

Nota van inlichtingen - Employer branding en Job Marketing d.d. 23 juli 2026

Ref. Nr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	1.Referentie-eis publieke organisaties	Kunt u bevestigen dat onder ‘andere publieke organisaties’ ook semipublieke organisaties vallen, zoals zorginstellingen, onderwijsinstellingen en maatschappelijke organisaties met een publieke taak?	Dit is juist.
2	Negen campagnes binnen één referentie	Kunt u bevestigen dat de eis van ten minste negen campagnes ook mag worden aangetoond met een raamovereenkomst of doorlopende opdracht waarin meerdere campagnes voor verschillende doelgroepen zijn uitgevoerd?	Dit is juist.
3	Succesvolle vervulling	Hoe definieert u ‘succesvolle vervulling’? Gaat het om een daadwerkelijke aanstelling, voldoende kwalitatieve sollicitaties, of het bereiken van vooraf afgesproken campagnedoelstellingen?	Er is sprake van een succesvolle vervulling als de vacature waar de campagne voor is uitgezet is ingevuld.
4	Afhankelijkheden KPI 70%	Hoe wordt omgegaan met factoren buiten de invloedssfeer van opdrachtnemer, zoals salarisniveau, selectieproces, functie-eisen, interne besluitvorming en arbeidsvoorwaarden?	Indien Opdrachtnemer verwacht dat dergelijke factoren een belemmerende invloed hebben op het vervullen van een vacature, ligt het initiatief bij Opdrachtnemer om dit tijdig met Opdrachtgever te bespreken en hierover concrete afspraken schriftelijk vast te leggen. Alleen wanneer vooraf gezamenlijk is vastgesteld dat een externe factor daadwerkelijk belemmerend werkt, wordt deze niet meegenomen in de KPI-beoordeling. Opdrachtgever heeft hierin het beslissend eindoordeel. Na iedere vierde campagne vindt een rapportageverplichting plaats, zie hiervoor eis 11 in het Programma van Eisen.
5	Doorlooptijd	Wordt de afgesproken doorlooptijd per campagne vooraf gezamenlijk vastgesteld op basis van functie, schaarste, urgentie en beschikbare middelen?	Zoals in het Programma van Eisen, eis20 staat is de doorlooptijd van een mediacampagne 1 maand. In overleg tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer kan hier schriftelijk van worden afgeweken op basis van functie, schaarste en urgentie. Opdrachtgever heeft hierin het beslissend eindoordeel.
6	Eigen financiële bijdrage bij achterblijvende resultaten	Kunt u concretiseren wat wordt bedoeld met ‘eigen financiële bijdrage’ en of hieraan een maximum wordt gesteld?	Als er onvoldoende (kwalitatieve) sollicitaties op de vacature zijn ontvangen binnen 2 weken, dient Opdrachtnemer uit eigen financiële middelen de campagne te 'boosten' om dit resultaat te verbeteren. Aangezien deze financiële bijdrage voor rekening is van de Opdrachtnemer geldt hier geen maximum. Zie hiervoor eis 31 in het Programma van Eisen.
7	Mediabudget	Dient mediabudget volledig onderdeel te zijn van de all-in tarieven, of wordt mediabudget per campagne separaat goedgekeurd en doorbelast?	Ja, het mediabudget dient volledig onderdeel te zijn van het all-in tarief.
8	Uitwerking kwalitatief aspect 3: Specialistische mediakanalen	U vraagt om een uitwerking van maar liefst 30 kanalen, kunt u het aantal pagina's verruimen naar 4A4?	Akkoord, dit is aangepast in het Beschrijvend Document paragraaf 6.3.3.
9	Plan van aanpak	Kunt u de eis rondom het aantal pagina's veruimen naar 5 A4?	Niet akkoord, dit wordt als voldoende beschouwd door Aanbestedende dienst.
10	2.1.3 Scope van de Opdracht	U geeft aan dat u een vacature eerst zelf gedurende circa twee à drie weken uitzet en actief werft. Welke kanalen worden er door u zelf ingezet bij de werving?	Welke kanalen worden ingezet is wisselend en afhankelijk van de vacature. Doorgaans maken we in ieder geval gebruik van onze Werkenbijsite aangevuld met de Nationale Vacaturebank, Indeed, Linked In, Gemeentebanen, de socials en lokale krant en lichtborden.
11	Prijsblad	Wij rekenen geen kosten voor advies en werken met All in bedragen. Onze plaatsingskosten zijn verdisconteerd in de tarieven. mogen wij hier 0 euro invullen?	Niet akkoord, aangezien de gemeente een uniforme werkwijze wil hanteren zodat een reële vergelijking gemaakt kan worden tussen alle partijen.
12	Programma van Eisen eis 30	Welk ATS gaat u gebruiken?	De gemeente maakt momenteel gebruik van een eigen, op maat gemaakt, systeem. Eis 30 heeft enkel betrekking op mogelijke ontwikkelingen binnen de gemeente.
13	Programma van Eisen eis 30	Wij brengen geen kosten inrekening voor de koppeling met uw ATS, mogen wij hier 0 invullen?	Zie antwoord op vraag 12. Hier is overigens in het prijzenformulier geen specifieke uitvraag naar gedaan, eis 30 is hierop aangepast.
14	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?	Nee, er is ook sprake van verzuim als er onvoldoende kwalitatieve sollicitanten zijn ontvangen.
15	N.a.v. bijlage 7:	Onder de toelichting bij tabblad 1 staat: “4. indien een kanaal niet wordt aangeboden, vult Inschrijver € 0,00 in.” Wat is de reden dat een inschrijver kan bepalen om een bepaald kanaal niet aan te bieden, aangezien de kanalen binnen de scope vallen van wat u uitvraagt?	Opdrachtnemer moet wel van alle kanalen de prijs invullen omdat deze kanalen frequent zullen worden gebruikt, maar kan per campagne verschillend adviseren welke kanalen er voor die campagne worden ingezet. Dit is aangepast in het prijzenformulier.
