

# Demande de proposition : Solution logicielle d'automatisation du marketing

## Table des matières

1. Introduction et contexte
2. Objectifs du projet
3. Champ d'application
4. Exigences techniques
5. Exigences fonctionnelles
  - Fonctions essentielles
  - Fonctionnalités basées sur l'IA
6. Qualifications des fournisseurs
7. Critères d'évaluation
8. Lignes directrices pour la soumission
9. Chronologie

## 1. Introduction et contexte

### Historique de l'organisation

Notre organisation est à la recherche d'une solution logicielle complète d'automatisation du marketing afin d'améliorer nos capacités de marketing numérique et de rationaliser nos opérations de marketing. Cet appel d'offres décrit nos besoins pour un système robuste qui nous permettra de mener des campagnes de marketing personnalisées et multicanal tout en améliorant l'efficacité et en mesurant le retour sur investissement.

Aspects organisationnels clés :

- Secteur d'activité : [par exemple, commerce de détail/soins de santé/technologie].
- Taille de l'entreprise : [par exemple, 500 employés, plusieurs sites].
- Revenu annuel : [par exemple, 50 à 100 millions de dollars].
- Marché cible : [par exemple, B2B, B2C, ou les deux]
- Portée géographique : [par exemple, national/international].

#### Environnement actuel

L'ensemble des technologies marketing actuelles :

- Système CRM : [par exemple, Salesforce, Microsoft Dynamics].
- Plate-forme de messagerie : [par exemple, Mailchimp, Constant Contact].
- Outils d'analyse : [par exemple, Google Analytics, Adobe Analytics].
- Système de gestion de contenu : [par exemple, WordPress, Drupal].
- Gestion des médias sociaux : [par exemple, Hootsuite, Buffer].

Défis posés par la configuration actuelle :

1. Capacités d'automatisation limitées
2. Des canaux de commercialisation déconnectés
3. Procédures manuelles d'établissement de rapports
4. Manque de capacités de personnalisation
5. Extensibilité limitée
6. Gestion inefficace des prospects

#### Portée du projet

Ce projet englobe

- Nombre d'utilisateurs : [par exemple, 50 membres de l'équipe marketing].
- Nombre de contacts : [par exemple, base de données de 100 000 contacts].

- Régions géographiques : [par exemple, Amérique du Nord, Europe].
- Principales intégrations requises : [Énumérer les systèmes spécifiques]
- Calendrier de mise en œuvre : [par exemple, 3 à 6 mois].

## 2. Objectifs du projet

### Objectifs principaux

1. Automatiser les processus de marketing
  - Mettre en place des flux de travail automatisés pour les campagnes
  - Rationaliser les processus de maturation des prospects
  - Automatiser les tâches marketing répétitives
2. Améliorer l'engagement des clients
  - Proposer un contenu personnalisé sur l'ensemble des canaux
  - Mettre en œuvre le déclenchement comportemental
  - Créer des parcours clients dynamiques
3. Améliorer l'efficacité du marketing
  - Centraliser les opérations de marketing
  - Réduire les interventions manuelles
  - Rationaliser les processus d'établissement de rapports
4. Obtenir de meilleurs résultats
  - Augmenter la génération de prospects
  - Améliorer les taux de conversion
  - Améliorer la mesure du retour sur investissement

### Critères de réussite

1. Mesures quantitatives
  - Réduction de 50 % des tâches manuelles de marketing

- Amélioration de 30 % de la qualification des prospects
- Augmentation de 25 % des taux d'engagement dans les courriels
- Amélioration de 20 % du retour sur investissement de la campagne

## 2. Résultats qualitatifs

- Amélioration de la productivité de l'équipe marketing
- Amélioration de l'expérience client
- Meilleur alignement entre le marketing et les ventes
- Une prise de décision davantage axée sur les données

