

Programme d'investissements d'avenir
« Partenariats pour la formation professionnelle et l'emploi »



INVESTIR
**DANS VOS
COMPÉTENCES**

CAHIER DES CHARGES Simulateur CRM

« Développer les Compétences Numériques des Services
Automobiles »

Date limite de réception des plis
Mercredi 14 Avril 2021



BANQUE des
TERRITOIRES



Table des matières

I.	PRESENTATION DE LA BRANCHE	4
1.1.	Présentation de l'ANFA et de ses missions.....	4
1.2.	La branche des services de l'automobile.....	4
1.3.	Chiffres clés.....	4
1.4.	La formation des jeunes dans la branche.....	4
II.	LE PROJET : COMPETENCES NUMERIQUES SERVICES AUTO	5
III.	OBJET DU MARCHE	6
IV.	ORGANISATION GENERALE du Marché	14
V.	SELECTION DES OFFRES	14
VI.	CONSTITUTION DES DOSSIERS DE CANDIDATURE.....	14
VII.	CONFIDENTIALITE ET PROPRIETE INTELLECTUELLE	15
VIII.	PROTECTION DES DONNEES PERSONNELLES	15
IX.	CONDITIONS FINANCIERES	15
X.	DUREE DU MARCHE.....	16

PREAMBULE

CADRE JURIDIQUE

Le présent marché est passé selon une procédure adaptée conformément aux dispositions de l'article L 213-1 du code de la commande publique selon laquelle l'acheteur définit librement les modalités de passation du marché, dans le respect des principes de la commande publique lorsque la valeur estimée HT du besoin est inférieure aux seuils européens de procédure formalisée.

I. PRESENTATION DE LA BRANCHE

1.1. Présentation de l'ANFA et de ses missions

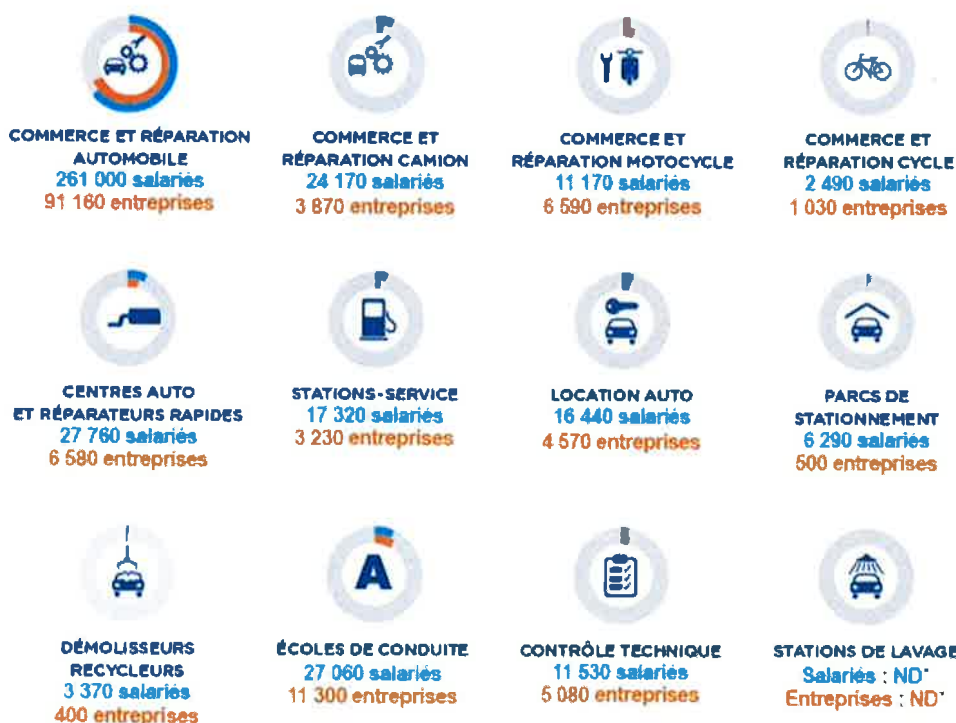
L'ANFA est chargée, par la Commission Paritaire Nationale, de la mise en œuvre de dispositifs relevant de la **politique nationale de formation de la branche des services de l'automobile**.

