



Canadian Tourism
Commission

Commission canadienne
du tourisme

REQUEST FOR PROPOSAL ADDENDUM # 02

NRFP #CTC-2014-NK-04 Social Media Analytics

Close Date/Time:

August 11th, 2014
14:00 hours
Pacific Time

Issue Date: August 7th, 2014

From: CTC Procurement

To: All Vendors

E-mail: procurement@ctc-cct.ca

Below are the answers to question(s) submitted in regards to the above noted RFP as of August 5th, 2014

Question 1: Can you provide more detail on your expectations and requirements if possible on the following requirement in C.4: “the CTC may request reporting on specific reports on Social Media networks that are specific to our global markets (E.g. Naver or Daum in South Korea)”.

Answer 1: If requested, the Contractor would be expected to provide an analysis report showing the level of engagement on social media platforms in global markets. The chosen vendor would work with the CTC on identifying the key metrics for each channel that may differ from more mainstream social media channels.

Question 2: In relation to the requirement in section C.3, that the Contractor should be able to provide reporting, using the same metrics as above, on the following topics:

- assessment of earned media value of CTC’s social media activity

Can you explain in more detail the requirement? Does this mean that social media activity has to be assigned a monetary value?

Answer 2: The contractor should be able to use analytics tools and acumen to assign a dollar value to the social media activity that has taken place around a specific social media campaign run by the CTC. For instance, if the CTC were to invite a group of journalists to tour the nation and assign a hashtag to that campaign, we would expect the vendor to be able to track that hashtag and then assign a value to the use of that hashtag based on the content created.

Question 3: If there is a multiple language expectation for listening, what are the expectations for applying country delimiters to social networks other than Twitter? Geo-targeting is only really available for Twitter.

Answer 3: The country delimiter would vary based on the market. The delimiter would be set to the target country of the social media channel being analyzed.

Question 4: Are all reports expected to be delivered in English?

Answer 4: Yes, all reports should be delivered in English.

Question 5: Can you please specify which languages we'd be conducting listening for in the markets listed? Will there be hashtags applied in languages other than English and French?

Answer 5: The Contractor should be able to conduct listening in the following languages for the markets listed:

Market/Country	Language
France	French
Australia	English
UK	English
Germany	Germany
India	English
Korea	Korean
Mexico	Spanish
Japan	Japanese
Brazil	Portuguese
Canada	French/English

For ad hoc reporting the contractor may be expected to provide the CTC with reports on hashtags in other languages. However, the primary hashtag that we will be following is #ExploreCanada. Any other hashtags will be subject to discussion with the Contractor.

Question 6: With regards to the Scope of Work in section C.3, is the list of metrics and criteria provided a definitive list of all metrics that the contractor would need to include in the reports or is it rather more of a wish list of possible metrics that could be included but would have to be decided together with the chosen contractor?

Answer 6: It is not a definitive list. The list of metrics will be decided upon through consultation with the chosen contractor, but the Contractor should be prepared to provide the metrics included in the criteria.

Question 7: Are there any linguistic requirements for the contractor in order to analyze social media activity in some key geographic market of the CTC? Is the expectation that the contractor would have the ability to analyze social media activity in foreign languages as part of the work required by the CTC?

Answer 7: The contractor must be able to provide analytics reports for the CTC-owned social media channels. While understanding the language used in each market might make doing so easier, it is not a requirement to pull data from social media channels and to surface key learnings from that data.

Question 8: Should the list of sub-contractors also include third-party monitoring tools available on the market that contractors could use in order to conduct the work outlined in the NRFP?

Answer 8: Yes, if the sub-contractor services are expected to be used to execute the work described in Section C then you should include them in your proposal.

Question 9: We would need to know if CTC is looking for sentiment analysis for the languages they have requested or is it just at the listening level.

Answer 9: At a minimum the Contractor should be able to complete listening in all of the markets that the CTC is actively marketing in. If there are additional costs associated with sentiment analysis that should be included as a separate optional item in your proposed pricing.



DEMANDE DE PROPOSITIONS AVEC NÉGOCIATIONS – ADDENDA 2

DDPN CCT-2014-NK-04 – Analytique des médias sociaux

Date et heure limites :

Le 11 août 2014
à 14 h
(heure du Pacifique)

<u>Date de publication :</u>	Le 7 août 2014	<u>Expéditeur :</u>	Service de l'approvisionnement de la CCT
-------------------------------------	----------------	----------------------------	--

<u>Destinataire :</u>	Tous les fournisseurs	<u>Courriel :</u>	procurement@ctc-cct.ca
------------------------------	-----------------------	--------------------------	------------------------

Voici les réponses aux questions présentées en date du 5 août 2014 relativement à la DDPN indiquée ci-dessus.

Question 1 : Pouvez-vous préciser vos attentes et vos exigences en ce qui concerne l'exigence suivante, à la section C.4 : « fournir des rapports particuliers sur certains réseaux sociaux propres aux marchés étrangers de la CCT (p. ex. Naver ou Daum en Corée du Sud) »?

