

Bijlage 7 - Kwaliteit (gunningcriteria)

Referentienummer FIR25COM.

Om de kwaliteit en toegevoegde waarde van de Inschrijver(s) te kunnen beoordelen dient Inschrijver zijn kwaliteit aan te tonen en meerwaarde uit te werken conform onderstaande criteria. Dit onderdeel heeft als doel vast te kunnen stellen of de Inschrijver beschikt over voldoende kwaliteit en capaciteit om de nadere opdrachten uit deze onderhavige aanbesteding te kunnen uitvoeren. Alle uitwerkingen en beantwoording van een Inschrijver dienen realistisch en uitvoerbaar te zijn. Een gunning van het ingediende zal nimmer leiden tot een verplichte afname van datgene wat Inschrijver heeft ingediend.

NOTE: Iedere uitwerking en beantwoording moet betrekking hebben op de scope en op de organisatie van de Opdrachtgever. Daarnaast: alles wat Inschrijver aan kwaliteit biedt dient volledig bij de prijzen van de Inschrijver te zijn inbegrepen!

Bij de inschrijving moeten de volgende onderdelen worden ingediend:

Schriftelijke beantwoording open vragen: Inschrijver beantwoordt de gestelde open vragen conform deze bijlage.

OPEN VRAGEN

Om de kwaliteit van een Inschrijver te kunnen beoordelen heeft de Aanbestedende dienst gekozen voor de beoordelingsmethodiek 'gunnen op waarde'. Per open vraag zal de beoordelingsgroep een waarde toekennen. Hoe meer toegevoegde waarde en/of kwaliteit een Inschrijver biedt, hoe hoger zij op het onderdeel kwaliteit scoort (meer € waarde).

De Aanbestedende dienst heeft in haar beoordelingen als minimale norm 'matig' als uitgangspunt gekozen. Indien lager ('onvoldoende') wordt gescoord volgt er een uitsluiting van verdere deelname. Inschrijver mag ervan uitgaan dat indien er daadwerkelijk onvoldoende is gescoord, maar ook indien lager dan het maximale gescoord wordt en dus alles wat hiertussen valt, de Aanbestedende dienst haar beoordeling zal motiveren.

Alle leden van de beoordelingsgroep krijgen een scoreblad waarop zij de beoordeling van de open vragen onafhankelijk van elkaar zullen beoordelen en invullen. Na de onafhankelijke beoordeling zal de beoordelingsgroep op basis van CONSENSUS de eindscore op de beantwoording van de open vraag vaststellen. De beantwoording zal worden beoordeeld conform onderstaand kader:

| | |
|--------------------|--|
| Uitmuntend | <i>In de beantwoording van de Inschrijver wekt zij zeer veel vertrouwen, het antwoord is uiterst helder en begrijpelijk geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een uitmuntend resultaat en de beantwoording <u>overstijgt de verwachtingen</u>.</i> |
| Goed | <i>In de beantwoording van de Inschrijver wekt zij vertrouwen, het antwoord is helder en begrijpelijk geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een goed resultaat en de beantwoording overstijgt de verwachtingen niet, maar voldoet hieraan.</i> |
| Voldoende | <i>In de beantwoording van de inschrijver wekt zij niet meer dan voldoende vertrouwen, het antwoord is minder helder en begrijpelijk geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een voldoende resultaat, maar de beantwoording kent 1 of 2 punten van verbetering.</i> |
| Matig | <i>In de beantwoording van de inschrijver wekt zij maar een matig vertrouwen, het antwoord is matig concreet geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een matig resultaat, of de beantwoording kent meer dan 2 verbeterpunten, maar maximaal 5 verbeterpunten (meer dan 5 verbeterpunten is automatisch onvoldoende en zal leiden tot uitsluiting).</i> |
| Onvoldoende | <i>In de beantwoording van de Inschrijver wekt zij onvoldoende vertrouwen, het antwoord is onvoldoende helder, onvoldoende concreet en is onvoldoende begrijpelijk geformuleerd. De beoordelingscommissie is van mening dat dit zal leiden tot een onvoldoende resultaat en de beantwoording slaat hier overduidelijk 'de plank mis' en de inschrijving zal gemotiveerd worden uitgesloten van verdere deelname.</i> |

De maximaal te behalen waarden per item en per onderdeel treft Inschrijver aan in bijlage 10, welke onderdeel is van de aanbestedingsdocumenten.

