

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A0570FED2DC371B79EF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut



L'Observatori Social, Ambiental i de Salut
PB/AT
Núm. Exp.: 2025/701

MEMÒRIA ECONÒMICA

SERVEI D'EXECUCIÓ D'UN PLA DE MÀRQUETING I COMUNICACIÓ ONLINE I OFFLINE DE LA COHORT DIGITAL GIROSTUDI DE L'OBSERVATORI DE DIPSALUT.

1. INTRODUCCIÓ

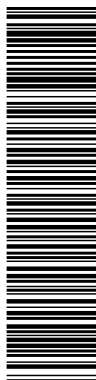
D'acord amb tot l'exposat en el plec de prescripcions tècniques i l'informe d'inici de la licitació, l'objecte d'aquesta licitació és contractar un servei d'execució d'un “Pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort **GiroStudi** de L'Observatori de Dipsalut” i que inclou els següents serveis:

Taula 1.-Llistat de serveis inclosos

Execució d'un pla de màrqueting i comunicació de la cohort GiroStudi
1. Conceptualització i coordinació creativa de la campanya
2. Producció de l'espot
3. Producció de les falques
4. Gestió externalitzada de les xarxes socials
*Pla de mitjans: Ràdio autonòmica
*Pla de mitjans: TV/ràdio local
5. Pla de mitjans: Xarxes socials
*Pla de mitjans: Digital/paper
6. Pla de mitjans: Bustiada
7. Pla de mitjans: Microinfluencers
8. Accions de fidelització i captació

*** La contractació dels espais publicitaris a ràdio, Tv i premsa digital i en paper es farà directament des de l'Oficina de Difusió o l'Àrea de Comunicació i protocol de la Diputació de Girona. Cal coordinar-se amb ells per tal d'executar de manera òptima el pla de mitjans. Així doncs, aquestes accions no formaran part de l'objecte contractual d'aquest contracte ni del preu del mateix.**

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 2 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39
	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A0570FED7DC371B79EF5271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



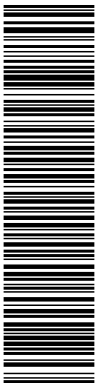
Tal i com s'ha exposat al plec tècnic, els serveis de contractació dels espais publicitaris a ràdio, televisió i premsa digital i en paper inclosos en el pla de mitjans, no són objecte de la present licitació ja que la contractació d'aquest espais publicitaris es farà directament des de l'Oficina de Difusió o l'Àrea de Comunicació i Protocol de la Diputació de Girona.

Així, s'inclou la seva explicació en el present apartat per facilitar la comprensió global de les actuacions però s'exclou en els següents apartats al no formar part dels serveis a licitar en aquest contracte.

A continuació es descriuen cadascun dels serveis llistats.

1. **Conceptualització i coordinació creativa de la campanya** (fases 0, 1, 2, 3):
 - **Desenvolupament del Concepte Creatiu:** Abraça la creació del concepte general de la campanya, la definició del missatge clau i el to de la comunicació. També l'adaptació d'aquestes creativitats a l'espot, les falques, els anuncis dels mitjans digitals i els posts a les xarxes socials de Girostudi.
 - **Creació i coordinació de Continguts:** Consisteix en establir una estratègia de comunicació per a les xarxes socials de Girostudi en les fases 1, 2 i 3 (Social Media Plan), dissenyar i redactar les creativitats per a les xarxes socials de Girostudi i també per als anuncis dels mitjans digitals. També la creació dels missatges per als canals de whatsapp dels 19 municipis que formen part del Girostudi i els correus electrònics i trucades que calgui fer amb aquests municipis en el transcurs de les fases 1, 2 i 3.
 - **Publicitat Online:** Cobreix la gestió de campanyes publicitàries en plataformes com Google Ads, X Ads i Meta Ads.
 - **Anàlisi i informes:** Seguiment de mètriques i anàlisi de resultats periòdics. La freqüència es pactarà amb la tècnica de comunicació de Dipsalut segons la fase en què es trobi la campanya (1, 2, ó 3).
2. **Producció de l'Spot publicitari** (fase 0):
 - Inclou la preproducció, on s'organitza tot allò necessari per al rodatge. Això inclou la selecció de localitzacions, actors/actrius i equip tècnic (realització, producció, càmeres, maquillatge i editors) i assegurar l'equip tècnic adequat, com ara càmeres, micròfons i llums.
 - La producció, quan es filmen les escenes planificades seguint el guió.
 - I, finalment, la postproducció, edició del material filmat. Aquest procés inclou la selecció de les millors preses, l'addició d'efectes visuals i sonors

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 3 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39
	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A0570FED2DC371B79EF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



i la correcció de color així com l'elecció de la música adequada, si s'escau.

3. **Producció de Falques** (fase 0, 1 i 2):

- Locució: Cobreix la contractació de locució professional per a la gravació de les falques.
- Edició i Postproducció: Incorpora l'edició de so, la música de fons i els efectes especials.

4. **Gestió externalitzada de Xarxes Socials** (fases 1, 2 i 3):

- Programació de Publicacions: Cobreix la planificació i programació de les publicacions en les diferents plataformes.
- Monitorització i Anàlisi: Comprèn el seguiment de les mètriques, l'anàlisi del rendiment i l'elaboració d'informes.
- Gestió de la Comunitat: Inclou la interacció amb els usuaris, la resposta a comentaris i missatges, i la gestió de la reputació online.

5. **Pla de mitjans** (serveis 5, 6 i 7, fase 0, 1, 2. 3):

- Inclou l'execució del "Pla de mitjans del Girostudi" inclòs al Plec tècnic d'aquesta licitació.

6. **Accions de fidelització i captació** (fase 3):

- Inclou totes les accions de difusió i comunicació que siguin necessàries en cada moment per a assolir els objectius de fidelització i captació de la fase.

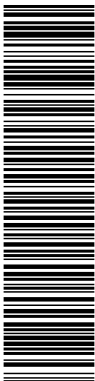
2. DURADA DEL CONTRACTE

El termini de durada d'aquest contracte serà de **4 anys** i amb data d'inici prevista **1 de juny de 2025 o bé des de la data de formalització del contracte**.

El contracte no podrà ser prorrogat.

3. PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ DEL CONTRACTE

El pressupost base de licitació i la periodificació de la despesa anual del període executiu del contracte és el següent:



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A0570FED7DC371B79EF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Taula 2.- Pressupost i periodificació

Concepte	2025	2026	2027	2028	2029	Total Contracte	10% adicional*
Base imposable	22.075,20	26.116,80	17.296,94	13.932,72	6.966,36	86.388,02	8.638,80
IVA (21%)	4.635,79	5.484,53	3.632,36	2.925,87	1.462,94	18.141,49	1.1814,15
Total	26.710,99	31.601,33	20.929,30	16.858,59	8.429,30	104.529,51	10.452,95

* 10% de l'import del contracte (article 309.1 LCSP) a imputar a l'any 2029

El finançament de les obligacions econòmiques que es derivin del compliment del contracte corresponent aniran amb càrrec a l'aplicació pressupostària de despesa del pressupost de Dipsalut: 100/31110/2260200 - Publicitat i propaganda Observatori.

D'acord amb l'article 174.1 del Reial decret legislatiu 2/2004, de 5 de març, pel que s'aprova el Text refós de la Llei reguladora de les hisendes locals, l'autorització o realització de les despeses de caràcter plurianual, es subordinarà al crèdit que per a cada exercici autoritzin els respectius pressupostos pel que cal condicionar la despesa a l'existència de crèdit adequat i suficient en el pressupost per a les anualitats que correspongui, havent valorat les repercussions i efectes econòmics de la present contractació, es considera que s'adequa de forma estricta al compliment de les exigències dels principis d'estabilitat pressupostària i sostenibilitat financera.

