

Firda

Goed je te zien!

Aanbesteding reclamediensten

Dienst MC&PA – Harry van der Molen

3 juni 2025

Leer jezelf
het leven door

Programma

1. Over Firda
2. Aanbesteding
3. Verwachtingen
4. Ons merk
5. Marktbewerking
6. Pauze
7. Vragen
8. Rondleiding

Over Firda



Visie en missie

Iedereen kan
meewerken aan een
betere wereld.

Mensen en de regio
ontwikkelen vanuit een
integraal perspectief:
persoonlijk,
professioneel en
maatschappelijk.

Firda in cijfers

2.800

medewerkers

25.000

studenten

19

locaties

25

studierichtingen

200

opleidingen

Werkgebied

- Fryslân en noordelijk Flevoland
- Studenten komen uit de bredere (met name) **noordelijke regio**
- Studenten van **alle** leeftijden
- Volwassenenonderwijs wordt verzorgd door de collega's van **Firda voor Volwassenen** (BV)



Strategie

- Firda is het centrum voor **toegepaste** kennis.
- Firda biedt **meer dan** vakonderwijs.
- Firda stelt het **maatschappelijk** belang voorop.
- Firda werkt vanuit waardering, **vertrouwen** en verantwoordelijkheid.

Ontwikkelingen

- Aantal jongeren in het werkgebied daalt **fors**.
- Grote **arbeidsmarkttekorten**.
- **Beter imago** van middelbaar beroepsonderwijs.
- Overstap van **havo naar mbo**, van mbo naar hbo.

- **Groei-ambitie** voor volwassenenonderwijs.
- Onderwijsconcept 'Wendbaar en responsief onderwijs'
- Toepassing van **AI in het onderwijs**.

Aanbesteding



Aanbesteding

- De jaarlijkse uitgave aan strategisch marketing- en communicatieadvies maakt dat de dienstverlening moet worden **aanbesteed**.
- Eind maart **2026** eindigt het huidige contract.
- De timing geeft genoeg tijd voor een keuze in het najaar van 2025 en voor een **eventuele overdracht** tussen bureaus in 2026.

Communicatie-uitdagingen

1. Werving van studenten in een krimpende markt. Vervanging van **huidige campagne** voor studiejaar '27/'28.
2. Versterking van de **corporate communicatie** over het merk en de maatschappelijke impact (stakeholders).
3. Toepassing van het ontwikkelde **werkgeversmerk**.
4. Versterkte inzet op **internal branding** en beleidscommunicatie.

Verwachtingen



Verwachtingen van het bureau

- We zoeken een bureau dat aan de **eisen** in de aanbesteding voldoet.
- We zoeken een bureau dat met ons **campagnes** (door)ontwikkelt en de **creatieve** vormgeving en uitvoering daarvan aankan en voor haar rekening neemt.
- We zoeken een bureau dat ons adviseert over nieuwe ontwikkelingen, passend bij de **doelgroep** en de **regio**.
- We zoeken een partner die **intensief** met ons samenwerkt, overzicht houdt, **uitdaagt** en data-gestuurd werkt.

Werkwijze van de dienst

- Medewerkers centraal gehuisvest en medewerkers op de mbo-colleges (locaties) van Firda.
- Medewerkers hebben **zelfstandig** contact met het bureau over opdrachten.
- Accountmanagement loopt via de directeur.
- **Stafdienst** valt rechtstreeks onder het College van Bestuur.
- De dienst werkt met briefings, **planmatig** en data-gestuurd. Planning, **resultaat** en evaluatie zijn belangrijk.

