



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE CREACIÓ I DIFUSIÓ DE CONTINGUTS, NOTÍCIES I ESDEVENIMENTS D'INTERÈS A LES XARXES SOCIALS I L'ECOSISTEMA DIGITAL DE BARCELONA ACTIVA

1. INTRODUCCIÓ

BARCELONA ACTIVA, L'AGÈNCIA DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I LOCAL DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA

Barcelona Activa és l'agència de desenvolupament econòmic i local de l'Ajuntament de Barcelona, que vol fer de Barcelona una ciutat de referència internacional per treballar, emprendre i viure amb valors socials i ambientals.

Així mateix, la missió consisteix en contribuir a la millora de la qualitat de vida de les persones promovent la competitivitat econòmica de la ciutat i el reequilibri dels territoris, a través del foment de l'ocupació de qualitat, l'impuls a l'emprenedoria i el suport a un teixit empresarial plural, divers i sostenible, des d'una perspectiva econòmica, social i ambiental.

1.1 ELS NOSTRES VALORS

Barcelona Activa treballa per fer de Barcelona una ciutat més justa i per transmetre una sèrie de valors:

1. Igualtat d'oportunitats i progrés social
2. Cooperació, dins l'organització i amb d'altres
3. Economia al servei de les persones: social i sostenible
4. Esperit de servei públic, i ètica professional i personal

Aquests valors, com no pot ser d'una altra forma, s'incorporen en la nostra comunicació i es reflecteixen en la utilització de:

- a) Un llenguatge integrador i no sexista
- b) Imatges que incorporen la paritat de sexes (amb un percentatge del 60% d'un sexe i un 40% de l'altre sexe), la diversitat (tant de discapacitats, origen o intergeneracional) i utilitza exemples dels diferents perfils que hi ha a la ciutadania de Barcelona, buscant una major identificació entre l'Organització i la persona usuària.
- c) Missatges clars, entenedors i que eviten els tecnicismes en la mesura del possible.

1.2. ELS NOSTRES COMPROMISOS

- Les persones al centre: Posar a les persones usuàries al centre, valorant i respectant les seves necessitats. Millorar i adaptar la comunicació amb els diferents públics, simplificar els processos d'atenció i reduir els tràmits i els temps d'espera.
- Responsabilitat social: Garantir que totes les actuacions i projectes de Barcelona Activa respecten i impulsen la política de responsabilitat social corporativa, tant a nivell intern com extern.
- Digitalització: Impulsar la digitalització de l'empresa revisant els processos organitzatius actuals amb l'objectiu de millorar l'eficiència i d'eliminar, progressivament, l'ús del paper.
- Fiabilitat de les dades: Assegurar un registre rigorós de les dades necessàries, que permeti el seu anàlisi de forma fiable per a la millora dels serveis.
- Innovació aplicada: Fomentar el pensament obert i crític, d'anàlisi de l'entorn per conèixer tot allò que es fa fora (metodologies, projectes, iniciatives, etc.) i que podria servir per millorar l'organització i les actuacions i polítiques públiques.
- Implicació i compromís: Fomentar el respecte, la tolerància, el treball en equip i el benestar del conjunt de les persones treballadores.

1.3. ELS NOSTRES OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ



L'objectiu estratègic de comunicació de Barcelona Activa és aconseguir que la ciutadania de Barcelona conegui els productes i serveis que li oferim, i que confii en l'organització per a què l'acompanyi en el seu procés vital (ja sigui de cerca de feina o de millora professional, ja sigui en la realització de la seva idea emprenedora, ja sigui en la seva formació o ja sigui en el creixement empresarial del seu negoci).

Per assolir aquest objectiu, s'ha de treballar per:

- **Posicionar Barcelona Activa** com l'agència responsable de l'execució de les polítiques econòmiques de la ciutat de Barcelona, una Barcelona Activa que enguany celebra 30 anys de servei a la ciutadania de Barcelona.
- **Presentar els diferents programes i iniciatives** que s'estan desenvolupant a la ciutat, especialment els relacionats amb l'Ocupació, l'Emprenedoria i programes de suport a l'Empresa.
- **Posicionar l'Ajuntament de Barcelona i Barcelona Activa** com a entitats que estan al costat i al servei de les persones i de les empreses, com a agent generador d'ocupació estable i de qualitat.
- Presentar les diferents iniciatives econòmiques que està desenvolupant l'Ajuntament de Barcelona **en clau territorial** (Plans de desenvolupament de Districtes, punts d'orientació i assessorament en ocupació, dispositius de Treball als barris, etc.).
- Elaborar **propostes de comunicació diferenciades** en funció dels segments als quals ens adrecem.
- Aconseguir una **major interacció** amb l'organització ja sigui via presencial o via *online*.
- Aconseguir que el nostre client intern, les persones **treballadores de Barcelona Activa**, coneguin tota l'activitat que duem a terme, i s'identifiquin amb l'organització i els seus valors, tot generant una cultura cohesionada i un profund orgull de pertinença a la mateixa.

