

Albeda
Media inkoop
Vragen ten behoeve van de eerste Nota van Inlichtingen
4-7-2024

Opmerkingen: De conceptovereenkomst is laat gepubliceerd wij bieden u de mogelijkheid om hierover nieuwe vragen te stellen bij de Nvl2.
Bij deze Nota van Inlichtingen is een nieuw prijzenblad gepubliceerd. U dient deze te gebruiken bij uw inschrijving.

Bijlagen: Rekenvoorbeeld 2024-07-04
Prijzenblad 2024-07-04

Ref. nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Termijn voor het stellen van vragen	De termijn voor het stellen van vragen is extreem kort. Wilt u deze termijn verlengen of in ieder geval toestaan dat ook voor de tweede Nota van Inlichtingen nieuwe vragen gesteld kunnen worden?	Nee
2	Aanbestedingsleidraad - 5.4 Beoordeling van de prijs	De formule voor de berekening van de prijs kan uitkomen op een negatief getal. Kunt u bevestigen dat de minimale score voor dit onderdeel 0 punten is?	Nee, het is inderdaad mogelijk dat bij een groot prijsverschil een score <0 wordt gerealiseerd op het subgunningscriterium prijs.
3	Aanbestedingsleidraad - 5.4 Beoordeling van de prijs	In het prijzenblad wordt 1 inschrijfprijs berekend voor uurtarieven + bureaucommissie. De berekening van het aantal punten op pagina 23 van de aanbestedingsleidraad is ook gebaseerd op 1 inschrijfprijs en in TenderNed is ook maar 1 prijs in te vullen. Op pagina 24 van de aanbestedingsleidraad wordt echter een aparte weging toegekend aan uurtarieven (5%) en bureaucommissie (15%). Dit komt niet overeen met het prijzenblad en de gepresenteerde formule. Kunnen we ervanuit gaan dat de informatie op pagina 24 incorrect is? Of, indien er wél sprake is van een aparte weging voor uurtarieven en bureaucommissie, hoe luidt dan de berekening van elk onderdeel en hoe dient de totaalprijs in TenderNed ingevuld te worden?	De informatie in het aanbestedingsdocument is achterhaald, Excuses voor het ongemak. De totale prijs (tarieven plus bureaucommissie) geldt als inschrijfprijs die beoordeeld wordt. De weging van de bureaucommissie is niet goed gepresenteerd in het document en in het prijzenblad. De bureaucommissie zetten we af op een bedrag van € 1.000.000 om aan de inschrijfprijs te komen. Het prijzenblad is daarop aangepast.
4	Aanbestedingsleidraad - 4.4 Presentatie	Klopt het dat bij de inschrijving geen uitwerking van de casus aangeleverd hoeft te worden en de casus uitsluitend in presentatievorm dient te worden uitgewerkt indien inschrijvers voor deze presentatie uitgenodigd worden?	Dat is correct, wel willen we graag bij presentatie een hand-out ontvangen zodat vastligt welke toezeggingen worden gedaan.

