

Opmerkingen: Let op, bij deze Nota van Inlichtingen is het bestand 'afbeeldingen' gepubliceerd.

Ref. nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord	Percelen
37	Beeldbank toegang	Kunnen we toegang krijgen tot de beeldbank, zodat we de juiste beelden kunnen verwerken in de te ontwikkelen middelen t.b.v. perceel 3?	Helaas is het niet mogelijk om toegang te verlenen tot de beeldbank van Zone.college. Voor het doen van een goede inschrijving wordt als bijlage bij deze Nota van Inlichtingen het bestand 'afbeeldingen' gepubliceerd die Inschrijver voor dit doel kan gebruiken.	P3 Vormgeving en DTP
38	NVI	In de NVI geeft u aan dat Zone.college momenteel in een strategietraject zit voor de positionering in de toekomst en het wel of niet doorgaan met de pay-off. Welke rol spelen de opdrachtnemers van de drie percelen in dit strategietraject?	Opdrachtnemers spelen een rol in de doorvertaling van de positionering in de huisstijl/pay-off en campagnes.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo, P2 Arbeidsmarktcommunicatie, P3 Vormgeving en DTP
39	NVI	In de NVI geeft u akkoord op de vraag of het mogelijk is om het aantal pagina's van perceel 1.1 en 1.2 te verhogen met 1 pagina per onderdeel. Kunt u specifiek aangeven hoeveel pagina's voor welk gunningscriterium van toepassing zijn, zodat hier geen fouten in gemaakt worden?	Perceel 1: Merkstrategie en (wervings)campagnes vo/mbo Gunningsvraag 1. Dienstverlening; maximaal 3 enkelzijdige, leesbare pagina's A4 Gunningsvraag 2. Resultaten; maximaal 3 enkelzijdige, leesbare pagina's A4	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
40	NVI -Casus perceel 3	De casus is gericht op vormgeving/dtp. Welke boodschap wilt u uitgewerkt hebben door de inschrijvers?	Dit betreft een nieuwe vraag en wordt derhalve niet in behandeling genomen. Mogelijk is het antwoord op uw vraag te herleiden uit het antwoord op vraag 7 en 14 uit de eerste Nota van Inlichtingen.	P3 Vormgeving en DTP
41	NVI -Casus perceel 3	De casus voor perceel 3 gaat specifiek over het doorvertalen van de huisstijl. Kunt u bevestigen dat de beoordeling niet gaat over de inhoudelijke boodschap, aangezien dit in de andere percelen belegd is?	Dit betreft een nieuwe vraag en wordt derhalve niet in behandeling genomen. Mogelijk is het antwoord op uw vraag te herleiden uit het antwoord op vraag 7 en 14 uit de eerste Nota van Inlichtingen.	P3 Vormgeving en DTP
42	NVI - huisstijl	Wat is de betekenis achter de punt in de naam: zone.college?	Dit betreft een nieuwe vraag en wordt derhalve niet in behandeling genomen.	P3 Vormgeving en DTP
43	NVI - casus perceel 3	Voor de uitwerking van de flyer gevraagd in de casus van perceel 3, geeft u 1 enkelzijdige A4 aan. Normaliter heeft een flyer 2 zijdes. Wilt u slechts 1 zijde in A4 formaat opgemaakt hebben van de flyer?	Dit betreft een nieuwe vraag en wordt derhalve niet in behandeling genomen. De gestelde vormvereisten in de aanbestedingsstukken blijven gehandhaafd.	P3 Vormgeving en DTP

44	Casus Perceel 3	In de eerste NvI wordt in regel 14 een vraag gesteld m.b.t. de inhoud van de casus van Perceel 3. Er wordt beschreven dat ten minste (1) een timetable (2) een rondleiding in tijdsblokken en (3) workshops gericht op de opleidingen van Zone.college mbo dienen te worden meegenomen. We willen dit graag zo realistisch mogelijk opmaken, dus ontvangen graag meer aanvullende informatie over deze onderdelen. Welke tekstuele inhoud mag gebruikt worden voor het opmaken van de timetable? Idem voor de rondleiding in tijdsblokken en de workshop?	Zoals in het antwoord op vraag 14 uit de eerste Nota van Inlichtingen reeds beschreven, is de verdere invulling van de uitingen aan Inschrijver zo lang de gevraagde onderdelen zijn opgenomen. Het staat Inschrijver dus vrij om hier zelf een invulling aan te geven. Daarbij volstaat het gebruik van Lorem Ipsum. Aanvullende inhoudelijke informatie kunt u vinden op de website van Zone.college.	P3 Vormgeving en DTP
45	NvI - vraag 21	Zijn er specifieke voordelen voor inschrijvers om op meerdere percelen in te schrijven en wordt dit beschouwd als een positief aspect tijdens de beoordeling?	Inschrijven op meerdere percelen levert Inschrijver geen positief voordeel op tijdens de beoordeling.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo, P2 Arbeidsmarktcommunicatie, P3 Vormgeving en DTP
46	NvI - vraag 13	Kunnen jullie specifieker aangeven hoe de behoefte aan capaciteit wordt bepaald? Is er bijvoorbeeld een verwacht aantal benodigde uren per week of per maand.	Zone.college vindt het lastig om een verwacht aantal uren per week/maand aan te geven. Maar in zijn algemeenheid verwacht Zone.college van Inschrijvers dat zij kunnen meebewegen met de drukkerie periodes rondom de open dagen in november en januari.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
47	NvI - vraag 10	Hoe verzekert Zone.college dat de ingediende uurtarieven redelijk en billijk zijn voor de gevraagde eisen en wensen voor de geleverde diensten? Denk hierbij o.a. aan de capaciteit met de juiste expertise die binnen de organisatie aanwezig dient te zijn om de continuïteit ten alle tijden te kunnen waarborgen.	Inschrijvers dienen bij inschrijving te voldoen aan alle gestelde eisen in de aanbestedingsstukken. Zone.college gaat er daarbij vanuit dat dat deze eisen worden meegenomen in de afprijzing van de uurtarieven. Daarnaast gaat Zone.college uit van de professionaliteit van marktpartijen, waarbij serieus en naar waarheid wordt omgegaan met de inschrijving.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
48	NvI - vraag 10	Hoe zorgt Zone.college ervoor dat inschrijvers niet op een manipulatieve manier hun tarieven indienen?	Zone.college kan hier niet direct voor zorgen. Zone.college heeft daarbij wel een controleplicht, bijvoorbeeld als er vermoedens zijn van een abnormaal lage inschrijving. Daarnaast gaat Zone.college uit van de professionaliteit van marktpartijen, waarbij serieus en naar waarheid wordt omgegaan met de inschrijving.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo
49	NvI - vraag 10	Hoe beoordeelt Zone.college wat als een marktconform uurtarief wordt beschouwd?	Het beoordelingsteam bestaat uit kundige leden van in elk geval de afdeling Marketing en Communicatie. Zij hebben gedegen kennis van de markt en hebben reeds samengewerkt met verschillende marktpartijen.	P1 Merkstrategie en wervingscampagnes vo/mbo