

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES
PARTICULARS QUE REGULA L'AAMM DEL SERVEI
DE MÀRQUETING DIGITAL PER A BARCELONA DE
SERVEIS MUNICIPALS, SA**

1.	ANTECEDENTS.....	3
2.	PROPÒSIT.....	3
3.	VISIÓ.....	3
4.	LÍNIES ESTRATÈGIQUES.....	3
5.	VALORS	4
6.	INSUFICIÈNCIA DE MITJANS PRÒPIS.....	4
7.	OBJECTE DEL PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS	5
8.	LOTS.....	5
9.	ABAST DE L'AAMM	5
10.	ÀMBITS DEL CONTRACTE.....	6
10.1.	Àmbit funcional	6
10.2.	Àmbit geogràfic	6
10.3.	Àmbit temporal	6
11.	MARC NORMATIU APLICABLE.....	6
12.	CARACTERÍSTIQUES DELS SERVEIS	7
12.1.	Lot 1: Estratègia i Consultoria Digital.	7
12.1.1.	Consultoria d'estratègia digital:.....	7
12.1.2.	Estratègia i gestió de les dades: mesurament i optimització.....	8
12.2.	Lot 2: Dinamització, Comercialització i Experiència de Client amb Salesforce Marketing Cloud	8
12.3.	Lot 3: Estratègia i Experiència Digital: Canals i Visibilitat.....	10
12.3.1.	UX / UI en entorns digitals.....	10
12.3.2.	Continguts, SEO, Google	11
12.3.3.	Xarxes socials.....	12
12.3.4.	Buyer persona, touchpoints i eixos comunicatius	14
12.4.	Lot 4: Màrqueting per a Aplicacions Mòbils	14
12.4.1.	ASO: App Store Optimization	15
12.4.2.	UA: Adquisició d'Usuaris a les aplicacions	15
12.4.3.	ASR: App Store Reputation.....	15
12.4.4.	UX-UI.....	15
12.4.5.	Proposta analítica	16
13.	METODOLOGIA	16
14.	MITJANS PERSONALS.....	17
15.	MITJANS MATERIALS	18
16.	TRANSFERÈNCIA TECNOLÒGICA	18
17.	OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATÀRIA	18
18.	NOMENAMENT DE L'INTERLOCUTOR/RESPONSABLE PER PART DE L'ADJUDICATÀRIA	19
19.	MODEL DE RELACIÓ AMB L'EMPRESA ADJUDICATÀRIA	19
20.	PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS.....	20
21.	CONFIDENCIALITAT I PROTECCIÓ DE DADES.....	20

1. ANTECEDENTS

Barcelona de Serveis Municipals, S.A. (d'ara en endavant BSM), és una societat anònima participada al 100% per l'Ajuntament de Barcelona. La prioritat de BSM és proporcionar serveis de qualitat a la ciutadania i a les clientes i clients en àmbits com la mobilitat o en diferents espais emblemàtics de lleure i cultura, destacant el Parc Zoològic de Barcelona, el Park Güell i l'Anella Olímpica.

L'empresa va ser creada com una organització eficient que permet gestionar serveis de la ciutat de Barcelona per encàrrec de l'Ajuntament. La seva creació data del 2003 i des d'aleshores ha anat creixent i incorporant més serveis tant vinculats a la mobilitat de la ciutat (AREA, Bicing, Aparcaments, Grua Municipal, Estació d'Autobusos Barcelona Nord, Estació d'Autobusos Fabra i Puig, Zona Bus, Aparcaments residents, Endolla Barcelona i SMOU) com a l'educació, la cultura, l'esport i l'entreteniment (Tibidabo, Zoo Barcelona, Port Olímpic, Park Güell, Anella Olímpica i Parc del Fòrum) i cementiris de Barcelona.

2. PROPÒSIT

El propòsit de BSM és millorar la qualitat de vida de les persones generant experiències positives per a construir una Barcelona saludable i capdavantera.

3. VISIÓ

La visió de BSM és ser una empresa de referència en la gestió pública de serveis de valor afegit oferts tant a la ciutadania (barcelonins i barcelonines) com a visitants que arriben a la ciutat. Aquests serveis tenen, cada cop més una basant digital. Per tant no només hi cal definir el servei "físic", sinó que cal incorporar la "basant digital" de cada un dels serveis oferts per la companya. Per tal de definir, implementar i desenvolupar tota l'estratègia digital que han d'incorporar els seus serveis, BSM requereix contractar assessorament en diferents aspectes concrets de la basant digital dels serveis.

4. LÍNIES ESTRATÈGIQUES

BSM té establertes, actualment, les següents línies estratègiques:

1. **Posicionar i adaptar, en tot moment, la proposta de valor de BSM** maximitzant els impactes positius a les parts interessades.
2. **Vetllar per l'excel·lència de l'experiència del client des de l'escolta activa**, l'aprofitament de les dades i la millora contínua.
3. **Adaptar, desenvolupar i fer créixer la nostra aportació de valor** per respondre a les necessitats del client aprofitant les sinèrgies globals de l'empresa, les oportunitats digitals, les aliances amb tercers i l'àmbit metropolità.
4. **Ser referents** a través del nostre propòsit, valors i dels impactes positius a les parts interessades, potenciant el prestigi de BSM a través de la comunicació i la transferència de coneixement.

5. **Consolidar el model de gestió per valors** com a essència de la cultura i la governança de BSM.
6. **Impulsar, garantir i retenir el talent col·lectiu i individual** necessari en cada lloc i moment segons l'evolució de l'empresa.
7. **Potenciar el model de lideratge per valors** per desenvolupar les persones amb especial èmfasi en l'adaptació al canvi, la transferència de know-how, i l'empoderament dels equips.
8. **Impulsar la millora contínua** per garantir l'excel·lència dels processos i de l'experiència de les persones de forma sostenible, àgil, eficient, i segura minimitzant els riscos derivats de les nostres activitats.
9. **Potenciar la transformació reforçant les sinergies de BSM**, impulsant la col·laboració transversal i multidisciplinària i estandarditzant els aspectes comuns.
10. **Innovar prenent els nous paradigmes i els canvis com a oportunitats**, sobre la base de models estructurals i formals d'impuls permanent (big data, models predictius, intel·ligència artificial, mètodes àgils...).
11. **Complir els criteris SEC** (operador de mercat) assegurant l'autonomia econòmica, financera i de gestió, cercant l'equilibri econòmic de totes les activitats.
12. **Prioritzar la inversió amb retorn econòmic, social i mediambiental**, maximitzant els impactes positius i minimitzant els impactes negatius, de les nostres activitats en totes les parts interessades i amb el territori amb mirada a curt, mig i llarg termini.