Naast de gestelde eisen uit de onderhavige aanbesteding is de Aanbestedende dienst op zoek naar een Opdrachtnemer die haar gedurende de periode van de raamovereenkomst kan voorzien van veel toegevoegde waarde. Hoe meer toegevoegde waarde een Inschrijver biedt, hoe hoger zij op dit onderdeel open vragen scoort. Alle antwoorden van een Inschrijver dienen realistisch en uitvoerbaar te zijn en dienen bij de ingediende prijs op het prijzenblad te zijn inbegrepen, tenzij dit nadrukkelijk anders is vermeld in de vraagstelling. Een honorering van de antwoorden zal nimmer leiden tot een verplichte afname van datgene wat Inschrijver heeft ingediend. **NOTE: de beantwoording moet betrekking hebben op de scope (en ontwikkeling) van de opdracht en op de organisatie van de Opdrachtgever.**

Bij het beantwoorden van de open vragen dient Inschrijver te voldoen aan het volgende:

- Als het maximaal aantal pagina's overschreden wordt zal de beoordelingscommissie alleen het eerste toegestane aantal pagina's beoordelen, afhankelijk van wat er wordt gevraagd. Inschrijver mag een voorblad en een inhoudsopgave toevoegen, deze pagina's zullen niet meegenomen worden in het maximaal aantal pagina's en zullen niet meegenomen worden in de beoordeling.
- U dient de beantwoording van de open vragen toe te voegen bij uw inschrijving via TenderNed als een leesbaar en niet beveiligd **pdf-bestand**.
- In de beantwoording mogen **geen URL's of andere linkjes** zijn toegevoegd die verwijzen naar andere (digitale) omgevingen. Voor iedere url, link of verwijzing naar een ander digitaal platform zal er een waarde aftrek van € 15.000,- van toepassing zijn.

OPEN VRAGEN

1. PLAN VAN AANPAK/AANVANG DIENSTVERLENING ALGEMEEN

Inschrijver dient te beschrijven op maximaal 4 pagina's A4 (toe te voegen via TenderNed), op welke wijze zij de implementatie en de overgang van de huidige naar de toekomstige situatie gaat managen. Inschrijver beschrijft daarbij minimaal:

- Welke inspanningen (uitgedrukt in uren, middelen en functies) er van de Opdrachtgever verwacht wordt om te komen tot een gedegen en goed voorbereide samenwerking.
- Welk niveau (functie/CV) en omvang (aantal uren) van professionals zet Inschrijver in om de belangrijke overgangsfase te organiseren?
- Hoe waarborgt Inschrijver de juiste beeldtaal met onderaannemers zoals fotografen en video professionals?
- Op welke wijze borgt Inschrijver dat haar professionals die betrokken zijn bij de uitvoering op de hoogte zijn en blijven van de uitgangspunten van deze aanbesteding en de door Inschrijver aangeboden kwaliteit?

Inschrijver ligt dit toe (zonder te wijzigen of aan te vullen) bij de persoonlijke toelichting.

2. MARKTCONFORME PRIJSSTELLING

De Opdrachtgever hecht veel waarde aan blijvende marktconforme prijzen met marktpartijen. Marktconforme prijzen richten zich niet alleen op de uurtarieven, maar ook op het aantal uur wat voor een andere opdracht noodzakelijk is. U dient in maximaal 1 A4 te beschrijven (toe te voegen via TenderNed) op welke wijze u invulling gaat geven aan deze vraag toegespitst op de onderhavige opdrachten uit deze aanbesteding. Inschrijver beschrijft daarbij minimaal;

Hoe zij de marktconformiteit van haar diensten gaat waarborgen, waarbij nadere opdrachten voor de Opdrachtgever betaalbaar blijven (geen disproportionele inzet van uren voor een kleine campagne) uitgewerkt in;

- Advies.
- Creatie.
- Projectmanagement zoals communicatie met de Opdrachtgever en onderaannemers.