## 3. L'étendue des travaux

### Exigences de mise en œuvre

#### 1. Déploiement de la solution

- Installation/configuration du logiciel
- Migration de la base de données
- Intégration du système
- Configuration des utilisateurs et contrôle d'accès

#### 2. Services d'intégration

- Intégration CRM
- Intégration site web/CMS
- Intégration de l'analyse
- Intégration des plateformes de médias sociaux

#### 3. Formation et soutien

- Formation des utilisateurs administratifs
- Formation des utilisateurs finaux
- Documentation technique

- Services d'assistance continue
4. Migration des données
- Migration de la base de données des contacts
  - Transfert des données historiques de la campagne
  - Migration du contenu
  - Mappage des champs personnalisés

## 4. Exigences techniques

### Architecture du système

#### 1. Options de déploiement

- Solution SaaS basée sur l'informatique en nuage
- Garantie de temps de fonctionnement minimum de 99,9
- Systèmes de sauvegarde automatisés
- Capacités de reprise après sinistre

#### 2. Exigences en matière de sécurité

- Conformité SOC 2 Type II
- Cryptage des données au repos et en transit
- Authentification multifactorielle
- Contrôle d'accès basé sur les rôles
- Audits de sécurité réguliers
- Procédures de réponse aux incidents

#### 3. Exigences de performance

- Prise en charge de plus de 100 utilisateurs simultanés
- Temps de chargement des pages inférieur à 3 secondes
- Capacité d'envoi de courriels de plus de 1 million par mois

- Traitement des données en temps réel
  - Architecture évolutive
4. Exigences d'intégration
- Disponibilité de l'API REST
  - Prise en charge de l'API SOAP si nécessaire
  - Prise en charge de Webhook
  - Capacité d'authentification unique (SSO)
  - Méthodes d'authentification standard
5. Gestion des données
- Sauvegarde automatisée des données
  - Politiques de conservation des données
  - Capacités d'archivage des données
  - Fonctionnalité d'importation/exportation
  - Évolutivité de la base de données
6. Support des navigateurs
- Chrome (2 dernières versions)
  - Firefox (2 dernières versions)
  - Safari (2 dernières versions)
  - Edge (2 dernières versions)
  - Compatibilité avec les navigateurs mobiles
7. Exigences en matière de mobilité
- Application native iOS
  - Application native Android

- Interface web réactive
- Capacités hors ligne

## 8. Exigences de conformité

- Conformité au GDPR
- Conformité à l'ACCP
- Conformité CAN-SPAM
- Certification ISO 27001
- Réglementations spécifiques à l'industrie

## 5. Exigences fonctionnelles

### Fonctions essentielles

#### 1. Gestion de la campagne

***Conseil : La gestion des campagnes est la base de toute plateforme d'automatisation du marketing. Concentrez-vous sur l'évaluation des fonctionnalités de base et avancées qui correspondent à vos besoins actuels et futurs en matière de complexité des campagnes.***

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Création d'une campagne	Création de campagnes automatisées à plusieurs niveaux		
	Outils de modélisation graphique		
	Fonctionnalité "glisser-déposer"		
Déroulement de la campagne	Capacités de tests fractionnés		
	Fusionner les options d'envoi		
	Branchement basé sur la décision		

Soutien multicanal	Intégration des canaux de courrier électronique		
	Intégration des médias sociaux		
	Intégration SMS/mobile		
	Coordination transcanal		

## 2. Segmentation

**Conseil : une segmentation efficace est essentielle au succès du marketing ciblé. Assurez-vous que la plateforme offre des capacités de segmentation démographique standard et de segmentation comportementale avancée avec une mise à jour en temps réel.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Interface de segmentation	Outils de segmentation graphique		
	Structuration visuelle des groupes cibles		
	Constructeur de segments par glisser-déposer		
Critères de segmentation	Ciblage géographique		
	Ciblage démographique		
	Analyse psychographique		
	Suivi comportemental		
Gestion des règles	Prise en charge de l'opérateur booléen		
	Création de règles personnalisées		
	Possibilités de combinaison de règles		
Gestion du groupe	Réglages manuels		

	Mises à jour automatiques		
	Appartenance dynamique à un groupe		

[Souhaitez-vous que je poursuive avec le reste des fonctions essentielles ? Je maintiendrai le même niveau de détail et de formatage tout au long de la procédure.]

