

REQUERIMENTS TÈCNICS

ACORD MARC PER A LA HOMOLOGACIÓ DE PROVEÏDORS PER A LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS ESPECÍFICS DE MÀRQUETING I PUBLICITAT PER A BARCELONA DE SERVEIS MUNICIPALS, S.A., PARC D'ATRACCIONS DEL TIBIDABO, S.A. I CBSA, S.A.

LOT 1: CONEIXEMENT AL CLIENT

Sinopsi En el present document figuren els requisits tècnics per a dur a terme:

Estudis que apliquen la tècnica del **Focus Group** a diferents activitats de B:SM/PATSA/CB

Estudis que apliquen **tècniques ad-hoc** per tal d'aportar coneixement de clients de diferents activitats de B:SM/PATSA/CB

Versió 1

Realitzat: 26/04/2023

LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT

1.	TIPOLOGIES D'ESTUDIS	3
2.	INTRODUCCIÓ focus group.....	3
3.	CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES focus group	3
3.1.	Finalitat de l'estudi focus group	3
3.2.	Metodologia focus group	3
3.3.	Tasques a càrrec de l'empresa adjudicatària (focus group)	3
3.4.	Tasques a càrrec de B:SM/PATSA (focus group)	3
3.5.	Objectiu esperat focus group	4
3.6.	Calendari focus group	4
3.7.	RESULTAT focus group	4
4.	INTRODUCCIÓ ESTUDIS ah-doc DEL LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT	5
5.	CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES ESTUDIS ad-hoc DEL LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT .	5
5.1.	Finalitat de l'estudi: ESTUDIS AD-HOC DEL LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT	5
5.2.	Metodologia.....	5
5.3.	Tasques a càrrec de l'empresa adjudicatària.....	6
5.4.	Tasques a càrrec de B:SM/PATSA	6
5.5.	Objectiu esperat.....	6
5.6.	Calendari.....	6
6.	RESULTAT.....	6

LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT

1. TIPOLOGIES D'ESTUDIS

Els presents requeriments tècnics inclouen les següents tipologies d'estudis:

1. **Focus Group:** Estudis que apliquen la tècnica del Focus Group a diferents activitats de B:SM/PATSA/CB.
2. **Ad-Hoc:** Estudis que apliquen tècniques ad-hoc per tal d'aportar coneixement de clients de diferents activitats de B:SM/PATSA/CB

2. INTRODUCCIÓ FOCUS GROUP

En el present document es recullen els requeriments tècnics a tenir en compte per tal d'executar la tasca consistent en fer estudis basats en la metodologia Focus Group (FG) a BSM/PATSA/CB;SA.

3. CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES FOCUS GROUP

3.1. Finalitat de l'estudi focus group

L'estudi que es planteja té la següent finalitat:

Fomentar un diàleg constructiu (FG) que ajudi a BSM/PATSA/CB;SA a orientar la seva gestió cap a una millora continua des de la perspectiva de l'experiència client/clienta.

3.2. Metodologia focus group

Les sessions de FG podran ser tant de caràcter online com de caràcter presencial. Para cada sessió de FG BSM i l'adjudicatari acordaran la metodologia concreta, i cas de ser aquesta presencial, BSM assumirà les despeses pròpies de la presencialitat.

3.3. Tasques a càrrec de l'empresa adjudicatària (focus group)

Per tal de desenvolupar les tasques prèviament descrites l'empresa destinatària dels presents requeriments haurà de:

1. Escriure el guió conductor de cada sessió de FG.
2. Convocar als participants (clients) de les sessions. Les comunicacions fetes amb els clients/clientes hauran de rebre el vist i plau previ de B:SM/PATSA.
3. Dirigir / dinamitzar la sessió amb una persona especialitzada en la execució de sessions de FG.
4. Gravar en audio i DVD la sessió.
5. Remunerar la participació als clients/clientes
6. Lliurar a B:SM un informe per cada una de les tres sessions, més un informe comú a totes elles

3.4. Tasques a càrrec de B:SM/PATSA (focus group)

Per tal de desenvolupar les tasques prèviament descrites, BSM/PATSA:

LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT

1. Ajudarà diligentment a l'empresa destinatària dels presents requeriments per tal es validin tant el guió conductor com les comunicacions als participants clients.
2. Facilitarà a l'empresa els contactes dels participants clients socis/sòcies, i els contactes dels clients no socis/sòcies. Aquesta informació només es podrà fer servir a efectes de convocar a les persones que hi participin.
3. Convocarà als participants treballadors/treballadores.

