



Nota van Inlichtingen bij: Jobmarketing

Kenmerk: PRJ-2600041

Datum: 26-5-2026

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
74	Prijzenblad	Indien het totaalbedrag op het prijzenblad alleen gebruikt wordt voor de beoordeling, kunt u toelichten hoe opdrachtgever en opdrachtnemer tijdens raamovereenkomst overeenkomen over een prijs voor een jobmarketingcampagne?	Uw aanname is niet helemaal juist. Het dienstverleningstarief is vast, zo ook de opgegeven tarieven voor de mediakanalen. De opgegeven all-in prijzen voor een jobmarketingcampagne en doelgroepcampagne zijn richtprijzen. De opdrachtnemer geeft advies en in overleg met opdrachtgever wordt dit uitgevoerd. De prijs wordt per specifieke campagne afgestemd tussen opdrachtnemer en opdrachtgever afhankelijk van het advies, maar kan bij soortgelijke vacatures tijdens de uitvoering van de overeenkomst niet dusdanig afwijken van de opgegeven all-in prijs.
75	Prijzenblad	Het invullen van alle prijzen resulteert in een "totaalbedrag voor beoordeling gunningscriterium prijs". Is dit totaalbedrag op één of andere manier van toepassing tijdens het uitvoeren van de werkzaamheden tijdens de raamovereenkomst, of staat dit hier compleet los van? Zo ja, wordt dit totaalbedrag dan alleen gebruikt voor beoordeling?	Het totaalbedrag wordt enkel gebruikt voor beoordeling.
76	Prijzenblad	Het invullen van alle prijzen resulteert in een "totaalbedrag voor beoordeling gunningscriterium prijs". Kunt u aangeven wat deze prijs betekent los van dat het meegenomen wordt in de beoordeling? Aangezien deze totaalprijs gebaseerd is op o.a. 2 fictieve casussen en 9 vacaturebanken (die je niet allemaal inzet voor één vacature, en soms wellicht helemaal niet inzet), zijn wij van mening dat het risico bestaat dat het totaalbedrag niet representatief is voor de te leveren diensten tijdens de raamovereenkomst, terwijl het wel zwaar meeweegt in uw beoordeling.	Het totaalbedrag wordt gebruikt voor de beoordeling van het onderdeel prijs. Naar oordeel van aanbestedende dienst is het gevraagde representatief voor de te leveren diensten en is de verhouding passend.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
77	Prijzenblad	Op het prijzenblad dient inschrijver bijkomende kosten in te vullen voor het plaatsen van een vacature op social media, bovenop de €1.000,- aan mediakosten. Kunt u aangeven wat u verstaat onder deze bijkomende kosten en hoe ze verschillen van de kosten die in het uurtarief zitten? In onze ogen kunnen deze kosten overlap hebben waardoor ze dubbel vermeld worden op het prijzenblad.	In het prijzenblad worden vijf verschillende tarieven opgevraagd, vier daarvan zijn all-in tarieven: media-advies, doelgroepcampagne, mediakanalen en kosten plaatsing Facebook, Instagram en LinkedIn. Voor de kosten plaatsing op Facebook, Instagram en LinkedIn verwacht aanbestedende dienst een all-in prijs voor de media-inzet van € 1.000,- voor de media-kanalen Facebook, Instragram en LinkedIn, dus hoeveel betaalt aanbestedende dienst daadwerkelijk aan opdrachtnemer bij € 1.000,- inzet op deze kanalen. Het dienstverleningstarief staat hier los van en wordt enkel gebruikt voor specifieke gevallen die niet op het prijzenblad staan vermeld, zoals bijvoorbeeld het doen van onderzoeken. Er is dus geen sprake van overlap in de gevraagde kosten.
78	Prijzenblad	Op het prijzenblad dient inschrijver een uurtarief in te vullen dat wordt vermenigvuldigd met 3 fictief aantal uren. Kunt u bevestigen dat het totaalbedrag dat hieruit voortvloeit het totaalbedrag is dat inschrijver rekent qua manuren voor het beheren, plaatsen en adviseren van één jobmarketingcampagne voor één vacature, en dat deze prijs ook vaststaat tijdens de raamovereenkomst?	Nee, zie antwoord op vraag 77. De kosten voor het beheren, plaatsen en adviseren van één jobmarketingcampagne voor één vacature moeten verwerkt zijn in de opgegeven prijs in cel D15. Het opgegeven dienstverleningstarief staat vast, behoudens eventuele indexering. Het dienstverleningstarief is niet van toepassing op reguliere jobmarketingcampagnes, dit betreft namelijk een all-in prijs.
79	N.a.v. prijzenblad;	Op het prijzenblad dient inschrijver een uurtarief in te vullen dat wordt vermenigvuldigd met 3 fictief aantal uren. Staat het fictief aantal uren (3) vast, of kan inschrijver dit aanpassen wanneer zij verwacht langer of korter bezig te zijn met beheer, plaatsing en advisering van een vacature?	Nee, u mag deze uren niet aanpassen. Het gaat om een fictief aantal uren. De genoemde acties zijn onderdeel van de all-in prijs voor een jobmarketingcampagne.
80	N.a.v. prijzenblad	Op het prijzenblad staat een lijst met verschillende vacatureplatforms. Kunt u bevestigen dat voor elk vacatureplatform een plaatsingsprijs ingevuld dient te worden, en dat dit los staat van de uitwerking van subcriterium 1 en/of 2? Bovendien, zijn de ingevulde prijzen leidend tijdens de raamovereenkomst?	Ja, voor elk platform moet een prijs ingevuld worden. Dit staat los van de uitwerking van de kwalitatieve subcriteria. De ingevulde prijzen zijn leidend.
81	N.a.v. prijzenblad;	Op het prijzenblad dient inschrijver een all-in prijs voor de doelgroepcampagne in te vullen. Kunt u bevestigen dat deze prijs alleen geldt voor de uitwerking voor de casus en niet leidend is voor een uit te voeren doelgroepcampagne tijdens de raamovereenkomst?	Ja, deze prijs geldt voor de uitwerking van de casus die zo realistisch mogelijk ingevuld dient te worden. De meegegeven casus is een realistisch voorbeeld van een mogelijke doelgroecampagne.

nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
82	N.a.v. prijzenblad;	Op het prijzenblad dient inschrijven bij "all-in prijs media-advies" een budget in te vullen tot €3.000,-. Kunt u toelichten wat er allemaal binnen dit budget valt (puur adviesgerelateerd of inclusief advertentiebudget)?	Alle voorkomende kosten zijn onderdeel van de all-in prijs, waaronder maar niet uitsluitend advies, plaatsing, en bijsturing (inclusief social media, jobboards en man-uren).