16	N.a.v. bijlage 7:	“7. het prijzenformulier moet volledig en rechtsgeldig worden ondertekend en aangeleverd in het originele Excel-format.” Volstaat hier een getekend exemplaar in PDF en een ongetekende versie in Excel-format?	Dit volstaat.
17	N.a.v. bijlage 7:	“5. indien een dienst of kanaal niet wordt aangeboden, vult Inschrijver € 0,00 in;” Kunt u aangeven op welke regels uit het prijzenblad dit van toepassing zou kunnen zijn?	Zie het antwoord op vraag 15, het prijzenformulier is aangepast.
18	N.a.v. bijlage 7:	U geeft aan dat minimaal 3 kanalen moeten worden aangeboden, maar dit kan dus ook meer zijn. Hoe moet dit worden aangegeven?	Inschrijver kan zelf regels toevoegen in het prijzenformulier.
19	N.a.v. bijlage 7:	Wat is de reden dat u een sub totaal heeft opgenomen in tabblad 2, aangezien deze prijs niet worden meegenomen in de prijsbeoordeling?	Dit sub totaal komt te vervallen en is aangepast in het prijzenformulier
20	N.a.v. bijlage 7:	In werkblad 02 (specialistische mediakanalen) kunnen inschrijvers verschillende uitgangspunten hanteren, waardoor een niet-vergelijkbaar aanbod ontstaat. Hoe gaat u hiermee om in de beoordeling?	Specialistische Mediakanalen worden beoordeeld onder kwalitatief aspect 3 van het Beschrijvend Document waarbij de gegevens uit het prijzenformulier uitsluitend voor marktconformiteit en verificatie worden gebruikt en niet voor de beoordeling op prijs.
21	N.a.v. bijlage 7:	In werkblad 02 (specialistische mediakanalen) zijn vele variabelen open gelaten, die hierdoor op verschillende manieren kunnen worden ingediend door de inschrijvers. Hierdoor ontstaat een niet te vergelijken aanbod. Hoe zorgt u ervoor dat een gelijk speelveld wordt gehanteerd?	Zie het antwoord op vraag 20.
22	N.a.v. bijlage 7:	Wij stellen voor om werkblad 02 te laten vervallen, aangezien deze prijzen niet meedoen in de beoordeling. Kunt u hiermee instemmen?	Niet akkoord, Opdrachtgever wenst op voorhand inzicht te verkrijgen in de prijzen voor marktconformiteit en verificatie.
23	N.a.v. bijlage 6:	Wat is de reden dat meerdere referenties kunnen worden ingediend om één kerncompetentie aan te tonen?	Dit is per abuis onjuist opgenomen in bijlage 6. Het Beschrijvend Document paragraaf 5.2.2 is leidend waarbij wordt gesteld dat Inschrijver per kerncompetentie maximaal één referentie kan indienen. De tekst in bijlage 6 is aangepast en hiermee gelijk aan het Beschrijvend Document.
24	N.a.v. bijlage 1, eis 30:	Kunt u aangeven onder welk onderdeel in het prijzenblad de koppeling moet worden afgeprijsd?	Zie het antwoord op vraag 12 en 13.

25	N.a.v. bijlage 1:	Onder operationele eisen worden allerlei termijnen genoemd. Mogen wij ervan uitgaan dat dit termijnen zijn binnen werktijden (werkdagen)?	Ja, dit is juist
26	N.a.v. paragraaf 6.3.3:	Wij begrijpen uw wens om inzicht te krijgen in specialistische kanalen, echter is het niet verstandig om dit te koppelen aan het prijzenblad. Dit betekent namelijk dat u in het prijzenblad verschillende aanbiedingen gaat meenemen in de beoordeling en u hiermee geen “appels met appels” vergelijkt. In het kader van het gelijke speelveld is dit een risico. Wij stellen voor om dit onderdeel alleen kwalitatief te beoordelen (waarbij u inzicht kunt vragen in de tarieven). Kunt u hiermee instemmen?	Zie het antwoord op vraag 20.
27	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	Op welke risico's ligt de nadruk in de beoordeling?	In het gunningscriterium is opgenomen dat inschrijvers zelf de voor de uitwerking van de fictieve casus relevante risico's dienen te identificeren en te onderbouwen. De beoordeling richt zich daarom op de wijze waarop de inschrijver deze risico's benoemt, analyseert en mitigeert.
28	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	Kunt u specificeren welke type risico's verwacht worden in de casus (bijv. operationeel, strategisch, reputatie)?	Zie het antwoord op vraag 27.
29	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	Is overlap toegestaan tussen kwaliteitscriterium 1 en 2, indien logisch onderbouwd?	Dit is akkoord, indien u helder puntsgewijs de subgunningscriteria laat terugkomen.
30	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	Kunt u verduidelijken wat het onderscheid is tussen: a. het uitvragen van informatie bij de start van het proces (6.3.1 I), en b. het stellen van kritische vragen gedurende het proces (6.3.2 XI)?	Bij de start van het proces worden uiteraard ook kritische vragen gesteld om een duidelijk beeld te vormen. Echter kan tijdens het proces, het achterblijven van resultaat aanleiding geven om verdiepende en kritischere vragen te stellen aan Opdrachtgever.
31	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	Kunt duiden waar het maximale budget allemaal gebruikt voor mag worden?	Het is aan Opdrachtnemer hoe het budget wordt gebruikt en wordt ingevuld om de vacature succesvol in te vullen, zie voor verdere specificaties het prijzenformulier.
32	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	Kunt u aangeven welke uitgangspunten in acht moeten worden genomen bij de casusuitwerking. Is er bijvoorbeeld foto- en videomateriaal beschikbaar?	De uitgangspunten staan beschreven onder paragraaf 6.3.2. van het Beschrijvend Document. Ja, er is foto en videomateriaal beschikbaar.
33	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	Verwacht u van de inschrijver een onderbouwing van hoe het fictieve budget wordt uitgegeven?	Ja, dit is aangepast en expliciet opgenomen onder paragraaf 6.3.2. van het Beschrijvend Document.
