

Nota van inlichtingen 1 – Marketing en communicatiediensten – SintLucas

Begin nota van inlichtingen:

Nr.	Pag.	Par.	Vraag	Antwoord
1.	nvt	nvt	Kunt u aangeven hoe het team van interne stakeholders is samengesteld?	Deze commissie bestaat uit een afvaardiging van functionarissen (adviseurs (corporate en werving) en management) van de afdeling Marketing & Communicatie. Zie ook het antwoord op nota vraag 15.
2.	Nvt	nvt	Kunt u iets meer vertellen over uw huidige communicatie strategie?	Voor de wervingsstrategie van leerlingen , studenten en cursisten is onze strategie gebaseerd op het See, Think, Do, Care model waarbij per fase doelen worden gesteld en middelen/campagne en contentstrategie worden bepaald waarbij gekeken wordt naar de primaire doelgroep en mogelijk intermediairs. Via pdca-cyclus wordt strategie aangepast.
3.			In hoeverre wordt er waarde gehecht aan het samenwerken met een bureau dat binding heeft met de regio's Noord-Limburg, Den Bosch, Tilburg en Eindhoven?	Dit kunnen we niet voorschrijven in deze Europese aanbesteding
4.			Heeft het nieuwe label NEXT ook een brand book of document met de merkbeschrijving en positionering? Zo ja, kan deze bij tender documenten toegevoegd worden?	Ja dit is aanwezig, dit wordt gedeeld in de volgende fase van de aanbesteding.
5.			Heeft een extern bureau het label NEXT ontwikkeld?	Ja, dit heeft een extern bureau gedaan.
6.			Is er marktconsultatie geweest voorafgaand aan deze tender?	Nee dit heeft niet plaatsgevonden.
7.			De streefdatum voor de start van de overeenkomst valt vlak voor de schoolvakantie. Is dit moment bewust gekozen? Zijn er op dit moment genoeg collega's aanwezig om werkzaamheden mee op te starten?	Orientatie is nog voor de vakantie met Opdrachtgever, verdere uitwerking zal door Opdrachtnemer in de vakantie plaatsvinden. Het contract loopt af op dit moment.
8.			Wat betreft creatie wordt verwacht dat er samen met (oud) SintLucas studenten wordt samengewerkt. Is hier al een structuur voor bedacht? Zo ja, hoe ziet deze er uit? Zo nee, wordt van ons verwacht dat wij deze op gaan zetten en de coördinatie met deze studenten regelen?	Er is geen vaste structuur, dit is afhankelijk van de opdracht. Dit wordt in overleg gedaan met het bureau. SintLucas doet de coördinatie.
9.			Er wordt aangegeven dat media inkoop en SEA/Social advertising een vast onderdeel van deze aanbesteding is. Is er al ervaring mee voor NEXT of SintLucas in het algemeen voor werving van nieuwe studenten? Op welke manier en met welk bureau wordt dat nu	Er is ruime ervaring voor SinLucas op het gebied van media inkoop, SEA/Social advertising. Dit wordt nu uitgevoerd door het bureau. Resultaten en budgetten zullen in deze fase niet gedeeld worden. Voor NEXT is vorig jaar gestart met Social advertising/SEA.