5	Aanbestedingsleidraad - 4.1 Eisen ten aanzien van de opdracht	Bij de van toepassing zijnde eisen missen de eisen met nummers 1 t/m 3. Welke zijn dit, of dient de nummering aangepast te worden?	De nummering is niet goed, excuses voor het ongemak.
6	Aanbestedingsleidraad - 1.2.6 Te sluiten overeenkomst	De opdracht heeft een looptijd van 4 jaar. Heeft de Aanbestedende dienst na het verstrijken van deze periode een optie om de Opdracht tegen dezelfde voorwaarden te verlengen? Zo ja, hoe vaak en voor welke periode(s)?	Nee, het betreft een raamovereenkomst en de looptijd is beperkt tot 4 jaar.
7	Aanbestedingsleidraad - 1.2 Aan te besteden opdracht	Kunt u aangeven waaruit de huidige online inzet van Albeda bestaat?	Albeda zit momenteel op oa. Facebook, Twitter, Instagram, tiktok etc het betreft de kanalen die relevant zijn voor onze doelgroep
8	Planning aanbesteding	De termijn voor het stellen van vragen is zeer kort. Op 2 juli 2024 heeft u nog een nieuw document gepubliceerd. Wilt u de termijn voor het stellen van vragen verlengen?	Nee, u kunt in de tweede ronde nieuwe vragen stellen over de overeenkomst.
9	Vergunningen	Bij media inkoop onderaan pagina 5 staat: verzorgen van de benodigde vergunningen als dit van toepassing is. Wij kunnen ons een dergelijke situatie niet voorstellen. Kunt u aangeven wat u hiermee bedoeld?	Waar het gaat om uitingen in de openbare ruimte is dit mogelijk van toepassing.
10	Uitleveren van materialen	Bij media inkoop staat (pagina 5) uitleveren van materialen. Wordt er hier alleen bedoeld het aanleveren van de materialen bij de exploitanten die door het reclamebureau bij ons aangeleverd wordt of wordt daar meer verwacht?	Het uitleveren aan exploitanten en mogelijk verspreiders van uitingen is wat bedoeld wordt.
11	Vormgeving / inrichting van Social Media	Bij scope op pagina 6 staat: uitzondering hierop is vormgeving / inrichting van Social Media. Klopt het dat het uitgangspunt is dat dit met bestaande beelden uit een database van Albeda is? Of moeten hier door de opdrachtnemer ook uitingen gemaakt worden?	Klopt helemaal Albeda levert content
12	Presentatie	Wanneer horen we of we wel/niet moeten presenteren in september?	We proberen op 30 augustus te laten weten wie presenteert.
13	Casus	Er wordt gesproken over dat er een aantal opleidingen studenten trekken die van verder dan regio Rotterdam en omgeving komen. Met welk verzorgingsgebied moeten we rekening houden in de media campagne in de casus?	In de casus mag men rekening houden met het gebied regio Rotterdam en omgeving. Zie locaties en dus dan ook de gemeentes daar omheen.
14	Casus	Doelgroep casus: Er staat 15+ voor de bol opleiding en 20+ voor bbl opleiding. Wat is de bovengrens in leeftijd van jullie studenten?	Albeda heeft geen bovengrens, grootste doelgroep studenten is tussen de 15 en 21 jaar oud.

15	Casus	Doelstelling staat: stijgende lijn in de bezoekersaantallen open dag en toename traffic naar website. Wat zijn de huidige cijfers hiervan en welk percentage toename wordt er verwacht?	Cijfers wisselen elk jaar, momenteel zit er een daling in de cijfers, wat te maken heeft met verschillende factoren. Albeda wil zorgen dat de daling stopt en er een stijging gaat ontstaan.
16	Vraag mbt de SLA.	Er wordt in het document een paar keer verwezen naar de SLA. In hoofdstuk 1.2.8 wordt gesteld dat wij 100% moeten voldoen aan de toezeggingen in de SLA en wordt er zelfs een boete toebedeeld aan het niet nakomen van de toezeggingen. Bij samenwerking en Duurzaamheid wordt het ook vermeld en aangegeven dat wij voor de SLA 4 A4 mogen toevoegen. Kunt u meer achtergrond geven bij de SLA? Is er reeds een bestaande SLA waar u mee werkt die als leidraad kan dienen? Zo ja, kan deze gedeeld worden? Zijn wij vrij om een SLA vorm te geven? Zijn er vanuit jullie richtlijnen over wat er in de SLA dient te staan?	Wij vragen een SLA aan inschrijver. U kunt daarin uw eigen toezeggingen en onze eisen combineren tot een handzaam overzicht.
17	Vormvereisten opleveren documenten	Bij Werkwijze, Samenwerking en Duurzaamheid verwijzen jullie voor de op te leveren pdf naar de vormvereisten. Wat zijn de vormvereisten voor de pdf?	Zie paragraaf 2.12 van het aanbestedingsdocument.
18	Onderdelen voor inschrijving	Bij de onderdelen inschrijvingen worden 4 elementen genoemd waarvan 1 optioneel: Aanbiedingsbrief, UEA, antwoorden op de open vragen en het prijzenblad. Kunt u bevestigen dat bij het sluiten van de inschrijftermijn beantwoording van het media plan niet nodig is?	Dat is correct, zie ook antwoord 4.
19	Media plan	In het mediaplan staat de volgende zin: Het totale budget is € 400.000,-, budget Open Dag promotie is € 100.000,- per open dag (3 per jaar, oktober, januari en maart) en always-on campagne is € 100.000,-. Zijn wij vrij om de budgetten naar wens anders te verdelen en te optimaliseren, waarbij de verdeling tussen de open dagen en de always-on anders zal gaan worden?	Dit is indicatie, deze bedragen zijn een richtlijn