5. VALORS

BSM té incorporats els següents valors:

- **Excel·lència:** Treballem amb coneixement expert, escoltant activament i desenvolupant els talents per generar les millors experiències dels nostres clients/es - ciutadans/es.
- **Compromís:** Ens impliquem amb passió amb els ciutadans/es – clients/es, els companys/es i l'entorn.
- **Integritat:** Rendim comptes des de la coherència, la responsabilitat i la transparència.
- **Pro activitat:** Ens anticipem i innovem per millorar cada dia en tot el que fem.
- **Cooperació:** Basem les nostres relacions en la confiança, la col·laboració i el respecte.

6. INSUFICIÈNCIA DE MITJANS PRÒPIS

Tot i que BSM disposa d'una Àrea Corporativa amb competències i capacitats en l'àmbit digital, la magnitud present, i sobretot futura que BSM ha d'impulsar respecte al seu entorn digital, tant corporatiu com en els negocis gestionats, fa necessari disposar d'un suport professional extern en l'àmbit digital, i per tant, es justifica la contractació de serveis sobre la base de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, mitjançant l'exigència de la definició prèvia de les necessitats per satisfer.

7. OBJECTE DEL PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS

L'objecte d'aquest Plec de prescripcions tècniques particulars (en endavant, PPTP) és establir i definir les condicions tècniques generals que han de regular l'AAMM (en endavant AAMM) per a l'homologació dels serveis de màrqueting digital per a BSM.

L'homologació va dirigida a agències de màrqueting digital que puguin cobrir les necessitats de BSM gestionen diferents instal·lacions de la ciutat de Barcelona, on s'hi realitzen diverses activitats o es responsabilitzen de diferents serveis municipals per encàrrec de l'Ajuntament de Barcelona.

Els serveis de màrqueting digital a contractar es classifiquen en diferents lots. Les especificacions particulars de cada lot es detallen al present AAMM.

Cadascun dels serveis de màrqueting digital constarà d'unes característiques molt particulars, segons el seu objecte, finalitat, mitjans, etc., per la qual cosa caldrà ajustar-se a les condicions concretes especificades en cada sol·licitud d'adquisició feta en els contractes basats.

8. LOTS

Les tasques a realitzar per a l'execució de l'AAMM estaran incloses en alguns dels lots següents:

- **Lot 1: Estratègia i Consultoria Digital.**
- **Lot Lot 2: Dinamització, Comercialització i Experiència de Client amb Salesforce Marketing Cloud.**
- **Lot 3: Estratègia i Experiència Digital: Canals i Visibilitat.**
- **Lot 4: Màrqueting per a Aplicacions Mòbils.**

9. ABAST DE L'AAMM

El servei objecte d'aquesta contractació atendrà exclusivament les necessitats de BSM, que s'han d'expressar de manera específica en cada contracte basat d'aquest AAMM, i les empreses adjudicatàries hauran de prestar els serveis estipulats. Aquest servei s'haurà de prestar en condicions òptimes i haurà de complir la normativa corresponent que l'afecti.

Així mateix, després que se sol·liciti el començament dels treballs, l'empresa adjudicatària haurà d'elaborar un primer esborrany, que BSM revisarà per tal de comprovar que compleix les expectatives i la finalitat que estipula l'òrgan de contractació.

En el desenvolupament d'aquest document estaran definides, per a cadascuna de les categories, les característiques del servei que cal prestar, tant genèriques com específiques, així com les tasques que es consideren necessàries. No obstant això, aquestes tasques no es constitueixen com un numerus clausus, ja que es preveu la possibilitat que l'empresa adjudicatària proposi tota la sèrie de tasques, idees o activitats addicionals que, en funció de l'activitat que cal fer, estimi més convenient.

10. ÀMBITS DEL CONTRACTE

10.1. Àmbit funcional

L'AAMM que és descriu al present Plec de Prescripcions Tècniques té, com a àmbit funcional, la de contractar diferents serveis de màrqueting digital per a BSM. Les empreses homologades hauran d'executar les operacions necessàries per desenvolupar les prestacions que es descriuen en els apartats posteriors, amb subjecció als resultats prestacionals que s'han d'assolir de conformitat amb les determinacions d'aquest plec.

10.2. Àmbit geogràfic

L'execució del contracte tindrà lloc a la ciutat de Barcelona.

BSM s'encarregarà de determinar amb precisió el lloc on es durà a terme la prestació sol·licitada. Aquests processos es podran efectuar a les instal·lacions pròpies de BSM, i també a les instal·lacions de l'empresa que resulti adjudicatària del contracte.

La decisió sobre el lloc d'execució la prendrà BSM, considerant que disposi de mitjans suficients i apropiats a les seves pròpies instal·lacions. Aquest procés es durà a terme amb l'assessorament professional de l'empresa adjudicatària. La prioritat serà assegurar que els recursos i les condicions necessàries estiguin disponibles per executar de manera òptima i eficient les tasques corresponents als serveis de màrqueting digital, i garantir així el compliment dels objectius del contracte.

10.3. Àmbit temporal

Aquest AAMM tindrà una vigència de DOS (2) ANYS, a comptar des del dia següent al de la formalització del contracte. L'AAMM no serà prorrogable.

