

Bijlage 7 - Kwaliteit (gunningcriteria)

Referentienummer DC25MAR

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. Alle uitwerkingen en beantwoordingen van een Inschrijver dienen realistisch en uitvoerbaar te zijn. Een honorering 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 van deze aanbesteding en op de organisatie van de Opdrachtgever.

Naast het gunningscriterium prijs (zoals beschreven in het aanbestedingsdocument) is het gunningscriterium kwaliteit van toepassing. Kwaliteit bestaat in deze aanbesteding uit:

- Beantwoording van de open vragen (schriftelijk).
- Uitvoeren van een presentatie zoals in deze bijlage gevraagd.

Bij de inschrijving moet het volgende onderdeel worden ingediend:

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

Om de kwaliteit van een Inschrijver te kunnen beoordelen heeft de Aanbestedende dienst gekozen voor de beoordelingsmethodiek 'gunnen op waarde'. Per open vraag en per onderdeel van de presentatie 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 beoordeling bij meerdere items 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.

Daar waar in bijlage 10 bij 'onvoldoende' een negatieve waarde staat beschreven volgt geen uitsluiting.

Alle leden van de beoordelingsgroep krijgen een scoreblad waarop zij de beoordeling van de open vragen en de presentatie onafhankelijk van elkaar zullen beoordelen en invullen. Na de onafhankelijke beoordeling zal de beoordelingsgroep op basis van CONSENSUS de eindscores op de beantwoording van de open vragen en presentatie 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, daar waar dit staat beschreven 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'. Daar waar dit staat beschreven zal onvoldoende ertoe leiden dat de inschrijving gemotiveerd zal 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 en de presentatie scoort. Alle antwoorden op de open vragen en hetgeen inschrijver presenteert tijdens de presentatie 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.

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 meegeteld worden voor 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 van de open vragen 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-af trek van € 15.000,- van toepassing zijn.

Inschrijver kan gebruik maken van de volgende link om te komen tot een uitwerking:
[Deltion logo-set](#).

OPEN VRAGEN EN PRESENTATIE

Onderstaande vragen dienen schriftelijk beantwoord te worden en bij de inschrijving te worden ingediend.

OPEN VRAAG 1

PLAN VAN AANPAK IMPLEMENTATIE NIEUWE WERVINGSCAMPAGNE EN PROACTIEF ADVIES

Inschrijver dient te beschrijven op maximaal 4 pagina's A4 (toe te voegen via TenderNed), op welke wijze zij de implementatie van de nieuwe (aangeboden) wervingscampagne gaat managen. Deltion heeft een nadrukkelijke wens om de campagne voor het studiejaar 2026-2027 in het derde kwartaal van 2025 te gaan opzetten. Inschrijver beschrijft daarbij minimaal:

- De wijze waarop Inschrijver invulling gaat geven aan het uitvoeren van de ingediende presentatie met een uitgewerkt tijdspad (wie doet wat en wanneer?).
- Welke inspanningen (uitgedrukt in uren, middelen en functies) er van de Opdrachtgever verwacht worden.
- Welke risico's Inschrijver ziet en hoe zij die denkt te kunnen beheersen.
- Welk niveau en omvang van professionals Inschrijver inzet om de nieuwe wervingscampagne te organiseren.
- Hoe Inschrijver de juiste beeldtaal waarborgt, met onderaannemers en bestaande partners van Deltion, zoals een dtp-bureau, online bureau, fotografen en video professionals.
- Hoe Inschrijver gedurende de samenwerking, proactief – op basis van de verschillende doelgroepen en ervaring met off- en online campagnes en data – Deltion voorziet van advies en suggesties die tot verbetering van de campagne en de gekozen strategie leiden.

