

# PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGULA EL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS DEL MONESTIR DE PEDRALBES

1. OBJECTE DEL PLEC
2. LLOC DE PRESTACIÓ
3. CONTROL DEL SERVEI
4. CONDICIONS GENERALS DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI
5. MARC DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI
6. ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ ON-LINE
7. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI: ACCIONS A DESENVOLUPAR
8. PRESTACIÓ DEL SERVEI

## 1. OBJECTE DEL PLEC

L'objecte del plec és el servei de gestió de les xarxes socials del Monestir de Pedralbes: creació, producció, edició i manteniment dels continguts textuais, audiovisuals i multimèdia per a les xarxes socials del Monestir de Pedralbes i promoció de publicitat. Elaboració d'un Pla de Comunicació anual que incorpori les necessitats comunicatives on-line del Monestir de Pedralbes.

El **Reial Monestir de Santa Maria de Pedralbes**, fundat l'any 1326 per la reina Elisenda de Montcada, tercera esposa de Jaume II, constitueix un testimoni cultural i històric únic de la comunitat de clarisses que hi visqué de forma pràcticament ininterrompuda des del 1327 fins a l'any 1982. El seu patrimoni artístic esdevé un referent per a l'estudi dels costums, les modes i els models vida religiosa i secular, i és voluntat del centre difondre'l i fer-lo accessible al públic mitjançant campanyes publicitàries, material gràfic, anuncis a diversos mitjans i presència a les xarxes socials i a la web del centre a través de les seves exposicions i activitats.

A finals del 2014 va néixer la **pàgina web** del Monestir de Pedralbes amb l'objectiu de convertir-se en una eina de consulta de referència tant de la història del Monestir com de les exposicions del museu i les seves activitats. Durant els cinc següents anys, les xifres de pàgines consultades, usuaris i sessions associades a la pàgina han augmentat considerablement, només per veure's frenades per l'impacte que va suposar la crisi de la COVID-19 a partir del març del 2020. Amb la crisi encara vigent, prenem com a punt de partida les xifres fins al 2019 per veure l'evolució d'una forma molt més acurada.

En xifres absolutes, de les 48.087 sessions enregistrades al 2015 s'ha passat a les 161.113 al 2019; dels 35.847 usuaris del 2015 s'ha passat als 115.348 el 2019 i de les 192.260 pàgines consultades el 2015 s'ha passat a les 446.782 el 2019. Totes aquestes xifres testimonien la solidesa d'un projecte de difusió i comunicació digital del centre que, lluny d'aturar-se, només pot augmentar a través de l'ús de les noves tecnologies i la presència a les xarxes socials. La influència de la pàgina web del Monestir, en paral·lel amb la presència a les xarxes socials, ha

permès el creixement de públic vinculat a les activitats del centre. Durant l'any 2020, però, tot aquest creixement s'ha vist reduït de forma notable, amb només 59.569 sessions, 82.902 usuaris i 197.6060 pàgines consultades. Veient l'evolució de les xifres anterior, amb la tendència marcada a l'alça, el retrocés del 2020 només es pot explicar per la crisi generada per la pandèmia.

Les **xarxes socials** del centre, però, a diferència del trànsit de la web del centre i del públic assistent, han crescut d'una forma notable i han esdevingut una via de comunicació fonamental pel seu caràcter proper i directe amb els visitants, especialment durant el context de pandèmia, on han consolidat una tendència que ja s'havia deixat notar els anys anteriors. Els comentaris sobre les activitats, exposicions i el propi cenobi recollits a les xarxes s'han convertit en un dels elements de referència del departament per avaluar la imatge que el públic visitant té del Monestir. A través del *Facebook* i *Twitter* s'informa periòdicament de les activitats i notícies del Monestir; a través de *Youtube* es recullen els vídeos sobre les activitats i les exposicions i finalment a través d'Instagram es reforça la presència del cenobi en un dels canals de difusió digital que periòdicament augmenta més el seu nombre d'usuaris i la seva influència mediàtica com a xarxa de referència. És la xarxa que més seguidors ha augmentat l'any 2020 ( amb 5.653 seguidors, un 90% més que l'any 2019), per davant de Twitter (amb 2.762 seguidors, un 13% més respecte l'any 2019) i Facebook (amb 14.364 seguidors, un 35% més que el 2017). Totes tres, però, continuen evidenciant un creixement altament notable.

