



INFORME VALOR REPERCUSSIÓ RETORN DE MARCA

PLA DE COMUNICACIÓ

26, 27 | 28 DE JULIOL

CUNIT
MUSIC
FESTIVAL



INTRODUCCIÓ: CUNIT MUSIC FESTIVAL

Els festivals de música són una eina de gran vàlua per a impulsar i desenvolupar l'activitat econòmica i de retorn d'imatge de marca per a les poblacions que acullen aquest tipus d'esdeveniment. Moltes ciutats i regions atrauen visitants i estimulen l'economia local posant en marxa projectes d'aquestes característiques. Les dades d'impacte econòmic sovint mostren un augment significatiu en els sectors d'allotjament, restauració, comerç minorista, teixit empresarial i de serveis locals, durant els festivals de música.

Els estudis d'impacte econòmic solen analitzar factors com ara el nombre de visitants al festival, les despeses mitjanes per persona en àrees com menjar, begudes, allotjament, compres i transport, així com la generació de llocs de treball temporals i la promoció del turisme local i regional. Aquests esdeveniments atrauen milers de visitants de tot el món i tenen un impacte significatiu en l'economia local i regional. Els informes d'impacte econòmic proporcionats pels organitzadors o les autoritats locals podrien oferir una visió més precisa de com aquests festivals beneficien la regió.

Els festivals de música no només generen impacte econòmic, sinó que també tenen un impacte significatiu en la marca i la reputació de la ciutat que els acull. Aquests esdeveniments poden elevar el perfil nacional i internacional d'una destinació, reforçar la seva imatge com a destinació cultural o de lleure, i atraure l'interès de públics nous.

26, 27 | 28 DE JULIOL

CUNIT[®]
MUSIC
FESTIVAL

Encara que les dades quantitatives poden ser més senzilles de recopilar i mesurar, les dades qualitatives sobre l'impacte de marca poden ser igualment valuoses. Aquestes dades podrien incloure:

Cobertura mediàtica: L'abast i la qualitat de la cobertura mediàtica podrien ser indicatius de la seva influència en la marca de la ciutat. Les ressenyes positives en mitjans reconeguts podrien reflectir un augment en el prestigi i la visibilitat de la destinació.

Reaccions dels assistents: Les opinions i reaccions dels assistents al festival en xarxes socials, fòrums de viatges i altres plataformes podrien proporcionar una perspectiva sobre com perceben la ciutat després de l'experiència del festival.

Enquestes de percepció: Les enquestes realitzades a assistents al festival o a la població local podrien proporcionar dades qualitatives sobre com el festival ha influït en la percepció de la ciutat. Preguntes sobre la seva opinió sobre la ciutat com a destí turístic abans i després del festival podrien revelar canvis en la seva imatge i reputació.

Associacions positives: Les associacions positives entre el festival i la ciutat podrien ser evidents en el discurs públic, les campanyes de màrqueting i les estratègies de promoció turística.



26, 27 I 28 DE JULIOL



PLA DE COMUNICACIÓ

1. CREACIÓ, DESENVOLUPAMENT I IMPLEMENTACIÓ WEB OFICIAL



- Disseny i maquetació del front end personalitzat
- Panell de backend a mida
- Disseny responsive per a mòbil, tauleta, portàtil i pantalla
- Pàgines legals
- Implementació del marc de Onebox
- Configuració de Google Ads
- Implementació de píxels Meta i Tiktok
- Implementació de Google Analytics
- Posicionament SEO
- Còpies de seguretat
- Allotjament
- Domini
- Comptes de correu
- Certificat SSL
- Configuració de galetes

2. ONE BOX (sistema integrat de ticketing / venda de tiquets)

- Plataforma personalitzada
- Servei permanent d'atenció al client
- Creació d'esdeveniments i tiquetera
- Backend personalitzat
- Disseny de ticketing