### 3. Gestion des prospects

**Conseil : Les capacités de gestion des leads doivent faire le lien entre le marketing et les ventes de manière transparente. Pour une gestion efficace des leads, il faut se concentrer sur la flexibilité du scoring, les règles d'automatisation et l'intégration harmonieuse du CRM.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Notation des prospects	Modèles de notation personnalisés		
	Notation comportementale		
	Notation démographique		
Acheminement des prospects	Règles de routage automatisées		
	Gestion du territoire		
	Distribution à la ronde		
Intégration des ventes	Synchronisation des données CRM		
	Suivi des activités de vente		
	Mises à jour de l'état des prospects		
Gestion des données	Mises à jour en temps réel		
	Enrichissement des données		
	Gestion des doublons		

### 4. Marketing par courrier électronique

**Conseil : l'e-mail reste un canal essentiel. Évaluez les capacités de base de l'e-mail et les fonctions avancées telles que le contenu dynamique et les flux de travail automatisés pour garantir le succès de l'ensemble du marketing par e-mail.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Création d'une campagne	Constructeur de modèles d'e-mails		
	Insertion de contenu dynamique		
	Capacités de test A/B		
Campagnes d'encouragement	Branchement basé sur la décision		
	Courriels basés sur des déclencheurs		
	Séquences automatisées		
Délivrabilité	Support SPF/DKIM		
	Gestion des rebonds		
	Rapports sur la délivrabilité		
Personnalisation	Insertion de champs personnalisés		
	Blocs de contenu dynamique		
	Ciblage comportemental		

#### 5. Pages d'atterrissage et formulaires

**Conseil : Les capacités des pages d'atterrissage et des formulaires ont un impact direct sur le succès de la conversion. Recherchez des concepteurs intuitifs, une réactivité mobile et une logique de formulaire avancée capable de gérer des scénarios de capture de prospects complexes.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Création d'une page d'atterrissage	Constructeur visuel de pages		

	Bibliothèque de modèles		
	Support HTML/CSS personnalisé		
Construction du formulaire	Éditeur de formulaires par glisser-déposer		
	Règles de validation des champs		
	Paramètres des champs obligatoires		
Caractéristiques de la conception	Conception adaptée		
	Optimisation mobile		
	Capacités de test A/B		
Logique des formes	Logique conditionnelle		
	Profilage progressif		
	Population dynamique du champ		

## 6. Analyses et rapports

**Conseil : Des analyses complètes favorisent l'optimisation et le suivi du retour sur investissement. Assurez-vous que la plateforme offre à la fois des tableaux de bord de haut niveau et des capacités d'analyse détaillée avec des rapports personnalisables.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Caractéristiques du tableau de bord	Tableaux de bord personnalisables		
	Mise à jour des données en temps réel		
	Visualisations interactives		

Mesures de performance	Suivi des performances de la campagne		
	Analyse de l'efficacité des canaux		
	Calculs du retour sur investissement		
Modélisation de l'attribution	Attribution multicanal		
	Modèles d'attribution personnalisés		
	Analyse des points de contact		
Génération de rapports	Programmation automatisée des rapports		
	Constructeur de rapports personnalisés		
	Capacités d'exportation		

[Suite de la partie 4 - Plus de fonctions essentielles...]

