

Bijlage 7 Kwaliteit

De Aanbestedende dienst is op zoek naar een opdrachtnemer die haar gedurende de periode van de raamovereenkomst kan voorzien van veel toegevoegde waarde. Hoe meer toegevoegde waarde een inschrijver biedt, ten opzichte van wat er al vereist is, hoe hoger zij op dit onderdeel kwaliteit scoort. Alle antwoorden, uitwerkingen en toelichting van een inschrijver dienen realistisch en uitvoerbaar te zijn. Een honorering van de antwoorden zal nimmer leiden tot een verplichte afname van datgene wat inschrijver heeft ingediend, of enige vergoeding. Om de kwaliteit en toegevoegde waarde van de inschrijver(s) te kunnen beoordelen dient inschrijver haar kwaliteit aan te tonen en meerwaarde uit te werken conform het onderstaande. Inschrijver dient de kwaliteitsaspecten in, deze zullen los van elkaar worden beoordeeld.

Bij de inschrijving moet het volgende onderdeel worden ingediend

- 7.1 Schriftelijke beantwoording open vragen, casus 1 en casus 2:** Inschrijver beantwoordt schriftelijk de gestelde open vragen en werkt de casussen uit conform deze bijlage.

Na het indienen van de schriftelijke inschrijving zullen de volgende onderdelen plaatsvinden:

- 7.2 Persoonlijke toelichting beantwoording van de schriftelijk ingediende open vragen, casus 1 en casus 2:** Inschrijver zal op locatie van de aanbestedende dienst een toelichting geven op haar schriftelijke beantwoording van de open vragen en haar uitwerking van de casussen. De beoordelaars kunnen (individueel) aan de hand van de inschrijving en de toelichting nadere vragen stellen (over uitsluitend deze onderwerpen) ter verduidelijking, om zodoende de beoordeling zo goed mogelijk te laten plaatsvinden. Na deze individuele beoordeling door een beoordelaar zal die eindscore in consensus worden besproken met de gehele beoordelingscommissie om te komen tot een beoordeling in consensus.

7.1 SCHRIFTELIJKE BEANTWOORDING OPEN VRAGEN, CASUS 1 EN CASUS 2

Om de kwaliteit en toegevoegde waarde van de inschrijver(s) te kunnen beoordelen dient inschrijver haar kwaliteit aan te tonen en meerwaarde uit te werken conform onderstaande open vragen, casus 1 en casus 2. **NOTE: Iedere beantwoording moet betrekking hebben op de scope (en ontwikkeling) van de opdracht en op de organisatie van de opdrachtgever. Tevens dient de beschreven dienstverlening en aangeboden meerwaarde in uw beantwoording bij de prijzen op het prijzenblad te zijn inbegrepen, er is dus geen sprake van meerwerk/ aanvullende kosten, tenzij dit nadrukkelijk is gevraagd in de betreffende open vraag.**

Bij het uitwerken van het beantwoorden van de open vragen en casussen dient u te letten op het volgende:

- Als het maximaal aantal pagina's overschreden wordt zal de beoordelingsgroep alleen het eerste toegestane aantal pagina's beoordelen, afhankelijk van wat er wordt gevraagd.
- U dient bij het uitwerken van de schriftelijke beantwoording van de open vragen en casussen minimaal een fontgrootte van 10 punten aan te houden.
- In de beantwoording mogen **geen URL's of andere linkjes** zijn toegevoegd die verwijzen naar andere (digitale) omgevingen.
- U dient de uitwerking van de schriftelijke beantwoording van de open vragen en casussen toe te voegen bij uw inschrijving via TenderNed als een leesbaar en niet beveiligd **pdf-bestand**.

