



DP-CMIP21201903

Modification n° 3 : Des documents d'appel d'offres 2019 / 2020 Achat de médias numériques

Date de la modification : 13 mars 2019

À tous les Proposants :

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

1. Quel est votre niveau d'achalandage actuel? Afin de déterminer si nous sommes en mesure d'atteindre une augmentation de 5 % dans les limites du budget demandé, il est essentiel que nous sachions si vous avez 100 000 ou 1 000 000 visites par année.

En 2018 / 2019, l'objectif d'achalandage payant sur place du MCI était de 63,5 K. Cet objectif sera légèrement révisé à la hausse pour le prochain exercice financier. L'objectif précis sera dévoilé au Proposant retenu.

2. Après la première rencontre en personne, préférez-vous travailler avec des appels vidéo ou des appels téléphoniques?

Les appels téléphoniques sont suffisants.

3. Avez-vous une préférence concernant la répartition en pourcentage du travail publicitaire par rapport au travail lié aux projets?

Comme il s'agit d'une DP d'achat de médias, le MCI s'attend à ce que les fournisseurs proposent une ventilation des coûts soigneusement planifiée.

4. Si vous désirez augmenter les visites de 5 %, une augmentation de l'achalandage du site Web de 5 % ne serait pas suffisante... Si l'un des objectifs est atteint, mais pas l'autre, votre équipe considérerait-elle cela comme un succès, ou l'objectif ultime est-il d'augmenter les visites de 5 %, peu importe les autres augmentations ayant permis d'atteindre cet objectif?

L'objectif ultime de cette campagne est de stimuler les visites sur place. La campagne sera un succès si les visites au Musée augmentent de 5 %.

5. L'équipe est-elle disposée à s'attaquer aux problèmes liés au site Web ou à l'image de marque si notre équipe estime que ces modifications sont nécessaires pour améliorer l'image du Musée? (Dans la mesure où les coûts respectent le budget et qu'ils sont présentés dans notre proposition.) Il semble que tous les changements seraient compatibles avec la façon dont l'achalandage est dirigé afin de le convertir efficacement.

L'équipe du MCI est ouverte aux discussions concernant les problèmes qui peuvent être réglés dans son milieu. Veuillez noter qu'actuellement, le MCI n'a aucune intention d'investir afin d'apporter des modifications à la marque de façon générale.

6. Si la proposition ne correspond pas à ce que vous recherchez, mais qu'elle s'en approche, existe-t-il une façon pour nous de l'adapter afin de la rendre compatible pour votre équipe? Le Proposant retenu sera choisi en fonction des critères d'évaluation et du processus d'attribution décrits dans la DP.

Fin du document