



Nota van Inlichtingen bij: Jobmarketing

Kenmerk: PRJ-2600041

Datum: 11-5-2026

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	N.a.v. paragraaf 1.5 van het aanbestedingsdocument, eis 1.6 van het Programma van Eisen en gunningscriteria 1 en 2	In de stukken wordt een brede lijst van mogelijke kanalen genoemd en wordt van inschrijvers gevraagd passende kanaalkeuzes te onderbouwen. Kunt u aangeven of er kanalen, mediatypen of verschijningsvormen zijn die de gemeenten in beginsel niet wensen in te zetten, bijvoorbeeld vanwege uitstraling, doelgroepfit, kosten-efficiëntie, privacy, toegankelijkheid en/of bestuurlijke overwegingen?	X en TikTok. Het plaatsen van videomateriaal is minder wenselijk i.v.m. het bewerkelijke en tijdsintensieve aspect bij het maken van een video behorende bij een vacature.
2	N.a.v. paragraaf 1.3 en 1.5 van het aanbestedingsdocument en paragraaf 1.8 van het Programma van Eisen	U geeft aan dat beide werken-bij-websites gekoppeld zijn aan hetzelfde ATS-systeem en dat opdrachtnemer gedurende de campagne de effectiviteit van de inzet moet meten. Kunt u aangeven in hoeverre opdrachtnemer inzicht kan krijgen in sollicitatieconversie vanuit het ATS, bijvoorbeeld in sollicitatiestarts, afgeronde sollicitaties en eventuele uitval in de funnel, zodat campagneprestaties ook op conversieniveau kunnen worden gerapporteerd?	Dit is op het moment nog onbekend. Er wordt een nieuw ATS-systeem ingekocht.
3	N.a.v. paragraaf 1.3 en 1.5 van het aanbestedingsdocument	Kunt u toelichten in hoeverre het ATS mogelijkheden biedt voor campagne-attributie, conversiemeting en rapportage op vacature- en campagneniveau?	Dit is op het moment nog onbekend. Er wordt een nieuw ATS-systeem ingekocht.
4	N.a.v. paragraaf 1.3 en 1.5 van het aanbestedingsdocument	Kunt u aangeven welk ATS-systeem momenteel wordt gebruikt voor de werken-bij-websites van Bloemendaal en Heemstede?	Heden (medio mei) ONE van Hellopublic. Dit gaat over naar Ubeoo per juli 2026.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
5	N.a.v. paragraaf 1.8 Programma van Eisen	Wanneer trackingpixels en conversiemeetpunten geplaatst kunnen worden verzoeken wij u te verduidelijken op welke wijze dit plaatsvindt: via een bestaande Google Tag Manager-omgeving van de gemeenten, via rechtstreekse plaatsing door de gemeenten zelf, of op een andere wijze?	Het plaatsen van trackingpixels of vergelijkbare trackingtechnologieën op onze gemeentelijke domeinen en/of landingspagina's is niet standaard toegestaan. Eventuele inzet hiervan moet passen binnen de AVG, de Telecommunicatiewet en het gemeentelijk privacybeleid en wordt vooraf beoordeeld in afstemming met de privacy officer. Uitgangspunt is dat campagneresultaten zoveel mogelijk cookiearm worden gemeten via platformstatistieken, Siteimprove (html-code) en UTM-parameters.
6	N.a.v. paragraaf 1.8 Programma van Eisen	Kunt u bevestigen of het mogelijk is om trackingpixels en conversiemeetpunten te plaatsen op de domeinen en/of landingspagina's waar campagneverkeer landt?	Zie het antwoord bij vraag 5.
7	N.a.v. paragraaf 1.8 Programma van Eisen	Wanneer u gebruik maakt van Google Analytics 4 en Google Tag manager kunt u bevestigen of opdrachtnemer hiervoor toegang kan krijgen ten behoeve van het uitlezen van campagnedata en het verwerken daarvan in rapportages?	Zie het antwoord bij vraag 5.
