

Solicitud de Propuesta: Solución de Software de Automatización de Marketing

Índice

1. Introducción y antecedentes
2. Objetivos del proyecto
3. Alcance del trabajo
4. Requisitos técnicos
5. Requisitos funcionales
 - Funciones básicas
 - Funciones basadas en IA
6. Cualificaciones de los proveedores
7. Criterios de evaluación
8. Normas de presentación
9. Cronología

1. 1. Introducción y antecedentes

Antecedentes de la organización

Nuestra organización busca una solución integral de software de automatización de marketing para mejorar nuestras capacidades de marketing digital y agilizar nuestras operaciones de marketing. Esta RFP describe nuestros requisitos para un sistema robusto que nos permita ofrecer campañas de marketing personalizadas y multicanal al tiempo que mejoramos la eficiencia y medimos el ROI.

Aspectos organizativos clave:

- Sector industrial: [por ejemplo, comercio minorista/sanidad/tecnología].
- Tamaño de la empresa: [por ejemplo, 500 empleados, varias sedes].

- Ingresos anuales: [por ejemplo, entre 50 y 100 millones de dólares].
- Mercado objetivo: [por ejemplo, B2B, B2C o ambos].
- Ámbito geográfico: [por ejemplo, nacional/internacional].

Entorno actual

Pila tecnológica de marketing actual:

- Sistema CRM: [por ejemplo, Salesforce, Microsoft Dynamics].
- Plataforma de correo electrónico: [por ejemplo, Mailchimp, Constant Contact]
- Herramientas de análisis: [por ejemplo, Google Analytics, Adobe Analytics].
- Sistema de gestión de contenidos: [por ejemplo, WordPress, Drupal].
- Gestión de redes sociales: [por ejemplo, Hootsuite, Buffer].

Desafíos con la configuración actual:

1. Capacidades de automatización limitadas
2. Canales de comercialización desconectados
3. Procesos manuales de elaboración de informes
4. Falta de personalización
5. Escalabilidad limitada
6. Gestión ineficaz de los clientes potenciales

Alcance del proyecto

Este proyecto abarca:

- Número de usuarios: [por ejemplo, 50 miembros del equipo de marketing].
- Número de contactos: [por ejemplo, base de datos de 100.000 contactos].
- Regiones geográficas: [por ejemplo, Norteamérica, Europa].
- Integraciones clave necesarias: [Enumere los sistemas específicos]
- Plazo de aplicación: [por ejemplo, de 3 a 6 meses].

2. Objetivos del proyecto

Objetivos principales

1. Automatizar los procesos de marketing
 - Implemente flujos de trabajo de campaña automatizados
 - Agilice los procesos de captación de clientes potenciales
 - Automatice las tareas de marketing repetitivas
2. Mejorar el compromiso de los clientes
 - Ofrezca contenidos personalizados en todos los canales
 - Aplicar la activación por comportamiento
 - Cree recorridos dinámicos para los clientes
3. Mejorar la eficacia comercial
 - Centralizar las operaciones de marketing
 - Reducir la intervención manual
 - Racionalizar los procesos de elaboración de informes
4. Obtenga mejores resultados
 - Aumentar la generación de clientes potenciales
 - Mejorar los índices de conversión
 - Mejorar la medición del ROI

Criterios de éxito

1. Métricas cuantitativas
 - Reducción del 50% de las tareas manuales de marketing
 - Mejora del 30% en la cualificación de clientes potenciales
 - Aumento del 25% en los índices de participación por correo electrónico

- 20% de mejora en el ROI de la campaña

2. Resultados cualitativos

- Mejora de la productividad del equipo de marketing
- Mejora de la experiencia del cliente
- Mejor alineación de marketing y ventas
- Toma de decisiones basada en datos

3.3. Alcance del trabajo

Requisitos de aplicación

1. Despliegue de soluciones

- Instalación y configuración del software
- Migración de bases de datos
- Integración del sistema
- Configuración de usuarios y control de acceso

