

Programa de màrqueting d'afiliació per productes turístics

Plec de condicions tècniques

Juliol 25

Marta Franco Díaz

Responsable de Continguts i Canals Socials



Índex

1	Introducció	3
2	Objectius de la contractació i necessitats de TMB	5
2.1	Definir i implementar estratègia de captació d'afiliats	6
2.2	Gestió de la relació amb afiliats i desenvolupament de campanyes	7
2.3	Mesura de rendiment i optimització del programa	9
3	Condicions de l'execució	10
3.1	Facturació i condicions de pagament	10
3.2	Confidencialitat.....	11
3.3	Propietat intel·lectual.....	12
3.4	Comunicacions externes	12
3.5	Organització de TMB.....	12
3.6	Equip de treball	13
3.7	Desenvolupament de l'activitat.....	13
3.8	Reunions de treball	13

1 Introducció

TMB és l'operador de transport públic més gran de Catalunya. Està integrada per Ferrocarril Metropolità de Barcelona S.A., Transports de Barcelona S.A., Projectes i Serveis de Mobilitats S.A. i TMB S.L.

TMB, a més d'operar i gestionar el servei de Metro i Bus de la ciutat de Barcelona així com també el servei de bicicleta compartida metropolitana, també ofereix els següents serveis de mobilitat dirigits al públic visitant:

- **Barcelona Bus Turístic:** servei de hop-on hop-off per visitar la ciutat de Barcelona a través de 3 rutes. Aquest servei es pot accedir a través d'abonaments de 24h o 48h i diferenciant col·lectius (adult, infantil i sènior).
- **Barcelona Night Tour:** Ruta nocturna a bord del bus turístic pels llocs més icònics de Barcelona activa durant l'estiu.
- **Barcelona Christmas Tour:** Ruta nocturna i guiada a bord del Barcelona Bus Turístic per viure l'atmosfera nadalenca durant aquestes dates.
- **Telefèric de Montjuïc:** telefèric que dona accés a la muntanya de Montjuïc finalitzant el trajecte al Castell de Montjuïc. Aquest servei es pot accedir a través d'un tiquet d'anada i tornada i diferenciant col·lectiu adult i infantil.
- **Catalunya Bus Turístic:** servei d'excursions orientat a destinacions allunyades de Barcelona, com per exemple, Montserrat Tour o Girona Tour.
- **Hola Barcelona Travel Card:** Abonament unipersonal de viatges il·limitats d'una zona per a la xarxa de transport públic de la ciutat de Barcelona durant 2 dies (48 h), 3 dies (72 h), 4 dies (96 h) o 5 dies (120 h) consecutius des de la primera validació.

La compra d'aquests productes es pot realitzar a través d'un conjunt de canals tant presencials com digitals. En relació als canals digitals, disposem de [l'eCommerce d'Hola Barcelona](#).

TMB té com a objectiu **incrementar el volum de vendes dels diferents productes turístics** i per això té la voluntat d'activar diferents accions que ajudin en aquesta direcció.

Una de les iniciatives és **l'activació d'un programa de màrqueting d'afiliació** que, no només augmenti el tràfic orgànic de l'eCommerce d'Hola Barcelona, sinó que es tradueixi en un increment de vendes d'aquest canal de venda online.

Amb la implantació d'una estratègia de màrqueting d'afiliació, TMB espera:

Principal objectiu:

- Augment de vendes dels nostres productes turístics a través de l'eCommerce d'Hola Barcelona: Barcelona Bus Turístic, Barcelona Night i Christmas Tour, Telefèric de Montjuic, Hola Barcelona Travel Card i Catalunya Bus Turístic.

Altres objectius:

- Generació de tràfic al nostre eCommerce augmentant la visibilitat de la marca d'Hola Barcelona i generar noves vendes.
- Increment de la base de clients: al arribar nous públics a través d'afiliats, podrem ampliar la nostra base de dades i generar noves oportunitats de negoci.
- Increment de visibilitat de la marca: aparició de la nostra marca en altres plataformes i canals de tercers.
- Foment de participació i seguidors a xarxes socials: promoció de les xarxes socials de la marca i fomentar la participació dels seguidors.
- Millora posicionament SEO: obtenció d'enllaços de qualitat que aporten tràfic al nostre eCommerce i per tant poden millorar el posicionament en els motors de recerca.

