PPT LICITACIÓN AGENCIA DE MARKETING DIGITAL

1) OBJETO

El objeto del presente procedimiento es la contratación por parte de Cetursa Sierra Nevada, S.A. de los servicios de un proveedor que colabore con Cetursa en la definición y desarrollo de la estrategia de promoción y captación de clientes para la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña de Sierra Nevada, así como la planificación de compra de espacios publicitarios en los medios de comunicación, en base a las siguientes líneas de trabajo:

- Maximizar la llegada de público a Sierra Nevada a lo largo de la temporada invernal, actuando desde la preparación de la apertura hasta el cierre de la temporada.
- Transmitir las nuevas medidas y mejoras implementadas en la Estación para ofrecer un mejor servicio al cliente. Se destacará las medidas de seguridad COVID en caso de necesidad.
- Plantear una estrategia completa de gestión de la comunicación y los activos digitales de la Estación a nivel de captación de clientes, gestión de reputación online, atención al cliente en digital, posicionamiento de la marca, para así poder tomar decisiones en base al dato real obtenido.
- Plantear diferentes acciones de captación, comunicación y difusión de contenido en diferentes momentos a lo largo del año a nivel de oleadas, así como un eje central trasversal durante todo el año.
- Contar con sistema de medición y seguimiento 24/7.
- Identificar a la audiencia real de la marca y su comportamiento.
- Conocer los hábitos de consumo de los visitantes.
- Medir la rentabilidad de las acciones desarrolladas.
- Mejorar la eficacia de las acciones de marketing.

La finalidad del contrato, indicando los objetivos a cubrir a través de la realización de servicios se describe en los apartados de características y requisitos del servicio.

2) JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO

Cetursa Sierra Nevada, S.A. es la empresa que explota la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña de Sierra Nevada y promueve su actividad como parte esencial de la oferta turística de Andalucía, siendo referente nacional e internacional de turismo de nieve.

La situación actual, por las condiciones sanitarias COVID-19, ha provocado la reducción del aforo y, en consecuencia, una disminución de visitantes en la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña de Sierra Nevada. Este hecho se ha visto agravado por las limitaciones al movimiento con los confinamientos perimetrales, provinciales, autonómicos e internacionales que han imposibilitado la llegada habitual de deportistas y turistas como en anteriores temporadas.

En los objetivos de Cetursa, y más concretamente del Área Comercial y Marketing se encuentra el promover la atracción de esquiadores y visitantes a la Estación y la fidelización de estos, así como la creación, crecimiento y atracción de activos de negocio y embajadores. Priorizando además entre sus objetivos la creación de sistemas de análisis, escucha activa e inteligencia de datos que permita la correcta identificación de aprendizajes y conclusiones clave para el crecimiento de su actividad y la innovación continua en su modelo de negocio turístico y social.

En este sentido, Cetursa considera clave la implicación en el desarrollo de negocio de todos sus activos y medios con la creación de campañas, conceptos o programas diseñados para la consecución de este objetivo a través de un servicio de acompañamiento integral, asesoramiento y validación personalizada y continua que abarca desde la propia concepción, análisis de la idea de negocio, hasta su posterior puesta en marcha, seguimiento y continuidad.

Dentro de las diferentes acciones y detalles de los servicios planteados para la consecución de estos objetivos se encuentra la gestión de los activos digitales de Cetursa, así como la creación de Campañas de Comunicación y dinamización de contenidos en los mercados español, inglés y portugués como mínimo, la gestión de eventos y promociones y el desarrollo de la estrategia de data driven marketing para Business Intelligence (BI por sus siglas en inglés). Esta actividad se realizará en coordinación directa con los Departamentos de Comunicación, BI, Comercial y Marketing de Cetursa, así como con la empresa adjudicataria de los servicios de agencia creativa, marca y diseño gráfico y producción audiovisual.

3) CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

El plan de acciones que ha de configurarse deberá tener una presencia de medios digitales relevantes, enfocado a la consecución principalmente de la promoción de la Estación y captación de clientes del mercado objetivo.

Los licitadores deberán presentar acciones y formatos entre los que se encuentren, como mínimo, alguno de los descritos a continuación, en las líneas estratégicas y deberán estar alineados con las campañas actualmente activas o recurrentes de Cetursa.

3.1 Canales

Los canales que deberá contemplar el licitador para la ejecución del presente contrato serán:

- Social Media.
- Atención al cliente en canales sociales.
- Campañas publicitarias de pago.
- Dinamización de marca.
- Visibilidad orgánica.
- Diseño de procesos y journeys digitales.