3. ESTRATÈGIA DIGITAL



Anuncis a les xarxes socials: Anuncis META

Elaboració de l'Estratègia d'Anuncis a les xarxes socials àmbit local i nacional.
Contractació d'Agència Especialitzada

Objectiu abast campanya (alcance)	1.020.000 persones
Objectiu impressions totals	4.100.000 impressions
Objectiu interaccions amb la pàgina	500.000 visites
Estratègia digital	92.860€ valoració econòmica

- Estudi i definició dels objectius i tàctiques de comunicació per a Anuncis a les xarxes socials: Instagram i Facebook.
- Estudi de l'empresa/marca i de la competència o de perfils aspiracionals (2 competidors).
- Definició de l'audiència i del target per a Anuncis a les xarxes socials.
- Estratègia de campanyes per a Anuncis a les xarxes socials.
- Disseny i protocol d'estil per als Anuncis a les xarxes socials.
- KPI per als objectius proposats en l'estratègia.

Optimització del negoci META de META

- Optimització del negoci META sota la propietat de l'empresa per a la gestió de la pàgina de l'empresa de Facebook, el compte d'empresa d'Instagram i el compte publicitari per a Anuncis META.

26, 27 | 28 DE JULIOL



Nombre de la campaña	Importe (EUR)	Alcance (personas)	Impresiones	Frecuencia	Tipo de resultado	Resultados	Clics (todos)	Interacción con la página	Interacción con las publicaciones	Reproducciones de video	Visitas a la página de destino	Visitas al perfil de Instagram	Solicitudes enviadas (registre)	Registros completados (confirmaciones (email))
CMF BLE N	513,08	167920	291416	1,74	actions: post_engagement	128088	1138	128087	128088	124156	173	413	24	18
CMF FB LK	5,92	1360	2093	1,54	actions:like	1	60	298	297	269	18	0		
CMF RE IG	376,24	314663	970258	3,08	reach	314663	514	17861	17861	174448	71	168	3	3
CMF Thruplay IG	453,82	77637	156817	2,02	video_thruplay_watched_actions	31854	1016	85116	85116	83670	448	294	8	7
CMF RE FB	377,4	45126	103126	2,29	reach	45126	115	4015	4015	3952	12	0		
CMF EN IG Art	134,35	16878	25725	1,52	actions: post_engagement	3283	150	3282	3283	35913	2	41	9	6
CMF Traf	287,64	62856	146678	2,33	actions: landing_page_view	3514	6488	40433	40433	35913	3514	590	95	66
CMF LEADS TR	1723,44	306233	919987	2,98	actions: landing_page_view	9594	16903	7710	7700	63373	9594	1615	2575	2034
CMF Traf Perfil IG	5,67	2516	3123	1,24	actions: visit_instagram_profile	91	98	797	797	703	18	91	5	4
CMF LEADS TR Advantage	944,85	185345	435514	2,35	actions: landing_page_view	5741	9456	54752	54751	46735	5741	1078	1518	1315
CMF Conv 1	730,12	72985	283400	3,88	actions: offsite_conversion	1236	4488	42531	42531	39151	2387	1433	1597	1236
CMF Conv 2 vid	532,21	63399	210666	3,32	actions: offsite_conversion	825	3279	32790	32789	30351	1588	749	997	825
CMF TR	42,74	3705	6591	1,78	actions:link_click		103	61	61			48	7	7
CMF TR 2	155,01	37911	71891	1,90	actions:link_click	966	2204	1017	1017	1	524	25	13	15
CMF RE IG May2	143,30	179291	295094	1,65	reach	179291	186	6065	6065	5910	42	60	5	5
CMF RE IG May r/mkt1	268,99	71546	219963	3,07	reach	71546	605	12489	12489	11906	244	201	50	36
	6.355,12 €	1.020.320	4.136.342	4,05			46803	506.704	506.693	463.540	2.4376	6806	6906	5577

Estratègia marketing influencers..... 7.860€ valoració econòmica

Creació i configuració de campanyes a Anuncis META

- Creació del compte publicitari per a Anuncis META. Configuració del píxel a la web, verificació del domini, etc.
- Configuració de campanyes per a Anuncis META.