2 Objectius de la contractació i necessitats de TMB

L'objecte de la contractació és la **gestió, execució i optimització del programa de màrqueting d'afiliació dels productes que es comercialitzen sota la marca Hola Barcelona**, amb l'objectiu principal d'incrementar les vendes dels productes turístics operats per TMB a través del seu canal digital d'eCommerce.

Mitjançant aquest programa d'afiliació, es busca captar nous afiliats i col·laboradors estratègics, optimitzar la visibilitat de la marca i ampliar l'abast del públic destinatari. El contractista s'encarregarà de:

- Definir i implementar estratègies de captació d'afiliats per ampliar la xarxa de col·laboradors tenint en compte els mercats d'interès de TMB.
- Disposar d'una eina que permeti gestionar les relacions amb els afiliats.
- Gestionar i supervisar les relacions amb els afiliats, establint acords de col·laboració i supervisant el compliment dels termes pactats.
- Desenvolupar, executar i optimitzar campanyes de promoció dels productes turístics de TMB, incloent-hi el Barcelona Bus Turístic, el Barcelona Night i Christmas Tour, el Telefèric de Montjuïc, el Catalunya Bus Turístic i la Hola Barcelona Travel Card.
- Proporcionar materials de màrqueting als afiliats per a la promoció dels productes (banners, descripcions, imatges, vídeos), en col·laboració amb l'equip de TMB, per assegurar una comunicació consistent de la marca Hola Barcelona.
- Mesurar i analitzar el rendiment del programa d'afiliació, presentant informes periòdics a TMB amb indicadors clau com ara el volum de vendes, tràfic generat, nous clients, impacte en SEO i ROI del programa.
- Recomana accions de millora continua del programa d'afiliació, adaptant les estratègies segons els resultats obtinguts i les tendències del mercat.

L'adjudicatari durà a terme totes aquestes tasques sota la supervisió de TMB, i amb el compromís d'assolir els objectius definits per a l'augment de vendes i visibilitat del canal d'eCommerce Hola Barcelona.

A continuació es divideixen en blocs les principals activitats a contractar així com aspectes a tenir en compte per la seva execució.

2.1 Definir i implementar estratègia de captació d'afiliats

Respecte la definició i implementació de l'estratègia de captació d'afiliats, s'espera que l'adjudicatari realitzi les següents funcions:

- Investigació i segmentació d'afiliats potencials: analitzar i segmentar el tipus d'afiliats que poden generar-nos vendes dels diferents productes turístics que oferim. Establir els criteris de selecció per assegurar que els afiliats tinguin una audiència alineada amb el públic objectiu de TMB.
- Suport a TMB en la creació de propostes de valor: definir una proposta de valor clara i atractiva per als afiliats, que inclogui un sistema de comissions i incentius competitiu.
- Suport en la definició de les campanyes: tot i que des de TMB es generaran els materials gràfics s'espera que l'adjudicatari assessori i defineixi accions que puguin incrementar el volum d'afiliats i millorar resultats del programa.
- Captació proactiva d'afiliats: a més d'acceptar (o no) peticions d'afiliats per difondre les nostres campanyes s'espera que l'adjudicatari contacti amb ells de forma proactiva i s'encarregui de la seva contractació. En aquest sentit es demana que l'adjudicatari proveeixi plans de captació de nous afiliats.

Aspectes a tenir en compte de cara a definir i executar el programa:

- Les comissions a l'afiliat únicament seran efectuades en cas d'aconseguir la venda de productes a l'eCommerce d'Hola Barcelona. En cap cas s'aplicaran compensacions per altres accions com aportació de volum de tràfic a l'eCommerce, increment de seguidors a xarxes, descàrrega d'App, alta en el blog o Newsletter, etc.
- Es diferenciaran els afiliats segons dues tarifes, tarifa A i tarifa B.
 - Tarifa A: es podrà facturar com a màxim el 12% de la facturació generada per aquest tipus d'afiliat en concepte de costos variables i fixes (comissió a l'afiliat, comissió de l'agència i – si aplica- fee fix).
 - Tarifa B: conjunt d'afiliats que per la seva capacitat de venda l'agència podrà facturar a TMB com a màxim el 16% de la facturació generada en concepte

de costos variables i fixes (comissió a l'afiliat, comissió de l'agència i – si aplica- fee fix).