34	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	Kan, wanneer in de casus geen afwijkende processtappen worden gevolgd ten opzichte van de beschreven werkwijze bij kwaliteitscriterium 1, worden verwezen naar de uitwerking van kwaliteitscriterium 1?	Dat kan, maar wees bewust dat de algemene processtappen anders van aard zijn dan de casus die specifiek op een vacature is gebaseerd en mogelijk iets anders vraagt.
35	N.a.v. paragraaf 6.3.2:	In stap I vraagt u om zaken te beschrijven die u ook al uitvaart onder kwaliteitscriterium 1 (6.3.1). Om scherp te krijgen wat u precies wilt zien, kunt u aangeven welke activiteiten u onder kwaliteitscriterium 1 wilt zien en welke activiteiten u onder kwaliteitscriterium 2 wilt zien?	Het plan van aanpak dient als een basisbeschrijving die vervolgens wordt toegepast op de praktijk namelijk de casus/vacature. Dit is onlosmakelijk met elkaar verbonden, maar niet hetzelfde.
36	N.a.v. paragraaf 6.3.1:	Wat is de reikwijdte voor optimalisatievoorstellen?	Aangezien dit voor rekening is van de Opdrachtnemer, is hij vrij om dit zelf te bepalen.
37	N.a.v. paragraaf 5.3.1:	De normering gaat er vanuit dat het niet invullen van een vacature in alle gevallen ligt aan de opdrachtnemer. De jobmarketing kan meerdere geschikte kandidaten opleveren, maar in het werving- en selectieproces kunnen kandidaten nog afvallen. Voorbeelden hiervan zijn een trage uitvoering van de procedure of het aanbieden van niet passende voorwaarden aan een kandidaat. Hoe wordt dit meegenomen in de beoordeling van de KPI?	Zie het antwoord op vraag 4.
38	N.a.v. paragraaf 5.3.1:	Hoe gaat u om met niet-presteren door de eigen gemeentelijke organisatie?	Niet-presteren dat voortkomt uit omstandigheden binnen de gemeentelijke organisatie wordt niet aan de Opdrachtnemer toegerekend. Alleen wanneer het niet-nakomen van afspraken het gevolg is van handelen of nalaten van de Opdrachtnemer zelf, kan sprake zijn van toerekenbaar niet-presteren.
39	N.a.v. paragraaf 5.2.2:	Kunt u bevestigen dat een referentie van de gemeente Hoeksche Waard mag worden ingediend?	Dit is akkoord.
40	N.a.v. paragraaf 5.2.1:	Indien u vast wilt houden aan een beroepsaansprakelijkheidsverzekering, dan willen wij ook vragen om een proportionele dekking uit te vragen en deze te beperken tot 500.000 euro per verzekeringsjaar (gebaseerd op de opdrachtwaarde). Kunt u hiermee instemmen?	Akkoord, het Beschrijvend Document paragraaf 5.2.1 wordt aangepast naar: "U moet deze verzekering uiterlijk op het moment van gunning van de Overeenkomst hebben afgesloten. De verzekering moet dekking bieden van minimaal € 300.000,- per aanspraak tot ten minste € 500.000,- per verzekeringsjaar."
41	N.a.v. paragraaf 5.2.1:	U vraagt om een verzekering voor beroeps- en bedrijfsaansprakelijkheid. Gezien de aard van deze opdracht, vragen wij ons af of een beroepsaansprakelijkheid passend is om te vragen. Wat is de reden dat u vraagt om een verzekering voor beroepsaansprakelijkheid?	De Aanbestedende Dienst vraagt om een beroepsaansprakelijkheidsverzekering omdat de aard van de opdracht inhoudelijke advisering omvat. Bij werkzaamheden zoals strategisch advies, employer branding en job marketing kunnen fouten of nalatigheden leiden tot (imago)schade bij Opdrachtgever (bijvoorbeeld onjuiste advisering, foutieve campagne-inrichting of onjuist gebruik van data). Deze risico's vallen onder beroepsaansprakelijkheid.
42	N.a.v. paragraaf 4.1.5:	Wilt u het eigendomsvoorbehoud laten vervallen van inschrijvingsdocumenten, aangezien dit documenten zijn die in vertrouwen met u als aanbestedende dienst worden gedeeld en enkel tot doel hebben een passend aanbod te doen in de aanbesteding?	Niet akkoord. Dit artikel ziet niet toe op eigendomsvoorbehoud of de IE-rechten van de ingediende stukken van Inschrijver. Aanbestedende Dienst wordt enkel eigenaar van de ingediende stukken om het aanbestedingsproces rechtmatig te kunnen doorlopen.
43	N.a.v. paragraaf 4.1.5:	Wat is de reden dat u het intellectueel eigendom claimt van inschrijvingsdocumenten van geïnteresseerde partijen?	De documenten worden enkel eigendom van Aanbestedende Dienst om de aanbestedingsprocedure rechtmatig te kunnen doorlopen, de IE-rechten op deze documenten blijven bij Opdrachtnemer.
44	N.a.v. paragraaf 3.2.1:	De tweede vragenronde is niet in de planning opgenomen. Kunt u aangeven wanneer de vervolgvragen gesteld moeten worden en wanneer de Nota van Inlichtingen hiervan verstrekt wordt?	Er is reeds een tweede nota van inlichtingen ronde toegevoegd aan de planning. De deadline voor het stellen van vragen voor de tweede ronde staat gepland op maandag 31 augustus 2026 voor 12:00 uur. Graag verwijs ik u naar TenderNed of het Beschrijvend Document voor de aangepaste planning.
45	Beschrijvend Document §2.1.1 en §2.2	In §2.1.1 wordt gesproken over een verwachte stijging van het aantal vacatures, terwijl §2.2 de omvang baseert op historische cijfers en spendanalyse. Is de verwachte stijging meegenomen in de raming van 10–15 campagnes per jaar en de maximale opdrachtwaarde van €510.000 excl. btw?	De verwachte stijging is hierin meegenomen.