A ce titre, l'ANFA : anime l'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications (OMPQ), apporte une expertise dans le cadre du développement de la GPEC de la branche, propose une ingénierie de formation professionnelle, élabore et actualise les certifications du secteur, développe l'apprentissage notamment via ses réseaux CFA et assure la promotion des métiers de la branche.

1.2. La branche des services de l'automobile

La branche des services de l'automobile représente les métiers liés à l'automobile, au camion, à la moto et au vélo pendant l'ensemble de la durée de vie du véhicule, une fois sorti de l'usine, jusqu'à sa déconstruction et son recyclage.

- De nombreux secteurs d'activité :



1.3. Chiffres clés

Représentant plus de **40 métiers**, la branche regroupe l'ensemble des activités liées à la vie d'un véhicule, de sa sortie d'usine à sa déconstruction et son recyclage. Le secteur représente :

134 300
entreprises

408 600
salariés

47,5 M
véhicules entretenus

1.4. La formation des jeunes dans la branche

62 825 jeunes sont en formation du CAP au diplôme d'ingénieur, dont 31 023 jeunes sous statut scolaire et 31802 alternants.

400 établissements de formation (organismes de formation, CFA - centres de formation d'apprentis et lycées professionnels) dispensent des formations automobiles. L'ANFA anime plus spécifiquement un réseau de 80 CFA pilotes, établissements partenaires, avec pour finalité le développement qualitatif des formations dispensées par apprentissage dans la branche.

II. LE PROJET : COMPETENCES NUMERIQUES SERVICES AUTO

Le projet « COMPETENCES NUMERIQUES SERVICES AUTO », porté par l'ANFA, a pour objectif d'adapter la formation professionnelle des services de l'automobile aux contraintes et opportunités associées au développement des technologies numériques au sein de la branche.

Il vise à accompagner par la formation les mutations économiques et l'innovation en favorisant des partenariats durables entre les entreprises et les opérateurs de formation initiale et continue dans la branche des services de l'automobile et de la mobilité.

Avec l'arrivée des véhicules connectés, bientôt autonomes, et la numérisation du commerce automobile, les porteurs du projet souhaitent créer les conditions favorables à la montée en compétences des professionnels.

Le projet est d'ampleur nationale, impliquant un consortium d'entreprises des services de l'automobile, de constructeurs automobile, d'établissements de formation initiale et continue.

Il est cofinancé dans le cadre d'un Programme d'Investissements d'Avenir (P.I.A) par le Commissariat Général à l'Investissement, l'ANFA et l'ensemble des membres du consortium.

L'ANFA est le pilote de ce consortium.

Le projet est labellisé par 3 pôles de compétitivité :

- **CARA** (Cluster de la Région Auvergne-Rhône-Alpes et Pôle de Compétitivité) association qui mobilise l'ensemble de la filière et des compétences pour accompagner les mutations de la mobilité urbaine, des systèmes de transport de personnes et de marchandises et créer les véhicules de demain.
- **MOVéO** (région Ile de France) est un pôle de compétitivité en R&D Mobilité et Automobile
- **Id4Car** (périmètre Grand Ouest) est un regroupement composé d'un pôle de compétitivité, une ARIA (Association Régionale de l'Industrie Automobile) et un cluster ayant pour objectif de développer au niveau régional la filière automobile.

En raison de l'importance des territoires dans la structuration et la différenciation de l'offre de services automobiles et du rôle joué par les Régions dans la structuration de l'offre de formation professionnelle, le présent programme porté par le P.I.A est centré sur trois régions : **la Bretagne, l'Île-de-France et la région Auvergne-Rhône-Alpes.**

Les formations produites auront ensuite vocation à se déployer sur l'ensemble du territoire national.