OPEN VRAAG 2

WIJZIGING UITVOERING

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

De briefing en uitvoering van een (nadere) opdracht heeft door Opdrachtnemer op juiste wijze (volgens de 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, aansluiting bij de doelgroepen, beeldtaal en/of creatief concept. Opdrachtgever en Opdrachtnemer zijn van mening dat de oplevering van de opdracht, de specificaties en de briefing juist is geweest. Het resultaat is dat de oplevering technisch door Opdrachtnemer juist is uitgevoerd, echter de creatieve kwaliteit, aansluiting bij de doelgroepen en beeldtaal is bij de eerste en tweede oplevering toch niet wat de Opdrachtgever kan accepteren.

- A. Hoe gaat Inschrijver hier mee om?
- B. Inschrijver dient aan te geven welk percentage van de waarde van de nadere opdracht, **opnieuw** berekend zal worden. Dit percentage is minimaal 0% en maximaal 100%.
- C. Opdrachtgever vindt het van belang dat Inschrijver aangeeft hoe zij met dergelijke situaties omgaat en hoe zij deze in de toekomst maximaal denkt te voorkomen. Inschrijver beschrijft in ieder geval hoeveel nieuwe versies er maximaal worden opgeleverd.

PRESENTATIE

De Opdrachtgever is op zoek naar een creatief marketing- en communicatiebureau zoals beschreven in het aanbestedingsdocument. Met de presentatie zoals in deze bijlage is beschreven kan Inschrijver de kwaliteit van haar dienstverlening aantonen. Inschrijver dient in haar presentatie te laten zien op welke wijze zij een nieuwe wervingscampagne zou gaan opzetten en hoe deze er dan uit komt te zien.

De Opdrachtgever laat de uitvoering van de presentatie vrij. Het huidige logo moet wel gebruikt worden, er mag geen nieuwe identiteit voorgesteld worden. Inschrijver krijgt maximaal 60 minuten om bij Deltion in Zwolle de voorgestelde nieuwe wervingscampagne te presenteren en vragen van de beoordelingscommissie hierover te beantwoorden. De presentatie mag maximaal 45 minuten duren, waarna er 15 minuten de tijd is om vragen te stellen door de beoordelingscommissie. De beoordelingscommissie zal uitsluitend de in dit hoofdstuk beschreven onderdelen beoordelen. De beoordeling zal eerst individueel plaatsvinden en daarna in een plenaire sessie om tot consensus te komen. De inschrijver is hier niet bij aanwezig.

De presentatie zal worden opgenomen in beeld en geluid zodat de beoordelaars, als zij dat nodig achten, onderdelen te kunnen verifiëren. Het beeld- en geluidmateriaal zal niet met anderen worden gedeeld. Inkoopadviesbureau BiC zal de opname bewaren, voor zo lang als nodig is. De opnames worden niet aan Inschrijvers beschikbaar gesteld. Mocht er na bekendmaking van het gunningsbesluit discussie over de beoordeling ontstaan (of een bezwaar volgen) dan kan Opdrachtgever beslissen om desbetreffende onderdelen van de opname als bewijsstuk in te brengen.

De uitwerking van de presentatie vereist de nodige voorbereidingen en inzet van uren door Inschrijver. Opdrachtgever is bereid om hier een proportionele vergoeding tegenover te stellen van € 1.500,- exclusief BTW. Deze vergoeding zal NIET worden uitbetaald aan de winnende Inschrijver (deze verkrijgt immers de opdracht) en Inschrijvers die uitgesloten worden van deelname (uiteeraard met opgave van reden(en) en motivatie). De presentatie mag alleen worden gegeven door medewerkers die de uiteindelijke dienstverlening gaan uitvoeren, zoals een projectmanager, creatieve professional, strategisch adviseur of online expert. Het is niet de bedoeling dat bidmanagers, accountmanagers of andere functies hierbij aanwezig zijn.

De beoordelaars beoordelen de presentatie op de onderdelen, zoals weergegeven in bijlage 10.

