

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

SERVICIO DE NOTIFICACIONES PUSH WEB Y APP

EXP.- 20/182

SOL. PEDIDO: 200017705

COMISIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN
Madrid, septiembre 2020

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS.

OBJETO DEL SERVICIO.-

Este servicio se engloba dentro de la estrategia de marketing actual de IFEMA enfocada en el cliente y en la cualificación de la data y tiene por objeto la contratación de un servicio de notificaciones push con el objetivo de mantener un canal de comunicación en web y en dispositivos móviles a través de notificaciones push con todas aquellas personas que hayan permitido previamente recibir información de IFEMA a través de nuestra web/app.

ESTRUCTURA DEL SERVICIO:

- Licencia de uso de la herramienta con acceso hasta un máximo de 50 usuarios: pago mensual.
- Licencia plugin conexión con Salesforce: pago mensual desde el momento de la integración.
- Automatización inicial especificada en el alcance del servicio: pago a la finalización de la integración.
- Coste hora de desarrollo: pago a la finalización del desarrollo realizado, con la imputación total de horas dedicadas.
- Sesión de formación extra a las recogidas dentro del alcance del servicio: tras la realización de la misma.

ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.-

El proveedor deberá ofrecer una plataforma tecnológica de "marketing automation" para gestión y envío de notificaciones push vía web para visualización en desktop y en terminales móviles (Android, iOS). Con capacidad de entrega en el servicio en un modelo de prestación basado en nube (SaaS).

La plataforma deberá tener una arquitectura técnica basada en microservicios (REST API) para poder realizar la implantación de la misma sobre los diferentes artefactos del canal digital – push web + push APP.

Deberá permitir:

- El envío de notificaciones enriquecidas realizando la selección y recorte de la imagen y con pre-visualización en cada plataforma (Android, iOS y Navegadores). Podrá permitir redimensionar la imagen en la propia plataforma.

- Realizar envíos con imágenes (notificaciones enriquecidas, para Android y para iOS), sin necesidad de subir una imagen a un servidor del propio cliente, así como la capacidad de enviar notificaciones con GIF de forma sencilla.
- Realizar test A/B.
- Posibilidad de realizar notificaciones interactivas que permitan interacción con el cliente. Por ejemplo, realizar una encuesta o pedir una valoración.
- Selección de diferentes formatos para adaptarlos al objetivo de cada campaña.
- Sin límite de dispositivos y de notificaciones.
- Acceso hasta un máximo de 50 usuarios.
- Facilitar estadísticas automáticas de control pudiendo filtrar por periodo, campaña, temática, tipo de navegador. Estadísticas de usuarios: control de altas y bajas, conectados, horario, envíos, clics, CTR etc.
- Ofrecer la posibilidad de hacer y programar informes de reporting y descargarlos.
- Conexión con Google Analytics de manera automatizada.

Todo dentro de una interfaz sencilla, intuitiva y amigable.

Segmentación. -

Deberá permitir segmentar usuarios por grupos de interés, temática de información, geolocalización, idioma, país, así como por otras aplicaciones instaladas en los smartphones, por los usuarios.

Automatización e Integración. -

Automatización y programación de envío de las notificaciones. Automatización del contenido y de segmentación de usuarios.

El adjudicatario será el encargado de desarrollar e implementar en colaboración con el equipo de IFEMA, la automatización de las notificaciones que puedan surgir, dentro de los siguientes plazos:

- Desarrollo e implementación de automatización de nuevo mensajes push: un máximo de 5 días laborables.
- Modificación en uno ya existente: 2 días laborables.

Integración vía API con diferentes fuentes de alimentación de contenido: web, app, sap, etc.

Durante el período de prestación del servicio, habrá 2 fases a nivel de integración y automatización de las notificaciones, ya que IFEMA se encuentra en pleno proceso de implementación de un CRM (SalesForce):

1. Previa a la implementación del CRM: automatización en base a journey de cliente básico definido previamente por IFEMA, con necesidad de integración vía excel. Esta automatización deberá realizarse al inicio del servicio, quedando implementada en un plazo máximo de 3 semanas. Deberá permitir lanzar una plantilla de campaña en la fecha indicada con una serie de campos variables

indicados en el propio Excel. Como ejemplo indicativo, pero no definitivo:

Nombre de feria	Url Imagen	Url Boton 1	Url Boton 2	Url 1	Url 2	Nº días de feria	Nº días restantes descuento	Descuento	segmentación	fecha lanzamiento campaña	hora lanzamiento o	plantilla
Feria 1									Grupo de Interes	Fecha inicio feria		Id Campaña
Feria 1										Fecha fin feria		Id Campaña

Usuario	Momentos
EXPOSITORES	Aviso de la apertura del plazo prioritario de participación
	Aviso de finalización del plazo prioritario
	Continúa abierta la solicitud de participación estándar (finalizado el plazo prioritario)
	Aviso de finalización del plazo para participar
VISITANTES PROFESIONALES	Apertura del registro para compra de pase a feria - descuento hasta fecha X
	Recuerdo previo a inicio de feria para adquirir pase
VISITANTES OCIO	Compra de entradas
	Promociones
TODOS	Empieza la feria

Dicha automatización deberá permitir modificaciones como por ejemplo, modificaciones de fechas o inclusión/eliminación de eventos.

