



NEGOTIATED REQUEST FOR PROPOSAL ADDENDUM # 2

NRFP #CTC-2015-MM-01 Customer Experience Architecture, Design & Implementation

CLARIFICATION QUESTIONS:

<u>Issue Date:</u>	April 25, 2015	<u>From:</u>	CTC Procurement
<u>To:</u>	All Vendors	<u>E-mail:</u>	procurement@ctc-cct.ca

Please refer to the above Negotiated Request for Proposal (NRFP) document and be advised of the information and revisions as outlined below:

Question 1 F.1.1 Scope 1 – Is there a specific age range for the US targeted audience?

Answer: If the inclusion of an age group is relevant and will help a Proponent to develop an answer to scope F.1.1, please explain in your answer the assumptions you had to make.

Question 2 F.1.3 Scope 3 – What devices and browsers are expected to be supported?

Answer: If you think this is relevant information to develop an answer to F.1.3, please explain in your answer the assumptions you had to make.

Question 3 Is there an opportunity to do specific user research for this project or is the intent to use existing research sources. This will inform the type of case studies and process we include in our response?

Answer: Once the RFP has been awarded, if any further research is required, then yes there will be an opportunity to provide such research which will be defined.

Question 4 Does CTC have any limitations over the type of data that can be collected on users? Please send through any specific policies or guidelines you are required to follow.

Answer: Please refer to the CTC Privacy Policy found at the following link. <http://en-corporate.canada.travel/privacy-policy-0> . Please note that this policy is currently in transition and will be updated.

Question 5 Can you let us know CTC's stakeholder structure for this project?

Answer: The awarded Proponent(s) will work closely with the Executive Directors, Global Marketing and Global Communications, as well as the Managers of Digital Marketing and Social Media.

Question 6 Please comment on whether the requirement of the NRFP is to state specific partner (s) for Scopes 2 and 3 at this stage, or whether the right partner based on the strategy defined by Scope 1 can be determined at a later date.

Answer: CTC is comfortable with Proponents bringing in the right partner, but in order for a proponent's proposal to be considered they must provide a submission for Scope 1,

which is a mandatory requirement. In addition should a Proponent wish to be considered for Scope 2 or 3, it is an obligation as part of the NRFP to provide a completed submission for Scopes 2 or 3.

Question 7 Does CTC prefer to work with one (1) proponent, which would have to be a larger agency with all of these resources in-house?

Answer: Although CTC may have a preference for a Proponent who can provide a complete submission for all scopes, whether in-house or through sub-contracting, CTC is ultimately looking for the right talent who can provide a solution that meets the needs of the NRFP. There is no preference on whether CTC works with a large or small agency or whether Scopes 2 or 3 are done in-house or sub-contracted.

Question 8 Does CTC prefer to work with a global agency or with local partners who can provide locally sourced insights and data?

Answer: CTC also works with partners who provide locally sourced insights and relies on its in-market teams and local agencies. There is no requirement as part of this NRFP that a Proponent be a global agency.

Question 9 Is it required that the agency has either a local presence or local partners in some or all of the markets listed in Appendix 6? Or does CTC already have local relationships in place and are therefore only looking for a partner in Canada or close to Vancouver? If these local relationships are in place, who are they and what skills and capabilities do they provide?

Answer: CTC does not require Proponents to have a local presence in CTC markets. CTC relies heavily on its Head Quarter (HQ) Research team, local CTC teams and General Service Agents, as well as Advertising Agencies for those insights.

Question 10 Can you elaborate the breadth of offline vs online channels? Which specific offline channels need to be considered in the strategy?

Answer: Outcome of scope 1 will determine the channels and their priority.

Question 11 What user and market research will you be able to share with the successful proponent?

Answer: For information on CTC Research, visit our corporate website. In addition, CTC has many marketing research documents that will be shared with the successful Proponent.

Question 12 Have you conducted usability testing and/or a contextual inquiry study on your current website? If yes, can these be made available now? If yes but you're not able to share them before awarding the contract, will those findings be available to the successful proponent?

Answer: Yes we have conducted some tests. Findings will be available to the successful Proponent.

Question 13 Are there technologies which we should assume are mandatory to include in the project. (e.g., APIs, third-party services, platforms)

Answer: No.