		gedaan? Kunnen er al resultaten gedeeld worden? Welke budgetten zijn hier nu jaarlijks voor begroot?	
10.		Welke tools/software zijn toegepast om datagericht te werken op dit moment? Is de verwachting dat wij hier ook mee werken of zijn we vrij om eigen tools te gebruiken?	Oprachtgever gebruikt de tools van de platformen waarop geadverteerd wordt. Aanvullende tools zijn bespreekbaar en worden in de volgende fase van de aanbesteding verder verkend.
11.		Kan er voor beide selectiecriteria hetzelfde project ingediend worden als dit beide doelgroepen bedient?	Ja dit is mogelijk.
12.		Binnen de scope van de opdracht valt conceptontwikkeling, hierin worden offline middelen beschreven. Kan hier binnen de opdracht ook aan een fysieke belevenis activatie (event) worden gedacht of heeft dit voornamelijk betrekking op print/poster/abri campagnes?	De focus heeft print/poster/abri campagnes. Ter versterking van de campagne kan een fysieke belevenis tot de mogelijkheden behoren. Dit wordt in de volgende fase van de aanbesteding verder verkend.
13.		Welke databronnen zet SintLucas momenteel in voor (online) dataverzameling en analyse?	Zie het antwoord op nota vraag 10, en daarnaast onder andere de aanmeldingen van de open dagen, emailmarketing en leads vanuit de interessetest.
14.		Kunt u inzicht geven in de advertentiebestedingen van SintLucas in de afgelopen vier jaar?	In de afgelopen jaren was dit voor vier jaren circa 60.000 euro voor het online mediabudget (voor het mbo (merendeel) en het vmbo) Voor NEXT is nu één flight uitgevoerd en was het budget 3.000 euro. Aan de gestelde bedragen kunnen geen rechten worden ontleend.
15.		Welke specifieke rollen nemen plaats in de beoordelingscommissie? 10. Wat is de verhouding tussen interne en externe betrokkenen in de beoordelingscommissie?	Zie het antwoord op nota vraag 1. De beoordelingscommissie bestaat uit allemaal interne betrokkenen.
16.		Welke (online) data heeft SintLucas momenteel inzichtelijk? Van welke (markt)data maakt NEXT momenteel gebruik? Is aanbestedende dienst bereid deze data te delen met inschrijver tijdens aanbestedingsprocedure?	Zie het antwoord op nota vraag 13. Als dit benodigd blijkt tijdens de volgende fase van de aanbesteding zal informatie gedeeld worden.
17.		Wat is naar uw inschatting de verhouding tussen de hoeveelheid werkzaamheden voor SintLucas en voor NEXT?	De startpositie is 3/4e voor SintLucas en 1/4e voor werkzaamheden van NEXT.
18.		Wat is de reden dat de aanbestedende dienst een nieuw merk heeft geïntroduceerd onder de naam 'NEXT'? Wat zijn de toekomstambities met dit aparte label voor professionals?	Dmv NEXT geven we invulling aan de ambitie en de vraag vanuit de overheid met betrekking tot leven lang ontwikkelen. Daarnaast hebben we gekozen voor een apart Label NEXT omdat dit een andere doelgroep betreft en een ander label is dan regulier mbo onderwijs.
19.		U geeft aan dat het onderhouden van de website 'in principe' geen onderdeel uitmaakt van de scope van deze opdracht. Wat is de reden voor deze nuance en waarom houdt u de deur op een kier?	Nee dit is geen onderdeel van de opdracht. Een samenwerking ziet op afstemming over bijvoorbeeld de huisstijl of bepaalde uitingen en campagnes.