Voor het subcriterium open vragen en casussen van deze bijlage geldt:

Totaal kan de inschrijver een maximale waarde zoals beschreven in dit document behalen. Om inzage te geven hoe de beoordeling tot stand komt is het beoordelingsformulier bijgevoegd als bijlage 9. Per beantwoording van de open vraag en per casus zal een score een waarde vertegenwoordigen, deze waarde is te vinden in bijlage 11. Daar waar in bijlage 11 "KO" staat zal die score naar oordeel van de beoordelingscommissie leiden tot uitsluiting (KNOCK-OUT) van deze aanbesteding. Ook wanneer een inschrijver op drie willekeurige open vragen, op basis van consensus, 'matig' scoort zal dit leiden tot uitsluiting.

Per onderstaande subgunningscriterium zal de beoordeling plaatsvinden binnen het kader zoals hieronder is beschreven.

Uitmuntend

In de beantwoording van de inschrijver wekt zij zeer veel vertrouwen, de beschrijving is uiterst helder en begrijpelijk geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een uitmuntend resultaat en de beantwoording overstijgt de verwachtingen.

Goed

In de beantwoording van de inschrijver wekt zij vertrouwen, de beschrijving is helder en begrijpelijk geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een goed resultaat en de beantwoording voldoet aan de verwachtingen, maar overstijgt deze niet.

Voldoende

In de beantwoording van de inschrijver wekt zij niet meer dan voldoende vertrouwen, het antwoord is minder helder en begrijpelijk geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een voldoende resultaat, maar de beantwoording kent 1 of 2 punten van verbetering.

Matig

In de beantwoording van de inschrijver wekt zij maar een matig vertrouwen, het antwoord is matig concreet geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een matig resultaat, de beantwoording kent meer dan 2 verbeterpunten.

Onvoldoende = €-waarde of UITSLUITING

In de beantwoording van de inschrijver wekt zij onvoldoende vertrouwen, de beschrijving is onvoldoende helder, onvoldoende concreet en is onvoldoende begrijpelijk geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een onvoldoende resultaat (bij knock out: waarbij dit direct zal leiden tot een gemotiveerde uitsluiting van verdere deelname).

7.1.1 OPEN VRAGEN

Inschrijver beschrijft op totaal maximaal 15 A4 PDF (toe te voegen aan de inschrijving op TenderNed) ten behoeve van de open vragen (1 t/m 3).

Open vraag 1 Beschrijving implementatie en samenwerking

Na aanvang van onze samenwerking moet er een hoop gebeuren voor dat we 2 september 2024 kunnen lanceren. Namelijk implementatie, ontwikkelen online marketingstrategie, opzetten campagnes, creatie van middelen, inrichten dashboards tot aan livegang campagnes op 2 september 2024.

Tijdspad:

Start samenwerking: 1 mei 2024

Livegang: 2 september 2024

Onder implementatie verstaan wij de voorbereidingsfase tot het daadwerkelijk verstrekken van nadere opdrachten.

Onder samenwerken verstaan wij de fase nadat alle voorbereidingen hiervoor zijn uitgevoerd.

Inschrijver beantwoordt de onderstaande vragen:

- Welke risico's ziet inschrijver bij aanvang van de overeenkomst en welke beheersmaatregelen stelt inschrijver voor?
- Inschrijver maakt een tijdspad waarin ze aangeeft welke stappen er allemaal gezet moeten worden en hoeveel tijd je voor welk onderdeel nodig hebt.
- Aant inschrijver een livegang op 2 september 2024 haalbaar en welke uitdagingen/risico's ziet inschrijver en welke oplossingen biedt zij hiervoor aan?
- Inschrijver beschrijft tevens wat opdrachtgever en inschrijver van elkaar nodig hebben in tijd, middelen en expertise.

Inschrijver licht dit toe (zonder te wijzigen of aan te vullen) bij de persoonlijke toelichting.

Open vraag 2 Teamsamenstelling

- Inschrijver beschrijft hoe de teamsamenstelling eruit ziet van het team wat voor opdrachtgever gaat werken.
- Wat doet inschrijver als goed werkgever aan het binden en motiveren (denk aan opleidingen, verkrijgen marktkennis, beloning, motivatie, etc.) van de in te zetten medewerkers om de continuïteit maximaal te waarborgen?

Inschrijver licht dit toe (zonder te wijzigen of aan te vullen) bij de persoonlijke toelichting.