## 7. Capacités d'intégration

***Conseil : de solides capacités d'intégration garantissent une connexion transparente avec votre pile technologique existante. Concentrez-vous sur les connecteurs prédéfinis et sur la flexibilité de l'API pour les intégrations personnalisées.***

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Intégration CRM	Synchronisation bidirectionnelle		
	Cartographie de terrain		
	Mises à jour en temps réel		
Plateformes d'analyse	Intégration de Google Analytics		
	Outils d'analyse personnalisés		
	Connexion à l'entrepôt de données		

Intégration du commerce électronique	Connecteurs de plate-forme		
	Suivi des commandes		
	Synchronisation du comportement des clients		
Capacités de l'API	Disponibilité de l'API REST		
	Documentation de l'API		
	Prise en charge de points d'extrémité personnalisés		
Synchronisation des données	Synchronisation automatisée		
	Gestion des erreurs		
	Résolution des conflits		

#### 8. Automatisation des flux de travail

**Conseil : les capacités d'automatisation des flux de travail doivent concilier puissance et convivialité. Recherchez des concepteurs visuels capables de gérer des scénarios complexes tout en restant gérables.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Flux de travail visuel	Constructeur par glisser-déposer		
	Soutien à la logique de branche		
	Séquencement des actions		
Configuration du déclencheur	Déclencheurs basés sur des événements		
	Déclencheurs temporels		
	Déclencheurs basés sur le comportement		

La maturation des prospects	Trajets automatisés		
	Insertion de contenu dynamique		
	Profilage progressif		
Gestion du flux de travail	Contrôle des versions		
	Capacités d'essai		
	Contrôle des performances		

## 9. Conformité au GDPR

**Conseil : la conformité au GDPR doit être complète et adaptable. Assurez-vous que le système gère la gestion des consentements, les droits sur les données et les exigences de confidentialité dans toutes les activités de marketing.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Sécurité des données	Stockage sécurisé des données		
	Méthodes de cryptage		
	Contrôles d'accès		
Gestion des autorisations	Suivi du consentement		
	Autorisations spécifiques aux canaux		
	Centres de préférence		
Traitement des données	Traitement des demandes de données		
	Droit à l'oubli		
	Capacités d'exportation de données		
Gestion des abonnements	Processus d'acceptation		
	Gestion du désabonnement		

	Mise à jour des préférences		
--	-----------------------------	--	--

## 10. Support multi-clients

**Conseil : les capacités multi-clients doivent permettre une séparation claire entre les clients tout en permettant une gestion efficace des comptes. Tenir compte des besoins d'évolutivité.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Structure du compte	Gestion du compte principal		
	Création de sous-clients		
	Accès basé sur les rôles		
Analyse transversale	Rapport global		
	Comparaison des performances		
	Utilisation des ressources		
Gestion des clients	Partage de modèles		
	Gestion des actifs		
	Application des bonnes pratiques		
Rapports	Rapports individuels sur les clients		
	Analyse inter-clients		
	Rapports personnalisés		

## 11. Capacités mobiles

**Conseil : les capacités mobiles doivent aller au-delà de la conception réactive et inclure des fonctions de marketing mobile et des canaux d'engagement complets.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes

Conception adaptée	Modèles adaptés aux mobiles		
	Modèles adaptatifs		
	Aperçu de l'appareil		
Marketing par SMS	Création de campagnes SMS		
	Prise en charge des numéros courts		
	Programmation des messages		
Notifications push	Notifications push de l'application		
	Notifications push web		
	Support média enrichi		
Analyse mobile	Suivi de l'engagement mobile		
	Mesures des performances de l'application		
	Analyses inter-appareils		

## Fonctionnalités basées sur l'IA

### 5.1 Génération de contenu par l'IA

**Conseil : L'IA de génération de contenu doit maintenir la cohérence de la voix de la marque tout en réduisant le temps de création manuelle. Évaluez la qualité, la cohérence et les capacités de personnalisation.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Contenu de l'e-mail	Génération automatisée d'e-mails		
	Optimisation de la ligne d'objet		
	Suggestions d'appels à l'action		
Médias sociaux	Génération de postes		
	Formatage spécifique à la plate-forme		