El mes de novembre de 2015 es va crear el **Butlletí electrònic** del Monestir de Pedralbes que, amb una periodicitat mensual, recull informació sobre activitats i notícies més destacades de cada mes, enllaçant la informació amb la pàgina web del centre i les xarxes socials d'aquest. La creació del butlletí responia a la necessitat d'oferir una informació periòdica sobre les activitats als visitants que sol·licitaven informació i que a més era complementària i recordatòria del programa d'activitats que s'edita quadrimestralment. Dels 14 enviaments fets durant l'any 2019, amb 3.171 subscriptors, un 30% més que els de l'any anterior (2.451) es varen passar a només 6 el 2020 per la crisi de la COVID-19 que va reduir dràsticament l'oferta cultural del centre.

El Monestir de Pedralbes **disposa actualment d'un ecosistema digital** format per diversos canals digitals (web, xarxes socials i butlletí digital). Els continguts i l'estratègia de comunicació digital té per objecte el posicionament del Monestir com espai cultural de referència a la xarxa i per a la consolidació d'una comunitat digital activa.

## 2. LLOC DE PRESTACIÓ

La prestació dels serveis es realitzarà a les instal·lacions de l'adjudicatari, tret de les reunions de planificació i seguiment que es realitzaran a la seu del Monestir de Pedralbes.

## 3. CONTROL DEL SERVEI

El responsable de Comunicació del Monestir de Pedralbes o persona en qui delegui, exercirà la facultat de vigilància i examen de la correcta realització del servei.

## 4. CONDICIONS GENERALS DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI

L'empresa adjudicatària destinarà el personal necessari per a la realització de les tasques esmentades, durant el temps que duri l'adjudicació. Així mateix, l'empresa adjudicatària disposarà d'efectius suficients, que compleixin els requeriments previstos en els plecs, per tal de cobrir possibles absències de forma immediata:

- ⇒ Un Coordinador/a (cap de projecte) responsable de l'execució del contracte que ha de disposar d'experiència en la gestió i supervisió de projectes de comunicació en línia, de més de 3 anys. Es considera imprescindible escriure correctament català, amb nivell de competència C2 segons el marc europeu de referència per a les llengües.
- ⇒ Un Gestor/a (*Community manager*) amb **titulació de llicenciatura o grau en Història o Història de l'Art**, i amb coneixements de gestió i comunicació del patrimoni cultural, encarregat/da de l'estratègia i els continguts de les xarxes socials. Haurà d'acreditar una experiència reconeguda de més de 3 anys com a *community manager* en entitats del sector cultural i preferentment en el sector del patrimoni cultural. Es considera imprescindible escriure correctament català, amb nivell de competència C2 segons el marc europeu de referència per a les llengües.
- ⇒ Un dissenyador/a gràfic que ha de disposar d'experiència reconeguda de 3 anys en disseny gràfic multimèdia.
- ⇒ Un formador/a amb la **titulació de Tècnic Superior en Social Media i Community Manager** i amb una experiència reconeguda de més de 200 hores de formació especialitzades en màrqueting digital.

L'empresa adjudicatària garantirà possibles encàrrecs de serveis extraordinaris amb motiu de l'organització d'activitats no previstes, així com per cobrir qualsevol esdeveniment puntual o incidència sobrevinguda que es pugui generar.

En cas que l'adjudicatari consideri necessari substituir algun dels efectius habituals destinats al servei, ho comunicarà per escrit al Responsable de comunicació amb la suficient antelació i sempre amb un mínim de 48h.

L'empresa adjudicatària serà responsable de tenir el personal al seu càrrec en condicions laborals legals. En cap cas aquest personal no tindrà vinculació jurídica o laboral amb el Monestir de Pedralbes o amb l'Institut de Cultura de Barcelona.