			Welke samenwerking ziet u in deze situatie tussen inschrijver en Gewest13?	
20.			Pagina 12 Selectiecriteria 1: Ervaring met invulling van de klantvraag: wat wordt precies verstaan onder het begrip 'out-of-the-box'?	Een verrassende, creatieve invulling die past bij de opdrachtgever.
21.			Pagina 5 Creatie: werkt het nieuw aan te stellen bureau ook samen met (oud-)SintLucas studenten?	Zie het antwoord op nota vraag 8.
22.			Pagina 7 Percelen: Werkt SintLucas op dit moment voor haar marketing en communicatie met meerdere partijen? Zo ja, welke partijen zijn dit?	Nee.
23.			Wat is de aanleiding/ reden voor het uitschrijven van deze aanbesteding?	Het aflopen van de huidige overeenkomst en de aanbestedingsplicht.
24.	94-100	5.5	De focus in de selectieleidraad ligt op het selecteren van een geschikte partner op basis van kwaliteit en ervaring, zoals blijkt uit de uitgebreide selectiecriteria op pagina's 94 t/m 100. Is een prijslijst voor diensten niet een passende aanvullende bijlage? Of wordt prijs pas meegenomen in de besluitvorming tussen de partijen die in staat zijn de opdracht kwalitatief uit te voeren?	Opdrachtgever kan de verwijzing naar pag. 94-100 niet herleiden. De prijs uitvraag wordt meegenomen in de volgende fase van de aanbesteding.
25.	5/6	2.2	Hoe voorziet u de verhouding tussen de verschillende werkzaamheden die u benoemt, zoals advies, creatie en uitvoering?	Dit is lastig te benoemen, en erg afhankelijk van de fase en resultaten van de opdracht. De verwachting is dat concept en creatie de overhand heeft.
26.	5	2.2	U noemt 'brochures' en (elders in het document) 'bilboards' als voorbeelden van offline middelen. Kunt u nog wat meer voorbeelden geven van offline middelen die u veelvuldig inzet?	Dit kunnen ook banners, posters of abri's zijn. Op dit moment ligt de focus op online maar de expertise van partijen wordt hierin uitgevraagd (in de volgende fase van de aanbesteding).
27.	5	2.2	Wat is naar verwachting de balans in het aandeel on- en offline content die gerealiseerd dient te worden?	Zie het antwoord op notavraag 26.
28.	5	2.2	Hoe voorziet u de verhouding tussen 'planbare' werkzaamheden en 'acute' werkzaamheden?	Naar verwachting, op basis van ervaring, is 80% van de werkzaamheden planbaar.
29.	6	2.2	U geeft aan dat ook content- en communicatieuitingen ontwikkeld worden in samenwerking met (oud)studenten. Is hoeverre is dit geïntegreerd in, of juist losstaand van, de samenwerking die u zoekt?	Zie notavraag 8
30.	6	2.2	Is gebruik van Tik Tok toegestaan namens opdrachtgever wanneer het bijdraagt aan de te behalen doelen (bereik 14 tot 24 jarigen)?	Ja, dit is toegestaan.

31.	6	2.2	Bedoelt u met gecontracteerde partij, de winnaar van deze aanbesteding of een derde partij?	De winnaar van deze aanbesteding.
32.	7	2.6	Is de opdrachtwaarde van €1.200.000 voor een looptijd van 3 jaar? Is dit dus exclusief den optie jaren?	Nee de maximale waarde is inclusief alle optie jaren. U verwacht de mogelijke opdrachtwaarde met de maximale waarde vanuit de aanbestedingswet. De maximale waarde dient Aanbestedende dienst op te nemen na uitspraak van HvJ van de EU. Bij het bereiken van de maximale waarde eindigt de raamovereenkomst (ongeacht de resterende looptijd). Opdrachtnemer kan geen enkele rechten ontlene n aan deze maximale waarde. De historische waarde over de afgelopen vier jaren geeft een beter beeld voor de verwachte uitgaven binnen deze overeenkomst, echter ziet dit op het verleden en kunnen geen rechten worden ontleend voor de komende contractduur.
33.	7	2.6	De maximale waarde is een verdubbeling van de geraamde waarde. Verwacht u ook dat de inzet van marketing- en communicatiediensten de komende jaren zal toenemen?	Zie ook notavraag 32.
34.	9	4.2 en 5.4/5.5	Er zijn enkele onduidelijkheden over de referenties en de te gebruiken sjablonen/formulieren. Onze vragen hierover zijn als volgt: - Is het correct dat het bijgevoegde referentieformulier (Bijlage 1) enkel bedoeld is voor het aantonen van de kerncompetenties? - Klopt het dat wij voor het beschrijven van de gevraagde ervaringen t.a.v. de selectiecriteria een 'eigen format' moeten hanteren? - Zo ja, zijn er specifieke richtlijnen of vormvereisten voor dit format? - En hoe borgt u hiermee een level playing field?	Er is een aangepast bijlage 1 geupload bij deze nota. U kunt dit aanhouden voor de kerncompetentie en voor de selectiecriteria.
35.	9	4.2	Bij de in te dienen documenten zijn wij nergens een beschrijving van het bureau staan. Wij denken dat het waardevol is om het profiel van het bureau te schetsen, evenals de aanknopingspunten met de selectieleidraad. Hoe denken jullie hierover? Is hier ergens ruimte voor, bijvoorbeeld in de referentieformats?	U dient uw expertise en aanpak toe te lichten via de referentieprojecten. Dit is wat beoordeeld zal worden tijdens de selectiefase.
36.	10	5.2	U schrijft: "De aanbestedende dienst nodigt maximaal vijf gegadigden uit voor het indienen van een inschrijving." Kunt u inzicht geven in de gunningsfase en de gunningscriteria die u hanteert? Dit stelt gegadigden in staat een weloverwogen	Het gaat in de gunningsfase om de criteria prijs en kwaliteit. De kwaliteit zal uitgevraagd worden door (naar verwachting) 3 a 4 open vragen van gemiddeld max 2 a4. Daarnaast dient een casus uitgewerkt te worden die raakt aan concept en creatie

