

Nota van Inlichtingen d.d. 7 november 2025

Europese niet-openbare aanbesteding: Online media en marketingdiensten

Ref. ↓	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Selectieleidraad huidige situatie	Is het mogelijk om inzicht te geven in de huidige inzet van kanalen?	V.w.b. betaalde online kanalen: Meta (Insta+Facebook), YouTube video, Display, Google Search en Microsoft search. Daarnaast inzet van betaalde offline kanalen en eigen media.
2	Selectieleidraad huidige situatie	Van welke tooling maakt de aanbestedende dienst momenteel gebruik?	Ad management: Google Ads, Meta Business Manager & Meta Ads, Microsoft Ads, LinkedIn Ads CRM: Salesforce. SEO tooling: Google Search Console & MS webmaster tools Social Accounts: Facebook, Instagram, LinkedIn. Dashboarding: GA4, Looker Studio, Salesforce. Website: Joomla CMS, Craft CMS
3	Selectieleidraad Geraamde omvang	Wat omvat de geraamde omvang precies? Is dat bureaunkosten? Media/advertentiebudget? Of zowel bureaunkosten als media/advertentiebudget?	De geraamde omvang van bestaat uit bureaunkosten, inclusief BTW.
4	Selectieleidraad	Onderaan pagina 18 van de selectieleidraad lijkt een deel van de tekst te zijn weggefallen, klopt dat? Of is de lijst zo compleet?	De lijst is compleet, het 4e opsommingsteken vervalt
5	Selectieleidraad Referentieformulier	Klopt het dat het referentieformulier zowel gebruikt dient te worden voor de kerncompetentie als voor selectie criterium 2 t/m 4?	Ja, die aanname is correct
6	Selectieleidraad Verzekeringpolis	Bij 5.2.1. in de selectieleidraad staat het volgende: "Gegadigde levert na voorlopige gunning op verzoek een kopie van een verzekeringpolis waaruit blijkt dat Gegadigde minimaal verzekerd is voor het in dit document genoemde bedrag." Kunt u aangeven om welk bedrag het hier precies gaat?	U dient afdoende verzekerd te zijn voor bedrijfsaansprakelijkheid. De dekking dient tenminste te voldoen aan de voorwaarden voor aansprakelijkheid en verzekering opgenomen in de Algemene Inkoopvoorwaarden FSR 5.0 artikel 12.3.
7	Selectieleidraad Beoordelingscommissie	Is het mogelijk om inzicht te geven in de functies van de materiedeskundigen in het beoordelingsteam?	Het beoordelingsteam bestaat uit inhoudsdeskundige die vanuit verschillende disciplines binnen het team Communicatie en Marketing dag-dagelijks betrokken zijn bij de werkzaamheden.
8	Selectie criterium 1	Bij selectie criterium 1 wordt gevraagd om een lijst met opdrachtgevers waarvoor vergelijkbare opdrachten (zijn) uitgevoerd (worden). Hierbij wordt verwezen naar hoofdstuk 1, klopt het dat dit conform opdrachtomschrijving in hoofdstuk 2.2. moet zijn? En klopt de aanname dat het hier gaat om opdrachtgevers waarbij het gaat om opdrachten die het volgende omvatten? 1. Online (strategisch) media-advies 2. Online media-executie campagnes 3. Rapportage en evaluatie	Dat is correct. Bij hoofdstuk 1 dient gelezen te worden de opdrachtomschrijving in hoofdstuk 2.2 en de opdracht bestaat uit de drie genoemde deelopdrachten.
9	Selectieleidraad 2.2 Uitsluiting TikTok	TikTok wordt expliciet buiten de scope geplaatst, is het mogelijk om de reden van deze uitsluiting toe te lichten?	Onze functionaris voor gegevensbescherming raadt dit af.
10	Selectiecriteria	Gezien de gevraagde diepgang voor de verschillende selectiecriteria, verzoeken wij u de limiet in het aantal pagina's uit te breiden met één A4 (voor ieder kwalitatief selectie criterium), zodat wij onze aanpak beter kunnen onderbouwen. Is de aanbestedende dienst bereid om deze verruiming toe te staan?	Niet akkoord, we verwachten dat u tot de kern kunt komen binnen het aantal genoemde pagina's.
11	Raming van de aan te besteden opdracht	Kunt u aangeven welk deel van de geraamde opdrachtwaarde van € 220.000 (incl. BTW) is bedoeld voor mediabudget (advertentie-inkoop) en welk deel voor bureaunkosten?	De geraamde omvang bestaat uit bureaunkosten, inclusief BTW.
12	Praktisch en procedureel	Is er in de gunningsfase ruimte voor een (digitale) kennismakingssessie of kick-off moment met geselecteerde partijen?	Wij gaan hierin mee. In de 2e fase, de gunningsfase wordt een kennismakingssessie in de planning opgenomen. Deze sessie zal plaatsvinden op dinsdag 6 januari 2026 van 09.30 - 11.00 uur, locatie Tarweweg 3, Nijmegen.

