

Opmerking: Let op, bij deze Nota van Inlichtingen is een nieuw Huisstijlhandboek (2022) gepubliceerd, het oude Huisstijlhandboek (2019) komt te vervallen.

Ref. nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord	Percelen
1	Kerncompetentie perceel 3	Wij hebben een vraag over de vereiste kerncompetentie voor perceel 3, zoals beschreven in 1.2.4 van het aanbestedingsdocument. Is het mogelijk om een opdrachtgever aan te voeren als referentie waarvoor enkel online dan wel offline communicatiemiddelen zijn vormgegeven en ontworpen, zolang deze opdracht boven de minimale omvang van 48.000 euro per jaar komt? Of is het mogelijk om de vereiste kerncompetentie aan te tonen door twee referenties op te geven, waarvan één referentie betrekking heeft op de vormgeving en het ontwerp van online middelen, en de andere referentie betrekking heeft op de vormgeving en het ontwerp van offline middelen, zolang één van deze twee referenties boven de minimale omvang van 48.000 euro per jaar komt?	Niet akkoord. Per competentie dient er één referentie te worden ingediend. Meerdere referenties mogen niet gecombineerd worden om aan één competentie te voldoen. De vereisten m.b.t. de referenties zijn opgenomen in paragraaf 3.3. van het aanbestedingsdocument.	P3 Vormgeving en DTP
2	Kerncompetentie perceel 2	Wij hebben een vraag over de vereiste kerncompetentie voor perceel 2, zoals beschreven in 1.2.4 van het aanbestedingsdocument. Wij hebben jarenlange ervaring met het ontwikkelen, uitvoeren en evalueren van meerdere arbeidsmarktcampagnes en bijbehorende online en offline mediastrategieën voor een breed scala aan bedrijven in verschillende sectoren. Zodoende beschikken wij over de kennis en ervaring om ieder vraagstuk omtrent arbeidsmarktcommunicatie tot een succes te brengen, ongeacht de sector. Wij zijn van mening dat de vereiste competenties om de arbeidsmarktcommunicatie van Zone.college tot een succes te brengen niet uitsluitend opgedaan kunnen worden door eerdere ervaring met een arbeidsmarktcampagne gericht op het onderwijs. Daarom vragen we of u bereid bent om de woorden "gericht op het onderwijs" te schrappen uit de vereiste kerncompetentie voor perceel 2?	Niet akkoord.	P2 Arbeidsmarktcommunicatie
3	Contract	Bij welke partij(en) of combinatie van partijen(en) ligt het huidige contract of heeft de diensten verzorgd uit deze aanbesteding?	Zone.college maakt momenteel gebruik van verschillende bureaus voor het uitvoeren van de diensten.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP

	Omvang aan te besteden opdracht (1.2.3 4 aanbestedingsdocument)	Zijn de bedragen die genoemd worden als de maximale omvang van de percelen zoals opgegeven in 1.2.3 van het aanbestedingsdocument bedoeld als plafondbedragen die bij overschrijding leiden tot het opnieuw aanbesteden van de opdracht of dienen deze bedragen als inschatting van de omvang van de opdracht? Indien dit tweede het geval is, klopt het dan dat de geraamde omvang per opdracht per jaar 1/4e van de genoemde bedragen bedraagt?	De genoemde bedragen zoals opgegeven in 1.2.3. van het aanbestedingsdocument dienen als inschatting van de omvang van de opdracht. De precieze omvang van de gevraagde dienstverlening per jaar zal afhangen van de behoefte van Zone.college en kan derhalve per jaar verschillen. De opgegeven omvang betreft tevens een plafondbedrag. Indien de opgegeven omvang eerder wordt gerealiseerd dan de einddatum van de raamovereenkomst wordt de opdracht (voortijdig) opnieuw aanbesteed.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
	Omvang aan te besteden opdracht (1.2.3 5 aanbestedingsdocument)	Begrijpen wij het goed dat de geraamde omvang van perceel 1 en perceel 2 inclusief het budget voor de inkoop van media / advertenties bij exploitanten is? Kan Zone.college inzicht geven in haar huidige budgetverdeling voor media-inkoop en bureaunkosten?	Uw aanname is juist. De geraamde omvang is inclusief mediainkoop. In de huidige budgetverdeling is maximaal 50% van het totaalbudget voor bureaunkosten, bij de ontwikkeling van een nieuwe campagne. Bij doorontwikkeling/ hergebruik van een campagne ligt dit percentage lager.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie
	Vragen ten aanzien van de 6 opdracht (perceel 3)	4.2 pagina 23: casus. "...conform de huidige huisstijl": Wordt hier de huidige huisstijl uit 2022 bedoeld die op dit moment gebruikt wordt in de website, brochures, opleidingsbladen etc., of de oude huisstijl uit 2018-2019 waarvan jullie het huisstijl handboek hebben aangeleverd in deze aanbesteding? Deze verschillen van elkaar in (merk)uitgangspunten en stijl.	Er wordt bedoeld op de huidige huisstijl (2022 versie). Per abuis is het huisstijlhandboek (2019 versie) gepubliceerd. Deze komt te vervallen. De huidige huisstijl (2022 versie) wordt als bijlage bij deze Nota van Inlichtingen gepubliceerd.	P3 Vormgeving en DTP