NB: commerciële uren en accountmanagement (inclusief kwartaalrapportages en evaluaties met betrekking tot de samenwerking) kunnen daarbij niet in rekening worden gebracht.

Inschrijver ligt dit toe (zonder te wijzigen of aan te vullen) bij de persoonlijke toelichting.

3. WIJZIGING VORMGEVING

Inschrijver dient te beschrijven (op maximaal pagina's 2 A4, toe te voegen via TenderNed) op welke wijze zij zou omgaan met de volgende situatie:

De aanlevering van opdrachtspecificaties en de briefing van een nadere opdracht heeft door Opdrachtnemer op juiste wijze (volgens afspraken en overleggen) plaatsgevonden. De Opdrachtgever heeft de oplevering beoordeeld maar dan blijkt dat dit toch niet is wat de Opdrachtgever in gedachten heeft gehad qua vormgeving, beeldtaal en/of creatief concept. Opdrachtgever en Opdrachtnemer zijn van mening dat de oplevering van opdracht specificaties en de briefing juist is geweest. Het resultaat is dat de oplevering technisch door Opdrachtnemer juist is uitgevoerd, echter de creatieve kwaliteit is bij de eerste en tweede oplevering toch niet wat de Opdrachtgever kan accepteren.

Inschrijver dient daarnaast in haar inschrijving aan te geven welk percentage van de waarde van de nadere opdracht **opnieuw** berekend zal worden. Dit percentage is minimaal 0% en maximaal 100%. Daarnaast vindt Opdrachtgever het van belang dat Inschrijver aangeeft hoe zij met dergelijke situaties omgaat en deze in de toekomst maximaal denkt te voorkomen. Inschrijver beschrijft in ieder geval hoeveel nieuwe versies er maximaal worden opgeleverd.

Inschrijver licht dit toe (zonder te wijzigen of aan te vullen) bij de persoonlijke toelichting.

4. DE OPDRACHT: 'WERVINGSCAMPAGNE'

Inleiding opdracht

De Opdrachtgever hecht veel waarde aan een bureau die in staat is een succesvolle wervingscampagne op te zetten. Om dit tastbaar te maken dient Inschrijver onderstaande casus uit te werken en in te dienen bij de inschrijving (toe te voegen via TenderNed).

NOTE: Een **voorwaarde** van deze oplevering is dat Inschrijver geen URL beschikbaar stelt waar de beoordelaars op moeten klikken. De uitwerking moet als geheel fysiek als bijlage bij de inschrijving in TenderNed zijn ingediend.

1. Achtergrond

Bij Firda (en ook andere mbo-instellingen) zien we een groei in het aantal havo-leerlingen dat voor een mbo-opleiding kiest*. Deze havo leerlingen zitten in het 3e, 4e of 5e jaar van de havo. Het zijn leerlingen die hun havo diploma hebben gehaald, maar ook leerlingen die al eerder uitstromen naar het mbo. Dit kan bijvoorbeeld met een overgangsbewijs van 3 naar 4 havo. Leerlingen kiezen voor deze overstap omdat dit type onderwijs beter bij ze past, of omdat ze graag nu aan de slag willen met hun interesses.

Veel ouders/verzorgers van havo-leerlingen zien het mbo niet als een logische vervolgstap. Ze zijn vaak onbekend met het mbo en hebben soms vooroordelen over het niveau en de toekomstperspectieven. Wij willen als Firda deze beeldvorming positief beïnvloeden en ouders/verzorgers activeren in hun rol als begeleider van de studiekeuze.