2. Servicios de integración

- Integración CRM
- Integración de sitios web/CMS
- Integración analítica
- Integración en plataformas de medios sociales

3. Formación y asistencia

- Formación de usuarios administradores
- Formación de usuarios finales
- Documentación técnica
- Servicios de apoyo permanente

4. Migración de datos

- Migración de la base de datos de contactos
- Transferencia de datos históricos de campañas
- Migración de contenidos
- Asignación de campos personalizados

4. 4. Requisitos técnicos

Arquitectura del sistema

1. Opciones de implantación

- Solución SaaS basada en la nube
- Tiempo de actividad mínimo garantizado del 99,9
- Sistemas de copia de seguridad automatizados
- Capacidad de recuperación en caso de catástrofe

2. Requisitos de seguridad

- Cumplimiento de SOC 2 Tipo II
- Cifrado de datos en reposo y en tránsito
- Autenticación multifactor
- Control de acceso basado en funciones
- Auditorías de seguridad periódicas
- Procedimientos de respuesta a incidentes

3. Requisitos de rendimiento

- Soporte para más de 100 usuarios simultáneos
- Tiempo de carga de la página inferior a 3 segundos
- Capacidad de envío de más de 1 millón de correos electrónicos al mes
- Tratamiento de datos en tiempo real
- Arquitectura escalable

4. Requisitos de integración

- Disponibilidad de la API REST
- Compatibilidad con la API SOAP en caso necesario
- Compatibilidad con webhooks
- Capacidad de inicio de sesión único (SSO)
- Métodos estándar de autenticación

5. Gestión de datos

- Copias de seguridad automatizadas
- Políticas de conservación de datos
- Capacidad de archivo de datos
- Funciones de importación y exportación
- Escalabilidad de la base de datos

6. Compatibilidad con navegadores

- Chrome (2 últimas versiones)
- Firefox (2 últimas versiones)
- Safari (2 últimas versiones)
- Edge (2 últimas versiones)
- Compatibilidad con navegadores móviles

7. Requisitos para móviles

- Aplicación nativa para iOS
- Aplicación nativa para Android
- Interfaz web con capacidad de respuesta
- Capacidades offline

8. Requisitos de conformidad

- Cumplimiento del GDPR
- Cumplimiento de la CCPA
- Cumplimiento de la normativa CAN-SPAM
- Certificación ISO 27001
- Normativa sectorial

5. 5. Requisitos funcionales

Funciones básicas

1. Gestión de campañas

Consejo: La gestión de campañas es la base de cualquier plataforma de automatización de marketing. Céntrese en evaluar las capacidades básicas y avanzadas que se ajusten a sus necesidades actuales y futuras de complejidad de las campañas.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Creación de campañas	Creación de campañas automatizadas multinivel		
	Herramientas de modelización gráfica		
	Función de arrastrar y soltar		
Flujo de la campaña	Pruebas divididas		
	Fusionar opciones de envío		
	Bifurcación basada en decisiones		
Soporte multicanal	Integración de canales de correo electrónico		
	Integración en las redes sociales		
	Integración SMS/móvil		

	Coordinación entre canales		
--	----------------------------	--	--

2. Segmentación

Consejo: Una segmentación eficaz es crucial para el éxito del marketing dirigido. Asegúrese de que la plataforma ofrece funciones de segmentación demográfica estándar y de segmentación por comportamiento avanzado con actualización en tiempo real.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Interfaz de segmentación	Herramientas gráficas de segmentación		
	Estructuración visual del grupo destinatario		
	Creador de segmentos de arrastrar y soltar		
Criterios de segmentación	Orientación geográfica		
	Objetivos demográficos		
	Análisis psicográfico		
	Seguimiento del comportamiento		
Gestión de normas	Operadores booleanos		
	Creación de reglas personalizadas		
	Capacidad de combinación de reglas		
Gestión de grupos	Ajustes manuales		
	Actualizaciones automáticas		
	Pertenencia dinámica a grupos		

[¿Quiere que continúe con el resto de las funciones básicas? Mantendré este nivel exacto de detalle y formato en todo momento].

