

Solicitud de Propuesta: Solución de Software de Analítica de Marketing

Índice

1. Introducción y antecedentes
2. Objetivos del proyecto
3. Requisitos técnicos
4. Requisitos funcionales
5. Requisitos de la IA y la analítica avanzada
6. Cualificaciones de los proveedores
7. Criterios de evaluación
8. Requisitos de presentación
9. Calendario y proceso

1. 1. Introducción y antecedentes

[NOMBRE DE LA EMPRESA] busca propuestas para una solución de software de análisis de marketing integral que mejore nuestras capacidades de marketing basadas en datos. Esta RFP describe nuestros requisitos para un sistema robusto que nos permita medir, analizar y optimizar nuestros esfuerzos de marketing a través de múltiples canales.

1.1 Organización

- Descripción de la empresa
- Requisitos industriales y reglamentarios
- Tamaño de la organización y operaciones de marketing actuales

1.2 Pila tecnológica de marketing actual

- Herramientas y plataformas de marketing actuales
- Capacidades analíticas existentes

- Requisitos de integración con los sistemas actuales

1.3 Objetivos del proyecto

- Objetivos principales de la implantación de un nuevo software de análisis de marketing
- Retos específicos que hay que abordar
- Resultados deseados

2. Objetivos del proyecto

Entre los objetivos principales de la implantación de este software de análisis de marketing se incluyen los siguientes

2.1 Objetivos principales

1. Permitir la toma de decisiones basada en datos en todos los canales de marketing
2. Mejorar el ROI de marketing mediante una mejor medición del rendimiento
3. Mejorar las capacidades de optimización de campañas
4. Racionalizar los procesos de elaboración de informes y análisis

2.2 Métricas de éxito

- Indicadores clave de rendimiento definidos para medir el éxito del proyecto
- Mejoras previstas en la eficacia del marketing
- Objetivos de ROI

3. 3. Requisitos técnicos

3.1 Requisitos del tipo de solución

- Capacidades de la solución autónoma
- Funciones de la suite de marketing todo en uno
- Tipo de solución preferida para las necesidades de la organización

3.2 Arquitectura del sistema

- Opciones de implantación en la nube o in situ
- Escalabilidad para manejar volúmenes de datos cada vez mayores

- Alta disponibilidad y recuperación en caso de catástrofe

3.3 Gestión de datos

- Soporte para varios tipos de datos (estructurados, no estructurados, semiestructurados)
- Capacidad de almacenamiento de datos y requisitos de escalabilidad
- Políticas de conservación de datos y capacidad de archivo
- Procesos automatizados de importación y exportación de datos

3.4 Requisitos de integración

- API para la integración con las herramientas de marketing existentes
- Compatibilidad con formatos habituales de intercambio de datos (CSV, JSON, XML)
- Integración con los principales proveedores de almacenamiento en la nube

3.5 Seguridad y conformidad

- Cifrado de datos (en reposo y en tránsito)
- Autenticación de usuarios y control de acceso
- Cumplimiento de las normas reglamentarias
- Requisitos de certificación de seguridad

3.6 Requisitos de rendimiento

- Tiempo de respuesta a consultas e informes
- Capacidad de usuarios simultáneos
- Capacidad de procesamiento en tiempo real
- Normas de disponibilidad del sistema

3.7 Requisitos de compatibilidad

- Sistemas operativos compatibles para el acceso de clientes
- Especificaciones de compatibilidad con navegadores
- Requisitos mínimos de hardware para un rendimiento óptimo

3.8 Actualizaciones y mantenimiento

- Frecuencia de las actualizaciones de software y de los parches
- Garantía de compatibilidad con versiones anteriores
- Tiempo de inactividad mínimo durante las actualizaciones

4. 4. Requisitos funcionales

4.1 Recogida y análisis de datos

Consejo: La recopilación y el análisis eficaces de datos constituyen la base de la analítica de marketing. Concéntrese en la exhaustividad de las fuentes de datos, las capacidades de automatización y la capacidad de unificar datos de múltiples canales.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|------------------------------|--|-----|-------|
| Recogida de datos multicanal | Soporte para plataformas de medios sociales | | |
| | Integración del marketing por correo electrónico | | |
| | Recopilación de datos analíticos del sitio web | | |
| | Integración de datos de aplicaciones móviles | | |
| | Importación de datos de marketing offline | | |
| Seguimiento de campañas | Seguimiento del rendimiento en tiempo real | | |
| | Creación de métricas personalizadas | | |
| | Actualización automática de datos | | |
| | Análisis de datos históricos | | |
| Atribución entre canales | Modelos de atribución multitoque | | |

| | | | |
|-------------------------|---|--|--|
| | Reglas de atribución personalizadas | | |
| | Análisis de la influencia de los canales | | |
| | Seguimiento de la ruta de conversión | | |
| Informes personalizados | Generador de informes de arrastrar y soltar | | |
| | Biblioteca de plantillas | | |
| | Generación programada de informes | | |
| | Creación de métricas personalizadas | | |