	Vragen ten aanzien van de 7 opdracht (perceel 3)	4.2 pagina 23: casus. "...doorvertaling maakt van de huidige huisstijl."; Een doorvertaling maken van de huisstijl past eerder bij perceel 1 en gaat over merk-strategische uitgangspunten. Of wordt hier bedoeld; op welke wijze de huisstijl opgevolgd wordt in de uitwerking van een communicatiemiddel. Want dat zou o.i. namelijk wél passen bij vormgeving/dtp. In de eerste zin op pagina 23 staat namelijk ook 'conform de huidige huisstijl' dus dit is mogelijk verwarrend; moet het conform huisstijl of een doorontwikkeling van huisstijl zijn?	Er wordt bedoeld; op welke wijze inschrijver de huisstijl (2022 versie) opvolgt in de uitwerking van de uitingen.	P3 Vormgeving en DTP
	Casussen uitwerken t.b.v. 8 presentatie	4.4 pagina 25: "De inschrijvers die na beoordeling van de open vragen en de prijs nog kans maken op gunning presenteren de uitwerking van de casus." Dit betekent impliciet dat de uitwerking van de casus aanvankelijk nog niet beoordeeld wordt, maar eerst de antwoorden op de open vragen en de prijs. Moet de casus voor perceel 1 en/of 2 dan al uitgewerkt worden en ingediend worden bij de inschrijving? Of alleen gepresenteerd na een uitnodiging voor presentatie? Hoeveel inschrijvers gaan dan eigenlijk door naar een volgende 'presentatieronde'?	De casus voor perceel 1 en 2 hoeft enkel uitgewerkt te worden indien inschrijver een uitnodiging krijgt voor de presentatie. Inschrijver neemt zijn uitwerking ook op papier mee naar de presentatie voor de beoordelaars. Alle inschrijvers die na de beoordeling van de open vragen en de prijs nog kans maken op gunning, worden uitgenodigd voor de presentatie.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie

9	Vragen ten aanzien van de opdracht	Maken jullie op dit moment gebruik van (voorkeur) tooling om resultaten te meten en te analyseren?	GA4, Summit, Afas	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie
10	Prijzenblad	Op het prijzenblad is niet toegestaan om een bedrag van €0,- in te vullen of manipulatief in te schrijven. Hoe waarborgt Zone.College dat de inschrijvingen redelijk en marktconform zijn voor een eerlijke vergelijking. Suggestie: Is het voor Zone.College mogelijk een marktconform minimaal en maximaal uurtarief per uursoort per perceel aan te geven?	Zone.college wenst geen minimaal of maximaal uurtarief per uursoort aan te geven. Het is aan inschrijvers om een marktconform uurtarief in te dienen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
11	Prijzenblad	Het is niet toegestaan om in het prijzenblad een bedrag van €0,- in te vullen. Mag er wel 0% worden ingevuld bij de Mediafee? Wij rekenen hierbij namelijk geen kosten/marge voor bij onze opdrachtgevers.	Het is toegestaan om in de gele cel betreffende de Mediafee een percentage van 0% in te vullen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
12	Team Zone.College	Kan er meer inzicht worden gegeven in het beoordelingsteam? Is dit ook het team waar uiteindelijk mee samengewerkt zal worden of is dat een ander team? Indien dit een ander team is, hoe ziet het team er uit waar uiteindelijk mee samengewerkt zal worden?	Het beoordelingsteam bestaat uit minimaal 3 leden van in elk geval de afdeling Marketing en Communicatie. Dat is tevens het team waarmee wordt samengewerkt in de uitvoering.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
13	Eisen	In de eisen wordt er gevraagd; "Opdrachtnemer beschikt over voldoende capaciteit om de continuïteit in zowel de grote campagnes als de alledaagse vragen te waarborgen en in een intensieve samenwerking met Opdrachtgever nieuwe campagnes vorm te geven." Wat wordt er door opdrachtgever verstaan onder voldoende capaciteit? Is er bijvoorbeeld behoefte aan back-up in de verschillende teams en functies zodat opdrachtnemer op elk moment (meerdere) specialisten beschikbaar heeft voor de opdrachtgever?	De bedoeling is dat het team voldoende capaciteit heeft om de opdracht aan te kunnen en zonodig andere medewerkers kan inzetten om de continuïteit te kunnen waarborgen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
