

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DELS
SERVEIS D'AUDITORIA, ACOMPANYAMENT EN LA CONFIGURACIÓ,
OPTIMITZACIÓ TÈCNICA, EXPLOTACIÓ DE DADES I ESTRATÈGIA EN LA
UTILITZACIÓ DEL SAAS ACTIVE CAMPAIGN**

Expedient: ES_LA0011122_2025_EXP_382

Índex

Nota. Actualitzar la taula de continguts al final

1. Introducció al projecte	3
2. Objectius del projecte	3
3. Abast de les tasques	5
4- - Equip tècnic, procediment de treball i eines de gestió. Organització, reunions i seguiment.	10

1. Introducció al projecte

El TecnoCampus és un parc tecnològic que integra el centre universitari i l'empresa en un espai únic dedicat a la innovació i l'emprenedoria. Amb seu a la ciutat de Mataró, a la comarca del Maresme, i amb vocació de ser un projecte nacional i internacional, el TecnoCampus és la gran aposta del territori per contribuir decisivament a la transformació econòmica i social.

El contracte oferirà serveis suport i acompanyament en el desplegament de l'estratègia de promoció global del TecnoCampus mitjançant la plataforma Active Campaign.

L'oferta acadèmica del TecnoCampus consta de divuit titulacions oficials de grau en els àmbits de la tecnologia, l'empresa i la salut, a més de sis màsters universitaris, sis postgraus i màsters propis i divuit cursos d'especialització.

Tots amb el segell de qualitat de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), la primera universitat de l'Estat en el rànquing U-Multirank.

Des del punt de vista del departament de Transferència, Innovació i Empresa, el TecnoCampus gestiona programes de suport a l'emprenedoria, la internacionalització, la innovació i la cerca de finançament. El parc, amb prop de 120 empreses allotjades, ha assolit el nivell de plena ocupació, i representa un motor d'activitat econòmica per al territori. Totes les condicions, requeriments i grups de tasques a desenvolupar a aquest nivell queden definits en aquest plec.

Aquest plec defineix l'objecte, l'abast i el marc de governança del servei d'auditoria i acompanyament en Active Campaign, amb especial enfoc en transferència de coneixement a l'equip intern, compliment normatiu, qualitat de dades i millora contínua orientada a KPIs de captació i conversió per totes les àrees del TecnoCampus

2. Objecte de la contractació

L'objecte del contracte consisteix en la **prestació d'un servei d'acompanyament en la configuració, optimització tècnica, explotació de dades i presa de decisions de màrqueting** per les àrees del TecnoCampus que fan servir aquest SaaS.

Per altra banda, també es desitja **externalitzar el pagament de la plataforma a Active Campaign**. És a dir, que l'empresa adjudicatària realitzarà el pagament de la llicència anual acordant una pauta de facturació a la Fundació TecnoCampus.

Aquest és doncs un contracte de consultoria i acompanyament en la implementació, amb una externalització en el pagament de la plataforma. No és una externalització total en la gestió del SaaS, sinó un acompanyament i dictamen de propostes innovadores perquè el TecnoCampus ho posi en marxa i confii en la supervisió de totes les accions en l'empresa adjudicatària.

El servei inclourà una auditoria inicial, la definició d'indicadors clau, un pla de lliurables tancat i uns Acords de Nivell de Servei (SLA) amb temps de resposta i de resolució, així com mecanismes d'escalat i governança.

L'adjudicatari aportarà metodologia, criteris d'avaluació d'impacte i un pla de transferència de coneixement que asseguri l'autonomia progressiva del TecnoCampus.

Estat actual d'explotació de la plataforma:

El TecnoCampus ha assolit un nivell d'autonomia suficient per fer les tasques més habituals i per posar en marxa noves automatitzacions, millores, proves A/B, etc.

Aquest Plec té la voluntat de perfeccionar, optimitzar i treure el màxim profit de l'eina Active Campaign. Per tant, l'abast de tasques i responsabilitats recullen aquesta voluntat.