Aquest contracte conté prestacions de serveis de **tracte successiu**, concretament el servei corresponent a les "Accions de fidelització i captació". Per tant, en aquest cas, els imports referits no suposen una obligació de despesa per a Dipsalut, ja que l'execució del servei es troba subordinada a les activitats que efectivament es realitzin, i, per tant, el preu d'adjudicació del contracte coincidirà amb el de licitació.

En conseqüència, l'adjudicatari només podrà facturar els serveis efectivament prestats, degudament justificats i validats en els termes dels articles 198 i 210 de la de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector públic (en endavant, LCSP), incloent aquelles activitats planificades sense participació, amb les condicions concretes al Plec de Prescripcions Tècniques i al Plec de Clàusules Administratives Particulars.

D'acord amb allò que prescriuen l'article 309 de la LCSP i l'article 197 del Reial Decret 1098/2001, de 12 de octubre pel que s'aprova el Reglament general de la Llei de contractes de les administracions públiques (RGLC), el sistema de determinació del preu del contracte s'ha basat en **preus unitaris a tant alçat**.



4. DETERMINACIÓ DELS PREUS DEL CONTRACTE

Un cop estudiat l'objecte del contracte, s'ha considerat oportú definir 8 preus unitaris en funció de les 8 prestacions que conformen l'objecte d'aquest contracte i que es detallen a la següent taula.

Taula 3.- Serveis i preu unitari

Serveis	Preu unitari
1. Conceptualització i coordinació creativa de la campanya	5.110,00 €
2. Producció de l'espot	7.154,00 €
3. Producció de les falques	327,04 €
4. Gestió externalitzada de les xarxes socials	255,50 €
5. Pla de mitjans: Xarxes socials	832,93 €
6. Pla de mitjans: Bustiada.	7.154,00 €
7. Pla de mitjans: Microinfluencers	3.577,00 €
8. Accions de fidelització i captació	30,00 €

En data 22 de gener de 2024 i amb número d'expedient 2023/1977 es va contractar a l'empresa NEORG BRANDING PARTNERS per al servei de “Disseny del Pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort digital Girostudi de l'Observatori de Dipsalut”.

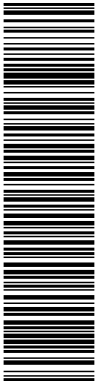
Aquest document s'adjunta com **ANNEX** a aquesta Memòria.

Part d'aquesta Memòria econòmica, en concret per als **serveis 1** (conceptualització de la campanya), **5, 6 i 7** (Pla de mitjans) que consten en la Taula 1, es basa directament en els preus de mercat que va fer constar l'empresa NEORG BRANDING PARTNERS (en endavant, Neorg) quan va elaborar el Pla esmentat i que va extreure de les tarifes que li van ser facilitades per la central de mitjans MediaLog.

Atès que les centrals de mitjans són empreses que faciliten pressupostos per publicitat amb el objectius d'optimitzar la solució que millor s'adapta a les necessitats, s'ha considerat adequat prendre com referència els imports que consten en el document elaborat per Neorg, com a punt de partida dels preus de mercat en aquest matèria i, posteriorment, s'han introduït variacions que permeten respondre millor a les necessitats de Dipsalut.

Per al **servei 2** de producció de l'espot, es pren com a vàlid el valor mig de la forquilla de preus proposada per Neorg (6.000 - 8.000 euros) entenent que contempla el cost

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 6 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2D4A40570FED2DC371B79EF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



estimat de la preproducció, producció i postproducció de l'espot per part d'una productora (1 jornada / 1 localització).

Per al **servei 3** de producció de falques es pren com a vàlida la forquilla proposada per Neorg (250-390 euros per falca) agafant el valor mig de l'interval.

Per al **servei 4** de gestió externalitzada de les xarxes socials es pren com a vàlid el valor de la franja més baixa (250 euros) que proposa Neorg sobre un preu de mercat per a un servei bàsic de community manager atès que es considera un import suficient per donar cobertura al servei.

Per al **servei 6** s'adapta el preu obtingut per la bustiada portada a terme per l'Ajuntament de Girona ("Plec de prescripcions tècniques de la bustiada de les fires de sant narcís 2024"). El preu s'ha establert a partir de preus de mercat d'acord amb expedients amb objecte de contractació similar dels anys 2021, 2022, 2023 i 2024 de l'Ajuntament de Girona.

El **servei 8**, no previst en l'estudi realitzat per Neorg, es crea per respondre a l'objecte de contracte, considerant una bossa d'hores de 4.980 euros anuals per incorporar les accions de fidelització i captació descrites en el plec tècnic durant la fase 3. Es pren com a base una tarifa genèrica de 30 euros/hora, obtenint per tant, un total de 166 hores anuals dedicades a generar les accions previstes. Aquest preu s'ha extret de la consulta de diversos perfils de professionals de l'àmbit del màrqueting i comunicació, i calculant-ne la mitjana. I també consultant els preus d'adjudicació de la darrera licitació del servei de disseny per a Dipsalut fent la mitjana entre el preu/hora de creativitat, preu/hora de disseny gràfic i preu/hora de maquetació i adaptacions de disseny ja existents. A aquesta mitjana, se li ha sumat la previsió realitzada perquè s'ajusti correctament al preu del mercat.

A més, s'afegeix als preus que consten al "*Pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort digital Girostudi de l'Observatori de Dipsalut*" l'increment d'un 2.2% per tal que s'adapti adequadament al preu de mercat.

5. ESTIMACIÓ DEL NOMBRE D'UNITATS DE CADA ACCIÓ I PREUS

Els preus unitaris (IVA no inclòs) pels diversos serveis així com el nombre de les unitats estimades al llarg del contracte i el seu corresponent import total són els següents:



Taula 3.- Taula resum d'accions principals, preu, unitats i any d'execució previstes

Serveis	Preu unitari	Unitats estimades	Preu total
1. Conceptualització i coordinació creativa de la campanya	5.110,00 €	3 unitats (1 de conceptualització i 2 de coordinació)	15.330,00 €
2. Producció de l'espot	7.154,00 €	1 unitat	7.154,00 €
3. Producció de les falques	327,04 €	3 unitats	981,12 €
4. Gestió externalitzada de les xarxes socials	255,50 €	Mensualment (48 mesos)	12.264,00 €
5. Pla de mitjans: publicitat a xarxes socials	832,93 €	Mensualment (30 mesos)	24.987,90 €
6. Pla de mitjans: Bustiada.	7.154,00 €	1 unitat	7.154,00 €
7. Pla de mitjans: Microinfluencers	3.577,00 €	1 unitat	3.577,00 €
8. Accions de fidelització i captació	30 €/h	Mensualment (36 mesos) (166h/any)	14.940,00 €

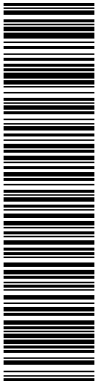
La distribució de les unitats previstes en les anualitats de contracte es troben detallades en la *Taula número 4* de l'apartat 6 d'aquesta Memòria. En el plec de prescripcions tècniques (apartat 3.3 i 3.4) es pot consultar un major detall de la calendarització prevista.

A tots els efectes, les ofertes presentades pels licitadors hauran d'indicar el preu sense incloure l'IVA. En una partida independent caldrà indicar l'import corresponent a l'IVA i el total del preu. Per la comparació de l'element preu en les ofertes es tindrà en compte exclusivament el preu sense IVA de cada una.