8	N.a.v. paragraaf 1.8 Programma van Eisen	Maken jullie nog steeds gebruik van Google Analytics 4 en Google Tag manager voor de werken-bij-websites en/of landingspagina's?	Zie het antwoord bij vraag 5.
9	N.a.v. paragraaf 2.5 Programma van Eisen en gunningscriterium 2	In het Programma van Eisen is opgenomen dat alle communicatie-uitingen uit naam van de gemeente moeten voldoen aan de huisstijl van de gemeente. Kunt u bevestigen dat voor beide gemeenten een actuele huisstijlgids, brand guide en/of templateset beschikbaar wordt gesteld aan opdrachtnemer, zodat slogans, beeldmateriaal en overige campagne-uitingen conform de geldende kaders kunnen worden ontwikkeld?	Ja, hierbij bevestigd.
10	N.a.v. paragraaf 1.5 aanbestedingsdocument en gunningscriterium 2	Indien geen uitgewerkte EVP of werkgeverspropositie beschikbaar is, kunt u verduidelijken wat u binnen deze aanbesteding precies verstaat onder "advisering op het gebied van employer branding"? Betreft dit strategisch advies op organisatieniveau, of uitsluitend campagne- en vacaturegerichte advisering ten behoeve van concrete doelgroepcampagnes?	In de basis gaat het hoofdzakelijk om strategisch advies om onze vacatures zo efficiënt en effectief mogelijk in te vullen. Dit kan campagne en vacaturegericht advies zijn, maar ook advies t.b.v. doelgroepcampagnes of een andere strategie dat nodig is.
11	N.a.v. paragraaf 1.5 aanbestedingsdocument en gunningscriterium 2	Indien er reeds bestaande EVP, werkgeverproposities en/of employer branding-strategieën zijn vastgesteld, kunt u dan bevestigen dat deze documenten of uitgangspunten beschikbaar worden gesteld aan inschrijvers, mede gelet op het feit dat in de uitwerking van doelgroepcampagnes ook wordt gevraagd naar slogans, beeldmateriaal en overige campagne-elementen?	Ja, hierbij bevestigd.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
12	N.a.v. paragraaf 1.5 aanbestedingsdocument en gunningscriterium 2	N.a.v. paragraaf 1.5 aanbestedingsdocument en gunningscriterium 2 U noemt "advisering op het gebied van employer branding" als onderdeel van de opdracht. Kunt u aangeven of voor één of beide gemeenten reeds een bestaande EVP, werkgeverspropositie en/of employer branding-strategie is vastgesteld?	Ja, hierbij bevestigd.
13	N.a.v. artikel 13.1:	Kunt u bevestigen dat alleen sprake is van verzuim als het verstrijken van de termijn te wijten is aan het handelen van Opdrachtnemer?	Ja, hierbij bevestigd.
14	N.a.v. bijlage D:	Onder het laatste onderdeel "online social media campagne" vraagt u om bijkomende kosten op te nemen. U vraagt om man-uren en geeft vervolgens een opsomming die niet uitputtend is. Dit is niet objectief te vergelijken. Om die reden verzoeken wij u om dit onderdeel te laten vervallen en hier af te rekenen op basis van het dienstverleningsuurtarief. Kunt u hiermee instemmen?	Nee, niet akkoord. In het kader van transparantie wil opdrachtgever weten hoeveel extra kosten er gemeoid zijn met social media inzet van € 1.000,-. Er wordt gevraagd naar de totale kosten. Ter aanvulling: voor LinkedIn betreft het een gesponsorde campagne.
15	N.a.v. bijlage D:	Wat is de gewenste looptijd van de campagnes op de kanalen die u via het prijzenblad uitvraagt?	Minimaal 3 weken.
