

GARA MEDIANTE PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE E SVILUPPO DI UNA STRATEGIA DI DIGITAL MARKETING e MEDIA SU WEB e CANALI SOCIAL FINALIZZATA ALLA PROMOZIONE TURISTICA DI COURMAYEUR. CIG 7503999FDB

CAPITOLATO TECNICO

1. OGGETTO E OBIETTIVI DEL SERVIZIO

Obiettivo generale del servizio è quello di studiare, progettare la miglior strategia di comunicazione in ambito digital e social media per Courmayeur Mont Blanc finalizzata alla promozione turistica della località.

L’attività nello specifico avrà il compito di consolidare, strutturare, ottimizzare e ampliare la comunicazione dell’offerta territoriale della località a 360° rivolgendosi ai seguenti target:

- Turisti nazionali ed internazionali;
- Frequentatori abituali di Courmayeur (nazionali ed internazionali) con particolare focus sui proprietari delle seconde case;
- Cittadini e residenti;
- Operatori del territorio;

La strategia digital, dovrà primariamente mettere gli strumenti web e social a disposizione della società. Da una parte il portale turistico di Courmayeur www.courmayeurmontblanc.it e dall’altra tutti i canali social network di località (Facebook, Instagram, Twitter, Vimeo, Youtube).

L’attività dovrà essere incentrata prevalentemente su:

- Promozione della destinazione generale (stagione invernale ed estiva, ma anche sulle stagioni di passaggio);
- Promozione del brand Courmayeur e consolidamento del proprio posizionamento e della brand reputation;
- Promozione dei prodotti di Courmayeur e delle sue offerte;
- Promozione dei numerosi eventi della località;
- Promozione di eventi e/o offerte di terzi (altri eventi di enti, operatori, ecc.).

Nello specifico, i servizi, sono finalizzati al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- Attuare una politica complessiva di promozione in ambito web e social che vada ad intercettare in maniera attiva il pubblico ed il settore che utilizza i mezzi informatici, sia ai fini informativi che per strutturare e vivere le proprie vacanze;

- Promuovere il territorio invogliando il potenziale consumatore a visitarlo e farne meta della propria vacanza;
- Ottimizzare il posizionamento dei contenuti della destinazione online;
- Catturare l'attenzione dei visitatori e convincerli a fare ritorno sulle piattaforme dedicate alla destinazione;
- Attraverso la strategia digital, comprendere le indicazioni necessarie per gli eventuali interventi da apportare al sito turistico di Courmayeur per un'efficace presenza online della località e delle relative offerte.

Tra l'azione web tradizionale (attività SEO, acquisto ADV, ecc.) legata al portale di destinazione e l'attività di comunicazione tramite social network, andranno destinati gli sforzi e l'attenzione maggiore all'attività social, ritenuta strategica e fondamentale per la giusta comunicazione di località.

A. Definizione ed implementazione di una strategia di digital marketing ed acquisto di pagine su portali e siti web specializzati nazionali ed internazionali

In linea con gli obiettivi della presente gara di appalto si richiede, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con CSC, la definizione di una strategia di digital marketing. Le attività sottoelencate sono da intendersi quali linee guida basilari da seguire per la costruzione di un efficace piano di comunicazione e di azioni promozionali online.

In sintesi, l'aggiudicatario dovrà porre in essere le seguenti attività:

Individuazione di una strategia di digital marketing e definizione di un digital marketing plan che contempra la selezione di target e mercati di riferimento, obiettivi e durata.

Dovranno essere previsti almeno i seguenti obiettivi e attività:

- La promozione dei prodotti turistici di Courmayeur e degli eventi di Località;
- La promo-commercializzazione delle offerte degli operatori;
- L'aumento della percezione in rete della destinazione;
- La fidelizzazione dei turisti attuali;
- La ricerca di potenziali nuovi turisti;
- La crescita della brand reputation e brand visibilità;
- Attività di analisi e monitoraggio.

Prima dell'avvio delle attività previste l'incaricato dovrà condividere con la Stazione Appaltante la strategia promozionale ed in particolare i contenuti sui quali intende focalizzare quest'ultima (siti, manifestazioni, ecc.).

L'aggiudicatario dovrà, inoltre, provvedere direttamente al pagamento dei corrispettivi derivanti dall'utilizzo dei social e degli operatori web.

