

Warszawa, 20.08.2021 r.

## ZAPYTANIE O INFORMACJĘ (RFI)

### 1. Wprowadzenie

Pocztowa Polska Dystrybucja S.A. powstała w listopadzie 2000 roku. Swą działalność opiera na dystrybucji ubezpieczeń na życie, ubezpieczeń komunikacyjnych, ubezpieczeń majątkowych, ubezpieczeń rolnych oraz produktów bankowych poprzez sieć kilku tysięcy konsultantów finansowych na terenie całego kraju. Akcjonariuszem jest w 100% Poczta Polska S.A. Od wielu lat Pocztowa Polska Dystrybucja S.A. współpracuje z wiodącymi na rynkach polskich i zagranicznych Towarzystwami Ubezpieczeniowymi co daje klientom szeroki dostęp do rynku ubezpieczeń, stwarzając też możliwość wyboru optymalnego produktu finansowego na terenie całego kraju. Obecnie, Pocztowa Polska Dystrybucja S.A. planuje przeprowadzić proces wyboru dostawcy kompleksowego rozwiązania informatycznego, który automatyzuje i będzie wspomagał procesy na styku klientów i PPD w zakresie pozyskania oraz utrzymania klienta w zakresie wsparcia pracy działów: marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i kadry zarządzającej, zwany dalej Systemem CRM (ang. Customer Relationship Management).

### 2. Zakres zapytania o informacje

Zwracamy się do Państwa z prośbą o udzielenie informacji w następującym zakresie:

- 2.1. Ogólne informacje o Państwa firmie;
- 2.2. Doświadczeniu we wdrażaniu systemów informatycznych, krótki opis zrealizowanych projektów, wybranych wdrożeń systemów informatycznych;



Poczta Polska Dystrybucja S.A.  
ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 02-685 Warszawa  
Sekretariat: +48 (22) 295 10 10  
[www.poczta Polska-dystrybucja.pl](http://www.poczta Polska-dystrybucja.pl)

KRS 0000018639, NIP: 526-24-90-114, REGON: 016976533, Kapitał zakładowy w 10.870.000,00 zł w całości wpłacony. Zarząd: Jarosław Kotra – Prezes Zarządu, Artur Wikar – Wiceprezes Zarządu, Paweł Kopeć – Wiceprezes Zarządu.

- 2.3. Informacje o proponowanym Systemie CRM, nazwa produktu i opis spełnienia wymagań zgodnie z zakresem opisanym punkcie 4 niniejszego zapytania o informacje;
- 2.4. Opis proponowanego rozwiązania/narzędzia;
- 2.5. Opis modelu, architektury i wykorzystywanych technologii;
- 2.6. Wskazania szacowanego czasu realizacji przedmiotu zapytania w zakresie dostawy i wdrożenia;
- 2.7. Wskazania szacowanego kosztu realizacji przedmiotu zapytania (wstępne wyceny wariantowe w zależności od zakresu i modelu współpracy);
- 2.8. Wskazania wymagań technicznych dla infrastruktury teleinformatycznej oraz oprogramowania niezbędnych do prawidłowej instalacji i działania Systemu;

### 3. Odpowiedź na zapytanie o informacje

Zgłoszenie dopiskiem: RFI PPD S.A. należy przesłać na adres: PPD S.A., ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 02-685 Warszawa lub pocztą elektroniczną na adres:

[ofertyIT@pp-dystrybucja.pl](mailto:ofertyIT@pp-dystrybucja.pl)

Prosimy o przesłanie informacji najpóźniej **do dnia 31.08.2021 r. do godz. 16:00**.

Formalne zaproszenie do złożenia oferty zostanie przesłane potencjalnym oferentom w terminie późniejszym.

### 4. Opis przedmiotu zapytania o informacje

Nowy system informatyczny będzie wspierał - działanie PPD w następujących obszarach i będzie zawierał kluczowe funkcjonalności (poniższa lista obszarów nie ma charakteru wyczerpującego):



Poczta Polska Dystrybucja S.A.  
ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 02-685 Warszawa  
Sekretariat: +48 (22) 295 10 10  
[www.poczta Polska-dystrybucja.pl](http://www.poczta Polska-dystrybucja.pl)

KRS 0000018639, NIP: 526-24-90-114, REGON: 016976533, Kapitał zakładowy w 10.870.000,00 zł w całości wpłacony. Zarząd: Jarosław Kotra – Prezes Zarządu, Artur Wikar – Wiceprezes Zarządu, Paweł Kopec – Wiceprezes Zarządu.

#### 4.1. Wymagania podstawowe na System CRM

System powinien posiadać rozbudowany moduł bazy klientów, który może obsłużyć do wielu milionów rekordów bez spadku wydajności dla użytkownika końcowego.

##### 4.1.1. Wymagania w zakresie bazy kontaktów

- 4.1.1.1. Zaciąganie danych z GUS/CEIDG
- 4.1.1.2. Filtrowanie/wyszukiwanie
- 4.1.1.3. Informacje o posiadanych produktach (OC/AC/NNW/inne)
- 4.1.1.4. Eksport/Import danych
- 4.1.1.5. Dostęp do kontaktów według ról
- 4.1.1.6. Wydarzenia za podziałem - email, telefon, spotkanie (online/stacjonarne)
- 4.1.1.7. Notatki do klienta
- 4.1.1.8. Przypomnienia o wygasających produktach
- 4.1.1.9. Historia działań klienta
- 4.1.1.10. Karta klienta
- 4.1.1.11. Wgrywanie plików do kartoteki klienta
- 4.1.1.12. Przypomnienia, podsumowania, zaległe terminy
- 4.1.1.13. Analiza potrzeb klienta (do ustalenia)
- 4.1.1.14. Indywidualna ocena ryzyka
- 4.1.1.15. Wyceny EutoTax i Info-Ekspert
- 4.1.1.16. Obsługa słowników

##### 4.1.2. Podstawowe informacje i funkcjonalność obsługiwane przez System

- 4.1.2.1. Karta sprzedaży – szanse
- 4.1.2.2. Załączniki
- 4.1.2.3. Umowy
- 4.1.2.4. Wznowienia produktów
- 4.1.2.5. Przypomnienia o wznowieniach
- 4.1.2.6. Analiza potrzeb klienta



Poczta Polska Dystrybucja S.A.  
ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 02-685 Warszawa  
Sekretariat: +48 (22) 295 10 10  
[www.poczta Polska-dystrybucja.pl](http://www.poczta Polska-dystrybucja.pl)

KRS 0000018639, NIP: 526-24-90-114, REGON: 016976533, Kapitał zakładowy w 10.870.000,00 zł w całości wpłacony. Zarząd: Jarosław Kotra – Prezes Zarządu, Artur Wikar – Wiceprezes Zarządu, Paweł Kopec – Wiceprezes Zarządu.

- 4.1.2.7. Statystyki klienta
  - 4.1.2.8. Obsługa produktów ubezpieczeniowych
  - 4.1.2.9. Integracja z porównywarka ubezpieczeniowa
  - 4.1.2.10. Wyliczanie salda dla agentów
  - 4.1.2.11. Automatyczne generowanie umowy
  - 4.1.2.12. Powiadomienia sms/mail
  - 4.1.2.13. Aktualizacja oraz modyfikacja oferty w czasie rzeczywistym, zmiana składki
  - 4.1.2.14. Lista zadań
  - 4.1.2.15. Przypomnienia
  - 4.1.2.16. Widok organizacji pracy
  - 4.1.2.17. Zgody RODO
  - 4.1.2.18. Wykaz rat do zapłaty
  - 4.1.2.19. Wykaz pojazdów
  - 4.1.2.20. Obsługa komunikacji - tradycyjna/elektroniczna
  - 4.1.2.21. Przekazywanie sprzedaży
- 4.1.3. Filtrowanie danych po dowolnym polu.
- 4.1.4. Tworzenie zaawansowanych filtrów, które pokazują już zawężone wyniki np. klienci pozyskani w danym tygodniu przez dany dział o danym potencjale sprzedaży.
- 4.1.5. Możliwość masowej edycji danych.
- 4.1.6. Możliwość masowego przydzielania nieprzydzielonych klientów lub zmiany właściciela klienta na inną osobę/grupę.
- 4.1.7. Różne tryby pracy na liście (standardowa lista klientów oraz lista klientów z możliwością podglądu klienta i pracy na nim).



- 4.1.8. Wyszukiwanie i łączenie klientów zduplikowanych.
- 4.1.9. Możliwość zaawansowanego konfigurowania uprawnień do klientów m.in.: dziedziczenie uprawnień, hierarchia zależności, przypisywanie do grup i użytkowników, uprawnienia mogą zależeć od rozbudowanej struktury sprzedaży.
- 4.1.10. Możliwość odwzorowanie w CRM struktury organizacji (rejonizacja) z podziałem na oddziały, regiony, obszary po różnych kryteriach (np. kody pocztowe) aż do poziomu grupy pracowników lub pojedynczych pracowników (agentów).
- 4.1.11. System leadów z automatycznym przypisaniem lead po geolokalizacji do najbliższej placówki PSF lub do centrali
- 4.1.12. Elastyczność zapewniającą samodzielne wdrażanie polityk sprzedażowej i rozliczeniowej, w tym zwłaszcza zarządzanie i konfigurowanie:
  - 4.1.12.1. interfejsów użytkowników, w tym ścieżek sprzedażowych,
  - 4.1.12.2. pakietów ofertowych, w tym zależności logicznych między elementami włączanymi w ich skład,
  - 4.1.12.3. algorytmów i mechanizmów rozliczeniowych
- 4.1.13. CRM powinien posiadać mechanizm automatycznego przydzielanie klientów na podstawie wbudowanych algorytmów (np. wg rejonizacji) i utworzonych reguł: np. przydzielanie na podstawie kodu pocztowego i ilości już przypisanych klientów.
- 4.1.14. Możliwość automatycznej archiwizacji danych na podstawie skonfigurowanych reguł [przydatne m.in. przy realizacji zgodności z przepisami RODO;
- 4.1.15. W systemie każdy podmiot jest niezależną informacją, domyślnie w systemie znajdują się: leady, kontrahenci, dostawcy, partnerzy, konkurencja, pracownicy, użytkownicy.



- 4.1.16. W zależności od rodzaju podmiotu są zbierane różne dane, np. na kontrahencie możemy zbierać informacje typu biały wywiad np. informacji o usługach, którymi klient jest zainteresowany, informacje o usługach które posiada ale nie my mu je sprzedaliśmy, informacje usługach które my sprzedaliśmy klientowi.
- 4.1.17. Możliwość tworzenia z Systemie planów sprzedażowych i ich odwzorowanie na kanały sprzedaży, sieci, poszczególną OFWCA, inne grupy w zależności od struktury sprzedaży
- 4.1.18. Przy każdym podmiocie powinniśmy mieć pełną historie tego co działo się na nim przez ostatni okres (np. 2 lata) w postaci pełnej historii zmian (z informacją nie tylko kto i kiedy zmienił dane, ale również z jakiej wartości na jaką). Dodatkowo powinniśmy mieć możliwość wspierania się informacjami zawartymi w kalendarzu, komentarzach czy też dokumentach.
- 4.1.19. System powinien posiadać moduł umów, który powinien zawierać dowolne informacje o przedmiocie (przedmiotach) umów i licznych jego cechach, ale dodatkowo w systemie możemy wejść np. w przedmiot umowy i zobaczyć jego pełną historie z kilku lat. Zarządzanie wiedzą o przedmiotach umów.
- 4.1.20. System powinien mieć dostęp do możliwej do utworzenia bazy wiedzy (OWU, instrukcje itd.).
- 4.1.21. Automatyczne podpowiedzi dla Agenta związane z rocznicą polisy oraz innymi „kluczami” i podpowiedziami umożliwiającymi tworzenie szans sprzedażowych
- 4.1.22. Zarządzanie wiedzą o podmiotach typu: klient, dystrybutor, dostawca i użytkownik.
- 4.1.23. System powinien zapewnić możliwość definiowania i zarządzania produktami, usługami, pakietami, itp.



4.1.24. Możliwość zdalnego zarządzania pracą Agenta (monitoring aktywności Agenta), możliwość analizy wyników sprzedaży i bazy klientów – istniejących i potencjalnych.

4.1.25. Prognozowanie sprzedaży, funkcjonalność tzw. lejka sprzedażowego

- 4.1.25.1. Podział na szanse sprzedaży
- 4.1.25.2. Widok w postaci kart
- 4.1.25.3. Etapy sprzedaży
- 4.1.25.4. Prognozowanie wyniku
- 4.1.25.5. Powiązanie lejka z klientem i zadaniami
- 4.1.25.6. Raportowanie w tym zakresie

## **4.2. Komunikacja z siecią sprzedaży, obsługa kanałów komunikacji**

4.2.1. System powinien posiadać zaawansowane narzędzia do komunikacji zarówno z klientami jak również do pracy grupowej i do komunikacji pomiędzy pracownikami.

4.2.2. Komunikacja z siecią sprzedaży, dostawcami i z klientami w zakresie komunikacji biznesowej, szkoleń on-line, baz wiedzy, itp. (SMS, email, kalendarz, chat, stream, e-learning itd.).

4.2.3. Wbudowany klient poczty, który pozwala na nieograniczoną komunikację wewnętrzną oraz komunikację z klientami i dostawcami.

4.2.4. Zaawansowany skaner poczty, który potrafi pobierać maile ze skrzynek pracowników, a następnie łączyć je z klientami, dostawcami, procesami i informować pracowników o nowym mailu nawet jeżeli ten mail przyszedł na nie jego skrzynkę mailową [np.: gdy kilka osób pracuje na tym samym kliencie lub prospekcie sprzedażowym].



- 4.2.5. Integracja z czytnikiem (skanerem) kodów w zakresie automatycznego zaciągania danych o kliencie lub/i przedmiocie ubezpieczenia, m.in. dane z dowodu rejestracyjnego pojazdu.
- 4.2.5.1. Automatyczne odczytywanie kodów aztec i wypełnianie danych
  - 4.2.5.2. Automatyczne dołączanie dokumentów
  - 4.2.5.3. Odnajdowanie dokumentów
- 4.2.6. Rozbudowany kalendarz, który umożliwi automatyczne przydzielanie zadań i terminów dla pracowników lub grup oraz pozwala na przeglądanie kalendarza nie tylko swojego, ale również własnego zespołu czy osób, które znajdują się niżej w strukturze organizacyjnej firmy. Kalendarz powinien posiadać wbudowany mechanizm, który umożliwi integracje z dowolnym oprogramowaniem lub urządzeniem wspierającym ten sam standard np. iOS i Android.
- 4.2.7. System powinien posiadać wbudowaną integrację z bramką SMS. Rozwiązanie powinno pozwolić na ręczne i automatyczne wysyłanie wiadomości SMS nie tylko do pracowników, ale również do klientów, kontaktów, dostawców czy też partnerów. Wiadomości mogą dotyczyć nie tylko informacji o terminach, ale również o nowych sprzedażach w zależności od wartości i priorytetu sprzedaży.
- 4.2.8. W systemie powinna być możliwość dostępnych narzędzi, które wspierają rozwój wewnętrzny pracowników i wspomagają ich w pracy codziennej m.in. Moduł Instrukcji, Moduł Bazy wiedzy, Moduł pomysłów.
- 4.2.9. W systemie powinien znajdować się Chat, który pozwala na bezpośrednią komunikację pomiędzy pracownikami.





4.2.10. Możliwość zdalnego zarządzania pracą agenta, monitorowanie aktywności na przykład poprzez możliwość podglądu przez menedżera pracy agenta i oceny jego pracy.

### **4.3. Wbudowana baza wiedzy**

4.3.1. System powinien posiadać narzędzia wspierające kompetencje i poszerzanie wiedzy pracowników.

4.3.2. Instrukcje – zbiór instrukcji jako uzupełnienie bazy wiedzy przy poprawianiu jakości komunikacji z klientem końcowym.

4.3.3. Dokumenty i załączniki – system powinien pozwalać zbierać w jednym miejscu pliki i dokumenty, które następnie mogą służyć jako zbiór materiałów i wiedzy dostępnej nie tylko pracownikowi, ale również która można przekazywać w sposób zautomatyzowany zarówno klientom jak również dostawcom.

4.3.4. Baza wiedzy – moduł pozwalający na budowanie bazy wiedzy z zaawansowanym podziałem na kategorie oraz pełną kontrolą dostępu do poszczególnych zasobów wiedzy.

4.3.5. Możliwość robienia szkoleń e-learning dla pracowników i współpracowników.

4.3.6. Możliwość integracji z systemem kadrowym w zakresie szkoleń, bhp, badań lekarskich, urlopów, etc.

### **4.4. Wymagania dla obszaru rozliczeń, integracja z systemem rozliczeniowym**

**z**

4.4.1. Importowanie plików prowizyjnych



Poczta Polska Dystrybucja S.A.  
ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 02-685 Warszawa  
Sekretariat: +48 (22) 295 10 10  
[www.poczta Polska-dystrybucja.pl](http://www.poczta Polska-dystrybucja.pl)

KRS 0000018639, NIP: 526-24-90-114, REGON: 016976533, Kapitał zakładowy w 10.870.000,00 zł w całości wpłacony. Zarząd: Jarosław Kotra – Prezes Zarządu, Artur Wikar – Wiceprezes Zarządu, Paweł Kopec – Wiceprezes Zarządu.

- 4.4.2. Wprowadzenie algorytmów rozliczeń
- 4.4.3. Definiowanie progów prowizyjnych
- 4.4.4. Informacja o planowanych rozliczeniach i prowizji rzeczywistej
- 4.4.5. Terminy płatności
- 4.4.6. Uwzględnienie polis offline

#### **4.5. Raporty i statystyki**

- 4.5.1. Statystyki sprzedaży
- 4.5.2. Statystyki aktywności
- 4.5.3. Analizy przegranych/wygranych
- 4.5.4. Wizualizacja wykonania nałożonych planów, na różnych poziomach, OFWCA, regionalny, kanał, centrala
- 4.5.5. System powinien posiadać możliwość generowania wykresów i personalizowanych dashboardów, które pozwalają oceniać pracę wszystkich agentów, którzy zostali przypisani do danej komórki organizacyjnej lub/i menedżera.
- 4.5.6. Możliwość prognozowania trendów na podstawie danych sprzedaży i leadów
- 4.5.7. Możliwość bieżącej prezentacji danych sprzedaży na monitorach w firmie

#### **4.6. Pozostałe wymagania dla systemu CRM**

- 4.6.1. System powinien funkcjonować w wersji webowa (przez podstawowe przeglądarki internetowe) oraz mieć możliwość obsługi na urządzeniach mobilnych.
- 4.6.2. Opcjonalnie możliwość obsługi Systemu na urządzeniach przenośnych typu tablet i smartfon.
- 4.6.3. Logowanie i wylogowanie z Systemu, reset hasła
- 4.6.4. Możliwość integracji z SSO (AD, ewentualnie inne)
- 4.6.5. Jedna sesja użytkownika
- 4.6.6. Możliwość zmiany danych
- 4.6.7. Możliwość zmiany hasła



- 4.6.8. Walidacje pól w systemie
- 4.6.9. Filtrowanie/wyszukiwanie w tabelach
- 4.6.10. Role użytkowników - zdefiniowane na sztywno, z możliwością ograniczenia dostępu do modułów, obiektów per moduł (np. baza klientów)
- 4.6.11. Zapewnienie RODO, przetwarzania danych
- 4.6.12. Zgody i ich przetrzymywanie
- 4.6.13. Skanowanie danych z kodu AZTEC
- 4.6.14. Integracja z zewnętrznym systemem obsługi przetwarzania danych
- 4.6.15. Zewnętrzne narzędzia - Api do integracji z narzędziami automation marketing/selling

#### **4.7. Wymagania w zakresie administracji Systemem**

- 4.7.1. Obsługa użytkowników
- 4.7.2. Obsługa zgłoszeń agentów
- 4.7.3. Komunikaty systemowe
- 4.7.4. Historia działań użytkowników
- 4.7.5. Wstrzymanie/wznowienie systemu
- 4.7.6. Informacje o kondycji systemu

#### **4.8. SLA, Bezpieczeństwo i ciągłość działania**

- 4.8.1. SLA dla systemu, obsługa 36 miesięcy – SLA na poziomie 4h reakcji, 8h na naprawienie błędu
- 4.8.2. Uzgodnienie z wewnętrznym IT procedur dotyczących bezpieczeństwa
- 4.8.3. Zapewnienie dostępności w systemie 24 godziny/7 dni w tygodniu;
- 4.8.4. Zapewnienie bezpieczeństwa danych osobowych zgodnie z wymogami Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie



swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO) oraz przepisów polskiego prawa;

- 4.8.5. Zgodności z innymi przepisami dotyczącymi dystrybucji ubezpieczeń;
- 4.8.6. Zapewnienie wydajności systemu dla minimum 10.000 (dziesięciu tysięcy użytkowników) podmiotów.

#### **4.9. Pozostałe wymagania**

- 4.9.1. Nowoczesność pod względem funkcjonalnym i technologicznym adekwatne do aktualnych trendów;
- 4.9.2. Stabilność i dostępność funkcjonalną jak dla biznesu e-commerce;
- 4.9.3. Uniwersalne API umożliwiające udostępnianie wybranym partnerom PPD określonych funkcjonalności i zarządzanie uprawnieniami użytkowników;
- 4.9.4. Interfejsy użytkowników on-line uwzględniające modele charakterystyczne dla rozwiązań mobilnych.

#### **4.10. Zakładane najważniejsze korzyści z wdrożenia nowego Systemu**

- 4.10.1. Zwiększenie konkurencyjności na rynku pośrednictwa ubezpieczeń;
- 4.10.2. Wykorzystanie potencjału mobilności osób współpracujących z PPD (partner, pośrednik, klient);
- 4.10.3. Zautomatyzowanie w maksymalnym stopniu procesów biznesowych;
- 4.10.4. Ofertowanie, które może zakończyć się zawarciem umowy lub zamówieniem produktu bądź usługi;
- 4.10.5. Sprzedaż i rozliczanie umów zawierających różnego rodzaju produkty i usługi (m.in. ubezpieczenia, a w przyszłości również: energia elektryczna i gaz, wycieczki turystyczne, usługi telekomunikacyjne, usługi finansowe).



## 5. Zastrzeżenia

- 5.1. Na obecnym etapie dopuszczalne są wszelkie propozycje zakresów i wariantów współpracy;
- 5.2. Złożenie odpowiedzi na niniejsze Zapytanie o informację jest jednoznaczne z wyrażeniem zgody przez podmiot składający odpowiedź na wykorzystanie przez PPD wszystkich, wskazanych w odpowiedzi na Zapytanie o informację danych do ewentualnego przygotowania przez PPD opisu przedmiotu zamówienia, wartości szacunkowej zamówienia, warunków umowy lub innych dokumentów niezbędnych dla postępowania zakupowego z zastrzeżeniem, że PPD nie ujawni podmiotom trzecim tych danych, a także źródła ich uzyskania;
- 5.3. Niniejsze Zapytanie o informację nie jest elementem jakiegokolwiek postępowania o udzielenie zamówienia w rozumieniu ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1579, 2018), jak również nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 380 ze zm.).



Poczta Polska Dystrybucja S.A.  
ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 02-685 Warszawa  
Sekretariat: +48 (22) 295 10 10  
[www.poczta Polska-dystrybucja.pl](http://www.poczta Polska-dystrybucja.pl)

KRS 0000018639, NIP: 526-24-90-114, REGON: 016976533, Kapitał zakładowy w 10.870.000,00 zł w całości wpłacony. Zarząd:  
Jarosław Kotra – Prezes Zarządu, Artur Wikar – Wiceprezes Zarządu, Paweł Kopec – Wiceprezes Zarządu.