- Tot i que es sol·licitarà suport, TMB serà qui marcarà les polítiques d'afiliació: % de comissió respecte el total de la compra, durada de seguiment dels enllaços a través de cookies, casos en les que les comissions quedarien anul·lades, etc.
- Els mercats als quals TMB vol dirigir-se i, per tant, caldrà que l'adjudicatari tingui accés a una xarxa d'afiliats internacionals, són:
 - Espanya
 - França
 - Portugal
 - Itàlia
 - Alemanya
 - Regne Unit
 - Irlanda
 - Polònia
 - Estats Units
- Aquests mercats corresponent als 9 països que acumulen major volum de vendes a l'eCommerce. Durant el contracte podrien afegir-se de nous.
- TMB haurà de validar els tipus de segments d'afiliats proposats.

2.2 Gestió de la relació amb afiliats i desenvolupament de campanyes

Respecte la gestió de la relació amb afiliats i desenvolupament de campanyes, s'espera que l'adjudicatari realitzi les següents funcions:

- Comunicació regular amb els afiliats: establir canals de comunicació efectius amb els afiliats per assegurar que rebin suport en temps real.
- Enviar actualitzacions periòdiques sobre nous productes, promocions o campanyes especials, així com qualsevol canvi en les condicions o comissions del programa.
- Oferir sessions d'orientació o webinars per als nous afiliats, per tal que coneguin a fons els productes i la marca Hola Barcelona.
- Resolució de dubtes i suport tècnic: proporcionar assistència tècnica en l'ús de materials de màrqueting, enllaços d'afiliació o en qüestions de traçabilitat de les conversions.

- Fer un seguiment continu del rendiment de cada afiliat, avaluant mètriques com el tràfic generat, les vendes directament atribuïbles i les taxes de conversió. Identificar afiliats d'alt rendiment i oferir-los incentius addicionals
- Identificar i definir campanyes específiques per la xarxa d'afiliats.
- Definir els objectius de cada campanya: establir metes específiques com l'increment de vendes d'un producte concret (per exemple, la Hola Barcelona Travel Card).
- Llançar les campanyes de promoció en coordinació amb els afiliats, assegurant que disposin dels materials necessaris amb antelació i compreguin els objectius.
- Fer un seguiment detallat de les campanyes: seguir les mètriques clau de cada campanya, com el nombre de visites generades, la taxa de conversió, les vendes per afiliat i els ingressos generats. Comparar resultats entre campanyes per entendre quins formats, temporades o tipus de promocions funcionen millor.
- Supervisar que els afiliats han activat correctament la campanya: ús correcte de recursos visuals (logos, imatges dels productes, etc), missatges, ortografia, URL correcte, etc.

Aspectes a tenir en compte:

- TMB aportarà campanyes globals (ex. Black Friday) i caldrà que l'adjudicatari l'adapti de la forma més efectiva en el programa d'afiliats.
- TMB aportarà els recursos visuals i missatges de les campanyes.
- TMB aportarà materials publicitaris per als afiliats, com ara:
 - Banners, vídeos i infografies amb una imatge coherent de la marca Hola Barcelona.
 - Descripcions atractives dels productes per facilitar la promoció dels afiliats.
- Per realitzar aquesta gestió caldrà que l'adjudicatari disposi d'una **plataforma on centralitzar la relació amb els afiliats** i des d'ella poder realitzar les següents activitats:
 - Accedir a una xarxa d'afiliats de, com a mínim, els mercats mencionats anteriorment.
 - Administrar als afiliats, veure les seves dades i acompliment, i aprovar o rebutjar les seves sol·licituds d'afiliació.
 - Poder rastrejar i analitzar el rendiment dels enllaços d'afiliats i les conversions que generen.

