



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE MONITORITZACIÓ I DINAMITZACIÓ DE LES XARXES SOCIALS DE BARCELONA ACTIVA, CREACIÓ I PUBLICACIÓ DE CONTINGUTS D'ACTUALITAT A LES NOTÍCIES (WEB) I CANALS SOCIALS, I CREACIÓ I ENVIAMENT DELS NEWSLETTERS I COMUNICACIONS D'E-MAIL MÀRQUETING

1. INTRODUCCIÓ

Barcelona Activa, l'agència de desenvolupament econòmic i local de l'Ajuntament de Barcelona, acompanya la ciutadania de Barcelona al llarg de la seva vida professional, oferint-los l'assessorament, les eines, la formació i els serveis que puguin necessitar en els diferents moments vitals i professionals en els que es trobin.

Així doncs, Barcelona Activa, principalment:

- Acompanya la ciutadania durant tot el procés de cerca de feina i millora professional: OCUPACIÓ.
- Dona suport a les persones emprenedores per fer realitat les seves idees de negoci, sigui de forma col·lectiva o individual: EMPRENEDORIA.
- Ajuda les empreses i organitzacions a créixer, connectar-se amb l'ecosistema i consolidar-se amb models socialment sostenibles i responsables: EMPRESES.
- Ofereix formació actual i de qualitat a les persones que busquen feina, volen emprendre o fer créixer la seva empresa, així com formació d'alt contingut tecnològic per a professionals que volen actualitzar-se continuament o reconvertir-se al sector TIC per augmentar les possibilitats de trobar feina: FORMACIÓ.

La missió de Barcelona Activa és promoure l'ocupació de qualitat, l'esperit emprenedor, la competitivitat empresarial i la diversificació del teixit productiu, per a assolir un model econòmic sostenible, incliusiu i just. Amb la visió de fer de Barcelona una ciutat de referència per treballar, emprendre i viure amb valors socials i ambientals.

En total, Barcelona Activa atén anualment més de 55.000 persones i gairebé 7.000 empreses a través dels més de 100 serveis i programes desplegats per tota la ciutat.

Els valors

Barcelona Activa treballa per fer de Barcelona una ciutat més justa i per transmetre una sèrie de valors:

1. Igualtat d'oportunitats i progrés social
2. Cooperació, dins l'organització i amb d'altres
3. Economia al servei de les persones: social i sostenible
4. Esperit de servei públic, i ètica professional i personal

Aquests valors, com no pot ser d'una altra forma, s'incorporen en la comunicació i es reflecteixen en la utilització de:

- Un llenguatge integrador i no sexista
- Imatges que incorporen la paritat de sexes (amb un percentatge del 60% d'un sexe i un 40% de l'altre sexe), la diversitat (tant de discapacitats, origen o intergeneracional) i utilitza exemples dels diferents perfils que hi ha a la ciutadania de Barcelona, buscant una major identificació entre l'Organització i l'usuari.
- Missatges clars, entenedors i que eviten els tecnicismes en la mesura del possible.

Els objectius de comunicació

L'objectiu estratègic de comunicació de Barcelona Activa és aconseguir que la ciutadania conegui els productes i serveis que s'ofereixin i que confii en l'organització per a què l'acompanyi en el seu procés vital (ja sigui de cerca de feina o de millora professional, ja sigui en la realització de la seva idea emprenedora, ja sigui en la seva formació o ja sigui en el creixement empresarial del seu negoci).

El públic objectiu

Ciutadania de Barcelona en edat de treballar, de 18 a 65 anys, principalment. Entre aquest col·lectiu, destaca la importància d'arribar als més joves (menors de 30 anys), a les dones i als majors de 45 anys.



Organització interna

Barcelona Activa està integrada dins de la Quarta Tinència d'Alcaldia de l'Ajuntament de Barcelona. A nivell organitzatiu, existeixen tres direccions executives, dues corporatives i una direcció jurídica que depenen de la Direcció General.

La Direcció de Comunicació lidera les accions de comunicació (interna i externa) de l'organització; accions que donen resposta a les necessitats d'actualització de continguts als diversos canals de comunicació corporatius i a les necessitats que generen les diferents direccions de Barcelona Activa.

2. L'ECOSISTEMA DIGITAL DE BARCELONA ACTIVA

Barcelona Activa compta amb diferents canals de difusió de continguts digitals adreçats als diferents col·lectius de persones usuàries dels serveis (persones en actiu o en situació d'atur, persones emprenedores, persones empresàries, etc.).

Aquests canals *online* ajuden a assolir els objectius de Comunicació de l'entitat i tenen el doble objectiu d'informar productes i serveis, facilitar la inscripció a les activitats, cursos formatius i programes a mida dels diferents àmbits de negoci, i alhora posicionar l'agència com una entitat clau en l'ecosistema del desenvolupament econòmic a la ciutat.

