

**Nota van Inlichtingen Europese aanbesteding Marketing & Communicatie**

**Datum: 16-5-2024**

Ref. nr.	Label	Onderwerp	Vraag	Antwoord	Percelen
1	Inhoud	Doelgroep voor een onderwijsinstelling in het MBO	In uw referentie vraagt u specifiek om een ervaring met het ontwikkelen van een creatief concept met betrekking tot een thema en de doelgroep voor een onderwijsinstelling in het MBO. Volstaan ook andere referenties, waarin thema's en doelgroepen gelijk zijn aan het MBO?	Er kan niet worden afgeweken van de doelgroep; studenten in de leeftijd van 14-20 jaar die een MBO opleiding (gaan) volgen.	Marketing- en communicatie diensten
2	Inhoud	Referentie 1	In uw referentie vraagt u specifiek om een onderwijsinstelling in het MBO als referent. Belangrijker is natuurlijk de ervaring met de doelgroep (leeftijdscategorie circa 16 tot en met 22 jaar). Is het toegestaan om ook een referentie aan te bieden van een andere onderwijsinstelling, met uitzondering van het basisonderwijs?	De belangrijkste doelgroep voor Gilde Opleidingen zijn studenten in de leeftijd van 14 tot en met 20 jaar die middelbaar beroepsonderwijs (gaan) volgen. Verschillende niveaus onderwijs en de diversiteit in studierichtingen vragen om een andere benadering van de doelgroep. Een MBO student is gericht op de praktijk en het 'doen'. Dit is anders dan bij hoger beroepsonderwijs en zal op andere wijze de aandacht vragen. De markt van aanbieders wordt niet beperkt omdat er veel MBO organisaties zijn.	Marketing- en communicatie diensten
3	Inhoud	2.1. Scope	* Binnen de scope: 'Uitvoering: creatieve uitwerking van een bestaand concept in middelen.' * Buiten de scope: 'content-creatie'. Kunt u aan de hand van voorbeelden het verschil tussen deze twee uitleggen?	Binnen de scope van de opdracht valt een ontwerp van verschillende communicatiemiddelen binnen het concept. Content-creatie houdt in het schrijven van teksten voor communicatie-uitingen, denk bijvoorbeeld aan social media post, interne berichtgeving, artikelen/advertenties. Dit behoort niet tot de scope van de opdracht.	Marketing- en communicatie diensten
4	Inhoud	2.1. Scope	Bij de voorbeeldprojecten wordt benoemd 'Copywriting bij conceptuele opdrachten – schrijven van de boodschap etc.' Vervolgens wordt copywriting vermeld als iets dat buiten de scope van de opdracht valt. Kunt u dit toelichten?	Bij een uitwerking van een concept hoort een boodschap die vertaald dient te worden in tekst. Dit valt binnen de scope. Copy-writing opdrachten zoals persberichten, artikelen, advertentieteksten, ed. vallen buiten de scope.	Marketing- en communicatie diensten
5	Inhoud	4.2. Geschiktheidseisen	Kerncompetentie 2: de inschrijver dient ervaring te hebben met cross mediale follow-up met betrekking tot het creatieve concept (kerncompetentie 1).  Wij begrijpen niet wat hier precies mee bedoeld wordt. Wat is precies de wens en kunnen jullie dit misschien uitleggen aan de hand van een voorbeeld?	Een cross mediale aanpak betekent inzet van verschillende media; kanalen en boodschappen die op elkaar worden afgestemd om elkaar te versterken/ elkaar aan te vullen. Het doel hiervan is een groter bereik en aansluiting bij onze verschillende doelgroepen.	Marketing- en communicatie diensten
6	Inhoud	K2: Projectaanpak	Zijn de genoemde bedragen in- of exclusief BTW?	Exclusief BTW.	Marketing- en communicatie diensten
7	Inhoud	Casus 'Fijne tijd'	Waar kan concrete informatie gevonden worden over hoe Gilde Opleidingen invulling geeft aan de fase 'Fijne tijd'?	Deze informatie is niet beschikbaar. De inschrijver dient hier op creatieve wijze zelf invulling aan te geven.	Marketing- en communicatie diensten
