

Programma van Eisen

In het Programma van Eisen en Wensen is gekozen voor een tweedeling: de (harde) eisen en de wensen. Een eis heeft een uitsluitend karakter. Het niet voldoen aan een eis is voor Opdrachtgever aanleiding de offerte uit te sluiten van verdere beoordeling.

Inschrijver hoeft geen toelichting te geven bij het Programma van Eisen en kan volstaan met het indienen van inschrijving, waarmee Inschrijver verklaart onvoorwaardelijk in te stemmen met en te voldoen aan alle gestelde eisen.

Eis	Omschrijving
Algemene eisen	
1.	Opdrachtnemer voert de opdracht uit conform de offerteaanvraag (met onderliggende documenten) en zorgt voor een probleemloze koppeling/overgang. Alle kosten (tenzij dit nadrukkelijk is aangegeven) zitten bij de tarieven op het prijzenblad van de Inschrijver inbegrepen.
2.	Inschrijver gaat met het inschrijven op deze opdracht akkoord met alle onderhavige documenten zoals onder meer de concept raamovereenkomst, de verwerkersovereenkomst en de ARVODI.
Inhoudelijke eisen	
3.	Opdrachtgever is niet gebonden aan een minimum afname van uren.
4.	Opdrachtnemer is optioneel bereid om bij NHL Stenden op locatie te werken of om medewerkers van NHL Stenden op locatie te ontvangen.
5.	Opdrachtnemer werkt met vaste teams die worden ingezet bij opdrachten van de Opdrachtgever om zo te borgen dat de kennis van de organisatie en de markt aanwezig is.
6.	De Opdrachtnemer heeft meerdere specialisten, consultants en strategen in dienst die elkaar kunnen ondersteunen en/of vervangen bij eventuele 'mismatch'.
7.	Opdrachtgever voert mogelijk meerdere malen per jaar op verzoek extra offline campagnes. Opdrachtnemer houdt hierbij rekening dat de maandelijkse capaciteit in uren dan toeneemt. Dit kan per maand variëren. Opdrachtnemer is zich hiervan bewust en garandeert deze capaciteit.
8.	Opdrachtnemer heeft op alle werkdagen een telefonische bereikbaarheid van 8.00 tot 18.00 uur. De accountmanager is in geval van calamiteiten tijdens werkdagen mobiel bereikbaar in de tussenliggende periodes.
9.	Door Opdrachtnemer gemaakte fouten in plaatsingen van de offline advertenties/ media worden geheel kosteloos door Opdrachtnemer vervangen door nieuwe plaatsingen. Bij fouten in offline budgettering (zoals het toekennen van campagnebudgetten), dient de gemaakte fout gecrediteerd te worden aan Opdrachtgever.
10.	De prijzen van de ingekochte media zijn voor Opdrachtgever transparant, controleerbaar en zonder extra toegekende fee.
11.	Een overdracht met de huidige Opdrachtnemer maakt onderdeel uit van de overeenkomst en leidt niet tot kosten voor Opdrachtgever of voor de huidige Opdrachtnemer.
12.	Na beëindiging van de overeenkomst zal Opdrachtnemer zorgdragen voor een overdracht aan de mogelijk nieuwe Opdrachtnemer van Opdrachtgever. Deze overdracht betreft tenminste alle advertentieaccounts en overige documenten, inloggegevens, informatie e.d. van Opdrachtgever die Opdrachtnemer in haar bezit heeft. Deze overdracht maakt onderdeel uit van de overeenkomst en leidt niet tot kosten voor Opdrachtgever of de mogelijke opvolger van Opdrachtnemer.
13.	Alle informatie en opgeleverde documenten van Opdrachtnemer aan Opdrachtgever worden bij ontvangst door Opdrachtgever automatisch eigendom van Opdrachtgever en dienen in geval van opvraag, aangeleverd te worden in een open werkbestand aan Opdrachtgever.
14.	De Opdrachtnemer is een stevige sparringpartner van de inhouse adviseur/contactpersoon. Dit houdt in dat de Opdrachtnemer vraagstukken kan doorvertalen naar concrete plannen.
15.	De opdrachtnemer fungeert als een partner, waarbij er continu voor verbinding/ samenhang gezorgd wordt tussen de online inzet van de opdrachtnemer en verdere offline inzet van de Opdrachtgever.
16.	De Opdrachtgever deelt ontwikkelingen vanuit de organisatie die van invloed kunnen zijn op de te verrichte werkzaamheden met de Opdrachtgever. De Opdrachtnemer signaleert op basis hiervan vanuit eigen expertise en/of spart met de opdrachtgever welke mutaties er in de te voeren werkzaamheden nodig zijn.