Nota van Inlichtingen d.d. 7 november 2025

Europese niet-openbare aanbesteding: Online media en marketingdiensten

Ref. №	Onderwerp	Vraag	Antwoord
13	Praktisch en procedureel	Is het toegestaan om ondersteunend beeldmateriaal of visualisaties (zoals dashboards, procesflows) mee te sturen bij beantwoording van selectiecriteria?	Dat is toegestaan, mits het antwoord het voorgeschreven aantal pagina's niet overschrijdt.
14	Selectie- en gunningscriteria	Wordt bij selectie criterium 1 (aantal opdrachtgevers) uitsluitend gekeken naar het aantal opdrachtgevers, of wordt ook de relevantie van deze opdrachtgevers meegewogen? En 50 referenties verzamelen lijkt erg overdreven, kan hier geen max. aan gekoppeld worden?	Er is een extra beoordelingsaspect toegevoegd, om naast kwantiteit ook kwaliteit te beoordelen. Selectie criterium 1 is gesplitst in criterium 1a en 1b. Zie bijgevoegd document. Tekst in groen is toegevoegd aan de selectie leidraad.
15	Contract en looptijd	Kunt u aangeven hoe de geraamde opdrachtwaarde over de looptijd van vier jaar naar verwachting wordt verdeeld, aangezien u een groei verwacht in de komende jaren?	Onze verwachting is dat de uitgaven per jaar toenemen. We starten met mbo, vavo, educatie en leven lang ontwikkelen (Move to Match). Online activiteiten voor branding en employer branding volgen later.
16	Strategisch advies en media-executie	Welke tooling of platformen worden momenteel door ROC Nijmegen gebruikt voor campagnebeheer en rapportage (bijv. Google Ads, Meta Ads, dashboardsystemen)?	Ad management: Google Ads, Meta Business Manager & Meta Ads, Microsoft Ads, LinkedIn Ads CRM: Salesforce. SEO tooling: Google Search Console & MS webmaster tools Social Accounts: Facebook, Instagram, LinkedIn. Dashboarding: GA4, Looker Studio, Salesforce. Website: Joomla CMS, Craft CMS
17	Strategisch advies en media-executie	Verwacht u dat de opdrachtnemer meedenkt over de creatieve invulling van campagnes of ligt dit volledig bij opdrachtgever en/of andere leveranciers? Zo ja, worden hier gezamenlijke sessies voor ingepland?	De creatieve invulling doen wij zoveel mogelijk in huis, in samenwerking met ons leerwerkbedrijf De Grafische Werkplaats en studenten. Meedenken over creatieve invulling is waardevol, op basis van resultaten, kennis en expertise van online kanalen. Wij faciliteren dit waar wenselijk.
18	Scope en opdrachtomschrijving	Kunt u een indicatie geven van de gemiddelde doorlooptijd van een campagne, vanaf briefing tot en met evaluatie?	Op dit moment voeren wij vier weken wervingscampagne en twee weken opvolgcampagne voor onze Open Dagen. In totaal zes weken campagnematig dus. Maar de eventcampagne toevoegen aan een always on campagne behoort ook tot onze mogelijkheden. Evaluatie van de campagne vindt plaats als de opvolgcampagne is afgelopen. Contentcreatie doen wij zelf en behoort niet tot de taken van het uitgekozen bureau. De totale doorlooptijd is ook afhankelijk van hoeveel tijd het bureau nodig heeft om campagnes klaar te zetten en de ads te plaatsen.
19	Scope en opdrachtomschrijving	Kunt u aangeven hoeveel campagnes per jaar gemiddeld verwacht worden, uitgesplitst naar type campagne (branding, instroom, employer branding, etc.)?	Voor instroom zijn er in ieder geval 5 wervingsevents per studiejaar, het is gebruikelijk deze met betaalde campagnes te ondersteunen. Voor Vavo en Educatie hebben we verder alleen een doorlopende searchcampagne. Voor educatie een verhoging van search tijdens Week van Lezen en Schrijven.
20	Scope en opdrachtomschrijving	Verwacht u dat de opdrachtnemer ook een coördinerende of regisserende rol vervult richting andere leveranciers binnen de communicatiemix?	Nee, die rol verwachten we niet van de opdrachtnemer.
21	Scope en opdrachtomschrijving	Kunt u toelichten hoe de samenwerking met bestaande leveranciers (zoals SEO, contentcreatie en organische social media) in de praktijk zal verlopen en hoe u de rol van de opdrachtnemer hierin ziet?	Wij voorzien zelf de seo, contentcreatie en organische social media. We leveren content (ads en copy) aan binnen samen afgesproken deadlines. Zie ook ons antwoord op uw eerdere vraag (17).
22	Selectie leidraad - paragraaf 5.2.1. pag. 16	U benoemt in deze paragraaf 'voor het in dit document genoemde bedrag'. Echter is er geen bedrag benoemd. Inschrijver ziet graag concrete bedragen tegemoet. Daarnaast stelt u een bedrijfs- en/of beroeps aansprakelijkheidsverzekering verplicht. Inschrijver doet de aanname dat enkel een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering volstaat. Doet Inschrijver de juiste aanname?	U dient afdoende verzekerd te zijn voor bedrijfsaansprakelijkheid. De dekking dient tenminste te voldoen aan de voorwaarden voor aansprakelijkheid en verzekering opgenomen in de Algemene Inkoopvoorwaarden FSR 5.0 artikel 12.3.