Open vraag 3 Gebruik nieuwe technieken

Opdrachtgever wil zoveel mogelijk gebruik maken van nieuwe technieken als dat de efficiency kan bevorderen en de kwaliteit borgt.

- Inschrijver beschrijft op welke wijze en in welke mate er gebruik wordt gemaakt van de nieuwste technieken (zoals AI) om bijvoorbeeld tegen lage kosten content te produceren.

Inschrijver licht dit toe (zonder te wijzigen of aan te vullen) bij de persoonlijke toelichting.

CASUS 1 en CASUS 2

Hierna volgen de door inschrijver uit te werken casus 1 en casus 2. Opdrachtgever stelt een maximale vergoeding ter beschikking van totaal € 1.500,- euro exclusief BTW voor het uitvoeren van de kwaliteitsvragen. Deze vergoeding zal NIET worden uitbetaald aan de winnende inschrijver (deze verkrijgt immers de opdracht) en inschrijvers die uitgesloten worden van deelname (uiteraard met opgave van reden(en) en motivatie).

7.1.2 CASUS 1: DOELGROEP DOOR DE STUDENT JOURNEY HEEN LOODSEN

De doelgroep doorloopt grofweg 4 fases in de student journey om uiteindelijk tot aanmelden over te gaan: bewust worden, oriënteren, verdiepen/vergelijken en aanmelden. We willen in iedere fase van de student journey zichtbaar zijn om:

- a. vroegtijdig een voorkeurspositie bij de doelgroep te bemachtigen;
- b. om te zorgen dat men niet te lang blijft hangen in een bepaalde fase;
- c. om te zorgen dat de doelgroep uiteindelijk voor een opleiding kiest die echt bij hem/haar past. Daarmee proberen we voortijdig schoolverlaat te voorkomen.

Opdracht casus 1:

Maak een online marketingplan (op maximaal totaal 15 A4 PDF pagina's en toe te voegen bij de inschrijving op TenderNed) waarin je laat zien welke rol online marketing kan spelen in de student journey. Je geeft antwoord op de vraag: 'hoe helpen we de doelgroep steeds een fase verder in hun journey om uiteindelijk tot een aanmelding voor de juiste opleiding te komen?' Richt je hierbij op de primaire doelgroep: vmbo-leerlingen in het 3^e en 4^e jaar. Deze leerlingen zijn tussen de 13 en 17 jaar en woonachtig in Noord-Holland (met uitzondering van het deel van Noord-Holland dat onder het Noordzeekanaal ligt).

De beoogde doelstelling

Minimaal 5% meer aanmeldingen t.o.v. vorig schooljaar. Dat komt neer op zo'n 210 extra aanmeldingen voor het nieuwe schooljaar.

Budget

€ 150.000,- (incl. advertentie budget) inclusief BTW.

Inschrijver dient het volgende uit te werken en toe te voegen aan haar inschrijving:

1. Beschrijf welke behoefte de doelgroep per fase heeft en welke boodschap per fase afgevuurd moet worden.

Laat zien dat je je verdiept hebt in onze doelgroep, dat je begrijpt wat hun behoeften zijn en dat je weet wat er leeft bij deze doelgroep én hoe je ze (online) aanspreekt, activeert/motiveert.

2. Breng een advies uit over de in te zetten kanalen per fase: wat is de ultieme mix van kanalen/middelen?

Laat zien dat je het online medialandschap kent en dat je weet waar onze doelgroepen zich bevinden. Laat zien dat je binnen het budget een ultieme mix kan samenstellen om onze doelstelling te behalen. We verwachten een onderbouwing waarom gekozen is voor welk kanaal en in welke fase.

3. Beschrijf hoe we kunnen inspelen op trends en ontwikkelingen bij het consumeren van content bij deze jonge doelgroep.

4. Beschrijf hoe je het budget verdeeld. Maak een onderscheid in media-inkoop (verdeeld over de verschillende fases en kanalen), creatie* en bureaunkosten.

