

INFORME TÈCNIC DE VALORACIÓ DE LES EMPRESES LICITADORES AMB RELACIÓ ALS CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR (FINS A UN MÀXIM DE 35 PUNTS)

Antecedents

El plec de clàusules administratives particulars (PCAP) que regeix la contractació del servei de gestió de les xarxes socials de la Diputació de Girona, amb expedient 2020/6250, subjecte a regulació harmonitzada, mitjançant procediment obert amb una pluralitat de criteris d'adjudicació, estableix els criteris d'adjudicació següents subjectes a judici de valor:

Criteri 1. Estudi de posicionament actual de la marca i els productes Girona Excel·lent. (Fins a 5 punts)

	LT Social Media & Branded Content	Notidig SL	Peninsula Corporate Innovation SL	Playbrand SL
Estudi de posicionament actual de la marca i els productes Girona Excel·lent	2	5	0	3

Criteris de valoració:

- Concreció en l'anàlisi del posicionament general de la marca i dels productes Girona Excel·lent. (Fins a 2,5 punts)
- Concreció en l'anàlisi del posicionament a les xarxes socials de la marca i dels productes Girona Excel·lent. (Fins a 2,5 punts)

Anàlisi de les propostes:

- LT Social Media & Branded Content
 - S'hi detalla el posicionament actual de Girona Excel·lent a les xarxes socials, sobretot des d'una perspectiva quantitativa.
 - No s'hi concreta el posicionament general de la marca ni dels productes.
- Notidig SL
 - S'hi detalla correctament el posicionament actual de Girona Excel·lent a les xarxes socials.
 - S'hi detalla correctament el posicionament actual de la marca i els productes Girona Excel·lent.
- Peninsula Corporate Innovation SL



- No s'hi detalla el posicionament actual de Girona Excel·lent, ni de manera general ni a les xarxes socials.
- Només s'hi inclou contingut teòric.
- **Playbrand SL**
 - S'hi detalla correctament el posicionament actual de Girona Excel·lent a les xarxes socials.
 - No s'hi concreta el posicionament general de la marca ni dels productes.

Criteri 2. Identificació dels objectius comunicatius. (Fins a 5 punts)

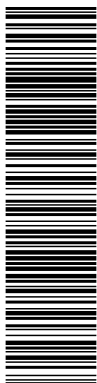
	LT Social Media & Branded Content	Notidig SL	Peninsula Corporate Innovation SL	Playbrand SL
Identificació dels objectius comunicatius	2	5	1	3

Criteris de valoració:

- **Concreció dels objectius corporatius de Girona Excel·lent. (Fins a 2,5 punts)**
- **Idoneïtat dels objectius corporatius de Girona Excel·lent. (Fins a 2,5 punts)**

Anàlisi de les propostes:

- **LT Social Media & Branded Content**
 - Hi falta detallar objectius més concrets que facin referència a la Diputació de Girona amb relació a Girona Excel·lent. Per exemple, posicionar la Diputació de Girona com una administració pública que vetlla pels productes i productors agroalimentaris de les comarques gironines.
 - Es fa un èmfasi excessiu en l'objectiu de compra de productes, i no tant en els objectius institucionals.
 - S'hi barregen de manera incorrecta conceptes com *notorietat* i *prestigi*.
 - S'hi detallen pocs objectius assolibles per mitjà de les xarxes socials.
- **Notidig SL**
 - S'hi concreten correctament els objectius corporatius de Girona Excel·lent.
 - Els objectius corporatius detallats són els idonis.
- **Peninsula Corporate Innovation SL**
 - S'hi concreten pocs objectius corporatius de Girona Excel·lent. En la majoria de casos, s'hi especifiquen punts que no són objectius, sinó actuacions (per exemple, "creació de continguts per a cadascun dels canals", "freqüència de publicació", "sistema de gestió i programació a utilitzar" o "monitoratge constant").