A efectes merament il·lustratius i orientatius, sense representar un dimensionament vinculant, s'indica l'abast d'actuacions i iniciatives que s'han dut a terme dins la plataforma durant l'exercici 2022-2024 pel que fa a promoció de Graus és:

- La llicència actual es un Pla Professional de 50.000 contactes. S'assoliran en breu, donat que ja s'ha assolit el 75% d'aquesta xifra.
- Es va fer un complet setup inicial de l'eina
- Integració API Drupal > Active Campaign completa. En la gestió de formularis integrats amb comptes, camps i etiquetes.
- Automatitzacions de preguntes freqüents del Punt d'Informació a l'Estudiant, que han creat estalvis de tasques importants.
- Automatitzacions per informar dels avantatges dels estudis a les persones interessades.
- Vinculació de CRM amb campanyes de publicitat digital
- Campanyes de promoció d'orientació en el estudiis
- Scoring i funnels pels estudis de TecnoCampus.
- CRM de contactes interessats, amb desplegament de l'estratègia d'scoring i amb embuts de possibilitats de conversió.

3. Abast de les tasques

3.1- Tasques econòmiques:

El compte que el TecnoCampus té actiu és el PRO.

Amb aquesta tasca l'empresa adjudicatària farà el pagament de la plataforma pel que fa a:

- Llicència Pro amb les condicions de descomptes i bonificacions que disposa el TecnoCampus
- Whatsapp dins d'Active Campaign
- Informes Personalizados.

Pagament de la plataforma:

- L'Empresa adjudicatària es farà càrrec del pagament de la plataforma. El pagament actual és anual. Amb antel·lació a la data del pagament l'empresa podrà facturar l'import de la llicència anual per poder fer-se càrrec del pagament.
- L'adjudicatari assessorarà sobre el dimensionament òptim de la llicència (actualment 50.000 contactes amb 75% ocupació) i proposarà un pla d'escalabilitat i d'higiene/reactivació per diferir increments de cost quan sigui eficient.
- Actualment, la llicència està activa fins el 10/03/2026, data en el que caldrà fer la modificació de les dades de pagament a la plataforma.

Pel que fa a usuaris gestors de la plataforma, actualment se n'estan utilitzant 18, repartits en administradors, personal d'atenció a l'estudiant i personal de HUB4T, l'escola de formació permanent del TecnoCampus.

No es preveu assolir el límit d'usuaris de l'eina que tenim en el pla actual, el qual és de 21.

Es preveu la incorporació de Whatsapp Business. Es preveu la seva utilització en moments molt puntuals de la campanya, donat que no tots els mesos de promoció d'estudis es realitzaran campanyes de whatsapp.

La gestió del compte actual permet l'afegit de Whatsapp com un Addon.

També es preveu la contractació dels Informes Personalizados, que actualment no tenim contractats. També és un addon. Aquest apartat s'haurà d'incorporar a la renovació de la llicència anual.

3.2. Tasques tècniques:

Es preveu que l'empresa adjudicatària analitzi l'ús de l'eina i proposi actuacions de millora en les següents àrees. La voluntat és que **el resultat d'aquesta auditoria sigui una llista de millores a implementar que faran els equips de TecnoCampus**, sota el suport de l'empresa adjudicatària. També es preveu que després de la implementació l'empresa adjudicatària revisi les accions implementades per donar-ne el vist i plau.

Les següents tasques especificades són de tipus orientació - suport – guia d'ús, i seran desenvolupades pels equips tècnics del TecnoCampus.

L'empresa adjudicatària donarà suport i consells per la seva realització.

De tot el seguit de tasques cal tenir en compte que són un pla d'execució que es preveu durant la vida del contracte. Son unes tasques que es realitzaran en el període de 2 anys (i any adicional de pròrroga si s'escau). Són per tant un full de ruta.

Al final d'aquest apartat hi ha una taula resum de tasques tècniques.

3.2.1- Auditoria Inicial d'Active Campaign

- Avaluació de la Configuració en el moment de l'adjudicació del contracte. Aquesta haurà de contenir:
 - Revisió profunda de les integracions existents (lloc web del TecnoCampus està desenvolupat amb Drupal i integra les dades amb una API pròpia), segmentació de bases de dades, camps personalitzats, etiquetes i llistes. Identificació de punts crítics que limiten l'eficiència del sistema i detecció d'oportunitats de millora.
 - Revisió de la integració d'AC amb el Chatbot TecnoCampus.
 - Revisió de les automatitzacions existents. Proposta d'actuació per optimitzar-les.
 - Execució de treballs de neteja i depuració d'alguns elements, com llistes obsoletes, o etiquetes.
- Revisió d'automatitzacions:
 - Anàlisi del rendiment de les automatitzacions existents (FAQ, campanyes argumentatives), la lògica de disparadors i l'optimització del recorregut de l'usuari, així com dels scorings de leads i compliment dels objectius dels funnels.