Quatre chantiers pour lesquels un besoin important de réexamen des dispositifs de formations initiale, continue et des formateurs ont été identifiés :

- **"L'après-vente connecté Véhicule Léger"**, dont les enjeux sont liés à la faculté des véhicules à communiquer à distance les éléments que seul le branchement physique aux valises de diagnostics dont sont équipés les ateliers permettait jusqu'alors de détecter. La demande de formation se développe rapidement en raison de l'introduction de ces services connectés en seconde monte.
- **"L'après-vente connecté Véhicule industriel"**, dont les enjeux sont également liés à la faculté des véhicules à communiquer à distance les éléments que seul le branchement physique aux valises de diagnostics dont sont équipés les ateliers permettait jusqu'alors de détecter. La demande de formation se développe rapidement en raison de l'introduction de ces services connectés en seconde monte.

- **Le e-business et/ou le e-commerce des produits et services de l'automobile.** La demande de formations sur ces sujets est d'ores et déjà explicite. Les grandes « têtes de réseaux » ont révisé leurs process commerciaux et initié en ordre dispersé des actions de formation qui méritent mutualisation et relais en formation initiale. **Deux sous chantiers seront envisagés : le véhicule d'occasion et le véhicule neuf.**
- **Le véhicule autonome,** dans une perspective à plus moyen terme.

Chaque chantier fait l'objet d'une phase d'étude préalable coordonné par l'Observatoire de l'ANFA et est soumis pour approbation au conseil scientifique regroupant les partenaires du consortium (entreprises et organismes de formation).

III. OBJET DU MARCHE

1.1 Contexte du besoin

Pour faire face aux difficultés économiques liées à la vente des véhicules et afin de dégager une meilleure marge commerciale, les organisations ont tenté de s'adapter en intégrant les outils numériques au service de la vente des véhicules. La connaissance et la gestion de la relation client devient un sujet stratégique et le CRM devient un outil incontournable pour assurer la prospection et la fidélisation de la clientèle.

Dans le cadre du chantier commerce VNVO du PIA Compétences Numériques Services Auto (CNSA), les études ont fait émerger un certain nombre d'activités liées à l'usage des outils du commerce numérique qui nécessitent le développement de formations, notamment une formation portant sur **l'exploitation des données d'un CRM**. Cette exploitation des données doit permettre aux utilisateurs :

- ✓ d'adapter les échanges avec le prospect,
- ✓ de planifier et gérer les campagnes de relances et de suivi des leads.

Dans ce contexte, nous avons construit un programme de formation répondant aux objectifs :

- ✓ Utiliser les fonctionnalités à usage quotidien d'un CRM
- ✓ Utiliser les fonctionnalités avancées d'un CRM

Cette formation prévoit de mettre en œuvre des **travaux pratiques de manipulation sur un CRM visant à effectuer les tâches suivantes :**

- ✓ Créer une fiche client
- ✓ Modifier ou mettre à jour une fiche client
- ✓ Rechercher une fiche client
- ✓ Accéder à ses données après-vente (APV)
- ✓ Analyser, interpréter et traduire les données du CRM
- ✓ Analyser un tableau de bord avec relances à effectuer
- ✓ Planifier une relance, un RDV
- ✓ Dédoublonner des fiches clients



- ✓ Créer un ciblage
- ✓ Envoyer un mailing, e-mailing, sms

Précisons qu'il n'est pas possible d'utiliser un CRM du secteur automobile, le PIA CNSA, cofinancé par l'Etat, souhaitant par la suite effectuer un déploiement national et gratuit des formations qu'il aura ainsi élaborées.

Par conséquent, pour concevoir la formation « Exploiter les données d'un CRM », l'équipe PIA CNSA recherche une solution, type « **simulateur de CRM** », qui sera financée par le projet et déployée ensuite gratuitement dans les organismes de formation automobile.

