

BRIEFING PARA EL CONCURSO DE CREACIÓN DEL GABINETE DE COMUNICACION DE LA RED DE JUDERIAS

CLAUSULAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN DE LA RED DE JUDERÍAS DE ESPAÑA

Contratación de un gabinete de comunicación para llevar a cabo tareas de comunicación y relaciones públicas de la Red de Juderías.

La agencia deberá encargarse de la gestión de la comunicación nacional sobre los eventos, las actividades, la relación entre las diferentes ciudades integrantes, etc. de la asociación. Las tareas a desarrollar por la empresa en concreto serían las siguientes:

Antecedentes

La Red de Juderías de España es una asociación pública sin ánimo de lucro que tiene por objetivo la recuperación y puesta en valor del patrimonio urbanístico, arquitectónico, histórico, artístico y cultural del legado judío en España .

La Red de Juderías se compone de 24 municipios que actúan de manera conjunta: Ávila, Barcelona, Besalú, Cáceres, Calahorra, Castelló d'Empúries, Córdoba, Estella-Lizarra, Girona, Hervás, Jaén, León, Lucena, Monforte de Lemos, Oviedo, Palma de Mallorca, Plasencia, Ribadavia, Segovia, Sevilla, Tarazona, Toledo, Tortosa y Tudela.

La presidencia de la asociación recae periódicamente en uno de sus municipios miembros, de forma rotatoria y alfabética.

La Red de Juderías realiza, además, todo tipo de actividades de promoción de la herencia judía y de la actividad propia de la asociación, como son viajes promocionales nacionales e internacionales, actos de presentación de la Red y sus actividades, firma de convenios de colaboración, formación, edición de diferentes materiales comunicativos y explicativos tales como libros o folletos, y trabaja en la consolidación de una certificación turística propia bajo el acrónimo RASGO.

La comunicación de las actividades de cada municipio está a cargo de los propios ayuntamientos, y Secretaría gestiona hasta la fecha la comunicación on line y off line a nivel nacional e internacional. El aumento de la actividad en los frentes local, nacional y estatal, sumado al crecimiento de la propia red demandan un cambio urgente en la gestión de la comunicación de la Red.

Objetivos

Proyectar la Red de Juderías y sus actividades en los medios de comunicación nacionales e internacionales en cualquiera de los soportes actuales, radio, tv, prensa, redes sociales etc.

Incrementar el conocimiento de la asociación y de las actividades que ésta organiza, por parte de los ciudadanos de los municipios integrantes de la Red de Juderías así como por parte del público potencial, nacional e internacional.

Aumentar el nivel de participación y cohesión del grupo, a través de iniciativas conjuntas, en distintos frentes y soportes mediáticos.

Proporcionar el clipping de medias a la Red tanto de noticias nacionales como internacionales de periodicidad como mínimo mensual

Indicadores

Ganar notoriedad a nivel nacional e internacional, tanto por la Red de Juderías, como por las actividades que organiza.

Dar a conocer los 24 municipios que la integran y conseguir mayor notoriedad.

Posicionar las juderías como patrimonio histórico valioso de las ciudades.

Aumentar el número de visitantes de los barrios judíos de los municipios miembros de la Red de Juderías.

Aumentar el número de publicaciones en prensa extranjera.

Mantener las Redes Sociales en perfecta actualización.

Posicionamiento de Red de Juderías

Se solicita de la empresa que defina un posicionamiento por Red de Juderías y sus municipios. Este posicionamiento deberá contribuir a construir dentro del imaginario del público objetivo los barrios judíos como un patrimonio histórico muy valioso de las ciudades. La empresa, dentro de la estrategia presentada, deberá tener en cuenta este posicionamiento e ir construyéndolo día a día a través de su comunicación, actos, discursos y actividades.

2

Estrategia de comunicación e implementación de la misma

Se encarga la definición de una estrategia de comunicación a nivel online y offline que potencie la Red de Juderías en línea con los objetivos planteados.

La empresa adjudicataria deberá diseñar la estrategia de comunicación y también las acciones concretas a desarrollar, llevar a cabo también la implementación de la estrategia propuesta y sus derivaciones tácticas incluyendo la gestión de medios. Para las topologías de público y mercados que se determinen en cada una de las acciones.