16	N.a.v. bijlage D:	Wat bedoelt u met "DPG Media - Advertentie met een hoge doorklik"?	"Advertentie met hoge zichtbaarheid https://www.dpgdirect.nl/?utm_source=dpgmediagroup.com&utm_medium=website&utm_campaign=leadformulier_dpgmedia "
17	N.a.v. bijlage D:	Het eerste onderdeel in het prijzenblad heet "All-in prijs advies + mediacampagne". Kunt u bevestigen dat dit alle bureaunkosten betreft en geen inkoop van de betreffende mediacampagne?	Nee, dit betreft alles.
18	N.a.v. bijlage A, eis 1.6:	"Werken bij de overheid" is alleen te gebruiken door overheden. Wat is uw verwachting van een opdrachtnemer ten aanzien van dit kanaal?	Het was opdrachtnemer niet bekend dat op dit kanaal alleen rechtstreeks door gemeenten geplaatst kan worden. De gemeenten pakken dit zelf op, indien dit onderdeel is van het media-advies. Deze regel komt te vervallen op het prijzenblad, zie het nieuw gepubliceerde prijzenblad.
19	N.a.v. bijlage A, eis 1.6:	U geeft aan dat opdrachtnemer in staat moet zijn om vacatures te kunnen plaatsen op "Werken bij de overheid". Wist u dat dit medium alleen direct inzetbaar is voor gemeenten?	Zie het antwoord bij vraag 18.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
20	N.a.v. hoofdstuk 5.1, prijs:	Wij stellen voor om een financiële bandbreedte op te nemen voor het onderdeel prijs en op basis daarvan te beoordelen. Hiermee voorkomt u dat partijen een strategische of manipulatieve inschrijving doen op prijs, aangezien partijen afhankelijk zijn van de andere inschrijvers voor hun score. Kunt u instemmen met dit voorstel?	Nee, niet akkoord. Er geldt een verbod op irreele en manipulatieve inschrijvingen, zie paragraaf 5.3 van het aanbestedingsdocument.
21	N.a.v. paragraaf 5.1, prijs:	Wanneer een inschrijving van één van de partijen als abnormaal laag wordt beoordeeld, dan ontstaat er een nieuwe prijsbeoordeling. Hoe gaat u hiermee om?	De inschrijving wordt terzijde gelegd en derhalve niet meegenomen in de prijsbeoordeling.
22	N.a.v. paragraaf 5.1, prijs:	Wat is de reden dat u een scoremethodiek kiest voor prijs, waarbij u een afhankelijkheid creëert van andere inschrijvers?	Het betreft een gangbare scoremethodiek die past bij de opdracht.
23	N.a.v. paragraaf 5.1, prijs:	Helaas is onze ervaring dat manipulatief wordt ingeschreven op jobmarketing aanbestedingen, wanneer de prijs gebaseerd wordt op de andere inschrijfprijzen. Ons advies is om een formule te hanteren die absoluut de inschrijfprijzen beoordeeld. Kunt u dit aanpassen?	Nee, niet akkoord. Zie ook het antwoord op vraag 20.
24	N.a.v. paragraaf 5.1, G2:	Kunt u per functie aangeven wat u ziet als een senior in het betreffende vakgebied?	Onder senior verstaan wij minimaal 10 jaar werkervaring in een vergelijkbare functie.
25	N.a.v. paragraaf 5.1, G2:	U vraagt bij gunningscriterium 2 om een doelgroepencampagne uit te werken, terwijl u een lijst meegeeft van allerlei verschillende soorten functies (en dus ook verschillende doelgroepen). Wat verwacht u hier van de inschrijvers?	Dat u een grotere campagne uitwerkt, rekeninghoudend met de 'openstaande vacatures'.
26	N.a.v. paragraaf 5.1, G1:	Gezien het aantal functies dat u uitvraagt en de onderbouwing die u daarbij vraagt stellen wij voor het aantal woorden uit te breiden tot 2500 woorden?	Het is 1500 woorden per media-advies. Dus 3 x 1500 woorden.
