



Request For Proposal

CRM

20 de novembro de 2023

RFP

SUMÁRIO

QUEM É A EDITORA OPET	3
CONTATOS.....	4
INTRODUÇÃO	5
ESCOPO	6
RESTRIÇÕES	7
RECURSOS NECESSÁRIOS	8
CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	9
CRONOGRAMA	9
FORMATO DE PROPOSTAS	10
CONDIÇÕES DE CONTRATAÇÃO	11

1. Quem é a Editora Opet

A Editora Opet é uma instituição voltada para a área de educação. Reconhecidos por nossos esforços para fornecer soluções educacionais de qualidade, incluindo materiais didáticos e recursos pedagógicos. A Editora Opet atende uma ampla gama de clientes do setor educacional.

Sua missão é desenvolver materiais e métodos que promovam uma educação de qualidade e contribuam para o crescimento acadêmico e pessoal dos alunos. A instituição está comprometida com a inovação educacional e busca continuamente formas de aprimorar a experiência de aprendizagem por meio de tecnologia e abordagens pedagógicas eficazes. A Editora Opet está comprometida com a excelência educacional e está sempre em busca de soluções para melhorar o ensino e a aprendizagem.

2. Contatos

Endereço

Curitiba - PR

R. Dr. Zerbini, 56 - Santa Cândida

Cep: 82630-690

Tel: (41) 3123-4300

Lista de Representantes

Para quaisquer dúvidas ou comentários sobre este documento, por favor, entre contato com:

Analista de projetos de TI: Letícia Brudeck

leticiabrudeck@opet-sefe.com.br

Telefone: 41 99868 3044

R. Dr. Zerbini, 56 - Santa Cândida

Cep: 82630-690 – Curitiba – PR

Gerente de Tecnologia: Eduardo Luciano

eduardoluciano@opet-sefe.com.br

Telefone: 41 9739-1743

R. Dr. Zerbini, 56 - Santa Cândida

Cep: 82630-690 – Curitiba - PR

3. Introdução

A aquisição de um sistema de CRM (Customer Relationship Management, ou Gestão de Relacionamento com o Cliente) representa um marco estratégico para as organizações em busca de aprimorar suas práticas de atendimento e interação com clientes. Este processo se origina da necessidade de centralizar e otimizar a gestão de informações relacionadas aos clientes, abrangendo dados de contato, histórico de interações, preferências e outras informações pertinentes.

O principal impulso por trás dessa aquisição reside na aspiração de melhorar significativamente o relacionamento com os clientes. O CRM é percebido como uma ferramenta fundamental para oferecer um atendimento mais personalizado, eficiente e eficaz, contribuindo assim para o fortalecimento do relacionamento e a fidelização do cliente.

Além disso, a busca por eficiência operacional é um componente crucial desse contexto. A implementação de um sistema de CRM visa otimizar os processos internos, proporcionando uma visão centralizada e unificada das interações com os clientes. Isso, por sua vez, possibilita uma tomada de decisões mais informada e uma abordagem mais estratégica nas atividades de vendas, marketing e suporte ao cliente.

Em resumo, a aquisição de um CRM é impulsionada pela necessidade de aprimorar o relacionamento com os clientes, promover a eficiência operacional e garantir uma gestão mais eficaz das informações relevantes para o sucesso do negócio. Este processo é um investimento estratégico para a organização, visando aprimorar sua capacidade de atender às expectativas dos clientes e se destacar em um ambiente competitivo.

4. Escopo

4.1 Objetivo do Projeto

Implementar um sistema de Customer Relationship Management (CRM) para aprimorar a gestão de relacionamento com clientes, otimizar processos operacionais e promover uma abordagem mais estratégica nas atividades de vendas, marketing e suporte ao cliente.

4.2 Escopo do Produto

Módulos Principais do CRM:

Implementação dos módulos essenciais, incluindo gestão de contatos, rastreamento de interações, automação de vendas, relatórios e análises.

Integrações Necessárias:

Integração com e-mails, redes sociais, sistema de marketing, e ERP para garantir uma visão centralizada das informações.

Personalização do CRM:

Capacidade de personalizar campos, formulários e fluxos de trabalho para atender às necessidades específicas da organização.

Funcionalidades de Automação:

Implementação de funcionalidades de automação de campanhas de marketing vinculadas.

Gestão de Segmentos:

Categorização e gestão de diferentes segmentos de clientes, como escolas privadas e licitações.

Registro de Interactions:

Capacidade de registrar todas as interações com os clientes, incluindo visitas, comunicações por telefone e e-mails.

