

Bijlage 5 Subgunningscriteria

1. Inleiding

De Subgunningscriteria omvatten vragen over kwaliteit en prijs. Bij een maximale score kunnen in totaal 1.000 punten worden verdiend; 700 voor de kwalitatieve criteria en 300 voor de prijscriteria. De opdracht wordt verleend aan de Inschrijver die opgeteld (het totaal aantal punten van kwalitatieve en prijs gunningscriteria) de meeste punten behaalt.

Deze Bijlage dient als inhoudelijke aanvulling op het Beschrijvend Document. Deze laatste is dan ook leidend. Deze Bijlage richt zich op de inhoud van de uitwerking van de Subgunningscriteria.

Kwaliteitscriteria	Maximum aantal punten Kwaliteit	Maximum aantal pagina's A4
K1. Mediastrategie		
K1.1 Algemeen	150	1
K1.2 Case Eetvragencampagne	200	0,5 per idee 1,5 totaal
K2. Samenwerking		
K2.1 Proces	125	1
K2.2 Kernteam	125	1
K3. Media-inkoop	100	1
K4. Presentatie*1	*1	n.v.t.
Totaal K1 t/m K4	700	

*1

De voorlopig behaalde puntenscore van de gezamenlijke beoordeling kan na de presentatie: 1. definitief worden of 2. met 5% worden verhoogd, of 3. met 5% worden verlaagd (zie Beschrijvend Document p.7.1)

Indien het aangegeven maximum aantal pagina's wordt overschreden, dan wordt het resterende deel niet beoordeeld. Inschrijver gebruikt een lettergrootte van minimaal 10 en een duidelijk leesbaar lettertype, bijvoorbeeld Aptos of gelijkwaardig.

Prijscriteria	Maximum aantal punten Prijs	Prijzenblad - tabblad
P1. Uurtarieven	125	4
P2. Fee, digitale en offline media	125	4
P3. Directe plaatsingen	50	5
Totaal Inschrijfprijs	300	

2. Beoordelingskader kwalitatieve Subgunningscriteria

Per onderdeel wordt de volgende beoordelingsschaal gehanteerd:

- **Zeer goed (100% van de punten)**

De ingediende informatie bevat naar oordeel van de beoordelingscommissie in zeer ruime mate meerwaarde. Er is uitstekend invulling is gegeven aan de geformuleerde doelstellingen. De beantwoording:

- Sluit uitstekend aan bij hetgeen wordt gevraagd;
- Gaat in op alle onderdelen, is volledig;
- Is zeer goed onderbouwd, concreet en realistisch;
- Heeft uitstekende meerwaarde voor het Voedingscentrum.

- **Goed (70% van de punten)**

De ingediende informatie bevat naar oordeel van de beoordelingscommissie in ruime mate meerwaarde. Er is goed invulling is gegeven aan de geformuleerde doelstellingen. De beantwoording:

- Sluit goed aan bij hetgeen wordt gevraagd;
- Gaat in op alle onderdelen;
- Is goed onderbouwd, concreet en realistisch;
- Heeft goede meerwaarde voor het Voedingscentrum.

- **Voldoende (50% van de punten)**

De ingediende informatie bevat naar oordeel van de beoordelingscommissie voldoende meerwaarde. Er is matige invulling is gegeven aan de geformuleerde doelstellingen. De beantwoording:

- Sluit voldoende aan bij hetgeen wordt gevraagd;
- Gaat in op alle of een deel van de onderdelen;
- Is voldoende onderbouwd, concreet en realistisch;
- Heeft voldoende meerwaarde voor het Voedingscentrum.

- **Matig (20% van de punten)**

De ingediende informatie bevat naar oordeel van de beoordelingscommissie matig meerwaarde. Er is matige invulling is gegeven aan de geformuleerde doelstellingen. De beantwoording:

- Sluit matig aan bij hetgeen wordt gevraagd;
- Gaat in op slechts een deel van de onderdelen;
- Is matig onderbouwd, concreet en realistisch;
- Heeft beperkt meerwaarde voor het Voedingscentrum.

- **Onvoldoende (0% van de punten)**

De ingediende informatie bevat naar oordeel van de beoordelingscommissie onvoldoende meerwaarde. Er is matig of geen invulling is gegeven aan de geformuleerde doelstellingen. De beantwoording:

- Sluit matig aan bij hetgeen wordt gevraagd;
- Gaat in op slechts een deel van de onderdelen;
- Is in beperkte mate onderbouwd, concreet en realistisch;
- Heeft onvoldoende meerwaarde voor het Voedingscentrum.

