

# Demande de proposition: Solution logicielle d'analyse marketing

## Table des matières

1. Introduction et contexte
2. Objectifs du projet
3. Exigences techniques
4. Exigences fonctionnelles
5. Exigences en matière d'IA et d'analyse avancée
6. Qualifications des fournisseurs
7. Critères d'évaluation
8. Exigences en matière de soumission
9. Calendrier et procédure

### 1. Introduction et contexte

[NOM DE L'ENTREPRISE] lance un appel d'offres pour une solution logicielle complète d'analyse marketing afin d'améliorer ses capacités en matière de marketing basé sur les données. Cet appel d'offres décrit nos besoins pour un système robuste qui nous permettra de mesurer, d'analyser et d'optimiser nos efforts de marketing à travers de multiples canaux.

#### 1.1 Vue d'ensemble de l'organisation

- Description de l'entreprise
- Exigences industrielles et réglementaires
- Taille de l'organisation et opérations de marketing actuelles

#### 1.2 Pile technologique actuelle en matière de marketing

- Outils et plates-formes de marketing actuels
- Capacités analytiques existantes
- Exigences d'intégration avec les systèmes actuels

### 1.3 Objectifs du projet

- Principaux objectifs de la mise en œuvre d'un nouveau logiciel d'analyse marketing
- Défis spécifiques à relever
- Résultats souhaités

## 2. Objectifs du projet

Les principaux objectifs de la mise en œuvre de ce logiciel d'analyse marketing sont les suivants :

### 2.1 Objectifs principaux

1. Permettre une prise de décision fondée sur les données dans tous les canaux de commercialisation
2. Améliorer le retour sur investissement du marketing grâce à une meilleure mesure des performances
3. Améliorer les capacités d'optimisation des campagnes
4. Rationaliser les processus d'établissement de rapports et d'analyse

### 2.2 Mesures de réussite

- Définition d'indicateurs de performance clés pour mesurer la réussite du projet
- Améliorations attendues de l'efficacité du marketing
- Objectifs de retour sur investissement

## 3. Exigences techniques

### 3.1 Exigences relatives au type de solution

- Capacités des solutions autonomes
- Fonctionnalités de la suite marketing tout-en-un
- Type de solution préféré pour les besoins de l'organisation

### 3.2 Architecture du système

- Options de déploiement dans le nuage ou sur site

- Évolutivité pour gérer des volumes de données croissants
- Haute disponibilité et capacité de reprise après sinistre

### 3.3 Gestion des données

- Prise en charge de différents types de données (structurées, non structurées, semi-structurées)
- Capacité de stockage des données et exigences en matière d'évolutivité
- Politiques de conservation des données et capacités d'archivage
- Processus automatisés d'importation/exportation de données

### 3.4 Exigences d'intégration

- API pour l'intégration avec les outils de marketing existants
- Prise en charge des formats d'échange de données courants (CSV, JSON, XML)
- Intégration avec les principaux fournisseurs de stockage en nuage

### 3.5 Sécurité et conformité

- Cryptage des données (au repos et en transit)
- Authentification de l'utilisateur et contrôle d'accès
- Respect des normes réglementaires
- Exigences en matière de certification de la sécurité

### 3.6 Exigences de performance

- Temps de réponse pour les requêtes et les rapports
- Capacité d'utilisateurs simultanés
- Capacités de traitement en temps réel
- Normes de disponibilité des systèmes

### 3.7 Exigences de compatibilité

- Systèmes d'exploitation pris en charge pour l'accès des clients
- Spécifications de compatibilité avec les navigateurs
- Configuration matérielle minimale requise pour des performances optimales

### 3.8 Mises à jour et maintenance

- Fréquence des mises à jour des logiciels et des correctifs
- Assurance de la rétrocompatibilité
- Temps d'arrêt minimal pendant les mises à jour

