



Solicitud de presupuesto relativo a la consultoría estratégica a seguir por la FTP365 en relación a la web www.visitpalma.com

1. Qué necesitamos

Desde la Fundación de Turismo de Palma, somos conscientes de la necesidad de mejorar el destino turístico de Palma con el fin de consolidar la imagen de la ciudad como un destino urbano atractivo, moderno, adaptado al visitante, y abierto los 365 días del año. Para ello, se hace imprescindible afrontar el rediseño de la página web turística de la ciudad: www.visitpalma.com, de tal modo que se convierta en una web innovadora, sostenible, y accesible, capaz de dar respuesta a las necesidades actuales de turistas y visitantes.

Con el fin de realizar un estudio de mercado de este proyecto previamente a la apertura del procedimiento de contratación correspondiente, solicitamos **un presupuesto orientativo** de la consultoría estratégica según los detalles técnicos que encontrarán en el presente documento.

El presupuesto deberá corresponder a la realización de un estudio que defina la estrategia online de promoción turística a seguir, así como al asesoramiento para definir el rediseño y actualización de la web turística.

Una vez realizado el estudio de mercado previo, abriremos el procedimiento de contratación adecuado para la búsqueda de asesoramiento estratégico a seguir por la FTP365, sobre el que iremos informando en el perfil del contratante, con el fin de que puedan participar si así lo desean.

2. Necesidades técnicas de consultoría estratégica para www.visitpalma.com

1. ANÁLISIS EXTERNO

A. Benchmark mejores prácticas de los siguientes destinos:

- Barcelona
- Londres
- Madrid
- Málaga
- Ámsterdam
- Estocolmo
- Copenhague
- New York
- Berlín



B. Definición de público objetivos a los que debe dirigirse la estrategia online de la FTP365. Considerando, perfiles, segmentos y mercados a los que nos dirigimos para evaluar la posibilidad de generar una oferta alineada con las motivaciones de cada combinación.

C. Definición de buyers-personas antes de la visita a Palma y durante. Teniendo en cuenta el momento en el que se encuentra el visitante podemos ofrecerle unas cosas u otras.

2. ATRACCIÓN – GENERACIÓN DE TRÁFICO

Para lograr el éxito en la plataforma, necesitamos definir una estrategia de captación de tráfico, para ello, es necesario disponer de:

- Análisis del dominio actual
- Optimización SEO
 - Análisis Key Words
 - Benchmark de Key Words de los competidores indicados
 - Definición de Meta Etiquetas
 - Análisis Links internos de la web
 - Análisis de otros elementos que impactan sobre el SEO
- Definición de plan de contenidos y gestión de los mismos
 - Creación de contenidos de calidad
 - Redes Sociales
 - Adaptación del Producto a la oferta segmentada (según perfil, segmento y temporada)
- Definición de territorios de comunicación
- Definición de arquitectura digital
 - Definición del customer journey & blueprint
- Definición de estrategia de tráfico móvil y sus requerimientos

3. CONVERSIÓN

Si en la fase de análisis se estima la venta online de servicios y actividades en Palma, necesitamos alcanzar una conversión óptima de la plataforma teniendo en cuenta:

- Definición proceso de compra
- Sistema de pago satisfactorio

4. AFINIDAD

- Newsletters
- Reputación online
- Generar engagement



3. PRESUPUESTO

Recomendación presupuestaria para poner en marcha el proyecto de consultoría estratégica relativa a www.visitpalma.com, según los entregables/recomendaciones realizadas en este documento.

Con posterioridad a este proceso, se abrirá el procedimiento de contratación adecuado para la búsqueda de asesoramiento estratégico a seguir por la FTP365, en el que podrán participar todas aquellas empresas que estén interesadas.

4. PLAZO DE ENTREGA

El plazo de entrega de dicho presupuesto finalizará el próximo **28 de noviembre**.