3. Gestión de clientes potenciales

Consejo: *Las capacidades de gestión de clientes potenciales deben unir a la perfección marketing y ventas. Concéntrese en la flexibilidad de la puntuación, las reglas de automatización y la integración fluida con CRM para una gestión eficaz de los clientes potenciales.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Puntuación de clientes potenciales	Modelos de puntuación personalizados		
	Puntuación del comportamiento		
	Puntuación demográfica		
Enrutamiento de clientes potenciales	Reglas de encaminamiento automatizadas		
	Gestión territorial		
	Distribución round-robin		
Integración de ventas	Sincronización de datos CRM		
	Seguimiento de la actividad de ventas		
	Actualizaciones del estado de las pistas		
Gestión de datos	Actualizaciones en tiempo real		
	Enriquecimiento de datos		
	Gestión de duplicados		

4. Marketing por correo electrónico

Consejo: *El correo electrónico sigue siendo un canal fundamental. Evalúe tanto las funciones básicas del correo electrónico como las avanzadas, como el contenido dinámico y los flujos de trabajo automatizados, para garantizar el éxito del marketing por correo electrónico.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Creación de campañas	Creador de plantillas de correo electrónico		
	Inserción dinámica de contenidos		
	Pruebas A/B		
Campañas de fomento	Bifurcación basada en decisiones		
	Correos electrónicos basados en desencadenantes		
	Secuencias automatizadas		
Entregabilidad	Compatibilidad con SPF/DKIM		
	Gestión de rebotes		
	Informes de entregabilidad		
Personalización	Inserción de campos personalizados		
	Bloques de contenido dinámico		
	Orientación conductual		

5. Páginas de destino y formularios

Consejo: Las capacidades de las páginas de destino y los formularios influyen directamente en el éxito de la conversión. Busque constructores intuitivos, capacidad de respuesta móvil y lógica de formulario avanzada que pueda gestionar escenarios complejos de captación de clientes potenciales.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Creación de páginas de destino	Constructor de páginas visual		
	Biblioteca de plantillas		

	Soporte HTML/CSS personalizado		
Construcción de formularios	Editor de formularios de arrastrar y soltar		
	Reglas de validación de campos		
	Campos obligatorios		
Características de diseño	Diseño adaptable		
	Optimización móvil		
	Pruebas A/B		
Lógica de formas	Lógica condicional		
	Perfil progresivo		
	Población de campo dinámica		

6. Análisis e informes

Consejo: Los análisis exhaustivos impulsan la optimización y el seguimiento del ROI. Asegúrese de que la plataforma ofrezca tanto cuadros de mando de alto nivel como funciones de desglose detallado con informes personalizables.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Características del salpicadero	Cuadros de mando personalizables		
	Actualización de datos en tiempo real		
	Visualizaciones interactivas		
Métricas de rendimiento	Seguimiento del rendimiento de las campañas		
	Análisis de la eficacia de los canales		
	Cálculos del ROI		

Modelos de atribución	Atribución multicanal		
	Modelos de atribución personalizados		
	Análisis de los puntos de contacto		
Generación de informes	Programación automática de informes		
	Generador de informes personalizados		
	Capacidades de exportación		

[Continúa con la Parte 4 - Más funciones básicas...].

