

فراخوان درخواست ارائه پیشنهاد (RFP)

جهت جذب شریک اجرایی برای خدمات یکپارچه بازاریابی، شخصی سازی، توزیع و پشتیبانی
پروژه شناسه GLN

شماره فراخوان: GS1IR-SVC-RFP-۰۱-۱۴۰۴

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۶/۱۵

منتشر کننده (کارفرما): مرکز ملی شماره گذاری کالا و خدمات ایران (نماینده رسمی سازمان GS1 جهانی)

بخش ۱: مقدمه و اطلاعات کلی

۱-۱. خلاصه اجرایی:

در راستای پروژه ملی شناسه دار کردن و تعیین موقعیت مکانی واحدهای صنفی و تجاری کشور از طریق شناسه موقعیت مکانی (GLN) و مصوبه هیات عالی نظارت بر سازمان های صنفی کشور در این خصوص، مرکز ملی شماره گذاری کالا و خدمات ایران در نظر دارد کلیه فرآیندهای بازاریابی، شخصی سازی (چاپ اطلاعات متغیر)، بسته بندی، ارسال، فعال سازی و پشتیبانی مشتریان را به یک شریک اجرایی توانمند و متخصص برون سپاری نماید. این پیمانکار به عنوان بازوی عملیاتی و تجاری پروژه، مسئولیت کامل چرخه ارتباط با مشتری، از جذب و فروش تا نصب و پشتیبانی پس از آن را بر عهده خواهد داشت.

۱-۲. هدف از انتشار RFP:

هدف این فراخوان، شناسایی و انتخاب یک شریک استراتژیک است که بتواند با تعریف و اجرای یک مدل کسب و کار پایدار، اهداف کمی پروژه (فروش حداقل ۵۰۰,۰۰۰ شناسه در سال اول) را محقق سازد. پیمانکار منتخب باید زیرساخت های لازم در حوزه های فروش، فناوری اطلاعات، عملیات و پشتیبانی مشتری را در اختیار داشته باشد یا ایجاد نماید.

۱-۳. مدل همکاری:

- **تجهیزات و مواد اولیه:** برچسب های پایه (خام)، چاپگرهای صنعتی، مواد مصرفی (رزین) و خدمات پشتیبانی فنی این تجهیزات توسط کارفرما (پیمانکار منتخب فراخوان GS1IR-MFG-SVC-۱۴۰۴-۰۱) تأمین شده و در اختیار این پیمانکار قرار می گیرد.

- **مسئولیت پیمانکار دوم (شما):** استفاده از این تجهیزات برای اجرای کامل خدمات تعریف شده در این سند.

۴-۱. اطلاعات تماس:

کلیه مکاتبات، سؤالات و ارسال پیشنهادات باید به صورت رسمی و کتبی به آدرس زیر ارسال گردد:

- **واحد مسئول:** تحقیق و توسعه بازار
- **شخص پاسخگو:** مهدی براتی
- **شماره تلفن:** ۰۲۱۵۲۱۲۴ داخلی ۳۴۵
- **نشانی:** میدان فاطمی خیابان جویبار کوچه میرهادی شرقی پلاک ۴

بخش ۲: دامنه جامع پروژه و شرح خدمات مورد نیاز (Scope of Work)

پیمانکار منتخب مسئولیت اجرای کامل فازهای زیر را به صورت یکپارچه بر عهده دارد:

فاز اول: بازاریابی و جذب متقاضی (Marketing & Sales)

۱. **تدوین و اجرای برنامه بازاریابی:** ارائه و اجرای پلن بازاریابی برای معرفی ارزش GLN به واحدهای صنفی و تجاری.
۲. **تحقق اهداف فروش:** تعهد به فعال سازی حداقل ۵۰۰,۰۰۰ برچسب GLN در سال اول قرارداد.
۳. **مدیریت فرآیند بازاریابی:** ایجاد کانالهای بازاریابی (آنلاین، تلفنی، حضوری)، ثبت اطلاعات متقاضی، و پردازش پرداخت.
۴. **جمع آوری داده‌ها:** دریافت اطلاعات دقیق متقاضی (نام، آدرس، کد پستی، اطلاعات تماس) و ورود آن به پلتفرم نرم‌افزاری.