1.4. ELS NOSTRES PÚBLICS OBJECTIUS

Per tal d'avaluar la necessitat de comunicar de forma intensiva els programes i serveis que es duen a terme des de Barcelona Activa, és imprescindible conèixer quins són els diferents *targets* sobre els que té impacte la nostra activitat:

- Ciutadania de Barcelona en situació d'atur, estiguin o no en procés de cerca de feina. Entre aquest col·lectiu, destaca la importància d'arribar als més joves (menors de 30 anys) i els majors de 45 anys, ja que es tracta dels dos col·lectius on l'atur incideix amb major intensitat a la nostra ciutat.
- Persones emprenedores, que tenen la voluntat de fer realitat la seva idea de negoci, sigui de forma col·lectiva, comunitària o individual. Volem donar suport a la iniciativa emprenedora per posicionar Barcelona com a referent internacional de ciutat emprenedora.
- Empreses, entitats i pimes de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, que necessiten acompanyament i assessorament per poder créixer i connectar-se amb l'ecosistema i així contribuir a la seva consolidació amb models socialment responsables i a la generació d'ocupació de qualitat.
- Veïns i veïnes dels districtes amb major desigualtat de la ciutat. Barcelona Activa és l'entitat responsable d'executar (conjuntament amb els propis districtes) els Plans de Desenvolupament Econòmic de Districte. En aquest context, és vital arribar a la ciutadania d'aquests districtes amb un missatge clar, directe i en clau de servei per tal que coneguin l'oferta de Barcelona Activa i puguin utilitzar-la.
- Persones treballadores en actiu, que estan en procés de millora i progrés professional.
- Empreses i professionals internacionals, que veuen com Barcelona pot ser el lloc on emprendre, invertir o obrir una delegació, i alhora ser un destí per créixer professionalment.

2. L'ECOSISTEMA DIGITAL DE BARCELONA ACTIVA

Barcelona Activa compta amb diferents canals de difusió de continguts digitals adreçats als diferents col·lectius de persones usuàries dels serveis (persones en actiu o en situació d'atur, persones emprenedores, persones empresàries, etc.).

Aquests canals *online* ajuden a assolir els objectius de Comunicació de l'entitat i tenen el doble objectiu d'informar de productes i serveis i facilitar la inscripció a les activitats, cursos formatius i programes a mida per a generar oportunitats de treball i un desenvolupament econòmic competitiu sostenible i equitatiu de la ciutat.



Tots els serveis es basen en l'atenció personalitzada (presencial i online) per part dels equips tècnics en cada àrea d'activitat als diferents equipaments i espais d'informació. Els webs són però els espais públics on s'informa de l'actualitat; de l'agenda d'activitats disponibles (més de quatre-centes al mes) i dels programes actius o d'obertura imminent. A més, cada línia d'activitat de l'empresa edita setmanalment una *newsletter* amb els fets més destacats (interns i externs).

Per la seva banda, les xarxes socials, amb un volum considerable de persones seguidores (i superior a entitats similars), són l'instrument que ens permet mantenir informades les persones usuàries de les novetats de l'empresa, fidelitzar-les a la comunitat i també treballar la reputació de l'entitat i de la ciutat com a entorn d'oportunitats.

Els canals de Barcelona Activa no han parat de créixer en els darrers anys quant a número de persones seguidores, amb diferents ritmes segons cada xarxa i en relació les tendències generals. Igualment, el servei ha evolucionat per adaptar-se a aquestes tendències i als nous formats requerits (més creativitat gràfica i audiovisual, retransmissions a twitter, etc).

2.1. LLOCS WEB

- **barcelonactiva.cat** és el web corporatiu que fa de distribuïdor cap als webs de serveis i concentra la informació corporativa de l'organització. A més, té una secció d'Actualitat amb notícies compartides amb les altres webs, notes de premsa i una altra amb les publicacions editades (plans estratègics, llibres, informes, dades econòmiques, etc.).
- **barcelona.cat/treball**. El web Barcelona Treball agrupa tots els programes d'ocupació i les serveis per al desenvolupament professional de Barcelona Activa adreçats tan a persones a l'atur com a professionals en actiu. Actualment s'ha iniciat un procés d'actualització que es preveu acabat a finals del 2023.
- **barcelona.cat/cibernarium**. El Cibernarium és un centre de formació tecnològica que ofereix cursos per a tothom, des de la iniciació més bàsica, l'especialització en càpsules de curta durada o el *reskilling* en programació (IT Academy). Hi ha activitats presencials, online i en streaming.
- **barcelona.cat/empreses**. Dona servei a les pimes per acompanyar-les en el seu creixement. Els serveis per a empreses (constitució, finançament, internacionalització, etc.) es donen des de l'Oficina d'Atenció a les Empreses (OAE) i el Parc Tecnològic.
- **barcelona.cat/emprenedoria** és l'espai per a les persones emprenedores. El web presenta els serveis que ajuden a transformar una idea en un negoci viable de futur. Inclou informació dels serveis d'acompanyament per elaborar el pla d'empresa i la formació i eines i recursos d'autoús.