14	casus perceel 3	Wenst de opdrachtgever voor de uitwerking van de casus nog bepaalde inhoudelijke teksten in het programmaboekje en de infographic? Of wordt vooral naar de opmaak gekeken en volstaat het gebruik van Lorem Ipsum?	Zoals opgenomen in paragraaf 4.2 van het aanbestedingsdocument dient in het programmaboekje tenminste worden opgenomen: • Een Timetable; • Een rondleiding in tijdsblokken; • Workshops gericht op de opleidingen van Zone.college mbo. De verdere invulling van de uitingen is aan Inschrijver. Het gebruik van Lorem Ipsum volstaat voor dat deel. Er wordt vooral gekeken op welke wijze inschrijver de huisstijl opvolgt in de uitwerking van de uitingen.	P3 Vormgeving en DTP
15	Huisstijlhandboek	Is het mogelijk om een open bestand van het logo te ontvangen?	Akkoord. Het logo wordt als bijlage bij deze Nota van Inlichtingen gepubliceerd.	P3 Vormgeving en DTP
16	Presentatie	Klopt het dat er voor perceel 3 geen nieuwe casus gepresenteerd wordt. Betekent dit dat de reeds uitgewerkte casus wordt besproken tijdens de presentatie?	Voor perceel 3 is er geen sprake van een presentatie. Voor perceel 3 wordt de casusuitwerking ingediend als open vraag als onderdeel van de inschrijving en zodoende beoordeeld.	P3 Vormgeving en DTP

17	Presentatie	Klopt het dat de casus voor de presentatie pas wordt opgepakt na uitnodiging voor de presentatie en deze dus niet wordt opgenomen in de inschrijving?	Zie het antwoord op vraag 8 en 16.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
18	Presentatie	De inschrijvers die na beoordeling van de open vragen kans maken op gunning worden uitgenodigd voor de presentatie, zit hier een limiet van het aantal partijen aan?	Alle inschrijvers in perceel 1 en 2 die na de beoordeling van de open vragen en de prijs nog kans maken op gunning, worden uitgenodigd voor de presentatie.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
19	Referenties	Is visueel werk bij de referenties gewenst?	Nee. Inschrijver dient enkel de gevraagde informatie in het bijgevoegde referentieformaat in te vullen en in te dienen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
20	Algemeen	Heeft de opdrachtgever een voorkeur voor het selecteren van partijen uit de regio?	Aanbestedende Dienst heeft geen voorkeur voor een partij, derhalve ook niet voor een partij uit de regio. Zone.college stelt enkel als eis dat Inschrijver zorgt dat er voldoende en actuele kennis is van de regio waarin Aanbestedende Dienst actief is en dat Inschrijver aanwezig is bij fysieke overleggen (bijvoorbeeld KPI-overleggen).	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie P3 Vormgeving en DTP
21	Verdeling in percelen	Heeft de opdrachtgever een voorkeur voor het selecteren van verschillende partijen voor de drie percelen of kan een inschrijver inschrijven op meerdere percelen?	Inschrijvers kunnen inschrijven op alle percelen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
22	Mediabudget	In 1.2.3 "Omvang van de aan te besteden opdracht" benoemt u de budgetten. Zijn die genoemde bedragen inclusief of exclusief mediabudget? Als het exclusief mediabudget is, welk mediabudget is beschikbaar voor beide kavels afzonderlijk? Als het inclusief is, wat was het gemiddelde mediabudget dat u besteedde in de afgelopen jaren?	Zie het antwoord op vraag 5.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo P2 Arbeidsmarktcommunicatie
23	Wensen voor de toekomst	Kunt u wat reflecteren op de huidige grafische identiteit. Welke onderdelen zou u graag willen behouden, en welke ontwikkeling zou u willen zien in de vormgeving?	In 2022 heeft Zone.college reeds een refresh van de huisstijl doorgevoerd. Deze wil zij handhaven/op voortborduren.	P3 Vormgeving en DTP
24	Merkidentiteit en Tagline	Waar bent u tevreden mee in uw positionering, en waar zu u in de toekomst een ontwikkeling willen zien? En concreet: Wilt u door met de payoff "Haal je beste binnenste buiten"?	Zone.college zit momenteel in een strategietraject. Zone.college denkt eind 2023/begin 2024 meer duidelijkheid te hebben over de (toekomstige) positionering. Het wel of niet doorgaan met pay-off hangt daarmee samen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
25	Uw grootste uitdaging(en)	De arbeidsmarkt is een grote uitdaging voor ons allen. Kunt u aangeven welke specifieke uitdagingen u graag opgelost ziet om de vacatures tijdig en met goede nieuwe collega's gevuld te krijgen?	Zone.college acht het met name lastig om docenten vacatures te vervullen.	P2 Arbeidsmarktcommunicatie
26	Casus perceel 1	Waar ligt het accent van de casus? Nu zijn er meerdere doelstellingen geformuleerd. Werving of branding? Zone breed of Food en Lifestyle specifiek.	Alle opgenomen doelstellingen dienen onderdeel te zijn van de wervingscampagne zoals uitgevraagd in de casus.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
