



NEGOTIATED REQUEST FOR PROPOSAL ADDENDUM #5

NRFP #CTC-2015-NK-03

Revised Close Date/Time:

May 14, 2015
16:00 hours
Pacific Time

<u>Issue Date:</u>	May 12, 2015	<u>From:</u>	CTC Procurement
<u>To:</u>	All Vendors	<u>E-mail:</u>	procurement@ctc-cct.ca

Below are answers to the question(s) submitted in regards to the above noted NRFP as of May 5, 2015.

Q.1 In regards section C.1 Overview, can you please elaborate on the following point?

“The training tool should be an interactive platform where travel agents can take quizzes, be invited to interact in a market specific virtual community and return regularly to access new content and opportunities.”

A.1 The Solution should not be designed to be a static one. Important objectives include encouraging repeat visitation and engagement around Canadian content. The proponent should propose effective and interesting ways of doing this. The Solution should:

- present several modules and allow CTC to add new modules as required;
- provide interactive and engaging quizzes for Users on the modules to assess if they have attained certain learning objectives. Quizzes should be evaluated automatically;
- allow for quizzes to be added for each new module;
- track and save the Users' completion of modules (with a certain % point) to the User's profile;
- continue to allow CTC to share market specific news stories, videos and other content;
- encourage engagement within the Solution and possibly on third party social media platforms (Facebook, Twitter, Instagram, etc); and
- provide consideration regarding User engagement.

Q.2 In regards to Section 2.1:

“Implement a Solution that is capable of front-end search, filter, export, management of User records, and is integrated with other systems for database management including but not limited to, agent registration, and tracking progress of modules completed”

Who is searching and what are they searching for?

A.2 This speaks of two distinct capabilities. Front-end search is for Users, who should be able to search for information on the website. The goal is that through repeat visitation Users will be able to use the Solution as reference for their work. The filter, export and management of User records speaks to the needs of CTC staff to be able to search and segment the User database. It is important that CTC staff may segment and/or search the User database using filters to send newsletters, invitations, and

offers to targeted segments of the database and be able to report on progress of certain companies. Results from this filtered data should be exportable to a common file type (Excel, CSV). The Solution should allow the CTC access to the database for at least one user per market and two "global" users.

Q.3 In regards to Section C.2.4 Performance and Measurement:

“Provide a Solution that allows for custom reporting into CTC Google Universal Analytics account preferably using Google Tag Manager based on tagging requirements defined by CTC”

Is embedding tracking HTML in the source code sufficient?

A.3 The CTC would prefer that a Google tag manager implementation of Google Universal Analytics, as all the CTC's other sites have been implemented in this manner.

Q.4 Will there be any protected or classified data stored on the tool?

A.4 No classified data; however, data will need to be protected as personal information will be stored.



DEMANDE DE PROPOSITIONS AVEC NÉGOCIATIONS – ADDENDA N° 5

DDPN CTC-2015-NK-03

Date et heure limites révisées :

14 mai 2015
16 h
(heure du Pacifique)

**Date de
publication :** 12 mai 2015

Expéditeur : Service d'approvisionnement de la CCT

Destinataires : Tous les fournisseurs

Courriel : procurement@ctc-cct.ca

Voici les réponses aux questions présentées en date du 5 mai 2015 relativement à la DDPN indiquée ci-dessus.

Q.1 Relativement à la section C.1, Aperçu, pourriez-vous nous en dire plus sur le point ci-dessous?

« Cet outil de formation doit servir de plateforme interactive où les agents de voyages peuvent répondre à des tests de connaissances, être invités à interagir au sein d'une communauté virtuelle propre au marché concerné, et repasser régulièrement pour accéder à du nouveau contenu et profiter de nouvelles occasions. »

R.1 La solution proposée ne doit pas être statique. L'un des objectifs principaux est d'encourager les visites fréquentes et de maintenir l'intérêt pour du contenu sur le Canada. Le soumissionnaire doit proposer des façons efficaces et intéressantes de réaliser cet objectif. La solution doit :

- présenter plusieurs modules et permettre à la CCT d'ajouter de nouveaux modules au besoin;
- fournir des tests de connaissances interactifs et passionnants sur les modules aux utilisateurs qui leur permettront d'évaluer s'ils ont atteint des objectifs d'apprentissage donnés. La correction des tests doit être automatisée;
- permettre l'ajout de tests de connaissances à chaque nouveau module;
- suivre la réussite des modules (avec un pourcentage de réalisation) et sauvegarder le suivi de la progression dans le profil de l'utilisateur;
- continuer de permettre à la CCT de partager des articles, des vidéos et d'autres types de contenus qui seraient pertinents pour le marché de l'utilisateur;
- encourager l'engagement au sein de la solution et possiblement sur des plateformes sociales externes (Facebook, Twitter, Instagram, etc.);
- faire en sorte de stimuler l'engagement des utilisateurs.

Q.2 Relativement à la section 2.1 :

« Mettre en œuvre une solution dont l'interface frontale permet des fonctions de recherche, de filtrage, d'exportation et de gestion des dossiers d'utilisateur, et qui s'intègre aux autres systèmes pour la gestion des bases de données, entre autres en ce qui concerne l'inscription des agents et le suivi de la progression dans les différents modules »

Qui effectue les recherches et quels sont les renseignements recherchés?

R.2 Ceci fait référence à deux capacités distinctes. La recherche sur l'interface frontale est à l'intention des utilisateurs et doit leur permettre de chercher de l'information sur le site Web. L'objectif est de faire en sorte qu'après plusieurs visites, les utilisateurs puissent utiliser la solution comme outil de référence dans le cadre de leur travail. Le filtrage, l'exportation et la gestion des dossiers des utilisateurs renvoient au besoin du personnel de la CCT de pouvoir faire des recherches dans la base de données des utilisateurs et de la segmenter. Il est important que le personnel de la CCT puisse segmenter la base de données des utilisateurs et y faire des recherches au moyen de filtres pour envoyer des bulletins d'information, des invitations et des offres à des segments ciblés de la base de données et pour rendre compte des progrès de certaines entreprises. On doit pouvoir exporter ces données filtrées dans un type de fichier courant (Excel, CSV). La solution doit permettre à au moins un membre de la CCT par marché et à au moins deux membres « généraux » de la CCT d'accéder à la base de données.

Q.3 Relativement à la section C.2.4, Rendement et paramètres de mesure :

« Fournir une solution qui permette l'intégration de rapports sur mesure dans le compte Universal Analytics de la CCT, idéalement à l'aide de Google Gestionnaire de balises, selon les exigences de balisage déterminées par la CCT ».

Serait-il suffisant d'incorporer le suivi HTML dans le code source?

R.3 La CCT préfère une intégration dans Google Universal Analytics à l'aide de Google Gestionnaire de balises, car tous les autres sites de la CCT ont été mis en œuvre de cette manière.

Q.4 Des données protégées ou classifiées seront-elles stockées dans l'outil?

R.4 Aucune donnée classifiée. Par contre, les données devront être protégées, car des renseignements personnels seront stockés.