4.2 Gestión de campañas

Consejo: Las funciones de gestión de campañas deben permitir tanto la planificación estratégica como la ejecución táctica. Dé prioridad a las funciones que permitan realizar ajustes ágiles en función de los datos de rendimiento.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|-----------------------------|---|-----|-------|
| Seguimiento del rendimiento | Control de métricas en tiempo real | | |
| | Seguimiento de objetivos y alertas | | |
| | Seguimiento presupuestario | | |
| | Previsión de resultados | | |
| | | | |
| Pruebas A/B | Configuración de pruebas divididas | | |
| | Pruebas multivariantes | | |
| | Cálculo de la significación estadística | | |
| | Análisis de los resultados de las pruebas | | |
| Medición del ROI | Seguimiento de costes por canal | | |

| | | | |
|------------------------|--|--|--|
| | Atribución de ingresos | | |
| | Automatización del cálculo del ROI | | |
| | Métricas de ROI personalizadas | | |
| Control en tiempo real | Paneles de rendimiento en directo | | |
| | Alertas automáticas | | |
| | Sugerencias de optimización en tiempo real | | |
| | Asignación dinámica del presupuesto | | |

4.3 Visualización e informes

Consejo: una visualización eficaz transforma los datos complejos en información práctica. Busque soluciones flexibles y personalizables que puedan servir tanto para los informes a nivel ejecutivo como para las necesidades analíticas detalladas.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|----------------------------------|------------------------------------|-----|-------|
| Cuadros de mando personalizables | Biblioteca de widgets | | |
| | Creación de widgets personalizados | | |
| | Personalización del diseño | | |
| | Vistas basadas en funciones | | |
| Exploración interactiva | Capacidad de desglose | | |
| | Filtrado de datos | | |
| | Segmentación personalizada | | |
| | Análisis de informes cruzados | | |

| | | | |
|----------------------------|---------------------------------------|--|--|
| Informes automatizados | Informes programados | | |
| | Listas de distribución | | |
| | Opciones de formato | | |
| | Información automatizada | | |
| Capacidades de exportación | Compatibilidad con múltiples formatos | | |
| | Exportación de datos brutos | | |
| | Opciones de marca blanca | | |
| | Acceso API | | |

4.4 Medición del ROI

Consejo: Las capacidades de medición del ROI deben proporcionar información clara y procesable sobre el rendimiento del marketing, al tiempo que admiten varios modelos de atribución.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|---|---|-----|-------|
| Resultados de la inversión en marketing | Cuantificar los resultados de marketing | | |
| | Seguimiento de la inversión por canal | | |
| | Evaluación comparativa de resultados | | |
| Cálculo del ROI | Cálculos automatizados del ROI | | |
| | Seguimiento del ROI a nivel de campaña | | |
| | Análisis del ROI específico para cada canal | | |
| Modelos de atribución | Atribución multitáctil | | |

| | | | |
|--|-------------------------------------|--|--|
| | Reglas de atribución personalizadas | | |
| | Atribución entre canales | | |

4.5 Informes de atribución

Consejo: Los informes de atribución deben ofrecer opciones de modelado flexibles para acreditar con precisión los puntos de contacto de marketing a lo largo del recorrido del cliente.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|------------------------------------|--|-----|-------|
| Modelos de atribución | Modelización de la última interacción | | |
| | Primer clic modelado | | |
| | Atribución multitáctil | | |
| Análisis de los puntos de contacto | Análisis de la contribución de los canales | | |
| | Asignación de rutas de conversión | | |
| | Puntuación de impacto | | |
| Atribución personalizada | Creación de modelos personalizados | | |
| | Configuración de reglas | | |
| | Pruebas y validación de modelos | | |

4.6 Seguimiento multicanal

Consejo: El seguimiento multicanal debe proporcionar una visión unificada del rendimiento del marketing en todos los canales, manteniendo al mismo tiempo una visibilidad granular.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|------------------------------|-------------------------------|-----|-------|
| Recogida de datos multicanal | Seguimiento de varios canales | | |

| | | | |
|------------------------|--------------------------------------|--|--|
| | Unificación de datos | | |
| | Asignación de canales | | |
| Eficacia de la campaña | Análisis multiplataforma | | |
| | Comparación de canales | | |
| | Evaluación comparativa de resultados | | |
| Atribución | Atribución entre canales | | |
| | Mapa del viaje | | |
| | Análisis de las interacciones | | |