Aquests preus inclouen totes les despeses que es generin al llarg de l'execució del contracte d'acord amb les condicions descrites al plec de prescripcions tècniques, així mateix és l'import màxim que poden oferir les empreses que concorrin a la licitació del contracte

6. IMPORTS ESTIMATS

D'acord amb les característiques del plec de prescripcions tècniques es proposen els següents imports estimats per a cadascun dels següents serveis:



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464929F2DA4A0570FED7DC371B79EF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut>



Taula 4.- Taula resum d'accions principals i import total per any d'execució previstes (pròrrogues incloses)

ACCIONS DEL SERVEI	2025	2026	2027	2028	2029	Total
1. Conceptualització i coordinació de la campanya creativa	5.110,00	2.555,00	3.832,50	2.555,00	1.277,50	15.330,00
2. Producció de l'espot	7.154,00	0,00	0	0	0	7.154,00
3. Producció de les falques	654,08	327,04	0	0	0	981,12
4. Gestió externalitzada de les xarxes socials	1.533,00	3.066,00	3.066,00	3.066,00	1.533	12.264,00
5. Pla de mitjans. Xarxes socials	3.331,72	9.995,16	6.663,44	3.331,72	1.665,86	24.987,90
6. Pla de mitjans. Bustiada	2.146,20	5.007,80	0,00	0,00	0,00	7.154,00
7. Pla de mitjans. Microinfluencers	2.146,20	1.430,80	0,00	0,00	0,00	3.577,00
8. Accions de fidelització i captació	0,00	3.735,00	3.735,00	4.980,00	2490	14.940,00
Total	22.075,20	26.116,80	17.296,94	13.932,72	6.966,36	86.388,02

Aquesta estimació de necessitats estarà sotmesa al desenvolupament del projecte al llarg dels anys de la licitació i s'anirà ajustant, assumint doncs que és un proposta estimada de les necessitats.

Les unitats previstes per cadascuna de les prestacions al llarg de les diverses anualitats d'execució del contracte són diferents, com es pot observar en el quadre anterior, ja que les necessitats relatives a la captació i al manteniment de la cohort requereixen de diferents intensitats de recursos.

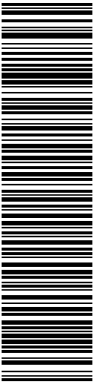
7. VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE

El pressupost base de licitació és de vuitanta sis mil tres-cents vuitanta-vuit euros amb dos cèntims (86.388,02 €) IVA no inclòs.

Considerant una modificació del contracte d'un 20% del preu del contracte i un 10% previst d'acord amb l'article 309.1 de la LCSP, el valor estimat del contracte és de cent-dotze mil tres-cents quatre euros amb quaranta-dos cèntims (112.304,42 €), segons el detall següent:

Període executiu	86.388,02 €
Modificació màxim 20 %	17.277,60 €
10% (article 309.1 LCSP)	8.638,80 €
Valor Estimat del Contracte (VEC)	112.304,42 €

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 9 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39

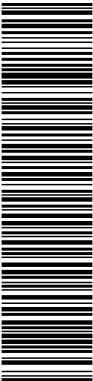


Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A0570FED2DC371B79EF5271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



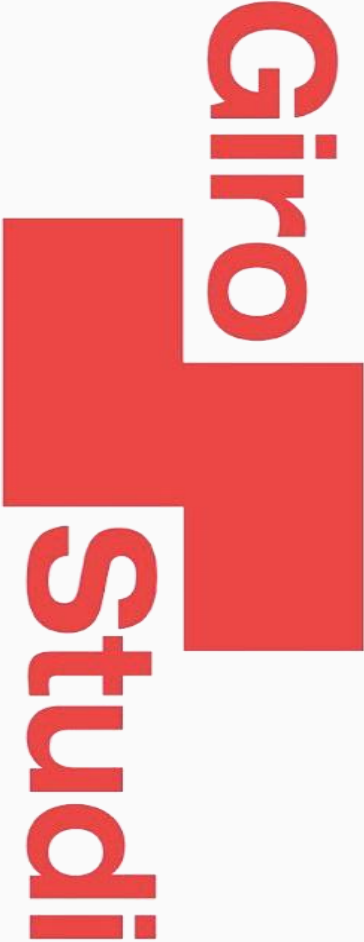
8. ANNEX

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 10 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39

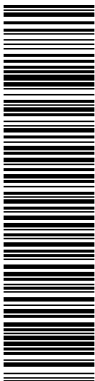


Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A0570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>





DIPSALUT | GIROSTUDI



DIPSALUT | GIROSTUDI

neorg
BRANDING
PARTNERS

Giro Studi

Punt de partida

Immersió

Proposta

Conclusions

- Context
- Insights

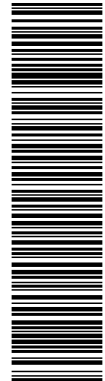
- Pùblics
- Reptes
- Com els

- Objectius
- Estratègia Integral
- Fases

- Insights

• Com els afrontem?

- Fases

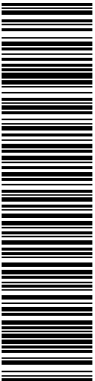




Context

- Girostudi estudia l'impacte de l'exposoma a la salut humana.
- D'aquesta manera es busca comprendre la realitat i abordar els nous reptes de futur.
- Aprox. 4.000 persones donaran informació sobre:
 - Estat de salut
 - Benestar -Condicions de vida
 - Entorn
 - Mostres biològiques

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketng i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 13 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A40570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DIPSALUT | GIROSTUDI



Objectius de Girostudi

- Comprovar com afecta l'estil de vida les condicions socioeconòmiques i el medi ambient a la nostra salut.
- Aquest estudi té l'objectiu de recollir informació per poder dissenyar polítiques públiques més justes, avançar en el coneixement científic i promoure un desenvolupament humà sostenible.
- Mostra controlada: 3.500 persones
- Mostra oberta: 500 persones





Insights

Els més joves

Per què participarien?

- Compensació directa (diners) L'app ha de ser àgil, poc pesada, ràpida i amb pocs requisits, així com comprensible.

Joves-Adults

Per què participarien?

- Compensació indirecta (revisions subscripcions, activitats culturals, etc.)
- Facilitat de mecanismes per recollir les dades (l'app ha de ser fàcil, clara i intuitiva Reconeixement i sentiment de pertinença

Persones grans

Per què participarien?

- Utilitat de l'estudi Conèixer les dades recollides pròpies Que l'estudi tingui en compte les seves necessitats (que afecten la seva salut i qualitat de vida)

Nacionalitats diferents

Per què participarien?

- Compensació directa o indirecta en forma d'ajudes Sentiment de pertinença

Repte

El fet que no hi hagi retribució directa així com la durada de l'estudi (10 anys), i el temps de dedicació.

Repte

El fet que no hi hagi retribució indirecta així com la durada de l'estudi (10 anys).

Repte

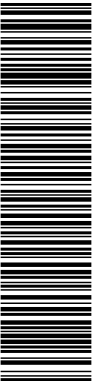
Interacció digital molt complicada (si és app hauria de ser senzilla i amb formació)

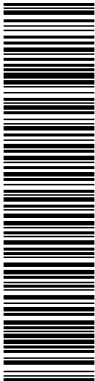
Repte

Analfabetisme i manca de competències digitals.

Font. Resultats estudi exploratori 2021

DIPSAUT | GIROSTUDI





Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X299V-356LD 464829F2D4A405710F6D2DC371B73FE3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Punt de partida

- Context
- Insights

Immersió

- Públics
- Reptes
- Com els afrontem?