## 4. Exigences fonctionnelles

### 4.1 Collecte et analyse des données

***Conseil : une collecte et une analyse efficaces des données constituent la base de l'analyse marketing. Concentrez-vous sur l'exhaustivité des sources de données, les capacités d'automatisation et la possibilité d'unifier les données provenant de plusieurs canaux.***

| Exigence                       | Sous-exigence                                    | O/N | Notes |
|--------------------------------|--------------------------------------------------|-----|-------|
| Collecte de données multicanal | Soutien aux plateformes de médias sociaux        |     |       |
|                                | Intégration du marketing par courriel            |     |       |
|                                | Collecte de données analytiques sur le site web  |     |       |
|                                | Intégration des données des applications mobiles |     |       |
|                                | Importation de données de marketing hors ligne   |     |       |
| Suivi de la campagne           | Suivi des performances en temps réel             |     |       |
|                                | Création de mesures personnalisées               |     |       |
|                                | Actualisation automatisée des données            |     |       |
|                                | Analyse des données historiques                  |     |       |
| Attribution transcanal         | Modèles d'attribution multi-touch                |     |       |
|                                | Règles d'attribution personnalisées              |     |       |

|                        |                                              |  |  |
|------------------------|----------------------------------------------|--|--|
|                        | Analyse de l'influence des canaux            |  |  |
|                        | Suivi du chemin de conversion                |  |  |
| Rapports personnalisés | Constructeur de rapports par glisser-déposer |  |  |
|                        | Bibliothèque de modèles                      |  |  |
|                        | Génération de rapports programmés            |  |  |
|                        | Création d'indicateurs personnalisés         |  |  |

#### 4.2 Gestion des campagnes

***Conseil : Les capacités de gestion des campagnes doivent permettre à la fois la planification stratégique et l'exécution tactique. Privilégiez les fonctionnalités qui permettent des ajustements souples en fonction des données de performance.***

| Exigence                            | Sous-exigence                          | O/N | Notes |
|-------------------------------------|----------------------------------------|-----|-------|
| Suivi des performances              | Suivi des mesures en temps réel        |     |       |
|                                     | Suivi des objectifs et alertes         |     |       |
|                                     | Suivi budgétaire                       |     |       |
|                                     | Prévision des performances             |     |       |
| Tests A/B                           | Mise en place de tests fractionnés     |     |       |
|                                     | Tests à plusieurs variables            |     |       |
|                                     | Calcul de la signification statistique |     |       |
|                                     | Analyse des résultats des tests        |     |       |
| Mesure du retour sur investissement | Suivi des coûts par canal              |     |       |
|                                     | Attribution des recettes               |     |       |

|                        |                                                       |  |  |
|------------------------|-------------------------------------------------------|--|--|
|                        | Automatisation du calcul du retour sur investissement |  |  |
|                        | Mesures personnalisées du retour sur investissement   |  |  |
| Contrôle en temps réel | Tableaux de bord des performances en direct           |  |  |
|                        | Alertes automatisées                                  |  |  |
|                        | Suggestions d'optimisation en temps réel              |  |  |
|                        | Allocation dynamique du budget                        |  |  |

#### 4.3 Visualisation et rapports

***Conseil : une visualisation efficace transforme des données complexes en informations exploitables. Recherchez des solutions flexibles et personnalisables qui peuvent répondre à la fois aux besoins de reporting des dirigeants et aux besoins d'analyse détaillée.***

| Exigence                          | Sous-exigence                       | O/N | Notes |
|-----------------------------------|-------------------------------------|-----|-------|
| Tableaux de bord personnalisables | Bibliothèque de widgets             |     |       |
|                                   | Création de widgets personnalisés   |     |       |
|                                   | Personnalisation de la mise en page |     |       |
|                                   | Vues basées sur les rôles           |     |       |
| Exploration interactive           | Capacités d'exploration             |     |       |
|                                   | Filtrage des données                |     |       |
|                                   | Segmentation personnalisée          |     |       |

|                         |                                      |  |  |
|-------------------------|--------------------------------------|--|--|
|                         | Analyse croisée des rapports         |  |  |
| Rapports automatisés    | Rapports programmés                  |  |  |
|                         | Listes de distribution               |  |  |
|                         | Options de format                    |  |  |
|                         | Perspectives automatisées            |  |  |
| Capacités d'exportation | Prise en charge de plusieurs formats |  |  |
|                         | Exportation de données brutes        |  |  |
|                         | Options de marque blanche            |  |  |
|                         | Accès à l'API                        |  |  |