7. Capacidades de integración

Consejo: Las sólidas capacidades de integración garantizan una conexión perfecta con su pila tecnológica existente. Céntrate tanto en los conectores preintegrados como en la flexibilidad de la API para integraciones personalizadas.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Integración CRM	Sincronización bidireccional		
	Cartografía de campo		
	Actualizaciones en tiempo real		
Plataformas analíticas	Integración de Google Analytics		
	Herramientas de análisis personalizadas		
	Conexión al almacén de datos		
Integración del comercio electrónico	Conectores de plataforma		
	Seguimiento de pedidos		
	Sincronización del comportamiento del cliente		

Funciones API	Disponibilidad de la API REST		
	Documentación API		
	Compatibilidad con puntos finales personalizados		
Sincronización de datos	Sincronización automática		
	Tratamiento de errores		
	Resolución de conflictos		

8. Automatización del flujo de trabajo

Consejo: las funciones de automatización de flujos de trabajo deben equilibrar potencia y facilidad de uso. Busque constructores visuales que puedan manejar escenarios complejos sin dejar de ser manejables.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Flujo de trabajo visual	Constructor de arrastrar y soltar		
	Soporte de lógica de bifurcación		
	Secuenciación de acciones		
Configuración del activador	Activadores basados en eventos		
	Activadores temporales		
	Activadores basados en el comportamiento		
Nutrición de clientes potenciales	Viajes automatizados		
	Inserción dinámica de contenidos		
	Perfil progresivo		
Gestión del flujo de trabajo	Control de versiones		

	Capacidad de ensayo		
	Control del rendimiento		

9. Cumplimiento del GDPR

Consejo: *El cumplimiento del GDPR debe ser exhaustivo y adaptable. Asegúrese de que el sistema gestiona el consentimiento, los derechos de los datos y los requisitos de privacidad en todas las actividades de marketing.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Seguridad de los datos	Almacenamiento seguro de datos		
	Métodos de cifrado		
	Controles de acceso		
Gestión de permisos	Seguimiento del consentimiento		
	Permisos específicos de canal		
	Centros de preferencia		
Tratamiento de datos	Tratamiento de solicitudes de datos		
	Derecho al olvido		
	Exportación de datos		
Gestión de suscripciones	Procesos de adhesión		
	Gestión de bajas		
	Actualización de preferencias		

10. Soporte multicitente

Consejo: *las funciones multicitente deben proporcionar una separación clara entre los clientes y, al mismo tiempo, permitir una gestión eficaz de todas las cuentas. Tenga en cuenta las necesidades de escalabilidad.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Estructura de la cuenta	Gestión de cuentas principales		
	Creación de subclientes		
	Acceso basado en funciones		
Análisis entre clientes	Informes agregados		
	Comparación de resultados		
	Utilización de los recursos		
Gestión de clientes	Compartir plantillas		
	Gestión de activos		
	Aplicación de las mejores prácticas		
Informes	Informes de clientes individuales		
	Análisis entre clientes		
	Informes personalizados		

11. Capacidades móviles

Consejo: Las capacidades móviles deben ir más allá del diseño adaptable e incluir funciones completas de marketing móvil y canales de participación.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Diseño adaptable	Plantillas mobile-first		
	Diseños adaptables		
	Vista previa del dispositivo		
Marketing por SMS	Creación de campañas SMS		
	Compatibilidad con códigos cortos		

	Programación de mensajes		
Notificaciones Push	Notificaciones push de aplicaciones		
	Notificaciones web push		
	Soporte multimedia		
Analítica móvil	Seguimiento de la participación móvil		
	Métricas de rendimiento de la aplicación		
	Análisis entre dispositivos		

Funciones basadas en IA

5.1 Generación de contenidos con IA

Consejo: La IA de generación de contenidos debe mantener la coherencia de la voz de la marca al tiempo que reduce el tiempo de creación manual. Evalúe la calidad, la coherencia y la capacidad de personalización.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Contenido del correo electrónico	Generación automática de mensajes de correo electrónico		
	Optimización de la línea de asunto		
	Sugerencias para llamar a la acción		
Redes sociales	Generación de puestos		
	Formato específico de la plataforma		
	Recomendaciones de hashtags		
Contenido de los anuncios	Creación de textos publicitarios		
	Variantes de pruebas A/B		