## 5. MARC DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI

### Objectius del Monestir de Pedralbes:

Els objectius del Reial Monestir de Santa Maria de Pedralbes se centren en quatre punts cabdals que constitueixen l'eix principal de la seva actuació, tot cercant l'equilibri entre les tasques de conservació, tant de l'immoble com de les col·leccions que acull, difusió, exhibició i investigació científica, especialment pel que fa a la recerca i divulgació d'estudis de gènere i espiritualitat.

**a) Conservació.** Les tasques de conservació inclouen tant l'imponent edifici històric com les diferents col·leccions artístiques, testimonis de la presència diària de la comunitat religiosa que ha habitat el Monestir de manera pràcticament ininterrompuda des de la seva fundació fins al present.

**b) Recerca.** Potenciar la recerca sobre l'edifici i el fons artístic, tant des de la mateixa institució com en col·laboració amb altres organismes i centres d'investigació, donant suport a totes aquelles investigacions relacionades directament amb la història del Monestir o amb d'altres que se'n puguin derivar. Les línies de recerca divulgació d'estudis de gènere i espiritualitat, **especialment les dones silenciades, són els eixos primordials.**

**c) Exhibició.** Donar a conèixer, mitjançant l'exposició permanent i les mostres temporals el conjunt de les col·leccions que les religioses han aplegat al llarg del temps. Algunes peces, majoritàriament de caràcter cultural i religiós, destaquen pel seu gran valor artístic, mentre que d'altres reflecteixen la vida quotidiana de la comunitat i esdevenen testimoni dels costums, les modes i els models de la vida religiosa i secular.

**d) Difusió.** Estimular l'interès pel coneixement de la història del monestir i la seva estreta relació amb la història de la ciutat de Barcelona i del país, mitjançant la programació d'activitats pensades per a un públic ampli i divers.

### **Audiències i públics objectius**

L'informe de públics de l'OPPC basat en les dades i les estadístiques elaborades pel programa de gestió museística EuroMus estableixen que els visitants del Reial Monestir de Santa Maria de Pedralbes responen a aquest perfil:

- ⇒ Prop del 56% ha comprat dues entrades, pel 22% que ha comprat només una, un 11% més de tres, un 7% més de 4, un 3% més de 5 i la resta a partir de 6 entrades o més.
- ⇒ El 64% de visitats totals del Monestir són dones per un 36% d'homes.
- ⇒ El 33% dels visitants es corresponen a la franja d'edat entre els 50 i els 59 anys, el 23% de +60 anys, el 18% de 30 a 39 anys, el 12% de 40 a 49 anys i el 14% fins als 29 anys.
- ⇒ El 48% dels visitants resideix al territori peninsular (28% a Barcelona, 12% a la resta de Catalunya i 8% a la resta d'Espanya), el 37% a la resta d'Europa (sobretot d'Alemanya, França, Itàlia i Rússia) i el 15% a la resta del món (sobretot els EUA i Argentina).
- ⇒ Gairebé un 76% visita el museu per primera vegada, per un 24% que és visitant recurrent.
- ⇒ El 32% visita el Monestir en parella, el 23% amb amics, el 22% sol, el 15% amb família i amics i el 8% restant només amb la família.
- ⇒ El 23% coneix el centre a través d'internet, bé sigui per les pàgines web, les xarxes socials o el mailing, el 18% per recomanació, el 16% a través d'informació turística, el 14% a través de guies, el 7% a través dels mitjans de comunicació, el 5% a través de publicitat al carrer i la resta a través de d'altres mitjans (visita recurrent, escoles, tríptics, etc.).