#### 4.4 Mesure du retour sur investissement

***Conseil : Les capacités de mesure du retour sur investissement doivent fournir des informations claires et exploitables sur les performances marketing tout en prenant en charge différents modèles d'attribution.***

| Exigence                                   | Sous-exigence                                               | O/N | Notes |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----|-------|
| Résultats des investissements en marketing | Quantifier les résultats du marketing                       |     |       |
|                                            | Suivi des investissements par canal                         |     |       |
|                                            | Analyse comparative des performances                        |     |       |
| Calcul du retour sur investissement        | Calculs automatisés du retour sur investissement            |     |       |
|                                            | Suivi du retour sur investissement au niveau de la campagne |     |       |

|                               |                                                                |  |  |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------|--|--|
|                               | Analyse du retour sur investissement spécifique à chaque canal |  |  |
| Modélisation de l'attribution | Attribution multi-touch                                        |  |  |
|                               | Règles d'attribution personnalisées                            |  |  |
|                               | Attribution transcanal                                         |  |  |

#### 4.5 Rapport d'attribution

***Conseil : Les rapports d'attribution doivent offrir des options de modélisation flexibles pour créditer avec précision les points de contact marketing tout au long du parcours du client.***

| Exigence                      | Sous-exigence                          | O/N | Notes |
|-------------------------------|----------------------------------------|-----|-------|
| Modèles d'attribution         | Dernière modélisation des interactions |     |       |
|                               | Modélisation du premier clic           |     |       |
|                               | Attribution multi-touch                |     |       |
| Analyse des points de contact | Analyse de la contribution des canaux  |     |       |
|                               | Cartographie du chemin de conversion   |     |       |
|                               | Notation de l'impact                   |     |       |
| Attribution personnalisée     | Création de modèles personnalisés      |     |       |
|                               | Configuration des règles               |     |       |
|                               | Test et validation du modèle           |     |       |

#### 4.6 Suivi multicanal

***Conseil : le suivi multicanal doit permettre d'obtenir une vue unifiée des performances marketing sur tous les canaux, tout en conservant une visibilité granulaire.***



| Exigence                       | Sous-exigence                        | O/N | Notes |
|--------------------------------|--------------------------------------|-----|-------|
| Collecte de données transcanal | Suivi de canaux multiples            |     |       |
|                                | Unification des données              |     |       |
|                                | Cartographie des canaux              |     |       |
| Efficacité de la campagne      | Analyse multiplateforme              |     |       |
|                                | Comparaison des canaux               |     |       |
|                                | Analyse comparative des performances |     |       |
| Aperçu de l'attribution        | Attribution transcanal               |     |       |
|                                | Cartographie de l'itinéraire         |     |       |
|                                | Analyse des interactions             |     |       |

#### 4.7 Informations en temps réel

***Conseil : Les capacités d'analyse en temps réel doivent permettre une action immédiate sur les données marketing tout en maintenant la précision et en fournissant des alertes claires.***

| Exigence                                      | Sous-exigence                        | O/N | Notes |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------|-----|-------|
| Données sur les interactions avec les clients | Suivi des interactions en temps réel |     |       |
|                                               | Surveillance du comportement         |     |       |
|                                               | Analyse de l'engagement              |     |       |
| Ajustements des performances                  | Optimisation en temps réel           |     |       |
|                                               | Allocation dynamique du budget       |     |       |
|                                               | Modifications de la campagne         |     |       |

|                  |                               |  |  |
|------------------|-------------------------------|--|--|
| Système d'alerte | Notifications en temps réel   |  |  |
|                  | Seuils d'alerte personnalisés |  |  |
|                  | Priorité aux alertes          |  |  |

#### 4.8 Prévvision et analyse prédictive

**Conseil : Les capacités de prévision doivent combiner l'analyse des données historiques et la modélisation prédictive afin de fournir des informations exploitables.**

| Exigence                   | Sous-exigence                 | O/N | Notes |
|----------------------------|-------------------------------|-----|-------|
| Prévisions marketing       | Prévision des objectifs       |     |       |
|                            | Prévision des tendances       |     |       |
|                            | Prévisions budgétaires        |     |       |
| Optimisation des campagnes | Optimisation prédictive       |     |       |
|                            | Modélisation des performances |     |       |
|                            | Allocation des ressources     |     |       |
| Analyse de scénarios       | "Modélisation "par simulation |     |       |
|                            | Comparaison des scénarios     |     |       |
|                            | Analyse d'impact              |     |       |