8	Inhoud	1.4 Aanleiding aanbesteding	Op welke wijze en met wat voor type leveranciers is tot op dit moment samengewerkt?	Er is met verschillende leveranciers samengewerkt afhankelijk van de opdracht en beschikbaarheid. De typering van huidige leveranciers is niet relevant voor deze opdracht.	Marketing- en communicatie diensten
9	Inhoud	2.1 Scope	Hoe ziet Gilde Opleidingen de betrokkenheid van het bureau bij de werkzaamheden die buiten de scope vallen?	Gilde Opleidingen is vrij te bepalen aan wie opdrachten buiten de scope worden gegund. Het is mogelijk dat opdrachten buiten de scope worden gegund aan de Inschrijver die deze opdracht krijgt gegund.	Marketing- en communicatie diensten

10	Proces	KPI's	Hoe meet Gilde Opleidingen het succes van de uitgevoerde communicatiecampagnes? Zijn er specifieke KPI's (Key Performance Indicators) of feedbackmechanismen die u gebruikt om de effectiviteit van verschillende communicatiemiddelen en -strategieën te beoordelen?	Er wordt continue gemonitord en bijgestuurd op (online)campagnes binnen GO. De Learnings uit voorgaande campagnes en organisatiedoelen worden gebruikt om te optimaliseren. Indien nodig worden verbeterpunten besproken met de leverancier.	Marketing- en communicatie diensten
11	Inhoud	EA_M&C2401_BIJLAGE 3 - Prijzenblad	Bedoelt u met de post 'Traffic Manager' projectmanager voor dit project?	Traffic Manager / projectmanager voert de volgende taken uit: planning, drukwerkbegeleiding, offertebegeleiding binnen een opdracht. De wens van Gilde is te allen tijde te schakelen met de persoon die verantwoordelijk is voor de uitvoering van de opdracht. Geen tussenpersoon zoals een klantmanager.	Marketing- en communicatie diensten
12	Inhoud	4.2 Referenties - Kerncompetentie 1	Het is niet proportioneel om specifiek een mbo-referentie uit te vragen, terwijl ook bij andere onderwijsinstellingen dezelfde competenties getoond kunnen worden. Wij willen u vragen om ook referenties toe te staan van andere onderwijsinstellingen met een vergelijkbare doelgroep als het mbo. Kunt u hiermee instemmen?	Zie antwoord vraag 1 en 2.	Marketing- en communicatie diensten
13	Inhoud	Bijlage B: Kwaliteitsvragen K1	U vraagt "Omschrijf op welke wijze de inschrijver ervoor gaat zorgen dat er voldoende bekendheid is met betrekking tot de organisatie;". Bedoelt u hiermee kennis over de organisatie Stichting Gilde Opleidingen?	Ja, dat is correct. Kennis over de organisatie(cultuur) en wat de organisatie wil uitstralen.	Marketing- en communicatie diensten
14	Inhoud	Bijlage B: Kwaliteitsvragen K1	U vraagt "Omschrijf op welke wijze er invulling wordt gegeven aan het briefingsproces". Bedoelt u hiermee het briefingsproces van Stichting Gilde naar de inschrijver?	Ja, Gilde wil meer inzicht verkrijgen in de manier waarop Inschrijver aan de slag gaat met een door Gilde opgestelde briefing.	Marketing- en communicatie diensten
15	Inhoud	Bijlage B: Kwaliteitsvragen K1	U vraagt "Omschrijf het proces richting Gilde Opleidingen tijdens de voortgang van een project. Licht dit toe met voorbeelden." Kunt u voorbeelden geven van voorbeelden waar u naar op zoek bent?	"Licht dit toe met voorbeelden" staat hier niet goed en deze hoeven met betrekking tot deze vraag niet te worden toegevoegd. Het maximaal aantal pagina's is aangepast naar 2 A4. Een aangepaste versie van Bijlage B Kwaliteitsvragen is aangepast en toegevoegd aan de documenten.	Marketing- en communicatie diensten
