

Teatre Principal

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HA DE REGIR L'ADJUDICACIÓ, MITJANÇANT NEGOCIAT SENSE PUBLICITAT, DEL SERVEI DE COMUNICACIÓ DIGITAL I MÀRQUETING DEL TEATRE PRINCIPAL DE PALMA.

1. JUSTIFICACIÓ.

El Teatre Principal de Palma és un equipament cultural que ofereix programació regular d'espectacles de música, teatre, dansa i òpera.

Per a difondre, promocionar i publicitar la programació i les activitats del TP són molt importants els canals vinculats a la comunicació digital i el màrqueting. Per garantir, la qualitat i la fluïdesa de la comunicació digital és necessari comptar amb un servei extern que assumeixi aquestes tasques, donat que el Teatre Principal no disposa d'aquest servei.

2. OBJECTE I DURADA DEL CONTRACTE.

L'objecte del contracte serà establir les estratègies i la gestió de la comunicació digital, les xarxes socials i el màrqueting segons es detalla a l'apartat 3.

El contracte tindrà una duració d'un any.

3. CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES

La gestió de la comunicació digital i el màrqueting inclou les següents funcions i tasques:

a) Desenvolupament i implementació de l'estratègia global de comunicació digital.

b) Manteniment de la plana web a través del gestor Django CMS

- Redacció, traducció i càrrega de contingut
- Supervisió del manteniment tècnic
- Implementació de millores funcionals
- Detecció i solució d'incidències
- Optimització SEO
- Anàlisi de resultats (Analytics)

c) Disseny, desenvolupament i planificació de campanyes de màrqueting online i offline.

Teatre Principal

- d). E-mail màrqueting: conceptualització, disseny i enviament de newsletters periòdiques.
- e). Gestió, dinamització, monitorització i anàlisi de la comunitat online en xarxes socials.
- f). Assistència a assajos i funcions per a documentació gràfica destinada tant a l'arxiu del Teatre Principal com a la promoció en xarxes socials.
- g). Coordinació audiovisual
 - Conceptualització de peces audiovisuals i coordinació de la seva producció.
 - Manteniment de canal de vídeo
- h). Disseny i implementació de noves accions de marketing orientades a la millora del posicionament de la imatge del Teatre Principal.

4. PERFIL PROFESSIONAL

La persona responsable de la gestió de la comunicació digital i màrqueting ha de respondre al següent perfil:

Formació en Ciències de la Comunicació (Llicenciatura en Periodisme, Publicitat i RRPP o afins).

Máster / formació en gestió cultural

Formació específica en Social Media

Experiència en el sector de les arts escèniques

Experiència en l'àmbit del periodisme cultural /institucional

Experiència demostrable de 3 a 5 anys en comunicació digital i màrqueting

Experiència en gestió de xarxes socials (Hootsuite, Manageflitter, Feedly, Bit.ly, Facebook for Business)

Amples coneixement de l'entorn web 2.0:

- gestor de contingut (Django CMS),
- maquetació web / HTML
- usabilitat i producció de contingut
- Google Analytics i altres eines de monitorització
- Keywordplanner

Teatre Principal

Competències en desenvolupament i execució d'estratègies per al posicionament SEO

Habilitat en la redacció de texts per a canals digitals en català, castellà i anglès (indispensable). Es valorarà coneixements d'altres idiomes.

Domini d'eines d'edició d'imatge (Photoshop), maquetació de texts (InDesign) i vídeo (Premiere).

Coneixements de fotografia.

Flexibilitat horària, caps de setmana inclosos. Es requereix un mínim d'assistència física al Teatre Principal de 20 h a la setmana, repartides segons planificació de l'activitat.

Palma, 7 de març de 2018



Carlos Forcada
Director Gerent FTPP