Briefing voor de presentatie:

Een nieuwe wervingscampagne

Randvoorwaarde:

Voor de ontwikkeling van een nieuwe wervingscampagne is maximaal € 80.000,- inclusief de ontwikkeling van middelen en exclusief BTW beschikbaar. Inschrijver hanteert de richtlijnen uit bijlage 11.

Doelstelling:

Ontwikkel een nieuwe, lange termijn campagne voor het Deltion College, die zich richt op het werven van de volgende drie doelgroepen:

- Jongeren (in de leeftijd van 15 tot en met 20 jaar).
- Volwassenen (ouder dan 20 jaar).
- Nieuwe medewerkers voor Deltion.

De campagne moet een sterk concept bevatten, dat minimaal 3 tot 5 jaar bruikbaar is, en moet aansluiten bij de strategische koers van de school: "*Ontmoet je toekomst bij Deltion*". Het concept moet creatief, onderscheidend en tijdsbestendig zijn.

Wat we verwachten van het bureau:

Een creatief concept:

- Dat aansluit op de strategische koers van het Deltion College.
- Met een eigentijdse, toegankelijke en onderscheidende toon die de drie doelgroepen aanspreekt.
- Dat een voorkeurspositie van Deltion creëert als dé plek waar de toekomst van studenten en medewerkers vorm krijgt.

1. Doorvertaling naar middelen en kanalen:

- Een visuele en inhoudelijke vertaling van het concept naar diverse communicatiemiddelen- en kanalen, zowel offline als online.
- Het gebruik van digitale kanalen en social media om de campagne een sterk, online component te geven.

2. Langdurige bruikbaarheid:

- De campagne moet minimaal 3 tot 5 jaar meegaan. Het concept moet dus meerjarig zijn, maar met ruimte voor updates en aanpassingen.
- De campagne mag niet snel verouderen en moet de school in staat stellen te blijven groeien, ondanks veranderingen in de media- en doelgroep behoeften.
- Inschrijver kan hierbij denken aan het ontwikkelen van contentformats die jarenlang ingezet kunnen worden, en het gebruik van relevante, actuele platforms.

Doelgroep-segmentatie:

- **Jongeren (15-20 jaar):** Gericht op de eerste stap in hun studietcarrière. Creatief, motiverend, met een focus op mogelijkheden en zelfontwikkeling.
- **Volwassenen (20+):** Gericht op werkenden die een studie willen combineren met hun carrière. De focus ligt op flexibiliteit, persoonlijke groei en carrièrekansen.
- **Nieuwe medewerkers:** De focus ligt op het aantrekken van professionals die zich willen ontwikkelen in een stimulerende werkomgeving, met ruimte voor persoonlijke groei en innovatie.

Essentiële criteria:

- De campagne moet duidelijk aansluiten bij de strategische koers van Deltion.
- Er moet een heldere, online strategie zijn die de doelgroepen effectief bereikt
- Creatief en innovatief, met een duidelijke onderscheidende factor ten opzichte van andere mbo-scholen in de directe omgeving (ROC van Twente, Landstede, Aventus, Noorderpoort, Alfa College, Drenthe College, ROC van Flevoland en Firda).
- Eenvoudige, maar krachtige boodschap(pen) die de voorkeurspositie van Deltion bij de drie doelgroepen vergroot.

Verwachtingen van het bureau:

- Het bureau presenteert gedurende de presentatie het concept voor een nieuwe wervingscampagne, de in te zetten kanalen en middelen en de langetermijnstrategie.
- De presentatie moet een visueel en inhoudelijk concept bevatten, die direct toepasbaar is op zowel online als offline communicatie.
- In de presentatie moet ook een campagneplanning terug te zien zijn, voor de uitrol en de vertaling van het concept naar middelen en kanalen.

Inschrijver vult op formulier C (het prijzenblad) in:

De werkelijke kosten voor de ontwikkeling van een nieuwe wervingscampagne inclusief de ontwikkeling van middelen zoals door inschrijver in de presentatie is aangeboden met een maximum van € 80.000,-.