
FAES Convoca a las empresas de la SAFOR

Para la digitalización del pequeño comercio de Gandía

Desde FAES y en colaboración con la Regidoria de l'Àrea de Polítiques Econòmiques, Comerç, Indústria i Innovació del Ajuntament de Gandía, estamos buscando empresas con capacidad para implantar en el pequeño comercio de Gandía el uso de herramientas innovadoras de última generación para favorecer el comercio minorista por internet.

OBJETIVO

Implantar una plataforma apoyada por una estrategia de puesta en marcha y funcionamiento, que permita al pequeño comercio y consumidores de Gandía; interactuar en un entorno digitalizado ágil y dinámico, sin tener que especializarse en el uso de herramientas tradicionales de e-commerce, con una facilidad de generar transacciones para las empresas sin una gran experiencia en el manejo de Tics, garantizando al usuario la identificación de productos/servicios que pueda adquirir en Gandía.

En definitiva, un sistema con una gestión ágil y dinámica para ambas partes alineada con las tendencias actuales de uso en móvil y las herramientas más generalizadas para realizar transacciones al estilo de Wallapop, Vinted, Instagram shopping, Vibbo (segunda mano), Facebook shops, Shopify, etc., con una clara inspiración en la usabilidad de WhatsApp.

La idea base es generar una Market place multisectorial (tienda de tiendas), en la que cada empresa pueda decidir si sube directamente los productos al Market place o prefiere una solución de disponer de su propia tienda, que se integre automáticamente con el Market place global, de forma que los productos y servicios que se carguen por cada empresa deben retroalimentar el Market place global.

En el mismo podrá encontrar concentrada toda la oferta de productos y servicios de la Safor, bien gestionado por el Market place o bien por la propia tienda de cada uno de los ofertantes de producto, que estarán categorizados, disponiendo así mismo de un buscador.

El sistema debe permitir que tanto la carga de productos como su gestión pueda realizarse desde un móvil sin necesidad de un extenso conocimiento de manejo de tics. Inspiracionalmente la propuesta debe permitir un grado de usabilidad similar a subir y gestionar un anuncio a plataformas de venta como las comentadas.

El proyecto tiene dos fases diferenciadas.

- La primera enfocada a ofrecer en un corto espacio de tiempo solución concreta a la demanda, que es el objeto de esta convocatoria, y que deberá poder concretarse en 2020
- Una segunda fase de propuestas innovadoras presupuestadas para ejecutar en 2021.

La propuesta debe contener información sobre:

A.- ASPECTOS TECNOLÓGICOS DE LA SOLUCIÓN PROPUESTA.

- Arquitectura global del sistema propuesto:
 - Identificación de la plataforma base y por qué la misma cumple las especificaciones indicadas.
 - Identificación de módulos específicos a desarrollar/integrar para cumplir especificaciones.
- Definición de la forma en la que cada comercio pueda elegir entre subir los productos al Market place o tener su propia presencia, pero que los productos/servicios que se carguen en cada tienda alimenten directamente a un Marketplace global de Gandia, o tienda de tiendas.
- Capacidad para incorporar empresas que ya tengan e-commerce. Que aplicaciones de las existentes en el mercado pueden tener conectividad directa con el Market place.
- Usabilidad de la herramienta a través de móvil y APP
- Posibilidades de escalabilidad e innovación en la herramienta.
 - Propuestas de ideas para que la herramienta sea realmente innovadora.
 - Propuestas de cuestiones abordables en una segunda fase con un alto grado de Innovación.

B.- CAPACIDAD DE LA EMPRESA.

- Experiencia previa de la empresa en el desarrollo de soluciones de Market place y referencias en el uso de la herramienta.
- Capacidad técnica del equipo de desarrollo y de MK (recursos humanos dedicados y cualificación).
- Sede social de la empresa.

C.- PRESUESTO FASE 1.

- Presupuesto del proyecto con plazos y costes teniendo en cuenta las siguientes tareas.
 - Plan de marketing y lanzamiento. Propuesta de cómo bajo su punto de vista debería realizarse la implantación del proyecto, la captación de empresas que quieran colocar sus productos y la captación de clientes. Difusión de la herramienta.
 - Propuesta de plan de formación de usuarios y tutoriales.
 - Desarrollo de tutoriales on line.
 - Propuesta de bolsa de horas para formación global de la herramienta.
 - Coste a asumir por el Market place.