Gestió d'Anuncis a les xarxes socials

- Seguiment, anàlisi i optimització de les campanyes i dels anuncis creatius d'Anuncis META durant els mesos de maig, juny i juliol de 2024.

Màrqueting d'Influencers

Recerca d'Influencers

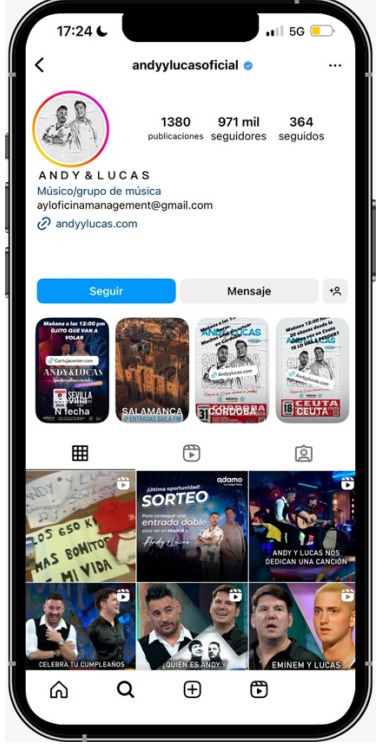
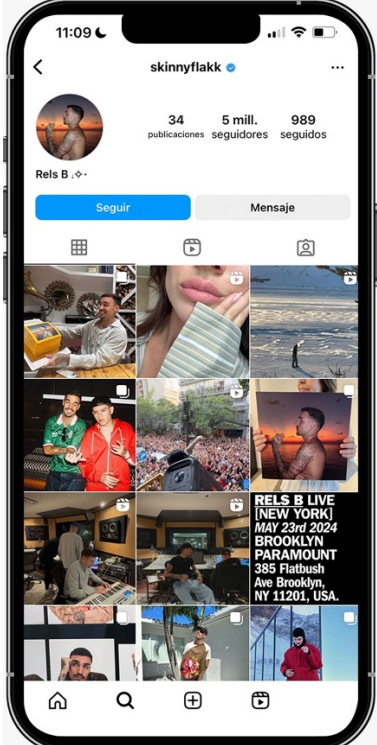
- Recerca de 10 microinfluencers per a una col·laboració (de 2.000 a 80.000 seguidors).
- Recerca d'1 macroinfluencer (de 500.000 seguidors)

Proposta per a Influencers

- Elaboració conjunta amb la marca de les propostes per als influencers (contingut, format, etc.).
- Enviament i gestió de les propostes.
- Seguiment dels resultats amb els influencers.

