

Algemene vragenlijst

ProRail

Project:
Datum:
Versie:

Landelijk - creatief bureau voor arbeidsmarktcampagnes en contentmarketing, TN 429315
9-10-2023
1

Nr	Document	Paragraaf / Eis - Bepaling	Vraag Gegadigde	Datum vraagstelling	Antwoord	Gewijzigd document
1	Selectieleidraad	2.5 Looptijd en omvang van de opdracht	Bij welke partij(en) of combinatie van partijen(en) ligt het huidige contract of heeft de diensten verzorgd uit deze aanbesteding?	26-9-2023	Op dit moment hebben we meerdere leveranciers die deze diensten leveren. Het is niet relevant welke leveranciers het zijn voor deze aanbesteding.	
2	Selectieleidraad creatief bureau voor arbeidsmarktcampagnes en contentmarketing 1.0	2.5	In paragraaf 2.5 wordt het maximale geraamde budget van 2.7 mln aangegeven over een max looptijd van 6 jaar. Media is geen onderdeel van de aanbesteding. We gaan er vanuit dat het geraamde budget excl. mediabudget is. Klopt dit?	2-10-2023	Ja dat klopt, het budget is excl. Mediabudget.	
3	Selectieleidraad creatief bureau voor arbeidsmarktcampagnes en contentmarketing 1.0	4.5.3 Eis 3	Wat is voor jullie het verschil tussen het contentplan en middelenmix? Kunnen jullie definities op dit vlak toelichten?	2-10-2023	Een contentplan beschrijft de onderwerpen waarover je het wil hebben (al dan niet doelgroep specifiek), wanneer je de content wil inzetten en op welke kanalen. Dit volgt logischerwijs op de contentstrategie. De middelenmix is de combinatie van alle media, communicatiemiddelen en content die ingezet wordt om de doelgroep te bereiken op alle mogelijke touchpoints.	
4	Selectieleidraad creatief bureau voor arbeidsmarktcampagnes en contentmarketing 1.0	4.5.3 Eis 3	Er wordt gevraagd om een specifieke middelenmix. In 2.3 wordt expliciet gesteld dat mediastrategie buiten scope is. Hoe zien jullie dit?	2-10-2023	Wij verwachten van een arbeidsmarktcommunicatiespecialist dat eigen of verkregen inzichten in de doelgroep (bv candidate journey en mediaconsumptie) worden gebruikt voor de ontwikkeling van een campagneconcept of content. Hiermee wordt nagedacht over de mogelijke middelenmix. De mediastrategie- en bijbehorend -plan wordt door de mediapartij ontwikkeld. Uiteraard in samenspraak met opdrachtgever en ook met het creatieve bureau.	
5	Selectieleidraad creatief bureau voor arbeidsmarktcampagnes en contentmarketing 1.0	4.6.2	Wat verstaan jullie onder 'user based video testimonial'? Bedoelen jullie hiermee een video testimonial van personeel?	2-10-2023	Met user based content bedoelen wij content die in samenwerking met het ProRail AMC team of de opdrachtnemer door de medewerker zelf wordt gemaakt. In dit geval een video testimonial. Het editten van de video zou de opdrachtnemer weer voor haar rekening kunnen nemen.	
6	selectieleidraad	2	Er wordt in de selectieleidraad verwezen naar bijlage 7, 8, 9 en 10, maar die zien we niet terug binnen Tendered. Kunnen deze bijlagen alsnog gedeeld worden?	3-10-2023	Deze bijlagen zitten bij de selectieleidraad en zijn geen aparte bijlagen.	
7	selectieleidraad		Is het mogelijk om voor alle 3 de referentiecasses dezelfde opdrachtgever te gebruiken?	3-10-2023	Ja dat is mogelijk. Wel moet duidelijk zijn dat de opdracht voldoet aan alle eisen uit alledrie de referentiecasses	