Proposta

- Objectius
- Estratègia Integral
- Fases

Conclusions

DIPSALUT | GIROSTUDI

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketng i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 16 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Girostudi Públics

Homes i dones de 16 a 75 anys de la província de Girona.
Selecció aleatòria.

GRUP A

Els més joves

16-29 anys

GRUP B

Joves

30-44 anys

GRUP C

Adults

45-54 anys

GRUP D

Adults Grans

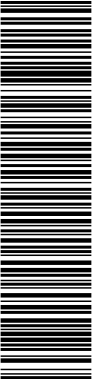
55-65 anys

GRUP E

Gent Gran

66-75 anys

DIPSALUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD_464829F2DA4A40570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



GRUP B

Joves

Homes i dones de 30-44 anys



Berto Mateu, 36 Encarregat de *Viu a Cel·la*

distribució a TradeInn

Estatut/relació: Casat amb un fill

XXSS

Compres online

Competències Digitals

- Hobbies i interessos
- Família

Ciclisme

Quinar Veure el partit amb els amics

- Objectius
- M'agrada passar cap de setmanes fora amb el meu fill i la meva dona

M'encanta cuinar i veure programes de cuina Cada diumenge surto amb la bici a fer uns 60km

- Frustracions
- Hi ha retribució directa o indirecta? Serà

fàcil i ràpid participar? 10 anys és molt de

temps Hi haurà algun tipus de

reconeixement?

Motivació: Pertànyer a un grup que ajuda a la millora i desenvolupament de la salut planetària.





GRUP C

Adults

Homes i dones de 45-54 anys



Carme Torres, 53 Directora de *Viu a Figueres*
Qualitat a Interdiesel
Estatut/relació: casada amb dues filles

XXSS

Compres online

Competències Digitals

Hobbies i interessos

- Moda
- Passar temps amb les seves filles
- Viatjar
- Enologia

Objectius

- Estic molt centrada en la meua carrera professional Sempre he tingut
- ganes de fer un viatge llarg a Tailàndia Aquest any faré el camí de ronda de Catalunya de nord a sud per etapes amb les meves filles

Frustracions

- Hi ha retribució directa o indirecta? Serà
- fàcil i ràpid participar? 10 anys és molt de
- temps Hi haurà algun tipus de reconeixement?

Motivació: Ser reconeguda i pertànyer a un grup que ajuda a la millora i desenvolupament de la salut planetària.

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A40570FED2DC371B79EF53271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Repte

S

Girostudi

Repte I

Públic ampli i divers

Girostudi abastia públics des dels 16 fins als 75 anys, homes i dones. És un públic molt ampli i divers, amb interessos varis, preocupacions específiques i hàbits molt diferents.

Repte II

Poc interès

Girostudi, inicialment, pot no captar l'interès dels col·lectius més joves, especialment aquells que es troben desconectats de l'àmbit sanitari i que tenen tendències individualistes.

Repte III

Retribució

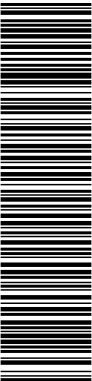
Girostudi no aportarà retribució directa o indirecta als participants tot i ser molt valorada per la majoria dels públics.

Repte IIII

Temps de participació

Girostudi es durà a terme en un període de 10 anys, considerat molt extens per la majoria dels públics.

DIPSALUT | GIROSTUDI





Com els afrontem?

Girostudi

Repte I

Públic ampli i divers

Girostudi abasta públics des dels 16 fins als 79 anys, homes i dones. És un públic molt ampli i divers, amb interessos varis, preocupacions específiques i hàbits molt diferents.

Repte II

Poc interès

Girostudi, inicialment, pot no captar l'interès dels col·lectius més joves, especialment aquells que es troben desconectats de l'àmbit sanitari i que tenen tendències individualistes.

Repte III

Retribució

Girostudi no aportarà retribució directa o indirecta als participants tot i ser molt valorada per la majoria dels públics.

Repte IIII

Temps de participació

Girostudi es durà a terme en un període de 10 anys, considerat molt extens per la majoria dels públics.

Estratègia multicanal

Treballarem amb una estratègia de màrqueting 360 graus, targetitzant els diferents públics amb missatges que adreixin preocupacions específiques.

Originalitat i Creativitat

Augmentar l'atractiu de Girostudi a través d'una estratègia de comunicació original i creativa que evocui emocions a l'audiència i augmenti la interacció.

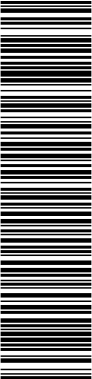
Reforçar altres *insights*

Considerant els *insights* de l'estudi previ, reforçarem els altres punts d'interès de cada públic per incrementar la participació voluntària.

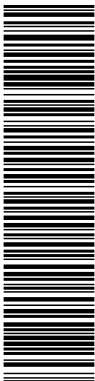
Fidelització

A través de recordatoris de campanya, reforcem en la memòria del públic i els participants la importància crucial de seva participació.

DIPSALUT | GIROSTUDI



pot verificar el codi de verificació mitjançant el codi de verificació estès SIGNAT. El documento está Firmadoc. El documento electrónico de la firma de la copia impresa del documento electrónico (Ref.: 180701515 WUJ5X-X239V-356LD) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut

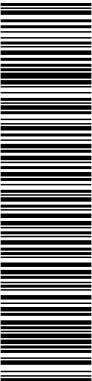


DIPSALUT | GIROSTUDI

```
graph LR; A[Punt de partida] --> B[Immersió]; B --> C[Proposta]; C --> D[Conclusions]; A --- A1[Context]; A --- A2[Insights]; B --- B1[Públics]; B --- B2[Reptes]; B --- B3[Com els afrontem?]; C --- C1[Objectius]; C --- C2[Estratègia Integral]; C --- C3[Fases]; D --- D1[Conclusions];
```

- Context
- Insights
- Públics
- Reptes
- Com els afrontem?
- Objectius
- Estratègia Integral
- Fases





Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A40570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

Objectius Pla de Màrqueting

1

Incrementar el coneixement de Girostudi abastant homes i dones de la província de Girona entre 16 i 75 anys.

2

Activar participants del Girostudi per la mostra controlada i reclutar voluntaris per formar part de la mostra oberta.

3

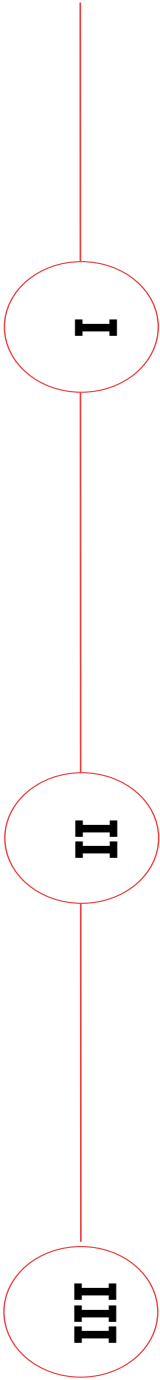
Fidelitzar els participants actius de les dues mostres i reclutar participants nous periòdicament per suplir el marge de mortalitat i respectar la norma de la taxa de resposta.

DIPSALUT | GIROSTUDI



Estratègia Integral

Fases



Coneixement

Per augmentar la notorietat de Girostudi a la província de Girona, proposem una estratègia de comunicació multicanal que dirigirà els missatges cap als diversos públics objectiu. Aquesta estratègia s'ajustarà a una narrativa coherent, adaptant-se als reptes específics de cada grup demogràfic.

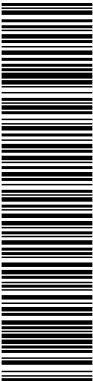
Activació

Accions multicanal d'activació que reforcin l'acció principal de reclutament mitjançant una narrativa específica que adrexi els reptes de cada *buyer persona*.