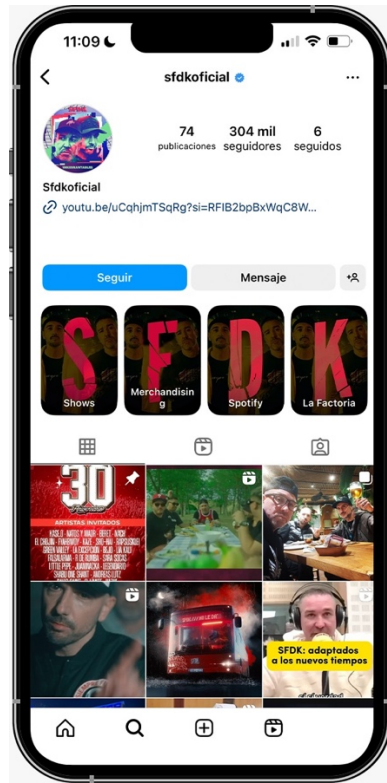


4. MARKETING DIGITAL ARTISTES

 <p>The screenshot shows the Instagram profile for 'andyylucasoficial'. The profile has 1380 posts, 971,000 followers, and 364 accounts followed. The bio identifies them as 'ANDY & LUCAS', a music group, with contact information for management. The grid features promotional posters for concerts in Salamanca and Ceuta, a 'SORTEO' (contest) for a double album, and birthday celebrations for Andy and Lucas.</p>	<p>ARTISTA: ANDY Y LUCAS @andyylucasoficial</p> <p>971k seguidors</p> <p>3.500 likes mitjana/post</p> <p>3 stories 0,05€ Valoració econòmica 48.550€</p>
 <p>The screenshot shows the Instagram profile for 'skinnyflakk'. The profile has 34 posts, 5 million followers, and 989 accounts followed. The bio identifies the artist as 'Rels B'. The grid includes various photos and videos, including a live performance announcement for 'RELS B LIVE [NEW YORK] MAY 23rd 2024' at the Paramount in Brooklyn, NY.</p>	<p>ARTISTA: RELS B @skinnyflakk</p> <p>5 milions seguidors</p> <p>Entre 750.000 i 1,5M likes mitjana/post</p> <p>3 stories 0,05€ Valoració econòmica 250.000€</p>

26, 27 | 28 DE JULIOL

UNIT
MUSIC
FESTIVAL



ARTISTA: SFDK
@Sfdkoficial

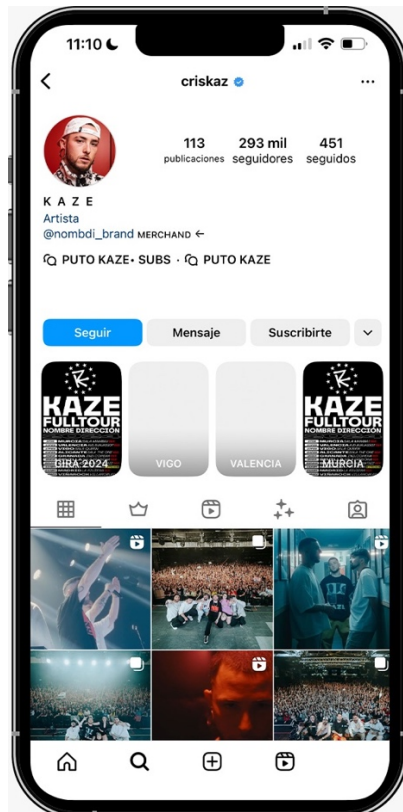
304k seguidors

Entre 7.500 i 18.500
likes mitjana/post

3 stories

0,05€

Valoració econòmica
15.200€



ARTISTA: KAZE
@criskaz

293k seguidors

5.500 i 7.500 ikes
mitjana/post

3 stories

0,05€

Valoració econòmica
14.650€



El potencial a les xarxes socials dels artistes que configuren el cartell de la primera edició del Cunit Music Festival és un dels altres canals que se'ns obren per a projectar la marca Cunit a través dels entorns digitals mitjançant les publicacions (post, reels, stories) que en la campanya prèvia i durant el desenvolupament del festival realitzaran els artistes des dels seus perfils, així com des dels perfils dels seguidors que assistiran als concerts i els que els segueixen des de qualsevol punt de la geografia nacional i internacional.

1. **Engagement:** La quantitat d'interacció que genera la publicació de l'artista (m'agrada, comentaris, comparticions) comporta una valoració econòmica. Una publicació que generi un alt engagement sol considerar-se més valuosa. En aquest cas, l'artista és el màxim prescriptor de sí mateix i els seus seguidors en xarxes el seu target principal.
2. **Nínxol i rellevància:** La rellevància de l'artista dins del gènere musical específic de la seva pròpia marca genera valor percebut de la publicació, essent aquest un retorn de la eficàcia de la inversió més alt.
3. **Abast i audiència:** La qualitat de l'audiència dels artistes del cartell del Cunit Music Festival (la seva demografia, interessos, nivell de compromís, etc.) garanteix major compromís i genera un retorn d'inversió més significatiu.