L'oferta de recursos i serveis disponibles en els webs es complementa, en funció dels objectius estratègics de l'organització, amb *landings* de projectes concrets, com el programa Accelera de finançament via capital risc (barcelonactiva.cat/accelera), *microsites* per a públics específics, com barcelonactiva.cat/joves, i pàgines sectorials, com la d'Economia Blava (barcelonactiva.cat/economiablava)

Dades de visites als portals web (primer trimestre 2022 comparat amb 2021)

Si ens centrem en els webs de serveis, el volum de sessions mensuals és considerable, amb un accés destacat al web de Treball, seguit del web corporatiu i l'oferta d'activitats per a empreses.

	Sessions			Tràfic a web via xxss		
	T1 2022	T1 2021	%	T1 2022	T1 2021	%
Web Corporatiu	104.308	87.964	18,58%	2.903	3.666	-20,81%
Treball	426.896	461.707	-7%	300	779	-61,49%
Empreses (OAE)	75.834	67.949	11,60%	6.018	1.283	369,06%
Emprenedoria	74.713	65.265	14,48%	1.071	1.113	-5,47%
Cibernarium	66.446	68.169	-2,53%	1.624	1.052	54,37%

El tràfic a web derivat de xarxes socials és un dels indicadors a analitzar, tot i que cal tenir en compte que hi intervenen altres aspectes com les campanyes de publicitat i els esdeveniments amb retransmissions.

2.2. NEWSLETTERS DE BARCELONA ACTIVA



Barcelona Activa compta amb una estratègia de d'e-mail màrqueting per arribar de manera més directa a la comunitat de persones usuàries dels diferents programes i serveis. Aquesta comunicació consisteix en l'enviament setmanal de butlletins informatius (*newsletters*) i d'e-mails segmentats:

- Les línies de serveis **d'Emprenedoria, d'Empreses, de Treball** i de **Formació** (Cibernàrium), tenen un *newsletter* setmanal. S'envien en dies diferents de la setmana i inclouen informació rellevant per cadascun dels *targets* als quals s'adreça.
- De manera regular es fan també **accions d'e-mail màrqueting** per comunicar actes, esdeveniments i promocions especials d'alguns programes (6 a 10 al mes).

Els *newsletters* de Barcelona Activa tenen al voltant de 180.000 persones subscrietes. Si incloem els contactes receptors d'e-mailings segmentats, conforma una comunitat d'aproximadament 200.000 contactes i un volum d'enviaments a més de 800.000 e-mails mensuals. El rati d'obertura mig és del 17,27% i el CTOR del 10,3%.

	NL Emprenedoria	NL Cibernàrium	NL Empresa (cat)	NI Treball
Contactes a 31/03/2021	37.561	53.280	38.126	50.971
Contactes a 31/03/2022	37.817	55.321	36.092	56.714
Contactes	0,68%	3,83%	-5,33%	11,27%
Mitjana rati d'obertura 1T 2021	11,74%	14,28%	17,01%	12,75%
Mitjana rati d'obertura 1T 2022	17,08%	17,23%	20,94%	13,83%
Obertura	45,49%	20,66%	23,10%	8,47%
Mitjana CTOR 1T 2021	10,76%	26,18%	9,88%	16,74%
Mitjana CTOR 1T 2022	5,29%	15,00%	7,07%	13,82%

Els e-mailings específics, per la seva banda, registren unes dades molt dispars segons la temàtica i número d'adreces on s'envia. Per exemple, en el primer trimestre de 2022 els enviaments a menys de 5000 adreces han registrat un 39,99% d'obertura i un 8,42% CTOR.

Serà motiu d'anàlisi del pla de comunicació l'estratègia d'aquests e-mailings per millorar les dades de CTOR que en el cas d'algunes temàtiques baixa fins el 3%.

2.3. XARXES SOCIALS I CANALS 2.0

Les xarxes socials són un suport que permet augmentar el coneixement i la notorietat de la nostra marca. Les xarxes tenen un creixement orgànic, recolzat 2 o 3 cops l'any amb alguna campanya de pagament vinculada a la promoció d'algun programa o esdeveniment.

Donada la importància que aquestes tenen en la comunicació actual, la presència de Barcelona Activa a les xarxes socials ha de mantenir aquesta dinàmica de creixement tant quantitativa com qualitativament. El nostre ecosistema de xarxes socials està format per:

- **Twitter:**
 - **@barcelonactiva** compta amb més de 193.000 seguidors i una taxa d'interacció de 2,49. La segmentació dels seguidors és complexa, ja que l'índex de participació és similar tant en tuits d'ocupació, com d'emprenedoria o de millora professional.
 - **@bcn_empreses** és l'espai reservat per reforçar l'actualitat econòmica i empresarial promoguda per Barcelona Activa. Actiu des de 2014, compta actualment amb 6.950 seguidors i una taxa d'interacció de 2,09.
- **Facebook** compta amb 60.000 fans que responen en gran mesura a un públic professional en actiu o a l'atur. Aquest canal és molt actiu en temes relacionats amb l'ocupació i la recerca de feina, amb una taxa d'interacció de 3,07.
- **LinkedIn** seguit per un ampli ventall de persones professionals amb un perfil formatiu mig-alt interessades per les ofertes de feina i les novetats de Barcelona Activa. Hi ha més de 85.503 seguidors de la pàgina d'empresa i una activitat variable en el grup de LIDERA. La taxa d'interacció a LinkedIn és de 3,75. Properament es preveu obrir una pàgina formativa d'IT Academy.