Fidelització

Activar accions "recordatori" que *targetitzin* tant els participants actius per reforçar la seva participació, com participants nous per incentivar nova participació i assegurar la mostra mínima.

DIPSALUT | GIROSTUDI

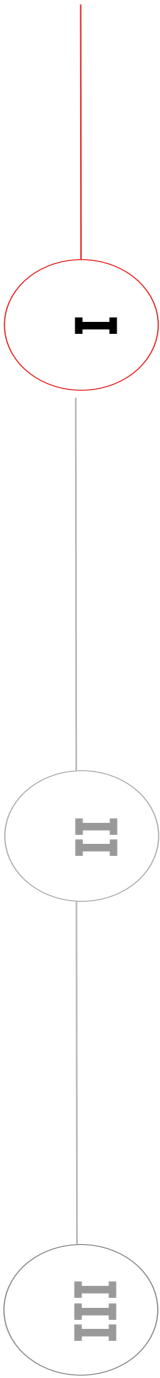




Estratègi

a

Fases



Coneixement

Per augmentar la notorietat de Girostudi a la província de Girona, proposem una estratègia de comunicació multicanal que dirigirà els missatges cap als diversos públics objectiu. Aquesta estratègia s'ajustarà a una narrativa coherent, adaptant-se als reptes específics de cada grup demogràfic.

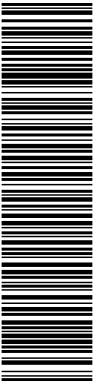
Activació

Accions multicanal d'activació que reforcin l'acció principal de reclutament mitjançant una narrativa específica que adrexi els reptes de cada *buyer persona*.

Fidelització

Activar accions "recordatori" que *targetitzin* tant els participants actius per reforçar la seva participació, com participants nous per incentivar nova participació i assegurar la mostra mínima.

DIPSALUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 28 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I Coneixement

Falques i Presència a la Ràdio

Per què?

Per incrementar el reconeixement de Girostudi i la seva missió amb un missatge que capti l'atenció de l'oient, original i emotiu.

Per a qui?

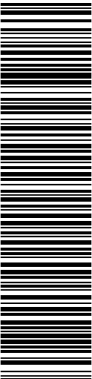
Enfocat als grups B, C, D i E, que són qui escolten la ràdio diàriament.

Com?

Reforçant la narrativa de *messaging* cohesiu amb el *tagline* elegit a través de ràdios líders a les comarques Gironines.

A més, tenint en compte que Dipsalut és un ens supramunicipal, es tindran en compte emissores locals (Grup Corisa, Ràdio Palanós, Ràdio Capital, Ràdio Santa Coloma de Farners, Ràdio Banyoles, i Ràdio Girona. Aquests canals ens servirán per pactar microespais o entrevistes on representants de Girostudi tindran l'oportunitat d'informar sobre el projecte d'una forma més dinàmica.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>. 464829f2d4a40570fed2dc371b797ef3271f136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica del document electrònic imprimit. (Ref.: 18079151WUJ5X-X239V-356LD)

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 29 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I Coneixement

Espot publicitari que evogui emocions amb ambaixadors de marca Gironins

Per què?

Per desenvolupar una narrativa amb un to proper i humorístic que inciti la participació activa, abordant alhora els desafiaments específics que enfronten els nostres públics objectiu.

Busquem incrementar el record publicitari així com la interacció amb el nostre públic objectiu.

Per a qui?

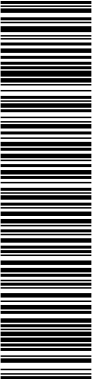
Dirigit a tots els públics, amb un enfocament especial en aquells amb una alta activitat digital (Grup A, B, C), ja que el vídeo aspira a una difusió viral i a un increment de la interacció amb l'audiència.

Com?

Col·laboració amb referents de Girona. Aquests seran diversos i de diferents generacions, per interpel·lar a la intergeneracionalitat.

Utilitzar un to proper i humorístic per abordar un tema que d'inici pot no cridar l'atenció, sobretot dels públics més joves.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 18079151 WUJ5X-X239V-356LD) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 30 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Bonus Track

Fase I Coneixement

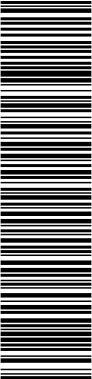
Per què un to proper i humorístic?

Busquem sortir de la norma i ser diferents de les campanyes que trobem habitualment dins l'àmbit sanitari i de salut del planeta.

A través de l'humor, comunicarem consciència social i altruisme intergeneracional.

L'enfocament humorístic ens permetrà: ●Cridar l'atenció de l'audiència mentre es comuniquen missatges importants i rellevants. ●Incrementar el record de la campanya i del propòsit de Girostudi.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A40570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadoDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori		IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 31 de 58		SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I

Coneixement

Exemples d'ambaixadors de marca intergeneracionals

Bonus Track



Pilarín Bayés

Il·lustradora de referència, artista, i icona catalana. Originària de Vic, la Pilarín és coneguda per molts per la seva creativitat i particularitat en reflectir obres divertides, especials i molt característiques. Té molts seguidors a les XXSS (+138k) pot ser un referent important per apel·lar els grups d'adults i persones grans.



Quim Masterer

Referent televisiu gironí, que aboca valors com la solidaritat, l'empatia, i el respecte. Conegut per molts a tots els municipis de Girona, d'on se sap que en fa bandera i n'està orgullós. Té un concepte arrelat en la seva persona "Sou molt bona gent" que s'alinea molt amb els valors de Girostudi.

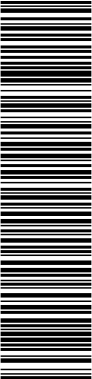


Khaoula Boumazza

Parla sis idiomes -castellà, català, marroquí, àrab, francès i anglès. La legió d'ègüidors amb la qual compta ha guanyat en diversitat amb el pas dels anys i, actualment, està formada, segons relata la gironina nascuda al Marroc, per "homes i dones de totes les edats".

[Khaoula Boumazza: «Influencer» de Girona que defensa fer un ús positiu de les xarxes socials](#)

DIPSALUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807015 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A0570FED2DC371B787EF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Fase I

Coneixement

Exemples d'ambaixadors de marca intergeneracionals



Iaia Angeleta

La iaia Angeleta és una instagramera de 93 anys que penja contingut humorístic a les XXSS amb el seu fill Jordi. Té 110.000 seguidors i la seva audiència la segueix per la seva naturalitat i sinceritat, s'expressa sense embuts.



Patry Jordan

De Girona, creadora de contingut sobre vida saludable i esport, s'ha convertit en una *influencer* internacional en aquest àmbit. Acumula més d'un milió de seguidors a Instagram, i 1,32M de subscriptors al seu canal de Youtube "Gymvirtual"



Ayoub Borbata

Jove tiktoker d'híbrids que penja vídeos molt centrats en l'humor i en la relació estreta i afectuosa que manté amb la família. Segons explica "em coneixen pràcticament tots els marroquins que viuen a Catalunya". Accumula més de 236.000 seguidors i alguns vídeos han tingut més de 4 milions de visualitzacions.

[Iaia Angeleta, la instagramer de 93 años que conduce a diario](#)

*És de la província de Barcelona, viu a Roda de Ter

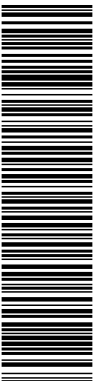
Entrevista a Patry Jordán: “El bienestar emocional lo domina

todo

[català a la mare](#)

Ayoub Borbata, el tiktoker d'Arbúcies que captiva les xarxes ensejant

DIPSALUT I GIROSTUDI



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 33 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I Coneixement Publicitat Digital

Per què?

