evelb



evelb

Tabla de contenido

1. DATOS DE LA EMPRESA....3

PRESENTACIÓN DE LA MEMORIA....3

2. FORMA DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO....4

Objetivos de la partida....4

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO....5

4. EQUIPO HUMANOS Y TÉCNICOS....5

Periodista:....5
Fotógrafo:....6
Diseñadora web:....6

5. ELEMENTOS EJECUCIÓN DEL CONTRATO....7

Tecnologías y aplicaciones social media....7

Plan estratégico de contenidos en redes sociales....8

Análisis del estado actual....8
Definición del plan de contenidos....8
Análisis de los públicos....8
Calendario....9

6. DOSSIER CORPORATIVO EVELB....9

Declaración de confidencialidad y protección de datos

La presente documentación es propiedad de evelb Técnicas y Sistemas S.L., tiene carácter confidencial y no podrá ser objeto de reproducción total o parcial, tratamiento informático ni transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, registro o cualquiera otro. Asimismo, tampoco podrá ser objeto de préstamo, alquiler o cualquier forma de cesión de uso sin el permiso previo y escrito de evelb Técnicas y Sistemas S.L, titular del Copyright. El incumplimiento de las limitaciones señaladas por cualquier persona que tenga acceso a la documentación será perseguido conforme a la ley.

Cualquier dato, inclusive de carácter personal, entregado y/u obtenido por las partes como consecuencia de la provisión/recepción del Servicio, única y exclusivamente podrá ser utilizado o aplicado para dicho fin, no pudiendo ser entregados o cedidos a terceros bajo ningún título (salvo el tratamiento o acceso por aquellos terceros relacionados con la recepción/provisión del Servicio o aquellos casos en los que legalmente la parte viniera obligada, sirviendo en dicho caso esta cláusula como consentimiento expreso a tales efectos), ni siquiera a los meros efectos de su conservación. Las partes deberán adoptar las medidas de índole técnico y organizativas necesarias para garantizar la seguridad de los datos y evitar su alteración, pérdida tratamiento o acceso no autorizado, habida cuenta del estado de la tecnología, la naturaleza de los datos suministrados y los riesgos a que están expuestos, ya provengan de la acción humana o del medio físico o natural.

Los datos de contacto de los interlocutores proporcionados por el Cliente para la gestión de la presente solicitud de oferta comercial y/o relación contractual con evelb Técnicas y Sistemas S.L, así como para otras finalidades que nos permita o autorice en virtud de lo establecido en la Política de Datos de Empresa, cuyo contenido íntegro podrá consultar en la web https://evelb.es/politica-privacidad/. En este contexto, le rogamos que facilite esta información a los interlocutores cuyos datos se estén tratando por evelb Técnicas y Sistemas S.L.

En caso de que como consecuencia de la provisión del Servicio el proveedor de este accediera o implicara la realización de obligaciones o actuaciones que, según la normativa aplicable en materia de protección de datos, se consideren un encargo de tratamiento de datos de carácter personal, tales actuaciones nunca constituirán una cesión de datos por parte del Cliente a evelb Técnicas y Sistemas S.L, sino un tratamiento de datos personales por cuenta del Cliente que será el único responsable del tratamiento. En tal caso, las Partes formalizarán el correspondiente Anexo de encargo del tratamiento.

1. DATOS DE LA EMPRESA

EVELB TÉCNICAS Y SISTEMAS es una empresa ubicada en Santiago de Compostela y cuenta con sedes en Vigo, Ourense, A Coruña y Madrid.

Nuestro objetivo principal es dar soluciones objetivas e inmediatas a los problemas y las necesidades tecnológicas de identidades públicas y también de empresas privadas.

Basamos nuestro trabajo en el asesoramiento objetivo ante una necesidad tecnológica en cualquier área de las cuales trabajamos y en las que tenemos una amplia experiencia como son el diseño, desarrollo de software, plataformas web, páginas web, comercio electrónico, aplicaciones móviles, marketing online, posicionamiento web, etc.

Durante estos años, hemos trabajado para tener medios humanos cualificados en las últimas tecnologías, contando con una formación actualizada para lograr otorgar un servicio de calidad con una perfecta ejecución del trabajo. Si insistimos en algo es en la perfección en los proyectos, que actúe como reflejo del esfuerzo en el día a día y porque creemos y nos responsabilizamos en el mismo.