ارائه اپلیکیشنی که میان اصناف اتحادیه ها و اتاق ها مورد شناخت و استفاده باشد و ایجاد قابلیت ارزش افزوده برای مخاطبان را داشته باشد امتیاز محسوب می شود. در صورت وجود پیشنهادات نحوه تحویل مالکیت این اپلیکیشن و قابلیت های آن در پیشنهاد ارائه گردد.

تبصره: همه نمایندگی های مرکز می توانند بازاریابی و فروش کد GLN به کسب و کار و اصناف را انجام دهند و این موضوع منحصر به برنده این مناقصه نخواهد بود.

فاز دوم: شخصی سازی و آماده سازی (Preparation & Personalization)

۵. چاپ اطلاعات متغیر: دریافت داده‌های متقاضی از پلتفرم و چاپ اطلاعات متغیر (شامل شناسه GLN، بارکد دوبعدی DataMatrix/QR Code) بر روی برچسب‌های خام با استفاده از چاپگرهای تأمین‌شده.

۶. خرید پاکت، بسته‌بندی و آماده‌سازی برای ارسال: تهیه پاکت‌های امن، قرار دادن برچسب شخصی‌شده در پاکت، فراخوانی سرویس شرکت پست جهت دریافت بارکد پستی، و الصاق آن بر روی پاکت.

فاز سوم: لجستیک، ارسال و فعال‌سازی میدانی (Field Activation & Logistics)

۷. مدیریت ارسال: تحویل مرسوله‌ها به پست و رهگیری سیستمی و خودکار وضعیت بسته تا زمان تحویل به متقاضی و ثبت اطلاعات کد رهگیری پستی در سامانه GLN

۸. عملیات فعال‌سازی میدانی:

- الصاق برچسب در محل استاندارد کسب‌وکار توسط نماینده میدانی (پستچی یا بازرس).
- اسکن بارکد GLN و ثبت موقعیت جغرافیایی دقیق (Geo-tagging) از طریق اپلیکیشن موبایل.
- تهیه مستندات تصویری از محل الصاق برچسب.
- تغییر وضعیت شناسه به “فعال” در سیستم مرکزی از طریق کد فعال‌سازی دو مرحله‌ای.

فاز چهارم: پشتیبانی و مدیریت ارتباط با مشتری (CRM & Customer Support)

۹. راه‌اندازی مرکز تماس: ایجاد و مدیریت مرکز تماس (Call Center) برای پاسخگویی به سوالات، مشکلات و شکایات متقاضیان.

۱۰. ارائه پشتیبانی چندکاناله: ارائه خدمات پشتیبانی از طریق تلفن، ایمیل، و چت‌بات آنلاین.

۱۱. مدیریت SLA پشتیبانی: تعهد به رعایت استانداردهای کیفی در پاسخگویی (مانند حداکثر زمان انتظار).

بخش ۳: الزامات فنی، عملیاتی و پشتیبانی

- پلتفرم نرم‌افزاری یکپارچه: ارائه یک پلتفرم (یا مجموعه‌ای از سیستم‌ها) که بتواند فرآیندهای CRM، فروش، چاپ، انبارداری، لجستیک و تیکتینگ پشتیبانی ضمن اتصال به پرتال مرکز که GLN ها را صادر می نماید را مدیریت کند.
- توانایی یکپارچه‌سازی (API): توانایی فنی اثبات‌شده برای اتصال به وب‌سرویس‌های مرکز GS1، شرکت پست و درگاه‌های پرداخت.

- اپلیکیشن موبایل میدانی: ارائه یک اپلیکیشن کامل برای مأمورین بازرسی و پلیس و پست با قابلیت‌های اسکن، ثبت GPS، آپلود عکس، و به‌روزرسانی وضعیت به صورت آفلاین و آنلاین.
- زیرساخت مرکز تماس: ارائه راهکار برای مرکز تماس (نرم‌افزار، خطوط تلفن و...).