We weten daarnaast dat ouders/verzorgers belangrijke beïnvloeders zijn tijdens het studiekeuzeproses. Daarom worden ouders/verzorgers als doelgroep binnen onze wervingscampagne altijd apart meegenomen in de targeting en ontwikkeling van marketingmiddelen.

Kijk hier eventueel voor meer informatie over de mogelijkheden voor havisten bij Firda <https://www.firda.nl/jongeren/studeren-bij-firda/van-havo-naar-mbo> .

*<https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2517205-havo-leerlingen-stappen-vaker-over-naar-het-mbo>

<https://www.onderwijsinspectie.nl/actueel/nieuws/2024/11/28/inspectie-bezorgd-veel-uitval-onder-ongediplomeerde-havisten-op-het-mbo>

2. De opdracht

Ontwikkel een campagne voor ouders/verzorgers van havisten op het voortgezet onderwijs in Fryslân en noordelijk Flevoland. Deze campagne loopt naast de huidige wervingscampagne voor jongeren (studiekeizers tot 21 jaar). In de opdracht moeten de volgende zaken tot uiting komen:

- Een door Inschrijver beschreven proces van aanname opdracht tot realisatie; welke afstemming vindt plaats, op welke wijze wordt de debriefing vormgegeven, met wie heeft Firda afstemming over de opdracht.
- Een door Inschrijver uitgewerkt Creatief concept met uitleg hoe de inschrijver tot dit concept is gekomen en waarom hiervoor gekozen is.
- Uitwerking van concept in online en offline middelen.
- Een advies over media inzet.

Doelstellingen campagne:

- De deelname van minimaal 400 havisten op de open dagen op alle locaties.
- Doorbreek het vooroordeel bij ouders/verzorgers dat het mbo "minder" is dan hbo/vwo.
- Informeer ouders/verzorgers over de voordelen van het mbo: baankansen, persoonlijke ontwikkeling, doorstroommogelijkheden naar hbo.
- Activeer ouders/verzorgers in hun rol als begeleiders in het keuzeproces.
- Zorg voor een positieve, trotse houding ten opzichte van het mbo.

Looptijd:

De looptijd van de campagne is: september '25 – juli '26. De open dagen vinden plaats in november en januari.

Doelgroep

Primair: Ouders/verzorgers van havo-leerlingen (15-18 jaar) op het voortgezet onderwijs uit Fryslân en noordelijk Flevoland.

Kenmerken van deze doelgroep:

- Betrokken bij schoolloopbaan, maar niet altijd goed geïnformeerd over het mbo.
- Hechten waarde aan zekerheid, status, toekomstperspectief en persoonlijke groei van hun kind.
- Willen hun kind ondersteunen, maar zijn soms onzeker over de beste keuze.
- Houd rekening met diversiteit binnen de doelgroep (ouders/verzorgers komen uit diverse gezinssamenstellingen en inkomensklassen).

Secundair: Leerlingen uit 3, 4 of 5 havo op het voortgezet onderwijs uit Fryslân en noordelijk Flevoland.

Randvoorwaarden opdracht

- Inschrijver dient een campagneconcept, mediaplan en een planning (wie doet wat wanneer) voor de ontwikkeling van de campagne en de looptijd van de campagne bij de inschrijving in.
- De campagne moet crossmediaal worden ingezet, met zowel online als offline middelen. Inschrijver levert bij de inschrijving op.
- Een ontwerp voor een on- én een offline uiting van deze campagne (deze online uitwerking is naast de onderstaande video). Inschrijver vult dit aan met een toelichting op welke wijze SEA toegepast wordt.
- Minimaal 20 seconden durende video (niet zijnde een animatie). Dit is een onderdeel van de campagne, moet online geplaatst kunnen worden en in te dienen als .MOV-bestand, in dit geval geschikt voor een website.
- Inschrijver levert 1 landingspagina voor deze campagne op, dit mag een PDF oplevering zijn. Inschrijver vult dit aan met een toelichting op welke wijze SEO geoptimaliseerd gaat worden en op welke wijze Firda deze in de website technisch moet implementeren.
- De wervingscampagne moet aansluiten bij de corporate branding van Firda zoals als bijlage toegevoegd bij deze aanbesteding.