20	Doelstellingen Media plan	In het media plan staan de volgende doelstellingen: • Naamsbekendheid vergroten (awareness) - o Aandacht onder de doelgroepen, zodat ze weten dat er een Open Dag/Evenement is. - o Zichtbaarheid in het straatbeeld/school verhogen. - o Gedurende het hele jaar zichtbaarheid bij studiekeizers online. • Stijgende lijn in de bezoekersaantallen Open Dag en toename traffic naar de website van Albeda (conversie) - o Het bereiken en ontvangen van de gewenste doelgroepen en hun ouders. Graag ontvangen wij meer achtergrond bij deze doelstellingen? Is er een nulmeting voor de naamsbekendheid? Hoe is de huidige naamsbekendheid onder de verschillende doelgroepen? Wanneer zijn jullie tevreden? Aandacht is een ruim begrip, hoe gaan jullie dit meten en wanneer is dit een succes? Zelfde vraag voor zichtbaarheid. Vwb de bezoekersaantallen, kunnen jullie cijfers uit (recente) verleden delen, inclusief de gewenste groei? Tevens graag de traffic cijfers naar de website delen.	De naam Albeda is goed bekend in Rotterdam en omgeving echter wil Albeda dit behouden en zorgen voor nog meer bekendheid. Momenteel is het enige wat Albeda meet het aantal bezoekers tijdens de Open Dagen en hoeveel kliks een post heeft. Albeda wil dus meer gaan meten en inzicht krijgen in waar bezoekers heen gaan vanuit een post op de website en wat ze dan bezoeken en wanneer ze afhaken. Als dit geheel verbeterd zal het resultaat beter kunnen omdat Albeda dan weet wat er online speelt en waar mensen afhaken en dan zouden er misschien verbeteringen of veranderingen moeten worden doorgevoerd op bijvoorbeeld de website. Voor cijfers zie reactie op vraag 15.
21	Albeda Media inkoop Document 2024-06-25	N.a.v. paragraaf 1.2: Kunt u aangeven wat de huidige verhoudingen zijn tussen de verschillende mediakanalen?	Exacte verhouding is niet bekend
22	Inkoopdocument, par 1.2	U geeft aan dat u graag jaarafspraken wilt maken met media-exploitanten. Kunt u hiervoor, om hier het optimale resultaat uit te halen, inzicht geven wat er in een jaar gepland wordt aan media-inzet?	Per Open Dag doet Albeda momenteel ongeveer het volgende: Abri's op straat (bushokjes), Metro stations, Mupi's Metro Stations, NS stations, Schoolboards, Digitale Billboards, h.a.h. advertenties etc en dan nog stukje online.
23	Inkoopdocument	N.a.v. paragraaf 1.2: Hoe is de vormgeving van media georganiseerd bij Albeda College. Voert u dit in eigen beheer uit of heeft u hiervoor een andere partij gecontracteerd?	Andere partij gecontracteerd
24	Inkoopdocument	N.a.v. paragraaf 1.2.4: Wat is de (juridische) relatie tussen het Albeda en TCR?	Albeda is mede initiatiefnemer van het TCR en vanuit de taakverdeling verantwoordelijk voor onder andere marketing en communicatie.
25	Inkoopdocument	N.a.v. paragraaf 1.2.6: De doelstelling van deze aanbesteding is een samenwerking aan te gaan. Kunnen wij ervan uitgaan dat u de opzeggelijkheid alleen gebruikt in zwaarwegende gevallen?	Ja.