L'objecte d'aquesta licitació són els continguts d'actualitat que es difonen en aquests canals, sobretot a través de les xarxes socials però també en *newsletters* i en notícies per a les diferents webs.

2.1. Llocs web.

- **barcelonactiva.cat** és el web corporatiu que fa de distribuïdor cap als webs de serveis i concentra la informació corporativa de l'organització. A més, té una secció d'Actualitat amb notícies compartides amb les altres webs, notes de premsa i una altra amb les publicacions editades (plans estratègics, llibres, informes, dades econòmiques, etc.).
- **barcelona.cat/treball**. El web Barcelona Treball agrupa tots els programes d'ocupació i les serveis per al desenvolupament professional de Barcelona Activa adreçats tan a persones a l'atur com a professionals en actiu. El nou web s'estrenarà el primer trimestre de 2025.
- **barcelona.cat/cibernarium**. El Cibernarium és un centre de formació tecnològica per a tothom, des de la iniciació més bàsica, l'especialització en càpsules de curta durada o la IT Academy (*reskilling* en programació). Hi ha activitats presencials, online i en *streaming*.
- **barcelona.cat/empreses**. Dona servei a les persones autònomes, les microempreses i les pimes per acompanyar-les en el seu creixement. Els serveis per a empreses (constituïció, finançament, internacionalització, etc.) es donen des de l'Oficina d'Atenció a les Empreses (OAE) i el Parc Tecnològic.
- **barcelona.cat/emprenedoria** és l'espai per a les persones emprenedores. El web presenta els serveis que ajuden a transformar una idea en un negoci viable de futur. Inclou informació dels serveis d'acompanyament per elaborar el pla d'empresa i la formació i eines i recursos d'autoús.

L'oferta de recursos i serveis disponibles en els webs es complementa, en funció dels objectius estratègics de l'organització, amb landings transversals com la de formació ([barcelonactiva.cat/formació](https://barcelonactiva.cat/formacio)), altres per a públics específics, com barcelonactiva.cat/joves, i pàgines sectorials, com la d'Economia Blava (barcelonactiva.cat/economiablava).

Dades de visites als portals web (Any 2024)

	Tràfic total	Tràfic de xarxes socials	Tràfic de newsletters
Web corporatiu	692.532	20.807 (3%)	1.544 (0,22%)
Treball	1.153.136	12.051 (1,05%)	41.442 (3,59%)
Empreses	551.837	35.211 (6,38%)	44.594 (8,08%)
Emprenedoria	303.489	6.458 (2,13%)	32.522 (10,72%)
Cibernarium	755.452	17.213 (2,28%)	120.663 (15,97%)

2.2. Newsletters de Barcelona Activa

Barcelona Activa compta amb una estratègia de d'e-mail màrqueting per arribar de manera més directa a la comunitat de persones usuàries dels diferents programes i serveis. Aquesta comunicació consisteix en l'enviament setmanal de butlletins informatius (*newsletters*) i d'e-mails segmentats:



- a) Les línies de serveis **d'Emprenedoria, d'Empreses, de Treball i de Formació** (Cibernàrium), tenen un *newsletter* setmanal. S'envien en dies diferents de la setmana i inclouen informació rellevant per cadascun dels *targets* als quals s'adreça. Per la seva banda, la Direcció d'Economia Social envia un butlletí mensual.
- b) De manera regular es fan també **accions d'e-mail màrqueting** per comunicar actes, esdeveniments i promocions especials d'alguns programes (4 al mes).

Els *newsletters* de Barcelona Activa tenen actualment al voltant de 225.000 persones subscrites i un volum d'enviaments a més de 850.000 e-mails mensuals.

	NL Emprenedoria	NL Cibernàrium	NL Empresa (cat)	NL Treball
Ràtio Obertures				
Mitjana rati d'obertura 2023	23,57%	22,35%	23,19%	17,63%
Mitjana rati d'obertura 2024	24,33%	24,45%	23,23%	18,23%
Diferència	+0,76%	+2,1%	+0,04%	+0,60%
Clics				
Clics 2023	17.587	65.163	24.883	59.502
Clics 2024	13.797	69.923	26.262	20.803
Diferència	-3.790	+4.763	+1.379	-38.699

2.3. Xarxes socials

Les xarxes socials, amb un volum considerable de persones seguidores (i superior a entitats similars), són l'instrument que ens permet mantenir informades les persones usuàries de les novetats de l'empresa, fidelitzar-les a la comunitat i també treballar la reputació de l'entitat i de la ciutat com a entorn d'oportunitats.