Públic	Perfil	Interessos	Mitjans de difusió
Públic general	Públic general del Monestir pel qual estan adreçades la majoria de les activitats. Visitants amb interessos per la cultura, la història i l'art. El 66% de les activitats del monestir del 2019 foren per aquest col·lectiu.	Exposicions i Activitats (visites, tallers, concerts, cursos, seminaris, conferències)	Anuncis a la premsa generalista, falques de ràdio, revistes de cultura, blogs, Gaudir Més, accions en biblioteques i mitjans de transport, butlletins, xarxes socials (promocions i anuncis) i difusió web
Públic familiar	Famílies amb infants que participen de les activitats del centre. Representen el 3% de les activitats del 2019.	Activitats i tallers de cap de setmana	Anuncis a la premsa especialitzada, revistes familiars, blogs, difusió a centres cívics, butlletins especialitzat, xarxes socials (promocions i anuncis) i difusió web
Centres educatius	Alumnes d'infantil, primària, secundària i batxillerat de centres educatius sobretot a nivell de Catalunya. Representen el 29% del total de les activitats del 2019	Història de Barcelona, del Monestir i general. Visites guiades i tallers amb materials i suports per la visita.	Mailing del programa escolar i enviaments de butlletins. Informació a la pàgina web del centre i a diversos portals relacionats amb el PAE.
Públic Especialitzat	Estudiants i investigadors de cursos, graus, màsters i doctorats relacionats amb la història i els estudis de gènere i espiritualitat femenina.	Conferències, tallers i seminaris relacionats amb els estudis. Exposicions temàtiques.	Enviament de butlletins, mailing, destacats a la web i anuncis promocionats a les xarxes socials i a blogs especialitzats

## 6. ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ ON-LINE

### Objectius de màrqueting i comunicació del Monestir de Pedralbes

L'estratègia digital persegueix assolir els següents objectius:

- ⇒ **Potenciar la marca Monestir de Pedralbes** per reforçar el posicionament de l'entitat com a centre de referència de recerca i divulgació del patrimoni medieval i d'estudis de gènere i espiritualitat femenina.
- ⇒ **Desenvolupar una estratègia de comunicació que tingui el seu punt de partida en el món on-line**, espai per excel·lència per assolir els objectius marcats.

- ⇒ **Organitzar un calendari editorial** amb una visió 360° de l'estratègia digital que permeti la presència global de totes les àrees a través de la identificació dels moments més rellevants per a la comunicació.
- ⇒ **Potenciar el vincle on/off** entre les activitats presencials (col·leccions, exposicions, activitats, conferències, etc.) i els canals on-line.
- ⇒ **Augmentar el nombre de visitants i de participants a les diferents activitats** treballant una estratègia comunicativa segmentada i personalitzada per a cada un dels públics.
- ⇒ **Desenvolupar una estratègia de màrqueting relacional** que permeti reforçar vincles amb la xarxa de col·laboradors, *influencers*, i prescriptors de marca.
- ⇒ **Mostrar el Monestir de Pedralbes d'una manera més propera** donant visibilitat als treballadors i col·laboradors, al seu dia a dia i a la part oculta per al visitant (reserves, feines de manteniment i conservació, etc.).
- ⇒ **Vincular el Monestir de Pedralbes al seu entorn geogràfic**., el districte de Les Corts i el districte de Sarrià Sant Gervasi.
- ⇒ **Divulgar les accions en pro de l'accessibilitat**.

Els objectius estratègics de la comunicació han de consolidar i augmentar el valor de la marca Monestir de Pedralbes.

### Objectius qualitatius

- ⇒ **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.
- ⇒ **Notorietat**: Reforçar el paper de les xarxes socials com a canal d'entrada i peticions i consultes referents a l'actualitat, serveis i horaris.
- ⇒ **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, activitats i accions impulsades pel Monestir de Pedralbes.
- ⇒ **Innovació**: Actualització de les tecnologies i eines de difusió a les xarxes socials.

### Objectius quantitativs

- ⇒ Incrementar de manera sostinguda els seguidors/subscriptors de les xarxes socials.
- ⇒ Incrementar les visites a la web del Monestir.
- ⇒ Incrementar els subscriptors del butlletí mensual.
- ⇒ Incrementar les visites del públic jove i familiar.

## Ecosistema comunicatiu

El Monestir de Pedralbes compta amb diferents canals de difusió de continguts digitals adreçats a fer arribar la informació desitjada al públic objectiu.