	Recommandations de hashtags		
Contenu publicitaire	Création de textes publicitaires		
	Tests A/B des variantes		
	Adaptations spécifiques aux plates-formes		
Contenu du produit	Description du produit génération		
	Mise en évidence des caractéristiques		
	Personnalisation de la tonalité		

## 5.2 Analyse prédictive avancée

**Conseil : L'analyse prédictive doit fournir des informations exploitables pour les décisions stratégiques. Concentrez-vous sur la précision, les capacités d'apprentissage et les applications pratiques.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Prédiction du comportement	Modélisation du comportement des clients		
	Evaluation de la probabilité d'achat		
	Prédiction du taux de désabonnement		
Prévisions de ventes	Prévisions de recettes		
	Evaluation des opportunités		
	Analyse du pipeline		
Notation des prospects	Evaluation des prospects basée sur le ML		
	Notation basée sur le comportement		
	Ajustement dynamique du score		
Analyse du marché	Identification des tendances		

	Analyse concurrentielle		
	Détection des opportunités de marché		

### 5.3 Segmentation et ciblage intelligents

**Conseil : La segmentation pilotée par l'IA devrait améliorer les méthodes traditionnelles grâce à des regroupements dynamiques basés sur le comportement et à une adaptation en temps réel.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Segmentation dynamique	Analyse du comportement en temps réel		
	Création automatisée de segments		
	Suivi de l'évolution des segments		
Création d'un public	Modélisation des sosies		
	Création d'une audience personnalisée		
	Publics cross-canal		
Cartographie de l'itinéraire	Cartographie automatisée des trajets		
	Optimisation des points de contact		
	Analyse de l'itinéraire		
Ciblage prédictif	Prédiction du comportement futur		
	Suggestions de la meilleure action suivante		
	Identification des opportunités		

### 5.4 Améliorations du traitement du langage naturel (NLP)

**Conseil : les capacités NLP doivent permettre d'analyser efficacement les communications des clients sur l'ensemble des canaux. Pensez à la prise en charge multilingue et aux capacités d'extraction d'informations.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Analyse des sentiments	Analyse du retour d'information des clients		
	Surveillance des médias sociaux		
	Analyse de l'examen		
Détection des intentions	Analyse des demandes des clients		
	Evaluation des intentions d'achat		
	Classification des requêtes		
Support multilingue	Détection des langues		
	Capacités de traduction		
	Analyse inter-langues		
Analyse du contenu	Résumé de texte		
	Extraction de mots-clés		
	Modélisation des thèmes		

### 5.5 IA visuelle et vision par ordinateur

**Conseil : L'IA visuelle doit améliorer l'analyse du contenu tout en garantissant la cohérence de la marque. Évaluez la précision de la reconnaissance d'images et de la génération d'idées.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Analyse du contenu	Analyse d'images/vidéos		
	Classification du contenu		
	Reconnaissance d'objets		
Soutien à la conception	Recommandations en matière de conception		

	Contrôles de la cohérence de la marque		
	Optimisation de la mise en page		
Traitement UGC	Modération du contenu		
	Analyse visuelle des tendances		
	Prévision d'engagement		
Médias sociaux	Suivi visuel des tendances		
	Prévision des performances		
	Recommandations de contenu		

#### 5.6 IA conversationnelle et Chatbots

***Conseil : L'IA conversationnelle doit fournir des interactions naturelles tout en s'intégrant aux workflows d'automatisation du marketing. Concentrez-vous sur la qualité des conversations et les capacités de transfert.***

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Traitement des demandes de renseignements	Traitement des requêtes complexes		
	Maintenance du contexte		
	Personnalisation des réponses		
Intégration du marketing	Intégration des campagnes		
	Qualification des prospects		
	Collecte de données		
Détection des émotions	Reconnaissance des sentiments		
	Adaptation de la tonalité		
	Déclencheurs d'escalade		