Per incrementar l'exposició de Girostudi entre el públic jove. Ens permet targetitzar la campanya a escala de localització així com d'interessos de l'audiència. A més, podrem posicionar-nos a mitjans informatius digitals com premsa provincial i local.

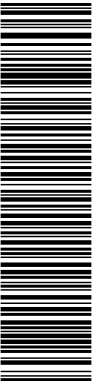
Com?

Buscant una línia comuna a tots els canals publicitaris, el missatge serà entenedor i captarà l'atenció dels diferents públics, construint una narrativa coherent i emotiva per reforçar el record publicitari de Girostudi.

Per a qui?

Prioritzarem la segmentació cap als grups A, B i C, ja que són els segments amb major activitat digital, tant en termes d'exposició com d'interacció.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD_464829F2DA4A40570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificador/DipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 34 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I Coneixement

Publicitat a Xarxes Socials

Per què?

Per ampliar l'exposició de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran informar-se sobre Girostudi a través d'enllaços ràpids des de les mateixes plataformes de XSSS el que facilitarà l'exposició de la companya.

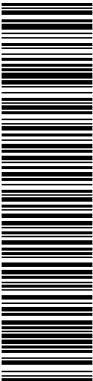
Com?

Mitjançant Instagram, Facebook i X, targetitzant rang d'edat i localització per impactar als públics del nostre interès. A través d'anuncis que segueixin la línia de la campanya amb anuncis molt breus i frescos en format vídeo.

Per a qui?

Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A40570FED2DC371B79EF5271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 35 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II Activació

Microinfluencers

Per què?

Per incrementar el coneixement de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment, així com públics amb interessos diversos o diferent nacionalitat.

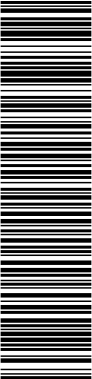
Com?

Mitjançant Instagram targetitzant rang d'edat i localització per reimpactar als públics de la Fase I. A través d'anuncis molt breus que adrecin les seves frustracions a l'hora de participar i els animin amb CTAs directes..

Per a qui?

Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials

DIPSALUT i GIROSTUDI



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 36 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I

Coneixement

Crear un perfil de Girostudi a les Xarxes Socials

Per què?

Per maximitzar el coneixement de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran informar-se sobre Girostudi en canals on interactuen diàriament el que facilitarà l'exposició de la campanya.

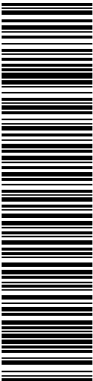
Com?

Es crearà un perfil d'Instagram i Facebook de Girostudi per pujar contingut informatiu, educatiu, i publicitari. Exposar la línia creativa de la campanya a través de reels, carrusels, i interactuar amb el públic mitjançant stories, i involucrant testimonis (participants).

Per a qui?

Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 180791515 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A40570FED2DC371B792EF53271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 37 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I

Coneixement

Col·laboració amb Ajuntaments

Per què?

Incloent les entitats locals aconseguirem proximitat així com una comunicació bidireccional amb els ciutadans dels 19 clústers seleccionats.

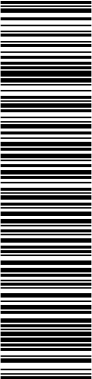
Com?

Organitzar reunions amb els ajuntaments dels clústers elegits i proposar-los-hi col·laboració activa per utilitzar els seus canals de comunicació amb el ciutadà, així com espais municipals.

Per a qui?

Dirigit a tots els grups (A, B, C, D i E).

DIPSALUT | GIROSTUDI

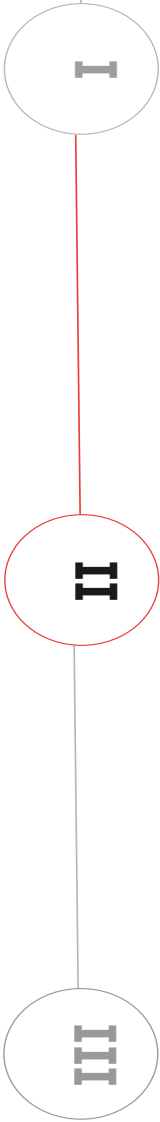


DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 38 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Estratègia

Fases



Coneixement

Per augmentar la notorietat de Girostudi a la província de Girona, proposem una estratègia de comunicació multicanal que dirigirà els missatges cap als diversos públics objectiu. Aquesta estratègia s'ajustarà a una narrativa coherent, adaptant-se als reptes específics de cada grup demogràfic.

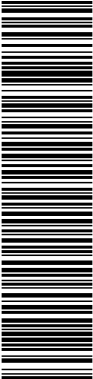
Activació

Accions multicanal de conversió i màrqueting directe amb una narrativa específica que adreci els reptes de cada *buyer persona*.

Fidelització

Activar accions "recordatori" que *targetitzin* tant els participants actius per reforçar la seva participació, com participants nous per incentivar nova participació i assegurar la mostra mínima.

DIPSALUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A0570FED2DC371B79EF5F3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 39 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II Activació

Falques i Presència a la Ràdio

Per què?

Per reforçar la campanya de coneixement de Girostudi amb una narrativa simple que evogui a l'acció de participar de manera directa.

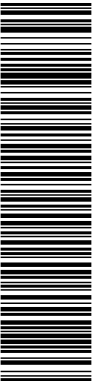
Com?

Aprofitant que el nostre públic ja està informat sobre Girostudi les falques seran més breus (10') i animaran a l'oient a participar. Així mateix, es crearan falques amb els referents seleccionats (microinfluencers) per maximitzar reconeixement de campanya i record publicitari.

Per a qui?

El nostre públic objectiu continuarà sent els grups B, C, D i E, qui són l'audiència principal de ràdio.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A40570FED2DC371B7B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 40 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II Activació

Publicitat Digital

Per què?

Per incrementar la conversió entre el públic jove. Gràcies a eines com el *retargeting*, podrem reimpactar el públic del nostre interès, seguint amb la campanya digital de la Fase I.

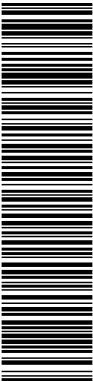
Com?

Seguint amb la línia de la campanya, proposem un missatge que abordi els reptes comuns dels diferents públics mencionats: la facilitat i agilitat en la participació, juntament amb el reconeixement de les seves contribucions.

Per a qui?

Seguirem prioritzant els grups A, B i C, els segments més actius en canals digitals, tant en termes d'exposició com d'interacció.

DIPSAUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 41 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II Activació

Publicitat a Xarxes Socials

Per què?

Per incrementar l'exposició de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran accedir a informació i el perfil de Girostudi amb enllaços ràpids des de les mateixes plataformes de XXSS el que facilitarà la seva interacció.

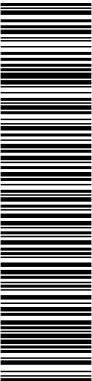
Per a qui?

Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials

Com?

Mitjançant Instagram, Facebook i X retargetitzant rang d'edat i localització per reimpactar als públics de la Fase I. A través d'anuncis molt breus que adrecin les seves frustracions i segueixin amb la línia creativa de l'espot publicitari.

DIPSAUT I GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A40570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadoDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 42 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II Activació

Carta*/Bustiada

Per què?

Notificar de manera oficial que l'individu ha estat seleccionat per formar part de Girostudi. El comunicat el firmaran les tres institucions implicades (Dipsalut, IES, INS). / Fer una campanya de bústies als clústers seleccionats amb format díptic.

