Offerte aanvraag concept/vormgeving

Naam :

Instituut/dienst/kenniscentrum:

Datum :

Campagnenaam:

Beoordeling Kwaliteit	
Aanleiding	**Wat is de aanleiding voor het maken van het nieuwe concept?** Vorig jaar is het Smart & Social Fest gekoppeld aan de Dag van de Toekomstmakers. Hiervoor is een campagnebeeld ontwikkeld. Dit jaar is het Smart & Social Fest weer een eigenstandig event (losgetrokken van de Dag van de Toekomstmakers). We zijn nu dus campagnebeeld-loos. (we hebben in de eerste twee edities een eigen logo ontworpen, maar dat mag niet meer gebruikt worden).
Achtergrondinformatie	**Geef de benodigde achtergrondinformatie om de vraag goed te** **kunnen begrijpen, bijvoorbeeld de huidige marktsituatie.** Zie: Smart & Social Fest 2025 : Home - Hogeschool Rotterdam voor meer informatie. We zoeken een vervanging van de header, die ook gebruikt kan worden in andere communicatiemiddelen (zoals posters, banners, PP-format, social media formats etc).
Vraag aan het bureau	**Wat wordt er precies van het bureau verwacht?** Het ontwikkelen van een campagnebeeld (primair: header voor op de website) voor HR-brede events, in dit geval voor het Smart & Social Fest, dat idealiter ook gebruikt kan worden voor toekomstige events van andere maatschappelijke opgaven. Het mag dus een vrij neutraal beeld zijn, enigszins feestelijk, in de huisstijl van de HR. Het beeld moet ook te gebruiken zijn voor andere communicatiemiddelen.
Doelgroep	**Voor wie is de publicatie bestemd? Wat verwacht jij dat de doelgroep met de campagne gaat doen?** Interne collega's en studenten van HR, externe partners, bedrijven, MKB, overheden, maatschappelijke organisaties.
Doel, doelstelling & call to action	**Wat wil je communiceren? Wat is de kernboodschap?** **Wat wil je bereiken?**

	Campagnebeeld is primair tbv promotie en werving van deelnemers voor het event. Secundair moet het ook bijdragen aan de herkenbaarheid van HR als afzender en daarmee bijdragen aan de profilering van de HR als kennisinstelling.	
Richtlijnen voor vormgeving, tekst en foto's	**Bestaande huisstijl of afwijkend (voor zover toegestaan). Tone-of-voice van tekst.** Het gaat om een nieuw campagnebeeld, gebaseerd op de huisstijl van de HR. **Foto's/afbeeldingen nieuwe fotografie of bestaand?** Beeldconcept. Voorkeur voor grafische elementen ipv foto's	
Deliverables	Wat moet er gemaakt worden, welke middelen? Komt het bureau zelf nog moet goede ideeën? Urgent (voor de kerstvakantie nodig): - Banner voor op de HR website Smart & Social Fest - Banner voor de save the date uitnodiging Minder urgent (januari/februari/maart) - Format voor social media posts (LI & Instagram) - Rolbanner - Format PP - Afbeelding koffie-automaten - Posters	**Punten 20**
Technische gegevens/ **Materiaalspecificaties**	**Geef voor zover mogelijk de volgende gegevens door:** - **formaten** - **omvang (het aantal pagina's)** - **bedrukking (full colour, met steunkleur, zwart/wit)** - **evt. speciale afwerking (stansen, spotvernis etc.)** - **oplage** Formaten van de verschillende middelen zijn bekend (toch?)	
Do's en dont's	**Wat mag wel en wat absoluut niet?** Geen input	

