

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIX LA CONTRACTACIÓ DEL SUBMINISTRAMENT D'UN SOFTWARE *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) I D'ANÀLISI D'AUDIÈNCIES, I EL SERVEI D'ACTUALITZACIÓ, MANTENIMENT I SUPORT D'AQUEST SOFTWARE PER AL CENTRE DE CULTURA CONTEMPORÀNIA DE BARCELONA (CCCB)

1. Antecedents i objecte del contracte

1.1 Antecedents

El Centre de Cultura Contemporània de Barcelona necessita contractar el subministrament d'un software CRM que cobreixi les necessitats de màrqueting en base a dades. El CCCB no disposa de cap software de màrqueting o d'anàlisi d'audiències amb perspectiva de la gestió de relacions amb el client (CRM).

En l'actualitat, el CCCB disposa d'una **eina de tiqueting** que cobreix la venda online, la venda presencial i la gestió dels Amics del CCCB (carnet de fidelitat del CCCB). Aquesta eina està basada en el programa solució Euromus, que no és objecte de substitució, canvi o modificació en aquesta contractació. Ara bé, Euromus conté informació relativa a activitats desenvolupades al CCCB que es poden extrapolar al concepte de productes d'un CRM tradicional.

Euromus també disposa de dades quantitatives i qualitatives obtingudes a través d'enquestes presencials i anònimes sobre els públics i les activitats a les quals hi assisteixen.

Per altra banda, el CCCB compta amb una **eina de gestió de contactes** que manté centralitzada una base de dades que esdevindrà el punt de partida del CRM i contactes. La gestió de contactes divideix la informació en repositoris independents anomenats "organitzacions". Hi ha duplicats que s'hauran d'unificar.

La missió fonamental del gestor de contactes actual és generar llistes de distribució segons interessos definits per les persones usuàries o pels mateixos gestors de les "organitzacions" de cara a enviar butlletins informatius (*newsletters*) o d'altres comunicacions i gestionar les subscripcions de les persones usuàries a les mateixes. El software CRM objecte de la present licitació substituirà aquestes funcions, tant per a la gestió de les llistes de distribució de *newsletters*, subscripcions i d'altres elements, com per a la gestió dels contactes i la seva informació.

1.2 Objecte del contracte

L'objecte del contracte és el subministrament d'un software CRM accessible via web, que permeti 1) la integració automàtica del sistema de tiqueting d'Euromus i 2) la posterior importació de les dades actuals del sistema de contactes del CCCB al nou software.

La contractació es realitzarà en format d'adquisició de llicència per 4 anys i ha d'incloure obligatòriament un manteniment anual, que doni suport correctiu als

problemes que puguin sorgir mitjançant "parches", i un manteniment evolutiu que inclogui la recepció de les noves funcionalitats que es vagin desenvolupant i la seva integració a les eines ja instal·lades.

1.3 Objectius i finalitats del software CRM

Els objectius i finalitats que ha de contemplar el nou software de CRM i audiències del CCCB són:

- Obtenir visualitzacions i *dashboards* de la situació del CCCB en vers el públic assistent a les activitats, la consulta de contingut digital o d'informació detallada d'un contacte o d'una activitat, identificant els elements que caracteritzen i defineixen la naturalesa de la seva relació, per exemple, l'assistència al mateix.

- Identificar, emmagatzemar i exposar les diferents interaccions que realitzen les persones usuàries amb el CCCB. S'entén per "interacció", la visita física o la compra d'entrades a activitats de la programació del CCCB, l'obertura d'una *newsletter*, l'accés a la web o a un contingut de qualsevol perfil o xarxa del CCCB, entre d'altres que es puguin definir.

- Identificar, emmagatzemar i exposar la informació de resultat de les activitats, permetent elaborar informes detallats de persones visitants i obtenir dades estadístiques dels mateixos.

- Segmentar persones usuàries per generar correus electrònics (emails) amb la finalitat de realitzar accions de màrqueting segmentades.

- Poder elaborar butlletins informatius (*newsletters*) i procedir al seu enviament en base a les segmentacions de persones usuàries, podent planificar els enviaments de forma anticipada realitzant els càlculs de les persones usuàries destinatàries en el moment de l'enviament per tal de tenir els segments el màxim de sincronitzats possible.

- Automatitzar tasques sobre els contactes, activitats i segments establerts per millorar i simplificar les tasques manuals més habituals.

- Analitzar la informació per a preveure i millorar les activitats a realitzar. Poder fer previsions d'interès de diferents activitats, en base a l'històric d'activitats similars realitzades amb anterioritat.