27	N.a.v. paragraaf 4.2:	U geeft aan dat 5% van de omzet aangewend moet worden voor Social Return. Gezien in deze opdracht ook media-inkoop zit, stellen wij voor om de Social Returnverplichting te koppelen aan de bureaunkosten. Kunt u hiermee instemmen?	Nee, de SROI-verplichting geldt over de totale opdrachtwaarde.
28	N.a.v. paragraaf 3.3.3, kerncompetentie 3:	Kunt u deze kerncompetentie verduidelijken, zodat voor iedereen duidelijk is wat u als een vergelijkbare opdracht beschouwd?	Een opdracht waarbij opdrachtnemer ook op een soortgelijke wijze vacatures invult bij opdrachtgever.
29	N.a.v. paragraaf 1.3:	U geeft aan dat een aantal teams werkzaam is voor beide gemeenten. Wat betekent dit praktisch voor hun aanstelling?	Een medewerker wordt aangesteld bij één van de twee gemeenten.
30	N.a.v. paragraaf 1.3:	Wat doen de gemeenten op gebied van employer branding?	Op dit moment omvat dit onder meer het plaatsen van organische posts op social media en de inzet van verschillende media-kanalen.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
31	N.a.v. paragraaf 1.3:	"Ad-hoc worden diensten ingekocht voor het promoten of invullen van vacatures (op leidinggevende functies)" Is dit ook waar u de raamovereenkomst voor gebruikt?	Nee, dit staat hier los van.
32	N.a.v. paragraaf 1.3:	Zijn er ook inhoudelijke redenen om een nieuwe aanbesteding te starten?	Nee.
33	Prijzenblad	Welk mediakanaal bedoelt u met: DPG Media - Advertentie met een hoge doorklik	"Advertentie met hoge zichtbaarheid https://www.dpgdirect.nl/?utm_source=dpgmediagroup.com&utm_medium=website&utm_campaign=leadformulier_dpgmedia "
34	Prijzenblad	U vraagt om een uur tarief en een all in tarief. Op welke manier wenst u te willen samenwerken?	Een all-in tarief voor elke campagne, waarbij ook inzicht wordt verkregen in het dienstverleningstarief.
35	Gunningscriterium	In het kader van een goede vergelijking maken: Kunt ook een maximaal budget toekennen aan de doelgroep campagne?	We zijn benieuwd naar jullie advies in deze. Wat is nodig om onze doelstelling, het invullen van de vacatures én zichtbaar te zijn onder potentiële toekomstige kandidaten, te bereiken?
36	Programma van Eisen	U vraagt om een plaatsing op werkenbijdeoverheid. Hier kunnen enkel overheidsinstellingen op plaatsen. Verschaft u ons uw inloggegevens?	Zie het antwoord op vraag 18. Inloggegevens worden niet verstrekt.
37	Referentie	U vraagt om conversie cijfers die aantonen dat 75% van de uitgevraagde vacatures is ingevuld met behulp van job marketing. Wat bedoelt u met conversie cijfers?	Dat de 75% wordt onderbouwd met objectieve data waaruit blijkt dat de jobmarketing succesvol is geweest, in dus minimaal 75% van de uitgevraagde vacatures.
38	Prijzenblad	Kunt u toelichten hoe het prijsblad ingevuld dient te worden in relatie tot de uitvraag voor drie wervingsadviezen. Wilt u hier een gemiddelde prijs zien van de 3 adviezen of het totaal van de 3 adviezen en is een totaalprijs van meer dan 3.000 euro dus toegestaan?	Een gemiddelde prijs.
39	Gunningscriterium	In gunningscriterium 1 vraagt u om 3 wervingsadviezen. Kunnen wij er vanuit gaan dat de eis van 1.500 woorden per advies is?	Ja, hierbij bevestigd.