Doelen van de dienst

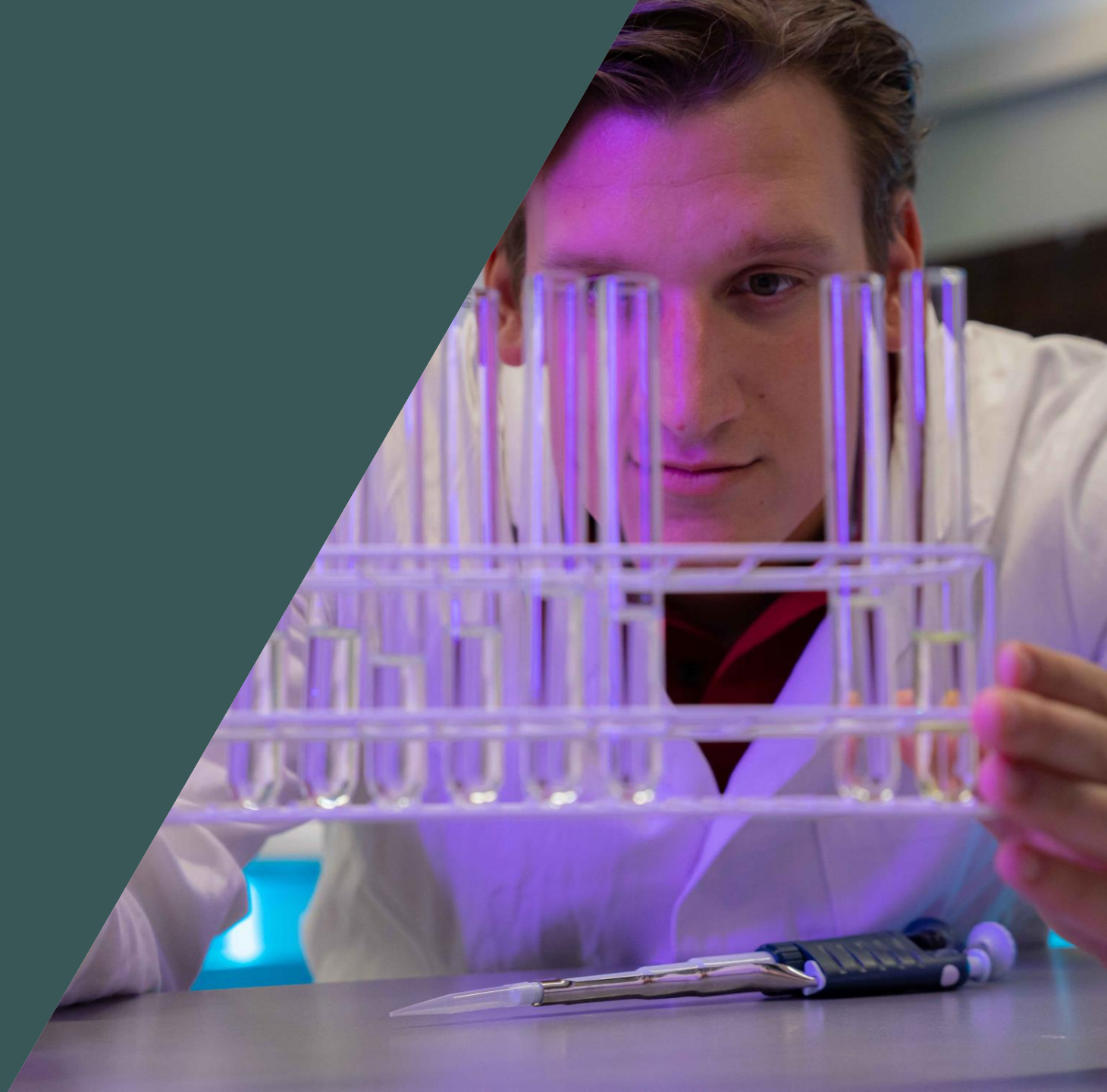
- Alle werkzaamheden dragen bij aan behoud van **marktaandeel**.
- De dienst gebruikt een KPI structuur met subdoelen.
- De realisatie is vastgelegd in **strategieën** en jaarplannen voor de subdoelen.
- Het resultaat wordt **gemonitord** en geëvalueerd.



Visie op communicatie

- Communicatie is **van iedereen**; iedereen heeft een rol. Collega's zijn zelf verantwoordelijk voor hun communicatie en de effecten ervan.
- De dienst MC&PA **ondersteunt** collega's en studenten in het vervullen van die rol.
- Communicatie is **tweerichtingsverkeer**. Het brengt ons samen en laat ons samenwerken.
- We communiceren **begrijpelijk** en **eerlijk** in taal (B1) en beeld, passend bij iedere doelgroep.

Ons merk



Het merk Firda

- **Monolithisch merk**; één naam en één stijl met 5 niveaus.
- Vastgelegd in onze **merkarchitectuur**.
- **Spontane naamsbekendheid** is na een jaar **66%** (geholpen 90%).
- Integraal perspectief en **maatschappelijke impact** centraal.
- Een **merkportaal** met huisstijl manual, beeldbank en Maak-het-zelf.
- **Geen jongerenmerk**, maar mbo voor alle leeftijden.

Eén merk, 5 niveaus

1. Eén moedermerk

Firda

Alle onderdelen van Firda behorend bij het basisaanbod vallen in principe onder het monolithisch merk Firda.

Submerken en endorsementlogo's zijn niet toegestaan.

2. Moedermerk en label

Firda

voor volwassenen

Omdat de volwassenenonderwijsorganisatie van Firda een eigen juridische status heeft, hanteren we voor 'Firda voor volwassenen BV.' naast het moedermerk een label.

3. Leerbedrijven

Naam

Leerbedrijf van Firda

Leerbedrijven van Firda hebben een eigen label. Leerbedrijven van Firda conformeren zich zo veel mogelijk aan de merkidentiteit van Firda. Zo vergroten we de zichtbaarheid en het bereik van onze beweging en dragen we gezamenlijk bij aan een gezond, sociaal en duurzaam Noord-Nederland.