1.2 Prestations attendues

Il s'agit d'élaborer un « simulateur de CRM » qui exploite une « base de données école ».

a. Fonctionnalités du simulateur CRM

Dans le cadre de la formation, le simulateur de CRM doit permettre de :

- ✓ Créer une fiche client
- ✓ Modifier ou mettre à jour une fiche client
- ✓ Rechercher une fiche client
- ✓ Accéder à ses données APV (éditer la liste des factures, suivre l'évolution du kilométrage du véhicule, calculer la fréquence des visites d'entretien, ...)
- ✓ Créer un ciblage à l'aide de filtres et de tris combinés entre eux.
- ✓ Créer des tableaux de bord personnalisables avec des graphiques (par exemple, le chiffre d'affaire par client, ...)
- ✓ Gérer un agenda (choisir une date, rdv répétitif, vacances scolaires, ...) et le renseigner par des déposer-glisser d'informations clients
- ✓ Dédoublonner des fiches clients, nettoyer des enregistrements de la base de données
- ✓ Permettre de transformer un prospect en client (dès la présence d'une facture, le prospect devient client)
- ✓ Renseigner l'ensemble des entités présentes dans la base de données (identité, véhicules, factures, actions, notes, société)
- ✓ Visualiser ou modifier d'une manière transverse tout champ présent dans la base de données (par exemple, un clic sur identité fait apparaître l'ensemble des informations relatives à ce champ, idem pour les autres champs)
- ✓ Envoyer un mailing, e-mailing, sms (individuel ou campagne collective) : l'envoi fictif de mails courriers doit être dynamique, c'est-à-dire implémenter le suivi d'activités clients dans la base de données et les mises à jour sur l'agenda.
- ✓ Générer des retours de mails (pour simuler une réaction des prospects)

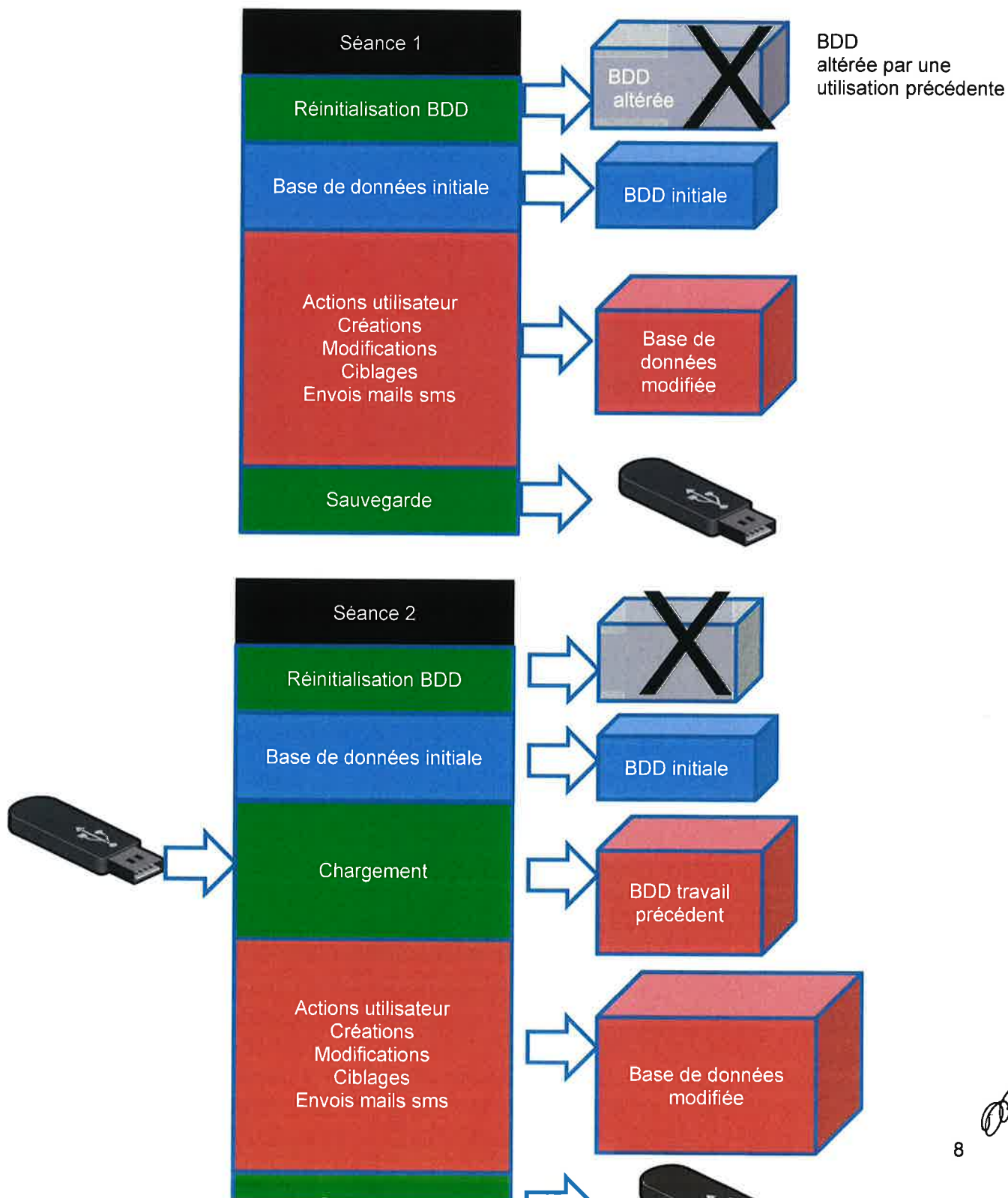
Le simulateur doit pouvoir réinitialiser la base de données dans sa configuration initiale.