40	N.a.v. paragraaf 5.1, G1:	Omdat de uitvraag betrekking heeft op meerdere functies en per functie een inhoudelijke onderbouwing wordt gevraagd, weten wij uit ervaring dat het gevraagde aantal woorden beperkt kan zijn om de adviezen voldoende concreet, zorgvuldig en vergelijkbaar uit te werken. Bent u bereid de maximale omvang van de beantwoording vast te stellen op 10 A4 voor de drie vacatures gezamenlijk, in plaats van een maximaal aantal woorden?	Nee, per advies mag er een onderbouwing van 1.500 woorden worden aangeleverd. Dat betekent dus in totaal 3 x 1.500 woorden.
41	N.a.v. paragraaf 3.3.3 van het aanbestedingsdocument, kerncompetentie 3:	Hoe maakt de huidige leverancier inzichtelijk dat zij wel of niet succesvol zijn?	Door rapportages en inzicht in een realtime dashboard.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
42	N.a.v. paragraaf 3.3.3 van het aanbestedingsdocument, kerncompetentie 3:	Er zijn veel andere aspecten die een rol spelen bij het wel of niet invullen van vacatures die invloed hebben op het succes. Hoe worden die aspecten meegenomen bij het beoordelen van deze referentie?	Niet, het gaat om het behalen van de conversie door middel van jobmarketing.
43	N.a.v. paragraaf 3.3.3 van het aanbestedingsdocument:	U geeft bij kerncompetentie 3 aan dat vacatures ingevuld zijn met behulp van jobmarketing. Hoe moeten we 'met behulp van' interpreteren?	Door middel van inzetten op jobmarketing.
44	N.a.v. paragraaf 3.3.3 van het aanbestedingsdocument:	U geeft bij kerncompetentie 3 aan dat conversiecijfers aangetoond moeten worden. Zijn dit aantal kliks en afgeronde sollicitaties?	Nee, het gaat om het aantal ingevulde vacatures.
45	N.a.v. paragraaf 3.3.3 van het aanbestedingsdocument:	U geeft bij kerncompetentie 3 aan dat conversiecijfers aangetoond moeten worden. Kunt u een duidelijke definitie geven wat voor u conversiecijfers zijn?	Het aantal ingevulde vacatures ten opzichte van het totaal aantal uitgezette vacatures.
46	N.a.v. paragraaf 5.1, gunningscriteria 1 en 2:	U vraagt inschrijvers om advies over vacatureteksten, functietitels, SEO en doelgroepbenadering. Zonder de volledige vacatureteksten van de genoemde voorbeeldfuncties kan hiervoor geen goed onderbouwd en vergelijkbaar advies worden opgesteld. Kunt u de vacatureteksten daarom alsnog beschikbaar stellen aan alle inschrijvers?	De vacatureteksten behorend bij gunningcriterium 1 worden als bijlage beschikbaar gesteld. - Teamleider Omgevingsbeleid, Juridisch Adviseur en Administratief medewerker HRM -
47	Gunningscriterium 1	Voor de drie casusvacatures binnen gunningscriterium 1 geldt een maximumbudget van € 3.000 per vacature. Kunt u bevestigen of dit bedrag uitsluitend geldt voor de uitwerking van de casus in de inschrijving, of dat dit ook als richtbedrag of plafond geldt tijdens de uitvoering van de raamovereenkomst?	Dit maximumbedrag geldt voor de uitwerking van de casus.
48	Gunningscriterium 3	De voorbeeldrapportage mag als separate bijlage worden aangeleverd. Kunt u bevestigen dat deze separate bijlage niet meetelt binnen de maximale omvang van 5 A4 voor gunningscriterium 3?	Ja, zie aanbestedingsdocument: "De voorbeeldrapportage mag als separate bijlage worden aangeleverd."