Auditoria de Compliment Legal.

- Possibles optimitzacions en el compliment amb normatives de privadesa com el RGPD.

Lliurables: donada la importància de l'auditoria inicial, es preveuen els següents lliurables com a informe d'auditoria que serà el full de ruta de treball durant els anys de vida del contracte.

- Informe d'auditoria inicial + pla de millores prioritzat amb ràtio impacte/complexitat i estimació d'esforç.
- Diagrama de les automatitzacions que cal corregir o millorar (ex: Draw.io) i fitxa per automatització (trigger, condicions, variants, objectiu, mètriques).
- Document de segmentació amb segments dinàmics, criteris, fonts i freqüència d'actualització.
- Proposta de Model de lead scoring amb puntuacions, degradació temporal, events clau, criteris d'oportunitat i regles d'alerta.
- Auditoria RGPD amb pla d'acció: consentiments, bases legals, retenció, registre d'activitats, DPA amb Active Campaign i transferències internacionals.

3.2.2- Optimització d'automatitzacions

Les següents tasques es realitzaran pel personal del TecnoCampus i el que es requereix és un assessorament general en la seva realització:

- Consultoria en l'estat actual i la creació i Optimització d'Automatitzacions Avançades: Definició i posada en marxa d'automatitzacions basades en comportament d'usuaris (visites a pàgina, clics a emails, abandó de formulari), cicle de vida del lead i lead scoring avançat.
- Suport en la implementació de Fluxos per a Nurturing de Leads: Suport en el disseny i automatització de fluxos específics per nodrir leads que encara no estan preparats per prendre una decisió de compra o inscripció, amb contingut rellevant en diferents fases de l'embut.
- Suport en l'automatització de Campanyes de Retargeting: Ajuda en la configuració d'estratègies de retargeting, adreçades a aquells contactes que han mostrat interès però no han completat una acció clau (com ara la inscripció a un grau o màster).

3.2.3- Segmentació i enriquiment de bases de dades

Les següents tasques es realitzaran pel personal del TecnoCampus i el que es requereix és un assessorament general en la seva realització:

- Assessorament en l'optimització de la Segmentació: Creació de segments dinàmics basats en el comportament, dades demogràfiques i preferències, per assegurar que els contactes rebin missatges personalitzats i rellevants.
- Suport en l'enriquiment de dades: Ajuda en la implementació d'estratègies d'enriquiment de dades mitjançant integracions externes o enquestes automàtiques per captar més informació útil sobre els contactes.

Tasca a realitzar per l'empresa adjudicatària:

- Realització de treballs de neteja de bases de dades: Manteniment periòdic de la base de dades per eliminar contactes inactius o duplicats, optimitzant la capacitat de segmentació i el rendiment general de les campanyes. Aquesta és una que es realitzarà durant l'any promocional, per garantir la coherència de les dades i assegurar la correcta medició de la conversió.

Lliurable:

En aquest cas, l'empresa adjudicatària haurà de confeccionar un document especificant la relació de dades entre Drupal i el Chatbot amb Active Campaign amb seguiment de mapa de camps, valors, i detecció d'incoherències.

3.2.4- Millora de les Campanyes d'email màrqueting

- Pautes per la personalització Avançada de correus electrònics: exemples: ús de contingut dinàmic per personalitzar correus en funció del comportament de l'usuari, interessos i etapes del cicle de vida del lead.
- Optimització del Rendiment d'Emails: Implementació de proves A/B en assumptes, continguts i trucades a l'acció (CTAs) per millorar les taxes d'obertura i els clics.
- Automatització de Campanyes Argumentatives: Refinament de la sèrie de correus argumentatius per assegurar que estiguin alineats amb els diferents perfils dels estudiants interessats i les seves preferències.

Revisió i optimització (si procedeix) de l'entrega: SPF/DKIM/DMARC, reputació de domini, warmup, llistes de supressió i estratègies d'enviament basades en engagement.