Els canals de Barcelona Activa no han parat de créixer en els darrers anys quant a número de persones seguidores, amb diferents ritmes segons cada xarxa i en relació les tendències generals. Igualment, el servei ha evolucionat per adaptar-se a aquestes tendències i als nous formats requerits (més transparència i més creativitat gràfica i audiovisual, per exemple).

Les xarxes tenen un creixement orgànic, recolzat amb campanyes de pagament, de marca i sobretot vinculades a la promoció d'ajuts, programes i serveis.

Donada la importància que aquestes tenen en la comunicació actual, la presència de Barcelona Activa a les xarxes socials ha de mantenir aquesta dinàmica de creixement tant quantitativa com qualitativament. El nostre ecosistema de xarxes socials està format per:

- **LinkedIn** seguit per un ampli ventall de persones professionals amb un perfil formatiu mig-alt interessades per les ofertes de feina i les novetats de Barcelona Activa. Hi ha més de 106.000 seguidors de la pàgina d'empresa i una activitat variable en el grup de LIDERA. La taxa d'interacció a LinkedIn és de 6,32%. També tenim pàgina formativa oberta d'IT Academy amb gairebé 1.000 seguidors.
- **Instagram** compta amb 26.100 fans i una taxa d'interacció de 3,59. Aquest espai inclou temàtiques transversals de Barcelona Activa, segons les necessitats comunicatives de cada moment. Presenta accions més creatives i properes de programes, serveis, instal·lacions, fires, *start-ups*, etc.
- **Instagram de Joves** es va obrir l'any 2022 coincidint amb la inauguració del Convent de Barcelona Activa (equipament dirigit a joves d'entre 16 i 30 anys). Compta amb més de 3.500 seguidors i la seva taxa d'interacció és del 5,77%. Els continguts que es publiquen es dirigeixen específicament a aquest públic amb recursos per trobar feina, emprendre i formar-se.
- **TikTok @barcelonactiva** també es va obrir l'any 2022 amb la inauguració del Convent de Barcelona Activa (equipament dirigit a joves d'entre 16 i 30 anys). Compta amb més de 8.000 seguidors i la seva taxa d'interacció és del 9,21%. Es publica contingut ad hoc pel públic jove.
- **Facebook** compta amb 61.000 fans que responen en gran mesura a un públic professional en actiu o a l'atur. Aquest canal és molt actiu en temes relacionats amb l'ocupació i la recerca de feina, amb una taxa d'interacció de 2,24%.
- **YouTube** s'aprofita com aparador del material audiovisual produït per als diferents departaments. No es fa cap acció específica per augmentar les visites cap aquest espai.
- **X @barcelonactiva** compta amb més de 192.000 seguidors i una taxa d'interacció de 0,53%. La segmentació dels seguidors és complexa, ja que l'índex de participació és similar tant en tuits d'ocupació, com d'emprenedoria o de millora professional. El canal



d'X s'ha tancat a data 31/01/2025 i ens trobem en procés de valoració d'altres xarxes socials i d'adaptació del pla de continguts a les xarxes socials actives actuals: LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok i Youtube.

Estat actual de les xarxes Barcelona Activa: Evolució 2023 – 2024

Canal	Nº seguidors 2024	% vs 2023	Impressions 2024	% vs 2023	Interaccions 2024	% vs 2023
LinkedIn	105.163	+7,87%	1.578.054	+49,85%	11.355	+2,74%
Instagram	24.543	+14,81%	1.150.186	+367,55%	11.858	+68,53%
X	193.491	-0,18%	894.503	-21,19%	2.430	-60,4%
Facebook	60.864	-	377.431	-39,18%	2.251	-6,05%
Instagram joves	3.686	+103,5%	471.151	+1.072%	15.583	+19,06%
TikTok joves	4.556	+81,8%	5.904.009	+788%	28.356	+13,2%

3. OBJECTIUS ESTRATÈGICS DE LA COMUNICACIÓ DIGITAL

En relació amb els objectius de comunicació detallats anteriorment, es plantegen uns objectius anuals a aconseguir mitjançant l'estratègia de comunicació digital i que s'aniran treballant i ajustant en el marc d'aquest contracte.