- **Instagram** es va obrir el març del 2019 i actualment conté 13.506 fans i una taxa d'interacció de 3,33. Aquest espai inclou temàtiques transversals de Barcelona Activa, segons les necessitats comunicatives de cada moment. Presenta accions més creatives i properes de programes, serveis, instal·lacions, fires, *start-ups*, etc.
- **YouTube** s'aprofita com aparador del material audiovisual produït per als diferents departaments. No es fa cap acció específica per augmentar les visites cap aquest espai.

Estat actual de les xarxes Barcelona Activa: Evolució 2019 – 2022

Canal	Nº seguidors 2021	Nº seguidors 2022	%	Engagement
Facebook	53.178	60.125	13,06	3,07
Twitter Bcn Activa	193.286	193.778	0,25	2,49
Twitter bcn_empresa	6.856	6.950	1,37	2,09
Instagram	10.816	13.506	24,87	3,33
LinkedIn	77.192	85.046	10,17	3,75

3. OBJECTIUS ESTRATÈGICS DE LA NOSTRA COMUNICACIÓ DIGITAL

En relació amb els objectius de comunicació detallats anteriorment, es plantegen uns objectius anuals a aconseguir mitjançant l'estratègia de comunicació digital i que s'aniran treballant i ajustant en el marc d'aquest contracte.

Objectius en xarxes socials

- *Engagement*: augmentar la fidelització dels seguidors actuals amb la generació de continguts rellevants, afins i amb potencialitat de ser compartits i que actuïn com a prescriptors de la marca. Aquests continguts, en el cas de les notícies pels webs, hauran d'incorporar les paraules clau necessàries per aconseguir un millor posicionament en cercadors (SEO).
Un exemple clar on l'objectiu principal és l'augment de l'engagement és Twitter @barcelonactiva, ja que en tenir un alt nombre de seguidors és d'especial rellevància fidelitzar-los. L'objectiu per 2023 seria arribar al 2,6.
- Notorietat: Reforçar el paper de les xarxes socials de Barcelona Activa com a canal d'entrada de peticions i consultes referents a l'actualitat dels programes, activitats i serveis. Per tant, incrementar en 20% el tràfic a web provinent de xarxes socials respecte al primer trimestre de 2022.
- Segmentació: Millorar la presència en xarxes i Internet dels continguts i serveis específics per a cada col·lectiu susceptible de ser beneficiari de les dinàmiques, programes, activitats i accions de Barcelona Activa. En aquest sentit, plantegem l'obertura d'una pàgina formativa a LinkedIn d'IT Academy així com noves estratègies per aconseguir la captació del col·lectiu més jove.
- Persones seguidores: aquest objectiu quantitatiu és transversal a totes les xarxes, però en nivells diferents. Per exemple, en un període d'un any, es preveu créixer i augmentar l'audiència a LinkedIn i Instagram, un 10% i un 22% respectivament.
D'altra banda, també serà rellevant aconseguir seguidors per la nova pàgina a LinkedIn.

Objectius e-mail màrqueting

- *Newsletters* setmanals: incrementar el rati d'obertura fins al 21%, i el rati de CTOR fins a un 15% com a mínim, amb especial incidència en els enviaments d'Emprenedoria i Empreses.
- *E-mailings* segmentats: garantir un rati d'obertura mínim del 40% per a tots els enviaments i un CTOR situat per sobre del 15%.

Aquests objectius d'e-mail màrqueting estan estretament relacionats amb la gestió de la BDD d'e-mails que no entra en l'àmbit d'aquest projecte. De totes maneres, sí que és objecte del contracte la creació i enviament dels *newsletters* i e-



mailings, i per tant la seva evolució i adaptació quant a disseny i redacció i de totes les millores que es puguin proposar per aconseguir els objectius especificats. També se'n farà el seguiment i evolució en els informes corresponents.

4. ABAST DEL SERVEI

Els serveis objecte d'aquest contracte consistiran en la **monitorització i dinamització de les xarxes socials de Barcelona Activa**, la **creació i publicació de continguts d'actualitat** als llocs web i canals socials, i la **creació i enviament dels newsletters** i comunicacions d'e-mail màrqueting.

Aquests serveis inclouen la creació de textos, imatges, edició de vídeos curts, creació d'infografies i altres materials que es requereixin per a l'actualització i dinamització de tots els canals. I també la planificació estratègica, el seguiment d'indicadors i les propostes de millora definides pel correcte funcionament del servei.