Question 14 You refer to your partners throughout this NRFP, we would like to understand who these are. Can you share some examples?

Answer: Tourism partners (provincial, destination such as Tourism Quebec, Tourism Nova Scotia), trade (tour operators, travel agents, small and medium enterprises).

Question 15 When referring to “a seamless journey across different channels” in section C2, can you say specifically which potential channels you have identified as being of critical interest.

Answer: **Owned websites, partners websites, social, paid, mobile.**

Question 16 Are there any preferences for technology stacks or service integrations (existing partnerships or contracts)?

Answer: **No preference.**

Question 17 Is it mandatory to submit proposals for all 3 sections outlined in section E? Or will companies be considered even if they submit partial?

Answer: **The NRFP states that it is a mandatory requirement that you respond to Scope 1. Responding to Scope 2 and 3 are at the discretion of the Proponent.**

Question 18 Is there a plan for moving into Enterprise CMS to achieve data driven incentives?

Answer: **CTC will consider and evaluate the best CMS options to deliver on the strategy, which is an outcome of scope 1.**

Question 19 Is CTC open to a more Agile approach to the project and does the CTC team have experience with Agile methodologies?

Answer: **CTC is aware of the Agile methodology and is experienced with this project management approach for design and development. And CTC may even have a preference for this project management approach but the methodology used and/or proposed is at the discretion of the Proponent.**

Question 20 What other agencies/partnerships/vendors do you currently have in place locally? Is this RFP meant to replace any of those partners or supplement skills they bring to the table?

Answer: **CTC has a variety of vendors and agencies locally. This NRFP is not meant to replace them.**

Question 21 What is the projected budget for this initiative? Do you have a budget cap for Scopes 1, 2, or 3?

Answer: **The budget is subject to change and not being divulged at this time.**

Question 22 Is there a desire for Proponent team members to be on-site in a part-time or full-time capacity?

Answer: **No.**

Question 23 Does CTC have the following in-house capabilities?

Answer:

Analytics?	Yes
Content Writing?	Yes
Social Team Management?	Yes
Photography?	Yes
Media Team?	Yes
Quality Assurance?	Yes
Creative?	Yes

Question 24 What are the company’s business goals, short and long term that we need to understand?

Answer: Please see the following link for further information. https://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Corporate_reports/2015-2019_corporate_plan_summary_e_no_foreword.pdf

Question 25 What are the most pressing trends that are impacting your growth?

Answer: For more information on CTC's market research, please visit <https://en-corporate.canada.travel/research>

Question 26 How much customer data/information/research can we expect to exist prior to our project starting?

Answer: CTC has a great deal of customer data/information/research and will share this with the awarded Proponent.

Question 27 Would you expect responses to include time and budget for customer insights work?

Answer: Should a Proponent determine this is a deliverable and part of Scope 1, please provide this detail as part of Section F – Pricing.

Question 28 Who manages the content for the various markets? Can you describe their current processes for content creation, approval and publication?

Answer: CTC is currently developing its content marketing processes. Information cannot be shared at this time.

Question 29 Have you already invested in any content marketing technologies? If so, which ones?

Answer: We have made no investments to date.

Question 30 What can you tell us about your current technical stack and to what degree you are invested in each of those technology/platform pieces?

Answer: Open source, Drupal CMS, MySQL database, Limelight is the CDN, ExactTarget is email marketing system.

Question 31 Can you provide an existing architecture diagram?

Answer: Not at this time.

Question 32 What current software tools and applications does your organization already use? (Social listening, CRM, etc)

Answer: ExactTarget, HootSuite, FanpageKarma, Google Analytics, UberView

Question 33 For any software recommendations that arise as part of this NRFP, are you expecting the successful proponent to run an RFP, or manage the negotiations or acquisition of licensing in any way?

Answer: To be determined.

Question 34 During the project what existing data and research from CTC and its partners as well as information about market segmentation and barriers to sales, will we be given access to? Is there scope to conduct our own supplementary research to map out customer journey and identify areas of values and gaps?

Answer: CTC has a great deal of research and existing data which will be shared with the awarded Proponent. Request for supplementary research will be looked at on a case per case basis.

