PLIEGOS DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE DEFINICIÓN, DISEÑO, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS PARA LOS CANALES DIGITALES DE TURISMO DE ANDALUCÍA, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA PARA 2025. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).

Expediente: C101-13AD-1224-0106

Título: DEFINICIÓN, DISEÑO, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS PARA LOS CANALES DIGITALES DE TURISMO DE ANDALUCÍA.

Código CPV: 71356200-0

La Empresa Pública para la gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía tiene como objetivo la promoción integral del destino Andalucía en los mercados turísticos nacional e internacional.

Para lograr este objetivo desarrolla distintas acciones de marketing, comunicación y publicidad destinadas a incrementar la notoriedad de la marca "Andalucía" y atraer el interés de los viajeros hacia el destino.

En esta ocasión es necesario crear una ambiciosa estrategia de marketing de contenidos focalizada en generar un gran impacto en los usuarios, con el fin último de:

- Atraer a nuevos visitantes a Andalucía.
- Fidelizar a los visitantes actuales.
- Posicionar a Andalucía como un destino turístico líder a nivel mundial.
- Dar cobertura a la estrategia de comunicación de Turismo y Deporte de Andalucía

El presente pliego de prescripciones técnicas tiene como objetivo definir los requisitos para la contratación de los servicios necesarios para la elaboración e implementación de una Estrategia de Contenidos Digitales para Turismo y Deporte de Andalucía, basada en el modelo Hero, Hub e Hygiene.

1. OBJETO

El objeto del presente pliego de prescripciones técnicas es la contratación de una agencia experta en comunicación, marketing de contenidos, relaciones públicas y desarrollo tecnológico, para la elaboración y ejecución de una estrategia de contenidos hero / hub / hygiene para el posicionamiento de la marca turística Andalucía a través de acciones digitales distribuidas en su ecosistema digital.

La estrategia de contenidos deberá cumplir los siguientes objetivos generales:

- Aumentar la visibilidad de Andalucía como destino turístico: Aprovechar la influencia y el alcance de los creadores de contenido para dar a conocer los atractivos turísticos de Andalucía a un público más amplio.
- Mejorar la imagen y reputación online: Generar contenido atractivo y auténtico que resalte los aspectos más destacados de Andalucía, mejorando así la percepción y reputación online del destino.

- Inspirar y motivar a los viajeros potenciales: Utilizar el poder de las historias y experiencias compartidas por los creadores de contenido para inspirar y motivar a los viajeros a visitar Andalucía.
- Fomentar el engagement y la interacción: Aprovechar la calidad y originalidad del contenido para generar interacción y compromiso con la audiencia, fomentando así el interés y la conversación en torno a Andalucía como destino turístico.
- Generar contenidos de calidad que impacten, atraigan y fidelicen a los potenciales turistas de Andalucía.
- Posicionar la marca Andalucía como un destino turístico innovador, atractivo y competitivo.
- Impulsar la difusión de la oferta turística de Andalucía a través de los canales digitales.
- Generar una comunidad online en los diferentes segmentos de audiencia que se mantenga fiel a la marca Andalucía
- Asociar la marca Andalucía a influencers/youtubers/instagramers, etc. de gran prestigio, reputación y nivel de seguidores, que actúen como prescriptores del destino, ayudando a difundir sus excelencias y a impactar sobre el público objetivo.

Y los siguientes objetivos específicos:

1. Incremento de tráfico web:
   - Aumentar el tráfico orgánico a la web www.andalucia.org
   - Incrementar el tiempo medio de permanencia en la página.

2. Mejora del engagement en redes sociales:
   - Aumentar la tasa de interacción en redes sociales (likes, comentarios, compartidos).
   - Incrementar el número de seguidores en las principales plataformas sociales.

3. Generación de leads cualificados.

4. Posicionamiento SEO:
   - Mejorar el posicionamiento en los resultados de búsqueda para keywords relacionadas con turismo en Andalucía.

5. Amplificación de contenido a través de influencers:
   - Colaborar con influencers de alto impacto para generar contenido Hero.