- Mejora de la experiencia digital del cliente.
- Reputación de marca.
- Análisis, mediación y reporting.

3.2 Target

TIPOLOGÍA

1.- Familias / Parejas / Grupos: “Disfrutar de un plan de ocio diferente”.

2.- Deportistas habituales /Recurrentes / Profesionales: “Volver a Sierra Nevada”.

3.- Primera experiencia / Principiantes: “Probemos algo nuevo”.

4.- Universitarios / Público Joven.

GEOGRÁFICO (Propuesta inicial, sujeta a modificación o reajuste por acuerdo entre las partes)

90% Nacional (con áreas preferentes en Andalucía, Madrid, Levante, zona mediterránea con fuerte implantación de extranjeros residentes)

10% Internacional (Portugal, Francia, Reino Unido, países Nórdicos)

GENERO/EDAD:

60% Hombres

40% Mujeres

Edad: 16 – 60 años

3.3 Líneas estratégicas

Las líneas estratégicas seguidas por la empresa adjudicataria deberán mantener un hilo conductor que sirva como guía en gran medida para realizar todas las acciones incluidas en la planificación estratégica.

De tal modo, las diferentes líneas deberán contemplar objetivos alineados que logren retroalimentarse y generar sinergias significativas.

Las acciones planteadas anteriormente en los diferentes canales deberán mostrar una lógica para crear conexiones unas con otras y así generar los resultados esperados desde la maximización de visitantes a Sierra Nevada hasta lograr transmitir las nuevas medidas y mejoras implementadas en la Estación.

Por tanto, la empresa adjudicataria deberá mostrar de una forma sencilla y comprensible como las diferentes líneas estratégicas interconectarán entre sí para generar sinergias y lograr alcanzar las metas establecidas, ya sea a nivel de penetración de mercados extranjeros, operacional, responsabilidad sociosanitaria, etc.

Durante las temporadas de invierno y de verano, Cetursa Sierra Nevada promueve campañas publicitarias orientadas a la promoción del destino, difusión de productos comerciales y dinamización de eventos deportivos y culturales. Las principales campañas publicitarias tanto de invierno como de verano son:

- Venta Anticipada forfaits
- Apertura temporada
- Producto 1
- Producto 2
- Primavera
- Verano

A. DINAMIZACIÓN DE RRSS

OBJETIVOS

1.- Implementar una estrategia de medios sociales (plan social media), que asista al Departamento de Comunicación de Cetursa Sierra Nevada en la gestión y dinamización de los perfiles sociales de la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña y diagnostique el diálogo con la comunidad, incrementando la notoriedad de la marca Sierra Nevada tanto en invierno como en verano.

Acentuar el conocimiento de los atractivos, servicios y productos de la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña en los usuarios de las redes sociales de los mercados de referencia.

2.- Planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en RRSS y red de display de buscadores, así como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación y campañas informativas y divulgativas.

ESTRATEGIA MEDIOS SOCIALES

- Planificación, desarrollo y asistencia de la estrategia de comunicación y contenidos en RRSS de Cetursa Sierra Nevada, teniendo en cuenta la evolución de las condiciones de nieve de la Estación de Esquí, Snowboard y Montaña de Sierra Nevada y la entrada en funcionamiento de sus distintos servicios y productos, incluyendo actividades y restauración.
- Desarrollo de la estrategia comunicativa en las RRSS.
- Propuesta de generación de materiales gráficos y audiovisuales y adaptación en su caso de las creatividades proporcionadas por Cetursa Sierra Nevada.

- Realización de informes semanales o periódicos según la evolución de la temporada de invierno/verano, así como la medición de los resultados y la presentación de impactos.

B. PUBLICIDAD DIGITAL

- Estudio del target, definición de audiencias clave, buyer persona en los diferentes mercados y ámbitos.
- Planteamiento estratégico de presupuesto de inversión por cada red o canal de publicidad digital con estimaciones de resultados y alcance.
- Creación de anuncios adaptados para cada medio digital.
- Definición de línea visual y editorial: creatividad digital, multimedia y redacción de copywriting para elaboración y adaptación de formatos.
- Realización de test A/B para la optimización de campañas con redistribución del presupuesto en base a resultados.
- Monitorización de resultados en directo de cada campaña y canal e informe de desarrollo de KPIS.
- Revisión de Campañas existentes.
- Instalación de códigos de seguimiento y remarketing.