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 2091278 3JBS4-795LD-FW07R 1FB25E1070BF02249A2DCA2A0430AEFF6A065E0) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document estàSIGNAT. Mitjançant el codi de verificació podeu comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats a l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificador>

- S'hi troben a faltar objectius importants, vinculats al posicionament com a institució, la notorietat i la generació de valor.
- **Playbrand SL**
 - S'hi concreten els objectius corporatius de Girona Excel·lent. En alguns casos, però, s'hi especifiquen punts que no són objectius, sinó actuacions (per exemple, "compartir aquells missatges que es considerin oportuns", "idear i implementar concursos i/o accions promocionals a les xarxes socials" o "executar una estratègia de *mobile marketing*").
 - Hi falta detallar objectius més concrets que facin referència a la Diputació de Girona amb relació a Girona Excel·lent. Per exemple, posicionar la Diputació de Girona com una administració pública que vetlla pels productes i productors agroalimentaris de les comarques gironines.

Criteri 3. Proposta d'actuacions, exemples d'implementació d'aquestes i calendarització. (Fins a 15 punts)

	LT Social Media & Branded Content	Notidig SL	Península Corporate Innovation SL	Playbrand SL
Proposta d'actuacions, exemples d'implementació d'aquestes i calendarització	9	15	0	5,5

Criteris de valoració:

- Idoneïtat de l'estratègia a les xarxes, d'acord amb la marca i els productes. (Fins a 2,5 punts)
- Concreció de les actuacions. (Fins a 2,5 punts)
- Creativitat de les actuacions. (Fins a 2,5 punts)
- Idoneïtat, viabilitat i justificació de les actuacions d'acord amb els objectius corporatius. (Fins a 2,5 punts)
- Exemples d'implementació de les actuacions. (Fins a 2,5 punts)
- Calendarització dels continguts. (Fins a 2,5 punts)

Anàlisi de les propostes:

- **LT Social Media & Branded Content**
 - L'estratègia a les xarxes plantejada per a Girona Excel·lent és l'adequada.
 - Les actuacions plantejades s'especifiquen amb detall.
 - Les propostes són idònies, creatives i viables. Però, no es justifiquen d'acord amb els objectius corporatius.



- S'hi detallen exemples d'implementació de manera adequada.
 - La calendarització dels continguts és variada i s'ajusta als objectius estratègics.
- Notidig SL**
 - L'estratègia a les xarxes plantejada per a Girona Excel·lent és l'adequada.
 - Les actuacions plantejades s'especifiquen amb detall.
 - Les propostes són idònies, creatives i viables. i es justifiquen de manera correcta d'acord amb els objectius corporatius.
 - S'hi detallen exemples d'implementació de manera adequada.
 - La calendarització dels continguts és variada i s'ajusta als objectius estratègics.
 - Península Corporate Innovation SL**
 - No s'hi especifica una estratègia a les xarxes.
 - Les actuacions plantejades són poc concretes i no s'hi especifiquen exemples d'implementació.
 - Absència de propostes creatives.
 - Les actuacions no es justifiquen d'acord amb els objectius corporatius.
 - No hi ha cap proposta de calendarització de continguts.
 - Playbrand SL**
 - L'estratègia plantejada és correcta, però molt genèrica (no s'ajusta a la realitat concreta de Girona Excel·lent).
 - Les actuacions plantejades són poc concretes (tampoc no s'ajusten al perfil de Girona Excel·lent) i no s'hi especifiquen exemples d'implementació de Girona Excel·lent.
 - Les actuacions no es justifiquen d'acord amb els objectius corporatius.
 - No hi ha cap proposta de calendarització de continguts que s'ajusti a Girona Excel·lent.