- Question 35** During the project, will we have the ability to work and interact with CTC partners to understand their specific content strategies and ensure that they will be happy to implement the strategy on their channels?
- Answer: **Yes.**
- Question 36** We are assuming that Scope 1 is to complement and implement CTC's consumer-centric content strategy and the development of that content is/will be managed by CTC, can you confirm if content creation will be managed by contractor or CTC?
- Answer: **CTC.**
- Question 37** Is there an existing UX and or Digital Channel Strategy that CTC has leveraged to date?
- Answer: **No.**
- Question 38** Are there brand and style guides in place today? Is the expectation that they are complete and require no enhancements? Is there a level of adherence to any brand guidelines currently in place?
- Answer: **Brand and style guides are complete.**
- Question 39** Is there an editorial guideline in place today?
- Answer: **Presently in development.**
- Question 40** Are there any preferred software platforms for the redesign of the CTC site?
- Answer: **Open source software is preferred assuming it meets CTC's needs.**
- Question 41** Does the CTC use any Open Source Software? If yes, what is currently in use?
- Answer: **Drupal open source content management platform.**
- Question 42** Is accessibility compliance mandatory? What level of compliance is required?
- Answer: **CTC as a Crown Corporation is not required to follow the Canadian Government guidelines around web content accessibility.**
- Question 43** Since the decisions made during Scope 1 as outlined in the final deliverables will impact Scope 2 and subsequently scope 3 it makes it difficult to propose a full solution for each phase individually. Would the Crown accept a complete, full-solution response to Scope 1, and provide rough order of magnitude pricing for Scope 2 and Scope 3?
- Answer: **CTC is not asking Proponents who respond to the NRFP to provide a complete full solution for each scope individually as we recognize that there are many unknowns. However, CTC does need to compare the financial implications between one proponent and another as well in relation to CTC's budget. Therefore, CTC is asking Proponents to provide a response and pricing based on the specific scenarios provided as part of the NRFP.**
- Question 44** Is the CTC looking for Portal Software to support the new site?
- Answer: **An assessment will be made based on needs.**
- Question 45** What is the level of integration with other systems that is required for this new site?
- Answer: **Integration with email marketing platform ExactTarget**

Question 46 Does the CTC currently use on-line forms? Is there a desire for the CTC to use on-line forms as part of this solution?

Answer: **Potential result of Scope 1.**

Question 47 Does the CTC currently have traveller personas and a deep understanding of the need and wants of the 13 target audiences identified in Appendix 6?

Answer: **Yes.**

Question 48 Does CTC have access to individual travellers in the two provided traveller segments?

Answer: **CTC has access to individual travellers who meet the traveller segments in some markets and may not in others.**