C. ACCIONES REPUTACIONALES Y ESCUCHA ACTIVA

- Monitorización y escucha activa de las menciones de los usuarios a través de herramientas de social scraping.
- Clasificación de menciones por familias y tipología reflejada en cuadros de mando dinámicos.
- Colaboración / coordinación / ejecución con Cetursa de:
  - ✓ Dinamización de contenidos corporativos e iniciativas emprendidas por la empresa en medios especializados en el sector.
  - ✓ Apoyo a Atención al Cliente en los diferentes canales activos de la marca.
  - ✓ Participación de la marca en comunidades digitales y grupos en RRSS para dar a conocer los servicios de Cetursa.

D. POSICIONAMIENTO SEO Y DINAMIZACIÓN DE LA MARCA

- Auditoria inicial sobre el site corporativo.
- Keyword research.
- Revisión de contenidos web.
- Optimización de contenidos.
- Generación de nuevos contenidos.
- Estudio del Crawl Budget e Indexation.
- Implementación de mejoras técnicas.
- Revisión linkjuice y enlazado interno.
- Linkbuilding.
- Escucha activa y monitorización diaria.
- Categorización de menciones y grado de repercusión de las mismas.
- Definición de protocolo de actuación.
- Gestión de comentarios en público y privado.
- Obtención de insight que se trasladarán al equipo de Cetursa.

- Positivización de contenido mediante perfiles unbranded y social sharing.
- Dinamización de contenido en grupos y foros afines.
- Colaboración / coordinación / ejecución con Cetursa de:
  - ✓ Desarrollo de contenidos tanto corporativos como contenidos unbranded.
  - ✓ Difusión de contenido en medios especializados.

E. EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

- Segmentación y depuración de la base de datos.
- Consentimiento de envío de comunicaciones.
- Desarrollo de automatizaciones de captación.
- Desarrollo de automatizaciones de fidelización.
- Automatización de los procesos reiterativos de marketing.
- Educación automática de la base de datos.
- Generación de email automáticos y manuales.
- Integración de Doppler con CRM.
- Realización de Test A/B.
- Traducción de contenidos, como mínimo, a inglés y portugués para adaptar comunicaciones al público extranjero.
- Colaboración / coordinación / ejecución con Cetursa de Generación de contenidos para Newsletter.

F. CRO

- Estudio del target potencial para identificar comportamientos comunes, rechazos, afinidades, etc.
- Identificación y análisis de puntos de mejora.
- Mejoras web y Centro de Comercio para contar con una interfaz amigable y adaptada a los usuarios.
- Diseño de páginas de conversión optimizadas (en coordinación con la empresa adjudicataria de los servicios de agencia creativa, marca y diseño gráfico y producción audiovisual).
- Realización de test A/B multimedia.
- Comparativa de páginas y secciones.
- Realización de test de usabilidad.
- Integración del data obtenido en herramienta de Business Intellligence, datos que se compartirán con el equipo de analítica de Cetursa.

G. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

- Trabajar alineados con los equipos creativos y de producción gráfico actual de Cetursa, tanto internos como externos.

H. ACCIONES ESPECIALES

- Sorteos, concursos, alianzas, cobranding, influencers marketing, etc. para llegar a nuevos usuarios.

I. MEDICIÓN E INFORMES DE RESULTADOS

- Implementar un sistema eficaz de mediciones multiplataforma, que garantice la integridad de los datos y si inmediata disponibilidad 24h/365 días.
- Diseñar e implementar cuadros de mando e informes en los que los distintos actores de cada proyecto puedan evaluar la evolución y correcto cumplimiento de los objetivos marcados por el mismo.
- Extraer insights de las campañas que se encuentran activas y reflejar estos insights en informes dinámicos.
- Medición sobre el comportamiento de usuario.
- Configuración y extracción del data.
- Realización de informes dinámicos generales y departamentales, según se requiera.
- Actualización de informes.
- Coordinación con el equipo de analítica de Cetursa.