3. Campagnebudget

Het totale budget van deze campagne bedraagt € 50.000, - exclusief BTW. Dit is incl. media inkoop (zowel online als offline).

Op het prijzenblad (formulier C) vult inschrijver de fictieve kosten en bijbehorende specificaties voor deze campagne in.

De uitwerking wordt voorzien van het eindbedrag waarvoor Inschrijver deze campagne in zijn geheel zal uitvoeren (inclusief de middelen). In de specificatie van de kosten mogen GEEN uurtarieven beschreven worden waaruit een beoordelaar inzage zou krijgen in het gunningscriterium prijs.

Beoordelingskader opdracht (open vraag 4), zie volgende pagina.

| Subcriteria voor de beoordelingscommissie | Te geven beoordeling | Bijbehorende waarde |
|--|--|---------------------|
| <p>1. Mate van begrip van de opdracht.</p> <p><i>Dit behoeft geen toelichting, dit is ter beoordeling van de commissie.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>2. Mate van het bereiken van de doelstelling.</p> <p><i>Dit behoeft geen toelichting, dit is ter beoordeling van de commissie.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>3. Mate van realistisch/juist voorstel in relatie tot het budget.</p> <p><i>Inschrijver licht toe hoe zij tot een berekening van het budget is gekomen.</i></p> | <p>Haalbaar Niet haalbaar binnen het budget</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>4. Mate van realistisch/juist voorstel in relatie tot de tijdsplanning.</p> <p><i>Inschrijver licht toe hoe zij tot de tijdsplanning is gekomen.</i></p> | <p>Haalbaar Niet haalbaar binnen de planning</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>5. Mate van begrip van de doelgroep in relatie tot de voorgestelde concept/beeldtaal/tekstueel/campagne en realisatie van de doelstelling.</p> <p><i>Tijdens de persoonlijke toelichting zal Inschrijver aangeven hoe en waarom voor dit concept gekozen is in relatie tot de doelgroep en hoe zij hiermee de doelstelling denkt te kunnen behalen.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>6. Mate van begrip van de doelgroep in relatie tot de middelenmix/inzet crossmediale inzet.</p> <p><i>Tijdens de persoonlijke toelichting zal Inschrijver aangeven hoe en waarom voor dit concept gekozen is in relatie tot de doelgroep en hoe zij hiermee de doelstelling denkt te kunnen behalen.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>7. Mate van begrip van de regio Noord in relatie tot de voorgestelde beeldtaal/campagne.</p> <p><i>Tijdens de persoonlijke toelichting zal Inschrijver aangeven hoe en waarom voor dit concept gekozen is in relatie tot de regio Noord.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>8. Mate van creatief vermogen offline oplevering.</p> <p><i>Dit behoeft geen toelichting, dit is ter beoordeling van de commissie.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>9. Mate van creatief vermogen en de toepasbaarheid online oplevering.</p> <p><i>Dit behoeft geen toelichting, dit is ter beoordeling van de commissie.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>10. Mate creatief vermogen video en de mate waarin de video past bij de doelgroep.</p> <p><i>Dit behoeft geen toelichting, dit is ter beoordeling van de commissie..</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>11. De mate van SEA kennis.</p> <p><i>Dit behoeft geen toelichting, dit is ter beoordeling van de commissie.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>12. De mate SEO kennis.</p> <p><i>Dit behoeft geen toelichting, dit is ter beoordeling van de commissie..</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |
| <p>13. De mate van juistheid technische uitvoering van de video.</p> <p><i>Dit behoeft geen toelichting, dit is ter beoordeling van de commissie.</i></p> | <p>Uitmundend Goed Voldoende Matig Onvoldoende</p> | Zie bijlage 10 |