- Complir amb la legislació vigent en matèria de protecció de dades personals, específicament amb un total compliment de la LOPDGDD i del RGPD, al poder realitzar un control exhaustiu de les dades de terceres persones gestionades pel CCCB i els seus empleats.

- Esdevenir la base de dades unificada que aglutini el conjunt de la informació del CCCB quant a les activitats i els públics participants. Aquesta base de dades ha d'oferir punts d'integració de les dades via *Applications Programming Interfaces* (APIs) i sistemes per fer el bolcat de la informació de forma automàtica sense la particularització de l'aplicació.

2. Especificacions del software CRM

Les característiques funcionals i tècniques que ha de tenir el software CRM objecte de la present licitació són:

2.1. Gestió de les dades de tiqueting

A partir de les dades de tiqueting s'ha d'obtenir una representació de les mètriques clau de seguiment de vendes i d'assistència a les activitats.

Les característiques essencials que ha de cobrir el software CRM son les següents:

- Integració automàtica amb l'eina de vendes Euromus.
- Visualització de mètriques clau de seguiment de vendes, segons el tipus d'entrada, l'activitat i els imports generats.

Pel què fa a la integració automàtica amb l'eina de vendes Euromus, s'ha de poder realitzar una integració total recuperant les vendes i l'assistència a les activitats, les dades de fidelitat i les dades qualitatives d'enquestes. El software CRM haurà de realitzar una còpia de les dades sincronitzant-les com a mínim un cop cada 4h, per al seu posterior anàlisi, sense que el programari hagi de realitzar consultes a Euromus quan des del CCCB es vulgui tenir un anàlisi detallat (còpia de dades).

Pel què fa a la visualització de mètriques clau de seguiment de vendes, segons el tipus d'entrada, l'activitat i els imports generats, aquesta ha de ser interactiva i adaptable segons les necessitats de cada moment. En aquest sentit s'han de poder configurar visualitzacions diferents segons les activitats o moments temporals amb necessitats diferents. S'han de visualitzar les següents mètriques:

- i. Evolució d'entrades i recaptació per dia i setmana.
- ii. Ritme de vendes de les activitats amb venda anticipada, amb càlcul d'ocupació total.
- iii. Filtres per sala, canal o activitat.
- iv. Anàlisi de les vendes (número d'entrades i recaptació) i segmentació en funció d'elements com, entre d'altres, el tipus d'activitat, el perfil dels usuaris i les dates.
- v. Informes de recaptació i entrades del període i segons activitat.
- vi. Anàlisi de les vendes dels darrers set dies. Possibilitat d'enviar aquest informe de forma automàtica per correu electrònic.
- vii. Recaptació i entrades per cicles o tipologies d'activitat.
- viii. Fitxa d'activitat detallada.
- ix. Filtres per canal de venda, opció amb o sense reserves i ingressos amb o sense IVA.
- x. Anàlisi segons mecànica de compra: com es compra, quan es compra, des d'on es compra, què es compra, quant es compra.
- xi. Anàlisi segons fidelització (carnet d'Amics del CCCB), per variables de demografia o de geolocalització, patrons de compra, o segmentacions qualitatives que es pugin introduir.

Expedient núm. CNM_2023_030 // CCCB/2023/0033954

- xii. Anàlisi de vendes agrupades (com, per exemple, visites per grups).
- xiii. Anàlisi i relació dels continguts digitals en base al funcionament i visites de la web, xarxes socials o d'altres elements de publicitat digital.
- xiv. Integració automatitzada amb les APIs de les plataformes de tiqueting y de màrqueting digital (Google Analytics, Google Ads, Facebook, entre d'altres)
- xv. Capacitats per enriquir les dades de forma manual, permetent afegir dades de forma manual o afegir dades de forma massiva mitjançant Excel, CSV o algun element similar.
- xvi. APIs per accedir a les dades i elaborar informes a mida amb eines externes com podria ser el software PowerBI.
- xvii. Accés *responsive* per a poder consultar la informació des de dispositius mòbils.
- xviii. Exportar les dades en format Excel.
- xix. Enviar informes per correu electrònic.

2.2 Gestió de les audiències, contactes i automatització d'accions de contacte

El software CRM ha de permetre obtenir un sistema per centralitzar els contactes i la tipologia de públics que s'obtindran, de forma automàtica, a partir de la informació principal d'Euromus amb una aportació inicial de contactes mitjançant la implementació d'una importació massiva i la posterior inclusió de formularis d'informació a la web del CCCB (fora de l'abast del l'objecte del contracte) amb una integració via APIs de les dades.

