

DP-CMIP21201903

## Modification n° 2 : Des documents d'appel d'offres 2019 / 2020 Achat de médias numériques

Date de la modification : 1 mars 2019

À tous les Proposants :

L'objectif de cette Modification est de répondre aux questions suivantes :

1. Les entreprises situées à l'extérieur du Canada peuvent-elles répondre à la présente demande? (de l'Inde ou des États-Unis par exemple)

Oui.

2. Devrons-nous venir sur place pour participer à des rencontres?

Le MCI préférerait que la réunion de démarrage du projet se fasse en tête à tête. Les rencontres subséquentes pourront se faire au téléphone ou par vidéoconférence.

3. Pouvons-nous accomplir les tâches (liées à la DP) à l'extérieur du Canada? (de l'Inde ou des États-Unis par exemple)

Oui.

4. Pouvons-nous présenter les propositions par courriel?

Non.

5. Veuillez s'il vous plaît clarifier. La DP cherche-t-elle seulement à obtenir des services de recherche payée ou cherche-t-elle en plus des services d'achat de médias numériques sur les réseaux sociaux et sur d'autres médias numériques?

Le MCI cherche à obtenir des services d'achat de médias numériques qui comprennent la recherche payée, les médias sociaux payés, l'affichage et les vidéos.

6. Pourriez-vous s'il vous plaît donner le code pour la conférence?

Veuillez vous reporter à la Modification 1.

7. Le MCI fournira-t-il ses anciennes données concernant les visites sur place et les visites Web?

Oui. Le MCI fournira au Proposant retenu ses données concernant les visites Web uniques et les visites sur place.

8. Le MCI fournit des données concernant les visites sur place par l'entremise de ses rapports d'entreprise. À la lumière de ces informations, l'augmentation des visites de 5 % concerne-t-elle les visiteurs payants ou non payants?

Ce 5 % concerne les visiteurs payants et les visites Web uniques.

9. L'objectif de ce projet est-il d'augmenter les visites du Musée?

Oui, de faire augmenter les visites de 5 %.

10. S'attend-on à ce que les Proposants fournissent une ventilation du budget ou une répartition budgétaire? La division devrait-elle être faite entre les expositions et les achats saisonniers?

Oui, le MCI exige une ventilation budgétaire de niveau supérieur permettant de démontrer la partie du budget allouée à la campagne de marque de façon générale, par opposition à l'exposition temporaire (*Liens de famille et appartenance*), ainsi que par opposition à l'achat de médias, à la production de rapports et aux frais selon les canaux recommandés ou les stratégies. Note : Le MCI comprend que l'attribution finale d'achat de médias selon les stratégies sera mise au point après la consultation et le partage de l'information.

11. Quel genre de suivi utilisez-vous pour votre site Web?

Le MCI utilise activement Google Analytics pour faire le suivi de ses campagnes, en plus de l'implantation de pixels.

12. Le MCI est-il ouvert à l'idée d'installer plus de pixels?

Oui, sous réserve que le tout soit compatible avec le site Web déjà en place.

13. Le MCI a-t-il des comptes locaux Google Entreprise?

Oui.

14. Le MCI a-t-il une liste de courriels? Si oui, quelle est sa taille?

Le MCI a une liste de courriels, mais elle n'est pas utilisée pour faire de la publicité. Cette liste est strictement utilisée pour la transmission du bulletin électronique.

15. En ce qui concerne la portée, cette DP inclut-elle les formes numériques de diffusion et de médias, les diffusions hors domicile et la baladodiffusion, etc.?

Toutes les stratégies de diffusion numérique hors domicile sont prises en charge à l'interne, par l'équipe du MCI. Les autres éléments numériques ou en ligne sont considérés comme faisant partie de la portée de ce projet.

16. Quelle est la date limite pour les questions?

Les Proposants ont jusqu'à la fin de la journée du 12 mars 2019 pour envoyer leurs questions. Il est possible que les questions envoyées après cette date butoir ne reçoivent pas de réponse. Les réponses à ces questions seront publiées dans une modification à la soumission sur le site Web [achatsetventes.gc.ca](http://achatsetventes.gc.ca)

17. Une personne de votre équipe a mentionné qu'il serait possible / probable que des rencontres en personne aient lieu à Halifax. Devons-nous inclure des frais de déplacement dans notre proposition (inclus dans le budget de 120 k) ou les déplacements sont-ils couverts par le Musée?

Tous vos frais de déplacement doivent être inclus dans votre ventilation budgétaire (inclus dans le budget de 120 k\$).

18. Si nous devons inclure les frais de déplacement, combien de rencontres en personne seront organisées pendant la période de 12 mois?

Une.

**Fin du document**