L'outil doit également être capable d'effectuer des calculs de fréquence ou de période à partir des dates des factures.

Proposition d'une solution technique afin de répondre au besoin d'une base de donnée « propre »:

Pendant la formation, l'apprenant sera amené à ajouter des enregistrements dans la base de données via des situations d'exercices. Ces actions doivent pouvoir être mémorisées grâce à un export de la base de données au format Excel sur clé USB, l'objectif étant de permettre une formation sur plusieurs jours, tout en conservant les actions précédentes, indépendamment du poste déjà utilisé.

Exemple de procédure d'utilisation sur deux séances de formation du même utilisateur



Nous restons à l'écoute d'une autre procédure d'utilisation que celle donnée en exemple, de type serious game ou autre.

b. Description de la base de données école

L'utilisation du simulateur de CRM dans un cadre pédagogique nécessite la constitution d'une *base de données « école »*, qui devra être composée d'un minimum de 500 fiches clients/prospects. On entend ici par *base de données les informations stockées dans un ou plusieurs fichiers de manière à pouvoir être consultées et modifiées sur des postes différents et non connectés à internet.*

Cette base de données doit pouvoir être étendue sans limitation d'enregistrements : le formateur ou l'apprenant pourra créer de nouvelles fiches client sans limitation.

Les fiches clients/prospects devront comporter les champs suivants, ce qui sous-entend des données clients, des données véhicules (hybride, électrique, ...), des données factures, ainsi que des historiques d'actions, de notes, société (distinction entre client professionnel/ client particulier), accord client, qui interagissent entre elles.

Organisation de la base client

Client	Véhicules	Factures	Suivi Activités	Notes
Table client				
Particulier		Société		
Identité	Coordonnées	Entreprise	Coordonnées	
Civilité	Numéro	SIREN/SIRET	Numéro	
Prénom	Rue	Raison sociale	Rue	
Nom	Complément d'adresse	Code NAF	Complément d'adresse	
Date de naissance	Code Postal	Type entreprise	Code Postal	
Age (<i>calculé</i>)	Ville	Nom Commercial	Ville	
Sources client	Téléphone Fixe	Société mère	Téléphone Fixe	
Profession	Portable	Nombre de véhicules (<i>menu déroulant</i>) : 1 à 4 5 à 10 11 à 25 >25	Contact 1	
	Mail		Nom	
	Consentement Marketing (<i>menu déroulant</i>) : SMS Téléphone Mail Courrier		Fonction	
	Concession (cas d'un GDA)		Mail	
			Mobile	
			Plusieurs noms possibles	

Table véhicules	
Marque	Type de Financement (<i>menu déroulant</i>) : Date Montant Durée
Modèle	
Energie	
Immatriculation	
Numéro de châssis	
Finition	
Date de mise en circulation	
Kilométrage	
Usage	
Plusieurs véhicules possibles	

Table Factures
Factures Achat
Factures APV
Factures Magasin (Pièces de rechange)

Table Suivi Activités clients (Historique)
Mails
Courriers
Appels
Campagne
Responsable de contact
Date de prochaine relance
(cette date permet d'alimenter la liste des tâches de l'agenda)

Table Notes
Véhicules souhaités
Projets
Attentes
Nombre de personnes composant le foyer
Centre d'intérêt
Kilométrage journalier

Organisation de la base des leads

Table de leads
Nom
Prénom
Mail
Téléphone
Type de leads
Date émission

La liste de l'ensemble de ces champs (clients et leads) n'est pas exhaustive et pourra être complétée.

