



Sol·licitud de pressupost relatiu a la consultoria estratègica a seguir per l'FTP365 en relació al web www.visitpalma.com

1. Què necessitem

Des de la Fundació de Turisme de Palma, som conscients de la necessitat de millorar la destinació turística de Palma per tal de consolidar la imatge de la ciutat com una destinació urbana atractiva, moderna, adaptada al visitant, i oberta els 365 dies de l'any. Per a això, es fa imprescindible afrontar el redisseny de la pàgina web turística de la ciutat: www.visitpalma.com, de tal manera que es converteixi en un web innovadora, sostenible, i accessible, capaç de donar resposta a les necessitats actuals de turistes i visitants.

Per tal de realitzar un estudi de mercat d'aquest projecte prèviament a l'obertura del procediment de contractació corresponent, sol·licitem un **pressupost orientatiu** de la consultoria estratègica segons els detalls tècnics que trobaran en el present document.

El pressupost haurà de correspondre a la realització d'un estudi que defineixi l'estratègia en línia de promoció turística a seguir, així com l'assessorament per definir el redisseny i actualització de la web turística.

Un cop realitzat l'estudi de mercat previ, obrirem el procediment de contractació adequat per a la recerca d'assessorament estratègic a seguir per l'FTP365, sobre el qual anirem informant en el perfil del contractant, per tal que puguin participar si així ho desitgen.

2. Necessitats tècniques de consultoria estratègica per a www.visitpalma.com

1. ANÀLISI EXTERNA

A. Benchmark millors pràctiques de les següents destinacions:

- Barcelona
- Londres
- Madrid
- Màlaga
- Amsterdam
- Estocolm
- Copenhaguen
- New York
- Berlín



B. Definició de públic objectiu al que s'ha de dirigir l'estratègia online de la FTP365. Considerant, perfils, segments i mercats als quals ens dirigim per avaluar la possibilitat de generar una oferta alineada amb les motivacions de cada combinació.

C. Definició de buyers-persones abans de i durant la visita a Palma. Tenint en compte el moment en què es troba el visitant podem oferir-li unes coses o unes altres.

2. ATRACCIÓ – GENERACIÓ DE TRÀNSIT

Per aconseguir l'èxit en la plataforma, ens cal definir una estratègia de captació de trànsit, per a això, cal disposar de:

- Anàlisi del domini actual
- Optimització SEO
 - Anàlisi Key Words
 - Benchmark de Key Words dels competidors indicats
 - Definició de Meta Etiquetes
 - Anàlisi Links interns del web
 - Anàlisi d'altres elements que impacten sobre el SEO
- Definició de pla de continguts i gestió dels mateixos
 - Creació de continguts de qualitat
 - Xarxes Socials
 - Adaptació del Producte a l'oferta segmentada (segons perfil, segment yi temporada)
- Definició de territoris de comunicació
- Definició d'arquitectura digital
 - Definició del customer journey & blueprint
- Definició d'estrategia de trànsit mòbil i els seus requeriments

3. CONVERSIÓ

Si en la fase d'anàlisi s'estima la venda en línia de serveis i activitats a Palma, ens cal arribar a una conversió òptima de la plataforma tenint en compte:

- Definició procé de compra
- Sistema de pagament satisfactori

4. AFINITAT

- Newsletters
- Reputació online
- Generar engagement



3. PRESSUPOST

Recomanació pressupostària per posar en marxa el projecte de consultoria estratègica relativa a www.visitpalma.com, segons els lliurables / recomanacions realitzades en aquest document.

Amb posterioritat a aquest procés, s'obrirà el procediment de contractació adequat per a la recerca d'assessorament estratègic a seguir per l'FTP365, en el qual podran participar totes aquelles empreses que estiguin interessades.

4. TERMINI DE LLIURAMENT

El termini de lliurament d'aquest pressupost finalitzarà el proper **28 de novembre**