16	Inhoud	Bijlage B: Kwaliteitsvragen K2	U vraagt naar een advies voor een communicatiecampagne met een budget van circa € 5.000 - € 6.000. Is dit budget inclusief conceptvorming, de opzet van de campagne (zoals creatie van advertenties) en advertentiebudget? Deze budgetindicatie is in zijn totaliteit voor alles wat hierboven genoemd wordt niet realistisch.	Het budget heeft betrekking op de uitwerking van een concept en opzet van de campagne. Media-inkoop en advertentie zijn niet inbegrepen in het aangegeven budget.	Marketing- en communicatie diensten
17	Inhoud	Bijlage B: Kwaliteitsvragen K2	U vraagt "Het antwoord wordt toegelicht met voorbeelden." Wat voor soort voorbeelden zou u graag willen zien? Voorbeelden van uitwerkingen (afbeeldingen). Zo ja, zou u in dat geval een extra A4 beschikbaar willen stellen?	Gilde Opleidingen verwacht geen uitwerkingen in de vorm van afbeeldingen. Inschrijver is vrij om voorbeelden toe te voegen om het antwoord te versterken/verduidelijken. Het maximaal aantal pagina's is aangepast naar 3 A4. Er worden verder geen Bijlagen toegevoegd. Een aangepaste versie van Bijlage B Kwaliteitsvragen is aangepast en toegevoegd aan de documenten.	Marketing- en communicatie diensten

18	Inhoud	BIJLAGE 3 - Prijzenblad	Uit andere aanbestedingen is gebleken dat leveranciers lage prijzen inzetten om de aanbesteding te winnen en vervolgens junioren inzetten om het werk uit te voeren. Dit kunt u voorkomen door enerzijds duidelijke kwaliteitseisen en per functionaris op te geven (senioriteit) maar eveneens door een bodemprijs vast te stellen die u marktconform redelijk vindt (bijvoorbeeld, de prijs die u nu reeds betaalt). Is het mogelijk een bodemprijs voor het uurtarief per functionaris op te geven om onderbieding tegen te gaan?	De Opdrachtgever gaat hier niet akkoord mee. Kennis en ervaring van de sleutelfiguren worden beoordeeld in de presentaties.	Marketing- en communicatie diensten
19	Inhoud	BIJLAGE 3 - Prijzenblad	Moeten we in kolom B de prijzen voor de producten baseren op de gevraagde werkzaamheden of wordt hier een totaalbedrag inclusief de account-werkzaamheden verwacht?	Alle tarieven zijn inclusief alle mogelijke overige kosten dus ook eventuele accountkosten.	Marketing- en communicatie diensten
20	Inhoud	BIJLAGE 1 - PROGRAMMA VAN EISEN	U geeft aan dat opdrachtnemer verantwoordelijk is voor alle fouten. Het lijkt ons redelijk om hier te vermelden dat het enkel om eigen gemaakte fouten gaat, niet voor fouten gemaakt door derden of opdrachtgever. Bent u bereid dit criterium aan te passen?	De Opdrachtgever gaat hier akkoord mee. Bijlage A is aangepast. De Inschrijver dient voor de Inschrijving de aangepaste versie van Bijlage A te gebruiken.	Marketing- en communicatie diensten
21	Inhoud	BIJLAGE 1 - PROGRAMMA VAN EISEN (D8)	U geeft aan dat de eerste index in januari 2026 plaats mag vinden. Dit zou betekenen dat er een prijs afgegeven moet worden waarbij de index voor 2025 ook al ingeschat moet worden en nu al moet worden verdisconteerd. Echter, lijkt het ons redelijk, en voor opdrachtgever goedkoper, dat er op 1 januari 2025 een prijsindex plaats dient te vinden, aangezien de economische ontwikkelingen turbulent kunnen zijn zoals afgelopen jaren is gebleken. Zou u willen overwegen index vanaf januari 2025 toe te staan?	De Opdrachtgever gaat hier niet akkoord mee. Prijzen worden niet 4 maanden na start van de overeenkomst geïndexeerd.	Marketing- en communicatie diensten
22	Inhoud	Definitie crossmediale follow up	Wat bedoelt u precies met crossmediale follow up? Welke werkzaamheden schaaft u hieronder?	Zie antwoord vraag 5.	Marketing- en communicatie diensten