El servei es definirà en base als punts següents:

1. **Elaboració del Pla de Comunicació digital (anual)**. El Pla de comunicació digital serà un document obert que s'anirà completant i treballant entre les dues parts. Es preveu que sigui una eina que contribueixi a dissenyar l'estratègia *on line* i multicanal de Barcelona Activa. Aquest pla ha d'incloure:
 - a. Valoració de l'activitat a xarxes, anàlisi de l'audiència per canals, evolució i tendències per mesos i propostes de millora.
 - b. Definició estratègia d'e-mail màrqueting (*newsletters* i enviaments mensuals)
 - c. Definició d'objectius a mig i llarg termini i mesures operatives per assolir-los.
 - d. Anàlisi de la reputació *on line* de Barcelona Activa
 - e. *Benchmark* amb competència local i internacional
 - f. Identificació de comptes referents destacats i actius en els segments i àrees d'actuació i estratègia de relació (accions específiques per a fidelitzar-los com a prescriptors).
 - g. Recomanació d'eines i solucions digitals
2. **Dinamització dels canals de comunicació 2.0 de Barcelona Activa**: creació i publicació de continguts, propostes d'accions per augmentar la difusió, recull d'indicadors (quinzenal, mensual, quadrimestral i anual), monitorització de les xarxes i de crisis, etc.

Per tal de promoure l'interès dels seguidors i afavorir la taxa d'interacció, és necessari dissenyar accions creatives i gràfiques (infografies, fotos, gràfics, breus vídeos subtítulats) adaptades a cada xarxa social, per comunicar diferents accions i projectes. També caldrà cobrir esdeveniments i actes prèviament pactats amb el departament de comunicació de Barcelona Activa.

D'altra banda, el proveïdor haurà de fer cerca activa d'informacions d'actualitat dels àmbits d'interès de l'entitat per proveir els diferents canals i aconseguir els objectius prèviament definits. Les temàtiques principals són:

- **Ocupació, formació i talent**: accés al mercat laboral, formació de la persona treballadora i recursos per al progrés professional
- **Emprenedoria, empreses i start-ups**: suport a tot aquella persona usuària que tingui la intenció d'emprendre i crear un negoci.
- **Sectors econòmics estratègics i promoció de Barcelona**: iniciatives, esdeveniments, dades econòmiques, clústers i projectes. Atracció de talent. Projectes estratègics, presència al territori, col·laboració amb entitats i institucions, etc.

Cal tenir en compte que al llarg de la durada d'aquest contracte, i fruit de la pròpia activitat de l'organització i de l'estratègia de l'Ajuntament, es poden crear nous canals, productes de comunicació (*newsletters*, comptes de xarxes socials, *microsites* per a la promoció de programes, etc.). Per això es contempla una bossa d'hores extra per perfils que es podrà executar segons es requereixi prèvi acord amb Barcelona Activa.

2.1 Dinamització de les xarxes socials



Cal fer una dinamització constant de les xarxes socials actuals de Barcelona Activa (Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram), amb accions adaptades al *target* de cada canal. El servei tindrà, com a mínim, la següent cadència de publicació:

- **@barcelonactiva**: entre 2/3 al dia (cap de setmana inclòs).
- **@bcn_empreses**: 2 al dia + 2 o 3 el cap de setmana.
- **Facebook Barcelona Activa**: 1/2 posts al dia (cap de setmana inclòs).
- **LinkedIn Barcelona Activa**: 1/2 per dia (cap de setmana inclòs). De manera addicional, cada dues setmanes aproximadament, es tindrà en compte:
 - o Gestió del grup de LinkedIn de LIDERA: tasques d'observació i acceptació/denegació de nous membres. Es pot valorar comentar aspectes d'interès.
 - o Creació i seguiment d'un nou format que millori/augmenti la reputació de Barcelona Activa, com articles en profunditat o la creació de carousels amb dades rellevants.
 - o Gestió de la nova pàgina d'It Academy.
- **Instagram**: una acció creativa per setmana pel feed (de 3 a 6 posts). El volum d'stories dependrà de les necessitats. Aquests es compartiran també a Facebook.

A twitter @barcelonactiva el nombre de posts es pot incrementar fins arribar a duplicar-se quan hi ha retransmissions d'esdeveniments (actes i fires).

Els missatges del **cap de setmana** i vacances estaran **programats** amb anterioritat.

El volum indicat és **el mínim que es durà a terme**, ja que cada setmana caldrà fer cobertura d'esdeveniments on Barcelona Activa té un paper rellevant (rodes de premsa, presentacions, actes, fires, etc). En aquests casos, el volum de missatges es marcarà a les reunions prèvies de coordinació.

En alguns casos es complementaran campanyes de publicitat de Barcelona Activa creant continguts vinculats per difusió en orgànic.

Durant els períodes de vacances el nivell de publicacions es reduirà perquè no hi ha retransmissions.

