**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€** |