49	1.8 Looptijd van de overeenkomst	De overeenkomst start op 1 december 2026. Is voorafgaand aan deze datum een implementatie- of overdrachtsfase voorzien met de huidige leverancier, bijvoorbeeld voor accounts, data, formats en lopende campagnes?	Nee, is nog niet bekend. Er is ruim de tijd voor ingangsdatum om indien nodig deze overdracht plaats te laten vinden.
50	Kerncompetentie 2	Bij kerncompetentie 2 wordt gevraagd naar minimaal 27 verschillende vacatures op jaarbasis. Moeten deze 27 vacatures binnen één opdrachtgever zijn uitgevoerd, of mogen deze binnen één referentieperiode bij meerdere gemeentelijke opdrachtgevers zijn gerealiseerd?	Dit mag binnen de referentieperiode bij meerdere gemeentelijke opdrachtgevers zijn gerealiseerd.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
51	Referentieopdracht	Bij referentieopdrachten staat dat de referentieopdracht moet zijn afgerond, tenzij het uitgevoerde deel voldoet aan waarde of volume. Kunt u bevestigen of een meerjarige lopende raamovereenkomst als referentie mag worden gebruikt wanneer het relevante volume reeds is gerealiseerd?	Ja, hierbij bevestigd.
52	Programma van eisen	In eis 3.1 wordt gevraagd om één vast aanspreekpunt, maximaal twee personen. Geldt dit maximum uitsluitend voor contactpersonen richting de gemeente, of ook voor specialisten die inhoudelijk bijdragen aan campagnes, rapportages en optimalisaties?	Dit maximum geldt voor contactpersonen richting de gemeenten.
53	Gunningscriterium 3	Bij gunningscriterium 3 wordt gevraagd welke services zonder extra kosten worden verricht. Kunt u aangeven of deze services contractueel onderdeel worden van de raamovereenkomst en dus gedurende de volledige looptijd kosteloos geleverd moeten worden?	Ja, indien gewenst door opdrachtgever.
54	Gunningscriterium 2	Verwacht u bij gunningscriterium 2 volledig uitgewerkte campagnebeelden en advertenties, of volstaat een conceptuele beeldrichting met voorbeelden van formats en boodschappen?	Het tweede volstaat.
55	Beoordeling	Hoe weegt de beoordelingscommissie efficiënt budgetgebruik in verhouding tot maximaal bereik? Scoort een soberder kanaaladvies met sterke onderbouwing gelijkwaardig aan een breder kanaaladvies binnen hetzelfde budget?	Ja.
56	Kerncompetentie 1	Bij kerncompetentie 1 wordt gevraagd om ervaring met een online en offline arbeidsmarktcampagne "bij een Nederlandse gemeente". Bij kerncompetentie 2 wordt gevraagd om ervaring "bij organisatie binnen de Nederlandse gemeenten". Kunt u bevestigen of referenties bij andere lokale of decentrale overheidsorganisaties, zoals waterschappen, omgevingsdiensten, veiligheidsregio's, GGD'en, provincies, gemeentelijke samenwerkingsverbanden of gemeenschappelijke regelingen, als gelijkwaardig worden geaccepteerd wanneer de opdracht inhoudelijk vergelijkbaar is qua arbeidsmarkt doelgroepen, bestuurlijke context, publieke dienstverlening en wervingsvraagstukken?	Nee, de gevraagde ervaring moet zijn opgedaan bij een gemeente.
57	Gunningscriterium 1	Bij gunningscriterium 1 wordt gevraagd naar verwachte impact per kanaal. Kunt u aangeven of u hierbij vooral kwantitatieve impact verwacht, zoals bereik, clicks en sollicitaties, of ook kwalitatieve impact, zoals doelgroepfit en kandidaatkwaliteit?	Beide.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
58	Programma van eisen	In eis 1.9 staat dat inschrijver bij achterblijvende aantallen views ten minste één week voor sluitingsdatum moet informeren. Kunt u aangeven welke norm of benchmark de gemeenten hanteren om te bepalen wanneer views of resultaten "achterblijven"?	Het achterblijven van cijfers ten aanzien van ervaring en de verwachting van beide partijen. Er geldt geen harde norm of benchmark.