3.5.5- Lead Scoring i Gestió d'Oportunitats

- Suport en la implementació o Millora de Lead Scoring: Configuració avançada de lead scoring per prioritzar i classificar leads segons el nivell d'interès i la probabilitat de conversió, incloent-hi interaccions amb correus, formularis, web, etc.
- Gestió d'Oportunitats: Desenvolupament de fluxos automàtics que notifiquin els equips de vendes o admissions quan un lead compleixi criteris específics d'oportunitat, millorant la velocitat de resposta.
- Traçabilitat de la conversió a matrícula (per part dels estudis) i conversió a compra de servei (per altres àrees del TecnoCampus) de les principals accions de captació

3.5.6- Integracions Avançades

La plataforma Active Campaign està integrada amb la web TecnoCampus i amb el Xatbot TecnoCampus. Aquest punt és només en cas que durant el transcurs del contracte sorgeixin noves necessitats, fruit de l'activitat del propi contracte.

- Integració amb eines externes: Optimització de la integració amb Drupal, CRM, analítiques o altres eines necessàries, assegurant una sincronització fluida de dades.
- Automatització de fluxos multicanal: Creació de campanyes que integrin altres canals de comunicació (SMS, xarxes socials, chatbots) per complementar les campanyes de correu electrònic.

3.5.7- Capacitació i Transferència de Coneixement

- Si és necessari, formació per a l'equip intern: Desenvolupament de sessions de capacitació i documentació per a l'equip intern, assegurant que puguin continuar gestionant Active Campaign de manera autònoma i eficient un cop finalitzat el contracte.
- Sempre de manera acordada amb el TecnoCampus, en funció de la necessitat, documentació de Processos i Bones Pràctiques: Lliurament de guies i manuals que detallin les configuracions realitzades, les automatitzacions implementades i les millors pràctiques recomanades per a la gestió futura de la plataforma.

3.5.8. Mètriques i Reporting

- Suport en la configuració de Reports Personalitzats: Desenvolupament de dashboards i informes automàtics que permetin a l'equip de TecnoCampus monitoritzar mètriques clau com ara conversions, taxa d'obertura de correus electrònics, CTR, etc.
- Anàlisi i Optimització Contínua: Proposta d'estratègies de millora continuada basada en els resultats obtinguts, incloent suggeriments de noves automatitzacions o ajustaments a les existents.

3.5.9. Suport Tècnic i Manteniment

- Suport Tècnic : Garantia d'un servei de suport tècnic durant la implementació que farà el TecnoCampus, i després, per resoldre problemes o fer ajustaments.
- Manteniment d'automatitzacions i fluxos: revisió periòdica de les automatitzacions i estratègies de segmentació per ajustar-les en funció de canvis en els objectius de negoci o comportament dels usuaris.

Taula resum:

tasca	acompanyament	És realització de tasca
3.2.1 - Auditoria inicial		X
3.2.2- Optimització d'automatitzacions	X	
3.2.3- Segmentació i Enriquiment de Bases de Dades	X	X
3.2.4- Millora de les Campanyes d'Email Màrqueting	X	
3.5.5- Lead Scoring i Gestió d'Oportunitats	X	
3.5.6- Integracions Avançades	X	
3.5.7- Capacitació i Transferència de Coneixement	X	
3.5.8- Mètriques i Reporting	X	
3.5.9. Suport Tècnic i Manteniment	X	

4- Equip tècnic, procediment de treball i eines de gestió. Organització, reunions i seguiment.

Per part de l'empresa adjudicatària:

L'adjudicatari ha de garantir la participació en l'execució del contracte dels següents perfils:

1. Gestor de Comptes / Project Manager, especialista en Active Campaign.

Per dimensionar el projecte i en base a l'experiència prèvia es considera que l'executiu de comptes de l'empresa licitadora és millor que sigui l'especialista en Active Campaign, perquè això dona més solidesa al servei prestat.

No obstant no és un impediment si l'empresa prefereix separar el rol project manager del rol executiu d'Active Campaign en dues persones diferents.

Les tasques transversals a cavall entre la direcció de projecte i l'execució són els següents rols:

Rol: Aquest professional seria responsable de la gestió general del projecte, actuant com a punt de contacte principal entre TecnoCampus i el proveïdor. El seu rol inclou la planificació, la coordinació i el seguiment de les tasques, garantint que els objectius es compleixin en els temps previstos.

Des del punt de vista executiu, s'encarregarà dels treballs de consultoria pel que fa a la configuració, personalització i optimització d'Active Campaign, assegurant que totes les automatitzacions, les integracions i les funcionalitats específiques de la plataforma estiguin correctament implementades.

