



S'han avaluat les propostes de memòries tècniques de dues empreses, BUM BLASI i ZINKDO, en el procés de licitació d'adjudicació del servei "Gestió de les xarxes socials del Museu Picasso de Barcelona".

**1. Proposta metodològica de planificació operativa que inclogui l'organització de l'equip, la coordinació, el calendari setmanal i mensual així com la interlocució amb el Museu segons punts A1 a A12 i A16 a A19 dels PPT, fins a 10 punts**

L'Empresa BUM ha presentat una planificació operativa (metodologia) correcta i coherent en funció del servei obtenint una puntuació de 7,5 punts.

La proposta incorpora l'anàlisi intern i extern (amb anàlisi de la competència amb 4 competidors), la definició de l'estratègia, la implementació d'aquesta i el seu seguiment.

Cada una d'aquestes accions ve acompanyada de documents entregables i d'un aproximat de reunions necessàries per a la posada en comú i feedback de l'equip del Museu. Proposen una presentació del content plan el dia 20 de cada mes i una posada en comú amb l'equip del Museu a partir d'aleshores. Inclouen l'ús d'eines d'anàlisi i els informes específics requerits d'accions especials així com un calendari bàsic de funcionament. La proposta inclou un exemple de calendarització setmanal detallada a l'apartat 2. Aquest és clar i coherent; cada contingut proposat està classificat segons temàtica, target, tipus de creativitat, tipus de xarxa i tipus d'inversió amb una estratègia de hashtags molt definida.

L'empresa proposa un protocol correcte d'actuacions amb els usuaris davant de situacions específiques amb una proposta de resposta immediata. Finalment, BUM BLASI presenta un equip de treball adequat a les necessitats del servei i a la organització presentada a la proposta.

D'altra banda Zinkdo, ha presentat una planificació operativa (metodologia) elemental en la que no inclou un aspecte clau com és l'equip de treball obtenint la puntuació en aquest bloc de 5 punts.

La proposta incorpora l'anàlisi intern i extern (amb anàlisi de la competència amb 4 competidors), la definició de l'estratègia, la implementació d'aquesta i el seu seguiment.

Els calendaris presentats de funcionament són clars i inclouen una reunió setmanal presencial els dimarts en la que es detalla la feina a realitzar i una de mensual abans dels dia 5 de cada mes per a conèixer dates claus i adaptar continguts a aquestes i el lliurament de còpies i



BUM proposa l'ús d'una eina digital molt pràctica que permet l'accés a la informació en qualsevol moment i permet la tria de paràmetres a analitzar. Aquesta proposta va més enllà de la simple presentació d'informes, facilitant així l'accés a les dades en qualsevol moment. D'altra banda, l'informe presentat contempla totes les dades sol·licitades en el plec essent aquesta proposta exhaustiva i coherent. A més, les mètriques van acompanyades del necessari anàlisi valoratiu i comparatiu per a la posterior adaptació de l'estratègia i per tant obté una puntuació de 10 punts.

En la seva proposta, Zinkdo planteja 3 mètodes que són complementaris per tal de conèixer les mètriques necessàries especificades en el plec. A l'informe mensual i anual se li suma un quadre de comandament bàsic accessible les 25 hores els 7 dies a la setmana. Les mètriques van acompanyades del necessari anàlisi valoratiu i comparatiu per a l'adaptació de l'estratègia. L'informe oblidava el rànquing de hashtags i les mencions d'altres perfils. És una proposta correcta i obté una puntuació de 7,5 punts.

| CONCEPTE A AVALUAR   | BUM | ZINKDO |
|--|-----|--------|
| Metodologia  | 7,5 | 5      |
| Estratègia digital (continguts a partir d'objectius comunicacionals i de màrqueting) | 5   | 7,5    |
| Supòsit pràctic  | 7,5 | 5      |
| Sistema d'avaluació (Informe amb mètriques)  | 10  | 7,5    |
| TOTAL  | 30  | 25     |