

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIXEN LA CONTRACTACIÓ D'UNA EMPRESA QUE S'ENCARREGUI DE L'ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING DIGITAL I L'EXECUCIÓ DEL PLA D'ACCIONS DE MÀRQUETING DIGITAL A LES XARXES SOCIALS, WEB I NEWSLETTERS DELS MERCATS INTERNACIONALS

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec. Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament exclosa de la licitació.

Primer. Antecedents

L'Agència Catalana de Turisme (en endavant ACT) en base al [Pla de Màrqueting 2018-2022](#) contempla desenvolupar l'estratègia de la **comunicació integrada de màrqueting (CIM)** amb l'objectiu principal de Posicionar Catalunya com a una de les millors destinacions turístiques del món.

L'estratègia consisteix en concebre i executar totes les accions de màrqueting sota una mateixa visió estratègica i amb el mateix objectiu. Els missatges hauran de desenvolupar-se sota l'eix central de la comunicació amb els seus matisos corresponents per a cada públic (visitor persona) i canal.

La CIM establirà els objectius de la comunicació per a la marca Catalunya i per a cada públic s'establirà quin és l'objectiu a assolir sota la perspectiva del customer journey (somniant, descobrint, etc.) incloent els mitjans prioritaris a emprar.

Un cop definida d'estratègia de CIM, caldrà executar el programa de màrqueting digital, i per tal de fer-ho possible, l'Agència Catalana de Turisme es troba en fase de redefinició i implementació de diversos projectes:

- L'estratègia de CRM B2C que incorpora un pla de captació, registre i fidelització de contactes i enviament de newsletters.
- L'actualització del site central de Catalunya.com, adequant-lo estructuralment al "Customer Journey" i d'acord amb les darreres tendències internacionals.
- La gestió de les interaccions de la marca a les xarxes socials.

Amb l'objectiu de donar compliment al pla de màrqueting i de donar suport a algunes de les tasques derivades d'aquestes dues iniciatives (comunicació integrada de màrqueting i programa de màrqueting digital) als mercats internacionals, es requereix d'un suport extern executiu i expert, en forma **d'Assessorament Estratègic i Tècnic (en endavant AEiT)**.

Segon. Objecte del contracte

L'objecte del contracte és el servei d'Assessorament Estratègic i Tècnic que s'encarregui de definir l'estratègia de màrqueting digital dels mercats internacionals, adaptant-la a les particularitats culturals de cadascun d'aquests mercats, i de l'execució un pla d'accions de màrqueting digital adequat als tres canals objecte de la licitació:

1. CRM: a través d'un pla d'email màrqueting i un pla de campanyes de captació i generació de leads.

2. WEB: a través del disseny i actualització del contingut de llandings específiques per mercats.
3. XARXES SOCIALS: a través de la tria de les xarxes socials més adequades per mercat i de la publicació i dinamització de continguts en aquestes xarxes.

Els mercats que són objecte de la licitació són els següents:

- Mercats de proximitat
 - França
 - Gran Bretanya
 - Irlanda
 - Europa central/DACH (Alemanya, Àustria, Suïssa)
 - Països Baixos
 - Bèlgica
 - Itàlia
 - Països Nòrdics (Dinamarca, Suècia, Noruega i Finlàndia)
- Mercats llunyans
 - Rússia i Països de l'Est
 - Xina Continental, Taiwan i Hong Kong
 - Àsia – Pacífic (Austràlia, Nova Zelanda, Japó, Corea del Sud, Índia, Singapur, Indonèsia, Malàisia, Filipines, Tailàndia, Vietnam, Myanmar, Laos i Cambodja)
 - Estats Units i Canadà
 - Brasil
 - Israel

Tercer.- Obligacions

Seguidament es detallen les obligacions del contractista **en la definició de l'estratègia de màrqueting digital en els mercats internacionals i en la implementació d'aquesta estratègia tot adaptant-se a les particularitats de cadascun d'aquests mercats en mitjans propis, pagats i guanyats que inclou:**