Objectius en xarxes socials

- **Posicionament.** Millorar la presència i visibilitat de Barcelona Activa en xarxes socials i cercadors per reforçar l'autoritat de la marca en l'àmbit de desenvolupament econòmic i social. Fer-ho reforçant la publicació de continguts estratègics amb paraules clau alineades amb el SEO per maximitzar el tràfic orgànic a través de xarxes socials i butlletins. A més, fidelitzar els seguidors actuals i fer créixer la comunitat. Dos exemples clars: augmentar el tràfic de xarxes socials a les web amb més d'un 5% del total i fer créixer la taxa d'interacció als canals socials prioritaris (LinkedIn i Instagram) per sobre del 7%.
- **Notorietat.** Reforçar la percepció de les xarxes socials de Barcelona Activa com a canals fiables i accessibles per a informar-se sobre programes, serveis i esdeveniments, incrementant la participació i el tràfic directe a la web. Per tant, no només incrementar el tràfic de xarxes socials amb més d'un 5% del total, sinó mesurar les inscripcions provinents de campanyes específiques de xarxes socials.
- **Marca.** Construir una comunitat activa i fidel al voltant de la marca, potenciant els valors i l'impacte social de Barcelona Activa. Crear continguts rellevants que fomentin el debat i la compartició, teixir xarxes amb actors de l'ecosistema i donar veu als ambaixadors poden ajudar a incrementar les bases de seguidors a les xarxes socials en un 22% a Instagram i en un 15% a LinkedIn com a objectius per al 2025.

Objectius e-mail màrqueting

- *Newsletters* setmanals: incrementar el rati d'obertura fins al 25%, i els clics en un 10% com a mínim, amb especial incidència en els enviaments d'Emprenedoria, Empreses i Treball.
- *E-mailings* segmentats: garantir un rati d'obertura mínim del 40% per a tots els enviaments i un CTOR situat per sobre del 15%.

Aquests objectius d'e-mail màrqueting estan estretament relacionats amb la gestió de la BDD d'e-mails que no entra en l'abast d'aquest projecte. De totes maneres, sí que és objecte del contracte la creació i enviament dels *newsletters* i e-mailings, i per tant la seva evolució i adaptació quant a disseny i redacció i de totes les millores que es puguin proposar per aconseguir els objectius especificats. També se'n farà el seguiment i evolució en els informes corresponents

4. ABAST DEL SERVEI

Els serveis objecte d'aquest contracte consistiran en la **monitorització i dinamització de les xarxes socials de Barcelona Activa**, la **creació i publicació de continguts d'actualitat** a les notícies (web) i canals socials, i la **creació i enviament dels newsletters** i comunicacions d'e-mail màrqueting.

Aquests serveis inclouen la creació de textos, imatges, guió i edició de vídeos curts, creació d'infografies i altres materials que es requereixin per a l'actualització i dinamització de tots els canals. I també la planificació estratègica, el seguiment d'indicadors i les propostes de millora definides pel correcte funcionament del servei.

El servei es definirà en base als punts següents:



1. **Elaboració del Pla de Comunicació digital (anual).** El Pla de comunicació digital és un document obert que serveix com a guia per a dissenyar l'estratègia *on line* i multicanal de Barcelona Activa. És un document obert que s'anirà completant i treballant entre les dues parts. Actualment el Pla de comunicació online 24-25 té la següent estructura:
 - a. Valoració de l'activitat a xarxes, anàlisi de l'audiència per canals, evolució i tendències per mesos i propostes de millora.
 - b. *Benchmark* amb competència amb identificació de comptes referents destacats i tendències
 - c. Definició estratègia d'e-mail màrqueting (*newsletters* i enviaments mensuals)
 - d. Definició d'objectius a mig i llarg termini i mesures operatives per assolir-los.
 - e. Estratègia de continguts i calendariització
 - f. Projectes destacats

2. **Dinamització dels canals de comunicació 2.0 de Barcelona Activa:** creació i publicació de continguts, propostes d'accions per augmentar la difusió, recull d'indicadors (mensual, quadrimestral i anual), monitorització de les xarxes i de crisis, etc.

Per tal de promoure l'interès dels seguidors i afavorir la taxa d'interacció, és necessari dissenyar accions creatives i gràfiques (infografies, fotos, gràfics, breus vídeos subtitulats) adaptades a cada xarxa social, per comunicar diferents accions i projectes. També caldrà cobrir esdeveniments (actes i fires) prèviament pactats amb el departament de comunicació de Barcelona Activa.