46	Beschrijvend Document §2.1.3 en §2.2	In §2.1.3 staat dat de gemeente eerst zelf 2 à 3 weken werft en daarna pas de opdrachtnemer inschakelt. Geldt de raming van 10–15 campagnes per jaar uitsluitend voor vacatures waarvoor deze interne werving onvoldoende resultaat oplevert?	In de meeste gevallen geldt dit inderdaad, een uitzondering daargelaten wanneer het een urgente en/of directiefunctie betreft.

47	Beschrijvend Document §2.1.3 en Bijlage 1 eis 19	In §2.1.3 staat dat een campagne doorgaans vier weken duurt. In eis 19 staat dat de campagne maximaal één maand duurt en dat de vacature binnen die termijn ingevuld dient te worden. Wordt met “ingevuld” bedoeld: kandidaat geselecteerd, kandidaat akkoord met arbeidsvoorwaarden, arbeidsovereenkomst getekend, of startdatum vastgesteld?	De campagne duurt 1 maand waarbij indien nodig en met uitdrukkelijke goedkeuring van Opdrachtgever dit termijn verlengd kan worden. Met ingevuld wordt bedoeld dat de geschikte kandidaat een arbeidsvoorwaardengesprek heeft gevoerd. Echter, dit hoeft niet binnen de termijn van 1 maand te zijn. Indien een geschikte kandidaat voorafgaand, tijdens of na het arbeidsvoorwaardengesprek zich terugtrekt is dit niet verwijtbaar aan de Opdrachtnemer.
48	Beschrijvend Document §5.3.1 KPI's en Bijlage 1 eis 19	De KPI stelt dat minimaal 70% van de vacatures binnen de afgesproken doorlooptijd succesvol vervuld moet zijn. Eis 19 legt een maximale campagneduur van één maand vast. Klopt het dat de KPI ziet op de bijdrage van jobmarketing binnen de campagneperiode, en niet op de volledige interne selectie-, besluitvormings- en arbeidsvoorwaardelijke procedure van opdrachtgever?	Ja, dat klopt. De beoordeling betreft het succesvol invullen van vacatures binnen de maximale campagneduur van één maand en omvat niet de doorlooptijd van de interne selectie-, besluitvormings- of arbeidsvoorwaardelijke procedures van opdrachtgever. Daarbij is de normering aangepast ten opzichte van de oorspronkelijke KPI. Op operationeel niveau geldt niet langer een tussentijdse norm van 70% per periode. In plaats daarvan vindt na iedere vierde campagne een meetmoment plaats, waarbij minimaal drie van de vier campagnes succesvol moeten zijn ingevuld binnen de in PvE-eis 20 vastgelegde maximale doorlooptijd. Op strategisch niveau blijft de jaarlijkse norm ongewijzigd: minimaal 70% van alle vacatures dient op jaarbasis succesvol te zijn ingevuld binnen de maximale doorlooptijd zoals vastgelegd in PvE-eis 20. Een resultaat van minder dan 70% op jaarbasis wordt als onvoldoende beschouwd.
49	Beschrijvend Document §5.3.1 KPI's	De sancties lijken deels per individuele vacature te gelden, terwijl de normering per periode en op jaarbasis wordt gemeten. Vanaf welk moment, en over welke meetperiode, wordt bepaald of de minimale 70%-norm is behaald?	Indien na twee weken binnen een campagneperiode van één maand blijkt dat de prestaties achterblijven en reguliere optimalisatie onvoldoende resultaat oplevert, wordt aanvullende (media)inzet noodzakelijk geacht. Deze aanvullende inzet valt onder de verplichting van Opdrachtnemer en dient zonder meerkosten te worden geleverd (opgenomen in het Programma van Eisen). De operationele norm van de KPI's is aangepast en wordt niet meer per kwartaal, maar na iedere vierde campagne getoetst. Op dat meetmoment moeten minimaal drie van de vier campagnes succesvol zijn ingevuld binnen de maximale doorlooptijd zoals vastgelegd in PvE-eis nr. 20. Indien niet aan deze minimale norm wordt voldaan, ook niet na aanvullende (media)inzet, kan Opdrachtgever in de daaropvolgende vier campagnes een sanctie toepassen in de vorm van een verbeterbudget. De minimale norm van 70% succesvol ingevulde vacatures op jaarbasis blijft gelden. Aan het einde van het kalenderjaar wordt beoordeeld of Opdrachtnemer over het gehele jaar aan de 70%-norm heeft voldaan. Indien het jaargemiddelde lager is dan 70% en eerdere maatregelen onvoldoende effect hebben gehad, behoudt Opdrachtgever zich het recht voor de Overeenkomst te ontbinden zonder opzegtermijn en zonder enige schadevergoeding. Conform het PvE wordt een operationeel niveau rapportageverplichting (na iedere vierde campagne) opgenomen. Opdrachtnemer rapporteert iedere vierde campagne over de KPI, inclusief voortgang, resultaten, risico's en getroffen maatregelen.
50	Beschrijvend Document §5.3.1 KPI's	Kunt u verduidelijken wat wordt verstaan onder “aantoonbare voortgang” na 3 weken? Gaat dit om views, clicks, sollicitaties, gekwalificeerde sollicitaties, gesprekken, of een andere indicator?	Gekwalificeerde sollicitaties en/of ingeplande sollicitatiegesprekken.
51	Beschrijvend Document §5.3.1 KPI's	Indien een campagne aantoonbaar geschikte kandidaten oplevert die voldoen aan de harde eisen, maar opdrachtgever besluit deze kandidaten niet uit te nodigen, af te wijzen of de procedure vertraagt, telt de vacature dan als niet-vervuld voor opdrachtgever?	Nee, zie ook het antwoord op vraag 38.
52	Beschrijvend Document §5.3.1 KPI's	In de huidige arbeidsmarkt is succesvolle vacaturevervulling mede afhankelijk van arbeidsvoorwaarden, functiezwaarte, interne doorlooptijden, vacaturetekst, selectiecriteria en besluitvorming van opdrachtgever. Kunt u aangeven welke factoren buiten de invloedssfeer van opdrachtnemer worden uitgesloten van de KPI-berekening?	Zie het antwoord op vraag 4.