3.5. Objectiu esperat focus group

B:SM/PATSA espera obtenir un informe on, partint de les opinions, consideracions, idees, crítiques, etc., que aflorin a les sessions s'extreguin conclusions que permetin contribuir a la millora e l'experiència de la visita al BSM/PATSA/CB;SA

3.6. Calendari focus group

Les dates concretes en les que s'efectuaran cada una de les sessions de FG es tancaran de mutu acord entre BSM/PATSA i l'empresa destinatària dels presents requeriments.

3.7. RESULTAT focus group

El resultat a obtenir per BSM estarà format per un informe que reculli tot l'assenyalat en el present document.

LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT

4. INTRODUCCIÓ ESTUDIS AH-DOC DEL LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT

En el present document es recullen els requeriments tècnics a tenir en compte per tal d'executar la tasca consistent en fer estudis d'EXPERIÈNCIA DE CLIENT; DE MAPES DE CX; ETNOGRÀFICS; D'USABILITAT D'EINES ONLINE, DE NEOROMÀRQUETING i altres estudis AD-HOC a BSM/PATSA/CB;SA.

5. CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES ESTUDIS AD-HOC DEL LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT

5.1. Finalitat de l'estudi: ESTUDIS AD-HOC DEL LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT

Quan la necessitat de coneixement de client/clienta de B:SM/PATSA/CB sigui tal que aquesta (la necessitat de coneixement) no es pugui satisfer ni fent enquestes, o fent ús de la tècnica del Client Invisible i fent ús de la tècnica del Focus Group, caldrà fer un estudi basat en altres tècniques (disseny ad-hoc per tal de poder obtenir el coneixement desitjat).

5.2. Metodologia

Donada la seva pròpia naturalesa no és possible fer una definició prèvia de com han de ser aquests estudis.

Quan B:SM/PATSA/CB detecti la necessitat de dur a terme algun d'aquests tipus d'estudi (AD-HOC), en farà una primera descripció del mateix, i traslladarà la mateixa a l'empresa adjudicatària dels presents requeriments tècnics. Posteriorment, i de manera conjunta, BSM/PATA/CB i l'empresa adjudicatària dels presents requeriments acabaran de fitxar i acordar, entre altres, els següents aspectes mínims de l'estudi:

- La finalitat concreta de l'estudi
- La metodologia o metodologies d'estudis a aplicar
- L'aportació que B:SM/PATSA/CB ha de fer per dur a terme l'estudi. Aquesta aportació pot ser en forma d'informació prèvia, de comunicacions al seu entorn, de cessió d'instal·lacions, etc.
- L'aportació que l'empresa destinatària dels presents requeriments ha de fer per a dur a terme l'estudi. Aquesta aportació pot ser en forma de materials, instal·lacions, bases de dades, retribucions a tercers, etc.
- El termini en el que s'ha de realitzar l'estudi. Si en l'estudi es poden definir fases, el termini de l'estudi serà l'agregació dels terminis de les seves fases.

LOT 1: CONEIXEMENT DE CLIENT

- La composició de l'informe a lliurar, per part de l'empresa adjudicatària dels presents requeriments, com a conclusió de l'estudi.
- Els materials addicionals a lliurar (bases de dades, gravacions, etc), que s'ajustaran a les característiques del propi estudi.
- L'import de l'estudi a abonar per B:SM/PATSA/CB.

(Aquest import s'obtindrà de multiplicar el número d'hores per cada un dels 4 perfils tècnics definits a l'Acord Marc d'Homologació (pactades per a cada estudi entre BSM:SA/PATSA/CB) per el preu unitari obtingut d'aplicar el descompte ofert per l'empresa adjudicatària dels presents requeriments.)

5.3. Tasques a càrrec de l'empresa adjudicatària

Les acordades per a cada estudi.

5.4. Tasques a càrrec de B:SM/PATSA

Les acordades per a cada estudi.

5.5. Objectiu esperat

L'acordat per a cada estudi.

5.6. Calendari

L'acordat per a cada estudi.

6. RESULTAT

L'acordat per a cada estudi.

Sr. Alvaro López Cabañas

Cap Area Coneixement del Client

Barcelona de Serveis Municipals, SA