59	Mediabudget	Krijgt inschrijver binnen een vooraf goedgekeurd mediabudget mandaat om budgetten tussen kanalen te verschuiven bij tegenvallende prestaties, of is voor elke bijsturing afzonderlijk akkoord nodig van de gemeente?	Bij wijzigingen is akkoord nodig van de gemeente.
60	Programma van eisen	In het Programma van Eisen staat dat inschrijver adviseert over functienaam en vacaturetekst. Kunt u aangeven of inschrijver uitsluitend adviseert, of ook daadwerkelijk herschreven vacatureteksten en advertentievarianten moet opleveren?	Het gaat uitsluitend om advisering (met voorbeelden).
61	1.5 opdracht	Verwachten de gemeenten dat inschrijver ook adviseert over de kandidaatervaring op de werken-bij-websites en sollicitatiefunnel, of beperkt de opdracht zich tot campagneverkeer tot aan de landingspagina?	Het kan beide elementen omvatten. Zie ook het antwoord op vraag 10.
62	1.5 Opdracht	Worden doelgroepcampagnes tijdens de uitvoering ingezet als zelfstandige campagnes los van concrete vacatures, of uitsluitend gekoppeld aan openstaande vacatures?	Dit is afhankelijk van de doelgroepcampagnes. Beide is mogelijk.
63	1.5 Opdracht	Kunt u aangeven welk aandeel van de verwachte inzet naar verwachting betrekking heeft op reguliere vacaturecampagnes, doelgroepcampagnes, employer-brandingadvies en losse kanaalplaatsingen?	Naar schatting: 70% vacaturecampagnes, 30% voor de overige werkzaamheden.
64	1.5 Opdracht	De verwachting is dat circa 50% van de vacatures via de te contracteren jobmarketingpartij wordt uitgezet. Kunt u aangeven of er een minimale afname of exclusiviteit geldt binnen de raamovereenkomst, of dat alle volumes volledig vrijblijvend zijn?	Een raamovereenkomst kenmerkt zich als een overeenkomst zonder afnameverplichting. Er geldt dus geen minimale afname.
65	1.5 Opdracht	In paragraaf 1.5 staat dat gemeenten nu of in de toekomst zelf contracten kunnen afsluiten met jobboards of platforms voor rechtstreeks plaatsen van vacatures. Kunt u toelichten of inschrijver in dat geval nog verantwoordelijk is voor advies, monitoring, rapportage en bijsturing op deze plaatsingen, of dat deze volledig buiten de dienstverlening van inschrijver vallen?	Dit valt buiten de dienstverlening van inschrijver.
66	Bijlage A: programma van eisen	U geeft 'aantonen met certificaten' als voorbeeld voor het aantonen van ervaring. Kun u aangeven in welke mate u certificaten anders waardeert dan ervaringsjaren of bijvoorbeeld aantal uitgevoerde campagnes?	Opdrachtgever vraagt om certificaten en ziet 7 jaar relevante werkervaring in de afgelopen 10 jaar als gelijkwaardig en/of 75 uitgevoerde campagnes in de afgelopen twee jaar.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
67	Bijlage A: programma van eisen	U vraagt bij 1.1 ervaring met SEO en geeft aan dat inschrijver dit bijvoorbeeld aan kan tonen door certificaten. Vraag: u benoemt verschillende certificaten, waaronder op social media; vanuit dat licht, wat is de definitie van SEO die u hanteert? Doelt u hier op een wens voor bredere ervaring met recruitment marketing?	Ja.
68	5.1 Gunningscriteria en Beoordelingsmethodiek	Vraag: U geeft bij de gunningscriteria aan dat tabellen en grafische vormgeving niet worden meegeteld voor het maximaal aantal te gebruiken woorden. Kunt u bevestigen dat tekst binnen een tabel niet wordt meegerekend voor het maximaal aantal te gebruiken woorden?	Ja, hierbij bevestigd.