Responsabilitats:

Com s'ha mencionat anteriorment, el gruix de tasques de la licitació és d'anàlisi, recomanació i acompanyament. No es preveu la realització de tasques propiament dites.

- Assegurar l'alineació entre els objectius de TecnoCampus i les activitats del projecte.
- Monitoritzar el progrés i coordinar el lliurament dels diferents equips tècnics de l'empresa adjudicatària.
- Gestionar la comunicació entre les parts interessades.
- Control dels avenços periòdics i gestionar qualsevol contingència o canvi de requeriments.
- Suport en la configuració i optimització les automatitzacions, incloent les sèries d'emails i fluxos de treball. La funció és ajudar, donat que l'execució d'aquests punts és una responsabilitat dels equips de TecnoCampus,
- Suport en la personalització i optimització de la segmentació, etiquetatge i camps personalitzats a Active Campaign.
- Seguiment i monitorització de la correcta integració amb altres plataformes (monitorització de la integració Drupal <> Active Campaign, com es va fer el pas dels contactes pel funnel del CRM, lead scoring, touching points, conversions...).
- Suport en proves A/B i optimitzacions contínues de campanyes.
- Suport per implementar estratègies avançades de lead nurturing i scoring.
- Suport en l'emissió de campanyes p

2. Expert en Data i Analítica

- **Rol:** L'especialista en data és crucial per gestionar les dades de manera eficient, interpretar resultats i garantir que l'estratègia estigui basada en l'anàlisi de dades sòlides.
- **Responsabilitats:**
 - Anàlisi de dades per a segmentació avançada i optimització de campanyes
 - Configuració de dashboards i informes personalitzats a Active Campaign.
 - Identificació d'oportunitats per millorar el rendiment mitjançant l'anàlisi de mètriques clau (taxes d'obertura, clics, conversions, etc.).
 - Assegurar la correcta sincronització i enriquiment de les dades des d'altres plataformes i fonts externes.
 - Monitoritzar i ajustar les mètriques de lead scoring.

Per part del TecnoCampus:

Com a norma general, el TecnoCampus garantirà la implementació de totes les estratègies i propostes que l'empresa licitadora proposi. La voluntat és fer el que s'aconselli. No es preveu externalitzar a l'adjudicatari tasques que siguin corrents/habituals, tret dels treballs de neteja i depuració de llistes i etiquetes especificats en el punt 1 d'aquest Plec.

Per part del TecnoCampus, l'equip assignat al projecte és:

1. Responsable de Màrketing (Project Owner)

- **Rol:** encarregat de supervisar tot el projecte, assegurar que els objectius estratègics de màrqueting es compleixin, i prendre decisions clau. També serà el principal enllaç amb el proveïdor extern.
- **Responsabilitats:**
 - Definir els objectius i les prioritats del projecte.
 - Revisar i aprovar les estratègies proposades pel proveïdor.
 - Coordinar amb altres departaments clau dins de TecnoCampus.
 - Garantir que els lliurables estiguin alineats amb les fites de captació i conversió de leads.
 - Proveir feedback sobre la qualitat dels leads i com les automatitzacions poden millorar la conversió.
 - Col·laborar en la definició del lead scoring i la priorització de contactes.
 - Assegurar que les automatitzacions alineades amb les necessitats de l'equip de vendes/admissions siguin efectives i millorin el procés d'inscripció.
 - Garantir tota l'execució dels treballs que s'acordin amb l'empresa adjudicatària.

2. Especialista en Màrketing Digital / CRM

- **Rol:** part de l'equip de Comunicació i Màrqueting amb experiència treballant amb Active Campaign o CRM, i pugui col·laborar més tècnicament amb l'equip del proveïdor. També assegurar que els correus electrònics, missatges i fluxos de treball d'Active Campaign estan alineats amb el to i estil de comunicació de TecnoCampus.
- **Responsabilitats:**
 - Supervisar l'execució de les automatitzacions i les campanyes.
 - Proveir informació sobre la segmentació de la base de dades i col·laborar amb la definició de fluxos de treball.
 - Revisar els informes de rendiment de campanyes i automatitzacions, i fer suggeriments per a millores basades en dades.
 - Actuar com a enllaç tècnic entre el proveïdor i els equips interns (IT, vendes, admissions).
 - Revisar i ajustar el contingut de les campanyes de correus electrònics automatitzades per assegurar consistència amb la veu institucional.
 - Proveir contingut rellevant per a les automatitzacions, incloent-hi FAQs i argumentaris dels programes acadèmics.
 - Col·laborar en la creació de missatges personalitzats segons la segmentació de l'audiència.