D'altra banda, el proveïdor haurà de fer cerca activa d'informacions d'actualitat dels àmbits d'interès de l'entitat per proveir els diferents canals i aconseguir els objectius prèviament definits. Les temàtiques principals són:

- **Sectors econòmics i estratègics, ciutat i esdeveniments:** *dades econòmiques, clústers, projectes, iniciatives, presència al territori, col·laboració amb entitats i institucions, etc.*
- **Treball:** *accés al mercat laboral, formació de la persona treballadora i recursos per al progrés professional*
- **Emprenedoria:** *suport a tota aquella persona usuària que tingui la intenció d'emprendre i crear un negoci*
- **Empreses:** *informació i assessorament a totes les àrees de gestió empresarial*
- **Cibernàrium:** *formació tecnològica per a tothom*
- **Col·lectius específics:** *joves d'entre 16 i 29 anys, economia social i solidària i serveis per a dones (Lidera), entre d'altres.*

Cal tenir en compte que al llarg de la durada d'aquest contracte, i fruit de la pròpia activitat de l'organització i de l'estratègia de l'Ajuntament, es poden crear nous canals, productes de comunicació (*newsletters*, comptes de xarxes socials, *microsites* per a la promoció de programes, etc.). Per això es contempla una bossa d'hores extra per perfils que es podrà executar segons es requereixi previ acord amb Barcelona Activa.

2.1. Dinamització de les xarxes socials

Cal fer una dinamització constant de les xarxes socials actuals de Barcelona Activa (X, Facebook, LinkedIn, Instagram, Tik Tok), amb accions adaptades al *target* de cada canal. El servei tindrà, com a mínim, la següent cadència de publicació actual:

- **LinkedIn Barcelona Activa:** 2/3 per dia amb continguts de serveis i 1 en profunditat com carrusels de dades o vídeos testimonials (cap de setmana inclòs). De manera addicional es tindrà en compte segons necessitats de calendari la gestió de les pàgines de LinkedIn de LIDERA (dones) i IT Academy.
- **Instagram:** 2/3 accions creatives per setmana pel feed. El volum d'stories dependrà de les necessitats. Aquests es compartiran també a Facebook.
- **Instagram Joves:** 2/3 accions creatives per setmana pel feed (3 posts). El volum d'stories dependrà de les necessitats, però s'haurà de treballar una estratègia d'stories interactives per potenciar el tràfic web.
- **TikTok Joves:** 2/3 accions creatives per setmana (3 posts). S'haurà de treballar una planificació de continguts estratègica per aquest canal.
- **Facebook Barcelona Activa:** 1/2 posts al dia (cap de setmana inclòs).

La producció de **material gràfic i audiovisual** serà clau per a la comunicació a xarxes socials. Per això, cal contemplar que de manera fixe es demana 2/3 accions a Instagram, LinkedIn i TikTok cada setmana, i que aquesta requereix la presentació prèvia de propostes i la producció de l'escollida per Barcelona Activa. Per exemple una acció pot incloure disseny de creativitats originals, gràfiques i/o audiovisuals; infografies per difondre dades; gravació i edició de vídeos creatius (1 minut aproximadament); adaptació o retoc de visuals; i filmació i muntatge de petites càpsules de testimonis.

A banda, també es demanda material gràfic i audiovisual per fires/salons o per cobertures rellevants.

Els missatges del **cap de setmana** i vacances estaran **programats** amb anterioritat i només puntualment es podrà demanar publicar algun contingut.

El volum indicat és **el mínim que es durà a terme**, ja que en moments puntuals com esdeveniments i fires el nombre de posts es pot incrementar en totes les xarxes, especialment X i LinkedIn.



En alguns casos es complementaran campanyes de publicitat de Barcelona Activa creant continguts vinculats per difusió en orgànic.

Durant els períodes de vacances el nivell de publicacions es reduirà perquè no hi ha retransmissions.

2.2. Retransmissions d'esdeveniments i periodisme digital

Quant a la **retransmissió d'esdeveniments** en xarxes socials, la planificació ha de contemplar tasques de redacció abans, durant i després de l'esdeveniment. S'estima un volum de:

- 1 esdeveniment al mes en format **Fira** amb desplaçament de l'equip i retransmissió en directe. La tasca principal és seguir l'acte per completar el relat amb informació del moment i realitzar tant fotografies com vídeos (entrevistes, testimonis) per difondre durant i post esdeveniment. Inclou desplaçament de l'equip.
- 8 actes aprox. al mes amb cobertura amb dues possibilitats:
 - o Cobertura en directe menor a una fira que inclou desplaçament del periodista/redactor digital i seguiment resumit de l'esdeveniment que pot incloure també posts compartits a entitats/institucions col·laboradores.
 - o Aprofitar l'acte per anar a gravar un contingut que es difondrà a posteriori. Per exemple, se celebra un acte intern però s'entrevista a un dels convidats a l'acte per tenir enregistrar el seu testimonial i difondre a posteriori desvinculat de l'acte.

3. Redacció d'actualitat (notícies) al web de Barcelona Activa.

Barcelona Activa proveirà la informació i les indicacions necessàries per tal que l'empresa adjudicatària escrigui les notícies de l'organització.

Barcelona Activa publica tots els continguts informatius en català com a llengua principal i els ofereix també en castellà i anglès. L'empresa adjudicatària haurà d'escriure i traduir les notícies a aquests idiomes, tot garantint la correcció idiomàtica normalitzada.