	Adaptaciones específicas para cada plataforma		
Contenido del producto	Generación de la descripción del producto		
	Destacado		
	Personalización del tono		

5.2 Análisis predictivo avanzado

Consejo: Los análisis predictivos deben proporcionar información práctica para la toma de decisiones estratégicas. Concéntrese en la precisión, la capacidad de aprendizaje y las aplicaciones prácticas.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Predicción del comportamiento	Modelización del comportamiento de los clientes		
	Puntuación de la probabilidad de compra		
	Predicción de bajas		
Previsión de ventas	Previsiones de ingresos		
	Puntuación de oportunidades		
	Análisis de oleoductos		
Puntuación de clientes potenciales	Puntuación de clientes potenciales basada en ML		
	Puntuación basada en el comportamiento		
	Ajuste dinámico de la puntuación		
Análisis del mercado	Identificación de tendencias		
	Análisis de la competencia		

	Detección de oportunidades de mercado		
--	---------------------------------------	--	--

5.3 Segmentación y orientación inteligentes

Consejo: *La segmentación impulsada por la IA debe mejorar los métodos tradicionales con agrupaciones dinámicas basadas en el comportamiento y la adaptación en tiempo real.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Segmentación dinámica	Análisis del comportamiento en tiempo real		
	Creación automatizada de segmentos		
	Seguimiento de la evolución de los segmentos		
Creación de audiencias	Modelos similares		
	Creación de audiencias personalizadas		
	Audiencias multicanal		
Mapa del viaje	Mapas de viaje automatizados		
	Optimización de los puntos de contacto		
	Análisis del viaje		
Orientación predictiva	Predicción del comportamiento futuro		
	Sugerencias para la siguiente mejor acción		
	Identificación de oportunidades		

5.4 Mejoras del procesamiento del lenguaje natural (PLN)

Consejo: *las capacidades de PLN deben analizar eficazmente las comunicaciones con los clientes en todos los canales. Tenga en cuenta la compatibilidad multilingüe y las capacidades de extracción de información.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Análisis del sentimiento	Análisis de la opinión de los clientes		
	Seguimiento de las redes sociales		
	Análisis de la revisión		
Detección de intenciones	Análisis de las consultas de los clientes		
	Evaluación de la intención de compra		
	Clasificación de las consultas		
Soporte multilingüe	Detección de idiomas		
	Capacidades de traducción		
	Análisis multilingüe		
Análisis de contenidos	Resumen de textos		
	Extracción de palabras clave		
	Modelización de temas		

5.5 IA visual y visión por ordenador

Consejo: La IA visual debe mejorar el análisis de contenidos y garantizar la coherencia de la marca. Evalúe la precisión en el reconocimiento de imágenes y la generación de información.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Análisis de contenidos	Análisis de imágenes/vídeos		
	Clasificación del contenido		
	Reconocimiento de objetos		
Apoyo al diseño	Recomendaciones de diseño		

	Comprobación de la coherencia de la marca		
	Optimización del diseño		
Tramitación UGC	Moderación de contenidos		
	Análisis visual de tendencias		
	Predicción de compromiso		
Redes sociales	Seguimiento visual de tendencias		
	Predicción de resultados		
	Recomendaciones de contenido		

5.6 IA conversacional y chatbots

Consejo: La IA conversacional debe proporcionar interacciones naturales a la vez que se integra con los flujos de trabajo de automatización de marketing. Concéntrese en la calidad de la conversación y las capacidades de transferencia.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Tramitación de consultas	Tratamiento de consultas complejas		
	Mantenimiento del contexto		
	Personalización de la respuesta		
Integración de marketing	Integración de campañas		
	Cualificación de clientes potenciales		
	Recogida de datos		
Detección de emociones	Reconocimiento de sentimientos		
	Adaptación tonal		
	Activadores de escalada		

Gestión de bots	Capacidades de formación		
	Control del rendimiento		
	Mejora continua		