Per a qui?

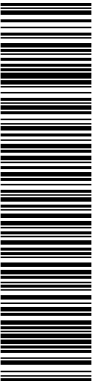
Dirigit a tots els públics (Grup A, B, C, D, E), ja que la selecció aleatòria abasta audiències de tots els rangs d'edats i gèneres.

Com?

Després de la Fase I, l'audiència sabrà què és Girostudi, com i per què es realitzarà el projecte. Tots els qui siguin seleccionats per formar-ne part rebran un comunicat oficial al seu domicili. / Inserir un díptic informatiu/humorístic animant a tothom a participar seguint la línia creativa de l'espot.

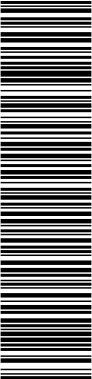
*Primera opció en cas que sigui possible.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A0570FED2DC371B7B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 43 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD, 464829F2DA4A0570FED2DC371B79EF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Estratègia

Fases

I

II

III

Coneixement

Per augmentar la notorietat de Girostudi a la província de Girona, proposem una estratègia de comunicació multicanal que dirigirà els missatges cap als diversos públics objectiu. Aquesta estratègia s'ajustarà a una narrativa coherent, adaptant-se als reptes específics de cada grup demogràfic.

Activació

Accions multicanal d'activació que reforcin l'acció principal de reclutament mitjançant una narrativa específica que adrexi els reptes de cada *buyer persona*.

Fidelització

Activar accions "recordatori" que *targetitzin* tant els participants actius per reforçar la seva participació, com participants nous per incentivar nova participació i assegurar la mostra mínima.

DIPSAUT | GIROSTUDI

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 44 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase III Fidelització

Mini Espots Publicitaris

Per què?

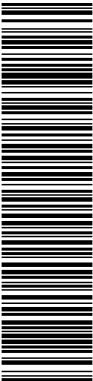
Maximitzar l'espot publicitari principal fent mini espots que segueixin la mateixa línia humorística.

Com?

Donant veu a participants actius del Girostudi (ex. àvia aprenent a respondre per l'app amb humor - making off).

Per a qui?

Dirigit especialment als públics més actius digitalment (Grup A, B, i C), que hagin visualitzat i interactuat amb l'espot principal.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD_464829F2DA4A40570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 45 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase III Fidelització

Mailing

Per què?

Incrementar el record de participació i actuar com a recordatori.

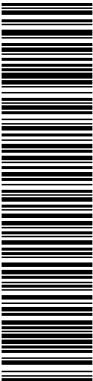
Com?

Enviar trimestralment un recordatori a través de contingut de qualitat sobre el que s'està aconseguint amb l'estudi (quines dades es recullen, per què servirà exactament, resultats, etc.)

Per a qui?

Enfocat als públics que són actius amb eines digitals, A, B, C i que interactuïn activament amb el mail.

Informar sobre la pròxima participació activa.



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 46 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



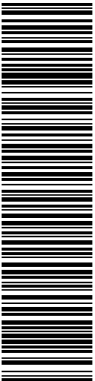
Fase III Fidelització

Trucades

Per què?
Incrementar el record de participació i actuar com a recordatori fàcil i pràctic.

Com?
Recordar-los-hi les participacions actives, així com ajudar-los a participar.

Per a qui?
Segmentar la BBDD als públics més grans que no sàpiguen utilitzar eines digitals (D,E).



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 47 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase III Fidelització

Personalització In App / On site

Per què?

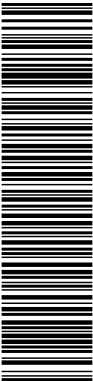
Augmentar el sentiment de reconeixement i la satisfacció del participant de formar part de Girostudi.

Com?

- Personalitzar les àrees personals “Hola Albert!” → Perquè se sentin reconeguts.
- Bànners pop-up d’agraïment per la participació → Adreçant el cansament psicològic / mandra de participar.
- Calendari amb la data de les pròximes participacions → Perquè puguin fer un seguiment
- Compartir resultats interessants amb els participants a través de pop ups de novetats.

Per a qui?

Dirigit especialment als grups A,B, C i D), que interactuïn activament amb la web per informar-se.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 180791515 WUJ5X-X239V-356LD, 464828F2DA4A40570FED2DC371B7875FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 48 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase III Fidelització

Computador de respostes On Site

Per què?

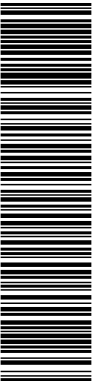
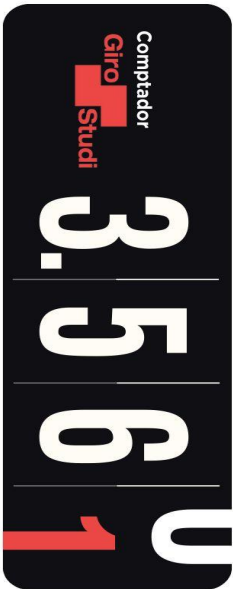
Per involucrar els participants i incrementar el sentit de reconeixement i pertinença.

Com?

Localitzant un computador al bàner inicial de la *landing* de Girostudi on es vegin les respostes acumulades.

Per a qui?

Dirigit especialment als públics actius digitalment (Grup A,B, C i D), que participin a través de la web.



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 49 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase III Fidelització

Certificats Anuals

Per què?

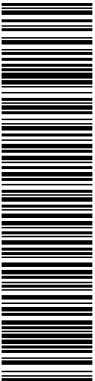
Augmentar el sentiment de reconeixement i la satisfacció del participant de formar part de Girostudi.

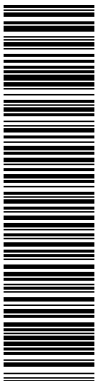
Com?

Enviar un certificat de participació anual al mail a cada participant agraïnt la seva dedicació amb Girostudi.

Per a qui?

Dirigit especialment als públics actius digitalment (Grup A,B, C i D), que interactuïn activament amb el mail.





Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2D4A405710F6D2DC371B73EF327F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

Giro Studi

Punt de partida



Immersió



Proposta



Conclusions

- Context · Insights

- Pùbics • Reptes •

- Objectius •

Com els afrontem?

Estratégia Integral

- Fases

DIPSALUT | GIROSTUDI



Recordem els nostres reptes

Girostudi

Repte I

Públic ampli i divers

Girostudi abasta públics des dels 16 fins als 79 anys, homes i dones. És un públic molt ampli i divers, amb interessos variis, preocupacions específiques i hàbits molt diferents.

Repte II

Poc interès

Girostudi, inicialment, pot no captar l'interès dels col·lectius més joves, especialment aquells que es troben desconectats de l'àmbit sanitari i que tenen tendències individualistes.

Repte III

Retribució

Girostudi no aportarà retribució directa o indirecta als participants tot i ser molt valorada per la majoria dels públics.

Repte III

Temps de participació

Girostudi es durà a terme en un període de 10 anys, considerat molt extens per la majoria dels públics.

Estratègia multicanal

Treballarem amb una estratègia de màrqueting 360 graus, targetitzant els diferents públics amb missatges que adrecin preocupacions específiques.

Originalitat i Creativitat

Augmentar l'atractiu de Girostudi a través d'una estratègia de comunicació original i creativa que evocui emocions a l'audiència i augmenti la interacció.

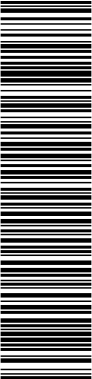
Reforçar altres insights

Considerant els *insights* de l'estudi previ, reforçarem els altres punts d'interès de cada públic per incrementar la participació voluntària.