بخش ۴: توافق‌نامه سطح خدمات (SLA) و شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI)

پیمانکار باید متعهد به دستیابی به شاخص‌های زیر باشد:

حوزه عملکرد	(KPI) شاخص کلیدی عملکرد	هدف (Target)
فعالسازی	تعداد فعالسازی موفق در ماه	حداقل ۴۲,۰۰۰ عدد
شخصی‌سازی	درصد خطای چاپ (ناخوانا بودن، اطلاعات اشتباه)	کمتر از ۰,۱٪
لجستیک	زمان از ثبت سفارش تا تحویل به پست	حداکثر ۸ ساعت کاری
فعال‌سازی	درصد فعال‌سازی موفق در اولین مراجعه	بالای ۹۵٪
پشتیبانی	میانگین زمان انتظار در مرکز تماس (Average Wait Time)	کمتر از ۹۰ ثانیه
پشتیبانی	نرخ حل مشکل در اولین تماس (First Call Resolution)	بالای ۷۵٪

بخش ۵: ساختار مورد نیاز برای ارسال پیشنهاد (پروپوزال)

پیشنهاددهندگان موظفند مدارک خود را در سه پاکت مهر و موم شده جداگانه به شرح زیر به دبیرخانه (مندرج در بخش ۱) تحویل نمایند:

پاکت الف: ضمانت نامه

۱. یک فقره ضمانت‌نامه بانکی معتبر و بدون قید و شرط به مبلغ و مدت اعتبار مشخص شده در اسناد فراخوان.

پاکت ب: پیشنهاد فنی

۱. معرفی شرکت و صلاحیت‌ها: سوابق در حوزه فروش B2B، بازاریابی، عملیات لجستیک و مدیریت مرکز تماس.

۲. شرح راهکار و برنامه اجرایی (Execution Plan & Solution):

- طرح کسب و کار (Business Plan): شامل استراتژی فروش و بازاریابی برای رسیدن به هدف ۵۰۰ هزارتایی.
 - نقشه فرآیند (Process Map): تشریح دقیق نحوه اجرای هر چهار فاز پروژه.
 - معرفی زیرساخت فنی: دمو یا مستندات پلتفرم نرم‌افزاری، اپلیکیشن موبایل و راهکار مرکز تماس.
۳. پیش‌نویس سطح خدمات (SLA): ارائه متن پیشنهادی SLA بر اساس جدول بخش

- سوابق اجرایی و مشتریان کلیدی: ارائه پروژه‌های موفق در مقیاس بزرگ.
- نامه رسمی اعلام حضور در فراخوان با امضای صاحبان امضای مجاز.
- پروپوزال فنی کامل مطابق ساختار خواسته شده در بخش ۵ سند RFP اصلی.
- اساسنامه، آگهی آخرین تغییرات، و رزومه کامل شرکت.
- مستندات سوابق کاری مرتبط (قراردادها، رضایت‌نامه‌ها).
- رزومه اعضای کلیدی تیم پروژه.
- صورت‌های مالی حسابرسی شده دو سال اخیر.
- پیش‌نویس توافق‌نامه سطح خدمات (SLA) پیشنهادی.
- گواهی‌نامه‌های استاندارد (در صورت وجود).

پاکت ج: پیشنهاد مالی

۱. پیشنهاد مالی (Financial Proposal):

- مدل تقسیم درآمد (Revenue Sharing Model): پیشنهاد درصد سهم پیمانکار از درآمد حاصل از فروش هر پکیج GLN به مصرف‌کننده نهایی.
 - تحلیل هزینه-فایده: ارائه جزئیات هزینه‌های عملیاتی برای توجیه درصد درخواستی.
۲. یک برگه شامل درصد پیشنهادی برای سهم از درآمد (Revenue Share) که به صورت عددی و حروفی مشخص شده و به امضای صاحبان امضای مجاز رسیده باشد.
۳. هرگونه اطلاعات دیگر یا قید و شرط در این پاکت موجب حذف پیشنهاد خواهد شد.