53	Beschrijvend Document §5.3.1 KPI's en §6.3.2	In §6.3.2 staat dat door inschrijver voorgestelde strengere KPI's prevaleren. Betekent dit dat inschrijvers die ambitieuze KPI's voorstellen contractueel zwaarder worden belast dan inschrijvers die geen strengere KPI's voorstellen? Kunt u bevestigen dat dit niet leidt tot een ongelijk speelveld?	Het opstellen van de verzwaarde KPI's in de uitwerking van kwalitatief aspect 2: "Casus" kom te vervallen. Dit is aangepast in het Beschrijvend Document. De minimumeisen zoals gesteld in paragraaf 5.3.1 van het Beschrijvend Document blijven gehandhaafd.
54	Bijlage 1 eis 13 en eis 18	In eis 13 en 18 wordt gesproken over een reactietermijn/uitvoering binnen 24 uur. Betreft dit 24 klokuren of 24 uur op werkdagen/kantoortijden van maandag t/m vrijdag?	Het betreft 24 uur klokuren op werkdagen van maandag t/m vrijdag.
55	Bijlage 1 eis 13	Eis 13 vraagt binnen 24 uur een all-in advies met offerte inclusief doelgroepanalyse, kanaaladvies, onderbouwing, opties, kosten en succeskans. Kunt u bevestigen dat deze termijn ingaat nadat alle noodzakelijke input van opdrachtgever compleet is ontvangen?	Dat is juist.
56	Bijlage 1 eis 14 en eis 24	Eis 14 en 24 vragen opschaling/wijzigingen binnen 4 uur. Betreft dit het uitbrengen van advies en het in gang zetten van wijzigingen, of daadwerkelijke livegang/publicatie door externe mediakanalen, waarop opdrachtnemer niet altijd volledige invloed heeft?	Binnen 4 uur moeten de wijzigingen worden aangebracht. Ondanks buiten invloedssfeer m.b.t. de externe mediakanalen kan Opdrachtnemer wel herhaaldelijk aansturen op wijzigingen z.s.m. doorvoeren.

57	Bijlage 1 eis 22, §2.5.1 en §5.3.1	Eis 22 en de KPI-sancties vragen bijsturing, extra budget, tooling of uren zonder meerkosten. Kunt u aangeven waar de grens ligt tussen reguliere optimalisatie binnen de afgesproken campagne en aanvullende media-inzet die normaliter extra kosten veroorzaakt?	Reguliere optimalisatie betreft alle bijsturingen die Opdrachtnemer binnen de afgesproken campagne uitvoert op basis van eigen inschatting, zoals het aanpassen van targeting, kanalenmix of budgetverdeling binnen de bestaande campagne-inzet. Indien na twee weken binnen een campagneperiode van één maand blijkt dat de prestaties achterblijven en reguliere optimalisatie onvoldoende resultaat oplevert, wordt aanvullende (media)inzet noodzakelijk geacht. Deze aanvullende inzet dient door Opdrachtnemer zonder meerkosten te worden geleverd. De prijs die vooraf voor de vacature is vastgesteld, wordt gedurende de campagne niet aangepast. Indien de operationele norm (3 van de 4 campagnes) niet wordt behaald, kan Opdrachtgever in het daaropvolgende vier campagnes een sanctie toepassen in de vorm van een verbeterbudget.
58	Bijlage 1 eis 30	Eis 30 vraagt een koppeling met een nog op te leveren ATS, waarvan de specificaties onbekend zijn, en dat de kosten al in het prijzenblad worden opgenomen. Kunt u de technische specificaties, gewenste functionaliteiten, planning en verantwoordelijkheden voor deze ATS-koppeling verstrekken?	Zie het antwoord op vraag 13.
59	Bijlage 1 eis 30 en Beschrijvend Document §6.4	Indien de ATS-specificaties nog onbekend zijn, hoe kunnen inschrijvers hiervoor een marktconforme vaste prijs opnemen zonder risico-opslag? Kunt u overwegen deze koppeling buiten de vaste prijsstelling te plaatsen of als separate nadere opdracht af te nemen?	Zie het antwoord op vraag 13.
60	Beschrijvend Document §5.2.2 en Bijlage 6	De kerncompetentie vereist ten minste negen campagnes binnen maximaal twaalf maanden die hebben geleid tot succesvolle vervulling van vacatures bij publieke organisaties. Kunt u bevestigen dat deze negen campagnes binnen één referentieopdracht mogen vallen?	Dit is juist.
61	Beschrijvend Document §5.2.2	Kunt u verduidelijken of “succesvolle vervulling” betekent dat de kandidaat daadwerkelijk in dienst is getreden, of dat de campagne aantoonbaar heeft geleid tot geschikte kandidaten/sollicitaties?	Zie het antwoord op vraag 3.
62	Beschrijvend Document §6.2.1	De maximale fictieve korting bedraagt €408.000 ten opzichte van een opdrachtwaarde van €510.000. Kunt u toelichten hoe is geborgd dat de prijscomponent nog voldoende onderscheidend en proportioneel meeweegt?	De Aanbestedende Dienst acht de gehanteerde verhouding tussen prijs en kwaliteit proportioneel en passend bij de doelstellingen van deze aanbesteding. waarbij de kwaliteit van de dienstverlening zwaarder weegt dan de prijs. De prijscomponent blijft onderdeel van de EMVI-beoordeling en behoudt onderscheidend vermogen.
63	Beschrijvend Document §2.1.4	§2.1.4 stelt dat alle niet-benoemde activiteiten buiten scope vallen. Tegelijk wordt in meerdere eisen gevraagd om proactief meedenken, toekomstige ontwikkelingen, aanvullende opties, ATS-koppeling en alternatieve wervingsmethoden. Kunt u verduidelijken welke activiteiten verplicht binnen scope en prijs vallen?	In het Beschrijvend Document paragraaf 2.1.3 en het Programma van Eisen staat beschreven wat binnen de scope en prijs valt. De ATS-koppeling hoeft niet opgenomen te worden, zie antwoord 13.