Réponse 1 : Si la CCT le lui demande, l'entrepreneur sera appelé à lui soumettre un rapport d'analyse qui montre le niveau de participation aux médias sociaux de ses marchés étrangers. Le fournisseur choisi devra alors définir, en collaboration avec la CCT, les paramètres clés à utiliser pour mesurer chaque réseau, ces paramètres étant éventuellement différents de ceux employés pour les médias sociaux plus courants.

Question 2 : Relativement à l'exigence prescrite à la section C.3, selon laquelle l'entrepreneur doit avoir la capacité de produire des rapports sur les sujets suivants, toujours basés sur les paramètres ci-dessus :

- une estimation de la valeur de la médiatisation méritée engendrée par les activités de la CCT dans les médias sociaux,

pouvez-vous préciser cette exigence? Est-ce que cela signifie qu'on doit attribuer une valeur monétaire aux activités dans les médias sociaux?

Réponse 2 : L'entrepreneur doit pouvoir faire appel à des outils analytiques et user de perspicacité pour attribuer une valeur monétaire aux activités qui gravitent autour d'une campagne particulière menée par la CCT dans les médias sociaux. Un exemple : si la CCT invitait un groupe de journalistes à participer à une tournée pancanadienne et assignait un mot-clic à cette campagne, elle s'attendrait à ce que le fournisseur suive ce mot-clic, puis attribue une valeur à l'utilisation de ce mot-clic d'après le contenu créé.

Question 3 : Si la CCT exige une écoute sociale en plusieurs langues, qu'exige-t-elle en ce qui concerne l'application de délimiteurs de pays à des réseaux sociaux autres que Twitter? En réalité, seul Twitter utilise le géociblage.

Réponse 3 : Le délimiteur de pays varierait d'un marché à l'autre. Il serait établi en fonction du pays ciblé par le canal social analysé.

Question 4 : Les rapports doivent-ils tous être livrés en anglais?

Réponse 4 : Oui. Tous les rapports doivent être livrés en anglais.

Question 5 : Pouvez-vous préciser la langue dans laquelle devra se faire l'écoute dans chacun des marchés mentionnés? La CCT prévoit-elle employer des mots-clés dans d'autres langues que le français et l'anglais?

Réponse 5 : L'entrepreneur doit avoir la capacité de faire de l'écoute dans les langues suivantes, dans les marchés mentionnés :

Marché ou pays	Langue
France	Français
Australie	Anglais
Royaume-Uni	Anglais
Allemagne	Allemand
Inde	Anglais
Corée	Coréen
Mexique	Espagnol
Japon	Japonais
Brésil	Portugais
Canada	Français et anglais

Dans le cadre des rapports spéciaux, l'entrepreneur peut être appelé à fournir à la CCT des rapports sur des mots-clés dans d'autres langues, mais le principal mot-clé que nous suivrons restera #ExploreCanada. Tous les autres mots-clés feront l'objet de discussion avec l'entrepreneur.

Question 6 : En ce qui a trait à la portée des travaux décrite à la section C.3, doit-on considérer la liste des mesures et des critères fournie comme une liste définitive de tous les paramètres de mesure que l'entrepreneur devra inclure dans ses rapports, ou s'agit-il plutôt d'une liste de mesures et de critères souhaités qui pourraient être inclus, mais devront être convenus avec l'entrepreneur choisi?

Réponse 6 : Il ne s'agit pas d'une liste définitive. La CCT dressera la liste des mesures et des critères en collaboration avec l'entrepreneur choisi, mais celui-ci doit pouvoir inclure les critères énoncés dans ses rapports.

Question 7 : L'entrepreneur doit-il nécessairement posséder des compétences linguistiques particulières pour analyser l'activité des médias sociaux dans certains marchés géographiques cibles de la CCT? La capacité d'analyser l'activité dans des médias sociaux de langue étrangère fait-elle partie des exigences de la CCT?

Réponse 7 : L'entrepreneur doit pouvoir fournir des rapports analytiques sur les comptes de médias sociaux qui appartiennent à la CCT. Bien que la connaissance de la langue employée dans chaque marché puisse faciliter cette tâche, elle n'est pas obligatoire pour extraire des données des canaux de médias sociaux et en tirer des enseignements clés.

Question 8 : La liste des sous-traitants doit-elle aussi inclure les outils de surveillance de tierce partie que l'entrepreneur pourrait se procurer dans le marché et utiliser pour effectuer les travaux décrits dans la DDPN?

Réponse 8 : Oui. Si vous prévoyez recourir aux services d'un sous-traitant pour exécuter les travaux décrits à la section C, vous devez inclure ces services dans votre proposition.

Question 9 : Nous aimerions savoir si, au-delà de l'écoute, la CCT cherche aussi à obtenir l'analyse des sentiments dans les langues mentionnées.

Réponse 9 : L'entrepreneur doit au moins avoir une capacité d'écoute dans tous les marchés ciblés par le marketing de la CCT. Si l'analyse des sentiments s'accompagne de coûts supplémentaires, vous devez l'inscrire sous une rubrique distincte, parmi les options facultatives, dans votre proposition de prix.