

PLEC DE CONDICIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ OFFLINE, ONLINE I COMMUNITY MANAGER PER A LA GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS I PART DEL WEB DE L'AJUNTAMENT I SUPORT AL DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ DEL MUNICIPI DE SALT

1.- Objecte del contracte

L'objecte d'aquest Plec de Condicions Tècniques és l'establiment de les condicions que regiran l'adjudicació, per part de l'Ajuntament de Salt (en endavant, l'Ajuntament) del contracte de comunicació offline, *online* i community manager consistent en gestionar les xarxes socials i part del web de l'Ajuntament i donar suport al departament de Comunicació, especialment en la preparació i presentació d'esdeveniments per cobrir les necessitats següents:

- Seguiment i implementació del pla de dinamització digital de Salt.
- Assessorament en comunicació digital de les àrees.
- Seguiment dels impactes obtinguts i realització de les mètriques.
- Seguiment dels plans municipals.
- Creació de continguts web per a viusalt.cat i infosalt.cat.
- Manteniment de l'agenda digital.
- Tasques de community manager (dinamització de les xarxes socials: Facebook, Twitter, Instagram, Telegram i Youtube).
- Gestionar la comunicació online bidireccional (Ajuntament ↔ Comunitat):
 - Contribuir en el desenvolupament d'estratègies de comunicació i difusió de les xarxes socials dels esdeveniments organitzats pel departament de Promoció de la Ciutat i l'Ajuntament.
 - Creació de nous continguts de difusió de les accions de dinamització, això inclou tres fases: abans, durant i després de l'acció:
 - Cavalcada de Reis (gener)
 - Carnestoltes (febrer)
 - Fira Flor i Planter (abril)
 - Fira Food Trucks (abril)
 - Fira Tèxtil (maig)
 - Festa Major (juliol)
 - Fira Internacional del Cistell (setembre – octubre)
 - Mercat de Nadal i encesa de llums (novembre)
- Seguiment d'altres possibles esdeveniments.
- Altres feines derivades per assolir els objectius demanats.

2.- Treballs a realitzar

2.1 – Planificació de l'estratègia de comunicació i continguts en xarxes socials, web i mitjans *offline*, incloent posicionaments, contingut i cronograma.

Creació d'un Pla Social Media donant especial rellevància l'estratègia de difusió en períodes potencials de visita al municipi (esdeveniments i fires). Aquest pla s'haurà de lliurar en el termini de 3 mesos des de l'inici del contracte.

2.2 – Desenvolupament de l'estratègia comunicativa en xarxes socials, webs i mitjans *offline*

S'hi inclourà la comunicació periòdica del contingut definit dins de l'estratègia de comunicació (novetats, contingut extern, etc.) i el concepte «d'escolta activa i monitorització» detectat i responent a les necessitats dels usuaris a través de les xarxes socials com a canal de relació i promoció de l'Ajuntament.



L'adjudicatari haurà de desenvolupar i gestionar propostes promocionals per potenciar els principals esdeveniments del municipi (Fira Flor i Planter, Food Trucks, Fira Tèxtil, Festa Major, Fira Internacional del Cistell, etc.)

Es facilitarà en la mesura del possible i per part de les diferents àrees o persones designades pel mateix Ajuntament, tota la informació relacionada amb festivitats locals, jornades de qualsevol tipologia, competicions esportives, etc., de manera que la prestació del servei assegni la màxima coordinació i benefici per a ambdues parts.

2.3 – Manteniment dels perfils socials i coordinació i contacte amb els gestors d'altres perfils existents

El contractista haurà de mantenir actualitzats els perfils institucionals de Facebook, Twitter, Instagram, Telegram i Youtube i d'altres que es puguin generar, incloent l'adaptació a la identitat visual de la imatge corporativa de l'Ajuntament i de la seva marca d'acord amb l'estratègia de comunicació que s'estableixi. Tant mateix, el contractista haurà de mantenir una relació de coordinació i contacte amb els actuals gestors d'altres subperfils municipals (Arxiu, Joventut, EMO...).

2.4 – Informe mensual / Mesurament de resultats / Informe anual

Es portarà a terme a través del que es coneix com IOR (Impact of Relationship o similar), és a dir, l'impacte en les relacions. El resultat seran les relacions adquirides i l'impacte de la presència de l'Ajuntament en les seves diferents àrees en els mitjans socials. El IOR forma part del mesurament en termes quantitatius del ROI (Return Of Investment) o retorn de la inversió dins l'anàlisi general de la inversió realitzada en màrqueting. El mesurament dels resultats comporta un seguiment més exhaustiu i permanent que es mesurarà a través de 3 variables a les quals se'ls atorguen certs valors:

- a) Influència en els mitjans socials (quantitat de subscriptors, nous subscriptors, etc.)
- b) Participació dels seguidors (comentaris a Facebook, Instagram, retuits a Twitter, etc.)
- c) Trànsit generat entre els mitjans socials cap a l'apartat web (monitorització del trànsit, RSS, Google Analytics, etc.)

2.5 – Community Manager

El contractista s'encarregarà de dur a terme les següents funcions durant el temps de vigència del contracte:

- Representació de la presència de l'Ajuntament al món *online*.
- Assessorament per a la presència de les actuacions específiques de diferents regidories (Esports, Salut, Emprenedoria, Ocupació...) de l'Ajuntament al món *online*.
- Actualització de l'agenda i les notícies d'InfoSalt, conjuntament amb les àrees corresponents de l'Ajuntament.
- Comunicar i atendre els usuaris dels grups, comunitats i perfils socials de la marca, de l'Ajuntament.
- Monitoritzar comunicacions *online* vinculades amb la marca i participar en elles.
- Identificar líders d'opinió i establir relacions constructives amb ells/elles.