64	Bijlage 1 eis 16 en Beschrijvend Document §2.1.3	Eis 16 noemt losse plaatsingen op diverse media- of wervingskanalen naast campagnes. Vallen losse plaatsingen onder dezelfde KPI's voor vacaturevervulling, of uitsluitend onder plaatsings- en rapportageverplichtingen?	Losse plaatsingen vallen hierbuiten.
65	Bijlage 1 eis 26 en eis 28	Externe communicatie moet voldoen aan de huisstijl en beeldmateriaal mag alleen binnen de afgesproken campagneperiode worden gebruikt. Levert opdrachtgever tijdig alle benodigde huisstijlrichtlijnen, beeldrechten en toestemmingen aan vóór start van de 24-uurs uitvoeringsperiode?	Nee, opdrachtgever is afhankelijk van een intern team waardoor deze deadline niet gegarandeerd is. Intentie is uiteraard zo snel mogelijk. Dit heeft geen invloed op de 24-uurs uitvoeringsperiode van Opdrachtgever.
66	Bijlage 1 eis 36	Eis 36 geeft opdrachtgever het recht om kanaalkosten te laten aanpassen indien deze afwijken. Betreft dit alleen aantoonbare opslag/marge boven externe mediakosten, of ook prijsverschillen door bundels, servicefees, volumekorting en platformkosten?	Dit geldt voor alle afwijkingen waardoor de tarieven hoger uitvallen dan marktconform.
67	Beschrijvend Document §2.5.3 en Bijlage 1 eis 44	§2.5.3 zegt facturatie achteraf na afronding en schriftelijke goedkeuring per campagne; eis 44 staat termijnfacturatie toe na akkoord. Kunt u bevestigen dat termijnfacturatie mogelijk is bij langere campagnes, hoge mediabudgetten of externe kanaalkosten?	Niet akkoord. Het is niet de verwachting dat langere campagnes voorkomen.
68	Bijlage 8 art. 4.6	Opdrachtgever heeft altijd het recht de overeenkomst tussentijds op te zeggen met drie maanden opzegtermijn zonder schade- of kostenvergoeding. Geldt dit ook voor reeds geplande of ingekochte mediaplaatsingen en externe kanaalkosten die opdrachtnemer niet kosteloos kan annuleren?	Akkoord. De Aanbestedende Dienst acht de kans op reeds geplande mediaplaatsingen na afloop van een opzegtermijn van drie maanden zeer beperkt, aangezien vacatures binnen een maximale termijn van één maand ingevuld dienen te worden.
69	Bijlage 8 art. 6.1 en Beschrijvend Document §2.5.3	Facturatie vindt pas plaats na goedkeuring van de verrichte diensten. Binnen welke termijn geeft opdrachtgever goedkeuring na afronding van een campagne, zodat betaling niet onnodig wordt vertraagd?	Indien wordt voldaan aan de aangegeven voorwaarden m.b.t. facturatie (eis 35), is het de verwachting dat dit binnen 1 werkweek kan worden gerealiseerd.
70	Bijlage 8 art. 6.5	Opschorting van betaling geeft opdrachtnemer niet het recht verplichtingen op te schorten of de overeenkomst te beëindigen. Kunt u bevestigen dat deze bepaling niet geldt bij langdurige betalingsachterstanden of betwiste facturen die niet aan opdrachtnemer te wijten zijn?	Dit is juist.
71	Bijlage 7 Prijzenformulier – tabblad 01 en Invulinstructies	In het prijzenformulier staat dat standaard mediakanalen beoordelend zijn en dat bij niet-aanbieden €0,00 moet worden ingevuld. Betekent dit dat een inschrijver die een kanaal niet aanbiedt een lagere inschrijfprijs krijgt, terwijl het kanaal niet beschikbaar is? Kunt u bevestigen hoe dit in de prijsbeoordeling wordt gecorrigeerd?	Zie het antwoord op vraag 15.
72	Bijlage 7 Prijzenformulier – tabblad 04 Inschrijfprijs	De inschrijfprijs lijkt te worden berekend op basis van standaard mediakanalen en advieskosten, terwijl specialistische mediakanalen en social/PPC-mediabudgetten niet in de totaalprijs lijken mee te tellen. Kunt u bevestigen welke kosten daadwerkelijk meetellen voor de prijsbeoordeling?	Dit is juist, Standaard Mediakanalen, Advieskosten, uitvoeringskosten en beheerfee worden beoordeeld op prijs. Specialistische Mediakanalen worden beoordeeld onder kwalitatief aspect 3 van het Beschrijvend Document waarbij de gegevens uit het prijzenformulier uitsluitend voor marktconformiteit en verificatie worden gebruikt en niet voor de beoordeling op prijs.

73	Bijlage 9 VNG Algemene Inkoopvoorwaarden art. 9	In de stukken is geen aparte verwerkersovereenkomst of overeenkomst gezamenlijke verwerkingsverantwoordelijken aangetroffen. Wordt deze nog verstrekt, en zo ja, op welk moment moet inschrijver hiermee akkoord gaan?	Opdrachtnemer krijgt geen inzicht in de gegevens van sollicitanten waardoor er geen verwerkersovereenkomst wordt aangegaan.
74	Programma van Eisen	“30. Opdrachtnemer is in staat tot het realiseren van een koppeling met het nog door Opdrachtgever op te leveren ATS. De kosten van deze koppeling dienen opgenomen te zijn in het Prijzenblad bijlage 7” Vraag: Kunt u aangeven van welk ATS u gebruikmaakt of gebruik gaat maken?	Zie het antwoord op vraag 12 en 13.
75	Programma van Eisen	“30. Opdrachtnemer is in staat tot het realiseren van een koppeling met het nog door Opdrachtgever op te leveren ATS. De kosten van deze koppeling dienen opgenomen te zijn in het Prijzenblad bijlage 7” Vraag: Wij zien nergens op het Prijzenblad de mogelijkheid om een prijs in te vullen voor deze koppeling. Kunt u aangeven waar u verwacht dat we deze prijs invullen?	Dat klopt en is aangepast in het Programma van Eisen.