بخش ۶: مدل همکاری و چارچوب مالی

۱. مدل همکاری دو-پیمانکار (Two-Contractor Model):

این پروژه بر اساس همکاری هماهنگ دو پیمانکار مجزا که توسط کارفرما (مرکز GS1 ایران) انتخاب می‌شوند، اجرا خواهد شد:

- پیمانکار اول (تأمین‌کننده زیرساخت فیزیکی - منتخب فراخوان MFG): مسئولیت تأمین برچسب‌های پایه خام، چاپگرهای صنعتی، مواد مصرفی (رزین) و ارائه خدمات پشتیبانی فنی برای این تجهیزات را بر عهده دارد. این پیمانکار به عنوان تأمین‌کننده استراتژیک برای پیمانکار دوم عمل می‌کند.
- پیمانکار دوم (شریک اجرایی - منتخب این فراخوان): مسئولیت کامل چرخه تجاری و عملیاتی پروژه شامل بازاریابی، فروش، دریافت داده‌های مشتری، شخصی‌سازی (چاپ متغیر)، لجستیک، فعال‌سازی میدانی و پشتیبانی کامل مشتریان را بر عهده دارد.

۲. چارچوب مالی (Financial Framework):

- مدل درآمدی: این پروژه بر اساس مدل تقسیم درآمد (Revenue Sharing) از محل فروش هر پکیج شناسه GLN به مصرف‌کننده نهایی (واحد صنفی/تجاری) اجرا می‌شود.
- قیمت‌گذاری: قیمت نهایی فروش هر پکیج به مصرف‌کننده توسط کارفرما تعیین و به پیشنهاددهندگان اعلام خواهد شد.
- جریان مالی:
 ۱. متقاضی (واحد صنفی) هزینه پکیج را از طریق درگاه پرداخت متصل به حساب کارفرما پرداخت می‌کند.
 ۲. در پایان هر دوره مالی مشخص (مثلاً ماهانه) و یا به طور تسهیم آنی، کارفرما بر اساس گزارش‌های فروش تأیید شده، سهم پیمانکار دوم را بر اساس درصد توافق‌شده در قرارداد، محاسبه و پرداخت می‌نماید.
- نکته کلیدی برای پیشنهاددهندگان: درصد سهم درخواستی شما (Revenue Share) باید پوشش‌دهنده کلیه هزینه‌های عملیاتی شما باشد. این هزینه‌ها شامل (و نه محدود به) موارد زیر است:
 - هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات.
 - حقوق و دستمزد تیم نرم افزار، بازاریاب، پشتیبانی و عملیات.
 - هزینه‌های لجستیک و ارسال به پست

پیشنهاد دهنده باید ضمن ارائه آنالیز هزینه‌های خود در نهایت مبلغی که از محل صدور هر GLN که طبق دستورالعمل هیات عالی نظارت بر سازمان های صنفی ابلاغ شده است بابت خدمات ارائه شده در این RFP می‌خواهد اعلام نماید.

تنها این مبلغ اعلامی به عنوان ملاک عمل مورد بررسی قرار میگیرد و لازم است پیشنهاد دهنده تمام هزینه های خود را در پیشنهاد قیمت هر GLN که چاپ و ارسال و احراز و فعالسازی می شود اعلام نماید.

تبصره: حق العمل ثبت اطلاعات و نظارت بر کیفیت اطلاعات جدا از این RFP بوده و مطابق دستورالعمل مربوطه که توسط هیات عالی نظارت بر سازمان های صنفی کشور ابلاغ شده به هر یک از نمایندگی های مرکز که امر را انجام دهند پرداخت می گردد.

بخش ۷: فرآیند ارزیابی و زمان بندی

- آخرین مهلت ارسال پیشنهادها: ۱۴۰۴/۰۶/۲۴ :
- ارزیابی کیفی و فنی پیشنهادها: ۱۴۰۴/۰۶/۳۰
- اعلام لیست کوتاه به کمیسیون مالی معاملاتی: ۱۴۰۴/۰۷/۰۶
- اعلام برنده نهایی: ۱۴۰۴/۰۷/۰۸

بخش ۸: معیارهای ارزیابی و امتیازدهی

امتیاز نهایی هر پیشنهاددهنده از مجموع امتیازات فنی و مالی محاسبه می شود. شرکتی که بالاترین امتیاز کل را کسب کند به عنوان برنده انتخاب خواهد شد.