Fidelització

A través de recordatoris de campanya, reforcem en la memòria del públic i els participants la importància crucial de seva participació.

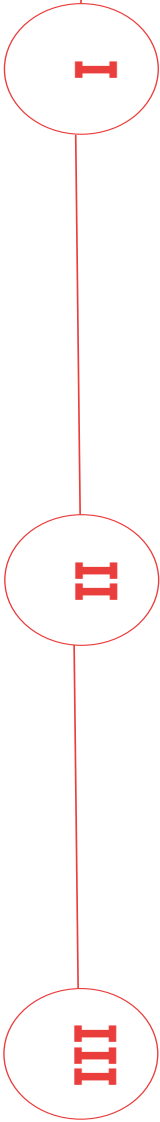
DIPSALUT | GIROSTUDI





Estratègi a

Fases



Coneixement

- Ràdio Espot
- publicitari
- Publicitat Digital
- Publicitat a
- XXSS
- Microinfluencers
- Perfil propi XXSS

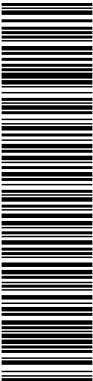
Activació

- Carta/Bustada
- Ràdio Publicitat
- Digital Publicitat a
- XXSS

Fidelització

- Mini espots
- publicitaris Mailings
- Trucades Accions
- InApp / OnSite

DIPSALUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketng i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 53 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



En col·laboració
amb

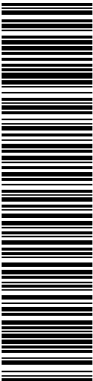


Pla de mitjans

- Seguir una **estratègia multicanal** que abasti mitjans de gran cobertura, però que permetin segmentació provincial*
- Considerar canals tant **offline com online**.
- Fer ús de canals que ens permetin també targetització específica.
- Focalitzar la major part de la campanya a la Fase I (Coneixement), durant els **dos mesos previs** a l'inici de les trucades.
- Fer **recordatoris** de la campanya durant la Fase II (Activació) amb menys freqüència per evitar l'oblit.

**La TV s'ha descartat a causa de la impossibilitat de segmentar la cobertura a la província de Girona.*

DIPSALUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 180791515 WUJ5X-X239V-356LD_464829F2DA4A40570FED2DC371B79EF5F3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



100

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A05710F6B2DC371).
Comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



En col·laboració amb



Accelerating media

Estimació econòmica

Considerant un pressupost aproximat de 45.000€ :

PARTIDA	COST
Conceptualització Creativa de la campanya	5.000€*
Producció Espot	6.000€ - 8.000€**
Producció Falques	250€ - 390€ /falca = 960€ de mitjana (considerant 3 falques)
Gestió Externalitzada XXSS	250€ - 300€/mes (8 mesos) ⇒ 2.000€ - 2.400€***
Pla de Mitjans	29.715€
TOTAL	44.875€

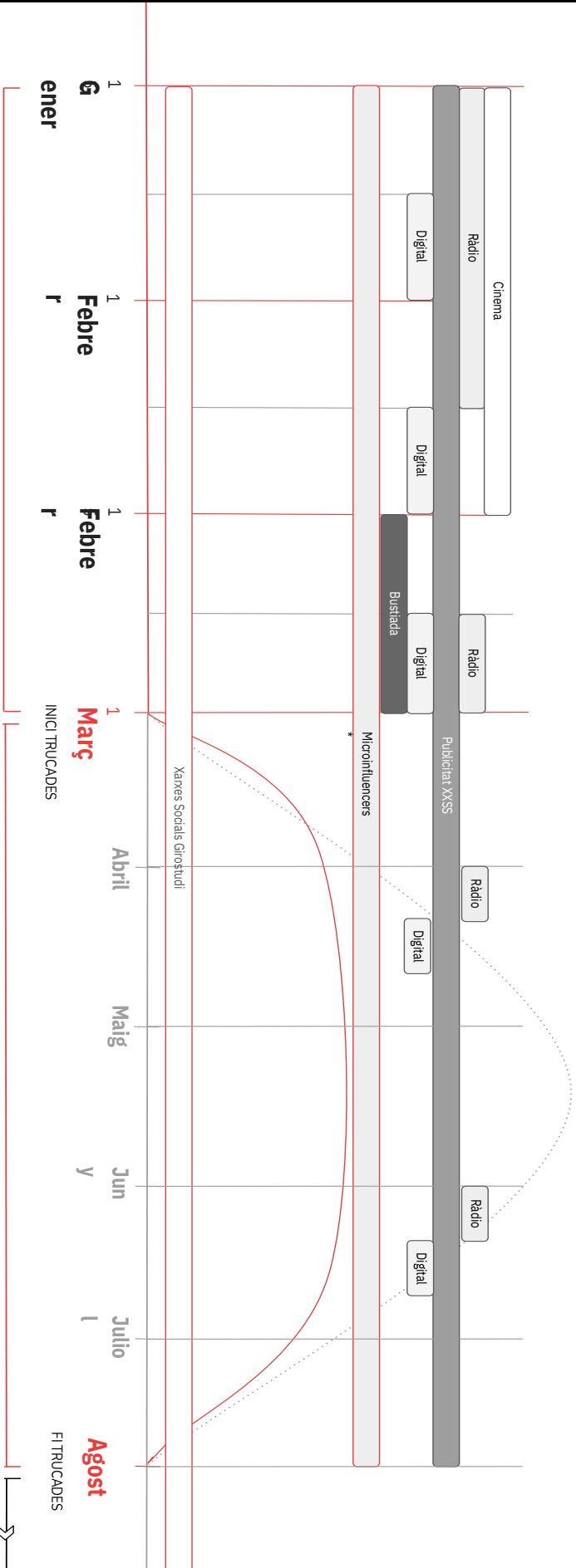
*Cost estimat subjecte a la proposta creativa. **Cost estimat productora (1 jornada / 1 localització) - Caldrà revisar cost adicional de presència i drets d'imatge d'actors/actrius. ***Cost estimat d'una proposta bàsica de Community Manager.

DIPSALUT | GIROSTUDI



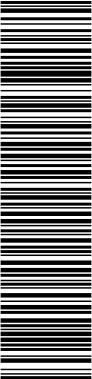
Campanya multicanal

Fases I & II



*Per definir timing

DIPSAUT | GIROSTUDI





Annex - Pla de mitjans

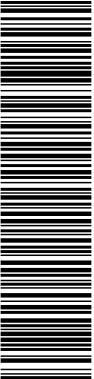
*Cinema

CINEMA	ESPECTADORS 2023	ESPECTADORS MENSUALS
OCINE BLANES	274.500	22.800
OCINE GIRONA	270.000	22.500
ODEON SALT	245.00	20.416
CATCINES FIGUERES	215.00	17.916
CINES OLOT	208.000	17.333

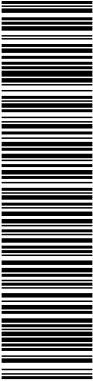
Si considerem una campanya mensual a tots els cinemes tindrem un impacte aproximat de **101.040 espectadors.**

És important mencionar que els cinemes seleccionats formen part de 4 clústers escollits. A més, s'estima un impacte no només de les ciutats on es troben sinó també en municipis dels seus voltants.

DIPSALUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Memòria: Memòria Aprovació memòria econòmica i justificativa servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: WUJ5X-X239V-356LD Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:39:03 Pàgina 58 de 58	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807915 WUJ5X-X239V-356LD 464829F2DA4A40570FED2DC371B79FEF3271F136) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