Nom artista	Número seguidors instagram
ANDY Y LUCAS	971.000 seguidors
RELS B	5.000.000 seguidors
SFDK	304.000 seguidors
KAZE	293.000 seguidors
TOTAL PERFILS INSTAGRAM ARTISTES	6.568.000 seguidors



5. CAMPANYES PUBLICITAT

- **PUBLICITAT EXTERIOR: BANDEROLES 14.500€ valoració econòmica**



Campanya exterior amb banderoles al trajecte urbà de la C-31 que travessa la població de Cunit amb una afluència de circulació de milers de vehicles. Aquesta acció pot desenvolupar-se entre 30 i 45 dies previs a la celebració del festival.

- **PUBLICITAT EXTERIOR: MUPIS 9.100€ valoració econòmica**

Campanya exterior amb MUPIS ubicats a l'entorn de proximitat Baix Penedès, Garraf i Alt Penedès. Aquesta acció pot desenvolupar-se prèviament a la celebració del festival.



- **PUBLICITAT EXTERIOR: CARTELLERIA 7.800€ valoració econòmica**

26, 27 I 28 DE JULIOL



6. CAMPANYA AMB MITJANS OFICIALS

- RÀDIO

ACORD PATROCINI EMISSORA OFICIAL FLAIX FM 102.860€ valoració econòmica



RESUM

CAMPANYA DE COMUNICACIÓ FLAIX FM EMISSORA OFICIAL

VALORACIÓ TARIFA ECONÒMICA
102.860 € + IVA

1.- CAMPANYA EMISSORA OFICIAL

RÀDIO:

- Emissora: Flaix FM
- Cobertura: BARCELONA I CADENA
- Període: Maig – Juliol 2024.
- Format: promots i mencions de 30" d'emissora oficial promots i mencions de concurs.
- Insercions: 100 promots d'EO Cobertura Barcelona
20 promots i 10 mencions de concurs CADENA
- Horari: PENDENT DE CALENDARITZACIÓ