Checklist de Qualificação:

Implementação da coleta de informações de qualificação relacionadas a diferentes segmentos de clientes.

4.3 Trabalho a ser realizado:

Análise de Viabilidade:

Avaliação da viabilidade técnica e financeira do projeto, garantindo que esteja alinhado com os objetivos da organização.

Desenvolvimento do Sistema:

Design, programação, testes e implementação do sistema de CRM, conforme especificações definidas.

Treinamento de Usuários:

Planejamento e execução de programas de treinamento para garantir a efetiva utilização do novo sistema pelos usuários finais.

Testes e Garantia de Qualidade:

Estabelecimento de processos de teste rigorosos para garantir que o produto atenda aos requisitos e padrões de qualidade.

Implementação Gradual ou Total:

Decisão sobre a implementação gradual por fases ou total, considerando o impacto nas operações existentes.

Suporte Pós-Implementação:

Planejamento do suporte pós-implementação, incluindo resolução de problemas, atualizações e manutenção contínua.

Documentação:

Geração de documentação abrangente, incluindo manuais de usuário, guias de administração e qualquer outra documentação relevante.

5. Restrições

Orçamento Limitado:

O projeto opera dentro de um orçamento pré-definido, exigindo controle rigoroso dos custos para garantir a viabilidade financeira.

Recursos Humanos Limitados:

A disponibilidade de recursos humanos é restrita, com uma equipe dedicada ao projeto que precisa equilibrar suas responsabilidades regulares com as demandas do projeto de implementação do CRM.

Prazo de Implementação:

Existe um prazo definido para a conclusão do projeto, sendo crucial cumprir os marcos estabelecidos para garantir uma implementação oportuna.

Integrações Complexas:

A necessidade de integração com sistemas existentes, como o SAP, impõe desafios técnicos e temporais, limitando a simplicidade do processo.

Adaptação a Processos Internos:

O novo sistema de CRM deve se adaptar aos processos internos existentes da organização, limitando a possibilidade de uma remodelação completa dos fluxos de trabalho.

Aceitação dos Usuários Finais:

A aceitação e a adesão dos usuários finais ao novo sistema são essenciais, representando uma restrição que precisa ser gerenciada cuidadosamente.

Disponibilidade de Dados Históricos:

A migração de dados históricos dos sistemas anteriores para o novo CRM é uma restrição que requer cuidado para garantir precisão e integridade.

Conformidade com Regulamentações:

O projeto deve garantir a conformidade com regulamentações específicas do setor, impondo restrições adicionais relacionadas à segurança e privacidade dos dados.

Aceitação de Mudanças Organizacionais:

A implementação do CRM pode exigir mudanças na cultura organizacional, o que representa uma restrição relacionada à aceitação e adaptação dos membros da equipe.

6. Recursos Necessários

A execução dos trabalhos acontecerá em diferentes localidades, com uma coordenação centralizada na sede da Opet. A comunicação remota e a colaboração online serão essenciais para garantir a eficiência e a sinergia entre as equipes e recursos distribuídos.

Recursos Necessários para a Implementação do CRM:**1. Equipe de Projeto:**

Descrição: Engenheiros de software, desenvolvedores, analistas de sistemas, especialistas em CRM e gerentes de projeto.

Local de Execução: Editora Opet e ambientes remotos conforme necessário.

2. Infraestrutura de TI:

Descrição: Servidores, sistemas de armazenamento, hardware de rede.

Local de Execução: Data center da empresa ou provedor de serviços em nuvem.

3. Licenças de Software:

Descrição: Licenças para o software de CRM, ferramentas de desenvolvimento e quaisquer outras plataformas necessárias.

Local de Execução: Centralizado na Editora Opet

4. Ambiente de Desenvolvimento e Testes:

Descrição: Ambiente dedicado para o desenvolvimento e teste do sistema de CRM.

Local de Execução: Laboratório de TI na sede da empresa.

5. Rede e Conectividade:

Descrição: Infraestrutura de rede robusta para suportar comunicação entre o CRM, sistemas externos e usuários.

Local de Execução: Em toda a infraestrutura da empresa.

6. Treinamento:

Descrição: Materiais de treinamento, salas virtuais de treinamento, recursos online.

Local de Execução: Editora Opet e ambientes virtuais.

7. Tempo Adequado:

Descrição: Cronograma realista para todas as fases do projeto.

Local de Execução: Planejamento e monitoramento em toda a equipe de projeto.