3.1 Implementació de l'estratègia i pla d'accions del CRM B2C

- Realitzar un pla de campanyes de captació i generació de leads, que pot ser pròpia de cada mercat en base als respectius plans d'accions, o comú a molts d'ells.
- Realitzar un pla de campanyes de comunicació (email màrqueting) adequades als visitor persona i customer journey definits segons el CIM. Tria per part del contractista i maquetació dels continguts per aquestes campanyes: imatges, textos, vídeos. Els continguts audiovisuals seran facilitats per l'ACT. Amb un mínim de 4 impactes anuals per mercat.
- Dissenyar, crear i executar les campanyes de captació i de comunicació mitjançant el CRM propi de l'ACT, amb tecnologia Microsoft Dynamics 365. Construcció dels fluxes de treball i segmentacions necessàries per a la seva activació.
- Realitzar la proposta i planificació de les accions de paid (publicitat) per a captar seguidors. L'empresa contractista haurà de treballar conjuntament amb la central de mitjans contractista de la licitació corresponent per dur a terme aquestes accions

- Realitzar el seguiment dels resultats de les campanyes, via Microsoft Dynamics 365, Google Analytics i/o Power BI.

3.2 Assessorament estratègic i tècnic en les relacions del site global, Catalunya.com, amb la resta de l'ecosistema digital

Durant l'any 2023 es preveu tenir programat el nou site Catalunya.com. En el nou site es disposarà d'un sistema de llandings per continguts específics de mercats i/o campanyes.

El nou site estarà en els idiomes català, castellà, anglès, francès, alemany i rus. Però el nou site disposarà també de la possibilitat de personalitzar llandings pels idiomes i temàtiques dels diferents mercats objecte de la licitació, és a dir:

- Mercats de proximitat
 - França
 - Gran Bretanya
 - Irlanda
 - Europa central/DACH (Alemanya, Àustria, Suïssa)
 - Països Baixos
 - Bèlgica
 - Itàlia
 - Països Nòrdics (Dinamarca, Suècia, Noruega i Finlàndia)
- Mercats llunyans
 - Rússia i Països de l'Est
 - Xina Continental, Taiwan i Hong Kong
 - Àsia – Pacífic (Austràlia, Nova Zelanda, Japó, Corea del Sud, Índia, Singapur, Indonèsia, Malàisia, Filipines, Tailàndia, Vietnam, Myanmar, Laos i Cambodja)
 - Estats Units i Canadà
 - Brasil
 - Israel

En relació al nou site Catalunya.com es requeriran les següents tasques:

- Creació, manteniment i actualització mínima d'un cop al mes per mercats de proximitat i mínima d'un cop al trimestre per mercats llunyans de les llandings que es defineixin com a necessàries pels mercats que són objecte de la licitació, i amb els continguts i idiomes específics per a cadascun d'ells. L'actualització de les llandings es farà amb l'eina d'Adobe Experience Manager, atès que és l'eina de gestió del nou Catalunya.com i el repositori d'imatges i continguts textuais. Les claus d'accés a aquesta eina seran facilitades per l'Agència Catalana de Turisme. Les tasques de manteniment d'aquestes llandings inclouran actuacions de redacció i de disseny:
 - Cerca dels continguts adequats en el site Catalunya.com i traspàs a les llandings (ex. Activitats de temporada, agenda...)
 - Integració de continguts de les campanyes de publicitat
 - Integració de campanyes amb tercers/partners
 - Redacció de copys adhoc i tria d'imatges del banc d'imatges propi de l'ACT
 - Recomanacions de SEO pel contingut de les llandings del Catalunya.com

- Traspàs dels continguts dels microsites al nou site (Catalunya.com) quan aquest disposi d'una eina pròpia de generació de lëndings.
 - Els microsites actuals de l'ACT són els següents:
 - <https://www.catalunyaexperience.fr/>
 - <https://www.catalunyaexperience.it/>
 - <https://katalonien-tourismus.de/>
 - <https://www.catalunyaexperience.nl/>
 - <http://www.catalunya.com.jp>

3.3 Gestió de les xarxes del Catalunya Experience als mercats internacionals

A continuació s'enumeren les xarxes socials /perfils existents en els mercats internacionals de l'Agència Catalana de Turisme. Aquestes xarxes poden evolucionar durant el termini d'execució del contracte i per tant seria el contractista l'encarregat d'assessorar sobre si alguna nova xarxa ve a substituir alguna de les existents.