El volum de les notícies actual és:

- Unes 8 notícies al mes pel web corporatiu de Barcelona Activa que es comparteixen després als altres webs de serveis.

L'empresa haurà de seguir les indicacions de la Guia d'estil corporativa de Barcelona Activa que s'està actualment actualitzant i ampliant.

4. Disseny, creació i enviament dels *newsletters* setmanals i *e-mailings* puntuals segmentats.

L'empresa adjudicatària es farà càrrec del disseny de plantilles de les *newsletters* de serveis definits en el punt 1.2, així com de la cerca i proposta de continguts, redacció, enviament i recull d'indicadors i mètriques periòdiques tant pels 5 *newsletters* de serveis com pels altres definits en aquest punt.

Caldrà mantenir i actualitzar el disseny de la plantilla de *newsletter* declinada amb elements distintius de cadascuna de les línies de serveis de Barcelona Activa. El disseny ha de tenir en compte els criteris d'usabilitat, accessibilitat des de qualsevol dispositiu de consulta, identificació dels blocs temàtics i categories d'informació, així com espais per a informació de caràcter transversal a totes les línies.

Puntualment també es podrà requerir el disseny d'*emailings* segmentats tindran un disseny variable, en funció de la campanya o servei al que facin referència, facilitada per Barcelona Activa.

La informació continguda en *newsletters* i *e-mailings* ha d'incorporar etiquetes de traçabilitat (UTM) per recollir mètriques d'impacte dels missatges en canals digitals.

Proposta de continguts i enviament (mitjançant l'eina Acrelia CreateSend o qualsevol altre gestor d'*e-mailing* que contracti Barcelona Activa) així com el recull d'indicadors i mètriques periòdiques tan dels *newsletters* setmanals com dels *e-mailings* puntuals de programes, serveis i esdeveniments.

Nombre de peces a produir:

- 4 *newsletters* setmanals en català
- 1 *newsletter* mensual en català (Economia Social i Cooperatives)
- 4 enviaments mensuals d'e-mail màrqueting sobre continguts específics, en català.



5. Escolta activa i resposta als usuaris

Esdevé estratègic tenir una escolta activa del que està passant a les xarxes de Barcelona Activa i donar resposta a qualsevol dubte o neguit de les persones usuàries. L'empresa adjudicatària haurà de respondre aquells comentaris, dubtes i preguntes més habituals. Les qüestions que no se sàpiguen resoldre es consultaran al departament de Comunicació de Barcelona Activa, qui decidirà com procedir.

6. Informes d'activitat

De forma periòdica s'enviarà per correu la informació de l'estat de les xarxes socials de Barcelona Activa.

a. Mensualment, la primera setmana del mes posterior, s'enviarà un informe visual, executiu, amb informació de cada xarxa. L'informe mensual ha d'oferir com a mínim les següents dades:

- Xarxes socials: Xifres i gràfiques amb els KPIs principals fans, engagement i abast. També amb dades secundàries com impressions, número de posts, etc. Anàlisi de les publicacions que han funcionat millor de cada xarxa. Distribució de l'activitat (hores, dies). Conclusions i properes passes.
- *Newsletters* i e-mail màrqueting: Contactes, obertures, clicks i baixes. Conclusions i properes passes.

També ha d'incloure una anàlisi de totes les dades comparades de l'evolució respecte els mesos anteriors per visualitzar la línia de progrés i identificar accions a fer.

b. Quadrimestral, la primera quinzena del mes del quadrimestre següent, es lliurarà un informe global amb el resum del que s'ha fet i indicadors d'assoliment respecte als plantejaments estratègics definits en el Pla anual i en les reunions de treball. Caldrà, per tant, mesurar el grau d'assoliment, ajustar objectius si s'escau i definir accions estratègiques.

- Resum de l'activitat quadrimestral amb els KPIs principals i comparativa amb el quadrimestre anterior.
- Grau d'assoliment dels objectius i accions estratègiques
- Anàlisi de l'audiència de cada xarxa (perfils, evolució)
- Conclusions i properes passes per al següent quadrimestre.

c. Pla de Comunicació Digital Anual. Es definirà l'estratègia anual dels canals socials i els butlletins amb un informe anual que reculli els objectius de l'any i els projectes a assolir:

- Serveis de Barcelona Activa
- Anàlisi intern (KPIs), extern (competència) i de mercat (tendències)
- Anàlisi de la reputació de Barcelona Activa a les xarxes mitjançant eina de social listening. Anàlisi de la tendència i evolució.
- Mapa de públics digitals
- Objectius anuals dels canals socials i butlletins
- Estratègia de continguts
- Projectes estratègics i diagrama de Gantt per dur-los a terme