			afweging te maken met betrekking tot het gevraagde werk en de daarvoor benodigde investeringen.	voor de opdracht bij SintLucas. De prijs zal worden uitgevraagd via een prijzenblad met o.a. uurtarieven.
37.	10	5.2.1	U spreekt over vormvereisten. Zijn er voor de referenties specifieke vormvereisten zoals het aantal pagina's?	Nee
38.	10	5.3	Hoeveel personen beoordelen in de selectiefase?	Zie het antwoord op notavraag 1 en 15.
39.	10	5.2.8	Na de selectiefase volgt de inschrijffase, kunt u op hoofdlijnen aangeven wat deze tweede fase inhoudt?	Hierin wordt middels een beste prijs – kwaliteitverhouding bepaald welke partij het beste kan voldoen aan de vraag en doelstellingen van Opdrachtgever. Zie ook het antwoord op notavraag 36.
40.	11	5.4	In het onderdeel 'Bewijsstukken' staat omschreven dat na de voorlopige selectiebeslissing, de voorlopig gegunde inschrijver de gevraagde bewijsstukken (zie checklist) dient in te leveren binnen 10 kalenderdagen. In deze checklist staat wederom de referentieverklaring. In hoeverre wijkt deze af van het format dat nu al is aangeleverd om de kerncompetenties aan te tonen tbv de selectiecriteria in deze 'voor-fase'? Het lijkt wat dubbelop te zijn?	Ter verduidelijking gaat het voor de bewijsstukken om de kerncompetentie. De beoordeling vindt plaats op de selectiecriteria, deze referentieverklaringen dienen wel bij inschrijving te worden ingediend.
41.	11	5.4	De selectieleidraad vermeldt dat mediainkoop in overleg plaatsvindt, door SintLucas zelf of door de gecontracteerde partij. De aankondiging van de opdracht vereist echter ervaring met social advertising als kerncompetentie. Kunt u verduidelijken wie verantwoordelijk is voor de inkoop van media, inclusief social media advertising?	Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor de inkoop van media, uit naam van opdrachtgever en na afstemming en goedkeuring van Opdrachtgever.
42.	11	5.4	Kunt u bevestigen dat het is toegestaan om Sint Lucas als referent te gebruiken?	Dit is toegestaan.
43.	12	5.5	Voor selectie criterium 1 & 2: Mogen er meerdere referenties per criterium ingestuurd worden?	Nee, u dient zelf te bepalen welke referentie het beste voldoet aan de gestelde criteria.
44.	12	5.5	Over de selectiecriteria: de referenties dienen niet ouder dan 3 jaar te zijn. Hoe streng wordt hier op beoordeeld als de referentie voor 100 procent past in de selectiecriteria?	Dit is een eis.
45.	12	5.5	Mogen er voorbeelden van campagnes toegevoegd worden bij de referenties?	Ter verduidelijking van het selectiecriteria is dit akkoord, met een maximum van totaal 3 A4 per referentie.
46.	12	5.5	Zijn er vormvereisten (bijvoorbeeld in aantal pagina's) gesteld in de wijze hoe de selectiecriteria aangetoond mogen worden?	Er zijn maximaal 3 A4 toegestaan
47.	12	5.5	Voor een gelijk speelveld stellen wij voor om voor iedereen hetzelfde aantal pagina's (bijvoorbeeld 3 A4) te hanteren, zodat	Zie het nota antwoord 46.