Nota van Inlichtingen d.d. 7 november 2025

Europese niet-openbare aanbesteding: Online media en marketingdiensten

Ref. №	Onderwerp	Vraag	Antwoord
23	Selectiecriteria 2	Kunt u verduidelijken of met het in kaart brengen van de “behoeften en doelstellingen van de opdrachtgever” wordt bedoeld op ROC Nijmegen of op de referentie-opdrachtgever? En mogen praktijkvoorbeelden ook afkomstig zijn uit andere vergelijkbare opdrachten dan de opgegeven referentie?	Bedoeld wordt de behoeften en doelstellingen van de referentie-opdrachtgever. Nee, de praktijkvoorbeelden dienen betrekking te hebben op de opdrachten van de referent.
24	Selectiecriteria 3	Kunt u bevestigen of de kernwaarden van ROC Nijmegen uitsluitend gekoppeld moeten worden aan één specifieke referentie, of dat ook meerdere referenties of praktijkvoorbeelden mogen worden gebruikt om dit te illustreren?	Het gaat om ervaring die opgedaan is m.b.t. de kernwaarden, dit mag met meerdere referenties. Graag in de referentie duidelijk specificeren op welke kernwaard(en) de referentie betrekking heeft.
25	Selectiecriteria 4	Kunt u verduidelijken of de praktijkvoorbeelden uitsluitend afkomstig moeten zijn van één uitgevoerde referentie-opdracht, of dat ook andere initiatieven of interne programma's (zoals stageplekken, kennisdeling of duurzame bedrijfsvoering) mogen worden beschreven om dit aan te tonen?	Dit mag u aantonen middels één referent plus daarnaast andere initiatieven. Belangrijk is dat wij een beeld krijgen van uw maatschappelijke betrokkenheid.