2. Implementación del CRM – Salesforce: integración y automatización de las notificaciones en base a los journeys de cliente que se definan dentro del CRM. Esta implementación está sujeta a los plazos de implementación del CRM, dentro del proceso en el que se encuentra IFEMA. Se estima para enero de 2022.

Conector Salesforce. -

El adjudicatario deberá contar con un conector con el CRM de Salesforce que permita adaptarse a las soluciones de marketing digital para creación de journeys personalizados, adoptando las mismas funcionalidades que la plataforma del proveedor ofrezca en su consola o api.

Características API. -

La API proporcionada por el usuario deberá ser segura utilizando protocolo https y tokens de autorización (o seguridad equivalente), y deberá permitir, en la medida de lo posible, realizar cualquier operación que se pueda hacer desde el panel de control de la plataforma. Algunas de las funcionalidades que deberá permitir son:

- Crear campañas con título, cuerpo e incluir archivos multimedia, para redirigir a distintas fuentes con la acción del click del usuario.
- Crear segmentación de audiencias
- Creación de áreas para impactar mediante geolocalización
- Impactar por tipo de dispositivo Tablet, PC y móvil

- Programar y automatizar campañas para que se lancen solas en función de un journey previamente definido
- Recopilar estadísticas y reports.

SDKs. -

El adjudicatario deberá contar con sdk's para la integración con aplicaciones realizadas en distintas tecnologías.

Como mínimo deberá tener sdk's para:

- Javascript
- Xamarin
- Android
- IOS
- Cordova

Propiedad de la data. -

La propiedad de la data será de IFEMA. La plataforma no deberá guardar nada de información de los usuarios del canal digital.

Recepción y devolución del servicio. –

El adjudicatario deberá recepcionar y accionar en la plataforma en el momento de activación del servicio y devolver a la finalización del mismo, la data de los usuarios del canal en listados .csv con la siguiente información haciendo referencia a los servicios proporcionados:

Dispositivos registrados: fecha de registro, creación y actualización, navegador, sistema operativo, tipo de dispositivo (móvil, tablet, PC)

Aplicación/console: identificador, fecha de creación y actualizaciones, nombre, certificado de iOS, certificado de Android, logo de la cuenta.

Histórico de campañas: identificador, fecha de creación y actualizaciones, envíos realizados, pushes enviadas e impresiones realizadas, clics recibidos, filtros, botones,

Grupos de interés/audiencias: identificador, fecha de creación y actualizaciones, vinculación dispositivo a la url segmentada.

Parámetros de analítica y estadísticas: plataformas, claves utms (estáticas/dinámicas), tipo de utms, fecha de creación y actualización, tipo de plataforma y dispositivo.

Accesos de usuario: email, nombre, fecha de creación y actualizaciones, tipo de rol, autenticar en 2 pasos, idioma

Servicio técnico. -

El servicio incluye soporte a cliente para gestión del servicio, así como gestión de incidencias 24/7/365.

El adjudicatario deberá prestar el servicio de atención al cliente en lengua española y tendrá disponibilidad de atención técnica telefónicamente, por email y presencial, si la necesidad lo requiere.

El adjudicatario deberá realizar sesiones formativas por un total de 6 horas, (presenciales u online) al equipo de IFEMA que gestionará la herramienta internamente.

De manera adicional, podrá realizar más jornadas de formación al personal de IFEMA por petición de la misma, pudiendo ser presencial en las oficinas de IFEMA u online, para lo que deberá aportar oferta económica. – Sesión de hasta 3 horas, nº de asistentes ilimitados.

Equipo de trabajo de la empresa adjudicataria

El adjudicatario pondrá a disposición de IFEMA:

- Un responsable del servicio, que será el interlocutor con IFEMA, centralizando el soporte a cliente y gestión del servicio. Será el encargado de resolver incidencias, atender consultas y dudas funcionales y técnicas, así como coordinar acciones con los diferentes equipos.
- Una persona técnica asignada para los servicios de integración.

Equipo de trabajo de IFEMA. -

Desde IFEMA la interlocución principal con el adjudicatario la realizará el equipo de Estrategia Digital, que trabajará en coordinación con los departamentos Online y DTI para cualquier set up de herramienta, integración, automatización y desarrollo necesarios.

Servicio de mantenimiento. -

El adjudicatario se compromete a que esté disponible para IFEMA cualquier mejora funcional o tecnológica que tenga lugar en la plataforma durante el periodo de prestación del servicio.

El mantenimiento a cargo del adjudicatario incluirá el software e integraciones incluidas en el servicio.