7.1B TOELICHTING OP DE BEANTWOORDING VAN DE OPEN VRAGEN

De Inschrijver zal bij Firda (in Leeuwarden) haar beantwoording op de open vragen (waar expliciet bij staat wat een persoonlijke toelichting behoeft) toelichten. Van de toelichting wordt verwacht dat Inschrijver zelf het initiatief neemt om de beantwoording van de open vragen, zoals Inschrijver deze heeft ingediend, toe te lichten, waarbij dezelfde volgorde aangehouden moet worden. De beoordelaars kunnen aan Inschrijver tijdens deze toelichting verdiepvragen stellen, aan de hand van de beantwoording die bij de inschrijving is ingediend. Inschrijver zorgt ervoor dat zij deze toelichting laat uitvoeren door eigen medewerker(s), die zodanig bekwaam is/zijn dat vragen over de inhoud van de beantwoording van de open vragen eenvoudig beantwoord kunnen worden, waarbij geldt dat diezelfde medewerker(s) na een eventuele voorgenomen gunning de implementatie gaat/gaan verzorgen en de verantwoordelijke contactpersoon is bij de uitvoering van de opdrachten.

De toelichting moet inhoudelijk identiek zijn aan hetgeen wat Inschrijver bij de inschrijving heeft aangeboden en beschreven, er mogen dus geen alternatieve antwoorden en geen aanvulling(en) gegeven worden op de inschrijving, louter een toelichting op de gegeven beantwoording. Eventuele alternatieven en aanvullingen zullen niet leiden tot een aanpassing van de beoordeling. Als bij de persoonlijke toelichting blijkt dat Inschrijver haar beantwoording niet gestand kan doen, de medewerkers (sleutelfunctionarissen) van de Inschrijver de inhoud van de eigen inschrijving onvoldoende kennen dan zal de betreffende Inschrijver op die betreffende open vraag onvoldoende scoren. Inschrijver scoort ook onvoldoende als zij een open vraag niet toelicht.

De persoonlijke toelichting kan ertoe leiden dat de individuele beoordeling van de beoordelaar(s) op de beantwoording van de open vragen positief of negatief aangepast wordt. Na de toelichting en de eventuele aanpassingen op de individuele beoordelingen volgt een consensusoverleg, waarbij het beoordelingsteam in consensus tot een gemotiveerd eindoordeel per open vraag komt. Het consensusoverleg vindt na de toelichting in besloten kring plaats, de Inschrijver is hierbij niet aanwezig.

De installatietijd, het opstarten van de eigen device en voorbereiding zal maximaal 5 minuten duren. Het is NIET de bedoeling dat Inschrijver een bedrijfspresentatie geeft, zij mag zich maximaal 5 minuten voorstellen (niet verplicht), waarna de 45 minuten van de toelichting gaan plaatsvinden. De toelichting, inclusief het stellen van vragen en de beantwoording hiervan, mag maximaal 45 minuten duren.

55 minuten totaal:

- 5 minuten installatie presentatiemiddelen/connectie maken.
- 5 minuten kennismaking/ voorstellen.
- maximaal 45 minuten toelichting van:
 - *open vraag 1*
 - *open vraag 2*
 - *open vraag 3*
 - *open vraag 4 (de opdracht)*

Inschrijver dient deze volgorde tijdens de persoonlijke toelichting aan te houden.

De beoordelaars kunnen tijdens de toelichting verduidelijkingsvragen stellen over de inschrijving en toelichting.

Beoordelingskader

De leden van de beoordelingsgroep zullen eerst onafhankelijk van elkaar de beantwoording van de open vragen beoordelen. Na de onafhankelijke beoordeling zal de beoordelingsgroep op basis van CONSENSUS de eindscore op de beantwoording van de open vragen vaststellen. De toegekende score zal een waarde vertegenwoordigen, deze waarde is te vinden in bijlage 10 en tevens in het beoordelingsformulier bijlage 9. Bij eventuele tegenstrijdigheden tussen bijlage 10 en bijlage 9 is bijlage 10 leidend.