4.7 Información en tiempo real

Consejo: Las capacidades de información en tiempo real deben permitir la acción inmediata sobre los datos de marketing, manteniendo la precisión y proporcionando alertas claras.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|-------------------------------------|--|-----|-------|
| Datos de interacción con el cliente | Seguimiento de la interacción en tiempo real | | |
| | Control del comportamiento | | |
| | Análisis del compromiso | | |
| Ajustes de rendimiento | Optimización en tiempo real | | |
| | Asignación dinámica del presupuesto | | |
| | Modificaciones de campaña | | |
| Sistema de alerta | Notificaciones en tiempo real | | |
| | Umbral de alerta personalizados | | |
| | Priorización de alertas | | |

4.8 Previsión y análisis predictivo

Consejo: *Las capacidades de previsión deben combinar el análisis de datos históricos con el modelado predictivo para proporcionar información procesable.*

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|--------------------------|------------------------------|-----|-------|
| Previsiones de marketing | Previsión de objetivos | | |
| | Predicción de tendencias | | |
| | Previsión presupuestaria | | |
| Optimización de campañas | Optimización predictiva | | |
| | Modelización del rendimiento | | |
| | Asignación de recursos | | |
| Análisis de escenarios | Modelización "Y si...". | | |
| | Comparación de escenarios | | |
| | Análisis de impacto | | |

5. Requisitos de IA y analítica avanzada

5.1 Análisis predictivo avanzado

Consejo: *Los análisis predictivos avanzados deben aprovechar la IA para proporcionar predicciones precisas y procesables, manteniendo la transparencia.*

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|--------------------------------|------------------------------|-----|-------|
| Algoritmos de predicción de IA | Predicción de tendencias | | |
| | Previsión del comportamiento | | |
| | Reconocimiento de patrones | | |
| Optimización de la estrategia | Optimización proactiva | | |

| | | | |
|------------------------|------------------------------|--|--|
| | Recomendaciones estratégicas | | |
| | Previsión de resultados | | |
| Detección de anomalías | Detección automática | | |
| | Identificación de tendencias | | |
| | Análisis de patrones | | |

5.2 Procesamiento del lenguaje natural

Consejo: las capacidades de PNL deben hacer accesibles los datos complejos a usuarios con distintos conocimientos técnicos, manteniendo al mismo tiempo la profundidad analítica.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|------------------------------|-------------------------------------|-----|-------|
| Consulta en lenguaje natural | Búsqueda en lenguaje llano | | |
| | Sugerencias de consulta | | |
| | Conocimiento del contexto | | |
| | Soporte multilingüe | | |
| Información automatizada | Identificación de tendencias | | |
| | Resúmenes de resultados | | |
| | Detección de oportunidades | | |
| | Alertas de riesgo | | |
| Análisis conversacional | Interfaz de voz | | |
| | Integración de chatbot | | |
| | Análisis guiado | | |
| | Preguntas y respuestas interactivas | | |

5.3 Generación automatizada de información

Consejo: La información automatizada debe reducir el tiempo de análisis manual y ofrecer recomendaciones útiles y prácticas.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|----------------------------------|---------------------------------|-----|-------|
| Análisis basados en IA | Identificación de tendencias | | |
| | Detección de anomalías | | |
| | Reconocimiento de oportunidades | | |
| Reducción de la carga de trabajo | Análisis automatizado | | |
| | Generación de informes | | |
| | Tratamiento de datos | | |
| Optimización de campañas | Recomendaciones automatizadas | | |
| | Rendimiento | | |
| | Sugerencias de optimización | | |

5.4 Hiperpersonalización

Consejo: Las funciones de hiperpersonalización deben aprovechar la IA para ofrecer experiencias verdaderamente individualizadas, manteniendo al mismo tiempo la escalabilidad.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|--------------------------------|-------------------------------|-----|-------|
| Personalización en tiempo real | Recomendaciones de contenido | | |
| | Mensajería dinámica | | |
| | Adaptación en tiempo real | | |
| Compromiso de los usuarios | Optimización de la conversión | | |
| | Seguimiento del compromiso | | |
| | Medición del rendimiento | | |

| | | | |
|--------------|------------------------------|--|--|
| Segmentación | Segmentación basada en IA | | |
| | Orientación dinámica | | |
| | Optimización de la audiencia | | |