11. MARC NORMATIU APLICABLE

El servei descrit en aquest Plec s'ajustarà, pel que respecte al marc normatiu a:

- Al que disposen les normes especificades en el Plec de clàusules administratives particulars (PCAP), en aquest Plec de prescripcions tècniques particulars (PPTP)
- Al disposat a l'oferta tècnica de l'empresa adjudicatària, sempre que no entri en contradicció amb el present PPPTC, que serà d'aplicació preferent.
- Al que disposi la normativa vigent aplicable a l'objecte d'aquest contracte, i la que es dicti en el futur, la qual s'incorporarà de manera automàtica. És responsabilitat de l'adjudicatària observar-les i adaptar-s'hi tècnicament, si escau, sense que pugui reclamar res per aquests conceptes a BSM.

Amb caràcter enunciatiu i no limitador s'estableixen a continuació les normes que l'adjudicatària haurà de tenir en consideració a l'hora de fer la prestació:

- Llei 34/1988, d'1 de novembre, general de publicitat.
- Llei 31/1995, de 8 de novembre, de prevenció de riscos laborals, i les seves modificacions respectives.
- Reial decret 485/1997, de 14 d'abril, sobre disposicions mínimes en matèria de senyalització de seguretat i salut en el treball, i les seves modificacions respectives.
- Llei 34/2002, d'11 de juliol, de serveis de la societat de la informació i de comerç electrònic.
- Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional.
- Llei 16/2017, d'1 d'agost, del canvi climàtic.
- Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, per la qual es transposen a l'ordenament jurídic espanyol les directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014, i les seves modificacions respectives.
- Reial decret legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei general per a la defensa dels consumidors i usuaris, i altres lleis complementàries.
- Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals, i les seves modificacions respectives.

Aquesta relació legislativa, de caràcter mínim, no eximeix l'empresa adjudicatària del compliment de totes les normes, lleis, disposicions, ordenances, reglaments, entre d'altres, no exposats en aquest apartat que siguin aplicables.

12. CARACTERÍSTIQUES DELS SERVEIS

Els serveis que es recullen al present AAMM tenen característiques diferents en funció del lot del que es tracti.

12.1. Lot 1: Estratègia i Consultoria Digital.

Destinat a definir i desplegar estratègies digitals centrades en el client, així com consultoria especialitzada per millorar la presència, l'eficiència i l'impacte dels canals digitals de BSM.

Amb caràcter enunciatiu i no limitador, tot seguit s'exposen les prestacions principals que haurà de dur a terme l'adjudicatària. BSM determinarà de manera concreta les prestacions que cal executar en cada contracte basat.

12.1.1. Consultoria d'estratègia digital:

- Elaboració de benchmarks: competitiu, funcional i genèric.
- Elaboració d'estudis sobre les noves tendències del mercat i canvis en el comportament del consumidor en els canals digitals.
- Elaboració d'estudis sobre les noves tendències comercials i de comunicació.
- Suport en el desenvolupament de plans de màrqueting digital: creació d'estratègies integrals alineades amb els objectius de negoci i d'empresa.
- Auditories de màrqueting digital dels canals: avaluació de les estratègies actuals del pla i propostes de millora.

- *Paid* Publicitat digital: suport en la proposta estratègica de la inversió publicitària en els diferents mitjans segons l'objectiu marcat per BSM i l'agència de mitjans (branding, trànsit, conversió). Inclou la definició de KPI, l'anàlisi dels resultats i les propostes de millores.
- Consultoria estratègica per a la definició i avaluació de casos d'ús d'IA a marketing digital.

12.1.2. Estratègia i gestió de les dades: mesurament i optimització

Amb l'objectiu de poder prendre decisions basades en dades, millorar l'eficiència en les estratègies, augmentar la personalització en els resultats, aplicar ajustos i millora contínua i millorar el ROI, és de crucial importància que l'adjudicatària ofereixi suport i eines en aquests aspectes:

- Configuració, execució, formació i consultoria de les eines analítiques de BSM (actualment, Google Analytics, Clarity, Firebase, etc.).
- Proposta de noves eines quantitatives i qualitatives que ens aportin informació de l'usuari, per exemple: Clarity, Firebase, etc.
- Proposta de programari basat en intel·ligència artificial: assistents virtuals com Siri d'Apple, Alexa d'Amazon, Google Assistant i Cortana de Microsoft, i eines que ens ajudin a gestionar i explotar les dades.
- Suport en formació i assistència per fer servir correctament les noves eines analítiques relacionades amb el màrqueting, com Chat GPT, copilot, chatbots, o similars, etc..

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació, sempre amb una visió orientada a oferir una experiència coherent, personalitzada i de qualitat al client.

12.2. Lot 2: Dinamització, Comercialització i Experiència de Client amb Salesforce Marketing Cloud

Destinat a millorar la relació amb el client mitjançant Salesforce Marketing Cloud, dinamitzant les comunicacions, potenciant la comercialització i oferint una experiència personalitzada i eficient.

Amb caràcter enunciatiu i no limitador, tot seguit s'exposen les prestacions principals que haurà de dur a terme l'adjudicatària. BSM determinarà de manera concreta les prestacions que cal executar en cada contracte basat.

- Auditoria de la situació actual de tots els negocis de BSM, amb una mirada integral sobre els punts de contacte amb el client i les seves experiències al llarg del cicle de vida.
- Benchmark de campanyes d'Email Marketing i experiències de relació digital amb el client en negocis similars fora de BSM, destacant bones pràctiques i tendències del sector.
- Anàlisi i explotació de les BBDD per identificar oportunitats estratègiques (cross-selling, upselling, segmentació avançada, etc.), integrant eines de reporting i anàlisi com Datorama, Data Cloud o Einstein Analytics per enriquir la visió global del client:

- Desenvolupament de l'estratègia CRM per millorar l'adquisició, retenció i fidelització de clients mitjançant accions de lead nurturing, lead scoring i models predictius, aprofitant les funcionalitats avançades d'Einstein (Einstein Engagement Scoring, Predictive Audiences, etc.) per a una personalització efectiva.
 - Proposta de segmentació de públics i creació d'estratègies personalitzades en temps real, basades en dades, amb l'ús de tecnologies com Real-Time Segmentation i Salesforce Personalization (Interaction Studio), per oferir continguts i recomanacions contextuals.
 - Plantejament de campanyes automatitzades per millorar la conversió, reforçar la relació amb el client i augmentar la seva satisfacció al llarg del customer journey, dissenyades i implementades a través de Salesforce Journey Builder i Automation Studio.
- Proposta de millores contínues, alineades amb la situació de cada negoci, les tendències del mercat i les expectatives dels clients, considerant aspectes com la freqüència d'enviaments, dies/hores òptims, tipus de contingut i copy, eines de suport innovadores (per exemple, chatbots, integracions API, etc.), aplicacions d'IA generativa i altres solucions avançades dins Salesforce.
- Disseny i producció de campanyes personalitzades orientades a la interacció rellevant i significativa amb el client:
- Ideació de continguts, creació de plantilles amb Content Builder, aplicació d'AMP for Email per a continguts interactius, disseny de landings, SMS, formularis d'atenció al client i altres canals.
 - Adaptació responsive i proves de visualització per assegurar una experiència fluïda en qualsevol dispositiu.
 - Conceptualització de Customer Journeys orientats a generar valor i coherència en tot el recorregut del client.
- Creació de dashboards per monitoritzar i analitzar el comportament del client a través de múltiples punts de contacte (correu electrònic, xarxes socials, lloc web, etc.), utilitzant eines de reporting i anàlisi avançada com Salesforce Reports, Einstein Analytics i Datorama, per facilitar la presa de decisions basades en dades.
- Seguiment de mètriques i KPI relacionats tant amb el rendiment de les accions com amb la qualitat de la interacció amb el client. En concret, s'analitzaran aspectes com:
- Lliurament i rebots.
 - Taxa d'obertura.
 - Clics.
 - Baixes.
 - Usuaris que han arribat al final del workflow, complint l'objectiu proposat.
 - Taxa de conversió i satisfacció percebuda segons el recorregut i la interacció.
 - Engagement Score, Predictive Engagement i altres indicadors rellevants dins Salesforce.

- Gestió de consentiments i preferències dels usuaris, assegurant el compliment de la normativa de protecció de dades i l'ús de Preference Center dins Salesforce.
- Disseny d'integracions amb altres plataformes (CRM, web, ecommerce, apps mòbils) per garantir una experiència omnicanal fluida i una gestió unificada del client.

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació, sempre amb una visió orientada a oferir una experiència coherent, personalitzada i de qualitat al client.

12.3. Lot 3: Estratègia i Experiència Digital: Canals i Visibilitat

Destinat a definir i executar estratègies digitals que millorin la presència, visibilitat i experiència de l'usuari a través dels canals online, com webs, xarxes socials i cercadors.

Amb caràcter enunciatiu i no limitador, tot seguit s'exposen les prestacions principals que haurà de dur a terme l'adjudicatària. BSM determinarà de manera concreta les prestacions que cal executar en cada contracte basat.

12.3.1. UX / UI en entorns digitals

Amb caràcter enunciatiu i no limitador, tot seguit s'exposen les prestacions principals que haurà de dur a terme l'adjudicatària. BSM determinarà de manera concreta les prestacions que cal executar en cada contracte basat.

- Auditoria heurística de la situació actual de tots els negocis de BSM.
- Auditories regulars per fer el seguiment de les tasques i proposar noves millores.
- Establir Pla d'acció CRO
- Wireframes i prototips
- Creació d'esbossos inicials per visualitzar l'estructura de la UI
- Prototips interactius per testear l'experiència abans del desenvolupament
- Coherència en la guia d'estil i disseny UI: colors, tipografies, icones, botons i altres elements visuals
- Proposta i posada en pràctica de millores, per exemple:
 - Popup
 - Chatbot.
 - Notificacions push.
 - Realització de proves A/B test.
- Optimització web
 - Accessibilitat
 - Anàlisi web i traçabilitat.

A més del que s'ha exposat abans, l'adjudicatària haurà de fer trameses mensuals sobre les tendències que puguin afectar BSM.

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació, sempre amb una visió orientada a oferir una experiència coherent, personalitzada i de qualitat al client.

12.3.2. Continguts, SEO, Google

Amb caràcter enunciatiu i no limitador, tot seguit s'exposen les prestacions principals que haurà de dur a terme l'adjudicatària. BSM determinarà de manera concreta les prestacions que cal executar en cada contracte basat.

Màrqueting de continguts

Pel que fa a la variant de màrqueting de continguts, per als diferents blogs i pàgines de continguts, l'adjudicatària haurà de prestar els serveis següents:

- Auditoria dels diferents blogs i pàgines de continguts de BSM.
 - Plantejament de línies estratègiques i eixos comunicatius que compleixin els diferents objectius proposats i que interactuin i connectin amb el públic objectiu.
 - Ideació i suport en la redacció de contingut rellevant i de valor sobre la marca de BSM i les seves àrees de negoci per atreure el públic objectiu definit.
 - Planificació de continguts mensuals.
 - Assessorament en tipus de continguts mensuals.
- Anàlisi i traçabilitat dels continguts. Més específicament, caldrà:
 - Definir el quadre d'ordres: indicadors i KPI.
 - Proposta i posada en pràctica de millores.

SEO (on-page / off-page)

S'hauran d'atendre les prestacions següents:

- Posicionament web orgànic i en cercadors: proposta i posada en pràctica d'accions per millorar el posicionament orgànic.
- Estratègia de linkbuilding.
- Estudi de keywords:
- SEO a Google: posada en pràctica i execució d'una estratègia de posicionament en tots els negocis. Gestió de les principals eines com per exemple: Google Search Console.
- SEO local: posada en pràctica i execució d'accions segons la nostra ubicació.
- SEO en mòbil
- Optimització SEO: proposta i posada en pràctica de tècniques que malden per millorar el posicionament d'una keyword o contingut.
- Anàlisi i traçabilitat de les accions. Més específicament, caldrà:

- Definir el quadre d'ordres: indicadors i KPI.
- Proposta i implantació de millores.