- Question 6** Veuillez préciser si la DDPN exige qu'un ou plusieurs partenaires soient déjà mentionnés pour les portées 2 et 3, ou si le choix du partenaire peut se faire plus tard, en fonction de la stratégie définie par la portée 1.
- Réponse : La CCT est prête à laisser le soin aux soumissionnaires de choisir le partenaire qui convient. Cependant, pour que leur proposition soit examinée, les soumissionnaires doivent obligatoirement fournir une proposition relative à la portée 1. En plus, tout soumissionnaire qui souhaite être pris en considération pour réaliser la portée 2 ou 3 est tenu par la DDPN de fournir une proposition complète pour la portée 2 ou 3.
- Question 7** La CCT préfère-t-elle retenir les services d'un seul soumissionnaire, donc une agence relativement importante dotée de toutes les ressources nécessaires à l'interne?
- Réponse : Bien que la CCT préfère confier toute la portée des services à un seul soumissionnaire, secondé ou non par des sous-traitants, elle cherche surtout à retenir les services des bonnes personnes ayant les compétences voulues pour fournir une solution qui réponde aux besoins de la DDPN. La CCT n'a aucune préférence quant à la taille de l'agence, ni au fait que les portées 2 et 3 soient réalisées à l'interne ou confiées à des sous-traitants.
- Question 8** La CCT préfère-t-elle travailler avec une agence mondiale ou avec des partenaires locaux qui peuvent lui fournir de l'information et des données de sources locales?
- Réponse : La CCT collabore aussi avec des partenaires qui lui fournissent de l'information de sources locales, et emploie des équipes et des agences locales dans ses différents marchés. La présente DDPN n'exige nullement que les soumissionnaires soient des agences mondiales.
- Question 9** L'agence doit-elle nécessairement avoir une présence locale ou des partenaires locaux dans quelques-uns ou dans l'ensemble des marchés énumérés à l'annexe 6? Ou la CCT a-t-elle déjà des relations établies dans ces marchés et cherche par conséquent un partenaire au Canada ou près de Vancouver? Si ces relations locales sont déjà établies, qui sont les partenaires et quelles compétences et capacités apportent-ils?
- Réponse : La CCT ne demande pas aux soumissionnaires d'avoir une présence dans ses marchés. Pour obtenir l'information locale, la CCT compte énormément sur le travail de l'équipe de recherche de son siège social, sur ses équipes et ses agents généraux des ventes présents dans les marchés, de même que sur ses agences publicitaires.
- Question 10** Pourriez-vous préciser davantage les canaux en ligne et hors ligne que vous envisagez? Quels sont les canaux hors ligne dont la stratégie doit tenir compte?
- Réponse : Les résultats de la portée 1 détermineront les canaux et leur priorité.
- Question 11** Quels résultats de recherche sur les utilisateurs et les marchés pourrez-vous communiquer au soumissionnaire retenu?
- Réponse : Vous trouverez des renseignements à propos des recherches de la CCT sur notre site Web d'entreprise. La CCT possède en outre de nombreux documents de recherche marketing, qu'elle mettra à la disposition du soumissionnaire retenu.
- Question 12** Avez-vous réalisé des essais d'utilisabilité ou une enquête contextuelle sur votre site Web actuel? Si oui, pouvons-nous les consulter ou, si vous ne pouvez pas les mettre à notre disposition avant d'accorder le contrat, les résultats seront-ils mis à la disposition du soumissionnaire retenu?
- Réponse : Oui, ces essais ont été réalisés. Les résultats seront mis à la disposition du soumissionnaire retenu.

- Question 13** Devons-nous présumer que certaines technologies doivent nécessairement faire partie du projet (p. ex. interfaces de programmation d'applications, services de tierce partie, plateformes)?
- Réponse : **Non.**
- Question 14** La DDPN fait souvent référence à vos partenaires. Nous aimerions comprendre de qui il s'agit. Pouvez-vous nous donner quelques exemples?
- Réponse : **Des partenaires touristiques (organismes provinciaux ou de destination comme Tourisme Québec, Tourism Nova Scotia) et des professionnels des voyages (voyagistes, agents de voyages, petites et moyennes entreprises).**
- Question 15** À la section C2, vous mentionnez l'objectif d'offrir « un parcours homogène dans différents canaux ». Pouvez-vous préciser quels sont les canaux potentiels les plus cruciaux pour vous?
- Réponse : **Nos propres sites Web, les sites Web de partenaires, les sites sociaux, payants et mobiles.**
- Question 16** Avez-vous des préférences en ce qui concerne les piles technologiques ou l'intégration des services (partenariats ou contrats existants)?
- Réponse : **Aucune préférence.**
- Question 17** Les soumissionnaires doivent-ils obligatoirement soumettre des propositions pour les trois sections décrites à la section E? Les entreprises seront-elles prises en considération si elles ne font qu'une soumission partielle?
- Réponse : **Comme le stipule la DDPN, les soumissionnaires doivent obligatoirement faire une proposition qui répond à la portée 1. La réponse aux portées 2 et 3 reste à la discrétion des soumissionnaires.**
- Question 18** La CCT prévoit-elle passer à la gestion de contenu d'entreprise afin d'offrir des incitatifs guidés par les données?
- Réponse : **La CCT examinera et évaluera les options de SGC les plus aptes à l'aider à mener la stratégie qui découlera de la portée 1.**
- Question 19** La CCT est-elle disposée à envisager une approche plus agile du projet? L'équipe de la CCT a-t-elle déjà utilisé des méthodologies agiles?
- Réponse : **La CCT connaît la méthodologie agile et a déjà utilisé cette approche de gestion de projet pour la conception et le développement. La CCT pourrait même avoir une préférence pour cette approche de gestion de projet, mais la méthodologie utilisée ou proposée par le soumissionnaire reste à l'entière discrétion de celui-ci.**
- Question 20** Quels sont les autres partenaires, fournisseurs ou agences avec qui la CCT fait affaire à l'échelle locale? La présente DDP vise-t-elle à remplacer l'un ou l'autre de ces partenaires ou à apporter des compétences complémentaires aux leurs?
- Réponse : **La CCT fait affaire avec divers fournisseurs et agences à l'échelle locale. La présente DDPN ne vise pas à les remplacer.**
- Question 21** Quel est le budget prévu pour cette initiative? Avez-vous un plafond budgétaire pour les portées 1, 2 ou 3?
- Réponse : **Le budget est sujet à changement et ne peut être divulgué pour le moment.**

