

Nota van Inlichtingen aanbesteding Marketing & Communicatie 2

Datum: 30-5-2024

Ref. nr.	Label	Onderwerp	Vraag	Antwoord	Percelen
32	Inhoud	1.2.1.	1.2.1. Strategische visie van de Opdrachtgever Onderscheidend in studentenzorg VRAGEN Jullie geven aan dat Gilde Opleidingen zich onderscheidt in eigentijds onderwijs en in optimale studentenzorg, waardoor iedere student een persoonlijke benadering ervaart. a) Wat is er 'eigentijds' aan het onderwijs dat jullie bieden? Waar moeten we dan aan denken? En hoe uit zich dit in de praktijk? b) Waar moeten we concreet aan denken als het gaat om 'studentenzorg'? Wat betekent dit in de praktijk?	Een nadere toelichting van de strategische visie staat beschreven in de volgende link: https://www.gildeopleidingen.nl/media/6906/gilde-opleidingen_strategische-visie-2021-2026-spread.pdf	Marketing- en communicatie diensten
33	Inhoud	2.1 Scope	2.1 Scope Gilde Opleidingen is op zoek naar een partner op het gebied van conceptuele communicatie voor de verschillende doelgroepen; jongeren, volwassenen, bedrijven en medewerkers. VRAGEN • Klopt het dat de casus in de aanbesteding zich uitsluitend richt op de jongeren? In de leeftijd 14 tot 19 jaar?	Ja dat klopt.	Marketing- en communicatie diensten
34	Inhoud	6.1.4	6.1.4 Uitwerking casus tijdens de presentatie (K4) VRAGEN Jullie geven aan dat de opdracht voor de presentatie zich richt op de fase 'Fijne tijd'. • Kunnen jullie aangeven wat jullie momenteel al in de andere fases (studentenwerking: perfecte match, aanmelden: warm welkom, start tot diplomering: fijne tijd, diplomering: uitzwaaien, betrokken blijven: Alumni) doen? En hebben gedaan? • Licht de uiteindelijke opdracht (gunning) zich ook uitsluitend op de fase 'Fijne tijd', of omvat deze alle fases? • Jullie geven aan dat de 'need to knows' in deze fase de thema's veiligheid, financiën en internationalisering zijn. Wat bieden jullie concreet aan studenten aan binnen deze thema's? • Daarnaast willen jullie ook inzetten op de 'nice to haves', de leuke zaken waardoor studenten echt een fijne tijd bij Gilde Opleidingen ervaren. Hebben jullie hier voorbeelden van? Dus zaken die jullie organiseren voor studenten die hieraan (kunnen) bijdragen? • De huidige opdracht is om een creatief voorstel te doen voor een conceptvorm voor de fase 'fijne tijd'. Is er echter al een creatief concept voor de overige fases? Waar we eventueel met ons concept op kunnen aanhaken? Zo zagen we in de schrijfwijzer bijvoorbeeld dat jullie in de werving het campagnethema 'Kom' gebruiken. Moeten we in ons creatief concept hierop aansluiten?	De presentatie over de casus is gericht op creativiteit. De beoordeling zal niet zozeer plaatsvinden op inhoud, deze wordt niet als zijnde leidend ervaren. Het gaat erom dat Inschrijvers kunnen laten zien dat ze vanuit een thema een creatief concept kunnen bedenken. De Opdrachtgever wil graag de creatieve insteek zien om de doelgroep te benaderen. Daarom is het niet relevant om aan te geven wat er momenteel in de andere thema's is uitgevoerd of wat wij concreet bieden binnen deze thema's. Uiteraard kan online bekeken worden welke communicatie activiteiten we ondernemen op het gebied van studentenwerving. Het campagnethema "Kom" hoeft niet te worden gebruikt. De uiteindelijke opdracht is breder dan enkel op de fases uit de casus 'de fijne tijd'.	Marketing- en communicatie diensten
35	Inhoud	NVI vraag 7: Casus fijne tijd	U geeft aan 'deze informatie is niet beschikbaar'. Betekent dat er op dit moment geen invulling aan wordt gegeven?	Er wordt momenteel beperkt invulling aangegeven; de ambitie is om op deze fase te optimaliseren.	Marketing- en communicatie diensten
36	Inhoud	NVI vraag 20: bijlage A	U geeft aan dat een aangepaste versie gebruikt dient te worden. Wanneer is deze beschikbaar?	Deze is inmiddels toegevoegd aan de documenten op Tenders.	Marketing- en communicatie diensten
37	Inhoud	NVI vraag 16: mediakeuze	Gaat u ervan uit dat inschrijver de mediamix/strategie bepaalt of maakt u gebruik van een mediabureau hiervoor?	Er wordt geen gebruik gemaakt van een mediabureau; media-inkoop wordt door Gilde verzorgd. In sommige gevallen wordt door een creatief bureau een voorstel gedaan wat in gezamenlijkheid wordt opgepakt.	Marketing- en communicatie diensten
38	Inhoud	Aantal pagina's	Aan de hand van de eerste nota en het nieuwe document is er verwarring ontstaan over het aantal pagina's K1 en K2. Zoals wij het nu lezen is het K1: 2 A4 (= 1 minder dan voorheen) en K2: 3 A4 (= 1 meer van voorheen). Kunt u duidelijkheid verschaffen over de definitieve aantallen?	Dit is inderdaad aangepast. Zoals het nu staat opgenomen is het correct; K1= 2 A4 en K2= 3 A4	Marketing- en communicatie diensten
39	Inhoud	Beeldpagina's	Mag er per A4 tekst-pagina een begeleidende A4 beeld-pagina worden opgenomen?	De Opdrachtgever gaat hier akkoord mee.	Marketing- en communicatie diensten
40	Inhoud	Hoofdstuk 4 Eisen t.a.v. inschrijvers, 4.1 Uitsluitingsgronden UEA	Bij welke eis wordt geacht de UEA in te dienen onder 'mijn inschrijving'?	Bij 'Overige documenten'.	Marketing- en communicatie diensten