Planning	**Is er een uiterlijke deadline waarop de publicatie gereed moet zijn? Bijvoorbeeld voor een open dag, seminar, buitenlandse reis. Vraag om een specificatie van de planning in stappen. Wat is haalbaar in productietijd en levertijd.** Urgent: Ontwikkeling van generiek campagnebeeld t.b.v. banner website & save the date uitnodiging.	**Punten 40**
Beoordeling Prijs		
Prijs (incl. btw)	Let op **incl**.BTW.	**Punten 40**
Gunningcriterium		
	Hogeschool Rotterdam gunt de opdracht op grond van het gunningscriterium 'Beste prijs-kwaliteitverhouding'. Hierbij geldt dat het element 'Kwaliteit' voor 60% meeweegt en het element 'Prijs' voor 40%. Het maximale aantal te behalen punten voor 'Kwaliteit' en 'Prijs' is in totaal [100] punten. Met inachtneming van voorgaande wegingscriteria komt dat op maximaal [60] punten voor 'Kwaliteit' en [40] punten voor 'Prijs'. Beoordeling van het element 'Prijs' In het prijzenblad zijn de maximale tarieven uitgevraagd. Voor de prijzen in de nadere offerte bieden de contractpartners een prijs aan voor de uitvraag (deze mag nooit hoger zijn dan de aangeboden prijzen zoals vermeld in het prijzenblad). Beoordeling van het element 'Kwaliteit' De beoordeling geschiedt door individuele beoordelaars op strikt persoonlijke basis, zonder onderling overleg of afstemming op de onderwerpen die per minicompetitie bekend gemaakt zullen worden.	

	Indien een uitvraag specifiek volgt op een eerdere uitvraag, zal deze uitvraag logischerwijs aan dezelfde leverancier worden gegund.
	Offertes worden aangeleverd binnen de door Opdrachtgever gestelde termijn, in euro's en exclusief én inclusief BTW. Offertes zijn helder en gespecificeerd conform het door Opdrachtgever aangeleverde format.
Overige opmerkingen/ aanvullingen	

Offerte aanvraag concept/vormgeving

Naam :

Dienst :

Onderwerp :

Beoordeling Kwaliteit	
Aanleiding	De bestaande opleidingenwijzer is verouderd qua vorm en inhoud en moet beter gaan aansluiten bij de doelgroep.
Achtergrondinformatie	De huidige opleidingenwijzer is een brochure van 112 pagina's van 180 x 180 mm met daarin informatie over Hogeschool Rotterdam, de verschillende richtingen/sectoren, alle voltijd bachelor opleidingen en de stad Rotterdam. Deze brochures worden gebruikt op open dagen en beurzen waar voorlichting wordt gegeven. Studiekiezers kunnen deze brochure mee naar huis nemen en hebben zo de eerste informatie om zich te oriënteren op alle mogelijke opleidingen en een start te maken met de juiste studiekeuze.
Vraag aan het bureau	De huidige brochure is een vrij saai document met grote stukken tekst en weinig 'beleving'. Het nodigt niet uit tot lezen en sluit ook niet aan bij de belevingswereld van de doelgroep. Wij willen dan ook graag een andere vorm i.p.v. een brochure, namelijk meer een magazine. Van het bureau vragen wij hiervoor een concept te bedenken dat past bij de doelgroep.
Doelgroep	De doelgroep betreft de studiekiezers die aan het begin van hun studiekeuzeproces staan. Het gaat met name om leerlingen van 4 en 5 havo, 5 en 6 vwo en het (voor)examenjaar van het mbo. Leeftijden tussen 15 en 19 jaar. Het magazine moet de benodigde informatie geven en enthousiasmeren voor een studie bij Hogeschool Rotterdam.
Doel, doelstelling & call to action	We willen de lezer van het magazine helpen bij het maken van de juiste studiekeuze in een aantal stappen, informatie geven over de verschillende sectoren (economie, kunst, gedrag en maatschappij, gezondheidszorg, techniek, media en ict en onderwijs), onze voltijd opleidingen en de stad Rotterdam. Met als resultaat het maken van de juiste studiekeuze.