76	Programma van Eisen	“15. De offerte zal hierin de gemaakte prijsafspraken op basis van het Prijzenformulier bijlage 7 van uw Inschrijving hanteren” Vraag: Het Prijzenblad bevat geen kosten voor advertentiebudgetten op bijvoorbeeld socialmediakanalen. Klopt het dat, wanneer na gunning wordt besloten social media in te zetten voor het promoten van vacatures, het benodigde advertentiebudget in overleg met opdrachtgever wordt vastgesteld?	Opdrachtnemer geeft een all in bedrag waarin de advertentiekosten op de socials zijn meegenomen. Hoe hoog deze kosten zijn en of dit voldoende is om resultaat te behalen, is aan Opdrachtnemer.
77	6.3.3 Uitwerking kwalitatief aspect 3	“Inschrijver toont per vakgebied de relevantie van de voorgestelde mediakanalen en actuele jobboards voor dat vakgebied aan” Vraag: verwacht opdrachtgever dat inschrijvers zich hier beperken tot de ingevulde specialistische mediakanalen op het prijzenblad, of mag inschrijver ook andere aanvullende kanalen adviseren in de uitwerking die potentieel ook geschikt kunnen zijn per vakgebied?	Indien inschrijver ervoor kiest om aanvullende kanalen te adviseren in de uitwerking die potentieel ook geschikt kunnen zijn per vakgebied, dient inschrijver deze kanalen ook op te nemen in het Prijzenformulier. Inschrijver mag per vakgebied meer dan drie kanalen aanbieden en kan deze zelf als extra regels toevoegen in het Prijzenformulier. Aanbestedende Dienst gebruikt deze gegevens uitsluitend voor marktconformiteit en verificatie en niet voor de beoordeling op prijs.
78	6.2.1 Subgunningscriteria	Vraag: Wat betreft beoordeling van de subgunningscriteria en daarmee de maximaal fictieve korting in €: Kunt u beter toelichten hoe de maximaal fictieve korting in € precies wordt berekend, afhankelijk van de score op een subgunningscriterium?	Per subgunningscriterium kan Inschrijver een maximale korting van € 136.000,- ontvangen. In paragraaf 6.5 van het Beschrijvend document ziet u het beoordelingskader. Hierbij geeft Aanbestedende Dienst een fictieve inschrijving om de beoordelingsmethodiek nader toe te lichten: Inschrijver heeft ingeschreven met een prijs van € 500.000,- exclusief btw. Subgunningscriterium "Plan van aanpak" wordt met een "Goed (70%)" beoordeeld: 70% x € 136.000,- = € 95.200,- korting; Subgunningscriterium "Casus" wordt met een "Uitmuntend (100%)" beoordeeld: 100% x € 136.000,- = € 136.000,- korting; Subgunningscriterium "Specialistische mediakanalen" wordt met een "Voldoende (40%)" beoordeeld: 40% x € 136.000,- = € 54.400,- korting; De fictieve inschrijfprijs is hiermee: € 500.000,- minus € 95.200,- minus € 136.000,- minus € 54.400,- = € 214.400,-. De laagste fictieve inschrijfprijs heeft de beste prijs-kwaliteitsverhouding en krijgt daarmee de opdracht gegund.
79	6.2.1 Subgunningscriteria	“De fictieve korting wordt van de inschrijfprijs afgetrokken om tot een fictieve inschrijfprijs te komen” Vraag: Kunt u de beoordeling op maximaal fictieve korting beter toelichten? Begrijpen wij goed dat wanneer inschrijver een 100% score heeft op (bijvoorbeeld) Kwalitatief Aspect 1, de fictieve korting voor dit subgunningscriterium €136.000 is en dat de totale fictieve inschrijfprijs een (significant) negatief getal wordt?	Zie de toelichting op vraag 78.
80	6.3.3 Uitwerking kwalitatief aspect 3: Specialistische mediakanalen	“Inschrijver wordt gevraagd om in het Prijzenblad bijlage 7 minimaal 3 relevante mediakanalen per vakgebied op te nemen, inclusief: looptijd, brutoprijs en korting” Vraag: In het Prijzenblad op tabblad '01 – Standaard Mediakanalen' worden 9 mediakanalen opgesomd. Dienen de in te vullen specialistische kanalen op tabblad '02 – Specialistische mediakanalen' geen overlap te hebben met de 9 standaard mediakanalen, of mag inschrijver ook adviseren om één of meerdere van de standaard mediakanalen in te zetten per vakgebied?	Nee, er is een duidelijk onderscheid tussen standaard/algemene kanalen en specialistische kanalen. Er wordt nadrukkelijk gevraagd om 3 specialistische kanalen te noemen per vakgebied. Overlap is dus niet mogelijk. Standaard kanalen beoordelen we uitsluitend op prijs, specialistisch op onderbouwing en kwaliteit.
81	6.3.2 Uitwerking kwalitatief aspect 2: Casus	“De op te leveren producten: inschrijver beschrijft welke producten worden opgeleverd, zoals het campagnevoorstel, kanaaladvies, contentbriefings, voortgangsrapportages en de eindrapportage.” Vraag: Wat verstaat u precies onder de contentbriefing? Is dit de briefing die opdrachtnemer geeft aan afdeling Communicatie voor de juiste content omtrent een vacature?	Dit is per abuis onjuist opgenomen en verwijderd uit het Beschrijvend Document.
82	2.1.3 Scope van de opdracht	“De campagne kan bestaan uit onder meer: gebruik van data (zoals cijfers, percentages, latent versus actief zoekgedrag) om keuzes te onderbouwen.” Vraag: Welke data tool(s) worden op dit moment gebruikt om keuzes te onderbouwen?	Data uit eigen systeem en data vanuit team Content/Communicatie middels Site Improve.