- Propuesta de SEO/SEM del Market place.
- Definición del coste de hosting, licencias y gestión de dominio.
- Coste y horas por implantación del Market place sobre herramienta comercial (formación y parametrización de la herramienta)
- Coste y horas de desarrollo para mejorar la usabilidad de la herramienta comercial al reto definido.
- Propuesta de coste SEO/SEM para Market place
- Coste a asumir por cada empresa.
 - Definición del coste de hosting, licencias y gestión de dominios por usuario.
 - Coste y horas por implantación en cada empresa (formación y parametrización de la herramienta)
 - Propuesta de coste SEO/SEM por tienda integrada.
- Coste de mantenimiento anual.
 - Para el Market place.
 - Para cada empresa.
 -

D.- PRESUESTO FASE 2.

- Propuesta de soluciones innovadoras para una segunda fase.

RESTRICCIONES

- El coste del desarrollo inicial debe ser escalable y basado en herramientas existentes en el mercado que puedan personalizarse para el caso de uso concreto, lo que acorta plazos y costes.
- El desarrollo a realizar puede ser monetizado en otras zonas por la empresa seleccionada por FAES, por lo que los costes de desarrollo del mismo deberán de tener en cuenta esta posibilidad.
- La empresa adjudicataria deberá indicar cómo poder superar las barreras de esta herramienta en cuanto a estos aspectos concretos:
 - En un entorno como el actual muchos ayuntamientos van a desarrollar herramientas similares y hay que diferenciarse.
 - Integración entre las principales herramientas del mercado de forma automatizada.
 - Usabilidad para usuario y ofertante. Facilidad de cargar productos/servicios y de gestionar el proceso de venta tanto para el cliente como para el ofertante orientado a perfiles con baja experiencia en el manejo de tics.
 - Gestión de cobros. Integración de pasarelas de pago sencillas e intuitivas. Opción de intermediadas por el portal vs gestionadas por el propio usuario (empresa). Parametrización de tipo de gestión de cobro de cada comercio de forma intuitiva.
 - Gestión de disponibilidad de producto/servicio.
 - Para las empresas que ofrezcan servicios, posibilidad de gestionar reservas
 - Gestión de transporte y envío. Gestión logística. Parametrización de tipo de gestión logística de cada comercio de forma intuitiva (recogida en tienda, entrega por parte de personal de la empresa, entrega por terceros con trazabilidad) con potencial gestión de

estado (recibido pago, producto ya preparado, producto enviado, etc.).

- Posibilidad de envíos entre tiendas. Ofrecer la recogida en una tienda cercana a tu domicilio, potenciando la visita entre comercios
- Posibilidad de envíos en el mismo día.
- Debe permitir una gestión de leads y de usuarios tanto por parte de las empresas a las que se le haya adquirido sus productos (la herramienta debe permitir guardar estos contactos para acciones de marketing de esa empresa con ese cliente), y la plataforma debe hacer lo mismo con todos los clientes que hayan realizado interacciones en la plataforma, cumpliendo en ambos casos la RGD
- Disponer de una estrategia automatizada para canalizar bonos de fidelización a los asistentes registrados, identificando compradores líderes, dinamizando el portal a través de campañas.
- Propuestas de posibles usos de los datos geolocalizados de los usuarios.
- Propuestas de posibles usos de los datos geolocalizados de los ofertantes.
- Se valorará las potencialidades de la herramienta en un contexto de multicanalidad-multiplataforma, por lo que las integraciones sencillas con las herramientas líderes del mercado serán muy valoradas (subiendo a Instagram, Facebook shop u otros e-commerce del mercado quede así mismo integrada la subida en la herramienta, y/o viceversa).
- Posibilidad de integración de los e-commerce existentes en un Marketplace, integrador.
- Sistema de gestión del Market place global.
- Posibilidad de chatear con la tienda.
- Plan de formación para los usuarios.
- Plan de promoción.
- Tutoriales claros y operativos y horas de soporte para empresas.

La propuesta presentada se realizará en formato PDF y una extensión que no supere las **tres páginas**. (referencias no incluidas), con una definición clara de los siguientes aspectos:

- ✓ **A.- ASPECTOS TECNOLÓGICOS DE LA SOLUCIÓN PROPUESTA.**
- ✓ **B.- CAPACIDAD DE LA EMPRESA.**
- ✓ **C.- PRESUESTO FASE 1.**
- ✓ **D.- PRESUESTO FASE 2.**

Se **valorará un modelo de negocio** adaptado al pequeño comercio de Gandía, así como su sostenibilidad en el tiempo, la facilidad de uso e innovación. Las empresas interesadas deberán enviar una propuesta a info@faesafor.com antes del día 10 de diciembre 2020.

Las soluciones presentadas serán valoradas por un comité de expertos que seleccionara la propuesta que mejor responda a las especificaciones.