7. Addicional

- **Canals addicionals que es puguin obrir:** Aquest 2025 està previst obrir un canal a Telegram per poder oferir informació per a la ciutadania sobre programes, serveis, activitats o esdeveniments que puguin ser del seu interès. La seva dinamització pot entrar en aquest contracte una vegada es llancin el canal i en tot cas sempre com a serveis addicionals. A més, s'ha de valorar Twitch com a canal per a persones joves.
- **Persones o entitats col·laboradores.** Es podran establir col·laboracions amb persones, entitats o programes que ajudin a dinamitzar els continguts als diversos canals socials tenint en compte el calendari de publicacions i els objectius estratègics marcats.

8. Procés de treball

- **Reunions setmanals:** a l'inici de la setmana (actualment els dimarts i en format presencial) es farà una reunió amb el departament de Comunicació de Barcelona Activa. En aquestes reunions es compartiran els fets més destacables de l'activitat a xxss de la setmana anterior, es proposaran millores i accions interessants a dur a terme i es planificaran els temes a comunicar: actes a retransmetre, accions específiques, peticions de difusió, notícies, etc. A més, es presentarà tot el contingut planificat per a la setmana següent per a la seva validació per part de l'equip de Barcelona Activa.
- **Teams, Planning compartit i Metricool:** Per coordinar l'activitat diària i compartir la informació es treballarà amb una eina compartida (actualment Teams), organitzada per carpetes i grups de xat que permeten el control i el seguiment de



les diferents tasques diàries, setmanals i mensuals, de manera ordenada. A tall d'exemple, la informació actual s'organitza com segueix:

- **Content:** s'obre un fil per setmana on s'inclouen tots els continguts que es difondran per dies, junt amb els seus còpies. A banda, inclou un subapartat on Barcelona Activa afegeix les peticions extres de difusió que es reben.
- **Esdeveniments:** els dijous s'obre un fil amb tots els esdeveniments que hi haurà la següent setmana. Aquest serà l'espai on Barcelona Activa afegirà tota la informació per poder preparar la cobertura.
- **Fires:** són les cobertures més extenses, per tant, li dediquem un canal a banda.
- **Accions:** principalment hi ha les accions setmanals d'Instagram. Però també s'inclouen d'altres requerides.
- **Notícies:** és la lloc on Barcelona Activa afegeix les temàtiques i la informació per realitzar les notícies.

5. PRESTACIÓ DEL SERVEI

El personal de l'empresa contractada elaborarà una previsió de les tasques a realitzar a partir de la informació recollida en la reunió setmanal amb l'equip de Comunicació de Barcelona Activa. La previsió s'ajustarà diàriament en funció de l'actualitat generada per Barcelona Activa. El departament de Comunicació serà l'encarregat de donar el vistiplau i confirmar la finalització de les diferents tasques. El canal de comunicació diària, com s'ha detallat al punt anterior, és Teams.

A més, per el seguiment del servei, s'establiran aquelles reunions que es considerin oportunes amb les diferents persones implicades i el cap de projecte de l'empresa adjudicatària. Aquestes sessions de treball es podran fer presencialment, a les oficines de la Seu central de Barcelona Activa, quan es consideri oportú, per a garantir la bona coordinació i el treball amb el personal de la Direcció de Comunicació.

El preu del contracte inclou totes les despeses necessàries per la prestació dels serveis demanats (material tècnic, equip humà, línies de comunicacions, eines de treball, benefici industrial, etc.). Per determinar el pressupost de licitació s'han tingut en compte dues prestacions que seguidament es detallaran:

- El servei bàsic inicial.
- I una bossa d'hores per a serveis per evolucions/variacions.

5.1. Preu màxim del servei

El servei bàsic inicial té el pressupost anual establert al punt B1 del Quadre de Característiques del Contracte del PCAP i inclou totes les tasques detallades en el punt quart "Abast del servei" d'aquest PPT.

5.2. Perfils per a la prestació del servei

Per a la prestació dels serveis sol·licitats en l'Abast del servei s'ha calculat un número aproximat d'hores mensuals requerides **als següents perfils**. Aquestes hores són orientatives i tenen la finalitat que les licitadores puguin valorar el volum de feina de cada tasca inclosa en el present plec i elaborar una proposta econòmica adequada al servei requerit.

- Cap de projecte. 150h/mes
- Content creator/edició de vídeo 150h/mes
- Content creator/redactor 150h/mes
- Redactor/periodista digital 100h/mes
- Dissenyador/a creatiu 100h/mes
- Director/a creatiu/va 15h/mes

La persona que realitzi les funcions de cap de projecte, requereix experiència, visió estratègica i capacitat de generar continguts.