### 5. Exigences en matière d'IA et d'analyse avancée

#### 5.1 Analyse prédictive avancée

**Conseil : L'analyse prédictive avancée doit s'appuyer sur l'IA pour fournir des prédictions précises et exploitables tout en maintenant la transparence.**

| Exigence                          | Sous-exigence           | O/N | Notes |
|-----------------------------------|-------------------------|-----|-------|
| Algorithmes de prédiction de l'IA | Prévision des tendances |     |       |

|                              |                              |  |  |
|------------------------------|------------------------------|--|--|
|                              | Prévision des comportements  |  |  |
|                              | Reconnaissance des formes    |  |  |
| Optimisation de la stratégie | Optimisation proactive       |  |  |
|                              | Recommandations stratégiques |  |  |
|                              | Prévision des performances   |  |  |
| Détection des anomalies      | Détection automatisée        |  |  |
|                              | Identification des tendances |  |  |
|                              | Analyse des schémas          |  |  |

## 5.2 Traitement du langage naturel

**Conseil : les capacités NLP doivent permettre de rendre des données complexes accessibles à des utilisateurs ayant des compétences techniques variées, tout en préservant la profondeur de l'analyse.**

| Exigence                    | Sous-exigence                | O/N | Notes |
|-----------------------------|------------------------------|-----|-------|
| Requête en langage naturel  | Recherche en langage clair   |     |       |
|                             | Suggestions de requêtes      |     |       |
|                             | Prise en compte du contexte  |     |       |
|                             | Prise en charge multilingue  |     |       |
| Perspectives automatisées   | Identification des tendances |     |       |
|                             | Résumés des performances     |     |       |
|                             | Détection des opportunités   |     |       |
|                             | Alertes au risque            |     |       |
| L'analyse conversationnelle | Interface vocale             |     |       |

|  |                                    |  |  |
|--|------------------------------------|--|--|
|  | Intégration d'un chatbot           |  |  |
|  | Analyse guidée                     |  |  |
|  | Questions et réponses interactives |  |  |

### 5.3 Génération automatisée d'informations

**Conseil : Les informations automatisées devraient réduire le temps d'analyse manuelle tout en fournissant des recommandations significatives et exploitables.**

| Exigence                          | Sous-exigence                   | O/N | Notes |
|-----------------------------------|---------------------------------|-----|-------|
| Analyse pilotée par l'IA          | Identification des tendances    |     |       |
|                                   | Détection des anomalies         |     |       |
|                                   | Reconnaissance des opportunités |     |       |
| Réduction de la charge de travail | Analyse automatisée             |     |       |
|                                   | Génération de rapports          |     |       |
|                                   | Traitement des données          |     |       |
| Optimisation des campagnes        | Recommandations automatisées    |     |       |
|                                   | Aperçu des performances         |     |       |
|                                   | Suggestions d'optimisation      |     |       |

### 5.4 L'hyperpersonnalisation

**Conseil : les fonctions d'hyperpersonnalisation doivent s'appuyer sur l'IA pour offrir des expériences véritablement individualisées tout en restant évolutives.**

| Exigence                       | Sous-exigence              | O/N | Notes |
|--------------------------------|----------------------------|-----|-------|
| Personnalisation en temps réel | Recommandations de contenu |     |       |
|                                | Messagerie dynamique       |     |       |

|                             |                               |  |  |
|-----------------------------|-------------------------------|--|--|
|                             | Adaptation en temps réel      |  |  |
| Engagement des utilisateurs | Optimisation de la conversion |  |  |
|                             | Suivi de l'engagement         |  |  |
|                             | Mesure des performances       |  |  |
| Segmentation                | Segmentation basée sur l'IA   |  |  |
|                             | Ciblage dynamique             |  |  |
|                             | Optimisation de l'audience    |  |  |

### 5.5 Suivi et analyse multiplateforme

**Conseil : Le suivi multiplateforme doit permettre d'obtenir une vue unifiée de l'engagement des clients tout en conservant une visibilité détaillée des comportements spécifiques à chaque plateforme.**

| Exigence                               | Sous-exigence                      | O/N | Notes |
|----------------------------------------|------------------------------------|-----|-------|
| Suivi de l'engagement des utilisateurs | Surveillance transcanal            |     |       |
|                                        | Suivi des appareils                |     |       |
|                                        | Cartographie des interactions      |     |       |
| Analyse du parcours du client          | Visualisation du voyage            |     |       |
|                                        | Analyse de cheminement             |     |       |
|                                        | Cartographie des points de contact |     |       |
| Optimisation de l'itinéraire par l'IA  | Optimisation du parcours           |     |       |
|                                        | Personnalisation de l'expérience   |     |       |
|                                        | Orchestration des canaux           |     |       |