6. Diversificación de formatos de contenido:
   - Producir piezas de contenido interactivo (cuestionarios, encuestas, juegos) que aumente la tasa de participación de los usuarios
   - Crear series de contenidos sobre experiencias únicas en Andalucía.

7. Fomento del turismo sostenible:
   - Desarrollar contenidos Hub centrados en prácticas de turismo sostenible y responsable en Andalucía.

8. Mejorar de la experiencia de usuario, logrando reducir la tasa de rebote a través de contenido más relevante y atractivo.

9. Medición y optimización continua:
   - Establecer un sistema de reporting mensual con KPIs claros para cada tipo de contenido (Hero, Hub, Hygiene).
   - Implementar un proceso de optimización trimestral basado en los datos recopilados, mejorando el rendimiento de los contenidos menos efectivos.

La estrategia de contenidos deberá estar dirigida a los siguientes públicos objetivos:

- Turistas potenciales pertenecientes a la Generación Z.
- Turistas potenciales interesados en conocer Andalucía desde su vertiente más cultural.
- Turistas potenciales amantes del deporte y la naturaleza.
- Decisores de compra de viajes en general.

La estrategia de contenidos deberá incluir los siguientes tipos de contenidos:

Contenidos Hero: Contenidos de gran atractivo que destacan entre el resto, capaces de causar gran impacto en la audiencia y que utilizaremos para captar la atención de los usuarios sobre acciones estratégicas de Turismo y Deporte de Andalucía. En este tipo de contenidos se espera contar con activaciones de especial relevancia, intentando contar para ello con estrategias diseñadas con creadores de contenido de alto impacto.

Contenidos Hub: Contenidos que se centran en un tema específico y que utilizaremos para atraer a usuarios interesados en el tema en cuestión. Segmentos/Destinos/Hitos que se identifiquen como de interés entre nuestro público objetivo y en consonancia con los diferentes periodos de descanso en los mercados objetivo.

Contenidos Hygiene: Contenidos que se publican de forma regular para mantener la presencia de la marca en los canales digitales:

- Contenidos promocionales sobre las experiencias turísticas que ofrece Andalucía.
- Contenidos de entretenimiento que inviten a los potenciales turistas a conocer Andalucía.
- Contenidos informativos sobre la oferta turística de Andalucía.
- Contenido constante y variado a través de los diferentes canales online

La estrategia de contenidos deberá estar optimizada para los motores de búsqueda (SEO)

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente pliego de prescripciones técnicas regula el procedimiento de contratación de la elaboración y ejecución de una estrategia de contenidos hero /hub / hygiene para la promoción turística de Andalucía.

Toda la estrategia de contenidos deberá adaptarse para su correcta difusión a través de todos los canales digitales de Turismo y Deporte de Andalucía, incluyendo:

- Página web: la estrategia de contenidos deberá incluir contenidos para la página web oficial de Turismo de Andalucía www.andalucia.org, como artículos, noticias, vídeos, imágenes y guías de viaje.
- Redes sociales: la estrategia de contenidos deberá incluir contenidos para las redes sociales de Turismo de Andalucía, como imágenes, copys, publicaciones, vídeos y concursos.
- Correo electrónico: la estrategia de contenidos deberá incluir contenidos para el correo electrónico de Turismo de Andalucía, como newsletters y promociones especiales.

3. ALCANCE

El servicio comprende las siguientes fases:

Análisis:

- Estudio del mercado turístico actual:
    - Análisis de las tendencias del mercado turístico a nivel nacional e internacional.
    - Identificación de los principales destinos turísticos competidores.
    - Estudio del comportamiento del turista en Andalucía.

- Análisis de la competencia:
    - Análisis de la estrategia de contenidos digitales de los principales destinos turísticos competidores.
    - Identificación de las fortalezas y debilidades de la competencia.
- Definición del público objetivo:
    - Segmentación del mercado turístico en base a diferentes criterios (edad, sexo, intereses, etc.).
    - Creación de perfiles de los diferentes segmentos del público objetivo.