2.2. Retransmissions d'esdeveniments i periodisme digital

Quant a la **retransmissió d'esdeveniments** en xarxes socials, la planificació ha de contemplar tasques de redacció abans, durant i després de l'esdeveniment. S'estima un volum de:

- 8 esdeveniments al mes amb **retransmissió en directe** (un periodista digital desplaçat sempre que es consideri necessari). La tasca principal és seguir l'acte per completar el relat amb informació del moment i la realització de fotografies del mateix. Si cal es realitzarà la gravació d'entrevistes, testimonis i imatges per difusió posterior a l'esdeveniment. Inclou desplaçament.
- 15 actes aprox. al mes amb **cobertura**. Pot incloure des del seguiment de les xarxes socials d'entitats/institucions col·laboradores per fer un RT fins a 1/3 missatges. Barcelona Activa facilita informació per elaborar el contingut i els links on es pot trobar. Ocasionalment es pot requerir desplaçament per obtenir imatges o fer alguna entrevista.

Així mateix, en alguns moments es requerirà fer alguna acció de periodisme digital, desplaçant-se a algun dels espais o activitats organitzades de Barcelona Activa, per explicar el què hi està passant, amb formats vius i dinàmics i entrevistes a persones.

2.3 Producció de material gràfic i audiovisual per la comunicació a les xarxes.

La producció d'aquest material dependrà de les necessitats i accions plantejades però cal tenir en compte que cada vegada és més necessari crear productes més elaborats per canals com Instagram. Per això, cal contemplar que de manera fixe es demana una acció a Instagram cada setmana, i que aquesta requereix la presentació prèvia de propostes i la producció de l'escollida per Barcelona Activa. Per exemple una acció pot incloure disseny de creativitats originals, gràfiques i/o audiovisuals; infografies per difondre dades; gravació i edició de vídeos creatius (1 minut aproximadament); adaptació o retoc de visuals; i filmació i muntatge de petites càpsules de testimonis.



A banda, també es demanda material gràfic i audiovisual per fires/salons o per cobertures rellevants.

3. Redacció i publicació d'informació corporativa i d'actualitat als diferents llocs web de Barcelona Activa.

Barcelona Activa proveirà la informació i les indicacions necessàries per tal que l'empresa adjudicatària escrigui, editi i publiqui al gestor l'íter les notícies de l'organització.

Barcelona Activa publica tots els continguts informatius en català com a llengua principal i els ofereix també en castellà i anglès. L'empresa adjudicatària haurà d'escriure i traduir les notícies a aquests idiomes, tot garantint la correcció idiomàtica normalitzada.

També caldrà publicar al web les notes de premsa que s'indiquin. Aquestes es tradueixen al castellà en un 50% aproximadament i molt puntualment a l'anglès (un 10-20%).

L'estil dels continguts dependrà dels diferents canals on es publiquin. Així mateix, la generació de continguts es farà tenint en compte la possible adaptació dels mateixos en diferents formats: posts, infografies, vídeo, etc. Un mateix contingut podrà ser enviat de diferents formes en diferents moments.

El volum de les notícies actual és:

- Unes 8 notícies al mes pel web corporatiu de Barcelona Activa que es comparteixen després als altres webs de serveis.
- 9 Notes de premsa a publicar al web (4/5 a traduir al castellà i màxim una al mes a l'anglès).

4. Disseny, creació i enviament dels *newsletters* setmanals i *e-mailings* puntuals segmentats.

L'empresa adjudicatària es farà càrrec del disseny de plantilles de les *newsletters* de serveis definits en el punt 1.2, així com de la cerca i proposta de continguts, redacció, enviament i recull d'indicadors i mètriques periòdiques tant pels 4 *newsletters* de serveis com pels altres definits en aquest punt.

Caldrà fer el disseny d'una plantilla corporativa de *newsletter* declinada amb elements distintius de cadascuna de les quatre línies de serveis de Barcelona Activa. El disseny ha de tenir en compte els criteris d'usabilitat, accessibilitat des de qualsevol dispositiu de consulta, identificació dels blocs temàtics i categories d'informació, així com espais per a informació de caràcter transversal a totes les línies.

El *e-mailings* segmentats tindran un disseny variable, en funció de la campanya o servei al que facin referència, facilitada per Barcelona Activa.

La informació continguda en *newsletters* i *e-mailings* ha d'incorporar etiquetes de traçabilitat (UTM) per recollir mètriques d'impacte dels missatges en canals digitals.

Proposta de continguts i enviament (mitjançant l'eina Acrelia CreateSend o qualsevol altre gestor d'*e-mailing* que contracti Barcelona Activa) així com el recull d'indicadors i mètriques periòdiques tan dels *newsletters* setmanals com dels *e-mailings* puntuals de programes, serveis i esdeveniments.

Nombre de peces a produir:

- 4 *newsletters* setmanals en català. Una traduïda al castellà (Empreses)
- 8 enviaments mensuals d'e-mail màrqueting sobre continguts específics, en català.