3. Responsable de IT / Desenvolupador Web

- **Rol:** Un membre de l'equip d'IT, amb experiència a Drupal i en integracions API, que pugui treballar la part tècnica, especialment en la integració de dades entre Drupal i Active Campaign.
- **Responsabilitats:**
 - Facilitar la integració i la resolució de problemes tècnics entre Drupal i Active Campaign.
 - Assegurar la correcta sincronització dels formularis, dades i etiquetatge a les dues plataformes.
 - Supervisar la seguretat i el compliment de normatives (GDPR) en les integracions.

Es desitjable un únic responsable habitual del projecte a l'agència adjudicatària, que pugui ser l'interlocutor habitual i que coordini els treballs de l'agència per implementar el projecte.

5 – Metodologia de treball

Governança:

Donada l'amplitud del ventall de tasques a realitzar, i el tipus de contracte eminentment de consultoria i acompanyament, es preveu una metodologia basada en sprints i reunions de seguiment.

Auditoria inicial i planificació:

L'auditoria inicial de tota la plataforma recaurà en l'empresa adjudicatària després de la reunió d'inici de projecte.

El resultat de l'auditoria es recollirà en un dictamen que establirà prioritats del projecte, fases del desplegament i temps estimat de realització de tasques (sprints).

Execució dels sprints:

La longitud dels sprints s'estima en unes 3 setmanes, durant les quals els tècnics de l'equip del TecnoCampus desenvoluparan les tasques operatives definides en cada sprint.

Comitè de seguiment i governança:

Es crearà un comitè de seguiment amb una periodicitat acordada, amb ordre del dia (KPIs, SLA, riscos, decisions, pla de millores...)

Els licitadors proposaran en les seves propostes la metodologia per assolir els objectius del pla. Per tant, proposarà les reunions d'inici de projecte i la planificació de les reunions de seguiment i control.

No obstant això, la Fundació Tecnocampus determinarà la periodicitat, la modalitat de les reunions i la ubicació de les mateixes.

En cas que siguin presencials, han de realitzar-se a la seu de la Fundació TecnoCampus. Tot i això, no es preveuen reunions presencials, a no ser que l'empresa adjudicatària vulgui fer la reunió d'inici de projecte de manera presencial.

Eines de treball:

La plataforma de treball àgil per desenvolupar el projecte serà Microsoft Planner. El sistema de missatgeria i gestió d'arxius serà Microsoft Teams.

Lliurables:

El contractista realitzarà un informe a l'inici del projecte amb un Gantt amb tota l'anàlisi i auditoria que realitzi.

Exemple:

- Fase 0: Traspàs (2 setmanes),
- Fase 1: Auditoria i pla (4-6 setmanes),
- Fase 2: Recomanació i suport en l'execució de les millores prioritàries.
- Fase 3: Segona tanda d'execució de millores i optimització contínua.

Lliurable: Gantt inicial i actualització trimestral.

No es preveuen extensos informes fruit de les tasques assignades a l'empresa adjudicatària. Documents executius de tasques, cronogrames, o establiment de kanban de tasques en el MS Planner.

6 – Condicions de traspàs

Es realitzarà un procediment de transmissió i trasllat de l'empresa que actualment realitza el servei i l'empresa que resulti adjudicatària, en un termini no superior a dues setmanes.

Per poder fer efectiu el traspàs del servei, caldrà realitzar reunions entre ambdues empreses i els tècnics del TecnoCampus, amb l'objecte de fer trasllat de com a mínim els següents punts:

- Resum actual del compte Active Campaign, amb les automatitzacions actives, fluxes de treball, el lead scoring, segmentacions
- Mesures de control de cookies, de les atribucions als leads, seguiment de conversions
- Funcionament de la API i integració externa
- Estructura base de dades: llistes, comptes, etiquetes, contactes inactius, funnels...
- Campanyes d'email fetes i planificades
- Processos d'scoring de contactes. Cicle de vida i oportunitats.

- Accesos a la eina i permisos
- Altres.

