

Preguntas II Licitadores - RRPP

1. Hola buenas tardes, tengo las siguientes consultas, relacionado a las actividades a realizar:
 - a. ¿Se tiene que considerar Estrategia SEO?

Si, ya que es necesaria para poder conseguir los objetivos de esta contratación definidos en los sus pliegos:

“Los objetivos que debe incluir este plan son los siguientes ítems:

1. Reforzar la proyección e imagen exterior del municipio de Calvià como destino turístico diferenciado en base a una oferta de productos y eventos turísticos diversificados, sostenibles, competitivos y de calidad.
2. Generar notoriedad y potenciar la imagen turística y el posicionamiento del municipio de Calvià y en los mercados donde nos promocionemos, alcanzando el impacto mediático que permita llegar al público objetivo, de manera general y trasladar la imagen de Calvià a estos mercados.
3. Posicionar el destino de Calvià como lugar de referencia, tanto para visitantes como para la población local.
4. Potenciar la demanda de turistas de perfil socio-económico medio y medio-alto en los mercados de origen.
5. Reforzar la imagen de marca “Calvià”, como marca paraguas y sus diferentes zonas turísticas, en los mercados de referencia.
6. Potenciar el municipio de Calvià y nuestra red de contactos como destino ideal para disfrutar de las vacaciones del perfil turístico que potenciamos, entre otros, el segmento MICE, familiar, gastronómico, networkings, influencers”

- b. En caso sea necesario, ¿cuál es la cantidad de contenido web que esperan?, es decir, ¿cuántos números de artículos serían?

En el punto 2: Contenido y descripción del servicio del PPT, en el apartado donde se habla del Plan de comunicación, apartado 8: *“Envío de noticias desde Calvià, según el plan estratégico y de posicionamiento del destino, mensualmente, o a petición del Ayuntamiento a su base de contactos de medios, tanto a medios del consumidor, como a profesionales, en concepto de newsletters, boletines o cualquier otro medio utilizado por la empresa en los mercados.”* No se cuantifica el número de noticias porque se deja a la elección de los licitadores para que en el plan de comunicación hagan ellos su propuesta de número de noticias al mes.

- c. Se deben considerar campañas de online paid media, como SEM (Search Engine Marketing-estrategia de marketing digital a través de la cual se busca promocionar marcas y sitios web mejorando su visibilidad en las páginas de los resultados de los motores de búsqueda) o Social Media?

No es un requisito recogido en los pliegos pero se considerará la gestión de campaña en su propuesta.

- d. Cuando mencionan microsite, ¿Qué es lo que se espera? ¿que desarrollemos un microsite para alguna campaña puntual?

No. La empresa adjudicataria debe estar familiarizado con el entorno digital propio del Ayuntamiento de Calvià, atendiendo a lo descrito en los pliegos, punto 2, “tareas vinculadas con el objeto del contrato número 18, Patrocinios, cross-marketing y branding con marcas de alto nivel que se identifican con el destino “Calvià”, como

marca paraguas y sus diferentes zonas turísticas, publlirreportajes, microsites que permitan contar distintos mensajes para que se conozca tanto lo que ocurre en el destino, como lo que va a ocurrir. El público objetivo debe recibir razones para desear visitar el municipio de Calvià y vivir la experiencia, dando valor añadido.”

- e. ¿A qué se refieren con las Campañas Mobile, SMS, push notifications?

Se refiere a la estrategia que busca interactuar, relacionar e influenciar a un determinado público a través de las funcionalidades de los dispositivos móviles.

¿Cuál es el alcance de esta actividad?

Se refiere a la estrategia que busca interactuar, relacionar e influenciar a un determinado público a través de las funcionalidades de los dispositivos móviles.

¿Me pueden brindar más detalle de lo que esperan de nuestra parte?

Las características vienen definidas en el pliego de prescripciones técnicas y cláusulas administrativas particulares.

¿Desarrollar mensajes o toda la ejecución?

En el punto 2: *Contenido y descripción del servicio* del PPT, en el apartado donde se habla del *Plan de comunicación*, apartado 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, señalan acciones encaminadas a toda la ejecución del mensaje, todo con la supervisión de la persona directora de este contrato.

- f. Respecto a la cantidad de todos entregables mensuales, ¿Vosotros tenéis una cantidad esperada. por ejemplo, 2 notas de prensa al mes?

En el punto 2: *Contenido y descripción del servicio* del PPT, en el apartado donde se habla del *Plan de comunicación*, apartado 5: “*Redacción y difusión de notas de prensa en diferentes idiomas (castellano, inglés y alemán, según proceda*” no se cuantifica el número de notas de prensa porque se deja a la elección de los licitadores para que en el plan de comunicación hagan ellos su propuesta de número de notas de prensa al mes.

En el punto 3.a “*Obligaciones de la empresa adjudicataria*”, punto 6.a señala que previamente a la celebración de la feria turística, redacción de, mínimo, dos notas de prensa en castellano, inglés o alemán, según proceda.