3. Vragen gunningscriteria Kwaliteit – maximaal 700 punten

Voor de kwalitatieve criteria vragen wij Inschrijver om de volgende vragen beknopt te beantwoorden.

K1. Mediastrategie (maximaal 350 punten)

K1.1. Mediastrategie – algemeen (maximaal 150 punten)

In een effectieve mediastrategie dient er in de middelenkeuze een goede verdeling te worden gerealiseerd tussen media die in staat zijn de boodschap optimaal over te brengen (aandacht genereren) en anderzijds media die vooral efficiënt zijn. Hoe bepaalt Inschrijver deze optimale balans en waar houdt Inschrijver rekening mee bij het bepalen hiervan?

Beschrijf dit in maximaal 1 A4.

Beoordelingscriteria

- Strategische en stapsgewijze aanpak
- Onderbouwing (al dan niet met behulp van data/onderzoek/tools)

K1.2. Mediastrategie - case Eetvragencampagne (maximaal 200 punten)

De achtergrondinformatie voor deze opdracht is opgenomen in Bijlage 7: Case Campagne Eetvragen.

Beschrijf maximaal drie (impactvolle, creatieve en/of innovatieve) manieren waarop ofwel met de huidige middeleninzet, ofwel met aanvullende middeleninzet of adequaat/vernieuwend gebruik van deze middelen de twee belangrijke uitdagingen in de campagne aangepakt kunnen worden. Onderbouw waarom deze aanpakken kunnen leiden tot een meer effectieve campagne.

De drie uitwerkingen kunnen één van beide uitdagingen/elementen betreffen, maar ook kan worden gekozen voor een combinatie (bijvoorbeeld één idee voor het element 'nuance', en twee voor het element 'ongeïnteresseerde doelgroep').

Beschrijf dit in maximaal ½ A4 per idee, max. 1,5 A4 totaal.

Beoordelingscriteria

- Mate van aansluiting bij de campagnedoelstellingen van de eetvragencampagne
- Strategische- en innovatie-kracht, creatief mediagebruik
- Onderbouwing van de ideeën (al dan niet met behulp van data/onderzoek/tools)

K2. Samenwerking (maximaal 350 punten)

K2.1. Samenwerking – proces (maximaal 125 punten)

Beschrijf hoe Inschrijver het samenwerkingsproces ziet vanaf het moment van briefing van een (jaar)campagne t/m de eindevaluatie van de campagne. Onderdeel van deze beschrijving zijn: rolverdeling Inschrijver-klant / processtappen / documenten / timing / contactmomenten / samenwerking met derden.

Beschrijf dit in maximaal 1 A4 (schematisch mag ook).

Beoordelingscriteria

- Organisatorische kracht
- Helderheid en volledigheid van het proces en logische opbouw

K2.2. Samenwerking – kernteam (maximaal 125 punten)

Beschrijf het kernteam dat voor het Voedingscentrum gaat werken. Vermeld hierin functie, aantal jaren (media)-ervaring (vermeld hierbij ook de ervaring met vergelijkbare, dienstverlenende bedrijven of organisaties), rol voor het Voedingscentrum. In het kernteam zitten tenminste: 1e aanspreekpunt (clientservice/account), mediastrateeg, digitale specialist, social mediaspecialist, OLV specialist. Hoe borgt Inschrijver de continuïteit en kennisoverdracht bij veranderingen in de teamsamenstelling voor Voedingscentrum?

Beschrijf dit in maximaal 1 A4.

Beoordelingscriteria

- Goede mix tussen senioriteit en specialistische kennis.
- Ervaring met vergelijkbare organisaties en bedrijven
- Mate van borging van continuïteit en zekerheid voor Voedingscentrum

K3. Media-inkoop – (maximaal 100 punten)

Vanaf 1 januari 2027 koopt het Voedingscentrum haar media zelfstandig in, los van de rijksoverheid/DPC. Daardoor kan Voedingscentrum niet meer gebruik maken van de gunstige contracten die ten behoeve van DPC werden afgesloten met de media. Geef aan of en hoe Inschrijver kan voorkomen en borgen dat de prijsstijging van het Voedingscentrum bij de media minimaal is waardoor een ‘harde landing’ uitblijft.

Beschrijf dit in maximaal 1 A4.