4. Partner in leerbedrijf

Firda

Bij leerbedrijven waarin Firda participeert met andere onderwijsinstellingen of organisaties, is het niet altijd mogelijk om de merkidentiteit van Firda te hanteren. In overleg met de partners wordt gekeken wat haalbaar is.

5. Partner en sponsor

Firda

Voor organisaties die hun eigen merk voeren waarover Firda geen zeggenschap heeft, hanteren we het Firda merkteken als een Partner/sponsor logo.

Merkwaarden



Merkpersoonlijkheid: de Explorer

- Een explorer wil altijd **nieuwe ervaringen opdoen**, zichzelf ontwikkelen en het beste uit het leven halen.
- Explorers zijn gedreven door de opwindende ontdekkingen van nieuwe ontdekkingen en willen deze **graag met anderen delen**, zodat ook zij kunnen groeien.
- Ze zijn authentiek en origineel, en hechten waarde aan zowel individualisme als het **welzijn van de groep**.

Marktbewerking

Jongerenonderwijs



Marktbewerking

- **Behoud marktaandeel** in het basisgebied.
- **Groei** in aangemerkte kansgebieden.
- Uitgangspunt is **student op de juiste plek**.

- **Primaire doelgroep:** jongeren 15-18 jaar (directe instroom, vmbo jaar 4, havisten)
- **Secundaire doelgroep:** ouders en verzorgers 40-60 jaar

- **Relatiebeheer** VO-scholen en corporate communicatie

Klantreis

- **See-do-think-care** model is uitgangspunt.
- Online een **Always-on campagne** via sociale media.
- Bought (campagne), owned (social media) en earned media (partners).
- Betekent **integrale inzet** van campagne en content op eigen kanalen.
- **CRM** inzet naar aanleiding van bezoek open dagen en/of website.
- Wendbaar door aansluiten op **nieuwe trends** (zoals gamificatie).

A promotional image for a TV show. It features three young people in a call center setting. On the left, a young man with brown hair and a light blue hoodie looks surprised while talking on a headset. In the center, a young woman with blonde hair tied back smiles broadly while holding a black telephone receiver. On the right, a young man with curly brown hair and a white t-shirt looks on with a neutral expression. The background shows office cubicles and a desk. A large yellow triangle is in the bottom right corner, containing the text '# 1 Seizoen 4'.

Wat een Vak

1
Seizoen 4

Firda

Open Dag

do 21 november

Urk: óók za 23 november

Ontdek
ons mbo

Firda

Vraag de Help Kiezen-kit gratis aan

BESTEL HIER

U kunt uw kind als geen ander helpen bij het maken van een goede studiekeuze. Uw hulp maakt kiezen makkelijker. In de Help Kiezen-kit vindt u leuke opdrachten, de Keuzewijzer met alle opleidingen en een flyer met antwoorden op al uw vragen over het mbo.

Waar wacht u nog op? Aan de slag!

Firda

Firda

Firda

Firda

Zo helpt u uw kind met het kiezen van een opleiding

Wat u altijd al wilde weten over het mbo

Word de beste studiekeuzehulp voor uw kind

U kunt uw kind als geen ander helpen bij het maken van een goede studiekeuze. Uw hulp maakt kiezen makkelijker. In de Help Kiezen-kit vindt u leuke opdrachten, de Keuzewijzer met alle opleidingen en een flyer met antwoorden op al uw vragen over het mbo.

Waar wacht u nog op? Aan de slag!

Als uw kind naar het mbo gaat, komt er veel op u af op uw vragen. In de Keuzewijzer leest u ook veel over praktische zaken zoals de verschillende niveaus en kosten.

Krijgt mijn kind een ov-kaart?

Ja, alle uw kind met volgend mbo-opleiding moet, krijgt altijd een ov-kaart (studentenvervoerskaart). Bij een opleiding op niveau 1 of 2 is de ov-kaart maar alleen in principe op niveau 3 of 4 te krijgen. Het is belangrijk dat u met de ov-kaart terugkijkt op de website van DUO. Het reproductie-maatwerk wordt verzonden via DUO.nl.

Kan mijn kind studietoelagen krijgen?

Ja, voor sommige opleidingen is er een mbo-opleiding volgt kan studietoelagen krijgen. U vindt dit zelf aan op de site van DUO. Volg uw kind een opleiding op mbo-niveau 1 of 2 dan

Zijn er op het mbo opleidingen met speciale toelagen?

Ja, voor sommige opleidingen is er een mbo-opleiding volgt kan studietoelagen krijgen. U vindt dit zelf aan op de site van DUO. Volg uw kind een opleiding op mbo-niveau 1 of 2 dan

Hoe is de begeleiding?

Tijdens stages is de begeleiding het beste aansprekend. Deze krijgen de praktijkopleider (om samen ervaringen te bespreken).





Firda

Scheepvaart en Visserij

Vragen?

Stel ze na de pauze

Rondleiding

Firda

/ Leer jezelf
het leven door