-Recopilació de material audiovisual i fotogràfic de les empreses o persones que es vinculen a les xarxes socials municipals i que voluntàriament es presten a fer-ho.

-Idear i implementar concursos i/o accions promocionals en les xarxes socials que responguin als objectius d'interacció amb els usuaris que es pretenen aconseguir.

-Assistir a les reunions presencials, amb un mínim d'una reunió setmanal, amb el departament de Comunicació.

-Desenvolupar enquestes destinades a fomentar la participació dels usuaris de la pàgina web.

-Detectar necessitats de contingut demandades pels usuaris pel que fa a la pàgina web de l'Ajuntament per a la seva possible creació o desenvolupament futur.

-Realització i anàlisi d'informes periòdics (mensuals) que permeten analitzar conjuntament amb el departament de Comunicació les possibles desviacions i/o possibles millores a realitzar.

-Cobrir els esdeveniments municipals citats al punt 1. Caldrà fer arribar al departament de Comunicació un recull de fotografies i vídeos en alta resolució de cada acte, que passaran a formar part de l'arxiu de l'Ajuntament. .

3.- Equip tècnic, formació acadèmica del personal a adscriure al servei:

El community manager adscrit al servei podrà comptar amb altres formacions com:

- Formació en l'àmbit de la comunicació, la publicitat, el màrqueting, el disseny o la imatge.
- Formació específica com a community manager, formació directament relacionada amb la gestió de xarxes socials i/o màrqueting digital
- Cursos de formació i perfeccionament en els àmbits següents: programes Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign i Premiere gestió de xarxes i web, posicionament i analítica web, entre d'altres.

El contracte s'executarà amb infraestructura i material propis de l'empresa adjudicatària. Caldrà detallar els mitjans tècnics a disposició, que com a mínim han de ser terminal mòbil i ordinador portàtil.

Caldrà presentar també una proposta organitzativa del servei i de l'horari de treball, així com de seguiment i coordinació amb els responsables del contracte designats per l'Ajuntament.

En cas de discrepàncies amb la proposta presentada en el moment de concórrer a la licitació per poder obtenir puntuació als criteris d'adjudicació avaluables mitjançant un judici de valor, prevaldrà aquesta última.

4.- Seguiment i control dels treballs

L'adjudicatari haurà de coordinar-se amb els responsables del contracte designats per l'Ajuntament.

L'Ajuntament podrà fixar reunions periòdiques amb el contractista per tal de determinar, analitzar i valorar les incidències que, si s'escau, es produeixin en l'execució del contracte. Es preveu inicialment un mínim d'una reunió setmanal amb el departament de Comunicació.

L'adjudicatari haurà de tenir disponibilitat per personar-se a l'Ajuntament quan sigui requerit per aquest, fins un màxim de 5 hores diàries. Es treballarà diligentment per garantir la cobertura informativa a les xarxes socials de l'Ajuntament les 24 hores del dia els 7 dies de la setmana.

Durant l'execució dels treballs objecte del contracte, el contractista es compromet, en tot moment,



a facilitar a les persones designades per l'Ajuntament, la informació i documentació que aquestes sol·licitin per disposar d'un total coneixement de les circumstàncies en què es desenvolupen els treballs, així com dels eventuais problemes que es puguin plantejar i de les tecnologies, mètodes i eines utilitzats per resoldre'ls. S'hi inclourà la descripció de les mesures disposades per l'oferiment, per tal d'assegurar la qualitat, seguretat i confidencialitat, així com aquelles altres que es preveu aplicar per vigilar i garantir l'adequat compliment del contracte.

El contractista haurà de presentar al final de cada mes una relació de les tasques i hores realitzades per a l'Ajuntament segons plantilla facilitada per l'Oficina de Promoció de la Ciutat.

5.- Resposta a les peticions ciutadanes

La prestació del servei ha de seguir el protocol d'actuació i resposta a les xarxes socials municipals.

La resposta als usuaris que demanin informació o plantegin peticions a través de les xarxes ha de ser en un termini màxim raonable.

Caldrà mantenir un recull actualitzat de les peticions i les queixes rebudes, que s'enviara per correu electrònic al departament de Comunicació mensualment i sempre que es demani.

Caldrà elaborar i presentar informes puntuals de crisi de reputació, en cas que es produeixin. Proposar i incorporar accions de millora de reputació *online* de l'Ajuntament d'acord amb el departament de Comunicació.

6.- Promoció i fidelització de seguidors

Elaborar, presentar i executar una estratègia d'augment sostingut de seguidors que pot incloure concursos i altres formes de participació, interacció amb usuaris prescripcions i de referència i altres tipus d'accions que es proposin.

Gestió, assessorament i execució de campanyes promocionades a les xarxes socials (el cost d'aquestes campanyes no l'ha d'assumir l'adjudicatari però l'haurà d'avançar i facturar a l'Ajuntament).

7.- Drets de propietat

Tots els informes, documents, adaptacions i creativitats elaborats durant la realització dels treballs del projecte, seran propietat de l'Ajuntament, que es reserva totes les facultats inherents a aquest dret. Podrà cedir-los a tercers, reproduir o divulgar parcialment o íntegrament, en la mesura que cregui convenient, sense perjudici dels drets irrenunciables que puguin correspondre al contractista. El contractista no podrà utilitzar per a si, ni promocionar a tercers, cap dada sobre el projecte, ni publicar, totalment o parcialment el contingut sense autorització per escrit prèvia d'aquesta obligació. En tot cas el contractista serà responsable dels danys i perjudicis que es deriven de l'incompliment d'aquesta obligació.