Les enregistrements dans la base de données devront présenter une diversité de situations, par exemple :

- des clients qui ont une facture d'achat de véhicule VN/VO mais pas de facture APV,
- des clients qui ont une facture d'achat de véhicule VN/VO avec des factures APV,
- des clients qui ont des factures APV et pas de facture d'achat de véhicule VN/VO
- des clients possédant un historique d'action et d'autres non, ...
- des leads de type distincts (retour publicité web, demande d'essai,...)

Toutes les informations intégrées dans la base de données devront présenter une cohérence entre elles : par exemple, les relances de prospection doivent avoir lieu avant la facture d'achat, la chronologie des historiques doit être en phase avec l'achat du véhicule, ...

La base de données devra comporter quelques anomalies (par exemple des homonymes identiques, ou tout autre type d'anomalie inhérent à une base de données...) nécessitant une correction par fusionnage, dans un but formatif de dédoublonnage. La liste de ces anomalies devra être communiquée.

Rappelons que cette base subira des modifications de la part des utilisateurs et devra pouvoir être remise dans sa situation initiale pour un nouvel usage. Proposition d'un bouton de départ pour réinitialiser l'action.

[Evolution annuelle de la base de données](#)

La base de données doit pouvoir s'actualiser annuellement (pas de données obsolètes) et couvrir tous les mois de l'année. Par exemple :

- En 2021, un véhicule acheté le 13 novembre 2019 deviendra en 2022 un véhicule acheté le 13 novembre 2020.
- Même si la création a lieu au mois de mai, la base de données présentera des enregistrements du mois de novembre pour une utilisation en décembre de la même année.

[Particularité de la table de Leads](#)

Les dates d'émission des leads doivent se situer dans les trois semaines précédant la date du jour d'utilisation du simulateur.

c. Contraintes techniques

- ✓ Le simulateur CRM doit être déposé dans le LCMS DOKEOS.
- ✓ Le simulateur CRM doit pouvoir être utilisé simultanément par un grand nombre d'apprenant.
- ✓ Le simulateur doit être au plus **près de la réalité**, avec un nom et une charte graphique du PIA CNSA.
- ✓ La table de leads sera régénérée à chaque utilisation pour être cohérent avec la date d'utilisation.

d. Publics utilisateurs du simulateur de CRM

Nous recensons 3 types de publics :

- ✓ Des salariés de la Branche de l'automobile dans le cadre de la formation continue
- ✓ Des apprentis ou élèves, en formation initiale, (Bac pro, BTS, CQP, ...)
- ✓ Des enseignants/formateurs

e. Mise en main

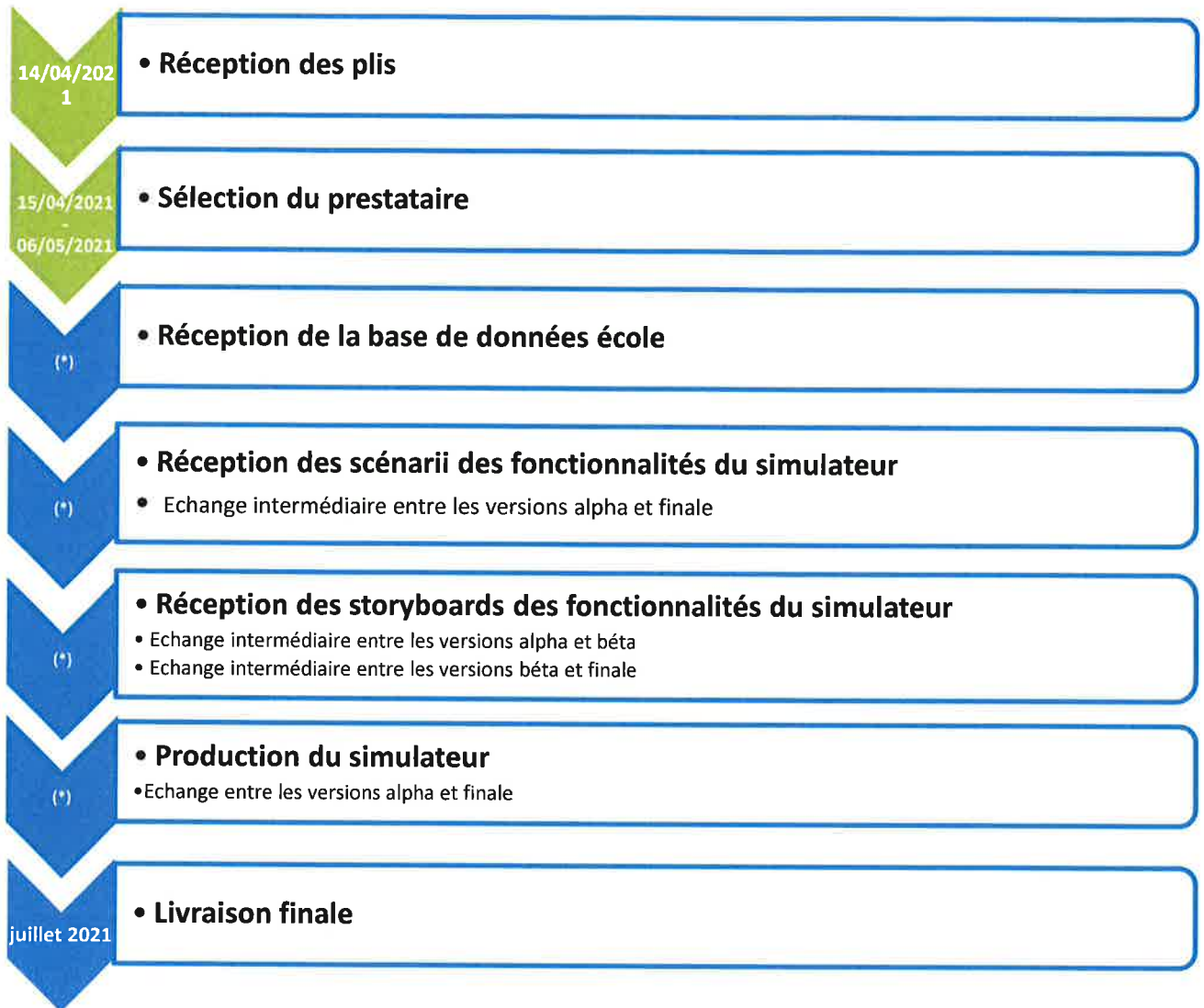
Le prestataire devra former à l'utilisation des livrables:

- ✓ Les concepteurs pédagogiques
- ✓ Les formateurs/enseignants

Il devra fournir un kit de mise en main du simulateur.



f. Echéances des livrables et calendrier de la prestation



(*) **Rétroplanning à définir avec le prestataire retenu.**

Entre chaque étape de production, des concertations pour validation sont organisées entre le prestataire sélectionné et l'équipe du PIA CNSA en charge du projet selon le process qui sera présenté à l'issue de la sélection du prestataire.

g. Les livrables attendus

Livrable final :

- ✓ L'application/logiciel comprenant l'outil de simulation d'un CRM et la base de données école, sous forme d'exécutable à télécharger
- ✓ Un kit utilisateur sous format modifiable et PDF

IV. ORGANISATION GENERALE DU MARCHÉ

	Début	Fin
Publication du Marché	15/03/2021	15/03/2021
Réponses des candidats	15/03/2021	14/04/2021
Analyse des offres et sélection du prestataire	15/04/2021	06/05/2021
Signature du Marché	06/05/2021	13/05/2021
Conception et production		Juillet 2021
Livraison	Juillet 2021	