69	5.1 Gunningscriteria en Beoordelingsmethodiek 2. Doelgroepcampagnes	De aanpak van de doelgroepcampagne (v.b. slogans, beeldmateriaal, etc.); Vraag: Verwacht u bij de uitwerking van deze vraag dat inschrijver relevant beeldmateriaal presenteert voor de doelgroepcampagne dat in lijn is met de huisstijl van de gemeenten?	Nee, zie ook het antwoord op vraag 54.
70	5.1 Gunningscriteria en Beoordelingsmethodiek 2. Doelgroepcampagnes	Aan inschrijvers wordt gevraagd om een doorlopende doelgroepcampagne van maximaal 9 weken op te zetten om ervaren kandidaten aan te trekken (senioriteit). U dient in uw advies ten minste de volgende aspecten te beschrijven... Vraag: Verwacht u bij de uitwerking van dit criterium dat er ook ingegaan wordt op budget voor deze doelgroepcampagne, of is dat niet relevant voor de beantwoording van deze vraag, en op welke manier weegt u een eventueel gepresenteerd budget? (of wilt u een level playing field bieden waarbij alle inschrijvers uit dienen te gaan van een door u afgegeven budget)	De all-in prijs voor een doelgroepcampagne moet worden ingevuld in het prijzenblad, regel 17. In het gunningcriterium wordt beoordeeld op kwaliteit.
71	3.3.3 Technische- en Beroepsbekwaamheid	U schrijft bij kerncompetentie 4: Inschrijver heeft aantoonbaar ervaring om verkeer dat wordt gegenereerd door ingezette campagnes te monitoren, zodat inzichtelijk is welke kanalen welk verkeer opleveren en wat er bijgestuurd moet worden. Vraag: Van welke website analytics tool verwacht u dat opdrachtnemer gebruikmaakt, of is opdrachtnemer hier vrij in?	Hier is opdrachtnemer vrij in.
72	3.3.3 Technische- en Beroepsbekwaamheid; kerncompetentie 1	Hoe zwaar weegt voor u ervaring met online vs offline promotie? Bijvoorbeeld, wanneer een opdrachtnemer weinig tot geen ervaring heeft met offline promotie, maar wel ruimschoots voldoet aan alle andere kerncompetenties, komt deze partij dan in aanmerking voor de opdracht?	Het accent ligt op online promotie, maar er is wel enige ervaring nodig met offline promotie ten behoeve van het advies van de campagne.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
73	3.3.3 Technische- en Beroepsbekwaamheid	<p>U schrijft: Kerncompetentie 1: Inschrijver heeft aantoonbare ervaring met het ontwikkelen, produceren en uitvoeren van een online en offline arbeidsmarktcampagne voor tenminste vier verschillende doelgroepen. Doelgroepen verschillen in: vakgebied, functiekennis, levensfase en functieniveau. Deze werkzaamheden zijn uitgevoerd bij een Nederlandse gemeente.</p> <p>Vraag: U benoemt hier dat opdrachtnemer ervaring moet hebben met het uitvoeren van offline arbeidsmarktcampagnes, maar in de opdrachtomschrijving (Aanbestedingsleidraad 1.5) wordt offline promotie nergens benoemd. Kunt u omschrijven wat u van opdrachtnemer verwacht qua ervaring op het gebied van offline campagnes? Kunt u dit illustreren met voorbeelden van uw huidige offline inzet (in verhouding tot uw online inzet)?</p>	<p>Het gaat uitsluitend om hierover te kunnen adviseren. In het advies van opdrachtnemer kan bijvoorbeeld offline promotie zijn uitgewerkt. Opdrachtgever verzorgt dan zelf eventuele plaatsingen. Opdrachtgever maakt nu bijvoorbeeld gebruik van plaatsingen in de krant en driehoeksborden.</p>