- Poder generar enllaços i codis de seguiment personalitzats per a cada afiliat perquè puguem rastrejar el seu acompliment i recompensar-los adequadament així com adequar les condicions per cada afiliat o campanya específica
- Elaborar informes de reporting per poder veure estadístiques i anàlisis detallades sobre el rendiment dels nostres programes d'afiliats, com impressions, clics, conversions, comissions generades, entre d'altres.
- Realitzar pagaments automàtics als afiliats en funció de les seves comissions generades i polítiques establertes (per abast de la temporalitat, etc).
- Eines de promoció, com baners, widgets i enllaços de text, perquè els afiliats puguin promocionar els nostres productes o serveis de manera efectiva.
- Comunicar-se amb els afiliats i enviar-los actualitzacions sobre els nostres productes, promocions i programes d'afiliats.
- La plataforma ha de ser compatible amb actuals aplicatius i sistemes de TMB, com per exemple TMBCommerce. Caldrà que l'adjudicatari realitzi les integracions necessàries amb els nostres sistemes per recollir les dades necessàries.

2.3 Mesura de rendiment i optimització del programa

Respecte el monitoratge i optimització del programa, s'espera que l'adjudicatari realitzi les següents funcions:

- Establir els indicadors clau de rendiment per avaluar l'eficàcia del programa d'afiliació. Per exemple, volum de vendes generades, tràfic generat, taxa de conversió, ROI, taxa de retenció, cost per adquisició (PCA), etc.
- Revisar els resultats del programa de manera periòdica per veure quines tàctiques d'afiliació són més eficaces i ajustar l'estratègia segons els resultats obtinguts.
- Enviar informes de rendiment regulars a TMB que mostrin el rendiment global del programa i destaquin els canvis en els KPIs establerts. Identificació d'insights sobre l'evolució del programa d'afiliació, destacant oportunitats de millora o canvis necessaris en les condicions.
- Identificar tendències de mercat i adaptar les condicions del programa o els materials d'afiliació perquè es mantinguin atractius i competitius.

- Identificar **patrons i millors pràctiques** entre els afiliats amb millors resultats per replicar aquestes estratègies amb altres col·laboradors.
- Explorar nous **canals o tipus d'afiliats** basats en les mètriques obtingudes per ampliar el programa i diversificar el tràfic i vendes.

3 Condicions de l'execució

L'execució de les feines objecte d'aquesta licitació s'haurà de desenvolupar amb els següents condicionants:

- Facturació i condicions de pagament
- Confidencialitat
- Propietat intel·lectual
- Comunicacions externes
- Organització de TMB
- Equip de treball
- Desenvolupament de l'activitat
- Reunions de treball

3.1 Facturació i condicions de pagament

Model de facturació

L'adjudicatari facturarà a TMB en funció del rendiment del programa de màrqueting d'afiliació, basant-se en les vendes generades a través del mateix.

- Els costos del programa no podran superar les tarifes definides en el plec tècnic i durant el contracte s'aplicaran les proposades per l'adjudicatari en l'oferta. Per exemple, si per la facturació generada per afiliats amb tarifa A no pot superar el 12% i l'adjudicatari presenta una oferta on el percentatge total dels costos respecte la facturació serà del 10%, durant el contracte com a màxim es podran generar factures

on l'import sigui com a màxim del 10% del valor de la facturació de les vendes generades per els afiliats amb tarifa A.

- El fee fixe opcional que l'empresa licitadora pugui proposar serà facturable únicament en el cas que els ingressos nets generats a través del canal de màrqueting d'afiliació siguin positius. A aquest efecte, s'entendrà que els ingressos nets són el resultat de restar al total d'ingressos generats l'import del fee fixe proposat. Només es podrà procedir a la facturació del fee fixe quan el valor resultant (ingressos generats – fee fixe) sigui superior a zero.
- TMB validarà les vendes atribuïdes al canal de màrqueting d'afiliació d'acord amb les dades certificades per la plataforma d'anàlítica utilitzada internament, que serà Google Analytics 4 (GA4). La facturació (tant la part variable com fixe) quedarà condicionada a aquesta validació prèvia i a la confirmació de les vendes generades segons els criteris d'atribució definits a GA4.
- L'adjudicatari es compromet a aconseguir el valor dels ingressos esperats segons Annex A, en cas de superar-ho s'ha estimat com a causa de modificació prevista l'augment d'afiliats i per tant dels ingressos que es perceben i conseqüentment una major despesa.