**Creatie is op basis van creatief concept gemaakt door een ander bureau. De elementen/'bouwstenen' worden aangeleverd.*

5. Schrijf een advies over een passende doelstelling per fase en leg uit waar je per fase op stuurt. Dit om dit zorgen dat iedere fase bijdraagt aan het behalen van het uiteindelijke doel (5% meer aanmeldingen voor het nieuwe schooljaar t.o.v. vorig schooljaar).

We zien ons toekomstig bureau als een 'partner in crime' en vinden het belangrijk dat we onze doelstellingen als een gezamenlijke missie zien. Bovendien vinden we het belangrijk dat inschrijver kritisch meedenkt en -werkt.

6. Beschrijf hoe je campagnes doormeet.

Toon aan dat je de doelstelling per fase doormeet. Je bent in staat om conversies binnen Google Analytics inzichtelijk te maken, evenals binnen de social media platformen en zoekmachine platformen zelf. Dit geldt voor zowel conversies die plaatsvinden binnen het eigen domein, als voor externe domeinen (d.m.v. bijv. cross domain tracking).

7. Beschrijf hoe je ons als opdrachtgever tussentijds informeert over lopende campagnes en hoe je campagnes tussentijds optimaliseert. Laat zien hoe je bijvoorbeeld in andere campagnes door de juiste aanpassingen een campagne op een positieve manier hebt bijgestuurd.

We krijgen inzicht in je werkwijze en hoe je door middel van tekst/uitleg, de data voor ons interpreteert in relatie tot de doelstelling.

8. Beschrijf hoe je na afloop van een campagne rapporteert en evalueert.

We willen hier zien dat er niet alleen gerapporteerd wordt op cijfers, maar dat er in tekst/uitleg ingezoomd wordt op de prestaties en de bijdrage aan het behalen van de doelstellingen. Daarnaast vinden we het belangrijk dat we teruggekoppeld krijgen wat er wel en niet goed werkte en wat we dus meenemen naar een volgende campagne.

7.1.3 CASUS 2: PROMOTIE VAN EEN OPLEIDING MEDIA VORMGEVER

Los van de grote campagnes om de doelgroep door de student journey heen te loodsen, voeren we ook geregeld campagne voor een specifieke opleiding. Dit zijn over het algemeen kleinere ad hoc campagnes om specifieke opleidingen onder de aandacht te brengen. Dat kan zijn omdat het een geheel nieuwe opleiding is, maar kan ook zijn dat een opleiding achterloopt in het aantal aanmeldingen.

De aantrekkingskracht van een College Creatief (een fictief college) in een aanliggende regio is toegenomen, waardoor wij een terugloop zien in het aantal aanmeldingen voor de opleiding Mediavormgever in Alkmaar. We hebben nog 1,5 maand tot de uiterste aanmelddatum voor de opleiding, om het aantal aanmeldingen te verhogen.

Opdracht

Inschrijver maakt een online marketingplan en **beschrijft** op maximaal 10 A4 PDF pagina's en voegt deze toe aan de inschrijving op TenderNed om de awareness te vergroten en het aantal aanmeldingen te verhogen.

De doelgroepen bestaat uit:

1. Vmbo-leerlingen in het 4e jaar, woonachtig in Noord-Holland (met uitzondering van het deel van Noord-Holland dat onder het Noordzeekanaal ligt). Deze leerlingen zijn creatief en visueel ingesteld.
2. Havo-leerlingen in het 4e jaar die creatief en visueel ingesteld zijn. Ze leren liever praktijkgericht dan theoretisch. Ze overwegen de overstap te maken naar het mbo, maar het zou ook kunnen dat ze zich hier nog niet bewust van zijn (latente behoefte). Zij zijn woonachtig in Noord-Holland (met uitzondering van het deel van Noord-Holland dat onder het Noordzeekanaal ligt).
3. Ouders van bovenstaande leerlingen. Zij zijn woonachtig in Noord-Holland (met uitzondering van het deel van Noord-Holland dat onder het Noordzeekanaal ligt).

Budget

€ 4.500,- (incl. media-inkoop, creatie* en bureaunkosten).