27	Casus perceel 1	De doelstellingen van de campagne zijn met name branding-doelstellingen terwijl de vraag een wervings-campagne naar de open dag (breed of specifiek) is. Kunnen jullie dit duiden en daarmee tevens antwoord geven op welke meetbare doelstellingen daarbij horen.	De opdrachten in perceel 1 kunnen zowel gaan om corporate (branding) campagnes als wervingscampagnes. Doelstellingen voor wervingscampagnes zijn gericht op aanmeldingen voor open dagen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo

28	Casus perceel 1	Werven we voor een open dag waar alle opleidingen zich presenteren? En gebeurt er binnen de open dag dan specifiek iets voor Food en Lifestyle? Of werven we specifiek voor een open dag voor Food en Lifestyle.	Er wordt gewerkt voor de open dagen bij Zone.college waar alle opleidingen zich presenteren, met specifieke aandacht voor de opleiding Food en Lifestyle. Food en Lifestyle is een van de zgn. 'speeroopleidingen', die Zone.college net wat extra in de etalage wenst te zetten in haar campagne in vergelijking met andere opleidingen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
29	Casus perceel 1	Hoeveel aanmeldingen zijn er jaarlijks in totaal voor de Open Dag? Hoeveel aanmeldingen zijn er voor de opleiding Food en Lifestyle? Hoeveel (meer) willen we er?	Zone.college heeft meerdere open dagen (november en januari zijn de belangrijkste momenten voor mbo, januari is het belangrijkste moment voor vo). Totaal aantal aanmeldingen open dagen mbo: 1800. Totaal aantal aanmeldingen open dagen vo: 3500. Food en Lifestyle is per dit jaar de nieuwe naam voor Voeding & voorlichting. De huidige aantallen zijn te verwaarlozen. Doelstelling voor komend jaar: 100 aanmeldingen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
30	Casus perceel 1	Er wordt in de briefing gesproken over de doelgroep, specifiek Food en Lifestyle. Is hiervoor nog een specifiekere beschrijving? Denk hierbij aan geografisch, demografisch, en daarmee aantallen. Maar ook meer op 'softe' indicatoren als het psychografische en sociaal-economische?	De doelgroep is 15-16 jarigen, met minimaal vmbo KB. De opleiding wordt op 2 locaties gegeven: Zwolle en Almelo (straal van 50 km rondom locatie). Interesse in gezondheid, voeding, techniek.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
31	Casus perceel 1	Zone.college wenst zaken toe doen met een Opdrachtgever die met haar campagnes de doelgroep van Zone.college zo goed mogelijk, naar oordeel van Zone.college, weet te bereiken etc. Kunnen jullie aangeven wat bedoeld wordt met 'naar oordeel'? En daarmee samenhangend, wat zijn de beoordelingscriteria van de casus?	Met 'naar oordeel' wordt bedoeld naar oordeel van de beoordelingscommissie vanuit de optiek van de doelgroep (zijnde vo-leerlingen en mbo-studenten en hun ouders/verzorgers) De beoordelingscriteria zijn opgenomen in paragraaf 5.3.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
32	Verhogen aantal pagina's 1.1 en 1.2	Is het mogelijk het aantal pagina's van perceel 1.1 en perceel 1.2 te verhogen met 1 pagina per onderdeel?	Akkoord.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
33	Prijzenblad: Uurtarief exclusief btw/ percentage	Het is voor inschrijver onduidelijk wat u bedoelt met "Uurtarief exclusief btw/ percentage" in het prijzenblad. Waar doelt u op met 'percentage'?	Voor het onderdeel Mediafee in het prijzenblad van perceel 1 wordt geen uurtarief uitgevraagd, maar een percentage. Voor de overige onderdelen in het prijzenblad van perceel 1 wordt een uurtarief uitgevraagd.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
34	Marketing partij in de omgeving	In hoeverre weegt u de geografische ligging van inschrijver mee in het te nemen besluit?	Zie het antwoord op vraag 20.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
35	communicatie systeem	Inschrijver wenst te vernemen met welke communicatie systeem zone college momenteel werkt. (bijvoorbeeld: Microsoft Teams, Google, Slack etc.)	Microsoft Teams	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
36	Inzicht houden in KPI's	Inschrijver wenst zich met zijn werkwijze optimaal aan te sluiten op opdrachtgever. Met welke (online) tools werkt Zone College momenteel om (bijvoorbeeld via een dashboard) inzicht te hebben in lopende campagnes en resultaten ?	Zie het antwoord op vraag 9.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo