

Solicitud de Propuesta: Solución de Software de Plataformas de Datos de Clientes (CDP)

Índice

1. Introducción y antecedentes
2. Requisitos técnicos
3. Requisitos funcionales
4. Funciones basadas en IA
5. Integración y escalabilidad
6. Experiencia de usuario e interfaz
7. Seguridad y conformidad
8. Implantación y asistencia
9. Precios y licencias
10. Información para proveedores
11. Criterios de evaluación
12. Formato de respuesta a la solicitud de propuestas y directrices de presentación
13. Cronología

1. 1. Introducción y antecedentes

- Descripción de la organización
- Retos actuales de la gestión de datos
- Razones para buscar una solución CDP
- Objetivos principales de la aplicación del PDC

2. Requisitos técnicos

Integración y recopilación de datos

- Capacidad de ingesta de datos de diversas fuentes con soporte para formatos estructurados y no estructurados.
- Capacidad de procesamiento en tiempo real para garantizar actualizaciones puntuales

Almacenamiento y gestión de datos

- Almacenamiento indefinido de datos de clientes respetando la normativa sobre privacidad
- Arquitectura de base de datos centralizada para facilitar el acceso a la información de los clientes

Resolución sobre identidad

- Coincidencia de identidades entre canales para crear una visión holística de los clientes.

Seguridad y conformidad

- Potentes protocolos de cifrado para la protección de datos
- Cumplimiento de la normativa del sector (GDPR, CCPA), incluidos los controles de acceso basados en funciones

Escalabilidad y rendimiento

- Capacidad para escalar con volúmenes de datos crecientes sin degradación del rendimiento.
- Alta disponibilidad para garantizar el tiempo de actividad de la plataforma

Capacidad de integración

- API sólidas para una integración perfecta con las pilas de tecnología de marketing existentes.
- Conectores prediseñados para aplicaciones populares de terceros

Análisis e informes

- Funciones para analizar el comportamiento de los clientes y el rendimiento de las campañas
- Cuadros de mando personalizables para mostrar las métricas pertinentes

Capacidades de IA y aprendizaje automático

- Aplicación de análisis predictivos para prever el comportamiento de los clientes
- Generación automatizada de ideas basadas en el análisis de datos

Experiencia del usuario

- Interfaz de usuario intuitiva que permite a los profesionales del marketing navegar fácilmente por la plataforma.
- Disponibilidad de recursos de formación para ayudar a los usuarios a maximizar las capacidades de la plataforma.

Gestión de la calidad de los datos

- Herramientas para identificar duplicados, incoherencias y errores en los conjuntos de datos
- Procesos automatizados para mantener la exactitud de los datos a lo largo del tiempo

3. Requisitos funcionales

3.1 Recogida e integración de datos

Consejo: Concéntrese en las capacidades integrales de ingestión de datos que puedan manejar diversas fuentes y formatos de datos. La solución debe demostrar su capacidad para recopilar, normalizar y procesar datos en tiempo real, manteniendo al mismo tiempo la calidad de los datos y las normas de gobernanza.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Recogida e integración de datos	Recogida de datos de múltiples fuentes (en línea y fuera de línea)		
	Soporte de datos de origen		
	Soporte de datos de segundas partes		
	Soporte de datos de terceros		

	Capacidad de ingesta de datos en tiempo real		
	Tratamiento de datos estructurados		
	Tratamiento de datos no estructurados		

3.2 Perfiles unificados de clientes

Consejo: La capacidad de perfil de cliente unificado es la piedra angular de cualquier CDP. Asegúrese de que la solución puede mantener perfiles de cliente persistentes y actualizados periódicamente que combinen datos de todas las fuentes y resuelvan conflictos de identidad con eficacia.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Cliente unificado Perfiles	Vista única y completa del cliente creation		
	Resolución de identidades en todos los canales		
	Resolución de identidades entre dispositivos		
	Actualizaciones del perfil en tiempo real		

3.3 Persistencia y almacenamiento de datos

Consejo: evalúe las capacidades de almacenamiento de datos de la solución no sólo en términos de volumen, sino también de políticas de conservación de datos, velocidad de acceso y cumplimiento de la normativa sobre privacidad.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Persistencia y almacenamiento de datos	Almacenamiento indefinido de los datos introducidos de los clientes		
	Gestión de las restricciones de privacidad		

	Conservación de todos los detalles de los datos ingeridos		
--	---	--	--

3.4 Segmentación y gestión de audiencias

Consejo: *Busque capacidades de segmentación flexibles que puedan manejar definiciones de audiencia tanto simples como complejas, con la capacidad de actualizar los segmentos en tiempo real a medida que cambian los datos de los clientes.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Segmentación y gestión de audiencias	Funciones avanzadas de segmentación		
	Creación dinámica de segmentos		
	Gestión dinámica de segmentos		
	Actualizaciones de audiencia en tiempo real		

3.5 Activación y distribución de datos

Consejo: *Considere la eficacia con la que el CDP puede distribuir los datos de audiencia a sus sistemas de ejecución de marketing. La clave no es solo la conectividad, sino también la velocidad y la fiabilidad de la sincronización de datos.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Activación y distribución de datos	Intercambio unificado de datos de clientes con sistemas		
	Activación de datos en tiempo real en todos los canales de marketing		
	Integración de plataformas de ejecución de marketing		

3.6 Análisis e información

Consejo: evalúe tanto las capacidades analíticas listas para usar como la flexibilidad para realizar análisis personalizados. Ten en cuenta la capacidad de acción de las perspectivas y la facilidad con la que se pueden compartir entre los equipos.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Análisis e información	Análisis integrado del comportamiento de los clientes		
	Capacidad de modelización predictiva		
	Funciones de aprendizaje automático		
	Cuadros de mando personalizables		
	Herramientas de elaboración de informes personalizables		

3.7 Gestión de la privacidad y la conformidad

Consejo: asegúrese de que la solución ofrezca controles de privacidad exhaustivos que puedan adaptarse a la evolución de la normativa y, al mismo tiempo, mantener una gestión eficaz de los datos. El sistema debe demostrar una sólida gestión del consentimiento capaz de gestionar situaciones de privacidad complejas en distintas jurisdicciones.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Gestión de la privacidad y el cumplimiento	Herramientas de cumplimiento del RGPD		
	Herramientas de cumplimiento de la CCPA		
	Funciones de gestión del consentimiento		
	Mecanismos de gobernanza de datos		
	Mecanismos de control de acceso		

3.8 Procesamiento en tiempo real

Consejo: Las capacidades de procesamiento en tiempo real deben evaluarse no sólo por su velocidad, sino también por su fiabilidad y coherencia a escala. Tenga en cuenta tanto la latencia del procesamiento de datos como la capacidad del sistema para desencadenar acciones inmediatas basadas en esos datos procesados.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Procesamiento en tiempo real	Capacidad de tratamiento de datos en tiempo real		
	Capacidad de actuación en tiempo real		
	Apoyo a la toma de decisiones en tiempo real		
	Apoyo a la personalización en tiempo real		

4. Funciones basadas en IA

4.1 Interfaces de IA generativa

Consejo: Céntrese en las aplicaciones prácticas de las interfaces de IA y en cómo mejorarán la productividad de los usuarios y la accesibilidad a los datos, manteniendo al mismo tiempo la precisión y la seguridad.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Interfaces de IA generativa	Procesamiento del lenguaje natural para la interacción CDP		
	Interfaces de chat con IA para explorar datos		
	Interfaces de chat con IA para el análisis de datos		

4.2 Personalización basada en IA

Consejo: Evalúe cómo las funciones de personalización de IA pueden escalar a través de los canales, manteniendo al mismo tiempo la coherencia y la relevancia en las experiencias de los clientes.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Personalización basada en IA	Hiperpersonalización a escala		
	Adaptación de la experiencia en tiempo real en función de las preferencias		
	Adaptación de la experiencia en tiempo real en función del comportamiento		

4.3 Análisis predictivo y prevención de la pérdida de clientes

Consejo: Busque una precisión demostrada en los modelos predictivos y la capacidad de tomar medidas automatizadas basadas en predicciones, manteniendo la transparencia en el proceso de toma de decisiones.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Análisis predictivo y prevención de bajas	Algoritmos de anticipación del comportamiento de los clientes		
	Identificación de clientes de riesgo		
	Implantación automatizada de estrategias de retención		

4.4 Segmentación automatizada

Consejo: Considere tanto la sofisticación de los algoritmos de segmentación automatizada como su capacidad para adaptarse a los cambios en los comportamientos de los clientes y las necesidades empresariales.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Segmentación automatizada	Categorización de clientes basada en IA		
	Creación dinámica de segmentos basada en atributos		
	Creación dinámica de segmentos en función de los comportamientos		

4.5 Creación de contenidos con IA

Consejo: *Evalúe el equilibrio entre la automatización y el control humano en la creación de contenidos, asegurándose de que las sugerencias de la IA se ajustan a la voz de la marca y a los requisitos de cumplimiento.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Creación de contenidos con IA	Asistencia personalizada en los contenidos de las campañas de marketing		
	Generación automática de contenidos de correo electrónico		
	Creación automatizada de anuncios		

4.6 Análisis de sentimiento

Consejo: *Busque un análisis de opiniones exhaustivo que pueda gestionar varios idiomas y contextos y que, al mismo tiempo, proporcione información práctica para mejorar la experiencia del cliente.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Análisis del sentimiento	Medición de la emoción/percepción del cliente		
	Análisis de reacciones en tiempo real		
	Análisis de la interacción en las redes sociales		

4.7 Detección de anomalías

Consejo: *Céntrese en la capacidad del sistema para identificar anomalías significativas al tiempo que minimiza los falsos positivos y proporciona un contexto claro para la investigación.*

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Detección de anomalías	Identificación de patrones inusuales		

	Identificación de comportamientos inusuales		
	Señalización de problemas en tiempo real		
	Señalización de oportunidades en tiempo real		

4.8 Optimización del valor del ciclo de vida del cliente

Consejo: evalúe tanto la precisión de las predicciones de CLV como la capacidad de actuación de las recomendaciones de optimización proporcionadas por el sistema de IA.

Requisito	Subrequisito	S/N	Notas
Optimización del valor del ciclo de vida del cliente	Estrategias de maximización del valor a largo plazo		
	Modelización predictiva del valor para el cliente		
	Recomendaciones de optimización automatizadas		

5. Integración y escalabilidad

- Lista de integraciones necesarias con los sistemas comerciales y de marketing existentes
- API y capacidades de integración
- Escalabilidad para gestionar volúmenes de datos crecientes y la expansión del negocio

6. Experiencia de usuario e interfaz

- Facilidad de uso para usuarios de marketing y no técnicos
- Cuadros de mando e interfaces de información personalizables
- Accesibilidad móvil

7. Seguridad y conformidad

- Cifrado de datos y medidas de seguridad

- Cumplimiento de las normas y reglamentos del sector
- Auditorías de seguridad y actualizaciones periódicas

8. Aplicación y apoyo

- Proceso y calendario de aplicación
- Formación y apoyo a la incorporación
- Asistencia permanente al cliente y acuerdos de nivel de servicio

9. Precios y licencias

- Modelo de precios (por suscripción, por uso)
- Costes adicionales de aplicación, formación o asistencia
- Escalabilidad de precios a medida que crece el volumen de datos o la base de usuarios

10. Información del vendedor

- Antecedentes y estabilidad financiera de la empresa
- Referencias de clientes y casos prácticos
- Hoja de ruta de productos y planes de desarrollo futuro

11. 11. Criterios de evaluación

- Lista de criterios clave para evaluar a los proveedores de CDP
- Especificaciones del sistema de puntuación o ponderación

12. Formato de respuesta a la RFP y directrices de presentación

- Formato preferido para las respuestas de los proveedores
- Plazo de presentación
- Información de contacto para preguntas y aclaraciones

13. 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 del proveedor: [Fecha]
- Inicio del proyecto: [Fecha]