17.	De Opdrachtnemer zorgt ervoor dat hij de ontwikkelingen in het onderwijslandschap volgt en in kan springen op zaken die van invloed zijn op de werving of het behalen van de vooraf afgesproken doelstellingen.
18.	De Opdrachtnemer signaleert ontwikkelingen binnen het offline marketing landschap die van invloed (kunnen) zijn op de werkzaamheden voor de Opdrachtgever en komt proactief met advies om hierop in te spelen.
19.	De Opdrachtnemer is budgetverantwoordelijk bij de campagnevoering en ziet toe hoe deze ten aanzien van de doelstellingen meest rendabel ingezet dient te worden.
20.	De Opdrachtnemer kan offline mediaplannen opstellen voor actuele vraagstukken en weet deze te verbinden met de totale campagneaanpak. Dit bestaat uit: - Opstellen advies, passend binnen de totale aanpak. - Kosten begroting (uren en media) opstellen, waarbij de Opdrachtgever kritisch kijkt naar de verhouding tussen investering en verwacht resultaat. - Uitvoering campagnes en bewaking van het beoogde resultaat en gestelde doelstelling(en). - Analyseren van de resultaten in rapportage met onderbouwde verantwoording i.c.m. advies/bevindingen.
21.	Opdrachtgever wenst zo weinig mogelijk wisselingen in het bij Opdrachtgever werkzame team. Indien onverhoopt toch wisselingen noodzakelijk zijn, draagt Opdrachtnemer zorg voor continuïteit door uitsluitend ingewerkte medewerkers in te zetten. De kosten van het inwerken komen ten laste van Opdrachtnemer.
22.	Opdrachtgever biedt Opdrachtnemer betreffende de uit te voeren werkzaamheden één vast aanspreekpunt voor het totale contract, dat verantwoordelijk is voor het planningsproces, de voortgangscntrole bij Opdrachtgever en de bewaking van de werkzaamheden. Opdrachtgever eist dat Opdrachtnemer eveneens een gelijkwaardige 'back up' benoemt. Deze contactpersoon dient bekend te zijn met relevante materie, te beschikken over de benodigde ervaring en kennis te hebben van de omgeving waarbinnen Opdrachtgever zich beweegt.
23.	Indien gewenst en/of op verzoek van Opdrachtgever zal Inschrijver samenwerken met andere geselecteerde leveranciers van Opdrachtgever.
24.	Bij een "mismatch" met iemand binnen het team van Opdrachtnemer krijgt Opdrachtgever op haar verzoek een ander teamlid met de juiste expertise toegewezen.
25.	Opdrachtgever verwacht dat Opdrachtnemer in alle communicatieve uitingen (waaronder rapportages) gebruik maakt van de Nederlandse taal en indien gevraagd in het Engels.
26.	Alle informatie en opgeleverde documenten van NHL Stenden en gemaakt in opdracht van NHL Stenden, zijn eigendom van NHL Stenden.
27.	De Opdrachtnemer is gehouden aan de huisstijl en merkconcept, zoals deze bepaald is door de Marketing & Communicatie afdeling van NHL Stenden.
28.	Opdrachtgever heeft het recht opdrachten 1 op 1 aan een derde te gunnen (bijv. aan de exploitant van een bepaald offline kanaal).
29.	Overlijdensadvertenties worden met de benodigde urgentie gemaakt en zo nodig nog op dezelfde werkdag als dat de opdracht wordt verstrekt te worden aangeleverd bij de betreffende media.
Administratieve organisatie eisen en contractmanagement	
30.	Na elke campagne levert opdrachtnemer een digitaal overzicht van de resultaten, kosten en belangrijke learnings. Bij structurele (doorlopende) campagnes wordt er periodiek gerapporteerd aan de opdrachtgever. De rapportages dienen o.a. de volgende facetten te bevatten: • Rapportage per middel en campagne en kosten. • Advisering voor toekomstige vergelijkbare campagnes, gesignaleerd verbeterpunten zodat maximaal effectieve inzet kan worden behaald. • Mogelijke nieuwe media om in te zetten. • Per kalenderjaar wordt een jaarrapportage opgeleverd door de opdrachtnemer.
31.	Overlegstructuur: • Operationeel overleg doorlopend waar nodig • Minimaal 1x per jaar tussenevaluatie , hierin wordt tenminste besproken: ▪ Prestatiecijfers ▪ Tevredenheidsscores ▪ Verbeterplannen met meetbare doelstellingen ▪ Jaarplan (incl. kosten en plan van aanpak)