Question 22 La CCT souhaite-t-elle que des membres de l'équipe du soumissionnaire soient présents sur place, à temps partiel ou à plein temps?

Réponse : **Non.**

Question 23 La CCT dispose-t-elle des capacités suivantes à l'interne?

Réponse :

Analytique	Oui
Rédaction de contenu	Oui
Gestion de l'équipe des médias sociaux	Oui
Photographie	Oui
Équipe de médias	Oui
Assurance qualité	Oui
Création	Oui

Question 24 Quels sont les objectifs de l'organisation, à court et à long terme, que nous devons comprendre?

Réponse : **Vous trouverez de plus amples renseignements à ce sujet au https://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Corporate_reports/2015-2019_corporate_plan_summary_f_no_foreword.pdf .**

Question 25 Quelles sont les tendances les plus pressantes qui ont un effet sur votre croissance?

Réponse : **Pour de plus amples renseignements sur les recherches menées par la CCT dans les marchés, veuillez consulter le <http://fr-corporate.canada.travel/recherche>.**

Question 26 Quelle quantité de données, d'information et de résultats de recherche sur la clientèle aurons-nous à notre disposition avant le début du projet?

Réponse : **La CCT possède une grande quantité de données, d'information et de résultats de recherche sur la clientèle, qu'elle mettra à la disposition du soumissionnaire retenu.**

Question 27 Les réponses devraient-elles inclure le temps et le budget requis pour les recherches sur la clientèle?

Réponse : **Si un soumissionnaire estime que ces recherches font partie des produits livrables aux termes de la portée 1, il doit les inclure dans la tarification, à la section F.**

Question 28 Qui gère le contenu s'adressant aux différents marchés? Pouvez-vous décrire les processus qu'ils suivent actuellement en matière de création, d'approbation et de publication de contenu?

Réponse : **La CCT s'affaire actuellement à élaborer ses processus de marketing de contenu. Aucun renseignement à cet égard ne peut être divulgué pour le moment.**

Question 29 Avez-vous déjà investi dans des technologies de marketing de contenu? Si oui, lesquelles?

Réponse : **Nous n'avons fait aucun investissement jusqu'à maintenant.**

Question 30 Que pouvez-vous nous dire à propos de votre pile technologique actuelle? Dans quelle mesure avez-vous investi dans chacune de ces technologies ou chacun de ces éléments de plateforme?

Réponse : **Open source, SGC Drupal, base de données MySQL, Limelight pour le RDC, ExactTarget pour le système de marketing par courriel.**

Question 31 Pouvez-vous nous fournir un diagramme de l'architecture actuelle?

Réponse : **Pas pour le moment.**

Question 32 Quels outils logiciels et applications votre organisme utilise-t-il actuellement (écoute sociale, GRC, etc.)?

Réponse : **ExactTarget, HootSuite, FanpageKarma, Google Analytics, UberView.**

Question 33 Si des recommandations de logiciels découlent de la présente DDPN, demanderez-vous au soumissionnaire gagnant de lancer une DDP ou de prendre part à la gestion des négociations ou de l'acquisition des licences?

Réponse : **À déterminer.**

Question 34 Durant le projet, quels sont les données existantes, les résultats de recherche de la CCT et de ses partenaires et les renseignements sur la segmentation des marchés et les obstacles aux ventes auxquels nous aurons accès? Aurons-nous une certaine latitude pour mener nos propres études complémentaires afin de tracer le cheminement des clients et de cerner les lacunes et les domaines les plus prometteurs?