Les característiques mínimes que s'han de cobrir són:

2.2.1 Funcionalitat de CRM i gestió de contactes

- Centralitzar tota la informació de la persona usuària que estigui disponible a tots els punts de contacte amb ella i al llarg del seu històric de relació amb el CCCB.
- Disposar de totes les dades de registre i identificació única de la persona usuària.
- Poder consultar la informació de l'històric de compres de la persona usuària, la seva interacció amb els continguts digitals, les obertures i clics als e-mails, les visites a la web sense fer ús d'eines de tercers, així com consultar informació de perfils socials, activitat d'atenció al client, registrar incidències, trucades, e-mails o comentaris.
- Capacitat per sincronitzar i importar contactes a través de sistemes tècnics massius (fitxers Excels o APIs de programació a disposició).

2.2.2 Segmentació de contactes

Segmentar els públics en base a les dades de registre, consum i interacció amb els continguts digitals de la persona usuària de forma centralitzada. Entre d'altres:

- Dades de client.
- Edats, gènere, categoria de client...
- Compres o desistiments de compres, tarifes, descomptes, despesa, compra d'activitats similars, atributs de la programació.
- Tipologia de persones usuàries: ocasionals, actius, fidels, antics usuaris, etc.

Expedient núm. CNM_2023_030 // CCCB/2023/0033954

- Patrons de compra d'entrada, formes de compra, moments de compra, segment de Nadal.
- Etiquetes i segmentacions qualitatives.
- Interacció amb els continguts d'obertura o clic d'e-mail, visita d'una URL, etc.
- Avaluació d'enquestes automàtiques en funció de satisfacció o insatisfacció.
- Poder elaborar llistes o segments de forma dinàmica i automàtica.

2.2.3 Automatització de tasques

- Automatització de forma simple de comunicacions segons el moment i el contingut preestablert, ja siguin dates absolutes (per exemple, el dia de l'aniversari), relatives (per exemple, dos dies després de la visita a una exposició) a accions o moments d'accions realitzades (per exemple, a la compra d'una entrada).
- Capacitat per a definir fluxes omnicanal de forma senzilla, amb formularis i sense la interacció de cap tècnic informàtic, sinó amb activadors i accions customitzables.
- Poder enviar enquestes de forma automàtica per conèixer la satisfacció, i posteriorment, utilitzar les avaluacions per a segmentar el contactes.
- Poder realitzar campanyes de remarketing a partir d'informació prèvia.
- Possibilitat d'etiquetar les persones usuàries a les automatitzacions en base a la seva interacció, utilitzant aquesta interacció o qualificació a noves campanyes i automatitzacions de forma retroalimentada.
- Gestionar i centralitzar tota la informació de la persona usuària al CRM amb totes les seves visites i interaccions amb els continguts digitals o amb l'atenció a la persona visitant física.

2.2.4 Gestor de continguts i newsletters

- Disposar d'un gestor de continguts per a la construcció de tot tipus de continguts digitals, personalitzables per la persona usuària, de forma autònoma i dins del software CRM, amb utilitats tipus *drag and drop* ("arrossegat i deixar anar") o important dissenys propis en format HTML. S'han d'incloure continguts de tipus:
 - emails responsius
 - landing pages
 - mòduls dinàmics, diferents per a cada persona usuària, integrables a emails o *landing pages*
 - formularis
 - pop ups
 - actius descarregables
- Personalitzar la comunicació amb continguts dinàmics i diferents per a cada persona usuària a partir de camps disponibles o calculats en base a navegació o via APIs.

2.2.5 Gestió d'enquestes

- Crear enquestes estandarditzades per als visitants on es pugui personalitzar el seu *look and feel* ("imatge gràfica i disseny") de forma senzilla i integrada dins del software CRM.
- Realitzar l'enviament de les mateixes enquestes de forma automatitzada en base a activitats (per exemple, després de la visita).

Expedient núm. CNM_2023_030 // CCCB/2023/0033954

- Realitzar de forma senzilla un recull de dades i l'avaluació de resultats creuats amb totes les dimensions de vendes, activitats o dades de clients. També cal poder realitzar enquestes tipus NPS (*Net Promote Score*) de les activitats i generar alertes sobre els seus resultats.