32.	Opdrachtnemer informeert Opdrachtgever zodra Opdrachtnemer weet of redelijkerwijs had behoren te weten dat de opdracht niet, niet tijdig of niet naar behoren plaatsvindt. Melding geschiedt onmiddellijk schriftelijk (via mail) én telefonisch onder vermelding van de omstandigheden.
33.	Opdrachtnemer zorgt dat hij op de hoogte is van alle geldende wet- en regelgeving op het gebied van privacy en borgt dat hij zijn kennis up-to-date heeft t.b.v. bescherming van de betreffende data.
34.	Opdrachtnemer handelt conform de Wet bescherming persoonsgegevens en andere van toepassing zijnde wetgeving conform privacy (o.a. AVG). Alle gegevens door Opdrachtgever aan Opdrachtnemer ter beschikking gesteld of door de onder de Raamovereenkomst verrichte werkzaamheden aan Opdrachtnemer bekend geworden, zullen anders dan op een door de Wet toegelaten wijze, niet aan derden worden verstrekt. Opdrachtgever behandelt alle door Opdrachtnemer verstrekte persoonsgebonden informatie eveneens conform de Wet bescherming persoonsgegevens. Partijen sluiten, conform bijgevoegd format, een Bewerkersovereenkomst gelet op het feit dat in de zin van de Wet Bescherming Persoonsgegevens Opdrachtnemer namens Opdrachtgever verwerkt.
35.	Opdrachtnemer volgt de voor Opdrachtgever relevante ontwikkelingen inzake wet- en regelgeving en adviseert daarover in de context voor Opdrachtgever. Daarbij is het noodzakelijk Opdrachtgever tijdig te attenderen op (mogelijke) wijzigingen in de wet- en regelgeving en de (mogelijke) impact hiervan voor Opdrachtgever. Aandachtspunten daarbij zijn bijvoorbeeld: • consequenties voor bedrijfsvoering, financiën, veiligheid en/of imago; • aansprakelijkheid; • planning en samenhang andere activiteiten.
36.	Opdrachtnemer neemt geen andere opdrachten aan, of zal niet zonder toestemming nadere afspraken maken met en vanuit andere afdelingen anders dan de afdeling Marketing & Communicatie. Alle verzoeken komen vanuit de afdeling Marketing & Communicatie en zijn altijd afgestemd met de vaste contactpersonen (en) vanuit de Opdrachtgever. Indien er verzoeken komen worden deze altijd besproken met de contactpersonen van de Opdrachtgever, zodat zij op de hoogte zijn van deze verzoeken. Nadere gemaakte afspraken, buiten de scope, door andere afdelingen of buiten de vaste contactpersonen om of welke afwijkende contractuele afspraak dan ook, zijn nietig.
37.	Opdrachtnemer dient op verzoek van Opdrachtgever binnen 5 werkdagen een volledig gespecificeerde offerte uit te kunnen brengen op basis waarvan een nadere overeenkomst gesloten kan worden.
38.	Opdrachtnemer draagt zorg voor en is te allen tijde verantwoordelijk voor het archiveren en op verzoek beschikbaar stellen van bewijsstukken van de mediaplaatsing. Eventuele kosten voor het opvragen van bewijsstukken kunnen (na overleg) worden doorbelast aan Opdrachtgever, mits deze kosten transparant zijn.
Prijsstelling eisen	
39.	De door Inschrijver aangeboden uurtarieven zijn 'all-in', dat wil zeggen inclusief salariskosten, het opstellen van offertes, overheadkosten, kosten voor gebruik apparatuur, testkosten, kosten van keuringen, certificaten, verzekeringen, reis en verblijfkosten, verpakkings-, transport- en opslagkosten, belasting (maar exclusief BTW), heffingen, administratieve kosten, orderkosten en overige noodzakelijk te maken kosten voor het uitvoeren van de opdracht (zoals onder andere eventuele overdrachtskosten). Er kunnen geen uren in rekening gebracht worden voor het opstellen van offertes.
40.	Het uurtarief is de eerste 2 jaar vast en daarna volgens de Diensten Prijs Index (DPI) volgens het CBS (J Informatie en communicatie).
Facturatieproceseisen	
41.	Opdrachtnemer draagt zorg dat de facturen aan bepaalde vereisten voldoen. In bijlage 4 staan deze vereisten beschreven.
42.	Opdrachtnemer verzendt de facturen maandelijks achteraf digitaal naar Opdrachtgever.