			appels met appels vergeleken kunnen worden. Kunt u een maximum aantal pagina's vaststellen?	
48.	12	5.5	<p>Wij werken in een aantal gevallen al meer dan drie jaar succesvol samen met klanten die we mogelijk als referentie willen opgeven. Dit betreft ook samenwerkingen die nog lopen, maar waarbij al concrete resultaten zijn behaald, hoewel de 'hoofdopdracht' nog niet is afgerond. Onze vragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Is het toegestaan om referenties te gebruiken die nog niet volledig zijn afgerond? - Mogen opdrachten langer dan 3 jaar geleden gestart zijn, mits de opdracht nog steeds doorloopt? 	<p>Dit is mogelijk als de resultaten al wel aantoonbaar zijn.</p> <p>Het is toegestaan om lopende opdrachten die langer lopen dan drie jaar geleden op te nemen als referent.</p>
49.	13	5.5	<p>Begrijpen we goed dat u bij uw referentie naar 'incompany-opleidingmogelijkheden' doelt op opleidingsmogelijkheden bij een opdrachtgever?</p>	<p>Het gaat om de opleidingsmogelijkheden van Opdrachtgever. Ter verduidelijking; het gaat om het aantrekken van nieuwe deelnemers voor trainingstrajecten, cursussen, en/of incompany-opleidingsmogelijkheden.</p>
50.	13	5.5	<p>Selectiecriteria 2 ervaring in werving professionals: Om het maximale aantal punten te behalen dient de gegadigde ervaring te hebben met "het opzetten van <...> campagnes die <...> specifiek in het publieke domein, <...></p> <ul style="list-style-type: none"> - Wat bedoelt u met de voorwaarde "specifiek in het publieke domein"? - En als u doelt op een opdrachtgever in het publieke domein: bent u bereid om deze beperkende voorwaarde te laten vervallen en/of te wijzigen naar "onder andere / waaronder ervaring in het publieke domein"? 	<p>Het gaat om een opdrachtgever in het publieke domein. Nee deze blijft gehandhaafd voor deelgebied niveau 4. Gegadigde wordt hierop niet uitgesloten, het staat gegadigde vrij om een referentie in te dienen buiten het publieke domein wat verder aan de criteria voldoet uit niveau 1-3.</p>
51.	12 én 13	5.5	<p>Naar welke verhouding voorziet u, binnen de scope van de beoogde werkzaamheden, in de communicatie naar het aantrekken van scholieren en het werven van professionals?</p>	<p>Zie het antwoord op nota vraag 17.</p>
52.			<p>Over de referentiebeschrijving; hoeveel tekens mogen hier gebruik worden in het format?</p>	<p>Dit wordt niet voorgeschreven</p>
53.	1 t/m 4	nvt	<p>Zijn er stijleisen verbonden aan het invullen van het referentiedocument? Is er bijvoorbeeld een maximaal aantal woorden of pagina's, en is het toevoegen van foto's en/of (links naar) video's toegestaan?</p>	<p>Zie het antwoord op notavraag 45 en 46.</p> <p>Het is niet toegestaan of links en/of verwijzingen naar aanvullende informatie op te nemen in de referentieverklaringen.</p>

54.	2	C	Is er een maximaal aantal woorden voor de beschrijving van de referentie-opdracht?	Nee dit wordt niet voorgeschreven
55.	3	n.v.t.	Op het formulier is ruimte om twee kerncompetenties te beschrijven, terwijl in het selectiedocument wordt gevraagd om één kerncompetentie. Betreft dit een omissie?	Het format is hierop aangepast en kunt u gebruiken voor zowel de kerncompetenties als de selectiecriteria.
56.	2	10.1	Kunt u bevestigen dat van verzuim alleen sprake is als dit verwijtbaar is aan Contractant?	Dit is correct.
57.			Kunt u bevestigen of de juiste inkoopvoorwaarden van zijn toegevoegd aan de aanbestedingsdocumenten? Wij vermoeden namelijk dat dit de verkeerde zijn (ROC ter AA)	Dit is dan niet correct. Echter de inhoud blijft gelijk, dit zijn de FSR voorwaarden 4.0, versie oktober 2021. Echter is onverhoopt het logo van ROC Ter AA toegevoegd. De juiste versie wordt bij deze nota opnieuw gepubliceerd.

Bijlage:

- Bijlage 1 Format referentieverklaring
- Bijlage 2 Algemene inkoopvoorwaarden FSR

Einde nota van inlichtingen: