

**PLEC DE CONDICIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR EN LA CONTRACTACIÓ  
DELS SERVEIS D'EDICIÓ I MANTENIMENT DE CONTINGUTS DE LES WEBS I LES  
XARXES SOCIALS DEL MUSEU DEL DISSENY I DEL DISSENY HUB BARCELONA**

**CONTINGUT**

- 1. INTRODUCCIÓ**
- 2. LLOC DE PRESTACIÓ**
- 3 CONTROL DEL SERVEI**
- 4 CONDICIONS GENERALS DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI**
- 5 MARC DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI**
- 6 ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ ON-LINE**
- 7 DESCRIPCIÓ DEL SERVEI: ACCIONS A DESENVOLUPAR**
- 8 PRESTACIÓ DEL SERVEI**

## **1. INTRODUCCIÓ**

El **Museu del Disseny de Barcelona** (d'ara endavant Museu), inaugurat el 13 de desembre de 2014, és el museu de les arts de l'objecte i del disseny, que integra les col·leccions d'arts decoratives, arts tèxtils, arts gràfiques, disseny de la moda, disseny gràfic i disseny de producte, sota un nou i plural discurs, que s'ha de visibilitzar a través dels seus programes públics per poder esdevenir un gran i actiu centre cultural.

D'altra banda, el Museu té la seva seu al **Disseny Hub Barcelona** (d'ara endavant DHUB), equipament que també és la seu de dues entitats relacionades amb el disseny: la **Fundació Barcelona Centre de Disseny** (BCD, entitat que posa en valor i promociona el disseny entre els cercles empresarials) i **Foment de les Arts i el Disseny** (FAD, que representa els principals col·lectius professionals de les diverses especialitats del disseny). Amb aquestes entitats el Museu comparteix l'objectiu de difondre i posar en valor les arts i el disseny, cadascuna des de la seva òptica específica.

El Museu i el DHUB **actualment disposen d'un ecosistema digital** format per diversos canals digitals (web, xarxes socials i butlletí digital). Els continguts i l'estratègia de comunicació digital té per objecte el posicionament tant del Museu com del DHUB com espai cultural de referència a la xarxa i per a la consolidació d'una comunitat digital activa.

L'estratègia de comunicació tan del Museu com del DHUB, es basa en la creació de marca mitjançant la generació de continguts (Brand Journalism) y de formats audiovisuals rellevants.

## **2. OBJECTE DEL PLEC**

Servei d'edició i manteniment dels continguts del web i xarxes socials del Museu del Disseny de Barcelona i el Disseny Hub Barcelona que inclou:

- I. La gestió i el manteniment de les pàgines web
- II. La gestió i el manteniment de les xarxes socials (community management)
- III. Elaboració del Pla de Comunicació on-line del Museu i del DHUB
- IV. Assessorament tècnic en l'ús de noves tecnologies en web i xarxes socials i lliurement d'informes i mètriques
- V. La producció i edició de peces audiovisuals pel web i xarxes socials de Barcelona Cultura.
- VI. Inversió en publicitat a les xarxes socials

## **3. LLOC DE PRESTACIÓ**

La prestació dels serveis es realitzaran a les instal·lacions de l'adjudicatari, tret de les reunions de planificació i seguiment que es realitzaran a la seu del Museu / DHUB.

## **4. CONTROL DEL SERVEI**

El responsable de Comunicació del Museu / DHUB o persona en qui delegui, exercirà la facultat de vigilància i examen de la correcta realització dels serveis.

## **5. CONDICIONS GENERALS DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI**

5.1 L'empresa adjudicatària destinarà el personal necessari per a la realització de les tasques esmentades, durant el temps que duri l'adjudicació. Així mateix, l'empresa adjudicatària disposarà d'efectius suficients, que compleixin els requeriments previstos en els plecs, per tal de cobrir possibles absències de forma immediata.

5.2 L'empresa adjudicatària garantirà possibles encàrrecs de serveis extraordinaris amb motiu de l'organització d'activitats no previstes, així com per cobrir qualsevol esdeveniment puntual o incidència sobrevinguda que es pugui generar.

5.3 En cas que l'adjudicatari consideri necessari substituir algun dels efectius habituals destinats al servei, ho comunicarà per escrit al Cap de Comunicació amb la suficient antelació i sempre amb un mínim de 48h.

5.4 L'empresa adjudicatària serà responsable de tenir el personal al seu càrrec en condicions laborals legals. En cap cas aquest personal no tindrà vinculació jurídica o laboral amb el Museu del Disseny de Barcelona, el Disseny Hub Barcelona o amb l'Institut de Cultura de Barcelona.

## **6. MARC DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI**

### **Missió del Museu i el DHUB**

**a) Impulsar el disseny com a patrimoni cultural.** Impulsar la conservació, documentació, recerca, interpretació i posada en valor de les arts de l'objecte i el disseny per entendre el present en funció dels objectes del passat i la seva evolució.

**b) Difondre els “valors del disseny”** mitjançant activitats adreçades al públic especialitzat i general. Reflexionar la funció del disseny en relació a diferents debats contemporanis: la industrialització, la globalització, el consum, la mobilitat, la sostenibilitat, la digitalització, ...

**c) Promoure un espai de trobada dels agents i sectors del disseny.** Promoure el DHUB com l'espai de referència del disseny a Barcelona, seu de les principals institucions del disseny de la ciutat, on tenen lloc un gran nombre d'activitats adreçades a reforçar la visibilitat i l'impacte del disseny en l'àmbit local i internacional.

### **Audiències i públics objectiu**

| <b>Públic</b>                       | <b>Perfil</b>                                                                                                                                                 | <b>Interessos</b>                                                            | <b>Mitjans de relació actuals</b>                                                                                                                                |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Públic general local</b>         | Visitants d'entre <b>25 i 60 anys</b> , consumidors de cultura i amb curiositat pel disseny i les arts decoratives. <b>Representen el 75% dels visitants.</b> | Activitats, exposicions i visites al museu i a la Casa Bloc.                 | Anuncis en premsa generalista (patrocini), revistes de cultura, blogs, Gaudir Més, accions en biblioteques i mitjans de transport, newsletters i xarxes socials. |
| <b>Turista estranger i espanyol</b> | El <b>turista estranger</b> (França, EUA, Regne Unit, Itàlia, Alemanya o Argentina) representa un <b>45%</b> i                                                | Visites a les exposicions permanents i temporals del museu i a la Casa Bloc. | Mapes turístics (descomptes), guies turístiques (premsa), bus turístic, BCN Card, Barcelona City Tour, publicitat en mitjans de                                  |

| Públic                                                                       | Perfil                                                                                                                                                                                      | Interessos                                                                                                                                                                              | Mitjans de relació actuals                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                              | l' <b>espanyol</b> (Madrid, València, País Basc) un <b>6%</b> del total de visitants.                                                                                                       |                                                                                                                                                                                         | transport (metro, AVE) i xarxes socials.                                                                                                                                                       |
| <b>Públic familiar</b>                                                       | <b>Representa només l'1%</b> dels participants en activitats del museu.                                                                                                                     | Activitats i tallers de cap de setmana, casals d'estiu, etc.                                                                                                                            | Xarxes socials, revistes culturals, blogs de propostes familiars i anuncis en premsa.                                                                                                          |
| <b>Públic adolescent i jove</b>                                              | Representa només un <b>11% dels visitants</b> .                                                                                                                                             | Activitats per a joves, concursos especials, etc.                                                                                                                                       | Xarxes socials i blog                                                                                                                                                                          |
| <b>Centres educatius</b>                                                     | Professorat d'infantil, primària, secundària i batxillerat de centres educatius sobretot a nivell de Catalunya. Representa gairebé el 20% dels visitants que realitzen activitats al museu. | Activitats i materials pedagògics per tractar els conceptes de disseny, creativitat, objecte, etc. Visites al museu i a la Casa Bloc.                                                   | Vincle personal amb el professorat i enviaments específics a una base de dades de professors.                                                                                                  |
| <b>Universitats i centres especialitzats en arts, disseny i arquitectura</b> | Estudiants i investigadors de cursos, graus, màsters i doctorats. És un públic que participa activament a les activitats organitzades pel museu (representa un 62%).                        | Centre de documentació, Materfad, noves adquisicions i documents, exposicions i activitats especialitzades. Visites al museu i a la Casa Bloc.                                          | Xarxes socials, web i newsletter.                                                                                                                                                              |
| <b>Entitats i empreses</b>                                                   | Directius, líders o treballadors d'Associacions, col·lectius i empreses vinculades al disseny                                                                                               | Tallers, cursos, workshops, fires, conferències, festivals i serveis del Centre de Documentació i Materfad.                                                                             | Xarxes socials, web, newsletter.                                                                                                                                                               |
| <b>Especialistes en disseny i arquitectura</b>                               | Professionals de les arts, el disseny (dissenyadors, tipògrafs, interioristes, etc.), l'arquitectura o la història. Part del públic és internacional.                                       | Centre de documentació (préstec de documents, llibres de tendències...), Materfad, exposicions i activitats especialitzades. Interessats en la Casa Bloc, l'edifici del Hub i el Museu. | Publicitat en revistes de cultura, xarxes socials i relacions personals amb els tècnics del Museu.                                                                                             |
| <b>Mitjans i influencers</b>                                                 | Periodistes freelance, mitjans de comunicació (ràdio, televisió, premsa, digital) i prescriptors digitals (bloggers, instagramers, etc.).                                                   | Novetats, visites exclusives a exposicions i col·leccions i participació a activitats.                                                                                                  | Enviament de notes de premsa, trobades d'influencers i xarxes socials. Addicionalment els periodistes contacten amb el Museu proactivament per sol·licitar informació sobre fets d'actualitat. |

## 7. ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ ON-LINE

### Objectius de màrqueting i comunicació del Museu i del DHUB

L'estratègia digital persegueix assolir els següents objectius:

#### A. Consolidar l'AUDIÈNCIA del Museu del Disseny i del DHUB

- **Potenciar la marca Museu del Disseny** per reforçar el posicionament de l'entitat com a centre de referència de les arts de l'objecte i el disseny i a l'hora seguir sent un punt de trobada per als diferents agents del sector.
- **Potenciar la marca Disseny Hub Barcelona** per reforçar el posicionament d'una agenda de referència d'activitats relacionades amb la innovació, la creativitat i el disseny; i convertir el DHUB en un "clúster" del disseny.

- **Desenvolupar una estratègia de comunicació que tingui el seu punt de partida en el món on-line**, espai per excel·lència per assolir els objectius marcats.
- **Desenvolupar una estratègia de màrqueting relacional** que permeti reforçar vincles amb la xarxa de col·laboradors, *influencers*, prescriptors de marca i professionals especialitzats del sector.
- **Mostrar el Museu i el DHUB d'una manera més propera** donant visibilitat als treballadors i col·laboradors, al seu dia a dia i a la part oculta per al visitant (reserves, feines de manteniment i conservació, etc.).
- **Vincular el Museu i el DHUB al seu entorn geogràfic**: la plaça de les Glòries, el districte de St Martí i els barris del Poblenou i El Clot-Camp de l'Arpa.
- **Divulgar les accions en pro de la sostenibilitat i l'eficiència energètica.**
- **Organitzar un calendari editorial** amb una visió 360° de l'estratègia digital que permeti la presència global de totes les àrees a través de la identificació dels moments més rellevants per a la comunicació.
- **Potenciar el vincle on/off** entre les activitats presencials tant en el Museu com en el DHUB (col·leccions, exposicions, activitats, conferències, etc.) i els canals on-line.

#### **B. Consolidar PÚBLIC del Museu del Disseny i activitats que tenen lloc al DHUB**

- **Augmentar el nombre de visitants i de participants a les diferents activitats** treballant una estratègia comunicativa segmentada i personalitzada per a cada un dels públics i millorant la seva experiència de navegació al portal web.

Els objectius estratègics de la comunicació han de consolidar i augmentar el valor de les marques Museu del Disseny i Disseny Hub Barcelona.

#### **Objectius qualitatius**

- **Engagement**: Augmentar la fidelització dels seguidors actuals amb la generació de continguts rellevants, afins i amb potencialitat de ser compartits i que actuïn com a prescriptors de la marca. Aquest continguts, en el cas de les notícies pels webs, hauran d'incorporar les paraules clau necessàries per aconseguir un millor posicionament en cercador (SEO).
- **Notorietat**: Reforçar el paper de les xarxes socials com a canal d'entrada i peticions i consultes referents a l'actualitat, serveis i horaris.
- **Segmentació**: Millorar la presència en xarxes i internet dels continguts i serveis específics per a cada col·lectiu susceptible de ser beneficiari de les dinàmiques, activitats i accions impulsades pel Museu i la resta d'entitats que formen part del Disseny Hub Barcelona.
- **Innovació**: Actualització de les tecnologies i eines de difusió a les xarxes socials i a les webs del Museu i del DHUB

#### **Objectius quantitatius**

- **Incrementar** de manera sostinguda els seguidors/subscriptors dels diferents entorns (web, newsletter i xarxes socials)
- **Incrementar** el número de visitants presencials i digitals tan del Museu com del DHUB

#### **Ecosistema comunicatiu**

El Museu del Disseny de Barcelona i el Disseny Hub Barcelona compten amb diferents canals de difusió de continguts digitals adreçats a fer arribar la informació desitjada al públic objectiu.

| <b>Canals Museu del Disseny</b> | <b>Usos i accions actuals usos i accions actuals</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Portal web</b>               | Conté la informació de presentació de la institució, les col·leccions, exposicions, activitats, donacions, centre de documentació i Casa Bloc. També disposa d'un espai d'actualitat amb notícies del museu i entrevistes que s'actualitza diàriament, així com continguts destacats a nivell de home page per donar visibilitat a activitats rellevants i a objectes de la col·lecció.<br><b>Número visites: 279.275 visites durant l'any 2019</b>              |
| <b>Newsletter</b>               | Enviaments amb reculls d'activitats i notícies del Museu dirigides a tots els públics, sense segmentar. La captació tampoc es realitza de manera segmentada.<br><b>Número de contactes: 21.000 aproximadament (juny 2020)</b>                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Facebook</b>                 | Publicació i difusió de continguts propis (esdeveniments, notícies del web, activitats, continguts virals multi-format, etc.). És el canal per excel·lència per als concursos. Addicionalment es fa difusió de continguts externs d'institucions com el FAD, BCD, Associació per a l'Estudi del Moble i revistes de disseny reconegudes. Es destina inversió econòmica a la promoció de continguts específics.<br><b>Número de seguidors: 42.500 (juny 2020)</b> |
| <b>Twitter</b>                  | Publicació de notícies, peces de les col·leccions, avisos i recordatoris d'esdeveniments, visites d'experts, etc. Addicionalment es fa difusió de continguts externs com notícies del món del disseny procedents de mitjans de comunicació, revistes on-line i blogs especialitzats.<br><b>Núm de seguidors: 20.300 (juny 2020)</b>                                                                                                                              |
| <b>Instagram</b>                | Publicació d'imatges dels objectes de la col·lecció i repost d'imatges d'usuaris sobre l'arquitectura de l'edifici. Addicionalment es realitzen concursos i es destina inversió econòmica a la promoció de continguts específics.<br><b>Núm de seguidors: 41.150 (juny 2020)</b>                                                                                                                                                                                 |
| <b>Youtube</b>                  | Espai que permet potenciar el posicionament de la marca Museu del Disseny i augmentar l'impacte i l'abast de la producció audiovisual. S'incorporen materials audiovisuals virals: vídeo animacions, entrevistes a experts, vídeo curiositats, etc.<br><b>Núm de subscriptors: 194 (juny 2020)</b>                                                                                                                                                               |
| <b>Vimeo</b>                    | Plataforma completa i nodrida de continguts audiovisuals de qualitat amb més de 230 vídeos penjats: conferències, taules rodones, entrevistes, reportatges, animacions, etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| <b>Canal Disseny Hub Barcelona</b> | <b>Usos i accions actuals usos i accions actuals</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Portal web</b>                  | Funció de distribuïdor cap a les webs de la resta d'entitats que tenen la seu a l'edifici i que se sent atret per la reputació de la marca en els àmbits del sector empresarial i professionals del disseny. Publicitat els espais i serveis per celebrar-hi esdeveniments. Espai públic on els usuaris s'informen de l'actualitat, de l'agenda d'activitats (més de 40 activitats al mes), i els diferents horaris que ofereix els serveis integrats a l'edifici.<br><b>Número visites: 39.824 visites durant l'any 2019 (any 2020)</b> |
| <b>Newsletter</b>                  | Comunicació via mailing adreçat a professionals i comunitat empresarial amb una versió també en anglès per donar a conèixer les principals activitats i notícies del sector de cara a fer del Disseny Hub un centre de referència del Disseny a Barcelona<br><b>Número de contactes: 4.000 aproximadament (juny 2020)</b>                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Facebook</b>                    | Informació sobre les activitats que tenen lloc al Disseny Hub Barcelona o relacionades amb el Disseny. Aquest canal és molt actiu en temes relacionats amb les activitats vinculades a les conferències, tallers i concursos.<br><b>Número de seguidors: 21.400 (juny 2020)</b>                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Twitter</b>                     | Està molt lligada a la promoció de les activitats del seguidors del FAD, BCD i Museu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                  |                                                                                                                                                                                                            |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  | <b>Número de seguidors: 8.300 (juny 2020)</b>                                                                                                                                                              |
| <b>Instagram</b> | Compta amb fotos en carrusel i IG "sotries" son els diferents eines per promocionar els diferents esdeveniment de l'edifici i sobretot de l'arquitectura.<br><b>Número de seguidors: 7.800 (juny 2020)</b> |

## **8. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI: ACCIONS A DESENVOLUPAR**

Els serveis d'aquest contracte es definiran en base als punts següents:

- I. **La gestió i el manteniment de les pàgines web del Museu i del DHUB**
- II. **La gestió i el manteniment de les xarxes socials (community management) del Museu i del DHUB**
- III. **Elaboració del Pla de Comunicació on-line del Museu i del DHUB**
- IV. **Assessorament tècnic en l'ús de noves tecnologies en web i xarxes socials**
- V. **La producció i edició de peces fotogràfiques i audiovisuals pel web i xarxes socials**
- VI. **Promoció de publicitat a les xarxes socials**

### **I - Gestió i manteniment de les pàgines web del Museu i del DHUB**

**Servei de redacció i publicació on-line de continguts** informatius i d'actualitat del lloc web (exposicions, activitats, col·leccions, etc) en 3 idiomes (català, castellà i anglès). La línia editorial dels continguts incorporarà l'actualitat del Museu i el DHUB però també la proposta activa de continguts d'acord amb els diferents àmbits temàtics d'interès.

El volum d'activitat previst:

- 8-10 notícies al mes pel web del Museu
- 8-10 notícies al mes pel web de DHUB amb fotografies i *banners* per la home inclosos
- 1 entrevista mensual a un personatge de renom del món del disseny, creativitat o innovació amb fotografia i capsula de vídeo on es presenta un petit "text" o "capçalera".
- Redacció de tots els elements en català, castellà i anglès

**Servei d'optimització l'arquitectura del web** actual sota criteris d'usabilitat i experiència d'usuari per tal de millorar l'accés a la informació i aflorar els continguts més rellevants per a l'usuari final del Museu. També cal incrementar la sincronització corporativa i funcional de les dues pàgines web.

#### **Elaboració del newsletter del DHUB**

La eina de *newsletter* es realitza mitjançant un gestor *emailing* i contractat per l'ICUB a tal efecte amb *Be Republic*, per tant l'empresa adjudicatària ha de mantenir i respectar aquesta condició.

El disseny de plantilles corporatives en favor a un millor accessibilitat i tenint en compte criteris d'usabilitat des de qualsevol dispositiu de consulta, identificació de blocs i categories també serà a càrrec de l'empresa adjudicatària.

Es proposa **1 newsletter** mensual i traduït en 3 idiomes. Les propostes de notícies estaran sempre vinculades al blog propi del web DHUB i es tancarà amb 1 entrevista.

#### **Manteniment tècnic de les webs del Museu i DHUB**

Servei de manteniment i actualització del gestor de continguts.

- Desenvolupament de programació de les webs del Museu i del DHUB així com les microsites que sorgeixin i que penguin de les dues webs.
- Gestió del manteniment tècnic amb els responsables tècnics de l'ICUB i de la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona
- Adaptacions i correccions de continguts que suposin programació del gestor de continguts
- Actualització de mòduls desenvolupats a mida per al projecte.
- Actuacions sobre el gestor de continguts per adaptar possibles canvis o actualitzacions en el servei d'allotjament que el Museu te contractat (versions de PHP o MySQL).

| Perfil                  | Descripció                                                                                  | Actualització                                               | % idiomes                                |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Web museu - Blog</b> | Redacció de notícies                                                                        | 8-10 notícies/mes                                           | 80% (català i castellà)<br>20 % (anglès) |
| <b>Web DHUB - Blog</b>  | Producció de posts, creació d'esdeveniments, continguts multimèdia, etc                     | 8-10 notícies / mes                                         | 80% (català i castellà)<br>20 % (anglès) |
| <b>Newsletter DHUB</b>  | Producció de posts, creació d'esdeveniments, continguts multimèdia, i disseny de planteilla | Continguts de 1 newsletter mensual<br><br>1 entrevista/ mes | 100% (català, castellà, anglès)          |
| <b>Web Museu i DHUB</b> | Manteniment tècnic                                                                          | 30 h / anuals                                               |                                          |

## **II - Gestió i manteniment de les xarxes socials del Museu i del DHUB (Community Management):**

Estratègia, gestió i dinamització de les xarxes socials i canals 2.0 del Museu i el DHUB incloent: Twitter, Facebook, Google +, Instagram, Vimeo i Youtube.

### **Creació i dinamització de continguts de les xarxes socials:**

- Elaboració del pla editorial i el calendari d'activitat 2.0 mensual. Validació amb el Museu / DHUB (dos cops al mes).
- Cerca i selecció d'informacions d'actualitat de tercers d'interès.
- Producció de continguts multimèdia: infografies, microcàpsules, testimonials i productes de visual storytelling) per viralitzar i garantir l'impacte en la comunicació.
- Manteniment de continguts dels canals 2.0 d'acord amb els següents volums i periodicitats:

| Perfil Museu del Disseny                | Descripció                                                                                   | Actualització      | % idiomes                                |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------|
| <b>Twitter @museudeldisseny</b>         | Producció de tuits, retuits, gestió de mencions, etc. Imatges, vídeos, notícies relacionades | 5-8 tuits / dia    | 80% (català i castellà)<br>20 % (anglès) |
| <b>Facebook/Google+ museudeldisseny</b> | Producció de posts, creació d'esdeveniments, continguts multimèdia, etc                      | 1-2 posts / dia    | 80% (català i castellà)<br>20 % (anglès) |
| <b>Vimeo / Youtube museudeldisseny</b>  | Publicació dels vídeos en el canal i a la web                                                | Segons necessitats |                                          |

| Perfil Museu del Disseny  | Descripció                                                      | Actualització              | % idiomes |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------|
| Instagram museudeldisseny | Cerca, tractament i publicació de continguts gràfics multimèdia | 3-5 publicacions setmanals |           |

| Perfil Disseny Hub Barcelona | Descripció                                                                                   | Actualització                                    | % idiomes                                |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------|
| Twitter @dissenyhub          | Producció de tuits, retuits, gestió de mencions, etc. Imatges, vídeos, notícies relacionades | 4 tuits / dia                                    | 80% (català i castellà)<br>20 % (anglès) |
| Facebook/Google+ dissenyhub  | Producció de posts, creació d'esdeveniments, continguts multimèdia, etc                      | 1 posts / dia (facebook)<br>1 post/ setmana (g+) | 80% (català i castellà)<br>20 % (anglès) |
| Youtube disseny hub          | Publicació dels vídeos en el canal i a la web                                                | Segons necessitats                               |                                          |
| Instagram disseny Hub        | Cerca, tractament i publicació de continguts gràfics multimèdia                              | 2 publicacions setmanals                         |                                          |

Aquest volum d'activitat serà el mínim que es durà a terme, donat que sovint caldrà fer cobertura d'esdeveniments.

### **Captació i gestió de comunitats 2.0:**

- Definició del protocol d'atenció a l'usuari i gestió de crisis coordinat amb el Museu/DHUB
- Moderació i atenció a la comunitat d'usuaris (converses, comentaris i mencions). Vigilància de nous perfils incontrolats per garantir-ne la qualitat (de dilluns a divendres i caps de setmana)
- Identificació i seguiment periòdic de perfils estratègics (influencers, líders d'opinió). Elaboració d'una base de dades d'influencers que hi ha al voltant del sector de les arts de l'objecte i del disseny i disseny d'accions de vinculació personalitzades
- Disseny i producció de 14 accions de participació anuals (8 pel museu i 6 pel DHUB) (concursos, jocs, preguntes obertes) orientades a la participació, l'engagement i la gamificació
- Retransmissions en directe i cobertura 2.0 d'esdeveniments d'especial rellevància (mínim de 5 actes/any: 3 pel museu i 2 pel DHUB). A partir del calendari previst, es definiran les retransmissions presencials (Live Video Streaming, fotografies, entrevistes, etc. )
- Campanyes de pagament. Proposar, coordinació i realització de (adwords, facebook, ads, o Twitter Ads). L'empresa adjudicatària adaptarà tant les imatges com el missatges a cadascun dels formats publicitaris que es contractin en les esmentades xarxes.

Cal tenir en compte que en el decurs de la durada d'aquest contracte, i fruit de la pròpia activitat de l'organització i de l'estratègia de l'Ajuntament, es poden crear nous canals, i/o productes de comunicació (comptes de xarxes socials, *microsites* per a la promoció de programes, etc.). Per aquest fet, es crearà una bossa d'hores per a cobrir aquestes eventualitats.

### **Producció de material gràfic:**

- 2 infografies (1 pel museu, 1 pel DHUB) al mes sobre continguts i dades rellevants en clau divulgadora del coneixement del patrimoni i del sector del disseny.
- 2 cover (1 pel museu, 1 pel DHUB) cada trimestre per facebook i twitter.
- 12 microcàpsules (6 pel museu, 6 pel DHUB) de vídeo a l'any (45' segons de duració) de testimonis de professionals i comissaris d'exposicions que estaran vinculats en el decurs de la programació del Museu del Disseny (pot ser material capturat en retransmissió d'esdeveniments, o preguntes directes) subtitulats, català, castellà i anglès (format per youtube inclòs)

### **III – Elaboració del Pla de Comunicació on-line del Museu i del DHUB**

Desenvolupament d'un Pla de comunicació anual que incorpori i integri les necessitats comunicatives on-line del DHUB i del Museu, establint els punts forts de cada marca a desenvolupar i posicionar, i les estratègies comunicatives on-line específiques o compartides. El Pla de comunicació digital serà un document obert que s'anirà completant i treballant entre les dues parts a part d'unes propostes inicials. El document contemplarà:

- Valoració de l'activitat a xarxes i proposta de millora amb l'objectiu de: reforçar la imatge de marca del Museu i del DHUB; fidelitzar la comunitat; potenciar el vincle on-off; potenciar l'engagement
- Optimització de l'arquitectura de les webs actuals sota criteris d'usabilitat i experiència d'usuari per tal de millorar l'accés a la informació
- Definició dels objectius a mig i llarg termini i mesures operatives per assolir-los
- Benchmark amb competència local i internacional
- Recomanació d'eines i solucions 2.0
- Anàlisi de la reputació on line

### **IV –Assessorament tècnic en l'ús de noves tecnologies en web i xarxes socials i lliurament d'informes i mètriques per al control.**

A les reunions editorials i planificació es planteja assessorament tècnic a l'equip de comunicació de quines son les millor practiques, i quines son les millors solucions dels mercat per assolir els objectius.

Regularment es faran reunions del comitè editorial amb l'equip responsable del Museu / DHUB per establir prioritats, fets destacables, implicació i distribució de tasques en funció del tipologia d'esdeveniment i millores i accions per dur a terme.

#### **Lliurament d'informes i mètriques per al control de l'estat de les xarxes:**

- Mensualment, el primer dia del mes posterior, s'enviarà un informe amb indicadors quantitatius de visites als webs, a les xarxes acordats.
- Bimensualment, elaboració d'un informe de seguiment d'acord amb els indicadors qualitatis i quantitatius amb anàlisis, valoracions i mètriques de visualitzin l'engagement del continguts web i de les xarxes socials
- Anualment, un resum amb indicadors qualitatis i quantitatius amb anàlisis, valoracions i mètriques que visualitzin l'engagement del contingut de les webs i de les xarxes socials del Museu i del DHUB

### **V- La producció i edició de peces fotogràfiques i audiovisuals pel web i xarxes socials**

Els continguts fotogràfics i audiovisual és un dels més demanats i consumits pels usuaris de webs i xarxes socials, i les dades de diferents estudis recolzen l'argument de què un audiovisual és un producte comunicatiu que, ben fet, pot transmetre en pocs segons molta informació d'una manera molt més emocional i perdurable que no pas una notícia de text o una imatge estàtica.

En aquest sentit, en aquest plec es sol·licita la contractació de múltiples peces fotogràfiques i audiovisuals per a ser difoses a través de les xarxes i el web del Museu i del DHUB. En concret, es demana la realització de 10 reportatges fotogràfics i realització i edició de 10 vídeos anuals -amb una freqüència variable d'acord amb el pla de treball consensuat per ambdues parts- que respondran a diferents objectius comunicatius. Els audiovisuals hauran d'estar optimitzats per a web i per a les xarxes socials del Museu i del DHUB, el que inclou Facebook, Twitter, i Instagram (instagram stories –format més vertical-) i publicacions al *timeline* –format més quadrat-).

Són formats susceptibles de ser vídeos de Barcelona Cultura, entre altres:

- Càpsules monogràfiques  
Poden tenir com a eix una visita a un museu, una exposició temporal, la promoció d'una activitat present o futura (jornades, events...). Exemples:  
-Observatori Fabra: // <https://vimeo.com/280951546>  
-Any Guinovart: Any Guinovart <https://vimeo.com/265797876>
- Entrevistes a un creador, un programador, un líder d'opinió, o a algun altre personatge amb aportacions interessants al món cultural
- Vídeos d'autor, que mostren la visió personal d'un autor de vídeos reconegut en el sector del disseny

La **durada** de les sessions fotogràfiques de 4-5 hores aproximadament. La durada dels vídeos ha de ser d'entre 1 i 5 minuts.

## **VI - Inversió en publicitat a les xarxes socials**

Per a la promoció de continguts que es facin a les xarxes socials del Museu i del DHUB (Instagram i Facebook), es contemplarà la inversió en publicitat per un valor de uns 4.000 € anuals

## **9. PRESTACIÓ DEL SERVEI**

El personal de l'empresa contractada elaborarà una previsió de les tasques a realitzar a partir de la informació recollida en les reunions mensuals amb l'equip de Comunicació del Museu del Disseny. La previsió s'ajustarà diàriament en funció de l'actualitat generada pel Museu. El departament serà l'encarregat de donar el vistiplau i confirmar la finalització de les diferents tasques.

Pel seguiment del servei, s'establiran aquelles reunions que es considerin oportunes amb les diferents persones implicades i el cap de projecte de l'empresa adjudicatària.

El preu del contracte inclou totes les despeses necessàries per la prestació del serveis demanats (material tècnic, equip humà, línies de comunicacions, eines de treball, benefici industrial, etc.). Per determinar el pressupost de licitació s'han tingut en compte dues prestacions que seguidament es detallaran

**Horari i nivell de servei:** Disponibilitat ordinària de dilluns a divendres entre 10 a 19 h. i de forma excepcional, fora d'aquest horari i caps de setmana, flexibilitat per tal d'assolir la cobertura dels diferents esdeveniments. De cara el cap de setmana i períodes de vacances es garantiran guàrdies per garantir la contínua moderació i l'atenció dels usuaris (converses, comentaris, gestió d'incidències, etc.).