Google

Per a aquest servei, s'haurà de dur a terme un seguiment i anàlisi dels següents paràmetres relacionats amb l'aplicació Google My Business i l'entorn de Google.

- Gestió, actualització i seguiment de les fitxes de BSM
- Gestió sobre les Indicacions de les fitxes (com s'hi arriba).
- Eliminar ubicacions errònies de Google Maps i fitxes no oficials.
- Seguiment del Feed estructurat d'informació d'esdeveniments (agenda)
- Gestió i actualitzacions de Google Transit
- Altres tasques/gestions com el bloqueig a Google sobre l'ús de paraules de la competència.

A més del que s'ha exposat abans, l'adjudicatària haurà de fer trameses mensuals sobre les tendències que puguin afectar BSM.

12.3.3. Xarxes socials

Amb caràcter enunciatiu i no limitador, tot seguit s'exposen les prestacions principals que haurà de dur a terme l'adjudicatària. BSM determinarà de manera concreta les prestacions que cal executar en cada contracte basat.

Estratègia

- Tendències globals
 - Tendències de venda
 - Tendències de formats
 - Tendències de contingut
 - Tendències sobre noves funcionalitats
 - Tendències de noves xarxes socials
- Auditoria dels perfils de XXSS dels diferents negocis de BSM.
- Benchmark de perfils de XXSS de negocis similars, fora de BSM.
- Proposta i posada en pràctica de millores dels plans estratègics actuals de xarxes socials.
- Suport en el plantejament i proposta dels objectius anuals sobre el pla estratègic de xarxes.
- Generació de comunitat: s'hauran de proposar comptes afins al negoci/servei.

Contingut i Creativitat

- Assessorament en la planificació i creació d'estratègia **de continguts** adaptat a XXSS que compleixin els diferents objectius proposats i que interactuïn i connectin amb el públic objectiu:
 - Proposta de línies de contingut.
 - Planificació de continguts mensuals.
 - Proposta d'estil i to a l'hora de redactar continguts mensuals en funció del pla, de la xarxa i del públic objectiu.
 - Estudi i proposta dels hashtags en relació amb els continguts i les tendències.
- Planificació, ideació i creació d'estratègia del contingut **d'imatge i audiovisual**. definició de propostes creatives i estratègiques per al desenvolupament de continguts audiovisuals pensats exclusivament per a xarxes socials. Les peces s'idearan seguint les tendències digitals i els formats propis de cada plataforma, amb l'objectiu de reforçar la presència i interacció a l'entorn *social media*:
 - Ideació creativa, posada en pràctica i producció de vídeos i *mothion graphics* en els formats adequats a la proposta (*reels, stories, clips verticals...*).
 - Ideació creativa i creació d'imatges i infografies en els formats adequats a la proposta i adaptades a cada xarxa.
 - Ideació creativa i producció de podcasts (veu i vídeo orientats a la seva difusió digital).

Seguretat i polítiques de Meta

- Els protocols d'autenticació i accés als comptes corporatius o eines de Meta Business, limitant-ne l'accés només a personal autoritzat.
- Solució d'incidències relacionades amb la restricció d'actius.
- Revisió, gestió i organització dels portafolis empresarials.
- Organització del gestor d'anuncis: creació i bona configuració del píxel.
- Gestió i seguiment amb agents especialitzats per solucionar les possibles incidències dels negocis.

Màrqueting d'influència

Quant a la variant de Màrqueting d'influència, l'empresa adjudicatària haurà de proposar i executar estratègies i accions amb els diferents influencers i ambaixadors que connectin i comparteixin els valors de la marca/negoci.

A més del que s'ha exposat abans, l'adjudicatària haurà de fer trameses mensuals sobre les tendències que puguin afectar BSM.

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació.

12.3.4. Buyer persona, touchpoints i eixos comunicatius

Per tal d'implantar mesures efectives per a la millora de l'experiència del client de BSM, s'estableix que cal estar en disposició d'efectuar les prestacions següents:

- Auditoria de la situació actual de tots els negocis de BSM pel que fa a l'experiència de l'usuari.
- Perfil Buyer persona: caldrà crear el perfil digital de l'usuari de BSM. Amb aquest objectiu, es facilitarà a l'adjudicatària tota la informació relativa a l'experiència contrastada dels usuaris de BSM. No obstant això, caldrà elaborar tots els estudis o investigacions de mercat que siguin necessaris per poder completar aquesta informació i crear el perfil digital.
- Mapa de touchpoints: es configurarà un mapa de touchpoints que reuneixi els canals de comunicació establerts a BSM, les necessitats dels usuaris i les fases de compra.
- Funnel de conversió: es lliurarà a BSM un estudi en què s'analitzin les principals fases de l'embut, aplicat als canals estratègics en què es vol impactar (adquisició, activació, retenció, venda i referències).
- Eixos comunicatius i línies temàtiques de contingut: s'hauran d'establir els principals pilars de la comunicació digital de BSM analitzant-ne l'estat actual i les possibles millores.
- Anàlisi i traçabilitat de les accions en cada etapa del funnel: s'estudiaran les accions dutes a terme pel que fa a cada etapa del funnel establert per BSM. Més específicament, caldrà:
 - Definir el quadre d'ordres: indicadors i KPI.
 - Proposta i implantació de millores.

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació, sempre amb una visió orientada a oferir una experiència coherent, personalitzada i de qualitat al client.

12.4. Lot 4: Màrqueting per a Aplicacions Mòbils

Destinat a Proporcionar serveis especialitzats destinats a impulsar la visibilitat, captació d'usuaris i ús recurrent d'aplicacions mòbils, a través de l'aplicació de tècniques i estratègies de màrqueting digital específiques per a entorns mòbils.

Amb caràcter enunciatiu i no limitador, tot seguit s'exposen les prestacions principals que haurà de dur a terme l'adjudicatària. BSM determinarà de manera concreta les prestacions que cal executar en cada contracte basat.

