

Gara per l'affidamento triennale della gestione dei social media della Reggia di Venaria

2015-2018

Introduzione.

Le prime attività sui social network riconducibili a La Venaria Reale sono state avviate nel 2009 e sono proseguite fino alla fine del 2010.

Nella prima metà del 2011 l'Ufficio Comunicazione e Stampa ha preso possesso delle pagine create e ha lavorato alla gestione, alla stabilizzazione e alla crescita dei social media della Reggia per due anni e mezzo.

Dal 2014 al 2015 l'Ufficio Comunicazione e Stampa ha avviato una collaborazione con un'agenzia specializzata per la gestione della piattaforma social della Reggia di Venaria.

Ad oggi, la piattaforma comprende:

- Facebook
- Twitter
- Google +
- You Tube
- Instagram
- Flickr
- Foursquare
- Yelp
- Tripadvisor

Con l'obiettivo di dare continuità al percorso iniziato e di programmare le attività con una prospettiva a medio-lungo termine, La Venaria Reale intende affidare, tramite una gara, l'incarico di collaborare con l'Ufficio Comunicazione e Stampa alla gestione dei social media della Reggia di Venaria.

Obiettivi.

1. Sviluppo di un sistema di gestione quotidiano dei social media della Reggia di Venaria in grado di rispondere alle esigenze comunicative dell'istituzione e di essere sempre al passo con gli sviluppi tecnologici e mediatici offerti dal web e dai social network.
2. Crescita delle community dei singoli social in termini numerici.
3. Sviluppo e potenziamento dell'engagement da parte delle community.
4. Posizionamento del brand La Venaria Reale nelle top list social del panorama nazionale e internazionale in ambito museale e turistico.

Prestazioni richieste.

1. **Strategia.**

Si richiede la progettazione e la messa in atto di una social media strategy a lungo termine che preveda metodologie, organizzazione del lavoro, linee guida e attività da realizzare nell'arco dei tre anni di affidamento, al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati.

Valutazione:

- *capacità di visione e prospettiva;*
- *precisione e dettaglio nella programmazione;*
- *integrazione con la strategia comunicativa generale della Reggia.*

2. **Gestione quotidiana.**

Si richiede l'individuazione e l'adozione di una modalità di gestione delle attività redazionali necessarie alla presenza quotidiana sui social media della piattaforma, che tenga conto del lavoro di tutti i soggetti coinvolti in tale programmazione (copywriting e graphic design) e del rapporto con l'Ufficio Comunicazione della Reggia.

Valutazione:

- *funzionalità e efficienza;*
- *programmazione e tempestività;*
- *interazione con Ufficio Comunicazione e Stampa.*

3. **Storytelling.**

Si richiede la definizione di una metodologia di storytelling che contempli ogni aspetto della Reggia di Venaria, ogni sua attività e peculiarità, ogni tipologia di informazione possa essere di interesse per il pubblico.

Valutazione:

- *originalità della proposta;*
- *completezza dei contenuti;*
- *varietà e versatilità.*

4. **Mood.**

Si richiede la definizione di uno stile, di un linguaggio e di un mood che siano originali rispetto ai competitors e identificativi della Reggia, dei suoi valori e del suo duplice ruolo di istituzione e “azienda” culturale. Si richiede inoltre la presentazione di simulazioni grafiche e testuali esplicative .

Valutazione:

- *originalità della proposta;*
- *varietà e versatilità;*
- *compatibilità e interazione comunicativo generale della Reggia.*

5. **Monitoraggio e analisi.**

Si richiede monitoraggio regolare del web e dei social media al fine di sondare il sentiment relativo alla Reggia di Venaria e fornire periodiche analisi dettagliate del lavoro che si sta svolgendo, dei risultati ottenuti, delle criticità e delle prospettive.

Valutazione:

- *metodo di monitoraggio;*
- *tipologia delle analisi;*
- *periodicità.*

6. **Trend.**

Si richiede costante aggiornamento sulle nuove tendenze in ambito di comunicazione digitale, sia nel settore culturale che turistico, finalizzate a ricevere conseguenti proposte per tenere La Venaria Reale al passo con i trend, con il gusto e con le direzioni del mercato. Si richiede inoltre l'eventuale implementazione della piattaforma con nuovi profili e nuovi social network.

Valutazione:

- *metodo di aggiornamento;*
- *eventuali nuove proposte;*
- *periodicità.*

7. **Eventi.**

Si richiede la progettazione e la realizzazione di almeno quattro eventi online e offline legati ai social network. Tali eventi, finalizzati a creare interesse nei confronti della Reggia in fasce di mercato potenzialmente nuove e a coinvolgere la community, devono essere realizzati in collaborazione con il Consorzio e coperti sia dal punto organizzativo che di supporto mediatico. Si richiede inoltre la partecipazione ai principali eventi social in ambito museale e culturale (ex. MuseumWeek).

Valutazione:

- *eventuale incremento del numero di eventi;*
- *tipologia di copertura organizzativa e mediatica;*
- *eventuali proposte.*

8. **Live.**

Si richiede la copertura e la cronaca live, sui social media, dei principali eventi annuali della Reggio: almeno cinque conferenze stampa di presentazione delle mostre e degli eventi, almeno cinque eventi in programma.

Valutazione:

- *eventuale incremento del numero di eventi;*
- *tipologia di copertura;*
- *strumenti utilizzati.*

9. **Advertising.**

Si richiede la pianificazione e la gestione di campagne di advertising sui principali social (Facebook, Twitter, YouTube) e su Google sulla base del budget individuato dall'Ufficio Comunicazione e Stampa.

Valutazione:

- *metodologia di pianificazione e gestione;*
- *eventuali ulteriori proposte;*

10. **Produzione multimediale.**

Si richiede l'ideazione, la realizzazione e il lancio di almeno 8 contenuti video virali.

Valutazione:

- *eventuale incremento del numero di video;*
- *tipologia di prodotti;*
- *strumenti utilizzati.*

11. **Social PR.**

Si richiede un'attività di mantenimento delle relazioni social con i principali interlocutori in ambito turistico e museale, con gli opinion leader e con le altre istituzioni museali locali, nazionali e internazionali

Valutazione:

- *modalità di individuazione degli interlocutori;*
- *modalità di interazione;*
- *strategie e obiettivi dell'attività.*

12. **Crisis management**

Si richiede una precisa strategia di crisis management.

Valutazione:

- *valutazione dei rischi;*
- *efficacia e tempestività della strategia.*

Al fine di mettere in atto le attività richieste e di raggiungere gli obiettivi individuati, si richiede inoltre la stretta collaborazione con l'Ufficio Comunicazione e Stampa della Reggia di Venaria, in particolare con la figura del Social Media Manager, con il quale concordare ogni attività e attraverso il quale rapportarsi con gli altri uffici del Consorzio.

Presentazione dell'agenzia.

Si richiede una presentazione dell'agenzia, del portfolio clienti e di eventuali progetti affini precedentemente realizzati.

Valutazione:

- *profilo dell'agenzia;*
- *esperienza nel settore museale e culturale;*
- *livello del portfolio clienti;*
- *qualità dei progetti realizzati.*

Importo a base di gara

L'importo a base di gara è di complessivi euro 70.000,00 per un periodo di tre anni, a decorrere dal 1° ottobre 2015 al 31 dicembre 2018.

Criteri di assegnazione

offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 83 del D.Lgs 163/2006.