2.2.6 Omnicanalitat

Capacitat per a connectar amb l'audiència allà on es trobi i interactuar a tots els punts de contacte, per exemple via e-mail, enviaments individuals, enviaments massius, web, personalització via *landing pages*, formularis, xarxes socials, monitorització de mencions, taquilla o altres punts d'atenció al visitant per al registre incidències i comentaris associats a la persona usuària o a l'activitat.

2.2.7 Gestió transversal de les dades

Monitoritzar els resultats de les campanyes passades per utilitzar-les a les noves, analitzant en detall els resultats i el desenvolupament de l'audiència i els segments preestablerts de la mateixa.

2.3 Execució de la plataforma

El software CRM a subministrar pot tenir solucions explotables al núvol (*cloud*) i/o sistemes instal·lats a la seu del CCCB (*on-premise*).

Si es tracta d'un software *cloud*, el cost de l'explotació *cloud* estarà inclòs dins del preu d'adjudicació del contracte sense poder repercutir cap despesa addicional per aquest fet.

En cas de ser un software *on premise* s'hauran de subministrar totes les llicències necessàries per al seu funcionament sense cap cost addicional, incloses les despeses derivades de l'enviament de correus, llicències de Windows, llicències de bases de dades, backups, etc.

El software *on-premise* haurà de poder-se executar dins d'un entorn vmware, amb una estimació de 4vCPUs, 16Gb de RAM i 50Gb de disc per al software sense les dades, oferint temps de resposta a les peticions de les persones usuàries inferiors a 2s fins a 10 persones usuàries concurrents. Qualsevol base de dades que es necessiti instal·lar s'haurà d'encabir en aquests criteris de dimensions de màquina virtual.

2.4 Seguretat de les dades

Degut a la sensibilitat de les dades analitzades i tractades, és requisit imprescindible que el sistema estigui construït conforme als criteris de seguretat definits a l'esquema nacional de seguretat (ENS RD 3/2010) de nivell baix.

2.5 Volum de les dades

Les estimacions de volumetries de tasques que afecten a aquesta contractació són:

- fins a 450k entrades obtingudes d'Euromus per any;

Expedient núm. CNM_2023_030 // CCCB/2023/0033954

- fins a 80k clients o contactes acumulats per any;
- 1,5M enviaments via correu electrònic per any.

És possible que aquest volum canviï a l'alça. En aquest supòsit es procediria de conformitat amb la clàusula 2.3 del Plec de clàusules administratives particulars (PCAP).

3. Model de relació, calendari i serveis relatius a la implantació, actualització, manteniment i suport del software CRM**3.1 Direcció dels treballs i organització dels serveis**

Amb l'objectiu de garantir la correcta execució dels treballs en la fase d'implantació (4 setmanes), s'estableix la següent estructura organitzativa:

- Comitè de direcció dels serveis: formada pel Cap de sistemes del CCCB, la Cap de públics, i/o qui es designi de l'equip del CCCB amb el cap dels serveis i el director/a dels serveis de l'empresa contractista i/o el personal que aquest designi. El comitè ha de garantir la correcta prestació dels serveis i l'assoliment de les fites planificades. Es considera necessari desenvolupar un mínim d'una reunió setmanal.

El CCCB convocarà setmanalment l'empresa contractista i li traslladarà un ordre del dia previ que inclogui la informació relativa a les tasques desenvolupades i les tasques pendents, fites temporals i els riscos que poden afectar a les fites de la prestació dels serveis. Un cop realitzada la reunió setmanal, l'empresa contractista aixecarà acta dels acords, decisions i temes comentats que remetrà a l'equip del CCCB.

Tots els desplaçaments que hagi de realitzar el personal tècnic de l'empresa contractista per a dur a terme les diferents actuacions a realitzar en el marc de la prestació dels serveis, aniran a càrrec seu. Algunes reunions es podran realitzar de manera telemàtica.

Finalitzada la fase d'implantació, durant la prestació dels serveis objecte del contracte, l'empresa contractista es compromet a facilitar al CCCB la informació i documentació que aquest li sol·liciti per disposar d'un ple coneixement de les circumstàncies de desenvolupament dels treballs, així com de possibles problemes.

3.2 Serveis d'implantació

Durant la implantació del software CRM s'han de realitzar diferents tasques per alinear les estratègies actuals de màrqueting (principalment subscriptors a *newsletters*) i traslladar-les al nou software, permetent alinear les subscripcions dins el mateix.

També s'ha de realitzar el *set-up* inicial, configurar les automatitzacions de funcionament necessàries pel que fa a reporting i la implementació del model actual

Expedient núm. CNM_2023_030 // CCCB/2023/0033954

de plantilles de *newsletters* (2 plantilles HTML) al nou software per tal de mantenir la imatge corporativa actual.

