

BRIEFING:

I) Objetivo del presente briefing:

La preparación de este briefing tiene como objetivo poder evaluar la capacidad creativa de la agencia y su capacidad potencial de cumplir los objetivos de notoriedad, generación de comunidad, interacción y contratación que derivan de la buena gestión de las redes sociales.

Para ello, se facilita un caso práctico relativo a Barcelona Energia para que las empresas participantes en la licitación propongan una estrategia creativa y los contenidos creativos necesarios para desarrollarlo de la mejor forma posible en las redes sociales, con el objetivo de cumplir los objetivos genéricos mencionados anteriormente.

II) Criterios de evaluación y entregables:

En este brief se evaluará la capacidad creativa de la agencia para sacar el máximo partido comunicativo a través de las redes sociales de la información compartida a continuación. Para poder llevar a cabo dicha evaluación, se deberá entregar:

- 1- Estrategia creativa de contenidos (cómo se comunicará la información propuesta)
- 2- Propuesta de contenidos creativos concretos a publicar (post, stories, etc.). Se deberá trabajar el contenido en su totalidad (texto, gráfica/imagen/video). No es necesario la compra de posibles imágenes o videos de stock.

En la valoración, se tendrá en cuenta la capacidad de impacto de los contenidos, el potencial engagement o interacción generado (capacidad de generar/dinamizar la comunidad), la coherencia con los valores y posicionamiento de Barcelona Energia, la idoneidad teniendo en cuenta la realidad actual de las redes sociales de la compañía.

Los contenidos desarrollados deberán realizarse en catalán. Y la propuesta de contenidos deberá ser realizable dentro del marco de los puntos 2 y 3 del apartado 6 del documento de PPT (Metodología y alcance del servicio). Es decir, no deberá consumir horas de la bolsa de horas del punto 5 del PPT.

III) Sobre Barcelona Energia como marca:

Barcelona Energia es la comercializadora de energía pública más grande del Estado. Opera en Barcelona y toda su área metropolitana. Sus pilares o assets de marca principales son:

- Solo comercializa energía 100% renovable.
- Asesoramiento personalizado y proactivo para optimizar la factura y el gasto de energía.
- Vocación de comercializadora pública que trabaja para con la ciudadanía. No busca beneficios económicos sino sociales y medioambientales.



Para más información, se puede contactar a través de la web o del teléfono 900 906 807.

IV) Información a comunicar:

El ejercicio práctico de este briefing consiste en proponer la estrategia y contenidos creativos para comunicar de la mejor forma posible, de acuerdo a los objetivos genéricos mencionados en este briefing y a los criterios de evaluación especificados, los datos e informaciones desarrolladas en este artículo del blog:

[Barcelona Energia se consolida como la eléctrica pública metropolitana con más de 16.000 puntos de suministro y amplía servicios para facilitar el ahorro y el autoconsumo - Barcelona Energia](#)