Réponse : **La CCT a déjà réalisé beaucoup d'études et possède énormément de données qu'elle mettra à la disposition du soumissionnaire retenu. Les demandes d'études complémentaires seront examinées au cas par cas.**

Question 35 Durant le projet, aurons-nous la possibilité de communiquer et de collaborer avec les partenaires de la CCT afin de comprendre leurs propres stratégies de contenu et faire en sorte qu'ils acceptent volontiers de mettre en œuvre la stratégie dans leurs canaux?

Réponse : **Oui.**

Question 36 Nous présumons que la portée 1 vise à compléter et à mettre en œuvre la stratégie de contenu axé sur le consommateur de la CCT et que le développement de ce contenu est ou sera géré par la CCT. Pouvez-vous confirmer si la création de contenu sera gérée par l'entrepreneur ou par la CCT?

Réponse : **Par la CCT.**

Question 37 Jusqu'à maintenant, la CCT a-t-elle misé sur une quelconque stratégie d'expérience utilisateur ou de canaux numériques?

Réponse : **Non.**

Question 38 L'identité de la marque et le style de la CCT sont-ils régis par un guide? Ces guides sont-ils considérés complets ou ont-ils besoin d'améliorations? S'il existe des lignes directrices relatives à l'identité de la marque, sont-elles suivies?

Réponse : **Les lignes directrices relatives à l'identité de la marque et le guide de style de la CCT sont complets.**

Question 39 Existe-t-il des lignes directrices relatives au contenu rédactionnel?

Réponse : **Elles sont en cours d'élaboration.**

Question 40 La CCT a-t-elle des préférences quant aux plateformes logicielles employées pour remanier son site?

Réponse : La CCT préfère les logiciels ouverts, dans la mesure où ils répondent à ses besoins.

Question 41 La CCT utilise-t-elle actuellement des logiciels ouverts? Si oui, lesquels?

Réponse : La plateforme de gestion du contenu ouverte Drupal.

Question 42 Le respect des directives d'accessibilité est-il obligatoire? Dans quelle mesure?

Réponse : À titre de société d'État, la CCT n'est pas tenue de suivre les directives pour l'accessibilité aux contenus Web du gouvernement canadien.

Question 43 Comme les décisions prises dans le cadre de la portée 1, aux termes des produits livrables, auront des répercussions sur la portée 2 et, par la suite, sur la portée 3, il est difficile de proposer une solution complète pour chaque phase. La société d'État accepterait-elle une réponse complète avec une solution détaillée pour la portée 1, accompagnée d'une tarification approximative donnant un ordre de grandeur pour les portées 2 et 3?

Réponse : La CCT ne demande pas aux soumissionnaires répondant à la DDPN de lui proposer une solution complète distincte pour chaque portée, étant donné le grand nombre de variables inconnues. La CCT doit cependant pouvoir comparer les exigences financières des solutions proposées par les différents soumissionnaires et les évaluer par rapport à son propre budget. C'est pourquoi la CCT demande aux soumissionnaires de lui proposer une solution et des tarifs fondés sur les scénarios particuliers qui sont inclus dans la DDPN.

Question 44 La CCT souhaite-t-elle acquérir un logiciel de portail pour supporter le nouveau site?

Réponse : La CCT évaluera cette question en fonction des besoins.

Question 45 Quel degré d'intégration faut-il prévoir entre ce nouveau site et les autres systèmes?

Réponse : Le site doit s'intégrer avec la plateforme de marketing par courriel ExactTarget.

Question 46 La CCT utilise-t-elle actuellement des formulaires en ligne? Souhaite-t-elle utiliser des formulaires en ligne dans le cadre de cette solution?

Réponse : C'est un résultat possible de la portée 1.

Question 47 La CCT possède-t-elle des personas de voyageurs et une profonde compréhension des besoins et des désirs des 13 publics cibles mentionnés à l'annexe 6?

Réponse : Oui.

Question 48 La CCT a-t-elle accès à des voyageurs individuels dans les deux segments de voyageurs décrits?

Réponse : La CCT a accès à des voyageurs individuels qui correspondent au profil de ces segments dans certains marchés, mais pas nécessairement dans tous.