4) REQUISITOS BÁSICOS

- Los idiomas en los que deberán efectuarse las Campañas de captación son como mínimo: español, inglés y portugués.
- El licitador deberá contar con las herramientas necesarias para la visualización de informes en tiempo real, y deberá indicar cuáles son esas herramientas.
- Configuración y extracción del Data: el licitador deberá extraer insight de las campañas activas y relejar estos insight en informes dinámicos.
- Coordinación con el equipo de analítica de Cetursa: periódicamente se harán reuniones presenciales tanto en su sede como en Sierra Nevada de seguimiento con los distintos actores en las que se evalúen los resultados y se propongan acciones de mejora.
- Coordinación con el equipo de comunicación de Cetursa y, especialmente en lo que se refiere a Redes Sociales y comunicación digital.
- Coordinación, bajo la dirección de Cetursa, con el resto de equipos externos que tienen encomendadas la producción de material audiovisual, el desarrollo de nuestra imagen de marca, la gestión de campañas en medios no digitales, etc.
- Las campañas de email marketing deberán gestionarse a través de la herramienta Doppler o equivalente.
- El licitador deberá coordinar los trabajos de Diseño y Audiovisual con las Agencias con las que ya colabora Cetursa y que en su caso le serán comunicadas oportunamente.
- Deberán realizarse acciones de captación sobre las Campañas activas: Venta anticipada, Apertura Temporada, forfait Universitario, primavera, Provincias y Eventos especiales.

5) TECNOLOGÍA Y HERRAMIENTAS

La empresa adjudicataria deberá aportar la tecnología y herramientas necesarias para la consecución de los objetivos del proyecto. De tal modo, las herramientas aportadas deberán facilitar el seguimiento continuo de las diferentes acciones ejecutadas, así como facilitar un reporting semanal/mensual de los resultados obtenidos.

Las herramientas empleadas para el desarrollo del mismo deberán abarcar, entre otras:

- Herramientas de medición de crecimiento de las RRSS y su comunidad.
- Herramientas de análisis de alcance de las publicaciones realizadas.
- Herramientas de medición de campañas publicitarias.
- Herramientas de monitorización y escucha activa.
- Herramienta de gestión de NewsLetter y marketing automation.
- Herramientas de medición para el seguimiento y ejecución de acciones automatizadas en RRSS.
- Cuadros de mando e informes mediante el empleo de herramientas como DataStudio, Power BI o similar.

6) EQUIPO DE TRABAJO

El equipo deberá mostrar altos conocimientos de marketing digital y experiencia en otros proyectos de empresas, principalmente en el sector público y del turismo/ocio.

Será necesario que el equipo tenga conocimientos completos de la cartera de servicios de Cetursa, su misión, visión y valores, así como sentirse cómodos con temas relacionados con deporte, esquí, snowboard, actividades en la naturaleza y otros temas relacionados con la actividad principal de la empresa. Un requisito técnico será contar con personal, implicado en la gestión de la cuenta, cualificado a nivel de usuario en la materia técnica de esquí y snowboard, y consecuentemente capaz de entender y aplicar los diferentes conocimientos especializados sobre ambas actividades físicas y deportivas.

Las empresas presentaran dos ejemplos de trabajo que justifiquen el conocimiento de la Estación y su entorno y que poseen experiencia en el sector público y del turismo/ocio.

7) FORMA DE TRABAJO

Cetursa y el adjudicatario propondrán equipos de trabajo los cuales cubrirán todas las necesidades que surjan y estarán en constante comunicación, tanto online como presencial.

La comunicación será 24/7.

El adjudicatario se asegurará de que en todo momento el equipo está disponible y de que los turnos estén siempre cubiertos, gestionando el calendario de todas las personas implicadas en el proyecto.

El adjudicatario realizará auditorías internas a su propio equipo de para asegurar la calidad del servicio prestado minimizando de tal modo cualquier desviación, así como detección temprana de errores. Dichas auditorías se realizarán cada mes.

Se presentará un calendario de edición semanal al Departamento de Comunicación / Marketing de Cetursa Sierra Nevada con una antelación mínima de 48 horas para poder realizar las modificaciones convenientes, ajustar los contenidos y dar su aprobación para la publicación de los contenidos. El calendario contendrá el contenido exacto propuesto y diferenciado para cada una de las RRSS donde se vaya a publicar.

PUBLICACIONES EN RRSS:

Facebook:
Proponer y generar la publicación de un mínimo de 3 contenidos a la semana con un máximo de 5. Los contenidos versarán sobre distintos servicios, productos y actividades de la Estación, con el copy de referencia en castellano, inglés y portugués, dirigidos a cada segmento de mercado, proponiendo en su caso al Departamento de Comunicación de Sierra Nevada la interacción con la comunidad de seguidores en los idiomas de referencia.