Planificación:

- Desarrollo de la estrategia a llevar a cabo para cada tipología de contenidos Hero, Hub e Hygiene:
    - Definición de los objetivos específicos de cada tipo de contenido.
    - Identificación de los temas y subtemas a tratar en cada tipo de contenido.
    - Elección de los formatos más adecuados para cada tipo de contenido.
- Definición del calendario editorial:
    - Planificación de la frecuencia de publicación de los diferentes tipos de contenido.
    - Creación de un calendario editorial que incluya la fecha de publicación de cada contenido.
- Creación de un plan de medición y análisis:
    - Definición de los indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el éxito de la estrategia de contenidos.
    - Identificación de las herramientas que se utilizarán para monitorizar el rendimiento del contenido.

Producción:

- Creación de contenido original y de alta calidad en los diferentes formatos elegidos en la planificación:
    - Redacción de artículos, guías, etc.
    - Producción de vídeos, imágenes, infografías, etc.
    - Creación de contenido interactivo, como sorteos encuestas, cuestionarios, etc.
    - Adaptación del contenido a los diferentes canales digitales.
    - Optimización del contenido para SEO.
    - Creación de contenido específico/adaptado para cada canal digital.
    - Diseño y ejecución de activaciones especiales con creadores de contenidos

Distribución:

- Publicación del contenido en los canales digitales seleccionados:
    - Creación de landing pages
    - Publicación de artículos en la web de Turismo de Andalucía.
    - Coordinación con la empresa de gestión de nuestros perfiles sociales para suministro continuo de cada uno de los contenidos planificados.

Monitorización:

- Monitorización del rendimiento del contenido:
    - Seguimiento del tráfico web y las redes sociales.
    - Análisis de las tasas de conversión.
    - Estudio de las opiniones y comentarios de los usuarios.

- Análisis de los resultados y elaboración de informes:
    - Presentación de informes periódicos con los resultados de la estrategia de contenidos.
    - Identificación de las áreas de mejora.

4. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

La metodología de trabajo se basará en los siguientes principios:

- Enfoque en el público objetivo: El contenido se creará en base a las necesidades, intereses y preferencias del público objetivo.
- Calidad y originalidad: El contenido será de alta calidad, original y atractivo para el público objetivo.
- Coordinación constante con el resto de equipos involucrados: gestión de social media, gestión de página web y gestión publicitaria.
- Medición, análisis y mejora continua: Se monitorizará el rendimiento del contenido y se analizarán los resultados para optimizar la estrategia.

5. TRABAJOS A REALIZAR

- Diseño global de la estrategia basado en los resultados de la fase de análisis.
- Desarrollo creativo de las diferentes propuestas: formato, estructura, guiones, escaletas, diseño de producción, etc.
- Creación, adaptación y diseño de cuantos espacios sean necesarios dentro del portal andalucia.org donde se difunda todo el material generado.
- Preproducción: planificación detallada de cada una de las activaciones contempladas. Gestión de localizaciones, casting, contrataciones, logística, gestiones de permisos, etc.
- Rodajes: Rodajes de todos los materiales requeridos para cada activación.
- Postproducción: edición, montaje, rotulación, creación de grafismos, motion graphics, corrección de color, mezcla de audio, etc.
- Subtitulado de las piezas audiovisuales a inglés, francés y alemán.
- Entrega de materiales finales: entrega de masters en alta calidad para emisión, así como materiales editados y fragmentados para web y redes
- Suministro continuo de contenidos para redes sociales
- Presentación de los diferentes informes de impacto de cada una de las activaciones: fotografías, videos, publicaciones en redes, alcance, interacciones, trafico web, etc.
- Gestión de derechos de imagen, propiedad intelectual, licencias de contenidos utilizados. Cesión de derechos de imagen de todo el material resultante para su utilización en acciones promocionales de Turismo y Deporte de Andalucía.
- Diseño del plan de difusión de cada una de las activaciones.

Málaga, a 2 de enero de 2025