

RETURN BIDS TO:
RETOURNER LES SOUMISSIONS À:
Bid Receiving - PWGSC / Réception des soumissions
- TPSGC
11 Laurier St. / 11, rue Laurier
Place du Portage, Phase III
Core 0B2 / Noyau 0B2
Gatineau
Québec
K1A 0S5
Bid Fax: (819) 997-9776

SOLICITATION AMENDMENT
MODIFICATION DE L'INVITATION

The referenced document is hereby revised; unless otherwise indicated, all other terms and conditions of the Solicitation remain the same.

Ce document est par la présente révisé; sauf indication contraire, les modalités de l'invitation demeurent les mêmes.

Comments - Commentaires

Vendor/Firm Name and Address
Raison sociale et adresse du
fournisseur/de l'entrepreneur

Issuing Office - Bureau de distribution
Communication Procurement Directorate/Direction de
l'approvisionnement en communication
360 Albert St. / 360, rue Albert
12th Floor / 12ième étage
Ottawa
Ontario
K1A 0S5

Title - Sujet Services d'engagement numérique		
Solicitation No. - N° de l'invitation HT399-143551/A		Amendment No. - N° modif. 004
Client Reference No. - N° de référence du client HT399-14-3551		Date 2015-01-13
GETS Reference No. - N° de référence de SEAG PW-\$\$CX-026-66361		
File No. - N° de dossier cx026.HT399-143551	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME	
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2015-01-23		Time Zone Fuseau horaire Eastern Standard Time EST
F.O.B. - F.A.B. Specified Herein - Précisé dans les présentes Plant-Usine: <input type="checkbox"/> Destination: <input type="checkbox"/> Other-Autre: <input checked="" type="checkbox"/>		
Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à: Andruchow(CX Div.), Cassandra		Buyer Id - Id de l'acheteur cx026
Telephone No. - N° de téléphone (613) 993-7846 ()		FAX No. - N° de FAX (613) 991-5870
Destination - of Goods, Services, and Construction: Destination - des biens, services et construction:		

Instructions: See Herein

Instructions: Voir aux présentes

Delivery Required - Livraison exigée	Delivery Offered - Livraison proposée
Vendor/Firm Name and Address Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur	
Telephone No. - N° de téléphone Facsimile No. - N° de télécopieur	
Name and title of person authorized to sign on behalf of Vendor/Firm (type or print) Nom et titre de la personne autorisée à signer au nom du fournisseur/ de l'entrepreneur (taper ou écrire en caractères d'imprimerie)	
Signature	Date

Solicitation No. - N° de l'invitation

HT399-143551/A

Amd. No. - N° de la modif.

004

Buyer ID - Id de l'acheteur

cx026

Client Ref. No. - N° de réf. du client

HT399-14-3551

File No. - N° du dossier

cx026HT399-143551

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

Cette page est blanche. Voir les documents ci-joints. A noter que la numérotation recommence à la page 1.

Modification 004

Cette modification est émise afin A) de modifier la date de clôture et B) de répondre aux questions reçues en date du 6 janvier 2015 :

A) À la page 1, L'invitation prend fin,

Supprimer: 2015-01-16
Insérer : 2015-01-23

B) Questions :

Question 6 : Y a-t-il des politiques particulières de Santé Canada qui s'appliquent aux communications et au marketing axés sur les enfants et les jeunes dont nous devrions être au courant?

Réponse 6 : Il n'existe aucune politique particulière en matière de communications et de marketing axés sur les enfants et les jeunes. Pour toute question au sujet des politiques générales du gouvernement du Canada émises par le Conseil du Trésor, vous pouvez consulter les renseignements figurant à l'annexe A – article 2.2 « Environnement technique, opérationnel et organisationnel ».

Question 7 : Quelle approche adoptez-vous actuellement à l'égard des jeunes?

Réponse 7 : Nos communications actuelles ne s'adressent pas aux jeunes. Nous avons toutefois communiqué avec eux par le passé dans le cadre de la campagne Odroguepourmoi, pour laquelle une page Facebook page et un site dédié ont été fournis.