3.3 Serveis d'anàlisi post d'implantació

Un cop el software CRM estigui implantat i a requeriment del CCCB es realitzarà una fase d'anàlisi durant la qual es portarà a terme un estudi i anàlisi de la segmentació dels públics inicials del CCCB.

Amb la primera connexió de tot l'històric de dades del CCCB mitjançant el nou software s'analitzarà la comunitat presencial i digital (respecte a la comunitat de cccb.org i les xarxes socials, Twitter i Facebook del CCCB) per disposar d'un retrat nítid i entendre quins són els públics del CCCB i com han evolucionat al llarg del temps.

L'empresa contractista, en col·laboració amb la Cap de públics, configurarà un mapa dels públics del CCCB per desenvolupar estratègies segmentades per cada un d'ells.

3.4 Actualització, manteniment i suport del programari

Després de la implantació del software de CRM, el mateix entrarà en fase de manteniment i suport.

La proposta de l'empresa contractista ha d'incloure també els costos derivats del manteniment del programari amb les actualitzacions de millora i correcció d'errors del software adquirit. De cara a l'actualització del software, ja sigui tant per manteniment correctiu com evolutiu, caldrà realitzar les següents tasques:

- En cas que el programari es subministri en format *on premise* suport i renovació de les llicències necessàries pel seu funcionament Windows i/o bases de dades o qualssevol altre software necessari pel seu funcionament.
- Suport a la configuració de la plataforma base o software relacionat (Windows, bases de dades, servidors de correu, etc...) ja siguin derivades d'una actualització del software del CRM subministrat o de qualssevol element de software relacionat.
- Suport a la configuració, adaptació i/o parametrització de la plataforma. Suport a consultes o dubtes relacionats amb el funcionament de la plataforma o a trobar explicacions a comportaments anòmals.
- Suport tècnic en cas d'incidència amb aquest acord de nivell de servei:
 - Suport 12x5
 - Temps de resposta a incidència: 24h màxim
 - Temps de resolució a incidència: 48h màxim

3.5 Calendari estimat de la implantació

La implantació del software CRM s'haurà de dur a terme en un màxim de quatre setmanes des de la formalització del contracte. Aquesta implantació inclourà forçosament la creació de les dades bàsiques de funcionament o configuració del sistema, la creació de persones usuàries, la vinculació a Euromus per a la importació

Expedient núm. CNM_2023_030 // CCCB/2023/0033954

automatitzada de les dades i la creació d'un procés d'importació de contactes a partir de les dades obtingudes en CSV de contactes amb les seves subscripcions associades.

3.6 Transferència de coneixement i formació

Una vegada finalitzada la fase d'implantació,

- a) L'empresa contractista haurà de realitzar un procés de formació de l'ús del software CRM que inclogui 2 sessions, cadascuna de 4h, per a 10 persones, on es descriu en detall el funcionament general del software. Cada sessió constarà d'una explicació teòrica prèvia i una pràctica posterior per desenvolupar les tasques més habituals d'anàlisi de la informació i per l'enviament de *newsletters*. Un cop completada l'explicació teòrica es realitzarà una tanda de preguntes i respostes per tal d'aclarir els dubtes;
- b) L'empresa contractista realitzarà una formació tècnica de l'API de connexió per a la sincronització de contactes i d'altre informació tècnica de funcionament que permeti als tècnics del CCCB desenvolupar la integració de l'alta o baixa de la subscripció dels contactes a llistes de distribució. Aquesta formació es durà a terme durant una única sessió de 3h de duració i per a 6 persones.

L'empresa contractista haurà de subministrar documentació relativa al funcionament del software CRM que servirà com a manual de referència per explicar les principals accions que es poden realitzar respecte de l'anàlisi de les dades i la posterior automatització d'informes.

L'empresa contractista haurà de subministrar documentació relativa al funcionament tècnic del software CRM en relació a la seva gestió tècnica i l'ús de les APIs.

LA SUBDIRECTORA-GERENT,



Metadades del document

Núm. expedient	CCCB/2023/0033954
Tipus documental	Plec de clàusules o condicions
Títol	PPT contractació subministrament CRM i el seu servei d'actualització, manteniment i suport

Signatures

Signatari		Acte	Data acte
Pilar Soldevila Garcia (TCAT)	Subdirectora - Gerent	Signa	22/09/2023 14:10

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
0e3fd93e964362587050	https://seuelectronica.diba.cat	