26	Inkoopdocument	N.a.v. paragraaf 1.2.8: Het Albeda College is op zoek naar een samenwerkingspartner. Een eenzijdige boetebetaling past niet bij een partnerschap. Wanneer u het boetebeding wilt behouden, dan stellen wij voor deze bepaling wederkerend te maken. Kunt u hiermee instemmen?	We hebben geleerd dat in sommige gevallen een boete de enige manier is om een opdrachtnemer te bewegen te doen wat is afgesproken. De mogelijkheid blijft bestaan, maar we hopen en streven ernaar geen boete op te leggen.
27	Inkoopdocument, paragraaf 1.2.8	N.a.v. paragraaf 1.2.8: Het boetebedrag kan in veel gevallen buitenproportioneel hoog zijn. Hoe is het Albeda College gekomen tot het bedrag van € 2.500,-?	Dat is een inschatting van wat nodig is om een onwelwillende opdrachtnemer te bewegen alsnog te doen wat is afgesproken zonder de overeenkomst te hoeven ontbinden. Het betreft overigens een maximum bedrag.
28	Inkoopdocument, PvE	N.a.v. paragraaf 4.1, eis 9: Welke inbreng kan Opdrachtnemer verwachten van het Albeda College bij het opstellen van het mediaplan?	Ten behoeve van de inschrijving doet Albeda niets in het opstellen van het media plan. In de praktijk (na gunning) wordt uiteraard in samenwerking gestreefd naar het best haalbare resultaat.
29	Inkoopdocument, PvE	N.a.v. paragraaf 4.1, eis 12: Kunt u aangeven welke frequenties u passend vindt bij de verschillende overlegvormen?	strategisch eenmaal per jaar, tactisch eenmaal per kwartaal en operationeel naar behoefte.
30	Inkoopdocument, PvE	N.a.v. paragraaf 4.1, eis 40 en 41: Een indexering is bedoeld om prijsverschommelingen op te vangen, zowel voor de opdrachtgever als de opdrachtnemer. Hiervoor hanteert u een duidelijke CBS-index. Waarom begrensd u de indexering op maximaal 5%?	Dat is beleid van Albeda.
31	Inkoopdocument, PvE	N.a.v. paragraaf 4.1, eis 40 en 41: Kunt u bevestigen dat een gemotiveerd voorstel voor indexeren alleen de berekening van de genoemde index in eis 40 is?	Ja, in de meeste gevallen zal dat volstaan.
32	Inkoopdocument, gunningscriterium 1	N.a.v. paragraaf 4.2, werkwijze: Kunt u aangeven welke doelgroepen u specifiek wilt bereiken via media campagnes?	Zowel onze toekomstige studenten als ook zo ouders en verzorgers van deze studenten
33	Inkoopdocument, gunningscriterium werkwijze	N.a.v. paragraaf 4.2, werkwijze: Is het toegestaan om één bijlage bij te voegen waarin het dashboard getoond kan worden?	Ja, mits het totaal past binnen het maximaal aantal pagina's van 3.
34	Inkoopdocument	N.a.v. paragraaf 5.3: Kunt u bevestigen dat de consensuscores alleen kunnen bestaan uit de volgende scores: 100%, 75%, 50%, 25% of 0% en dat gemiddelde scores niet mogelijk zijn?	Dat is correct.

35	Inkoopdocument	N.a.v. paragraaf 5.3: U geeft aan dat inschrijvingen als minimale score de helft plus 1 moeten behalen. Betekent dit dat minimaal 26 punten moeten worden gescoord om in aanmerking te komen voor de opdracht (en de presentatie, hier voorafgaand)?	Inschrijvers dienen voor de antwoorden op open vragen tenminste 21 punten te scoren om in aanmerking te komen voor gunning. Bij een lagere score wordt de prijs niet beoordeeld. Daarnaast geldt dat het ook nog mogelijk moet zijn om de opdracht gegund te krijgen na presentatie. Als het verschil in punten met de als beste gerangschikte inschrijving (na beoordeling van antwoorden op open vragen en de prijs) zo groot is dat het niet zinvol is een inschrijver te laten presenteren zal dat ook niet gebeuren.
36	Inkoopdocument	N.a.v. paragraaf 5.3: De maximaal te behalen score van prijs en kwaliteit is 110 punten. Klopt dat?	Zie de tabel in 5.5 van het aanbestedingsdocument. Alle punten samen tellen op tot 100.
37	Inkoopdocument, N.a.v. paragraaf 5.4	Kunt u een voorbeeldberekening geven van de scoreformule voor prijs?	een rekenvoorbeeld is gepubliceerd bij deze nota.
38	Inkoopdocument, puntentelling totaalscore	N.a.v. paragraaf 5.5: De scores voor samenwerking en duurzaamheid wijken af van wat eerder in de leidraad genoemd staat (15 punten of 10 punten). Kunt u aangeven wat juist is?	De cijfers in paragraaf 5.5 zijn leidend.
39	Algemene voorwaarden, artikel 23	N.a.v. algemene voorwaarden, artikel 23: Kunt u bevestigen dat van verzuim alleen sprake is als de fatale termijn niet is behaald door verwijtbaarheid aan Opdrachtnemer?	Ja.
40	Prijzenblad	N.a.v. prijzenblad: De inschrijfprijs wordt bepaald op basis van een optelling van de uurtarieven en de bureaucommissie. In het Inkoop Document beschrijft u dat de uurtarieven en de bureaucommissie separaat worden beoordeeld respectievelijk met 5 en 15 punten. Wat is juist?	Zie antwoord 3.