Twitter:
Proponer y generar la publicación de un mínimo de 4 contenidos semanales con un máximo de 6. Los contenidos versarán sobre distintos servicios, productos y actividades de la Estación, con el copy de referencia en castellano, inglés y portugués, dirigidos a cada segmento de mercado, proponiendo en su caso al Departamento de Comunicación de Cetursa la interacción con la comunidad de seguidores en los idiomas de referencia.

Instagram:
Proponer y generar la publicación de un mínimo de 3 contenidos a la semana con un máximo de 5. Los contenidos versarán sobre distintos servicios, productos y actividades de la estación, con el copy de referencia en castellano, inglés y portugués, dirigidos a cada segmento de mercado, proponiendo, en su caso, al departamento de Comunicación de Cetursa la interacción con la comunidad de seguidores en los idiomas de referencia.

INFORMES SEMANALES DE ANÁLISIS Y MEDICIÓN:

- Análisis de contenidos, tanto los propuestos por el contratista como por el departamento de Comunicación de Cetursa, prácticas recomendadas, prácticas desaconsejadas.
- Planificación semanal de contenidos.
- Seguimiento y escucha. La empresa contratista llevará a cabo tareas de seguimiento de escucha activa tanto en la medición de los resultados como

un seguimiento más exhaustivo y permanente que se medirá a través de 3 variables:

- ✓ Las menciones recibidas en otros medios fuera de los propios perfiles sociales y de la web oficial, indicando en qué medios digitales aparecen, cantidad comentarios en blogs, diarios, webs de noticias, menciones de éxito, recomendaciones, favoritos, etc.
- ✓ Influencia en medios sociales (cantidad de subscriptores, nuevos subscriptores, etc.)
- ✓ Participación de los seguidores (comentarios en Facebook, Twitter, Retwitts, votaciones en Youtube, etc.)

Responsables del seguimiento del contrato: Javier Sánchez Cabello y Begoña Jiménez Jiménez (Departamento de Marketing) y Santiago Sevilla (Departamento de Comunicación)

PROPIEDAD INTELECTUAL DE LOS TRABAJOS REALIZADOS

Toda la documentación elaborada por el adjudicatario en la ejecución de este contrato, en cualquier tipo de soporte gráfico, escrito o digital, serán cedidas en exclusiva conforme a lo recogido en el artículo 48 Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de Abril, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, a Cetursa Sierra Nevada S.A., quién podrá reproducirla, publicarla y divulgarla total o parcialmente, sin que pueda oponerse a ello el adjudicatario autor de los trabajos.

El adjudicatario no podrá utilizar para sí ni proporcionar o ceder dato alguno a terceros de los trabajos contratados, ni publicar, parcial o totalmente, el contenido de los mismos sin autorización escrita de Cetursa Sierra Nevada SA. El cumplimiento de esta obligación dará lugar, en todo caso, a la responsabilidad por los daños y perjuicios derivados.

En su caso, Cetursa Sierra Nevada S.A. podrá instar el cese de la actividad ilícita del infractor y exigir la indemnización que recoge el artículo 1.10 de la Ley 21/2014, de 4 de noviembre, por la que se modifica el artículo 138 del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia aprobada por Real Decreto Legislativo 1/1996.

El adjudicatario es el único responsable de los datos de carácter personal que haya podido utilizar, tratar y almacenar en diferentes soportes, siendo así mismo responsable de la obtención legítima de dichos datos, todo ello en cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de datos personales y garantía de los derechos digitales. Así mismo, si resultase procedente, atenderá las disposiciones de obligado cumplimiento establecidas en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del consejo de 27.04.2016 relativo a la protección de las personas y a la libre circulación de esos datos y a cualquier otra disposición , que en materia de protección de datos personales y a la libre

circulación de esos datos y a cualquier otra disposición, que en materia de protección de datos, se encuentre en vigor en el momento de formalización del contrato o durante su vigencia.

El adjudicatario deberá guardar la debida confidencialidad y secreto sobre los hechos, informaciones, conocimientos, documentos y otros elementos a los que tenga acceso con motivo de la prestación del servicio, debiendo destruir todos los soportes utilizados para la realización de la toma de datos una vez se hayan entregado los productos del trabajo objeto del presente contrato.

24205467Z JESUS IBAÑEZ (R: A18005256)

Firmado digitalmente por 24205467Z JESUS IBAÑEZ (R: A18005256)
Fecha: 2021.10.07 16:34:35 +02'00'

VALENZUELA BARRANCO IGNACIO - 24293520T

Firmado digitalmente por VALENZUELA BARRANCO IGNACIO - 24293520T
Fecha: 2021.10.07 13:22:08 +02'00'