فرمول امتیاز کل: امتیاز کل = (امتیاز فنی $\times 70\%$) + (امتیاز مالی $\times 30\%$)

جدول امتیازدهی فنی (حداکثر ۱۰۰ امتیاز)

ردیف	معیار اصلی ارزیابی	زیرمعیارها و نکات کلیدی	وزن (امتیاز)
۱	برنامه تجاری و استراتژی بازاریابی (Business Plan)	- واقع گرایانه بودن استراتژی بازاریابی و فروش - نوآوری در کانال های جذب مشتری - توانایی اثبات شده در رسیدن به تارگت فروش	۳۰
۲	راهکار فنی و پلتفرم نرم افزاری (Technical Solution)	- جامعیت پلتفرم (CRM, Ops, Support) - کیفیت و کارایی اپلیکیشن میدانی - معماری فنی و قابلیت یکپارچه سازی (API) - اپلیکیشن کاربردی	۲۵

ردیف	معیار اصلی ارزیابی	زیرمعیارها و نکات کلیدی	وزن (امتیاز)
۳	برنامه اجرایی و عملیاتی (Operational Plan)	- وضوح و کارایی نقشه فرآیند (Process Map) - مدل پیشنهادی برای لجستیک و فعال سازی - ساختار مرکز تماس و پشتیبانی	۲۰
۴	صلاحیت، سوابق و توانمندی شرکت (Company Profile)	- سوابق اجرایی موفق در پروژه های مشابه (فروش، لجستیک، نرم افزار) - توانمندی مالی شرکت (بر اساس اسناد مالی) - تخصص تیم معرفی شده - سابقه پروژه مرتبط - سابقه پروژه ملی - دارا بودن نمایندگی مرکز	۱۵
۵	مدیریت ریسک و SLA & Risk (SLA)	- درک صحیح از ریسک های پروژه و ارائه راهکار - کیفیت و جامعیت SLA پیشنهادی - تعهد به KPI های بالاتر از حداقل	۱۰
مجموع			۱۰۰

نحوه محاسبه امتیاز مالی (حداکثر ۱۰۰ امتیاز):

امتیاز مالی بر اساس کمترین درصد درخواستی برای سهم از درآمد محاسبه می شود.

$$100 \times \left(\frac{\text{کمترین درصد پیشنهادی در تمام پانک ها}}{\text{درصد پیشنهادی شما}} \right) = \text{امتیاز مالی شما}$$

بخش ۱۰: شرایط و ضوابط قانونی

۱. محرمانگی: کلیه اطلاعات ارائه شده در این سند و در طول فرآیند فراخوان محرمانه تلقی می شود و پیشنهاددهندگان حق افشای آن را ندارند.
۲. عدم ایجاد تعهد: این فراخوان صرفاً برای شناسایی شریک اجرایی بوده و هیچ گونه تعهد یا حقی را برای کارفرما جهت واگذاری کار ایجاد نمی کند.
۳. هزینه های شرکت در فراخوان: کلیه هزینه های ناشی از آماده سازی، تکمیل و ارسال پیشنهاد بر عهده شرکت کننده است.
۴. اختیارات کارفرما: کارفرما در رد یا قبول هر یک یا تمام پیشنهادات مختار است.
۵. مدت اعتبار پیشنهادها: پیشنهادات ارسالی باید حداقل به مدت ۹۰ روز از تاریخ آخرین مهلت ارسال، معتبر باشند.

۶. ضمانت‌نامه حسن انجام کار: شرکت برنده موظف است پیش از انعقاد قرارداد، ضمانت‌نامه بانکی حسن انجام کار معادل ۱۰٪ مبلغ کل قرارداد (برآوردی سال اول) را به کارفرما تسلیم نماید.
۷. قانون حاکم: این فراخوان و قرارداد آتی منبعت از آن، تابع قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران می‌باشد.