8. Ferramentas de Colaboração:

Descrição: Ferramentas online para comunicação e colaboração eficientes.

Local de Execução: Acesso remoto e na sede da empresa.

9. Suporte Técnico:

Descrição: Serviços de suporte técnico para resolução de problemas.

Local de Execução: Editora Opet e contato remoto.

10. Orçamento Financeiro:

Descrição: Recursos financeiros para cobrir custos operacionais, licenças, treinamento e outros.

Local de Execução: Departamento financeiro da Editora Opet.

11. Fornecedores e Parceiros:

Descrição: Relacionamento com fornecedores e parceiros externos.

Local de Execução: Editora Opet e comunicação remota.

7. Critérios de Avaliação

Os critérios sob os quais o fornecedor será avaliado são:

ID	Critério	Descrição	Métrica
1	Cumprimento de Escopo	Cumprir todos os itens descritos na “Definição de Escopo”	100% de atendimento
2	Pontualidade	Cumprir os prazos descritos no “Cronograma”	Considera-se Aceito dentro da tolerância máxima de 10% de desvio de prazo
3	Qualidade	Avalia se os requisitos de qualidade definidos foram integralmente atendidos.	100% de aderência

8. Cronograma

Cronograma de Marcos:

PERÍODO DE SELEÇÃO

Lançamento da RFP	Dez/2023
Envio de dúvidas/questões	Jan/2024
Envio das propostas	Jan/2024
Divulgação do resultado	Fev/2024

PERÍODO DE EXECUÇÃO

Data Inicial do Projeto: Dez/2023

Data Final do Projeto: Dez/2024

9. Formato de Propostas

O formato esperado para as Propostas consiste nos seguintes tópicos:

- *Entrega do formulário de Cadastro na base de fornecedores*

- *Documento de Proposta contendo:*

- *Escopo*
- *Premissas e Restrições*
- *Responsabilidades*
- *Preço*
- *Aceite do Cronograma de Execução*
- *Revisão dos Critérios de Aceite*
- *Processo para gerenciamento do projeto, incluindo como será feito o acompanhamento e com que periodicidade será informado o status.*

- Modelo de precificação: Utilizar a tabela abaixo, com valores expressos em Reais (R\$).

Conta de Controle	Valor (R\$)
Entrega 1	
Entrega 2	
Despesas de traslado/viagens	
Total	

Devem ser entregues em formato DOC/PDF nos e-mails dos contatos responsáveis pela RFP.

10. Condições de contratação

Propriedade:

Todos os direitos de propriedade intelectual relacionados ao software de CRM desenvolvido durante o projeto serão transferidos para a empresa contratante após a conclusão bem-sucedida e pagamento integral.

Regras Contratuais:

O contrato estabelecerá claramente o escopo do projeto, prazos, entregáveis, responsabilidades de ambas as partes, critérios de aceitação, cronograma de pagamentos e quaisquer outras condições específicas do projeto.

Garantia:

O fornecedor garantirá a funcionalidade adequada do sistema de CRM pelo período acordado após a conclusão do projeto. Durante esse período, quaisquer problemas relacionados ao escopo acordado serão corrigidos sem custos adicionais.

Multas:

Multas serão aplicáveis em casos de atrasos significativos ou não conformidade com os critérios estabelecidos no contrato. A taxa de multa será especificada no contrato.

Responsabilidades:

As responsabilidades de ambas as partes serão claramente definidas no contrato, incluindo papéis específicos, comunicação, colaboração e entrega de materiais e informações necessárias.

Disputa

Em caso de disputa, ambas as partes concordarão em resolver por meio de negociação de boa-fé. Se a resolução não for alcançada, a disputa será encaminhada para mediação ou arbitragem, conforme acordado no contrato.

Foro:

O foro para qualquer litígio decorrente do contrato será estabelecido no contrato, garantindo clareza sobre a jurisdição e as leis aplicáveis.

Seguro:

O fornecedor deverá manter um seguro adequado para cobrir responsabilidades relacionadas ao projeto, conforme exigido por leis e regulamentos locais.

Alterações Contratuais:

Alterações no escopo, prazos ou outros elementos contratuais só serão válidas se acordadas por escrito por ambas as partes.

Observações Adicionais:

Todas as condições de contratação serão detalhadas em um contrato formal, que deverá ser revisado e assinado por ambas as partes antes do início do projeto.

A transparência e a comunicação aberta serão fundamentais para garantir a execução bem-sucedida do contrato e a satisfação de ambas as partes.