*Creatie is op basis van creatief concept gemaakt door een ander bureau.

Wat we minimaal terug willen zien in het plan en toe te voegen aan haar inschrijving:

- 1. Schrijf een advies over de in te zetten kanalen, budgetten en doelstellingen met onderbouwing.**
- 2. Beschrijf hoe je door differentiatie in de boodschap en advertentie-uiting die drie verschillende doelgroepen weet aan te spreken. Maak per doelgroep 1 advertentie op. Om aan te tonen dat je in staat bent met beschikbaar materiaal te werken, vragen we je om de advertentie op te maken in de campagne- / [huisstijl van het Horizon College](#).**
- 3. Schrijf een advies over de [landingspage](#) van deze opleiding. Wat kan er anders/beter om bij te dragen aan het behalen van de doelstelling van de campagne?**
- 4. Beschrijf hoe inschrijver omgaat met het veelvoud aan dit soort opdrachten die ad hoc op je afkomen.**

Dit soort opdrachten komen namelijk met enige regelmaat voor. Het zijn ad hoc opdrachten waar vaak enige haast bij geboden is, omdat er zorgen zijn binnen onze organisatie over het aantal aanmeldingen tot dan toe. Wij zijn op zoek naar een manier om dit soort opdrachten efficiënt en effectief uit te (laten) voeren. Waar valt te standaardiseren, zonder dat de kwaliteit en effectiviteit verloren gaat?

Beoordelingskader open vragen en casussen

Om de kwaliteit van een inschrijver te kunnen beoordelen heeft de aanbestedende dienst gekozen voor de beoordelingsmethodiek 'gunnen op waarde'. Per item zal de beoordelingsgroep een waarde toekennen, afhankelijk van het onderwerp en de keuzemogelijkheden die de beoordelaar heeft voor dat onderdeel. Hoe meer toegevoegde waarde en/of kwaliteit een inschrijver biedt, hoe hoger zij op het onderdeel kwaliteit scoort (meer € waarde). Alle leden van de beoordelingsgroep krijgen een scoreblad dat zij onafhankelijk van elkaar zullen invullen. Daarna zal de beoordelingsgroep op basis van consensus tot een eindscore per item komen.

De aanbestedende dienst heeft in haar beoordelingen bij meerdere items als minimale norm 'matig' als uitgangspunt gekozen, waar de inschrijver minimaal aan dient te voldoen. Indien lager ('onvoldoende') wordt gescoord volgt daar, waar dit is aangegeven, uitsluiting van verdere deelname. In enkele gevallen (waar geen uitsluiting bij beschreven staat) geldt de waarde die daarbij hoort. Inschrijver mag ervan uitgaan dat indien er daadwerkelijk onvoldoende is gescoord, maar ook indien lager dan het maximale gescoord wordt en dus alles wat hiertussen valt, de aanbestedende dienst haar beoordeling uitgebreid zal motiveren. Als uit de toelichting blijkt dat een beantwoording een ander inzicht geeft voor een beoordelaar dan het ingediende kan de beoordelingscommissie ervoor kiezen om de eerdere scores daarop aan te passen.

De leden van de beoordelingsgroep zullen eerst onafhankelijk van elkaar de beantwoording van de open vraag en de casussen beoordelen. Na de onafhankelijke beoordeling en toelichting zal de beoordelingsgroep op basis van CONSENSUS de eindscore op de beantwoording van de open vraag en casussen vaststellen. De beantwoording zal worden beoordeeld in punten van 1 t/m 5, waarbij 1 punt als laagst en onvoldoende geldt en een 5 als hoogst wat uitmuntend inhoudt. Per beantwoording van de open vraag en per onderdeel van de casussen zal een score een waarde vertegenwoordigen, deze waarde is te vinden in onderstaande tabel en tevens in het beoordelingsformulier. In de bijlage 11 staat beschreven welke waarde bij welke vraag gescoord kan worden. Daar waar **KO** staat zal die score naar oordeel van de beoordelingscommissie leiden tot uitsluiting (KNOCK-OUT) van deze aanbesteding.