PRESENTACIÓN DE LA MEMORIA

El objeto de esta memoria es presentar la propuesta de evelb Técnicas y Sistemas para la contratación del servicio de gestión de redes sociales sociales y servicios community manager para Auditorio de Tenerife.

Este documento se estructurará atendiendo a los epígrafes previamente citados en el índice, haciendo especial incidencia en aspectos destacados como la creación de un Plan Estratégico de Contenidos acorde a las necesidades actuales de la entidad o las tareas de atención y seguimiento a los medios de comunicación que puedan tener, de algún modo, interés y/o relación con el Auditorio de tenerife.

Evelb Técnicas y Sistemas es una empresa dedicada a la consultoría TIC, con experiencia en implantación de soluciones de diferentes índoles entre las que se encuentran: gestión y asesoramiento de comunicación, implementación de imagen corporativa, redacción de contenidos adaptados a distintos formatos, elaboración y difusión de notas de prensa, diseño digital, análisis estratégico, planificación de medios, creación de branded content, gestión, asesoramiento social media, diseño y creatividad digital, posicionamiento web, SEO y SEM.

2. FORMA DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Objetivos de la partida

Desde evelb Técnicas y Sistemas somos conscientes de la importancia del gabinete de prensa y comunicación, así como de la gestión de las redes sociales para el Auditorio de Tenerife. Así, de la interpretación de la propuesta realizada por el Auditorio se extraen lo siguientes objetivos como punto de origen:

- Identificación de las redes sociales de mayor concurrencia que puedan ser de interés para el Auditorio.
- Presentación de un informe de situación de cómo se encuentra el Auditorio de Tenerife a nivel de posicionamiento como punto de partida en buscadores y en redes sociales.
- Elaboración de un plan estratégico anual de comunicación en la red.
- Propuesta metodológica de trabajo por proyectos adaptados a una institución cultural pública.
- Realizar servicios de consultoría y asesoramiento.
- Seguimiento de la estrategia de comunicación externa, en aquellos proyectos que no dependan directamente.
- Elaboración de un calendario editorial de contenidos específicos para la temática requerida (música, danza, ópera…) con un par de meses de antelación.
- Llevar a cabo el control y análisis de los resultados.
- Adaptación a los cambios o novedades en las redes sociales y de medios online.
- Facilitar al departamento de marketing y comunicación de AUDITORIO DE TENERIFE de un informe que recoja los comentarios y etiquetas recibidos en las diferentes redes, con una periodicidad semanal.
- Emisión de informes y estadísticas de análisis de resultados, alcance y situación, con una periodicidad trimestral, o con aquella a que se haya obligado el adjudicatario, ofertada como mejora de acuerdo con el criterio de adjudicación de presentación de informes de carácter periódico previsto en el cuadro de características.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Desde evelb creemos firmemente el establecimiento de una buena metodología de trabajo es fundamental para el desarrollo e implementación de cualquier proyecto en el que nos embarcamos. También entendemos que, no todos los proyectos son iguales y adaptamos nuestra metodología de trabajo a las exigencias de la clientela. Sobre la base de nuestro modelo de servicios, la metodología que Evelb propone incluye una serie de principios que entendemos indispensable:

- **Cumplir con los requisitos del cliente:** nuestro objetivo fundamental es desarrollar un proyecto que satisfaga las necesidades y expectativas del cliente. Esto implica comprender y documentar claramente los requisitos del proyecto y asegurarse de que se cumplan todos sus requerimientos.
- **Mantenimiento y evolución:** Toda estrategia comunicacional debe ser fácil de mantener y evolucionar a medida que cambien los requisitos o se agreguen nuevas funcionalidades. Esto implica presentar planficiación semanales al Audiotorio para su aprobación.
- **Colaboración y comunicación:** Fomentar una colaboración efectiva entre los miembros del equipo y mantener una comunicación clara con el cliente es uno de nuestros objetivos prioritarios; para conseguirlo debemos utilizar herramientas eficaces de gestión de proyectos como Redmine que proponemos más adelante, realizar reuniones regulares y mantener una comunicación abierta y transparente.