Canals Monestir de Pedralbes	Usos i accions actuals
Portal web	<p>Conté la presentació de la institució, informació sobre la visita, les col·leccions, les exposicions, i les activitats del centre, tant per adults i famílies com per a escoles. També disposa d'un espai d'actualitat amb notícies del Monestir de Pedralbes, així com continguts destacats a nivell de home page per donar visibilitat a aquelles activitats, exposicions o notícies més rellevants.</p> <p>El 2019 la pàgina web del monestir va tenir 161.113 sessions iniciades, amb una mitjana de més de 3,32 pàgines consultades per sessió, 115.348 usuaris i 446.782 pàgines consultades.</p>
Butlletí	<p>El butlletí del Monestir, amb una periodicitat mensual, recull informació sobre activitats i notícies més destacades de cada mes, enllaçant la informació amb la pàgina web del centre i les xarxes socials del mateix. Amb 14 edicions durant el 2019, al desembre el número de subscriptors és de 3.171</p>
Facebook	<p>Amb 35% més seguidors que el 2019, amb 14.364 usuaris, Facebook és la xarxa del monestir que més seguidors presenta i que, per aquestes característiques, és també la plataforma que majoritàriament s'utilitza per difondre les activitats del Monestir a través de concursos que ens permeten obtenir un impacte més elevat sobre els seus usuaris, sobretot si es promocionen les entrades a la xarxa.</p> <p>És també la que presenta diferenciació per gènere més accentuada (en tant que el 75% dels seus seguidors són dones, per un 25% d'homes) i la que més seguidors té d'edat més avançada (el 26% són majors de 65 anys, el 26% de 55 a 64 anys i el 20% de 45 a 54 anys, contrastant amb els seguidors de twitter i els d'Instagram).</p>

Canals Monestir de Pedralbes	Usos i accions actuals
Twitter	Amb un 13% de seguidors més que el 2019, amb els 2.762 registrats a desembre del 2018, Twitter continua sent una de les xarxes amb un creixement considerable al monestir. Dels seguidors que presenta la plataforma, el 55% són dones per un 45% d'homes, i tots dos presenten un interès del 71% en notícies relacionades amb el món de la cultura. És també una xarxa social relativament jove en tant que el 40% dels seguidors que té el Monestir s'engloba dins la franja d'edat d'entre els 25 i els 34 anys, per després anar pujant (21% respectiu en les franges posteriors de 35 a 44 anys i 45 a 54 anys).
Instagram	Amb 5.653 seguidors, un 90% més que l'any 2019, Instagram s'està convertint en la xarxa de referència pel Monestir tant pel que fa al creixement com sobretot pel que fa al perfil de seguidors de públic jove, entre els 25 i els 34 anys, fet que no només contrasta amb els seguidors de facebook, sinó que la converteix en una eina necessària per arribar a un a generar un impacte positiu en el públic comprès en aquesta franja d'edat. Dels seguidors que té el Monestir, el 60% són dones per un 40% d'homes. És la xarxa que més interessa potenciar per trencar la tendència d'edat de seguidors a les xarxes socials que impera a Facebook, ja que com veiem al gràfic, els seguidors entre els 18 i els 44 anys representen gairebé el 70% dels seguidors de la xarxa.
Youtube	És la plataforma on es difonen els continguts audiovisuals del Monestir de Pedralbes relacionats amb exposicions, conferències, visites, tallers o presentacions, amb més de 50 vídeos i 145 subscriptors. És la xarxa més jove del monestir, des de l'11 de març del 2020.

## 7. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI: ACCIONS A DESENVOLUPAR

Els serveis d'aquest contracte es definiran en base als punts següents:

**7.1 La gestió i el manteniment de les xarxes socials (community management) del Monestir de Pedralbes.**

**7.2 Elaboració del Pla de Comunicació on-line del Monestir de Pedralbes.**

**7.3 Assessorament tècnic en l'ús de noves tecnologies en xarxes socials.**

**7.4 Formació en màrqueting digital.**

**7.5 Promoció de publicitat a les xarxes socials (estratègia, coordinació i serveis de publicitat).**

**7.1 Gestió i manteniment de les xarxes socials del Monestir de Pedralbes (Community Management):** Estratègia, gestió i dinamització de les xarxes socials i canals 2.0 Monestir de Pedralbes incloent: Twitter, Facebook, Instagram, Youtube i Youtube.