5.7 Personalización basada en IA

Consejo: La personalización debe crear experiencias verdaderamente individualizadas en todos los canales. Evalúe las capacidades en tiempo real y la escalabilidad.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Recomendaciones sobre contenidos	Selección dinámica de contenidos		
	Coordinación entre canales		
	Adaptación en tiempo real		
Personalización del sitio web	Contenido dinámico de la página		
	Adaptación basada en el comportamiento		
	Automatización de pruebas A/B		
Personalización del correo electrónico	Personalización de contenidos		
	Optimización del tiempo de envío		
	Ofertas dinámicas		
Recomendaciones de productos	Análisis del historial de compras		
	Sugerencias de venta cruzada		
	Recomendaciones de paquetes		

5.8 Optimización y pruebas A/B automatizadas

Consejo: Las pruebas basadas en IA deben automatizar todo el ciclo de pruebas y, al mismo tiempo, proporcionar información clara. Busque capacidades automatizadas de diseño y análisis de pruebas.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Pruebas multivariantes	Automatización del diseño de pruebas		
	Pruebas de combinación de variables		
	Análisis de significación estadística		
Optimización en tiempo real	Control del rendimiento		
	Ajustes dinámicos		
	Selección de ganadores		
Generación de contenidos	Creación de variantes		
	Predicción de resultados		
	Aplicación de aprendizaje		

5.9 Modelos de atribución entre canales

Consejo: La atribución mediante IA debe proporcionar información clara sobre la eficacia del marketing en todos los canales. Céntrese en la precisión del modelo y en la información práctica.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Modelos de atribución	Creación de modelos personalizados		
	Atribución multitáctil		
	Cálculo del ROI		
Cálculo del valor	Valor de vida del cliente		
	Análisis de la ruta de conversión		

	Atribución de ingresos		
Asignación presupuestaria	Optimización de canales		
	Recomendaciones de gasto		
	Previsión de resultados		

5.10 Procesamiento y gestión de datos mejorados por IA

Consejo: *El procesamiento de datos de IA debe automatizar las tareas complejas de gestión de datos al tiempo que garantiza la calidad. Tenga en cuenta las capacidades de limpieza, integración y cumplimiento.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Depuración de datos	Limpieza automática		
	Normalización		
	Deduplicación		
Integración de datos	Conexión de la fuente		
	Normalización de formatos		
	Tratamiento de errores		
Gestión del cumplimiento	Automatización del control de privacidad		
	Control del cumplimiento		
	Detección de infracciones		
Detección de anomalías	Reconocimiento de patrones		
	Generación de alertas		
	Sugerencias de resolución		

6. 6. Cualificación de los proveedores

- Historia de la empresa y experiencia en automatización de marketing

- Base de clientes actual y referencias
- Capacidades de asistencia técnica y acuerdos de nivel de servicio
- Hoja de ruta de productos y planes de desarrollo futuro
- Asociaciones e integraciones con otros proveedores

7.7. Criterios de evaluación

1. Amplitud de la solución
2. Facilidad de despliegue y gestión
3. Escalabilidad y rendimiento
4. Capacidad de integración
5. Reputación y apoyo del proveedor
6. Coste total de propiedad
7. Innovación y adaptabilidad

8.8. Normas de presentación

Los vendedores deben presentar:

1. Descripción detallada de la solución
2. Respuestas a requisitos técnicos y funcionales
3. Plan y calendario de aplicación
4. Estructura completa de precios
5. Ejemplos de informes y cuadros de mando
6. Referencias de clientes

9. Cronología

- Fecha de publicación de la RFP: [Fecha]
- Preguntas Plazo: [Fecha]
- Fecha límite para la presentación de propuestas: [Fecha]

- Presentaciones de proveedores: [intervalo de fechas]
- Selección final: [Fecha]
- Inicio del proyecto: [Fecha]

Envíe sus propuestas a [Información de contacto]