



Amendment 004 is raised to

1) Answer questions from industry.

RFP Number: CSPS-RFP-17TB-2410

Title: Marketing Strategy and Brand Definition (2018-2021)

To all bidders, NO consideration will be given for extras and/or changes because the Bidder was not familiar with the contents of this Amendment.

Question 1:

Could you clarify your expectations with respect to marketing tools and methodologies? Can you explain the difference between the two?

Answer 1:

The methodologies provided for criterion M3 should describe the approach, method or steps used in developing a marketing strategy. The marketing tools to be provided for criterion M3 are the concrete products developed to ensure optimum roll-out of a marketing strategy.

Question 2:

Is there a maximum number of pages per section and/or for the entire document?

Answer 2:

No, there is no minimum or maximum number of pages per section or for the entire proposal.

Question 3:

How can we demonstrate the availability of our resources as required in question R1-d?

Answer 3:

The bidder must demonstrate the availability (i.e. office location in NCR, travel arrangements can be made at the bidder's expense) of assigned resources to meet in-person, in Ottawa, every 2 weeks. This is not a mandatory criterion.

Question 4

Regarding criterion M3: If we have a 100-page document as a marketing tool, do we need to provide it in its entirety or can we provide an electronic version on a USB key?

Answer 4:

Please refer to Part 3 – Bid Preparation Instructions, Article 3.1 – Bid Preparation Instructions.



Question 5:

Do the tools and methodologies presented for criterion M3 need to be linked to the projects presented for criterion M1?

Answer 5:

No, the examples provided for criterion M3 will be evaluated according to the point rated criterion R3.

Question 6:

Do we also need to provide creative samples regarding the projects we present in criterion M1?

Answer 6:

No, criterion M1 requires a description of the presented project's scope of work. The School reserves the right to contact the reference named to validate information provided in the submission.

ALL OTHER TERMS AND CONDITIONS OF THE REQUEST FOR PROPOSALS REMAIN UNCHANGED.

Sincerely,

Tania Boyer

Procurement Specialist, Corporate Services Branch, Procurement and Contracting Unit

Canada School of Public Service / Government of Canada

tania.boyer@canada.ca / Tel: 819-953-3443



La modification 004 est effectuée afin de :

1) Répondre aux questions de l'industrie.

Numéro de la sollicitation : CSPS-RFP-17TB-2410

Titre : Stratégie de marketing et définition de la marque (de 2018 à 2021)

À tous les soumissionnaires, AUCUNE contrepartie ne sera accordée pour les extras et/ou les modifications présentées par motif que le contenu de la présente modification n'était pas familier au soumissionnaire.

Question 1

Peut-on avoir des précisions sur vos attentes en matière d'outils et de méthodologies marketing? Pouvez-vous élaborer sur la différence entre les deux?

Réponse 1

En ce qui concerne le critère O3, les méthodologies fournies doivent décrire l'approche, la méthode, ou les étapes utilisées pour l'élaboration d'une stratégie de marketing. Les outils marketing à fournir pour répondre au critère O3 sont les produits concrets développés pour assurer le déploiement optimal d'une stratégie marketing.

Question 2

A-t-on un nombre de pages maximales à respecter par section et/ou pour l'ensemble du document?

Réponse 2

Non, il n'y a aucun nombre de pages minimal ou maximal à respecter par section et/ou pour l'ensemble de la proposition.

Question 3

Comment pouvons-nous démontrer la disponibilité de nos ressources comme demandé à la question C1-d?

Réponse 3

Le soumissionnaire doit démontrer la disponibilité (c.-à-d. un bureau dans la RCN, les déplacements sont aux frais du soumissionnaire) de ressources assignées pour rencontrer en personne, à Ottawa, toutes les deux semaines. Ce n'est pas un critère obligatoire.

Question 4

Concernant le critère O3, si nous avons un document qui peut contenir 100 pages à titre d'outil marketing, doit-on vous le fournir au complet ou pouvons-nous vous le remettre sur la clé USB en format électronique?

Réponse 4

Prière de vous référer à la PARTIE 3 – INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS, Article 3.1 – Instructions pour la préparation des soumissions.



Question 5

Est-ce que les outils et méthodologies présentés au critère O3 doivent être en lien avec les cas présentés au critère O1?

Réponse 5

Non, les exemples fournis au critère O3 seront évalués selon le critère coté C3.

Question 6

De plus, devons-nous vous fournir des échantillons créatifs concernant les cas que nous allons présenter au critère O1?

Réponse 6

Non, 1, il faut présenter une description de la portée du travail du projet. L'École se réserve le droit de contacter la personne désignée comme référence dans le but de valider l'information comprise dans la proposition.

TOUS LES AUTRES TERMES ET TOUTES LES AUTRES CONDITIONS DE LA DEMANDE DE PROPOSITIONS DEMEURENT INCHANGÉS.

Sincèrement,

Tania Boyer

Spécialiste en approvisionnement, Direction générale des services intégrés, Unité des contrats et acquisitions

École de la fonction publique du Canada / Gouvernement du Canada

tania.boyer@canada.ca / Tél: 819-953-3443