

Belgium-Antwerp: Software package and information systems

OJ S 118/2022 21/06/2022

Contract notice

Supplies

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: AG Digipolis Antwerpen

National registration number: 0751.541.350_640099

Postal address: Generaal Armstrongweg 1

Town: Antwerpen

NUTS code: BE211 Arr. Antwerpen

Postal code: 2020

Country: Belgium

Contact person: Steven Grysolle

E-mail: steven.grysolle@digipolis.be

Internet address(es):

Main address: <http://www.digipolis.be>

Address of the buyer profile: <https://enot.publicprocurement.be/enot-war/preViewNotice.do?noticeId=449504>

I.2. Information about joint procurement

The contract is awarded by a central purchasing body

I.3. Communication

The procurement documents are available for unrestricted and full direct access, free of charge, at: <https://enot.publicprocurement.be/enot-war/preViewNotice.do?noticeId=449504>

Additional information can be obtained from the abovementioned address

Tenders or requests to participate must be submitted electronically via: <https://eten.publicprocurement.be/etendering/viewWorkspacesBasedOnExtUrl.do?wsName=DP-A-A002380-F02>

I.4. Type of the contracting authority

Other type: AGB

I.5. Main activity

Other activity: ICT

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement

II.1.1. Title

Raamovereenkomst voor implementatie en beheer van Customer Data Platform

Reference number: DP-A-A002380-F02_0

II.1.2.

Main CPV code

48000000 Software package and information systems

II.1.3. Type of contract

Supplies

II.1.4. Short description

Het Customer (Marketing) Data Platform is een transversaal project dat door Marketing gestuurd wordt. Het Customer Data Platform zal gegevens van elk mogelijk kanaal en/of systeem verzamelen en vervatten tot een coherente bron om de relatie van de stad Antwerpen met haar klanten te verrijken. Om tot deze rijkere klantervaring te komen zal het Customer Data Platform rond vier kernthema's opgebouwd worden.

Data collection:

Het Customer Data Platform verzamelt gegevens uit onze "first party" bronnen, individuele klantgegevens. Het gaat in deze om klantgegevens van volgende types;

Demografische datasets van gekende profielen

van conventionele aard (persoon inherent)

van digitale aard (device)

Soft interaction data

Online gedrags informatie van onbekende en bekende profielen

Datasets die een engagement vertalen (pre conversion)

Hard interaction data: Transactionele datasets (info as from transaction, bv. gegevens over inschrijvingen, ticketverkoop)

Het project CDP is onderdeel van het programma "vraaggestuurde vrije tijd" waarbinnen we de relatie van de stad Antwerpen met haar klanten zullen verrijken en tot een gebruiksvriendelijker ervaring maken. In het vraaggestuurde vrijetijdsprogramma zullen enerzijds bronnen en bron applicaties worden vernieuwd (denk bv. aan een Antwerpen App of nieuwe webshops voor ticketverkoop van cultuur en sportevenementen) en anderzijds rapportagetools worden opgezet om beleidsvoorbereidend, beleidsvormend en resultaatgericht werk te kunnen uitvoeren. Business Intelligence zal zich daarbij enkel richten op transactionele data (hard).

Een belangrijk onderscheid tussen de BI benadering en het CDP vertaalt zich daarenboven ook in de analyse van het aantal concepten. CDP zal zich uitsluitend richten op het perspectief van de Klant. Terwijl Business Intelligence voornamelijk de rapportage zal bevatten die opgemaakt wordt vanuit het perspectief van de instelling, het artikel, een reeks voorstellingen, etc ...

Profile unification:

Het Customer Data Platform consolideert profielen op persoonsniveau. De gebruiker /marketeer bepaalt welke attributen daarvoor aangewend worden en kan werken met het kunnen toekennen van extra attributen. Marketing en communicatiediensten beschikken in het profile unification proces maximaal over het beheer van profielen op basis van verschillende data collection assets. Koppelen en/of ontdubbelen van profiel(en) gebeurt maximaal gebruiksvriendelijk met belangrijke aandacht voor de usability (UX & UI) vanuit het standpunt van de marketeer.

Segmentation:

Er wordt binnen dit proces voorzien dat de marketeer rule based segmenten kan aanmaken. De aanmaak van automated segmentation en werken met propensity models (inzetten van wiskundige modellen om gedrag van klanten in te schatten, bv. die klanten identificeren

waarvan de kans het grootst is dat ze ingaan op een vorm van call to action, of een offerte ...) kunnen tot de scope behoren. Ook bij het samenvoegen van bronnen zal bijzondere aandacht geschonken worden aan AVG.

Business Intelligence zal zich in de vergelijkbare domeinen van profile unification en segmentation enkel richten op het genereren van output in de vorm van beleidsrapportage. De UI & UX in BI zal gericht zijn op het visualiseren van de analyses en niet zozeer op activation.

Activation:

De output van het CDP moet in staat zijn instructies uit te sturen naar specifieke tools voor het uitvoeren van e-mail campagnes, mobiele campagnes, advertenties en andere kanalen. We voorzien op termijn, aansluitend op het CDP ook Marketing Automation.