83	2.1.3 Scope van de opdracht	“De campagne kan bestaan uit onder meer: gebruik van data (zoals cijfers, percentages, latent versus actief zoekgedrag) om keuzes te onderbouwen.” Vraag: Verwacht opdrachtgever dat opdrachtnemer een specifieke tool gebruikt voor data om keuzes te onderbouwen, of is opdrachtnemer hier vrij in?	Hier is Opdrachtnemer vrij in.
84	6.3.1. Uitwerking kwalitatief aspect 1	“Hoe de vacature wordt uitgezet, gemonitord en bijgestuurd, inclusief rapportage” Vraag: Heeft opdrachtgever qua rapportage bepaalde verwachtingen qua rapportage, of is opdrachtnemer er vrij in om hier een passend voorstel in te doen?	Opdrachtnemer is hier grotendeels vrij in en dient zich te houden aan de eisen 9 t/m 13 aangaande rapportage in het programma van eisen.
85	2.1.3 Scope van de opdracht	“Hierbij wordt nauw samengewerkt met de afdeling Communicatie van de gemeente voor het aanleveren van beeldmateriaal voor bannern en socialmediaberichten” Vraag: beschikt gemeente Hoeksche Waard over (professioneel) foto- en videomateriaal voor campagnes? Zo niet, is er binnen het budget van de opdracht ruimte om dit te laten (door)ontwikkelen door opdrachtnemer, of kan hier extra budget voor vrijgemaakt worden?	Gemeente Hoeksche Waard beschikt hierover.

86	2.1.3 Scope van de opdracht	“Hierbij wordt nauw samengewerkt met de afdeling Communicatie van de gemeente voor het aanleveren van beeldmateriaal voor banners en socialmediaberichten” Vraag: Beschikt gemeente Hoeksche Waard over een advertentieconcept waar opdrachtnemer gebruik van kan maken in campagnes? Zo niet, is er binnen het budget van de opdracht ruimte om dit te laten ontwikkelen door opdrachtnemer?	Gemeente Hoeksche Waard beschikt hierover.
87	2.1.3 Scope van de opdracht	“Hierbij wordt nauw samengewerkt met de afdeling Communicatie van de gemeente voor het aanleveren van beeldmateriaal voor banners en socialmediaberichten” Vraag: Begrijpen wij goed dat de afdeling Communicatie verantwoordelijk is voor het aanleveren van beeldmateriaal voor banners en socialmediaberichten aan opdrachtnemer? Adviseert opdrachtnemer aan afdeling Communicatie welk beeldmateriaal zij nodig heeft?	Ja dat is juist. Opdrachtnemer geeft aan wat hij/zij nodig heeft.
88	5.2.2 Technische bekwaamheid en beroepsbekwaamheid – Kerncompetentie(s)	“Deze campagnes zijn binnen een periode van maximaal twaalf (12) maanden uitgevoerd en hebben geleid tot succesvolle vervulling van de vacatures bij gemeenten, provincies of andere organisaties” Vraag: Wat bedoelt u precies met “Deze campagnes zijn binnen een periode van maximaal twaalf (12) maanden uitgevoerd”? Wenst u dat ten minste één vacature binnen elk type wervingsopgave (a), b), of c)) binnen een periode van 12 maanden succesvol is ingevuld in de afgelopen 3 jaar?	Aanbestedende dienst eist met deze kerncompetentie dat Inschrijver ten minste negen vacatures binnen een periode van twaalf maanden succesvol heeft ingevuld in de afgelopen drie jaar, waarbij elk type wervingsopgave (a), (b) en (c) aantoonbaar voorkomt.
89	5.2.2 Technische bekwaamheid en beroepsbekwaamheid – Kerncompetentie(s)	“a) lastig vervulbare functies vanwege een zeer beperkte of schaars beschikbare doelgroep, zoals medewerker begraven of vergunningsverlener” Vraag: Wat voor soort functies verstaat u nog meer onder “lastig vervulbare functies vanwege een zeer beperkte of schaars beschikbare doelgroep”, die niet onder categorie b) (“vacatures die inhoudelijk zeer specialistisch of complex zijn”) of c) (“vacatures die onder (bestuurlijke_ tijdsdruk en belang vervuld moeten worden”) vallen?	Aangezien categorie A en B veelal overlap met elkaar hebben, heeft Opdrachtgever ervoor gekozen om deze samen te voegen. U kunt denken aan vacatures op het gebied van duurzaamheid, adviseur verkeer, (omgevings)vergunningen, toezicht en handhaving (m.u.v. de Boa's), projectleiders, juridisch adviseurs, senior financieel adviseur, specialist burgerzaken/publiekzaken, contractmanager.
90	2.1.2. Gewenste situatie	“Employer branding speelt vandaag de dag een grote rol op de arbeidsmarkt” Vraag: Verwacht u van opdrachtnemer dat zij ook actief employer branding campagnes inzet, naast de promotie van vacatures? En zo ja, kunt u een indicatie geven hoeveel procent van het beschikbare mediabudget hiervoor gereserveerd kan worden? (in % per jaar)	Dit kan samen met Opdrachtgever tijdens de looptijd van de overeenkomst worden besproken. Eventueel in te zetten mediabudget zit in het all in tarief van Opdrachtnemer.
91	2.1.3 Scope van de opdracht	“De opdrachtnemer stelt vervolgens een voorstel op voor de inzet van passende wervingskanalen en socialmedia-campagnes, afgestemd op de specifieke vacature” Vraag: Kunt u aangeven wat opdrachtgever minimaal verwacht in dit voorstel?	Dat het een volwaardig voorstel is dat aansluit op de vacature, waarbij rekening wordt gehouden met type functie, schaarste in de arbeidsmarkt, bereik, urgentie, moeilijkheidsgraad etc.
92	6.3.3 specialistische mediakanalen	In de toelichting verwacht u een toelichting op minimaal 3 relevante mediakanalen. Kunt u bevestigen dat u in uw oordeel uitgaat van de daadwerkelijke resultaten en niet óf en in welke mate gebruik is gemaakt van specialistische mediakanalen?	Wij beoordelen op gebruik van specialistische wervingskanalen evenals de mate, maar ook de effectiviteit dus meetbare resultaten.