5. Actualització del llibre d'estil de redacció de Barcelona Activa que servirà com a guia per l'empresa adjudicatària que, a més, serà responsable de la seva actualització trimestral per tal de recollir les novetats en nomenclatures de programes i serveis, les traduccions específiques, així com recomanacions i millores SEO en la redacció i etiquetatge (*tags* i *keywords*) de continguts per potenciar la indexació als cercadors i altres aspectes d'interès.

6. Escolta activa i resposta als usuaris/àries: Esdevé estratègic tenir una escolta activa del que està passant a les xarxes de Barcelona Activa i donar resposta a qualsevol dubte o neguit de les persones usuàries. L'empresa



adjudicatària haurà de respondre aquells comentaris, dubtes i preguntes més habituals. Les qüestions que no se sàpiguen resoldre es consultaran al departament de Comunicació de Barcelona Activa, qui decidirà com procedir.

7. Informes d'activitat

De forma periòdica s'enviarà per correu la informació de l'estat de les xarxes socials de Barcelona Activa.

- a. **Quinzenals**, durant la setmana següent a la quinzena en curs, es lliurarà un estat de l'ecosistema digital, amb dades quantitatives i una explicació qualitativa del que ha passat en la quinzena anterior. Quan hi hagi una xifra destacable es destacarà en el missatge del mateix correu.
- b. **Mensualment**, la primera setmana del mes posterior, s'enviarà un informe visual, executiu, amb informació de cada xarxa. L'informe mensual ha d'oferir com a mínim les següents dades:
 - Visites als webs de serveis (Google Analytics) i tràfic des de xxxss
 - Xarxes socials: Xifres i gràfiques de fans, posts, engagement, interaccions i impressions. Anàlisi de les publicacions que han funcionat millor de cada xarxa. Distribució de l'activitat (hores, dies).
 - *Newsletters* i e-mail màrqueting: Contactes, obertures, clicks i baixes.

També ha d'incloure una anàlisi de totes les dades comparades de l'evolució respecte els mesos anteriors per visualitzar la línia de progrés i identificar accions a fer.

- c. **Quadrimestral**, la primera quinzena del mes del quadrimestre següent, es lliurarà un informe global amb el resum del que s'ha fet i indicadors d'assoliment respecte als plantejaments estratègics definits en el Pla anual i en les reunions de treball. Caldrà, per tant, mesurar el grau d'assoliment, ajustar objectius si s'escau i definir accions estratègiques.
 - Resum de l'activitat quadrimestral, conclusions i tendències.
 - Grau d'assoliment dels objectius, accions estratègiques i reorientació si s'escau
 - Anàlisi de l'audiència de cada xarxa (perfils, evolució)
 - Anàlisi de la reputació de Barcelona Activa a les xarxes mitjançant una eina especialitzada de *social listening*. Anàlisi de la tendència i evolució.

8. **Formació en tendències de comunicació (creativitat, publicitat, audiovisual, xarxes socials)** Vinculat als informes quadrimestrals, es proposaran formacions per a l'equip de Comunicació de Barcelona Activa sobre tendències, recursos i estratègies de comunicació digital rellevants, que hauran de ser acordades amb Barcelona Activa. La formació pot ser impartida per professionals de l'empresa adjudicatària o externs, sense cost addicional per Barcelona Activa.

Es calcula que la formació suposarà entre 8h i 12h l'any.

9. Addicional

- **Llocs web i landing pages:** En moments puntuals es podrà sol·licitar suport en la creació, gestió i actualització dels *sites* de Barcelona Activa, especialment els vinculats a projectes o campanyes temporals, però sempre com a servei addicional al bàsic definit en aquest plec.
- **Canals addicionals que es puguin obrir:** Aquest 2022 està previst obrir un canal a tik tok orientat al públic més jove i també s'està valorant l'ús de twitch per accions concretes. La seva dinamització pot entrar en aquest contracte una vegada es llancin els canals i en tot cas sempre com a serveis addicionals.

10. Procés de treball

- **Reunions setmanals:** a l'inici de la setmana (actualment els dimarts) es farà una reunió amb el departament de Comunicació de Barcelona Activa. En aquestes reunions es compartiran els fets més destacables de l'activitat a xarxes socials de la setmana anterior, es proposaran millores i accions interessants a dur a terme



i es planificaran els temes a comunicar aquella setmana: actes a retransmetre, accions específiques, peticions de difusió, notícies, etc.

- **Teams, Planning compartit i Hootsuite:** Per coordinar l'activitat diària i compartir la informació es treballarà amb una eina compartida (actualment Teams), organitzada per carpetes i grups de xat que permeten el control i el seguiment de les diferents tasques diàries, setmanals i mensuals, de manera ordenada. A tall d'exemple, la informació actual s'organitza com segueix:
 - **Content:** s'obre un fil per setmana on s'inclouen tots els continguts que es difondran per dies, junt amb els seus copies. A banda, inclou un subapartat on Barcelona Activa afegeix les peticions extres de difusió que es reben.
 - **Esdeveniments:** els dijous s'obre un fil amb tots els esdeveniments que hi haurà la següent setmana. Aquest serà l'espai on Barcelona Activa afegirà tota la informació per poder preparar la cobertura.
 - **Fires:** són les cobertures més extenses, per tant, li dediquem un canal a banda.
 - **Accions:** principalment hi ha les accions setmanals d'Instagram. Però també s'inclouen d'altres requerides.
 - **Notícies:** és la lloc on Barcelona Activa afegeix les temàtiques i la informació per realitzar les notícies.