- Dinamització de les següents pàgines de Facebook:

FR <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.fr>
 US,CA <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.usa>
 RU <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.ru>
 GB,IE <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.uk.ie>
 AT,CH,DE <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.de>
 BE, NL <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.nl>
 IT <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.it>
 BR <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.br>
 AR <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.ar>
 IL <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.il>
 CO <https://www.facebook.com/catalunyaexperience.co>
 KR <https://www.facebook.com/pg/catalunyaexperience.korea>
 JP <https://www.facebook.com/CatalunyaExperienceJP/>
 AU, NZ, SG, ID, MY, PH, VN, TH, IN
<https://www.facebook.com/catalunyaexperience.apac>
- Dinamització dels següents perfils de Twitter:

@CatalunyaFR
 @visitcatalonia
 @Twitter.catalonia_BNL
- Dinamització dels següents perfils d'Instagram:

@catalunyaexperience - General
 @katalonientourismus – CPT Alemanya
 @catalunyaexperience_fr -CPT França
 @catalunyaexperience_il – CPT Itàlia i Israel
 @catalunyaexperience_it - CPT Itàlia i Israel
 @catalunyaexperience.ru – CPT Rússia
 @catalunyaexperience.ar – CPT Sud Amèrica

@catalunyaexperience.br - CPT Sud Amèrica
@catalunyaexperience_jp – CPT Àsia-Pacífic
@catalunyaexperience.korea - CPT Àsia-Pacífic

- Dinamització de xarxes específiques del mercat Xinès “Weibo” (Facebook), “Wechat” (Facebook, Instagram, Skype, Uber, Tinder y Amazon en una sola plataforma) “wechat short vídeo”, Douyin (Tik Tok).
- Concretament, i en relació a cada xarxa, l’empresa contractista haurà de realitzar les següents prestacions:
 - a) Assessorar sobre la necessitat d’obrir noves xarxes o bé tancar alguna de les existents.
 - b) Assessorar pel que fa els continguts, formats i accions més rellevants pel mercat segons coneixement de la demanda.
 - c) Realitzar tota la planificació en les xarxes socials definides i amb els perfils determinats, gestionar les publicacions i moderar els comentaris en l’idioma corresponent de cada mercat.
 - d) Mantenir els panells d’administració en les diferents xarxes de forma que el control d’administració del panell sigui en la seva totalitat de l’Agència Catalana de Turisme, sens perjudici que el contractista hagi de disposar també de permís d’administrador per l’execució d’aquest contracte.
 - e) Gestionar els comptes d’acord amb els codis i correus electrònics creats per l’Agència Catalana de Turisme. Aquests codis no podran ser modificats sense autorització preceptiva. En tot cas, l’empresa contractista haurà de permetre l’accés a la informació dels correus electrònics enviats a les diferents xarxes derivats de l’objecte d’aquesta contractació.
 - f) Donar resposta als comentaris dels usuaris que així ho requereixin en un temps màxim de 12 hores de dilluns a divendres i de 72 hores en festius i caps de setmana.
 - g) Realitzar un mínim de tres publicacions setmanals a cada canal: Facebook, Instagram i Twitter en cas de disposar dels canals, Weibo o Wechat en el cas de la Xina, sempre en l’idioma corresponent al mercat al qual ens adrecem.
 - h) Realitzar la proposta i planificació de les accions de paid (publicitat) per engagement, reach i captació de seguidors. L’empresa contractista haurà de treballar conjuntament amb la central de mitjans contractista de la licitació corresponent per dur a terme aquestes accions

3.4 Altres obligacions comunes a tots els canals objecte de la licitació:

3.4.1 L'empresa contractista haurà de dur a terme totes les tasques i obligacions referenciades en els apartats anteriors en els següents idiomes: anglès, francès, portuguès, xinès mandarí de lletres simplificades, japonès, coreà, italià, alemany, neerlandès, finès, danès, suec i hebreu.

3.4.2 Suport en la implementació del model de control de performance de les activitats de comunicació.

- Suport en el la definició d'objectius per canal i en el seguiment de KPIs.
- Segons es consideri, seguiment via Google Analytics, Data Studio o Power BI.