Het CDP vervult kortom de doelstellingen:

van eenduidige klant kennis.

verbeterde gepersonaliseerde marcom campagnes naar eindklant

verbeterde interactie met de klant over alle digitale touchpoints heen

II.1.5. Estimated total value

Value excluding VAT: 359 504,00 EUR

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.2. Description

II.2.2. Additional CPV code(s)

72200000 Software programming and consultancy services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: BE211 Arr. Antwerpen

II.2.4. Description of the procurement

Context en inhoud van de opdracht

Het Customer (Marketing) Data Platform is een transversaal project dat door Marketing gestuurd wordt. Het Customer Data Platform zal gegevens van elk mogelijk kanaal en/of systeem verzamelen en vervatten tot een coherente bron om de relatie van de stad Antwerpen met haar klanten te verrijken. Om tot deze rijkere klantervaring te komen zal het Customer Data Platform rond vier kernthema's opgebouwd worden.

Data collection:

Het Customer Data Platform verzamelt gegevens uit onze "first party" bronnen, individuele klantgegevens. Het gaat in deze om klantgegevens van volgende types;

Demografische datasets van gekende profielen

van conventionele aard (persoon inherent)

van digitale aard (device)

Soft interaction data

Online gedragsinformatie van onbekende en bekende profielen

Datasets die een engagement vertalen (pre conversion)

Hard interaction data: Transactionele datasets (info as from transaction, bv. gegevens over inschrijvingen, ticketverkoop)

Het project CDP is onderdeel van het programma "vraaggestuurde vrije tijd" waarbinnen we de relatie van de stad Antwerpen met haar klanten zullen verrijken en tot een gebruiksvriendelijker ervaring maken. In het vraaggestuurde vrijetijdsprogramma zullen enerzijds bronnen en bron applicaties worden vernieuwd (denk bv. aan een Antwerpen App of nieuwe webshops voor ticketverkoop van cultuur en sportevenementen) en anderzijds

rapportagetools worden opgezet om beleidsvoorbereidend, beleidsvormend en resultaatgericht werk te kunnen uitvoeren. Business Intelligence zal zich daarbij enkel richten op transactionele data (hard).

Een belangrijk onderscheid tussen de BI benadering en het CDP vertaalt zich daarenboven ook in de analyse van het aantal concepten. CDP zal zich uitsluitend richten op het perspectief van de Klant. Terwijl Business Intelligence voornamelijk de rapportage zal bevatten die opgemaakt wordt vanuit het perspectief van de instelling, het artikel, een reeks voorstellingen, etc ...

Profile unification:

Het Customer Data Platform consolideert profielen op persoonsniveau. De gebruiker /marketeer bepaalt welke attributen daarvoor aangewend worden en kan werken met het kunnen toekennen van extra attributen. Marketing en communicatiediensten beschikken in het profile unification proces maximaal over het beheer van profielen op basis van verschillende data collection assets. Koppelen en/of ontdubbelen van profiel(en) gebeurt maximaal gebruiksvriendelijk met belangrijke aandacht voor de usability (UX & UI) vanuit het standpunt van de marketeer.

Segmentation:

Er wordt binnen dit proces voorzien dat de marketeer rule based segmenten kan aanmaken. De aanmaak van automated segmentation en werken met propensity models (inzetten van wiskundige modellen om gedrag van klanten in te schatten, bv. die klanten identificeren waarvan de kans het grootst is dat ze ingaan op een vorm van call to action, of een offerte ...) kunnen tot de scope behoren. Ook bij het samenvoegen van bronnen zal bijzondere aandacht geschonken worden aan AVG.

Business Intelligence zal zich in de vergelijkbare domeinen van profile unification en segmentation enkel richten op het genereren van output in de vorm van beleidsrapportage. De UI & UX in BI zal gericht zijn op het visualiseren van de analyses en níét zozeer op activation.

Activation:

De output van het CDP moet in staat zijn instructies uit te sturen naar specifieke tools voor het uitvoeren van e-mail campagnes, mobiele campagnes, advertenties en andere kanalen. We voorzien op termijn, aansluitend op het CDP ook Marketing Automation.

Het CDP vervult kortom de doelstellingen:

van eenduidige klant kennis.

verbeterde gepersonaliseerde marcom campagnes naar eindklant

verbeterde interactie met de klant over alle digitale touchpoints heen.

II.2.5. Award criteria

Price is not the only award criterion and all criteria are stated only in the procurement documents

II.2.6. Estimated value

II.2.7. Duration of the contract, framework agreement or dynamic purchasing system

Duration in months: 48

This contract is subject to renewal: no

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

II.2.11. Information about options

Options: no

II.2.13.

Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds:
no

II.2.14. Additional information

Section III: Legal, economic, financial and technical information

III.1. Conditions for participation

III.1.3. Technical and professional ability

Minimum level(s) of standards possibly required:

Klasse: N/A, Categorie: N/A

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Competitive procedure with negotiation

IV.1.3. Information about a framework agreement or a dynamic purchasing system

The procurement involves the establishment of a framework agreement

Framework agreement with a single operator

IV.1.5. Information about negotiation

IV.1.8. Information about the Government Procurement Agreement (GPA)

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement: yes

IV.2. Administrative information

IV.2.2. Time limit for receipt of tenders or requests to participate

Date: 18/07/2022 Local time: 10:30

IV.2.3. Estimated date of dispatch of invitations to tender or to participate to selected candidates

IV.2.4. Languages in which tenders or requests to participate may be submitted

Dutch

Section VI: Complementary information

VI.1. Information about recurrence

This is a recurrent procurement: no

VI.3. Additional information

VI.4. Procedures for review

VI.4.1. Review body

Official name: Raad van State

Town: BRUSSEL

Country: Belgium

VI.5. Date of dispatch of this notice

16/06/2022