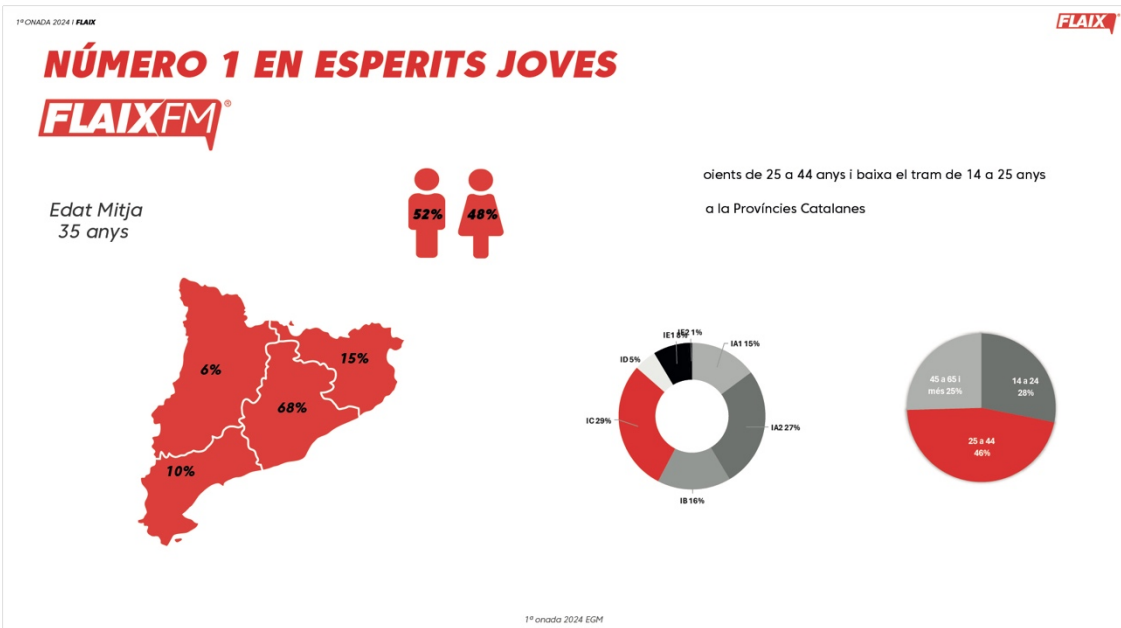
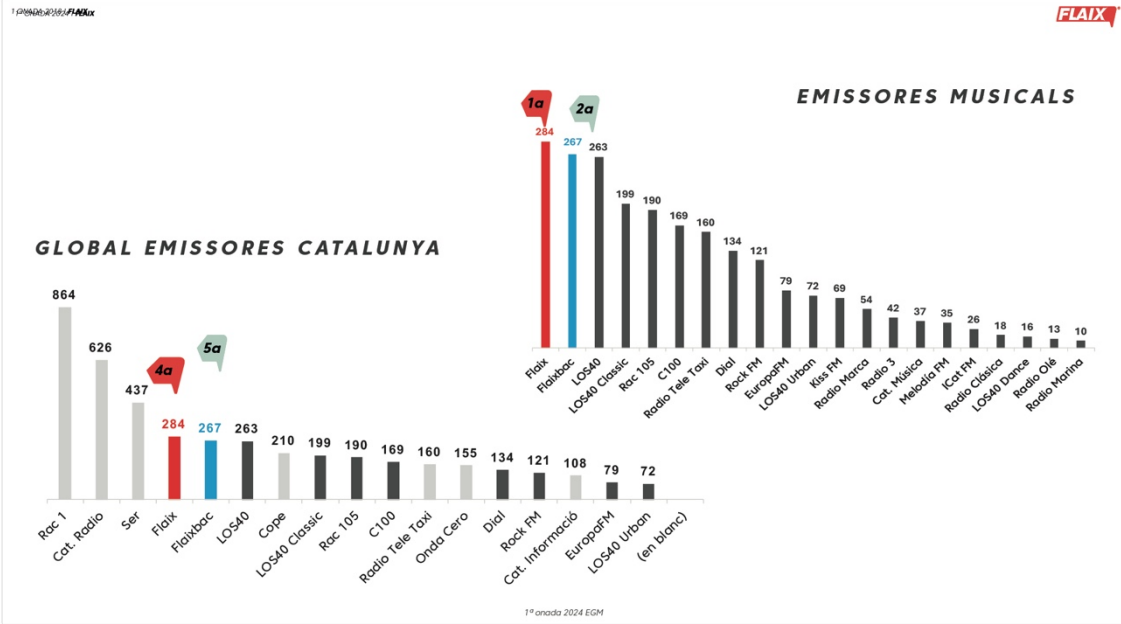
ONLINE

- Emissora: Flaix FM
- Cobertura: web i XXSS
- Període: Maig – Juliol 2024.
- Format: Slider web i post XXSS
- Insercions: 28 dies de Slider i 1 post concurs
- Horari: PENDENT DE CALENDARITZACIÓ



26, 27 | 28 DE JULIOL

UNIT
MUSIC
FESTIVAL



- **CAMPANYA CADENA DIAL PENEDES-GARRAF..... 8.140€ valoració econòmica**



- LA VANGUARDIA QFEM?
 PUBLICACIÓ PÀG. BRANDED CONTENT 50.800€ valoració econòmica
 CONTENT DIGITAL 32.000€ valoració econòmica


Qf

Qf un referent de l'oci a Catalunya

Qf és el suplement líder d'oci a Catalunya. Des de fa 25 anys ofereix tota l'actualitat, els millors plans i idees amb la informació més rellevant perquè els lectors de La Vanguardia puguin gaudir millor del seu temps lliure.

Cada divendres, aquesta publicació apropa als lectors de La Vanguardia a les millors ofertes en cinema, teatre, concerts, restaurants i activitats diverses.