Criteri 4. Proposta de campanya publicitària de pagament a les xarxes socials amb un import màxim de 300 euros, IVA inclòs. (Fins a 5 punts)

	LT Social Media & Branded Content	Notidig SL	Península Corporate Innovation SL	Playbrand SL
Proposta de campanya publicitària de pagament a les xarxes socials amb un import màxim de 300 euros, IVA inclòs	2	5	0	4

Criteris de valoració:

- **Idoneïtat, viabilitat i creativitat de la campanya publicitària de pagament. (Fins a 2,5 punts)**
- **Concreció de la campanya publicitària de pagament. (Fins a 2,5 punts)**

Anàlisi de les propostes:

- **LT Social Media & Branded Content**
 - La proposta de campanya publicitària és genèrica i no s'ajusta de manera específica a la realitat de Girona Excel·lent.
- **Notidig SL**
 - La campanya de pagament plantejada és idònia, viable i creativa.
 - S'hi especifiquen exemples concrets de continguts publicitaris.
- **Peninsula Corporate Innovation SL**
 - La proposta de campanya publicitària no s'ajusta a la realitat de Girona Excel·lent.
- **Playbrand SL**
 - La proposta plantejada té com a objectiu augmentar de manera exponencial els seguidors. Aquest no és un objectiu de Girona Excel·lent, que es guia més per criteris qualitius que no pas quantitius.
 - S'hi especifica un exemple adaptat a Girona Excel·lent.

Criteri 5. Propostes i eines de seguiment, anàlisi i avaluació. (Fins a 5 punts)

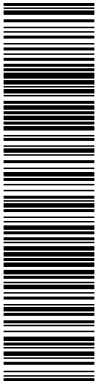
	LT Social Media & Branded Content	Notidig SL	Peninsula Corporate Innovation SL	Playbrand SL
Propostes i eines de seguiment, anàlisi i avaluació	4	5	2	5

Criteris de valoració:

- **Implantació d'indicadors de referència. (Fins a 2,5 punts)**
- **Elaboració d'informes periòdics per al seguiment, l'anàlisi i l'avaluació. (Fins a 2,5 punts)**

Anàlisi de les propostes:

- **LT Social Media & Branded Content**
 - Preveu l'establiment d'indicadors de referència, per mesurar els resultats de les accions realitzades.
 - Inclou l'elaboració d'informes periòdics per seguir, analitzar i avaluar les actuacions realitzades. Preveu que siguin trimestrals, i haurien de ser amb més freqüència per fer-ne un seguiment més intensiu.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 2091278 3JBS4-795LD-FW07R 1FB252E1070BFD221A2DCA2A0430A0E6F6A065E0) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document estàSIGNAT. Mitjançant el codi de verificació podeu comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats a l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificador>

- **Notidig SL**
 - Preveu l'establiment d'indicadors de referència, per mesurar els resultats de les accions realitzades.
 - Inclou l'elaboració d'informes periòdic per seguir, analitzar i avaluar les actuacions realitzades.
- **Peninsula Corporate Innovation SL**
 - Es detallen poc les actuacions que es realitzaran per obtenir indicadors de referència i elaborar informes periòdics per al seguiment, l'anàlisi i l'avaluació.
- **Playbrand SL**
 - Preveu l'establiment d'indicadors de referència, per mesurar els resultats de les accions realitzades.
 - Inclou l'elaboració d'informes periòdics per seguir, analitzar i avaluar les actuacions realitzades.

Resum de la proposta de puntuació

	LT Social Media & Branded Content	Notidig SL	Peninsula Corporate Innovation SL	Playbrand SL
Estudi de posicionament actual de la marca i els productes Girona Excel·lent	2	5	0	3
Identificació dels objectius comunicatius	2	5	1	3
Proposta d'actuacions, exemples d'implementació d'aquestes i calendarització	9	15	0	5,5
Proposta de campanya publicitària de pagament a les xarxes socials amb un import màxim de 300 euros, IVA inclòs	2	5	0	4
Propostes i eines de seguiment, anàlisi i avaluació	4	5	2	5
TOTAL	19	35	3	20,5