A banda s'utilitza Hootsuite com a eina principal de programació. Al ser un canal compartit amb Comunicació d'Ajuntament és l'espai on es comparteixen continguts per la seva difusió a canals municipals (districtes, altres àrees, etc.).

5. PRESTACIÓ DEL SERVEI

El personal de l'empresa contractada elaborarà una previsió de les tasques a realitzar a partir de la informació recollida de la persona responsable del contracte de Barcelona Activa. La previsió s'ajustarà diàriament en funció de l'actualitat generada per les línies de servei de Barcelona Activa. Aquesta responsable serà l'encarregada de donar el vistiplau i confirmar la finalització de les diferents tasques. El canal de comunicació diari, com s'ha detallat al punt anterior, és Teams.

A més, pel seguiment del servei, s'establiran aquelles reunions que es considerin oportunes amb les diferents persones implicades i el cap de projecte de l'empresa adjudicatària.

6. EQUIP TÈCNIC

Per a la prestació dels serveis sol·licitats s'ha calculat un número aproximat d'hores mensuals requerides **corresponents als següents perfils:**

- Cap de projecte. 150h/mes
- Redactor/periodista digital 150h/mes
- Community Manager 190h/mes
- Dissenyador/a creatiu 32h/mes

Les persones que realitzin les funcions dels tres primers perfils descrits han de tenir coneixements en *social media strategy*, competències de creativitat, nocions de disseny, i habilitats de redacció.

En el cas de les funcions de cap de projecte, es requereix a més visió estratègica i capacitat de generar continguts.

El redactor/periodista digital necessita competències de síntesi, pensament crític i coneixement i adaptabilitat als canals, així com treballar ràpidament però també de forma precisa. El seu focus és el contingut però també pot fer de community i se'n valorarà coneixements tècnics i creatius.

En les funcions de community manager es requereix capacitat creativa per plantejar nous formats adaptats als diferents canals, a més de coneixements bàsics de fotografia, d'edició d'imatges i vídeos en mòbil i ordinador.

El perfil dissenyador/a creatiu ha de saber plantejar solucions gràfiques a les diferents accions plantejades, adaptant-les als canals i seguint les tendències actuals.



Aquests perfils es poden ampliar i millorar a la proposta tècnica de l'empresa sol·licitant. En qualsevol cas, els perfils proposats han de ser capaços d'elaborar els continguts tal i com s'ha descrit en aquest plec, tant per capacitat com per mitjans tecnològics disponibles, incloent la realització de vídeos i entrevistes curtes per al seu ús en xarxes socials.

Així, a nivell tecnològic, es requerirà equipament per enregistrar imatges HD (mòbil d'última generació o càmera) i micròfons direccionals per assegurar un resultat de qualitat.

7. VARIACIONS I EVOLUCIONS DEL SERVEI

El servei per evolucions/variacions consisteix en una bossa d'hores, que tindrà un import màxim de 15.000,00 euros, IVA exclòs per a un primer any del contracte. Aquest servei cobrirà encàrrecs addicionals als serveis bàsics inicials i caldrà justificar-los mitjançant un pressupost amb hores dels perfils professionals següents respectant en tot cas els preus unitaris oferts:

- Perfil 1: Redactor/periodista digital català, castellà i anglès
- Perfil 2: Community manager
- Perfil 3: Dissenyador/a creatiu
- Perfil 4: Cap de projecte

Els preus unitaris màxims per perfil seran els indicats al Plec de clàusules administratives.

8. HORARI I NIVELL DE SERVEI

Barcelona Activa considera que per assolir les tasques diàries l'empresa contractista haurà de tenir disponibilitat dintre de l'horari de Barcelona Activa (de dilluns a divendres de 9h a 18:30h).

Es podrà demanar de forma excepcional, flexibilitat en aquest horari per tal d'assolir les diferents fites, com ara cobrir actes rellevants per l'empresa.

De cara als cap de setmana es programarà un flux constant de missatges i s'haurà de garantir el servei per poder interactuar en cas necessari (per exemple queixes o crisis) i per poder fer canvis d'última hora fora de l'horari laboral. Si cal cobrir esdeveniments de forma presencial excepcionalment en cap de setmana es podrà facturar a banda en bossa d'hores.

En tot moment caldrà garantir un servei mínim per la dinamització de xarxes socials.

ANNEXOS

1. NPBiz_Ocupacio2022
2. KPIs_XXSS_Juny
3. Informació BIZ Saló
4. Manual Imatge

Maria Vilà Brecha
Directora de Comunicació