



SERVICIO DE IMPLEMENTACIÓN DE PLAN DE MEDIOS DIGITALES

“PROYECTO CONECTA CARTAGENA”

Comentado [1]: Aclarar pf

Comentado [2R1]: Plan de medios de sostenimiento, se refiere a campañas de publicidad digital para mantener de forma constante la presencia en medios y redes del sitio web masificando su implementación

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO
Invitación a Presentar Propuesta No. 10100

CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA
JEFATURA DE COOPERACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN
2024

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SERVICIO

El proyecto "Conecta Cartagena" busca implementar herramientas tecnológicas y estratégicas para optimizar la gestión turística en la ciudad. En este contexto, la Cámara de Comercio de Cartagena en adelante (CCC) está interesada en contratar el servicio de implementación de un plan de medios digitales para mantener de forma constante la presencia en medios y redes del sitio web: www.visitcartagena.com.co.

2. ¿QUÉ ES UN PLAN DE MEDIOS DIGITALES?

Un **plan de medios digitales** es un documento estratégico que detalla cómo, cuándo y dónde se distribuirá contenido publicitario o promocional a través de plataformas digitales para alcanzar objetivos de marketing específicos. Este tipo de planificación ayudará al proyecto a optimizar sus recursos y garantizar que sus mensajes lleguen de manera efectiva al público objetivo.

Beneficios: Maximizar el impacto y la eficiencia en el entorno digital de www.visitcartagena.com.co en el marco del proyecto Conecta Cartagena.

La propuesta que salga favorecida en el proceso deberá tener en cuenta los siguientes parámetros:

1. **Definición de objetivos:** Establecer metas claras como aumentar el tráfico, generar ventas, mejorar el reconocimiento de marca, o captar leads.
2. **Identificación del público objetivo:** Analizar y segmentar la audiencia ideal en términos de edad, ubicación, intereses y comportamiento en línea, segmentando bajo variables demográficas e intereses de navegación, bajo puntos de contacto físicos que sean relevantes en el perfil turismo, viajes, hoteles, restaurantes entre otros.
3. **Selección de plataformas:** Elegir los canales más adecuados (redes sociales, buscadores, sitios web, email marketing, etc.) en función del perfil del público y los objetivos. Acción Omnichannel 360 (DOOH, MOOH, PUSH VIDEO, RICH MEDIA, PROGRAMATICA Y SOCIAL MEDIA).
4. **Presupuesto:** Asignar recursos económicos para cada plataforma o formato, maximizando el retorno de inversión (ROI).
5. **Contenido y creatividad:** Diseñar anuncios y mensajes relevantes que capten la atención y motiven la acción del público objetivo.
6. **Cronograma:** Especificar fechas y horarios para lanzar las campañas, asegurando un impacto constante durante los siguientes 6 meses luego de la adjudicación del oferente.
7. **Medición y análisis:** Utilizar herramientas analíticas para evaluar el desempeño y realizar ajustes en tiempo real si es necesario, de común acuerdo con la entidad.



3. OBJETIVO DE LA CONTRATACIÓN

Diseñar y ejecutar un plan de medios que optimice la presencia del proyecto en canales digitales alcanzando al público objetivo de manera efectiva para cumplir con los objetivos de marketing por establecer, maximizando el retorno de inversión (ROI).

4. IMPACTO ESPERADO

Con la contratación de este servicio, la Cámara de Comercio de Cartagena espera:

- Incrementar el alcance del proyecto tanto a nivel local, nacional e internacional a través de plataformas digitales.
- Aumentar la interacción (engagement) de la plataforma www.visitcartagena.com.co
- Incrementar la competitividad de Cartagena como destino turístico en la región y a nivel internacional, mejorando la experiencia de los visitantes y su percepción de la ciudad.
- Mejorar la posición digital del destino a través de la plataforma www.visitcartagena.com.co

5. LOCALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

El contratista debe garantizar la presencia en reuniones, workshops y mesas de trabajo necesarias para el cumplimiento de los objetivos, aunque no es obligatorio prestar el servicio de forma permanente en las instalaciones de la CCC.

6. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

A continuación, se enuncian de manera general sin limitarse a ellas las actividades a ejecutar en el plazo convenido:

- 6.1 Cumplir con el objeto del contrato conforme a las disposiciones indicadas en el presente documento.
- 6.2 Asegurar la ejecución del plan de medios de acuerdo con los objetivos planteados, la obtención y en los términos y condiciones estipulados.
- 6.3 Planificar y ejecutar el plan de medios, proporcionando materiales para su implementación en cada formato y canal.
- 6.4 Respetar y cumplir con la política de tratamiento de datos personales, la confidencialidad y los acuerdos establecidos con la CCC.

7. OBLIGACIONES DE LA CÁMARA.

- 7.1 Realizar los pagos convenidos en la forma establecida en el contrato que se llegará a suscribir.
- 7.2 Suministrar al Oferente escogido la información necesaria para la ejecución del servicio a contratar.
- 7.3 Adelantar el seguimiento interno del contrato que se llegue a suscribir.
- 7.4 Las demás obligaciones derivadas de la ley, del presente contrato y del principio de buena fe.

8. ENTREGABLES DEL OFERENTE QUE SE LE ADJUDIQUE EL SERVICIO

Oferente que salga favorecido dentro del proceso deberá hacer entrega, sin limitarse a ellas, de lo siguientes:

- a. Plan de Medios.
- b. Reporte de audiencias, canales y mercados.
- c. Reporte e informe final con el desglose de estrategias y descripción del “Buyer Persona”.
- d. Entrega de Research para el anunciante y acompañamiento de data en la campaña.
- e. Informe parcial y final sobre la implementación.