V. SELECTION DES OFFRES

Les candidats seront sélectionnés pour le marché sur un total de 100 points au regard des critères pondérés suivants :

- ✓ Compréhension du cahier des charges 10 points
- ✓ Valeur technique de l'offre 20 points
- ✓ Connaissance du marché automobile 5 points
- ✓ Adéquation proposition/objectifs 20 points
- ✓ Attractivité de la solution 10 points
- ✓ Adéquation du planning du projet 10 points
- ✓ Flexibilité pour construire des cas spécifiques 10 points
- ✓ Compétences techniques des intervenants 5 points
- ✓ Proposition financière 10 points

VI. CONSTITUTION DES DOSSIERS DE CANDIDATURE

L'offre du candidat devra comporter :

- Une synthèse reformulant les enjeux du projet et de la collaboration
- Le format, la nature du/des livrables
- Une vue globale du/des livrables et de son/leur mode fonctionnement
- Les grandes étapes envisagées pour la conception et la production
- Le découpage de la prestation, le planning associé et le temps consacré à chaque élément
- La méthode de suivi de l'avancement de la prestation
- Expérience professionnelle dans la production d'outils informatiques
- Equipe envisagée pour la conception et la production (CV détaillés)

Une offre financière détaillée :

Le prestataire indique de manière très précise le prix en Euros HT de chaque phase constitutive du projet, en tenant compte des propositions préconisées dans sa réponse et de l'estimation du nombre de jours qu'il a déterminés.

VII. CONFIDENTIALITE ET PROPRIETE INTELLECTUELLE

Le prestataire retenu devra s'astreindre à une obligation de confidentialité sur la totalité des travaux menés dans le cadre de cette mission.

Le prestataire sélectionné dans le cadre du présent appel d'offres cédera à l'ANFA et à titre exclusif l'entièreté des droits de propriété intellectuelle, notamment le droit de reproduire, représenter, adapter et diffuser, les résultats sur tout support et par tout procédé connus ou inconnus au jour de la signature de l'acte d'engagement, et ce au fur et à mesure de leur réalisation, pour tout public, pour le monde entier et pour la durée légale de protection des droits de propriété intellectuelle. Les tarifs de cession sont inclus dans le prix de prestation. Toutefois, l'attributaire du marché aura une licence exclusive de droits de représentation et d'exploitation.

VIII. PROTECTION DES DONNEES PERSONNELLES

L'acheteur et le candidat retenu, agissant en qualité de responsable de traitement distinct, font leur affaire des obligations leur incombant au titre de la réglementation relative à la protection des données à caractère personnel, en particulier du règlement 2016/679 du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données ainsi que toute disposition légale ou réglementaire nationale et européenne, en particulier la loi Informatique et Libertés modifiée, ainsi que l'ensemble des recommandations, délibérations et autres normes édictées par la Commission Nationale de l'informatique et des Libertés.

IX. CONDITIONS FINANCIERES

Le budget global estimé du marché s'élève à 50 000 €HT.

Le prix du marché intègre une quote-part du prix de cession à l'ANFA des droits propriété intellectuelle et patrimoniaux sur les œuvres et livrables, dès leur conception. Le tarif journalier prix est non révisable.

Le candidat présentera un devis libre reprenant, dans la réponse, en tout ou partie le détail des modalités des prestations attendues.

Les frais de déplacements ne sont pas à valoriser. Ils seront toutefois remboursés sur justificatifs dans le cadre du projet « Développer les Compétences Numériques des Services de l'Automobile ».

X. DUREE DU MARCHE

Le marché est conclu à compter de sa notification et jusqu'à la livraison finale de la production du simulateur.

Il ne pourra pas être reconduit.

Fait à Meudon, le 15 Mars 2021

La Déléguée Générale de l'A.N.F.A.


Dominique FAIVRE-PERRET

ANFA
43 bis, Route de Vaugirard
92190 MEUDON
Tél. 01 41 14 16 18
N° SIRET : 784 671 497 00385
www.anfa-auto.fr