**G. CRITERIS D’ADJUDICACIÓ I D’AVALUACIÓ DE LES OFERTES DE L’ACORD MARC**

**LOT 2: CAMPANYES DE COMUNICACIÓ**

**II.- Criteris econòmics o avaluables de forma automàtica (SOBRE C)**

II.1.- Obtenció de premis de disseny a nivell nacional o internacional en els darrers 3 anys.................................................................................................. Fins a 11 punts

II.2.- Nombre addicional de propostes a les comandes ...................... Fins a 15 punts

II.3.- Oferta econòmica per la conceptualització i creativitat d’una campanya............................................................................................Fins a 15 punts

II.4. Correcció lingüística, ortogràfica i tipogràfica dels textos ...........Fins a 10 punts

El cost d’una campanya de comunicació 360 varia significativament segons l’escalabilitat de la campanya, els canals utilitzats, l’audiència objectiu i la cobertura geogràfica, entre d’altres. Aquest abast quedarà definit al briefing de cada una de les campanyes.

A continuació es detalla el que inclou una campanya estàndard a nivell orientatiu, aquests elements poden variar segons la campanya.

|  |  |
| --- | --- |
| **HONORARIS CONCEPTUALITZACIÓ I CREATIVITAT CAMPANYA I DESENVOLUPAMENT MATERIALS BÀSICS.**   * Conceptualització de la idea * Definició de missatges * Desenvolupament creatiu (mín. 2 propostes) * Realització dels següents elements: * Mupi * Póster * Flyer * Roll up * Creativitats per xarxes socials (màxim 50 entre estàtiques i dinàmiques) * 2 vídeos per xarxes socials (màxim 60’’) * Adaptacions a socials ads * 2 banners/slides web * Anunci a premsa escrita (4 versions). Preu adaptacions: 100/unitat€ * Planificació estratègica de la campanya general * Planificació tàctica amb cronograma de les diferents accions * Anàlisi de resultats | 25.000,00€ |
| **DESPESES DE GESTIÓ ASSOCIADES (10%)** | 2.500,00€ |
| **TOTAL** | **27.500,00€** |