Community Manager

La empresa deberá encargarse también de la gestión de contenidos de las redes sociales, Facebook, twitter, página web, bloggers etc. del conjunto de la Red.

Gestión como gabinete de comunicación: relaciones públicas, protocolo, prensa y soportes digitales

La empresa ejercerá el gabinete de comunicación de la Red de Juderías, desarrollando tareas de relaciones públicas, gabinete de prensa, comunicación, organización de eventos, gestión protocolaria, etc., siempre en línea con la estrategia presentada.

La actividad solicitada en este briefing implicará la conceptualización, comunicación, gestión y supervisión de todo tipo de actos de la Red de Judeías y de sus municipios miembros.

La empresa deberá desplazarse en cualquier momento dentro del territorio nacional, o en determinados eventos a nivel internacional, para coordinar los actos y garantizar su correcto desarrollo en línea con los objetivos de marketing y comunicación descritos.

La gestión de gabinete de comunicación incluye también el mantenimiento y la mejora de la web de la Asociación si corresponde (<http://www.redjudeias.org>).

En el marco del diseño de la estrategia digital se deberán proponer acciones en las redes sociales e implementarlas una vez aprobadas por la Red de Judeías. Para la gestión de las redes, la empresa asignará uno o varios community managers.

Propuesta de presupuesto desglosado

Las propuestas de las diferentes acciones deberán acompañarse de un presupuesto detallado que incluya todas las partidas correspondientes a las tareas a desarrollar: gestión, producción, creatividad, inversión en medios, gastos de transporte / kilometraje, dietas, etc.

Se incluirá en el presupuesto el coste de cómo mínimo cuatro acciones o eventos de la Red a lo largo del año.

Se propone como mejora del mismo la posibilidad de que si alguno de los ayuntamientos del grupo necesita ayuda para acciones concretas de ámbito local la empresa pueda ofrecer sus servicios a un precio ventajoso.

Se solicita un tarifario.

Periodo de Contratación

Un primer contrato por dos años, prorrogables a conveniencia de la Red

Presupuesto

La inversión máxima prevista será de 25.000 euros anuales, IVA incluido.

Otras consideraciones a tener en cuenta

Todas las piezas de comunicación deberán incluir la firma de Red de Judeías, que efectuará su revisión.

La agencia cederá todos los derechos de autor, imagen, música, modelos, fotografía y otras de forma universal, para todos los formatos y medios por un periodo de 3 años. El precio de compra / realización de todas las fotografías o ilustraciones estarán incluidos en el presupuesto.

La agencia asignará a la Red de Judeías un equipo de cuentas senior con responsabilidad directa sobre la planificación, coordinación y ejecución de todos los

trabajos, durante todas las fases de las diferentes acciones, y se coordinará con otros posibles proveedores que participen en ellas.

La Red de Juderías se reserva el derecho de contratar directamente la realización de alguna de las tareas o elementos de comunicación a otro proveedor.

ELEMENTOS A PRESENTAR PARA ESTE CONCURSO

Para ser valoradas, las empresas deberán presentar los siguientes documentos:

1. Estrategia de comunicación online y offline
2. Plan de acciones online y offline en línea con la estrategia presentada
3. Detalle del equipo de trabajo asignado al proyecto, y descripción de la estructura a nivel estatal y para dar cobertura a los eventos y actos internacionales
4. Presupuesto desglosado de la propuesta global y de todos los elementos propuestos.
5. Acreditación de la experiencia en el desarrollo de tareas similares a las descritas con un mínimo de 2 años.

CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS A CONCURSO

La mesa de la presidencia ejercerá de jurado para el análisis de las propuestas presentadas, que se estudiarán de forma anónima y se tendrá en cuenta la mejor propuesta técnica y económica.

La mesa, si así lo decidiera, podría ampliar el número de miembros del jurado creando una comisión técnica ad hoc.

4

Calendario de trabajo	
Redacción de la propuesta o briefing	28 de Mayo
Tramitación a todas las ciudades	5 de junio
Plazo de entrega de las propuestas	30 de Junio
Comité de selección	15 de julio
Aprobación del contrato	Asamblea General

Mesa de la presidencia
Barcelona, 6 de mayo de 2014