Implantació i posada en marxa de les línies estratègiques que es detallen en l'objecte del contracte. Així mateix, tant la proposta com la seva implantació hauran de saber gestionar la recopilació de la informació a partir de l'anàlisi del comportament a través d'un MMP (AppsFlyer, Adjust, etc.).

12.4.1. ASO: App Store Optimization

- Auditoria del punt de partida (situació actual) i de la proposta de situació futura.
- Visibilitat i conversió de leads a App Store i Google Play.
- Estratègies combinades d'ASO amb UA: app name, categorització, descripció, screenshots, keywords i vídeo preview, entre d'altres.
- Seguiment dels KPI d'ASO a partir de l'informe mensual, amb l'objectiu d'obtenir una optimització constant.

12.4.2. UA: Adquisició d'Usuaris a les aplicacions

- Treballar amb transparència en tots els canals d'actuació, en els seus diferents models (CPI, CPL i CPA), en l'estratègia, les creativitats (sempre seguint l'estil de la marca), i el seguiment fins a l'optimització de campanyes. L'equip de BSM validarà les creativitats.
- Definir estratègies d'augment i captació en paid marketing per potenciar el trànsit (definició d'audiència i target, detall del budget split, creació de continguts, generació de copys, etc.).
- Seguiment dels KPI d'UA a partir d'un informe mensual, on s'observi l'evolució de les campanyes i s'obtingui una optimització constant mitjançant la integració d'un MMP.

12.4.3. ASR: App Store Reputation

Analitzar els motius d'una nota mitjana-baixa en les aplicacions i detectar diferents moments *sweet* en els quals es pugui demanar la valoració a l'usuari per aconseguir els millors resultats. Definir una estratègia reputacional que inclogui un pla d'acció per potenciar la recepció de valoracions positives, el nombre de valoracions, els aspectes destacats positius i negatius, la distribució de valoracions i fidelització, entre d'altres.

Definir una estratègia per incloure un pla d'acció del protocol de resposta.

Seguiment dels KPI d'ASR a partir d'un informe mensual, on s'observi l'evolució i s'obtingui una optimització constant.

12.4.4. UX-UI

Concretament, s'haurà d'elaborar una proposta estratègica amb recomanacions i millores sobre la *user interface* per tal de millorar l'experiència d'usuari:

- Anàlisi previ de fluxe, a nivell UX, per conèixer el *journey* de l'usuari: funcionalitats, registres, elements de navegació, etc.
- Revisió de les etapes del *funnel* i la taxa de conversió.
- *Benchmark* a nivell UI de productes o apps similars
- Detecció de millores estratègiques/clau de la *interface*.
- Proposta de disseny d'interaccions i de noves pantalles.
- Arquitectura de la informació

- Recomanacions com gamificació, *engagement*, fidelització, *chatbot*...
- Proposta de wireframes i prototipatge (low-fidelity i high-fidelity)
- Creació de guidelines UX/UI per als desenvolupadors
- Redacció de copies i microcopies per millorar la comprensió de l'app, a nivell UI
- Coordinació amb desenvolupadors i equips de producte

12.4.5. Proposta analítica

- Rapidesa en la presa de decisions i definició del model de mesura: recollida i control de dades, pla per fer el seguiment de les dades identificades, etc.
- Creació d'un *dashboard* amb els canals de conversió per fer el seguiment dels indicadors
- Posada en pràctica tècnica i d'eines internes per part de BSM, per tal de visualitzar en temps real totes les dades i, en conseqüència, detectar les principals fonts de trànsit i conèixer el comportament dels usuaris:
- Anàlisi de comportament (Google Firebase i Google Analytics 4)
- Anàlisi d'adquisició amb un MMP (AppsFlyer, Adjust, etc.)
- Altres que es considerin, si escau
- Creació d'un informe tècnic (SDK) que reculli els esdeveniments que s'han de mesurar mitjançant l'app, per tal que els desenvolupadors de SMOU puguin integrar-los de manera senzilla en les seves pròpies plataformes de mesurament (Google Analytics 4).
- Visualització i interpretació de les dades: creació d'informes en què s'incloguin els principals KPI i en els quals s'obtingui informació, com per exemple seguidors, impressions, interaccions, descàrregues, perfil demogràfic, atribució, origen del trànsit, etc.
- Millora contínua de les diferents accions i estratègies, a partir dels resultats obtinguts

A més del que s'ha exposat abans, l'adjudicatària haurà de fer trameses mensuals sobre les tendències que puguin afectar BSM.

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació, sempre amb una visió orientada a oferir una experiència coherent, personalitzada i de qualitat al client.

13. METODOLOGIA

BSM designarà un responsable de la gestió del contracte per a cada categoria, que avaluarà la seva execució i n'efectuarà el seguiment. L'empresa adjudicatària haurà de mantenir, en tot moment, la comunicació amb BSM a través del responsable de gestió del servei, que tindrà, entre d'altres, les responsabilitats següents.

- Fer el seguiment i el control dels terminis establerts durant l'execució del contracte.
- Avaluar i verificar els serveis.
- Assignar els recursos dependents de BSM.

- Servir com a canal de comunicació entre BSM i l'adjudicatària.

Amb l'objectiu de dur a terme el seguiment de les incidències i les tasques, es podrà demanar a l'empresa adjudicatària que empleni les tasques i la informació en un programari de col·laboració per a equips, al qual se'ls facilitarà l'accés i se'ls donaran els permisos necessaris.

Tots els serveis que faci l'adjudicatària hauran de ser avaluats i acceptats pel responsable de gestió del servei de l'empresa contractant.

14. MITJANS PERSONALS

L'adjudicatària de cada categoria es comprometrà a assegurar la qualitat dels serveis objecte d'aquest contracte, per a la qual cosa facilitarà el personal necessari, amb la qualificació i formació requerides, que compleixi les exigències de BSM. Per executar correctament les funcions descrites en aquest plec, l'adjudicatària disposarà del personal necessari, que haurà de tenir la qualificació imprescindible per a l'execució correcta del contracte. A aquest efecte, els perfils pertinents es descriuran en cada contracte basat que s'elabori.