7.2 TOELICHTING OP DE BEANTWOORDING VAN DE OPEN VRAGEN, CASUS 1 EN CASUS 2

De inschrijver zal bij aanbestedende dienst haar beantwoording op de open vragen, casus 1 en casus 2 toelichten. Van de toelichting wordt verwacht dat Inschrijver zelf het initiatief neemt om de beantwoording van de open vragen, casus 1 en casus 2, zoals Inschrijver deze heeft ingediend, toe te lichten, waarbij dezelfde volgorde aangehouden moet worden. De beoordelaars kunnen aan Inschrijver tijdens deze toelichting verdiepingsvragen stellen, aan de hand van de beantwoording en uitwerking die bij de inschrijving is ingediend. Inschrijver zorgt ervoor dat zij deze toelichting laat uitvoeren door eigen medewerker(s), die zodanig bekwaam is/ zijn dat vragen over de inhoud van de beantwoording van de open vragen, casus 1 en casus 2 eenvoudig beantwoord kunnen worden, waarbij geldt dat diezelfde medewerker(s) na een eventuele voorgenomen gunning de implementatie gaat/ gaan verzorgen.

De toelichting moet inhoudelijk identiek zijn aan hetgeen wat Inschrijver bij de inschrijving heeft aangeboden en beschreven, er mogen dus geen alternatieve antwoorden en geen aanvulling(en) gegeven worden op de inschrijving, louter een toelichting op de gegeven beantwoording. Eventuele alternatieven en aanvullingen zullen niet leiden tot een aanpassing van de beoordeling. Als bij de persoonlijke toelichting blijkt dat Inschrijver haar beantwoording niet gestand kan doen, de medewerkers (sleutelfunctionarissen) van de Inschrijver de inhoud van de eigen inschrijving onvoldoende kennen dan zal de betreffende Inschrijver op die betreffende de open vragen, casus 1 en casus 2 onvoldoende scoren. Inschrijver scoort ook onvoldoende als zij een open vraag niet toelicht.

De persoonlijke toelichting kan ertoe leiden dat de individuele beoordeling van de beoordelaar(s) op de beantwoording van de open vragen, casus 1 en casus 2 positief of negatief aangepast wordt. Na de toelichting en de eventuele aanpassingen op de individuele beoordelingen volgt een consensusoverleg, waarbij het beoordelingsteam in consensus tot een gemotiveerd eindoordeel per open vraag, casus 1 en casus 2 komt. Het consensusoverleg vindt na de toelichting in besloten kring plaats, de Inschrijver is hierbij niet aanwezig. De installatietijd, het opstarten van de eigen device en voorbereiding zal maximaal 5 minuten duren. Het is NIET de bedoeling dat Inschrijver een bedrijfspresentatie geeft, zij mag zich maximaal 5 minuten voorstellen (niet verplicht), waarna de toelichting, inclusief het stellen van vragen en de beantwoording hiervan.

110 minuten totaal:

- 5 minuten installatie presentatiemiddelen/ connectie maken;
- 5 minuten kennismaking/ voorstellen;
- maximaal 100 minuten toelichting van:
 - 5 open vragen
 - Casus 1 en
 - Casus 2

Inschrijver dient deze volgorde tijdens de persoonlijke toelichting aan te houden.

De beoordelaars kunnen tijdens de toelichting verduidelijkingsvragen stellen over de inschrijving en toelichting. De toelichtingen zullen plaatsvinden op de dagen zoals beschreven in het aanbestedingsdocument (inschrijver zal hiervoor tijdig een nadere uitnodiging ontvangen). Om enige discussie achteraf te voorkomen zal de toelichting worden opgenomen in beeld en geluid. Tevens kan dit dienen als naslag materiaal voor een beoordelaar om zodoende de beoordeling zo zorgvuldig mogelijk te laten plaatsvinden. Inschrijver stemt in met deze opnames. De opnames zullen uitsluitend gebruikt worden voor deze aanbesteding en niet met derden worden gedeeld.