



REQUEST FOR PROPOSAL ADDENDUM # 04

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

Close Date/Time:

August 11th, 2014
14:00 hours
Pacific Time

<u>Issue Date:</u>	August 11 th , 2014	<u>From:</u>	CTC Procurement
<u>To:</u>	All Vendors	<u>E-mail:</u>	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: You require the monitoring of the #Explore Canada hashtag. Our experience (as well as independent experts) suggest, that if one monitors only hashtags, that can lead to missing up to 90% of the relevant comments. Our technology is using plain text search, followed by machine learning based text qualification. Would the CTC consider an alternate technology desirable?

Answer 1: Yes, the CTC is open to alternative solutions.

Question 2: We determine our own social score (based on a scoring method which we share with our clients) – as the Klout scoring methodology is not clearly documented (and therefore users of it do not exactly know what they use). Please advise what your use of Klout scores would be – in relation to the #Explore Canada hashtag to ensure that we provide the best solution for you (we can use Klout scores – but we believe our own scoring approach is more scientific and more accurate and therefore allows better decisions for CTC)

Answer 2: The CTC uses Klout to determine the best social media influencers for social media campaigns.

Question 3: You provide a list of languages – in many language / geographic areas local social networks play sometimes a more important role than the global networks you listed. Do you expect to be able to listen to those local networks as well? Which ones?

Answer 3: The Contractor should be able to inform the CTC where we should be focusing our efforts for the best results.

Question 4: You require information related to when your content is seen. Social media comments are dated and timed, but the date and time of the comment is often different from when your content is seen. How do you determine now the time when your content is seen?

Answer 4: The contractor should provide that information to the CTC.

Question 5: You require reporting on “earned media value”: how is this done today (as one could use different methodologies with quite different results to achieve this objective)

Answer 5: See addendum 2.

Question 6: How do you score the desirable criteria? Are all criteria equally important or are some more relevant than others?

Answer 6: The desirable criteria are weighted and scored based on their relevance to the work. As a crown corporation we do not disclose these weightings.

DEMANDE DE PROPOSITIONS AVEC NÉGOCIATIONS – ADDENDA 4

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 11 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 : Vous exigez la surveillance du mot-clic #ExploreCanada. Selon notre expérience (et également selon l'avis d'experts indépendants), si on ne surveille que les mots-clics, on peut manquer jusqu'à 90 % des commentaires pertinents. Notre technologie fait d'abord des recherches de texte en clair, qui sont suivies de la qualification de texte fondée sur l'apprentissage automatique. Est-ce que la CCT envisagerait d'adopter une autre technologie?

Réponse 1 : Oui, la CCT est ouverte à différentes options.

Question 2 : Nous déterminons notre propre score sur les médias sociaux (qui se fonde sur une méthode que nous communiquons à nos clients), puisque la méthodologie utilisée pour mesurer le score Klout n'est pas bien documentée (ce qui fait que les gens qui l'utilisent ne savent pas vraiment ce qu'ils utilisent). Pourriez-vous décrire votre utilisation des scores Klout relativement au mot-clic #ExploreCanada? Nous serons ainsi en mesure de vous proposer la meilleure solution (nous pouvons utiliser les scores Klout, mais nous sommes d'avis que notre propre méthodologie est plus scientifique et plus exacte, et qu'elle permettrait à la CCT de prendre les bonnes décisions).

Réponse 2 : La CCT utilise Klout pour déterminer quels sont les meilleurs influenceurs des médias sociaux pour ses campagnes dans les médias sociaux.

Question 3 : Vous fournissez une liste de langues. Dans bon nombre de langues ou de zones géographiques, les réseaux sociaux locaux jouent parfois un rôle plus important que les grands réseaux que vous mentionnez. Attendez-vous aussi des soumissionnaires qu'ils surveillent ces réseaux locaux? Si oui, lesquels?

Réponse 3 : L'entrepreneur devrait être en mesure de suggérer à la CCT où elle devrait concentrer ses efforts pour obtenir les meilleurs résultats.

Question 4 : Vous exigez de l'information sur le moment où le contenu est vu. On connaît la date et l'heure de la publication des commentaires dans les médias sociaux. Par contre, la date et l'heure du commentaire diffèrent souvent du moment où le contenu est vu. Comment déterminez-vous actuellement le moment où le contenu est vu?

Réponse 4 : L'entrepreneur doit être en mesure de fournir cette information à la CCT.

Question 5 : Vous exigez des rapports sur la « valeur de la médiatisation méritée ». Comment la mesurez-vous actuellement (il existe différentes méthodologies pour mesurer cette valeur, qui donnent chacune des résultats très différents)?

Réponse 5 : Voir l'addenda 2.

Question 6 : Comment attribuez des notes aux critères souhaités? Est-ce que tous ces critères sont d'égale importance ou est-ce que certains sont plus pertinents que d'autres?

Réponse 6 : La pondération et la notation des critères souhaités se font en fonction de la pertinence de ceux-ci par rapport aux travaux. En tant que société d'État, nous ne divulguons pas la pondération.