Lliurable: Acta de traspàs amb llistat d'accessos/permisos, el repositori de diagrames d'automatització, documentació, i si procedeix, inventari d'automatitzacions actives amb detalls sobre el seu funcionament i segments.

7 – Terminis de resposta:

El suport a consultes als tècnics de màrqueting digital del TecnoCampus, es presentarà per mitjans telefònics o telemàtics, de manera il·limitada, tots els dies hàbils de 8 a 15 hores.

L'empresa adjudicatària ha de complir amb uns acords mínims a nivell de servei, en base a paràmetres 1) Nivell d'incidència i 2) Temps de resposta.

Les condicions i detalls d'aquests són:

Nivell de la incidència	Temps de resposta
Incidències de nivell baix: Incompliment en la planificació de reunions setmanals, no resposta per canals de comunicació entre agència i TecnoCampus	Durant la setmana laboral. Resolució en menys de 5 dies hàbils.
Incidències de nivell mitjà: Detecció d'errors en la sincronització de contactes entre Drupal <> Active Campaign per errors que no provenguin de la API.	Resposta en menys de 24h, amb resolució en menys de 48h.
Incidències de nivell alt: Exemple: Fallada en Automatitzacions o Campanyes Programades: quan una automatització o campanya de correu electrònic no s'executa correctament (per exemple, no s'envien els correus electrònics, o els contactes no avancen en el flux automatitzat).	Resposta en menys de 24h, temps de resolució màxim de 24h.
Incidències crítiques: Problemes d'accés o autenticació a la plataforma	Resposta en menys d'una hora, i resolució en menys de 8h.

7 – Contingut de la memòria

Els licitadors presentaran una proposta que desenvolupi la metodologia que aplicaran en la prestació del servei, això és, com realitzaran els treballs. La memòria presentada per les empreses adjudicatàries ha de ser una proposta de pla d'abordament de les tasques especificades en el punt 3.

La proposta de cada punt ha de ser executiva, no extensa.

Es valorarà si l'empresa pot especificar experiències reals en l'abordament de les tasques en altres projectes.

Si l'empresa adjudicatària si vol pot proposar no solament auditar-recomanar-fer seguiment sino també executar alguna tasca del punt 3.

L'extensió de la proposta no serà de més de 20 pàgines, incloent-hi la portada i l'índex. Qualsevol contingut que superi aquest límit (a partir de la pàgina 51) no serà objecte de valoració per part de l'òrgan de contractació.

Els annexos, com ara els currículums del personal proposat (CV) es podran presentar separatament i no computaran dins del límit màxim de la memòria tècnica.

Tal i com es detalla en l'informe d'inici de contractació, els criteris avaluable de les propostes subjectes a judici de valor son:

Puntuació màxima 49 punts	Memòria descriptiva dels serveis (metodologia) <i>En aquest apartat el document de memòria ha de tenir una extensió màxima de 20 pàgines, en cas que superi l'extensió descrita, el contingut a partir d'aquesta pàgina no serà valorat. La revisió de la memòria seguirà els següents criteris de valoració:</i>
12 punts	Auditoria inicial Es valorarà la sistemàtica, l'abast a auditar, i estructura global de l'auditoria i els procediments que se segueixin per fer aquesta auditoria. Especial atenció a les automatitzacions i compliment legal. Operativa del pla d'auditoria.
8 punts	Optimització d'automatitzacions Propostes d'automatitzacions i configuracions per fer que el lead transcorri pel Funnel de conversió.

8 punts	Campanyes i Nurturing Proposta d'estratègies efectives de campanyes i automatitzacions de nurturing efectives sota una òptica de treball dels leads que es troben en una part mitja del funnel
6 punts	Depuració, segmentació i enriquiment de bases de dades. Propostes de lead scoring Procediment que es seguirà per realitzar aquest apartat del Plec Tècnic.
5 punts	Acompanyament i formació En aquells processos que requereixin un coneixement més profund, es valoraran els processos de formació i documentació al personal del TecnoCampus.
4 punts	Informes Es valorarà l'abordatge de generació d'informes i quadres de comandament de l'activitat del Active Campaign, ja sigui dins de la plataforma o mitjançant generadors d'informe com PowerBI o similar.
6 punts	Projectes desenvolupats amb altres institucions Universitàries o docents, o en el seu defecte, amb <i>target Millennial o centenial</i> . Es valoraran els aspectes qualitatius de l'experiència i l'aportació de dades de KPI clau.