Secció QF: <https://www.lavanguardia.com/qf>

 **Qf**
 254.000 lectors
 51.487 exemplars


3M usuaris únics
 Líders en diaris digitals
 Generalistes a Catalunya

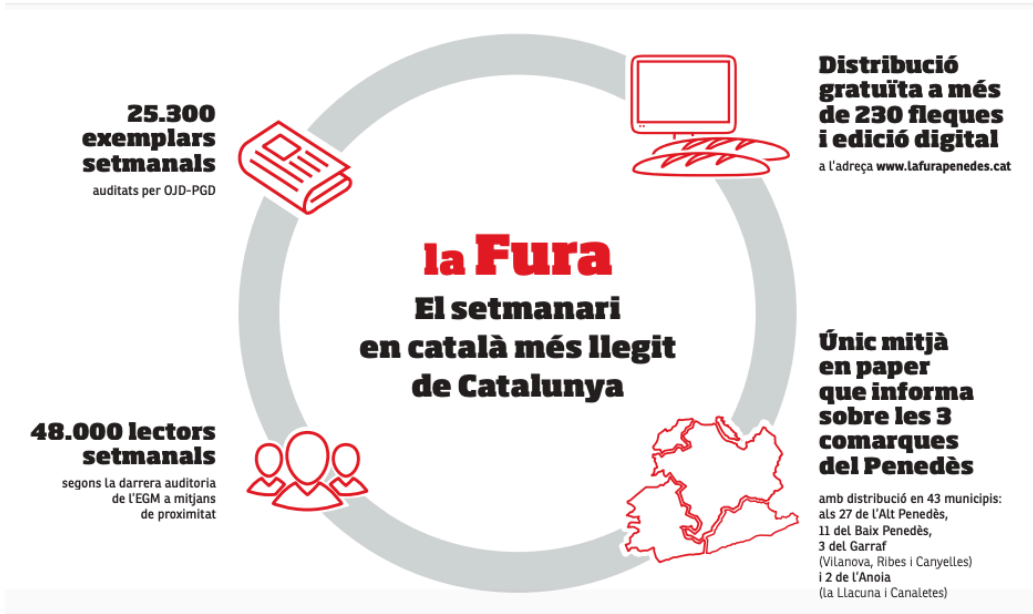


Font: 3er Acumulat. 2023 EGM. GFK Febrer 2024



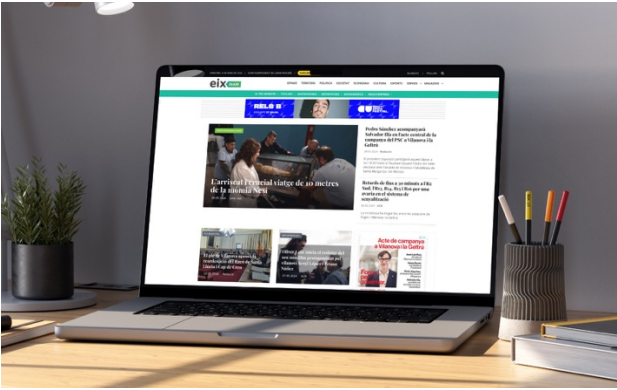
• DIARIS COMARCALS I DIGITALS

LA FURA 4.800€ valoració econòmica



EL CARGOL 4.500€ valoració econòmica





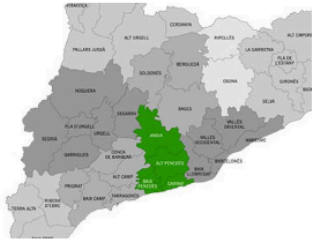
EIX DIARI 16.660€ valoració econòmica

72 municipis de la Vegueria del Penedès



Eix Diari compta amb seccions que informen de l'actualitat de la teva comarca

Som l'únic mitjà de comunicació que ofereix notícies diàries sobre tots els municipis de l'Anoia, Garraf, Alt i Baix Penedès, amb una població prop de 500.000 habitants.



UN MITJÀ LÍDER AL TERRITORI



Diari líder al Gran Penedès

Eix Diari és el líder dels diaris digitals a les comarques del Penedès