Question 8 : Il est souvent plus facile de joindre les communautés urbaines en milieu urbain que les communautés vivant dans les terres de réserve. Quels sont les obstacles auxquels vous avez fait face lorsque vous avez communiqué avec les personnes vivant dans des communautés rurales/du Nord ou les territoires traditionnels?

Réponse 8 : Dans le cadre du critère technique coté C.1.1–Compréhension des exigences, nous demandons aux soumissionnaires de donner un aperçu des défis qu'ils jugent pertinents et de des détails décrivant les méthodes permettant de communiquer le plus efficacement avec chacun des publics cibles. Votre question porte sur un sujet dont on discutera avec l'entreprise retenue pendant les comptes rendus.

Question 9 : Avez-vous déjà établi des relations avec des entités influentes, que vous aimeriez maintenir dans la foulée de ce programme?

Réponse 9 : Nous entretenons des relations avec d'autres ministères du gouvernement du Canada.

Question 10 : Comment le programme d'engagement numérique s'intègre/s'intégrera-t-il ou fonctionne/fonctionnera-t-il par rapport au travail des autres équipes de communications et de commercialisation et leurs programmes en place à Santé Canada?

Réponse 10 : Les équipes de communication et de commercialisation utilisent toutes les plateformes de médias sociaux/tous les programmes dans le cadre de leur tactiques de campagne, si les renseignements qu'ils souhaitent diffuser concernent nos publics.

Question 11 : Il est question de marketing numérique à la page 35 de la DP. Avez-vous déjà établi une relation avec un partenaire média payant par voie numérique? En outre, prévoyez-vous avoir les fonds nécessaires pour investir dans des médias sociaux et/ou numériques payants?

Réponse 11 : Même si nous n'avons pas établi de relations particulières avec un partenaire média payant, nous investissons annuellement dans les médias payants sur nos canaux de médias sociaux.

Question 12 : Selon vous, le rôle de gestionnaire de comptes, précisé à la page 42 de la DP, correspondra-t-il au rôle global de gestionnaire des relations avec la clientèle et de cadre dirigeant de l'organisme?

Réponse 12 : Oui.

Question 13 : Une liste d'années d'expérience requises figure à la section O.1 de la DP pour chaque poste énoncé. Ces années d'expérience doivent-elles avoir été acquises au sein d'organismes, ou considérez-vous les années d'expérience acquises au sein du gouvernement ou d'une autre organisation comme équivalentes? Par exemple, le gestionnaire de comptes doit avoir acquis cinq années d'expérience et détenir un diplôme, ou avoir acquis dix années d'expérience en gestion de comptes – jugeriez-vous l'expérience acquise à l'extérieur de l'organisme comme équivalente?

Réponse 13 : L'expérience ne doit pas nécessairement se rapporter à l'organisme, mais le soumissionnaire doit clairement démontrer que le gestionnaire de comptes détient les années d'expérience requises pour occuper un rôle ayant des responsabilités équivalentes à celles décrites dans l'Énoncé des travaux—article 2.1.1—Services requis (à la page 44).

Question 14 : À la page 38, on indique que participer à un dialogue constitue une fonction de tous les réseaux sociaux de Santé Canada. Assurez-vous la gestion de communautés de médias sociaux (p. ex., répondre à des questions au moyen des réseaux sociaux) par l'entremise de ressources de Santé Canada? Vous attendez-vous à ce que le partenaire que vous choisirez assure une partie ou la totalité des services de gestion des communautés ou le soutien connexe?

Réponse 14 : Nous assurons actuellement le suivi et la modération de toutes les plateformes des médias sociaux à l'interne. Nous ne nous attendons pas à ce que l'entreprise sélectionnée assure la gestion des communautés dans un avenir rapproché.

Question 15 : Pour ce qui est des produits livrables demandés quant à l'expérience de l'entreprise, on demande de fournir des exemples de vidéos. Quel format privilégiez-vous pour ce produit livrable?

Réponse 15 : Nous aimerions recevoir la vidéo dans un format universel qui peut facilement être lu au moyen de Windows 7.

TOUTES LES AUTRES MODALITÉS DE LA DEMANDE DE SOUMISSIONS DEMEURENT LES MÊMES.