Nr	Document	Paragraaf / Eis - Bepaling	Vraag Gegadigde	Datum vraag-stelling	Antwoord	Gewijzigd document
8	selectieleidraad	3	Het indienen van de inschrijving (fase 2) staat gepland op 08-01-2024. Dit betreft de eerste dag na de kerstvakantie. Veel bedrijven hebben te maken met een beperkte beschikbaarheid tijdens de kerstvakantie. Is het mogelijk om de indiening van de inschrijving naar een later moment in januari te verplaatsen?	3-10-2023	De planning blijft op dit moment in stand. In de planning (vanaf moment versturen documenten in fase 2 tot met indiening) is rekening gehouden dat de kerstperiode hierin valt.	
	selectieleidraad		Is het mogelijk om voor de selectiecriteria dezelfde referentie te gebruiken als voor de minimale eisen?	26-9-2023	Ja dat is mogelijk. Wel moet duidelijk zijn dat de opdracht voldoet aan alle eisen genoemd in de selectiecriteria.	
	Selectieleidraad	4.6.1	Bij selectie criterium 1 wordt digital out of home genoemd en verduidelijkt met de definitie (digitale) reclame borden. Mogen ook andere vormen van OOH reclame hierin worden meegenomen (bestickering, flyers, activaties, POS)?	2-10-2023	Nee, bij dit selectie criterium bedoelen we expliciet digitale out of home middelen. Maar een niet digitale abri is wat ons betreft ook akkoord. Bestickering, flyers, activaties en POS vallen hier in dit geval niet onder.	
	Selectieleidraad	4.6.2	Bij selectie criterium 2 wordt VR video benoemd, valt gebruik van AR (Augmented Reality) technologie hier ook onder?	2-10-2023	Ja dat valt er ook onder.	
	Pagina 7	2.1.	Als er 82% geholpen bekendheid is en maar 6,7% ongeholpen bekendheid en we hebben 2.7 miljoen budget voor aankomende 6 jaar, hoe kunnen we dan die ongeholpen bekendheid verhogen? Mogen we advies geven op budget scope per jaar?	2-10-2023	Gedurende de samenwerking staat ProRail altijd open voor advies. Tijdens de aanbesteding heeft dit echter geen toegevoegde waarde.	
	Algemeen		Wat is de focus voor 2024? Een nieuwe employer branding campagne? En zouden we daarvoor dan extra budget mogen reserveren in 2024 en dan afschalen daarna?	2-10-2023	Focus voor 2024 is het verder ontwikkelen van de contentstrategie en bijbehorend -plan en de uitvoering daarvan. Dit jaar (2023) starten wij hier al gedeeltelijk mee. Wij houden vooralsnog rekening met een evenredige verdeling van het budget, tenzij het noodzakelijk is hiervan af te wijken. Een evenredige verdeling is echter geen vereiste die uit deze aanbesteding voortvloeit.	