Richtlijnen voor vormgeving, tekst en foto's	Dit zijn de basisregels voor de huisstijl: 1. HR-rood is leidend (overige kleuren volgen na bureaukeuze) 2. 1x logo HR gebruiken 3. font Poppins (in alle vormen mogelijk) 4. Foto's in overleg 5. 1x pay-off 'Overtref jezelf' gebruiken De tekst is al gereed. Er zijn ook foto's maar deze mogen zeker nog aangevuld worden met (stock)foto's die aansluiten bij de doelgroep. Verder zien wij graag het volgende in het concept terug: - Beelden speels geplaatst - Afwisseling in fontgrootte - Belangrijke woorden uitlichten - Gebruik maken van kleurblokken - Leesbaar voor de doelgroep d.w.z. geen lange tekstblokken maar korte blokken met afwisseling qua kleur en tekstgrootte. - Eventueel gebruik van infographics/illustraties/iconen dus tekst vervangen door beeld. - Afwisseling in lay-out/stramien - Tekst en afbeeldingen in achtergrond (als watermerk)	
Deliverables	Wij willen graag een aantal basispagina's/templates laten vormgeven die uiteindelijk door een van partijen in het dtp-opmaak perceel zullen worden opgemaakt tot een compleet magazine. Het betreft dan de volgende pagina's in het magazine: - Een cover - Een inhoudsopgave - Een studiekeuzepagina met schema - Een sectorpagina - Een opleidingspagina met plaats voor 2 opleidingen met elk een foto - Een algemene tekstpagina - Een interview spread Indien aanwezig, zien we ook graag voorbeelden van wat jullie al gemaakt hebben op het gebied van magazines.	**Max 30 Punten**
Technische gegevens/ **Materiaalspecificaties**	- Formaat: A4 - Circa 12 pagina's die moeten worden vormgegeven - Bedrukking is full colour	

Do's en dont's	Het mag absoluut niet meer lijken op de huidige opleidingenwijzer. Het moet een compleet nieuwe look&feel krijgen. Niet saai en zakelijk.	
Planning	De planning is een uitdaging. Aangezien de eerste open dag van november naar oktober is verplaatst, betekent dit een maand minder productietijd. De planning zien wij grofweg als volgt: - Juli: offerte + akkoord, mondelinge briefing, aanleveren input en vormgevingsconcept gereed voor dtp-opmaak - Augustus: dtp-opmaak (tijdens vakantie HR) met onderling overleg tussen vormgever en opmaker. - Vanaf 1 september: check dtp-opmaak door HR, doorvoeren correcties, laatste checks. - 15 september drukwerkbestand gereed voor drukker - 11 oktober drukwerk gereed voor verspreiding 1e open dag Graag een specificatie van de planning.	**Max 40 punten**
Beoordeling Prijs		
Prijs (incl. btw)	Graag een specificatie van de kosten, inclusief btw.	**Max 30 punten**
Gunningcriterium		
	Hogeschool Rotterdam gunt de opdracht op grond van het gunningscriterium 'Beste prijs-kwaliteitverhouding'. Hierbij geldt dat het element 'Kwaliteit' voor 70% meeweegt en het element 'Prijs' voor 30%. Het maximale aantal te behalen punten voor 'Kwaliteit' en 'Prijs' is in totaal 100 punten. Met inachtneming van voorgaande wegingscriteria komt dat op maximaal 70 punten voor 'Kwaliteit' en 30 punten voor 'Prijs'.	

	Beoordeling van het element 'Prijs' In het prijzenblad zijn de maximale tarieven uitgevraagd. Voor de prijzen in de nadere offerte bieden de contractpartners een prijs aan voor de uitvraag (deze mag nooit hoger zijn dan de aangeboden prijzen zoals vermeld in het prijzenblad). Beoordeling van het element 'Kwaliteit' De beoordeling geschiedt door individuele beoordelaars op strikt persoonlijke basis, zonder onderling overleg of afstemming op de onderwerpen die per minicompetitie bekend gemaakt zullen worden. Indien een uitvraag specifiek volgt op een eerdere uitvraag, zal deze uitvraag logischerwijs aan dezelfde leverancier worden gegund.
	Offertes worden aangeleverd binnen de door Opdrachtgever gestelde termijn, in euro's en exclusief én inclusief BTW. Offertes zijn helder en gespecificeerd conform het door Opdrachtgever aangeleverde format.
Overige opmerkingen/ aanvullingen	Indien aanwezig, zien we ook graag voorbeelden van wat jullie al gemaakt hebben op het gebied van magazines.