3.2 Confidencialitat

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i guardar en els més absolut secret tota la informació a la qual tingui accés en el compliment del present contracte i a subministrar-la només al personal autoritzat per TMB.

L'adjudicatari està obligat a mantenir absoluta confidencialitat i reserva sobre qualsevol dada que pogués conèixer com a conseqüència de participar en l'actual licitació o, durant el compliment del contracte, especialment aquelles dades de caràcter personal.

L'empresa contractada serà responsable de les violacions de deure de secret que es puguin produir per part del personal al seu càrrec. Així mateix, s'obliga a aplicar les mesures necessàries per a garantir l'eficàcia dels principis de mínim privilegi i necessitat de conèixer, per part del personal participant en el desenvolupament del contracte.

Un cop finalitzat el present contracte, l'empresa contractada es compromet a destruir amb les garanties de seguretat suficients o retornar tota la informació facilitada per TMB, així com qualsevol altre producte obtingut com a resultat del present contracte.

3.3 Propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs realitzats a l'empara d'aquest contracte pertany a TMB de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no podran ser utilitzats sense la deguda autorització prèvia.

L'accés a informació i/o productes protegits per la propietat intel·lectual, propietat de TMB necessaris per al desenvolupament del producte o servei contractat no pressuposa en cap cas la cessió de la mateixa.

L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec corresponen única i exclusivament a TMB. Així doncs, el contractat cedeix, amb caràcter d'exclusivitat, la totalitat dels drets d'explotació dels treballs objecte d'aquest plec, inclosos els drets de comunicació pública, reproducció, transformació o modificació i qualsevol d'altre dret susceptible de cessió en exclusiva, d'acord amb la legislació sobre drets de propietat intel·lectual.

3.4 Comunicacions externes

L'empresa adjudicatària no podrà en cap cas utilitzar els treballs realitzats per la seva pròpia comunicació extensa sense el consentiment exprés de TMB.

3.5 Organització de TMB

Sobre aquesta licitació, la interlocució amb l'adjudicatari la farà la persona responsable de la gestió i operació de continguts i xarxes socials de TMB. No obstant durant la duració del contracte l'adjudicatari podrà relacionar-se amb persones del mateix o altres departaments.

3.6 Equip de treball

TMB considera que l'equip de professionals aportat per l'adjudicatari ha de comptar almenys amb els següents perfils:

- Gestor de comptes: experiència mínima de 5 anys en gestió de projectes o comptes en clients de volum o complexitat similar a TMB així com en el disseny i implementació d'estratègies de màrqueting digital, publicitat digital i especialment en màrqueting d'afiliació.
- Affiliate Manager o perfil professional similar amb experiència mínima de 5 anys en la gestió de programes de màrqueting d'afiliació amb coneixements sobre captació i relació amb afiliats, supervisió del rendiment i optimització de resultats.
- Data Analyst o perfil professional similar amb experiència mínima de 5 anys en anàlisi de dades, eines com Google Analytics, per mesurar rendiment del programa i per afiliats.

L'adjudicatari es farà responsable de mantenir i, en cas que hi hagi una contingència, substituir els recursos assignats per tal de que l'activitat objecte d'aquest contracte no es vegi afectada.

3.7 Desenvolupament de l'activitat

L'adjudicatari desenvoluparà les tasques relacionades amb el contracte en les seves dependències a excepció de presenciar-se en les oficines de TMB a efectes de coordinació o de realització de sessions de treball conjunts que siguin necessàries per al correcte desenvolupament de les feines assignades.

3.8 Reunions de treball

Les reunions seran (per defecte) a través de vídeo-conferència via Teams o a les oficines de TMB i es podran convocar d'un dia per l'altre.

3.9. Model d'oferta detallat Annex A

L'Annex A model detallat d'oferta ha de contenir una estimació dels costos, ingressos i benefici net que es compromet l'adjudicatari a aconseguir a través del programa de màrqueting d'afiliació tenint en compte els diferents mercats. Aquesta estimació es basarà en el volum de tràfic de l'eCommerce Hola Barcelona i el seu tiquet mig.

Per obtenir aquest model detallat cal sol·licitar-ho al correu serveis@tmb.cat i omplir el document "clàusula de confidencialitat".