Gestion des robots	Capacités de formation		
	Contrôle des performances		
	Amélioration continue		

### 5.7 Personnalisation pilotée par l'IA

**Conseil : La personnalisation doit permettre de créer des expériences véritablement individuelles sur l'ensemble des canaux. Évaluer les capacités en temps réel et l'évolutivité.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Recommandations de contenu	Sélection dynamique du contenu		
	Coordination transcanal		
	Adaptation en temps réel		
Personnalisation du site web	Contenu dynamique des pages		
	Adaptation basée sur le comportement		
	Automatisation des tests A/B		
Personnalisation des courriels	Personnalisation du contenu		
	Optimisation de la durée d'envoi		
	Offres dynamiques		
Recommandations sur les produits	Analyse de l'historique des achats		
	Suggestions de ventes croisées		
	Recommandations pour l'offre groupée		

### 5.8 Tests A/B automatisés et optimisation

**Conseil : Les tests pilotés par l'IA devraient automatiser l'ensemble du cycle de test tout en fournissant des informations claires. Recherchez des capacités de conception et d'analyse de tests automatisés.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Tests à plusieurs variables	Automatisation de la conception des tests		
	Essai de combinaison de variables		
	Analyse de la signification statistique		
Optimisation en temps réel	Contrôle des performances		
	Ajustements dynamiques		
	Sélection des lauréats		
Génération de contenu	Création de variantes		
	Prévision de performance		
	Application d'apprentissage		

### 5.9 Modélisation de l'attribution transcanal

**Conseil : L'attribution par l'IA doit fournir des informations claires sur l'efficacité du marketing à travers les canaux. Concentrez-vous sur la précision du modèle et les informations exploitables.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Modèles d'attribution	Création de modèles personnalisés		
	Attribution multi-touch		
	Calcul du retour sur investissement		
Calcul de la valeur	Valeur de la durée de vie du client		

	Analyse du chemin de conversion		
	Attribution des recettes		
Allocation budgétaire	Optimisation des canaux		
	Recommandations de dépenses		
	Prévision des performances		

#### 5.10 Traitement et gestion des données améliorés par l'IA

**Conseil : Le traitement des données par l'IA doit permettre d'automatiser les tâches complexes de gestion des données tout en garantissant la qualité.**

**Prenez en compte les capacités de nettoyage, d'intégration et de conformité.**

Exigence	Sous-exigence	O/N	Notes
Nettoyage des données	Nettoyage automatisé		
	Normalisation		
	Déduplication		
Intégration des données	Connexion à la source		
	Normalisation des formats		
	Gestion des erreurs		
Gestion de la conformité	Automatisation des contrôles de confidentialité		
	Contrôle de conformité		
	Détection des infractions		
Détection des anomalies	Reconnaissance des formes		
	Génération d'alertes		

	Suggestions de résolution		
--	---------------------------	--	--

## 6. Qualifications des fournisseurs

- Historique de l'entreprise et expérience en matière d'automatisation du marketing
- Clientèle actuelle et références
- Capacités d'assistance technique et accords sur le niveau de service
- Feuille de route des produits et plans de développement futurs
- Partenariats et intégrations avec d'autres fournisseurs

## 7. Critères d'évaluation

1. Exhaustivité de la solution
2. Facilité de déploiement et de gestion
3. Évolutivité et performance
4. Capacités d'intégration
5. Réputation et soutien du fournisseur
6. Coût total de possession
7. Innovation et adaptabilité

## 8. Lignes directrices pour la soumission

Les vendeurs doivent soumettre :

1. Description détaillée de la solution
2. Réponses aux exigences techniques et fonctionnelles
3. Plan de mise en œuvre et calendrier
4. Structure tarifaire complète
5. Exemples de rapports et de tableaux de bord
6. Références des clients

## 9. Calendrier

- 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]
- Sélection finale : [Date]
- Lancement du projet : [Date]

Soumettre les propositions à : [Coordonnées]