In linea con gli obiettivi della presente gara di appalto si richiede, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con CSC, lo svolgimento di attività di digital marketing su base nazionale ed internazionale collegate al portale web www.courmayeurmontblanc.it ed eventuali altri siti verticali legati alla Località.

L'aggiudicatario dovrà porre in essere le seguenti attività:

- attività di posizionamento naturale del portale web sui principali motori di ricerca per i mercati strategici come da indicazioni della Stazione Appaltante;
- attività di analisi di parole chiave utili all'ottimizzazione dei contenuti online per incrementarne la visibilità;
- realizzazione di campagne advertising online su portali tematici;
 - Analisi delle keyword del mercato di riferimento per lo sviluppo di una campagna efficace;
 - Mercato Italia e mercati internazionali:
attività minime richieste - attività redazionali, display advertising in linea con eventuali richieste della Stazione Appaltante;
 - Analisi visite e tracciamento conversioni su Google Analytics.

B. Servizi di Digital Marketing collegati agli strumenti social

L'attività legata ai social network di località è fondamentale, obiettivo generale di Courmayeur è quello di avere una presenza social di primaria importanza nel panorama italiano ed europeo.

In linea con gli obiettivi di cui alla presente gara di appalto si richiede, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con CSC, lo svolgimento di attività di digital marketing su base nazionale ed internazionale collegate agli strumenti social di cui sopra. Le attività sotto elencate sono da intendersi quali linee guida basilari da seguire per la redazione dell'offerta tecnica proposta dai concorrenti. Esse dovranno quindi essere rielaborate ed integrate dal concorrente durante lo sviluppo della propria offerta.

Si specifica che i mercati individuati come strategici per il territorio di Courmayeur saranno indicati dalla Stazione Appaltante in linea con il piano strategico di Courmayeur.

Rispetto ai diversi canali l'attività dovrà provvedere:

- definizione degli asset digitali, reputation e scenario competitivo, customer journey e tendenze di mercato di riferimento;
- Attività di content curation a supporto della strategia, con l'obiettivo di aiutare CSC a selezionare i contenuti (visivi e testuali) più efficaci rendendoli coerenti con le diverse attività in essere ed in programmazione;

- Attività di promozione ed advertising, dedicata all'ottimizzazione delle campagne social media. Definiti gli obiettivi con CSC, andranno attivate specifiche campagne con l'obiettivo di raggiungere target nazionali ed internazionali, con particolare focus alla promozione degli eventi e delle attività del territorio;
- Attività di Digital PR, volta alla creazione ed al consolidamento di una rete di influencer ed ambassador sia della località che dei servizi offerti.

C. Servizi di reporting e monitoraggio

In linea con gli obiettivi di cui al presente appalto, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con CSC, lo svolgimento di monitoraggio e reporting delle attività di digital marketing.

L'aggiudicatario dovrà trasmettere a CSC una relazione sull'attività svolta che consenta di valutare i risultati raggiunti in termini di:

1. Numero di azioni editoriali;
2. Numero di reazioni suscitate in rete;
3. Indice di performance che misuri quante reazioni e ritorno porta ogni azione e percentuale di conversione.

In aggiunta, l'aggiudicatario, dovrà misurare, gli indicatori di performance (KPI), gestione del budget, digital analytics ecc., oltre alla definizione di un piano di ascolto della rete (soprattutto legato all'attività Social), dell'analisi dei dati e della futura strategia sulla base degli obiettivi dati e raggiunti.

Come per la parte web l'aggiudicatario dovrà, inoltre, provvedere direttamente al pagamento dei corrispettivi derivanti dalla pianificazione di campagne adv social a pagamento.

2. MODALITA' DI RACCORDO E COORDINAMENTO

L'aggiudicatario dovrà coordinarsi e rapportarsi in maniera diretta e costante, mediante riunioni ed incontri periodici con la Stazione Appaltante. Effettuare, laddove necessario, sopralluoghi e giornate lavorative presso le aree di progetto e riunioni operative periodiche in base alle esigenze del progetto, presso gli uffici come da punto precedente.

Dovranno essere altresì realizzate adeguate forme di confronto e condivisione con i soggetti competenti negli ambiti oggetto delle attività.