Nr	Document	Paragraaf / Eis - Bepaling	Vraag Gegadigde	Datum vraagstelling	Antwoord	Gewijzigd document
	Algemeen		Wat is het belangrijkste in samenwerking met het bureau? Creatief onderscheidend, stakeholder management, oplossen werving, kosten?	2-10-2023	Wij vinden meerdere aspecten belangrijk in de samenwerking. Overkoepelend is dat goede kennis van ProRail als organisatie en werkgever zodat passende en onderscheidende creatieve concepten en content ontwikkeld kunnen worden die passen bij de vraag. En daarnaast rekening houdend met het complexe stakeholderveld waarin ProRail zich bevindt. Verder een dedicated team op het ProRail account en proactief adviseren, op zowel strategisch, tactisch als operationeel niveau. Vanuit AMC staan we vooral opgesteld voor het verbeteren van het werkgeversimago, maar indirect gaat het erom dat we snel en makkelijk het best passende talent kunnen aantrekken.	
	Pagina 10	2.5	Er kan elke 3 jaar een jaar verlengd worden, wat houdt dat in? Hoe wordt die beoordeling gedaan?	2-10-2023	In principe op basis van het naar tevredenheid voldoen aan de gevraagde dienstverlening. Maar ontwikkelingen binnen ProRail die ervoor zorgen dat we een andere koers moeten varen kunnen daar ook aan bijdragen.	
	Algemeen		Hoe lang loopt de samenwerking met het media bureau nog?	2-10-2023	De overeenkomst met het media bureau heeft nog een looptijd tot 31-12-2023 en kan nog met 1 jaar verlengt worden.	
	Algemeen		Kunnen jullie resultaten delen van jullie huidige employer branding campagne?	2-10-2023	Deze resultaten zijn nog niet bekend aangezien deze campagne nog loopt.	
	Pagina 6	1.3	Is het de bedoeling dat het nieuwe bureau de campagne, of mag het bureau een eigen campagne ontwikkelen?	2-10-2023	Het is ons niet duidelijk over welke specifieke campagne het gaat maar in het algemeen: er wordt gezamenlijk een strategie bepaald voor employer branding, jobbranding en contentmarketing.	
	Selectieleidraad	1.3	Wat is de relatie tussen deze aanbesteding en de huidige campagne 'Word onderdeel van de oplossing'?	3-10-2023	De relatie zit 'm vooral in 'Word onderdeel van de oplossing'. Ons AMC merkverhaal is hierop ge-ent. Dat betekent dat het merkverhaal samen met onze EVP leidend zijn en de basis vormen voor alle nog te ontwikkelen content en campagnes.	
	Selectieleidraad	2.1	In hoeverre zijn jullie tevreden met jullie huidige contractant?	3-10-2023	Dit is voor de aanbesteding niet relevant.	
	Selectieleidraad	4.6	Naar onze mening zijn de eisen/elementen waaraan de selectiecriteria buiten proportioneel. Wij denken namelijk dat er maar een beperkt aantal bureau's zijn die hieraan kunnen voldoen. Kunt u daar nog eens een extra keer naar kijken en overwegen deze iets te versoepelen?	3-10-2023	De elementen uit de selectiecriteria zijn geen minimale eisen maar elementen waarop punten verdiend kunnen worden, juist om onderscheid te krijgen tussen de gegadigden. We passen de selectiecriteria niet aan.	

Nr	Document	Paragraaf / Eis - Bepaling	Vraag Gegadigde	Datum vraag-stelling	Antwoord	Gewijzigd document
			Is het mogelijk de startbijeenkomst van 26/9 j.l. terug te kijken?	3-10-2023	De presentatie wordt toegevoegd aan deze Nota. De startbijeenkomst is niet opgenomen. De vraag die gesteld is tijdens de startbijeenkomst staat ook in deze Nota.	
			Hoe definiëren jullie de arbeidsmarktdoelgroep 'Campus'?	3-10-2023	De 'Campus' arbeidsmarktdoelgroep wordt door ons gedefinieerd als de beroepsbevolking t/m 35 jaar op alle opleidingsniveaus. Hier vallen bij ProRail onder andere de stagiaires, trainees en starters onder. Binnen de belangrijke doelgroepen IT, techniek, Verkeersleiding en Finance	
			Wat houdt 'aantoonbaar aanleveren' bij referenties in?	3-10-2023	Dat houdt in dat de opdracht aantoonbaar is opgeleverd. Uit de beschrijving, welke is voorzien van een tevredenheidsverklaring van primaire opdrachtgever, dient dat te blijken.	
			Welke functies kunnen er, onder andere, onder '24-uurs functies' vallen? Valt de zorg hier bijvoorbeeld ook onder?	3-10-2023	Qua referentie vragen we ervaring bij een opdrachtgever waarbij er net als ProRail geworven is voor meerdere arbeidsmarktdoelgroepen, waaronder 24- uurs functies. Bij ProRail zijn 24- uurs functies: logistieke, ambulante en technische functies. Zorg is voor ProRail geen relevante arbeidsmarktdoelgroep. Maar als er geworven is voor 24-uurs functies en ook voor andere doelgroepen bij deze opdrachtgever is geworven kan het wel.	