23	Inhoud	Aantal studenten volwassenenonderwijs	Wij vragen ons af welk aantal van het jaarlijkse totaal u onder volwassenen schaaft. En vanaf welke leeftijd is dit?	Voortgezet algemeen volwassenenonderwijs kan gevolgd worden door volwassenen die niet meer staan ingeschreven op een VO-school. Ook kunnen zestien- en zeventienjarigen naar het vavo. Gilde heeft momenteel 335 VAVO studenten.	Marketing- en communicatie diensten
24	Proces	Beoordelingscommissie	Uit welke functies bestaat de beoordelingscommissie?	Teamleiders en medewerkers van afdeling Marketing & Communicatie.	Marketing- en communicatie diensten
25	Contract	Werkzaamheden buiten de scope	Inschrijver wenst te vernemen met welke partij opdrachtgever een overeenkomst heeft voor de werkzaamheden buiten de scope van de opdracht of dat deze werkzaamheden intern worden opgepakt. Hoe nauw wordt samengewerkt met de leverancier van deze diensten?	Gilde Opleidingen heeft geen vaste leverancier voor de werkzaamheden buiten de scope van de opdracht enkel voor het drukwerk. Veel werk wordt door de eigen afdeling Marketing & Communicatie van Gilde gedaan bestaande uit een team van 8 medewerkers. Afhankelijk van het type opdracht en de beschikbaarheid van de eigen medewerkers worden opdrachten bij externen weggelegd.	Marketing- en communicatie diensten

26	Inhoud	Het kwantificeerbaar maken van de presentatie	Inschrijver wenst te vernemen op welke manier aanbestedende dienst de presentaties kwantificeerbaar maakt en hoe dit beoordelingskader eruit ziet. Waar wordt op beoordeeld?	De beoordelingscriteria zijn: 1. ervaring/ vakkennis van de sleutelfiguren (degene die de opdracht voor Gilde zullen gaan uitvoeren) 2. houding van de beoogd Opdrachtnemer (flexibiliteit, snel schakelen), inlevingsvermogen 3. de manier van communiceren 4. de vertaling van de opdracht naar een creatief concept inclusief de uitwerking/ specificatie in werkzaamheden. De 4 criteria hebben dezelfde weging. De criteria worden beoordeeld op compleetheid, concreetheid, creativiteit, realisme en de toepasselijkheid voor Gilde Opleidingen.	Marketing- en communicatie diensten
27			Maakt de aanschaf van communicatiemiddelen (banners, vlaggen, posters, e.d.) onderdeel uit van het beschikbare budget?	Grotendeels niet maar het kan dat een klein gedeelte van het budget van € 67.000 bestaat uit banners, vlaggetjes, ed..	Marketing- en communicatie diensten
28			Zijn de kosten voor projectmanagement (overlegstructuur, debriefing) opgenomen in het budget van €67.000,-?	Ja.	Marketing- en communicatie diensten
29			Welke expertise hebben jullie al in huis; dus hoe ziet jullie teamsamenstelling eruit?	Strategische/ tactisch niveau, advies, online marketing, allround communicatie medewerker, creatieve communicatie, evenementen en copy-writing.	Marketing- en communicatie diensten
30			Wat zijn jullie doelen en ambities voor de komende jaren?	De belangrijkste speerpunten in ons jaarplan zijn: 1) Positionering van het merk Gilde dat bijdraagt aan de studentenwerving, tevredenheid van zittende studenten en employerbranding; 2) Positionering van Gilde bedrijfsopleidingen als opleidingspartner in de regio.	Marketing- en communicatie diensten
31			Is er een concrete briefing voor de kwaliteitsvragen (zo ja, waar kunnen we deze vinden?), of is dit hypothetisch en gaat het meer om hoe wij in het algemeen een opdracht zouden aanpakken voor Gilde Opleidingen?	Er is geen briefing. Het antwoord dient inderdaad betrekking te hebben op de aanpak van een opdracht binnen Gilde Opleidingen.	Marketing- en communicatie diensten