3.4.3 Suport en la implementació de l'estratègia de mitjans pagats i guanyats (UGC, buzz, PR digital)

- L'empresa adjudicatària haurà de proposar accions amb influencers o persones rellevants als diferents mercats objecte de la licitació.

3.4.4 Vetllar per preservar la bona imatge de la marca Catalunya

- No malmetre la imatge de Catalunya i vetllar per tal que l'activitat turística de Catalunya no es vegi compromesa, no portant a terme cap activitat discriminatòria per raó de naixement, raça, sexe, religió i/o que malmeti la imatge institucional de Catalunya.

Quart.- Comissió de seguiment i validació

L'empresa contractista, mitjançant reunions periòdiques, informarà de manera detallada a l'ACT sobre les tasques executades. Serà l'ACT qui decidirà sobre les accions a emprendre per tal de garantir la correcta realització i optimització de les accions definides.

1. Reunió de llançament i signatura del contracte:
 - L'empresa contractista lliurarà la planificació definitiva.
 - La reunió de llançament marcarà l'inici del servei.
2. Reunions de seguiment
 - A partir de la reunió de llançament es definiran les reunions de seguiment per revisar el desenvolupament de les tasques vinculades al contracte. Les reunions s'hauran de realitzar amb cadascun dels responsables dels mercats objecte de la licitació. Les reunions de seguiment es portaran a terme de forma telemàtica, encara que serà possible tenir reunions presencials a les oficines de l'ACT -sempre intentant realitzar els desplaçaments prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctrics, híbrids o de gas (bifuel de gasolina).
3. Informes justificatius corresponent a la realització de les tasques realitzades previs al lliurament de les factures.



- En els informes es detallaran les tasques realitzades i els lliurables, així com possibles incidències o propostes de millora.
- Els informes es faran per cadascun dels mercats objecte de la licitació.
- El lliurament dels informes es realitzarà preferentment en format electrònic. En cas de ser necessari realitzar alguna impressió serà preferentment en paper 100% reciclat i amb un procés de fabricació lliure de clor, en blanc i negre, i a doble cara.

L'empresa contractista serà la responsable del control de qualitat de totes les tasques realitzades i presentades a l'ACT.

Cinquè.- Equip de treball

L'equip mínim de treball imprescindible per portar a terme les tasques associades a l'execució del contracte, i amb el qual haurà de comptar l'empresa contractista, haurà de ser el següent:

- Director de comptes
- Cap de comptes
- Director d'art sènior
- Redactor sènior
- Director d'art junior
- Redactor junior (2)

Sisè.- Dades Econòmiques

6.1. Valor estimat.

El valor estimat del contracte és de 2.658.985,84 € IVA exclòs.

6.2. Pressupost base de licitació.

El pressupost base de licitació és de 1.378.874,09 € IVA inclòs:

- **459.624,70** euros IVA inclòs en el 2023.
- **919.600** euros IVA inclòs en el 2024.

6.3. Existència de crèdit

Les partides pressupostàries on s'imputa aquest crèdit són: dimensió econòmica 22008050000000 Màrqueting Relacional/Promoció online/Màrqueting digital. PRJ-015692 (SC/23-0184) i PRJ-015693 (SC/24-0005)

6.4. Forma de pagament

Es realitzaran pagaments trimestrals.

Tots els pagaments es realitzaran prèvia presentació de la factura i informes justificatius corresponents a la realització de les tasques realitzades.



Pel cas que l'inici de l'execució del contracte sigui posterior a 1 de juliol de 2023, el primer dels pagaments es realitzarà de manera proporcional al termini d'execució realitzat durant aquest període.

Cal tenir en compte que el preu del contracte és per una vigència d'un any i mig (de l'1 de juliol del 2023 al 31 de desembre de 2024). Per tant, l'import es reduirà proporcionalment en funció de la durada efectiva de la contractació, si aquest no es signa abans de l'1 de juliol del 2023.

Setè.- Durada del contracte.

La durada del contracte s'iniciarà l'1 de juliol de 2023 o des de la signatura del contracte, si aquesta és posterior a l'1 de juliol de 2023, i fins el 31 de desembre de 2024.

El contracte es podrà prorrogar anualment fins a un màxim de dos anys.

Elena Roig
Cap de canals i estratègia digital
Unitat de Màrqueting Relacional
Agència Catalana de Turisme