### Creació i dinamització de continguts de les xarxes socials:

Elaboració del pla editorial i el calendari d'activitat 2.0 mensual. Validació amb el **Monestir de Pedralbes** (un cop al mes).

Cerca i selecció d'informacions d'actualitat de tercers d'interès.

Producció de continguts multimèdia: infografies, microcàpsules, testimonials i productes de visual storytelling) per viralitzar i garantir l'impacte en la comunicació.

Manteniment de continguts dels canals 2.0 d'acord amb els següents volums i periodicitats:

Perfil Monestir de Pedralbes	Descripció	Actualització	% idiomes
Twitter	Producció de tuits, retuits, gestió de mencions, etc.	4 tuits / dia	80% català i 20% castellà
Twitter.com/Mpedralbes	Imatges, vídeos, notícies relacionades		
Facebook	Producció de posts, creació d'esdeveniments, continguts multimèdia, etc	1-2 posts / dia	80% català i 20% castellà
facebook.com/MonestirPedralbes			
Youtube	Publicació dels vídeos en el canal	Segons necessitat	
Instagram	Cerca, tractament i publicació de continguts gràfics multimèdia	5 publicacions setmanals	80% català i 20% castellà
Instagram.com/monestirpedralbes			

Aquest volum d'activitat serà el mínim que es durà a terme, donat que sovint caldrà fer cobertura d'esdeveniments.

### Captació i gestió de comunitats 2.0:

- ⇒ Definició del protocol d'atenció a l'usuari i gestió de crisis coordinat amb el Monestir de Pedralbes.
- ⇒ Moderació i atenció a la comunitat d'usuaris (converses, comentaris i mencions). Vigilància de nous perfils i continguts per garantir-ne la qualitat (de dilluns a divendres i caps de setmana).

- ⇒ Identificació i seguiment periòdic de perfils estratègics (influencers, líders d'opinió). Elaboració d'una base de dades d'influencers que hi ha al voltant dels sectors de la història medieval, l'art, i l'espiritualitat i disseny d'accions de vinculació personalitzades.
- ⇒ Disseny i producció de 14 accions de participació anuals (concursos, jocs, preguntes obertes orientades a la participació, l'engagement i la gamificació.
- ⇒ Retransmissions en directe i cobertura 2.0 d'esdeveniments d'especial rellevància (mínim de 5 actes/any: A partir del calendari previst, es definiran les retransmissions presencials (Live Video Streaming, fotografies,entrevistes, etc.)
- ⇒ Campanyes de pagament. Proposar, coordinació i realització de (adwords, facebook, ads, o Twitter Ads). L'empresa adjudicatària adaptarà tant les imatges com el missatges a cadascun dels formats publicitaris que es contractin en les esmentades xarxes.

Cal tenir en compte que en el decurs 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, i/o productes de comunicació (comptes de xarxes socials, *microsites* per a la promoció de programes, etc.). Per aquest fet, es crearà una bossa d'hores per a cobrir aquestes eventualitats.

### **Producció de material gràfic:**

- ⇒ 1 infografia al mes sobre continguts i dades rellevants en clau divulgadora del coneixement del patrimoni i del sectors de la història medieval, l'art, i l'espiritualitat.
- ⇒ 1 cover cada trimestre per facebook i twitter.
- ⇒ 4 microcàpsules de vídeo a l'any (45' segons de duració) de testimonis de professionals i comissaris d'exposicions que estaran vinculats en el decurs de la programació del Monestir de Pedralbes (pot ser material capturat en retransmissió d'esdeveniments, o preguntes directes subtítulats, català, castellà i anglès (format per *Vimeo* inclòs).
- ⇒ 3 vídeos anuals coincidint amb un esdeveniment destacat per mostrar de manera interactiva els principals eixos de divulgació que s'han destacat en el programa incloent la seva vinculació amb el Monestir de Pedralbes.