4. EQUIPO HUMANOS Y TÉCNICOS

Periodista:

- Se ocupará de la planificación estratégica del servicio de redes sociales y community manager y coordinará al fotógrafo y diseñador.
- Formación: Licenciado en Periodismo, con formación específica en Marketing Digital, estrategia de contenidos, SEO, análisis de datos y marketing de contenidos.
- Experiencia: Redactor de contenidos con 5 años de experiencia en la creación de contenido relevante para diversos nichos de mercado y plataformas. Amplia experiencia en SEO y optimización de palabras clave para aumentar la visibilidad

y el tráfico orgánico. Capacidad demostrada para investigar, escribir y editar contenidos de alta calidad, adaptándose a las necesidades del público objetivo.

- Tecnologías: Experto en sistemas de gestión de contenidos WordPress y Drupal. Conocimientos avanzados de herramientas SEO como Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Moz para realizar investigaciones de palabras clave,análisis de la competencia y seguimiento del rendimiento del contenido.

Fotógrafo:

- Formación: especialización en Fotografía y formación adicional en Marketing Digital, estrategia de contenidos, SEO, análisis de datos y marketing de contenidos.
- Experiencia: Fotógrafo profesional con 3 años de experiencia en la captura y edición de imágenes de alta calidad para diversos propósitos y plataformas.
- Tecnologías: Experto en el uso de software de edición de imágenes como Adobe Photoshop, Lightroom y Capture One. Conocimientos avanzados de herramientas SEO como Google Analytics, Google Search Console y SEMrush para realizar análisis de rendimiento de las imágenes y seguimiento de las métricas de tráfico orgánico. Familiarizado con sistemas de gestión de contenidos como WordPress y Drupal, utilizados para la presentación y organización de carteras fotográficas en línea. Habilidades en composición, iluminación, retoque fotográfico y conocimientos de las últimas tendencias en fotografía y marketing visual.

Diseñadora web:

- Formación: Licenciatura en Diseño gráfico. Curso Adobe XD: Diseño profesional de prototipos. UX Design & User Experience. Curso oficial de certificación Scrum Manager
- Experiencia: 10 años de experiencia en desarrollo de aplicaciones web. Colaboración en proyectos audiovisuales con la Universidad de Aveiro (2013) Realización de reportajes fotográficos en exposiciones artistas (2009 - actualidad) Diseño de páginas webs y aplicaciones como freelance (2009-2013). Responsable y coordinadora de proyecto de diseño y UX (2013-Actualidad)
- Tecnologías: Dominio de herramientas de diseño web y gráfico como Photoshop, After Effects, InDesing, Final Cut Pro, Flash, Ilustrator, CorelDraw, Dreamweaver.

5. ELEMENTOS EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Para funcionar de forma más eficiente y garantizar unos resultados satisfactorios en la gestión de las redes sociales del Ayuntamiento de Rafal, se propone la ejecución de las conocidas como metodologías ágiles. Su característica definitoria es la adaptación completa a las propias circunstancias inherentes al desarrollo del plan, permitiendo alcanzar una mayor flexibilidad y, por tanto, una mayor capacidad de reacción a posibles problemas que surjan. Para este caso concreto, se propone funcionar con dos de las más populares: TRELLO Y REDMINE.

Trello: Software de administración de proyectos que permite organizar mediante el sistema Kanban las diferentes tareas del plan. En las correspondientes tarjetas que compondrán el tablero se pueden incluir archivos adjuntos, enlaces y demás funcionalidades que permitan la organización del equipo.

Redmine: Este software libre funcionará especialmente en las tareas más vinculadas con el seguimiento. Permite contabilizar el tiempo dedicado a cada tarea y en qué estado se encuentra. También tiene habilitadas funciones de wiki y de foro para que los diferentes miembros del equipo de trabajo puedan trabajar de forma cooperativa.

Tecnologías y aplicaciones social media

De forma complementaria al uso de metodologías ágiles, que harán más efectivo nuestro plan de actuación, reforzaremos nuestra gestión con otras herramientas y aplicaciones exclusivamente destinadas a mejorar la gestión de social media como:

- Adobe Photoshop, Lightroom, Unfold y Canva para la edición de contenidos y creatividades.
- Hootsuite, Metricool, Meta Business Studio, Planoly, Later para la programación de contenidos.
- Google Analytics para la medición de resultados y elaboración de evaluaciones.
- Herramientas de seguimiento de terceros como SEMRush, Metricool para los informes.
- Google trends y Ubersuggest para el seguimiento de tendencias, popularidad de “la marca” y obtener sugerencias de contenido.
- Software de organización: Slack, Redmine, Trello, Google Calendar o Ganttprojec.
- Software de ofimática para la realización de los informes y demás tareas: Microsoft Office.