L'adjudicatària de cada categoria haurà de tenir previst un sistema de reemplaçament de personal en funció de les exigències del contracte, la plantilla disponible i la seva qualificació, que respongui amb l'agilitat necessària en casos de baixa o falta d'assistència d'algun membre del personal, de tal manera que el servei sempre estigui garantit.

L'adjudicatària haurà de remetre, prèviament a l'inici del contracte, informació detallada del personal que executarà directament la prestació. Aquesta informació ha d'incloure, amb caràcter de mínims, el contingut següent:

- Nombre i categoria professional.
- Personal de coordinació o assessorament.

En particular, l'adjudicatària haurà de triar, entre el seu equip humà, una persona responsable de l'execució del contracte, que serà la persona de contacte entre el responsable per part de BSM i l'adjudicatària. Aquest nomenament s'haurà de comunicar en un termini de QUINZE (15) DIES, comptats a partir de la data de notificació de l'adjudicació del contracte, amb menció expressa de les seves dades de contacte, incloent-hi l'adreça postal i electrònica, a l'efecte de rebre els avisos i les notificacions que requereixi l'execució del contracte. Així mateix, si en el futur es vol canviar la persona assignada, caldrà notificar-ho. Aquesta modificació requerirà, en tot cas, l'acceptació prèvia de BSM. Aquesta persona serà la responsable màxima del servei per part de l'adjudicatària, i tindrà prou capacitat i autoritat per resoldre les incidències que puguin sorgir en el funcionament puntual i immediat del servei.

Aquest personal estarà donat d'alta a la Seguretat Social d'acord amb la categoria laboral i el conveni col·lectiu que sigui aplicable. Estarà sotmès al poder de direcció i organització de l'adjudicatària pel que fa a retribucions, horaris, instruccions, etc., i, per tant, aquesta és l'única responsable i obligada al

compliment de totes les disposicions legals que siguin aplicables al cas, en especial, en matèria de contractació, Seguretat Social i prevenció de riscos laborals. En conseqüència, aquest personal no tindrà en cap cas vinculació juridicolaboral amb BSM, amb independència de les facultats de control i inspecció que aquest té. De la mateixa manera, l'adjudicatària haurà de resoldre qualsevol incidència sorgida en relació amb el personal (vacances, malaltia, etc.) i quedarà obligada a cobrir les absències del personal sense que això pugui ocasionar cap minva en el bon funcionament del servei.

L'empresa adjudicatària comunicarà a BSM les modificacions que puguin sorgir durant la vigència del contracte pel que fa al personal que presta el servei.

15. MITJANS MATERIALS

L'empresa adjudicatària de cada categoria disposarà sempre dels mitjans materials necessaris, en quantitat, qualitat i característiques convenients, per aconseguir la qualitat esperada i exigida per BSM, a fi de poder complir completament i de manera òptima les funcions que estableix el contracte.

16. TRANSFERÈNCIA TECNOLÒGICA

Durant l'execució del contracte, l'adjudicatària es compromet en tot moment a facilitar a la persona designada per BSM, la informació, formació i documentació que aquesta sol·liciti per disposar d'un coneixement complet dels treballs i les circumstàncies en què aquests es desenvolupen, així com dels problemes eventuais que es puguin plantejar i de les tecnologies, mètodes i eines que s'han emprat per resoldre'ls. L'adjudicatària cedirà els drets d'explotació i reproducció de tots els productes derivats de l'execució del contracte, i es considerarà que es disposa del consentiment de l'autor o autors. La propietat intel·lectual dels desenvolupaments de programari, si n'hi ha, les seves possibles actualitzacions, la documentació originada i qualsevol altre producte resultant corresponen únicament a BSM, amb exclusivitat i a tots els efectes.

17. OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATÀRIA

A més de tot el que estableix aquest PPTP i el PCAP, la futura empresa adjudicatària dels contractes basats haurà de complir les obligacions següents:

1. Serà l'única responsable del desenvolupament correcte del contracte i complirà el que estableix aquest Plec, per a la qual cosa aportarà els mitjans materials i humans que siguin necessaris per assegurar la qualitat esperada per BSM.
2. Aportarà un número de telèfon de contacte i una adreça electrònica, indicant-ne l'horari d'atenció, per tal que BSM o el responsable del contracte designat per aquest puguin fer qualsevol consulta o consideració en aquest context.
3. Té l'obligació de facilitar en tot moment a les persones designades per BSM la informació i documentació que aquestes sol·licitin per disposar d'un ple coneixement del servei.

4. Haurà de vetllar en tot moment pel compliment de totes les mesures de seguretat i salut necessàries per a la realització del servei.
5. Haurà de disposar de recursos logístics i humans per al compliment dels terminis de lliurament establerts.
6. Haurà de complir el termini de lliurament previst, el qual no es podrà modificar llevat de causa imprevista i degudament justificada que impedeixi el lliurament en el termini establert. En aquest cas, haurà d'avisar prèviament BSM i aquest ha de permetre la incidència.
7. Indemnitzarà per tots els danys i perjudicis que es causin a tercers, provocats per personal o mitjans propis o que en depenguin, a conseqüència de les operacions que requereixi l'execució del contracte. Quan aquests danys i perjudicis hagin estat ocasionats a conseqüència immediata i directa d'una ordre de BSM, aquest en serà responsable dins dels límits assenyalats en les lleis.
8. Haurà de complir, sota la seva exclusiva responsabilitat, les disposicions vigents en matèria laboral, de seguretat social i de seguretat i higiene en el treball. Així mateix, haurà de tenir a càrrec seu el personal necessari per dur a terme l'objecte del contracte, respecte del qual exercirà, a tots els efectes, la condició d'empresari i el personal dependrà exclusivament d'aquest.
9. Designarà un representant o coordinador per a les relacions amb BSM o amb el responsable del contracte que aquest hagi designat, el qual podrà resoldre les incidències que puguin sorgir en el servei. Amb aquest objectiu, l'empresa adjudicatària facilitarà el seu número de contacte el dia de la formalització del contracte.