### **7.2 Elaboració del Pla de Comunicació on-line del Monestir de Pedralbes**

Desenvolupament d'un Pla de comunicació anual que incorpori i integri les necessitats comunicatives on-line del Monestir de Pedralbes, establint els punts forts de la marca a desenvolupar i posicionar, i les estratègies comunicatives on-line específiques o compartides. El Pla de comunicació digital serà un document obert que s'anirà completant i treballant entre les dues parts a part d'unes propostes inicials. El document contemplarà:

- ⇒ Valoració de l'activitat a xarxes i proposta de millora amb l'objectiu de: reforçar la imatge de marca del Monestir de Pedralbes, fidelitzar la comunitat, potenciar el vincle on-off i potenciar l'engagement.
- ⇒ Definició dels objectius a mig i llarg termini i mesures operatives per assolir-los.
- ⇒ Benchmark amb competència local.
- ⇒ Recomanació d'eines i solucions 2.0.
- ⇒ Anàlisi de la reputació on line.

### **7.3 Assessorament tècnic en l'ús de noves tecnologies en xarxes socials i lliurament d'informes i mètriques per al control.**

A les reunions editorials i de planificació es planteja assessorament tècnic a l'equip de comunicació de quines són les millor pràctiques, i quines son les millors solucions del mercat per assolir els objectius.

Un cop al mes es farà una reunió del comitè editorial amb l'equip responsable del Monestir per establir prioritats, fets destacables, implicació i distribució de tasques en funció del tipologia d'esdeveniment i millores i accions per dur a terme.

#### **Lliurament d'informes i mètriques per al control de l'estat de les xarxes:**

Mensualment, el primer dia del mes posterior, s'enviarà un informe amb indicadors qualitatius i quantitatius amb anàlisis, valoracions i mètriques que visualitzin *l'engagement* del contingut de les webs i de les xarxes socials del Monestir.

### **7.4 Formació en màrqueting digital.**

Les xarxes evolucionen contínuament i es planteja una formació en màrqueting digital per l'equip de comunicació del monestir estigui assabentat de les darreres tendències i formats innovadors en màrqueting digital. S'estableix un mínim de 25 hores de formació durant l'any que es distribuïran en sis sessions.

### **7.5 Inversió en publicitat a les xarxes socials**

Per a la promoció de continguts que es facin a les xarxes socials del Monestir (Instagram i Facebook), es contemplarà la inversió en publicitat per un valor de uns 3.600 € anuals.

## **8. PRESTACIÓ DEL SERVEI**

El personal de l'empresa contractada elaborarà una previsió de les tasques a realitzar a partir de la informació recollida en les reunions mensuals amb l'equip de Comunicació del Monestir de Pedralbes. La previsió s'ajustarà diàriament en funció de l'actualitat generada pel Monestir. El departament serà l'encarregat de donar el vistiplau i confirmar la finalització de les diferents tasques.

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.

El preu del contracte inclou totes les despeses necessàries per la prestació del serveis demanats (material tècnic, equip humà, línies de comunicacions, eines de treball, benefici industrial, inversió en publicitat, etc.

L'equip humà designat pel licitador es podrà ampliar i millorar en la proposta tècnica de l'empresa sol·licitant. En qualsevol cas, haurà de ser capaç d'elaborar els continguts, tant per capacitat com per mitjans tecnològics disponibles.

Disponibilitat horària i nivell de servei per part de l'adjudicatari: de dilluns a divendres entre 10 i 19 h., i de forma excepcional fora d'aquest horari i caps de setmana, flexibilitat per tal d'assolir la cobertura dels diferents esdeveniments. De cara el cap de setmana i períodes de vacances es garantiran guàrdies per assegurar la contínua moderació i l'atenció dels usuaris (converses, comentaris, gestió d'incidències, etc.).