Plan estratégico de contenidos en redes sociales

Análisis del estado actual

El punto de partida será un estudio pormenorizado sobre el estado real de la comunicación del Auditorio de Tenerife, que incluirá tanto el análisis de los canales propios, de su mercado y sus públicos actuales y potenciales como un seguimiento de la estrategia llevada a cabo por entidades similares que pudieran ser contempladas como competencia directa.

Todo este análisis, quedará recogido en un Plan Estratégico de Contenidos que definirá la estrategia a seguir en la comunicación del auditorio.

Contendrá la planificación anual de la entidad conociendo los proyectos que se pretenden implantar, campañas publicitarias, días clave o eventos importantes para esta y este deberá ser aprobado por la persona responsable del proyecto dentro del propio Auditorio.

Definición del plan de contenidos

Tras un primer contacto con el equipo del Auditorio y en colaboración con este, se ejecutará la creación de un Plan Estratégico de Contenidos partiendo del desarrollo de un diagnóstico inicial de la situación actual y los resultados obtenidos hasta la fecha en la gestión de las redes sociales.

Pondremos nuestro foco en la eficacia total de las siguientes áreas: estrategia de programación, impresiones, alcance, perfil demográfico del visitante (y su comparación respecto al seguidor), visualizaciones, categorización de los tipos de acciones realizadas. Unido a ello, se llevará a cabo un pormenorizado estudio de tendencias en RRSS, así como un análisis del Auditorio de Tenerife como marca en las redes y su correspondiente mercado. Asimismo, se analizarán posibles canales alternativos con el fin de determinar si existen posibles nuevas vías de comunicación adecuadas a los objetivos que se persiguen.

De este, se obtendrán las conclusiones necesarias sobre qué está funcionando y sobre lo que se debe cambiar o reformular de cara a la obtención de mejores resultados.

Análisis de los públicos

Otro factor relevante será el estudio de los públicos tanto actuales como potenciales. De esta forma, se determinarán cuáles son sus características sociodemográficas, su comportamiento en el uso de redes sociales y sus intereses.

Una vez completado este análisis, se concretarán los públicos, tanto actuales como deseados; de forma que se pueda adaptar el mensaje, en cuanto a estilo y formatos, a sus gustos y hábitos en redes sociales.

Además, a partir de las conclusiones extraídas, se podrá delimitar cuál es el contenido que más interesa, así como el estilo, diseño y lenguaje más atractivo para los públicos de interés de forma que todos y cada uno de ellos constituyan una herramienta más con la que captar usuarios y potenciar el crecimiento de los seguidores.

Calendario

Se analizará y determinará una propuesta específica de fechas y horarios más convenientes para las publicaciones en distintas redes, manteniendo la periodicidad marcada por la Institución para cada plataforma. A medida que se desarrolle el contrato, y se obtengan y analicen los resultados de las publicaciones, se irá adaptando dicho horario al que mejor convenga para cada una de las plataformas, optimizando así los resultados obtenidos por las mismas de cara a la consecución de los objetivos marcados.

Dicho calendario se presentará semanalmente al Auditorio para poder realizar las modificaciones convenientes, ajustar los contenidos y dar su aprobación para su posterior publicación. Al mismo tiempo, deberá contemplarse la aparición de tareas esporádicas según la evolución de la actualidad.

En el caso de los eventos promocionales de mayor peso, se presentará una estrategia de acción con contenidos y calendarización, y se tendrá en cuenta la introducción de información relativa a todas las marcas vinculadas a la actividad de Tenerife de una manera equilibrada dentro de una misma semana.

El calendario contendrá el contenido exacto propuesto y diferenciado para cada una de las redes sociales en donde se vaya a publicar.

6. DOSSIER CORPORATIVO EVELB

En evelb creemos firmemente en nuestro equipo y para ello insistimos en realizar proyectos con altos estándares de calidad, que actúen como reflejo del esfuerzo diario de nuestra organización y las personas que trabajan.

Entre los principales clientes podemos destacar:

- Arte y Cultura Castilla y León
- Planéate Lanzarote (Canarias)
- Eren – Agromobilty
- Televisión de Galicia CRTVG
- Concello de Mondariz