### 5.6 L'IA générative pour les rapports

**Conseil : les fonctions d'IA générative doivent produire des rapports précis et lisibles par l'homme, tout en maintenant la cohérence avec les données sources.**

| Exigence               | Sous-exigence                 | O/N | Notes |
|------------------------|-------------------------------|-----|-------|
| Génération de rapports | Création automatisée          |     |       |
|                        | Personnalisation du contenu   |     |       |
|                        | Options de format             |     |       |
| Insight Communication  | Sorties en langage naturel    |     |       |
|                        | Priorité à l'information      |     |       |
|                        | Disposition contextuelle      |     |       |
| Contenu de la campagne | Création de contenu dynamique |     |       |
|                        | Optimisation du contenu       |     |       |
|                        | Suivi des performances        |     |       |

#### 5.7 Détection des anomalies et alertes

**Conseil : La détection des anomalies doit fournir des alertes précises et opportunes tout en minimisant les faux positifs.**

| Exigence              | Sous-exigence                 | O/N | Notes |
|-----------------------|-------------------------------|-----|-------|
| Contrôle des données  | Contrôle continu              |     |       |
|                       | Analyse des schémas           |     |       |
|                       | Gestion des seuils            |     |       |
| Capacités de réaction | Alertes rapides               |     |       |
|                       | Automatisation de la réponse  |     |       |
|                       | Hiérarchisation des problèmes |     |       |

|                        |                                 |  |  |
|------------------------|---------------------------------|--|--|
| Maintenance prédictive | Prédictions basées sur l'IA     |  |  |
|                        | Alertes préventives             |  |  |
|                        | Planification de la maintenance |  |  |

## 5.8 Capacités d'intégration renforcées

**Conseil : les capacités d'intégration doivent permettre un flux de données transparent entre les systèmes tout en préservant l'intégrité des données.**

| Exigence                                | Sous-exigence                      | O/N | Notes |
|-----------------------------------------|------------------------------------|-----|-------|
| Intégration CRM                         | Synchronisation des données        |     |       |
|                                         | Automatisation des flux de travail |     |       |
|                                         | Gestion des contacts               |     |       |
| Suivi des interactions avec les clients | Contrôle des interactions          |     |       |
|                                         | Suivi du comportement              |     |       |
|                                         | Analyse de l'engagement            |     |       |
| Harmonisation des données               | Correspondance pilotée par l'IA    |     |       |
|                                         | Nettoyage des données              |     |       |
|                                         | Normalisation des formats          |     |       |

## 6. Qualifications des fournisseurs

### 6.1 Profil de l'entreprise

- Historique et stabilité de l'entreprise
- Expérience en matière d'analyse marketing
- Base de clientèle et présence sur le marché
- Informations financières

## 6.2 Expertise technique

- Capacités de développement
- Certifications de sécurité
- Partenariats industriels
- Expérience en matière d'innovation

## 6.3 Soutien et services

- Méthodologie de mise en œuvre
- Programmes de formation
- Services d'assistance technique
- Accords de niveau de service

## 7. Critères d'évaluation

Les propositions seront évaluées sur la base des éléments suivants

1. Capacité technique (30%)
2. Caractéristiques fonctionnelles (25%)
3. Capacités en matière d'IA et d'analyse avancée (15 %)
4. Capacités d'intégration (10%)
5. Qualifications des fournisseurs (10%)
6. Coût et retour sur investissement (10%)

## 8. Exigences en matière de soumission

Les vendeurs doivent soumettre :

1. Description détaillée de la solution
2. Spécifications techniques et fonctionnelles
3. Plan de mise en œuvre et calendrier
4. Structure des prix (y compris tous les coûts)
5. Détails de la formation et de l'assistance



6. Trois références de clients
7. Exemples de rapports et de tableaux de bord
8. Documentation sur la sécurité et la conformité

#### 9. Calendrier et processus

- Date de publication de l'appel d'offres : [DATE]
- Date limite pour les questions : [DATE]
- Date d'échéance de la proposition : [DATE]
- Présentations des fournisseurs : [FOURCHETTE DE DATES]
- Décision de sélection : [DATE]
- Lancement du projet : [DATE]

#### Informations sur le contact

[NOM] [TITRE] [EMAIL] [TÉLÉPHONE]

Toutes les soumissions et demandes de renseignements doivent être adressées au contact ci-dessus.