Les persones que realitzin les funcions de **Content creator** han de tenir coneixements en *social media strategy*, competències de creativitat, nocions de disseny i d'edició de vídeo en mòbil i ordinador, i habilitats de redacció. A més, en ocasions poden fer de hosts dels vídeos.

El/la **redactor/a periodista digital** necessita competències de síntesi, pensament crític i coneixement i adaptabilitat als canals, així com treballar ràpidament però també de forma precisa. El seu focus és el contingut però també pot fer de community/content creator i se'n valorarà coneixements tècnics i creatius.

El/la **Director/a creatiu/va** fixarà la línia gràfica dels diferents canals digitals, elaborarà el *brandbook* i supervisarà accions destacades i nous requeriments. A més, per la seva expertesa, elaborarà un informe anual sobre tendències creatives en suports digitals traslladables als canals de Barcelona Activa.

El **dissenyador creatiu** ha de saber plantejar solucions gràfiques a les diferents accions plantejades, adaptant el *brandbook* i seguint les tendències actuals en disseny estàtic i interactiu.



Aquests perfils es poden ampliar i millorar a la proposta tècnica de l'empresa sol·licitant. En qualsevol cas, els perfils proposats han de ser capaços d'elaborar els continguts tal i com s'ha descrit en aquest plec, tant per capacitat com per mitjans tecnològics disponibles, incloent la realització de vídeos i entrevistes per al seu ús en xxss.

Així, a nivell tecnològic, es requerirà equipament per enregistrar imatges HD (mòbil d'última generació o càmera) i micròfons direccionals per assegurar un resultat de qualitat.

5.3. Variacions i evolucions del servei

El servei per evolucions/variacions consisteix en una bossa d'hores que cobrirà encàrrecs addicionals als serveis bàsics inicials. En aquesta bossa d'hores es podran incloure les hores necessàries per a cobrir encàrrecs no previstos, ja siguin la dinamització puntual d'una activitat que requereix més recursos que els establerts al servei bàsic; la dinamització d'un nou canal o xarxa no prevista en aquests plecs; o també col·laboracions puntuals que es puguin establir amb persones, entitats, canals o programes afins als objectius de l'estratègia digital de Barcelona Activa. Aquesta bossa d'hores es preveu per a la primera anualitat del contracte, i s'analitzarà la seva procedència per les successives pròrrogues de cara a les futures anualitats.

Per poder valorar el nivell de prestació d'aquests serveis addicionals, les licitadores indicaran en la seva oferta econòmica (sobre electrònic C) els preus hora d'execució dels serveis addicionals / evolutius dels següents perfils, tenint en compte els preus màxims establerts per cada perfil al Plec de Clàusules Administratives Particulars:

- Content creator
- Redactor/periodista digital
- Dissenyador/a creatiu
- Content creator/influencer/programa/canal. Això inclourà les tasques de guió, edició, realització i totes les necessàries per a les accions fetes en col·laboració puntual amb persones o programes afins. Tot i que les propostes es treballaran conjuntament entre l'empresa adjudicatària i Barcelona Activa, i es valorarà cada cas en concret, es considera com a estàndard de partida per a aquest tipus de col·laboracions, persones creadores de contingut o programes amb una base superior a les 10.000 persones seguidores i un *engagement* superior al 5%.

5.4. Horari i nivell de servei

Barcelona Activa considera que per assolir les tasques diàries l'empresa contractista haurà de tenir disponibilitat dins de l'horari de Barcelona Activa (de dilluns a divendres de 9h a 18:30h). Es podrà demanar de forma excepcional, flexibilitat en aquest horari per tal d'assolir les diferents fites, com ara cobrir actes rellevants per l'empresa.

De cara al cap de setmana es programarà un flux constant de missatges i s'haurà de garantir el servei per poder interactuar en cas necessari (per exemple queixes o crisis) i per poder fer canvis d'última hora fora de l'horari laboral. Si cal cobrir esdeveniments de forma presencial excepcionalment en cap de setmana es podrà facturar a banda en bossa d'hores.

Durant els períodes vacacionals caldrà garantir un servei mínim per la dinamització de xarxes socials.

ANNEXOS per preparar la proposta tècnica

- Annex 1: Extracte d'analítica a Instagram i TikTok, objectius i tipologies de contingut pel canal.
- Annex 2: Extracte objectius de comunicació digital i analítica dels canals LinkedIn i Instagram.
- Annex 3: Extracte nota de premsa Barcelona Deep Tech Summit 2024 i continguts de l'esdeveniment de 2024.

Maria Vilà Brecha
Directora de Comunicació