18. NOMENAMENT DE L'INTERLOCUTOR/RESPONSABLE PER PART DE L'ADJUDICATÀRIA

L'empresa adjudicatària nomenarà un responsable del servei, el qual serà interlocutor únic i tindrà poders suficients en la gestió de l'execució del contracte.

L'empresa adjudicatària haurà de posar a disposició de BSM un telèfon de contacte del responsable designat per atendre les possibles qüestions respecte de l'execució del contracte que es puguin presentar mentre aquest estigui vigent. En el cas que l'adjudicatària canviï la persona responsable, s'haurà de comunicar a BSM amb DEU (10) DIES d'antelació. En casos excepcionals en què no es pugui complir aquest termini, l'empresa adjudicatària ho justificarà degudament amb un informe que haurà de presentar a BSM.

19. MODEL DE RELACIÓ AMB L'EMPRESA ADJUDICATÀRIA

L'empresa adjudicatària haurà d'actuar de manera proactiva i compromesa en les reunions de seguiment del contracte amb BSM. Aquestes reunions tenen com a objectiu principal mantenir una dinàmica òptima de control i seguiment del servei. A continuació, es detallen els assumptes que l'adjudicatària haurà de tractar durant aquestes reunions:

1. Revisió del servei: l'empresa adjudicatària haurà de recollir en un informe, de manera detallada i precisa, totes les tasques fetes fins llavors. Això implica proporcionar informació sobre els elements que hagin estat acordats en els contractes basats.
2. Revisió d'incidències: l'empresa adjudicatària haurà d'informar sobre qualsevol incidència que s'hagi produït durant la prestació del servei. Això inclou problemes tècnics, retards en els lliuraments, defectes en els productes o qualsevol altra mena d'inconvenient. L'empresa adjudicatària ha de presentar un informe detallat de cada incidència, en què es descrigui la seva naturalesa, l'impacte i les accions preses per resoldre-la. A més, es discutiran possibles solucions i mesures preventives per evitar la repetició de les incidències en el futur.
3. Millores potencials del procediment: l'empresa adjudicatària ha d'estar preparada per proposar i discutir possibles millores en el servei. Això implica identificar oportunitats per optimitzar l'eficiència, la qualitat o qualsevol altre aspecte rellevant. L'empresa adjudicatària ha de presentar propostes concretes, fonamentades en una anàlisi rigorosa, que puguin contribuir a millorar la satisfacció i el compliment dels objectius que estableix el contracte.

L'empresa adjudicatària haurà d'assistir a aquestes reunions amb una actitud proactiva, mostrant disposició per abordar els problemes identificats i comproment-se a prendre les mesures necessàries per corregir qualsevol desviació o deficiència. Així mateix, l'empresa adjudicatària s'haurà de preparar per endavant, recopilant tota la informació rellevant i presentant-la de manera clara i organitzada durant la reunió.

20. PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS

En totes les operacions que es facin a conseqüència d'aquest contracte, la futura empresa adjudicatària ha de vetllar escrupolosament pel compliment de la legislació vigent en matèria laboral i de prevenció de riscos laborals, en especial pel que fa als principis de l'acció preventiva (article 15 de la Llei 31/1995, de 8 de novembre, de prevenció de riscos laborals), la formació de treballadors (article 19) i equips de treball i mitjans de protecció (article 17), així com de les altres normatives específiques en la matèria. L'empresa adjudicatària dotarà el personal de l'equip necessari per al desenvolupament dels treballs, segons s'especifica a la vigent Llei 31/1995, de 8 de novembre, sobre prevenció de riscos laborals, així com la normativa complementària. A més, és obligació de l'empresa adjudicatària dotar el personal de tots els elements de protecció necessaris per efectuar els treballs. Així mateix, la futura empresa adjudicatària serà la responsable que el personal compleixi la normativa de compliment obligat aplicable en cada moment, tant de caràcter tècnic com de seguretat i higiene.

21. CONFIDENCIALITAT I PROTECCIÓ DE DADES

La futura empresa adjudicatària estarà obligada a mantenir la màxima confidencialitat amb les dades a les quals pugui tenir accés, de manera que, tant durant la vigència d'aquest contracte com en el moment en què finalitzi, haurà d'actuar amb compliment estricte de les previsions que conté la Llei

orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals, així com tota la seva normativa de desenvolupament.

Tan sols tractarà aquestes dades de conformitat amb les instruccions que rebi de BSM i haurà d'adoptar les mesures de caràcter tècnic i organitzatiu necessàries que garanteixin la seguretat de les dades esmentades i que n'evitin l'alteració, pèrdua, tractament o accés no autoritzat.

Així mateix, queda expressament prohibida la reproducció, distribució, comunicació, transformació, posada a disposició o qualsevol classe de manipulació de la informació confidencial de BSM continguda tant en suports físics com en suports digitals, per part de qualsevol tercera persona física o jurídica, de manera gratuïta o onerosa, ni tan sols per conservar-la.

La futura empresa adjudicatària estarà obligada a no aplicar o utilitzar la informació confidencial de BSM per a fins diferents dels especificats en el contracte de referència, així com a no fer servir aquesta informació al servei de fins o interessos aliens a aquest contracte.

La futura adjudicatària només permetrà l'accés a la informació confidencial al personal al seu servei que necessiti conèixer-la per desenvolupar les activitats i els serveis contractats, i es farà responsable del compliment de les obligacions de confidencialitat per part d'aquest personal.

En cas que l'adjudicatària destini les dades a una altra finalitat, les comuniqui o les utilitzi incomplint les estipulacions del contracte, serà aplicable el règim sancionador que es preveu en les normatives reflectides abans, així com en la seva normativa de desenvolupament.

Aina Cañizal Martínez
Cap d' Àrea de Màrqueting Digital
Barelona de Serveis Municipals