Beoordelingscriteria

(Geloofwaardige) onderbouwing

Realistische visie naar de toekomst (gedurende de looptijd van de Raamovereenkomst)

K4. Presentatie

Deze bijeenkomst is een moment van verificatie waarbij de beoordelaars kunnen vaststellen of hun interpretatie van de Inschrijving, en daarmee de toekenning van de punten, juist is geweest. Ook wordt beoordeeld of de contactpersonen communicatief vaardig zijn en duidelijk in staat de gewenste dienstverlening te verzorgen.

Inschrijver wordt gevraagd een korte presentatie te geven over het bureau/samenwerking met het Voedingscentrum, maximaal 20 minuten. Daarna zullen door het Voedingscentrum een aantal vragen worden gesteld. Deze vragen hebben vooral betrekking op de Inschrijving maar kunnen ook aanvullend zijn.

- Deze meeting zal plaatsvinden op het kantoor van het Voedingscentrum in Den Haag en maximaal 1,5 uur duren.
- Bij deze presentatie zijn alleen medewerkers van Inschrijver aanwezig die daadwerkelijk voor het Voedingscentrum zouden gaan werken. De voorgestelde vaste contactpersoon en de medewerker(s) die de mediastrategie invullen zijn in ieder geval aanwezig.

Beoordelingscriteria

- Evenwichtige bijdrage van het gehele team
- Mate van senioriteit en overtuigingskracht in het beantwoorden van de vragen
- Consistentie en begrijpelijkheid in opbouw presentatie
- Beantwoording vragen in lijn met de Inschrijving

4. Vragen Gunningscriteria Prijs – maximaal 300 punten

Voor het gunningscriterium Prijs vragen wij Inschrijver om de tabbladen in de Bijlage 9 'Prijzenblad' in te vullen. Tabblad 1 hoeft u niet in te vullen (instructie).

De puntenscore per onderdeel van het gunningscriterium Prijs wordt automatisch berekend na invulling van de betreffende velden in het prijzenblad (tabblad 2.)

P1. Uurtarieven – tabblad 4 op prijzenblad (maximaal 125 punten)

Uren, fee en budgetwijziging van het prijzenblad wordt gevraagd om binnen een bandbreedte de uurtarieven voor elke functie in te vullen, alsmede de benaming die Inschrijver voor deze functies gebruikt.

P2. Fee – tabblad 4 op prijzenblad (maximaal 125 punten)

Op hetzelfde tabblad in het prijzenblad wordt ook gevraagd binnen een bandbreedte de media-executie-fees voor zowel digitale als offline media in te vullen.

P3. Directe plaatsingen – tabblad 5 prijzenblad (maximaal 50 punten)

Het Voedingscentrum ontwikkelt veelal branded content of andere vormen van advertising (digitaal en offline) die rechtstreeks door het Voedingscentrum met de betreffende mediapartner worden afgesproken (prijs en inhoud) en ook rechtstreeks worden aangeleverd. Dit betreft ongeveer 30-50 directe plaatsingen per jaar, verdeeld over ongeveer 20 opdrachten. Inschrijver verzorgt hierbij alleen de opdrachtbevestiging aan de mediapartner, de facturatie tussen media en bureau en de

factuur van bureau naar het Voedingscentrum. Het Voedingscentrum levert hiervoor alle relevante informatie aan Inschrijver, zodat Inschrijver deze opdrachten kan verwerken. Gevraagd wordt hier om een vaste kostprijs (exclusief BTW) per opdracht door te berekenen (een opdracht kan dus meerdere plaatsingen bevatten).

De antwoorden kunnen worden ingevuld in het prijzenblad tabblad 6: kosten directe plaatsingen.

Voor dit onderdeel kunnen maximaal 50 punten worden behaald.

5. Aanvullende informatie in prijzenblad

Onderstaande tabbladen worden niet meegewogen in de beoordeling Prijs, maar maken wel onderdeel uit van de Raamovereenkomst. Inschrijver dient alle gevraagde bedragen in te vullen.

- **Tabblad 6:** kosten mediastrategie Eetvragen campagne. Op basis van de achtergrondinformatie in de Bijlage 7 Case Campagne Eetvragen wordt aan Inschrijver gevraagd hoeveel uren per functieniveau gemoeid zijn met het ontwikkelen van een mediajaarstrategie inclusief een globale uitwerking per flight en de in te zetten kanalen voor deze campagne.
- **Tabblad 7.** Digital technologie kosten. Op dit tabblad wordt inschrijver gevraagd deze kosten in te vullen
- **Tabblad 8.** Kosten voor tooling en aanvullende diensten
- **Tabblad 9:** specificaties werkzaamheden. Op dit tabblad dient inschrijver aan te geven welke werkzaamheden onder de fee vallen, en welke op uurbasis worden doorberekend.