5.5 Seguimiento y análisis multiplataforma

Consejo: El seguimiento entre plataformas debe proporcionar una visión unificada de la participación del cliente, manteniendo al mismo tiempo una visibilidad detallada de los comportamientos específicos de cada plataforma.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|---|-----------------------------------|-----|-------|
| Seguimiento de la participación de los usuarios | Supervisión multicanal | | |
| | Seguimiento de dispositivos | | |
| | Mapa de interacciones | | |
| Análisis del recorrido del cliente | Visualización del viaje | | |
| | Análisis de trayectorias | | |
| | Mapa de puntos de contacto | | |
| Optimización del viaje con IA | Optimización del viaje | | |
| | Personalización de la experiencia | | |
| | Orquestación de canales | | |

5.6 IA generativa para la elaboración de informes

Consejo: las funciones de IA generativa deben producir informes precisos y legibles por humanos, manteniendo la coherencia con los datos de origen.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|------------------------|-----------------------|-----|-------|
| Generación de informes | Creación automatizada | | |

| | | | |
|-------------------------|----------------------------------|--|--|
| | Personalización de contenidos | | |
| | Opciones de formato | | |
| Comunicación Insight | Resultados en lenguaje natural | | |
| | Priorización de la información | | |
| | Contexto | | |
| Contenido de la campaña | Creación de contenidos dinámicos | | |
| | Optimización de contenidos | | |
| | Seguimiento del rendimiento | | |

5.7 Detección de anomalías y alertas

Consejo: La detección de anomalías debe proporcionar alertas oportunas y precisas al tiempo que minimiza los falsos positivos.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|--------------------------|--------------------------------|-----|-------|
| Supervisión de datos | Control continuo | | |
| | Análisis de patrones | | |
| | Gestión de umbrales | | |
| Capacidad de respuesta | Alertas rápidas | | |
| | Automatización de la respuesta | | |
| | Priorización de problemas | | |
| Mantenimiento predictivo | Predicción con IA | | |
| | Alertas preventivas | | |
| | Programación del mantenimiento | | |

5.8 Mayor capacidad de integración

Consejo: Las capacidades de integración deben permitir un flujo de datos fluido entre sistemas, manteniendo al mismo tiempo la integridad de los datos.

| Requisito | Subrequisito | S/N | Notas |
|-----------------------|---|----------------------------------|-------|
| Integración CRM | Sincronización de datos | | |
| | Automatización del flujo de trabajo | | |
| | Gestión de contactos | | |
| | Seguimiento de las interacciones con los clientes | Supervisión de las interacciones | |
| | Seguimiento del comportamiento | | |
| | Análisis del compromiso | | |
| Armonización de datos | Emparejamiento basado en IA | | |
| | Depuración de datos | | |
| | Normalización de formatos | | |

6. 6. Cualificación de los proveedores

6.1 Perfil de la empresa

- Historia y estabilidad de la empresa
- Experiencia en análisis de marketing
- Base de clientes y presencia en el mercado
- Información financiera

6.2 Conocimientos técnicos

- Capacidades de desarrollo
- Certificaciones de seguridad

- Asociaciones industriales
- Historial de innovación

6.3 Apoyo y servicios

- Metodología de aplicación
- Programas de formación
- Servicios de asistencia técnica
- Acuerdos de nivel de servicio

7.7. Criterios de evaluación

Las propuestas se evaluarán en función de

1. Capacidad técnica (30%)
2. Características funcionales (25%)
3. Capacidades de IA y análisis avanzado (15%)
4. Capacidad de integración (10%)
5. Cualificación de los proveedores (10%)
6. Coste y rentabilidad (10%)

8. Requisitos de presentación

Los vendedores deben presentar:

1. Descripción detallada de la solución
2. Especificaciones técnicas y funcionales
3. Plan y calendario de aplicación
4. Estructura de precios (incluidos todos los costes)
5. Formación y asistencia
6. Tres referencias de clientes
7. Ejemplos de informes y cuadros de mando

8. Documentación sobre seguridad y conformidad

9. Calendario y proceso

- Fecha de publicación de la RFP: [FECHA]
- Preguntas Plazo: [FECHA]
- Fecha límite de presentación de propuestas: [FECHA]
- Presentaciones de proveedores: [INTERVALO DE FECHAS]
- Decisión de selección: [FECHA]
- Inicio del proyecto: [FECHA]

Información de contacto

[NOMBRE] [CARGO] [CORREO ELECTRÓNICO] [TELÉFONO].

Todos los envíos y consultas deben dirigirse al contacto arriba indicado.