

PLIEGO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

OBJETO

Contar con un servicio integral de publicidad y marketing con el fin de fidelizar y captar nuevos clientes y aumentar la visibilidad de las distintas marcas que comercializa el instituto, para los productos actuales y futuros.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Se requiere servicio integral de planificación, producción y realización de campaña publicitaria de las distintas marcas y productos que comercializa el instituto y otros servicios que se requieran mientras dure el contrato.

GENERALIDADES

La agencia contratada deberá brindar un servicio de consultoría y asesoramiento de estrategias para una campaña publicitaria, que incluye la planificación, diseño y desarrollo integral de una campaña de marketing de los productos que lo requieran.

Disponer de actores y/o influencers según se requiera.

Garantizar la llegada a todo el territorio provincial, el correcto uso de las imágenes y/o logos en las piezas comunicacionales, con la respectiva autorización de uso.

Todas las piezas deberán estar encuadradas en el Código de Buenas prácticas para la Publicidad Responsable de Juegos de Azar Online en Argentina -ALEA- y del Protocolo regulatorio de las campañas de publicidad para la promoción de un juego más responsable -IAFAS-.

La agencia deberá realizar un informe que analice la comunicación y promoción de productos similares a los ofrecidos por el instituto, análisis de la marca y de potenciales clientes para la creación de contenido y llegada a la audiencia.

Deberá presentar las estrategias de marketing para sumar clientes y de posicionamiento de la imagen de la marca en diferentes plataformas.

Los derechos de propiedad de autor y reproducción, así como cualquier otro derecho intelectual de cualquier naturaleza que sea, sobre todo informe, trabajo, estudio u obra producida, incluyendo las diferentes piezas comunicacionales creadas como consecuencia del servicio encomendado a la Agencia de Publicidad que resulte

adjudicataria de la presente Licitación le pertenecerán exclusivamente al IAFAS. Aplica la norma de la Ley 11.723 de Propiedad Intelectual, y sus complementarias.

ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

La agencia deberá presentar la Planificación de la campaña de manera mensual los días 15 de cada mes con las siguientes características:

*Contener un documento con la Planificación propuesta y un cronograma calendarizado de las acciones a llevar adelante en cada propuesta.

*Entrega de 22 piezas comunicacionales mensuales, para radio, tv, radios, gráfica para diarios y revistas, vía pública, pantallas led y redes sociales, en los formatos: Raw, Png, Dng, Gif, Jpeg, Tiff, Mp3, Wav, Aiff, Dsd, Alac, Opus, Flac, Ogg, Avi, Mp4, Mov, Mkv, M4v, Flv, Mts, 3Gp, Insv, M2ts, webm y otros formatos que vayan surgiendo por las nuevas tecnologías.

*Disponibilidad para el trabajo en equipo con el personal de la Coordinación de Comunicación y Relaciones Institucionales del IAFAS y tener capacidad para adaptarse a los cambios de estrategia o producto -en caso de ser necesario- y que la Dirección lo solicite.

*Todo el material presentado deberá tener una versión editable y en el caso que el instituto resuelva necesario editar material, esta edición no podrá dilatarse por más de 5 días.

Mensaje e idea de campaña: La producción del mensaje e idea de campaña, junto con el material publicitario se deberá realizar de acuerdo a lo que se defina con el equipo de la Coordinación.

Requisitos indispensables: la campaña deberá generar confianza al cliente objetivo, demostrando que se trata de un proceso de calidad, transparente y seguro, desarrollado por el IAFAS.

El tratamiento y lenguaje debe ser plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual.

Adaptación de las piezas de comunicación a los formatos solicitados, revisión y corrección del mismo, en caso de ser solicitado por la Coordinación.

Cronograma de trabajo: para cada trabajo presentado, el adjudicatario deberá anexar el concepto creativo de campaña publicitaria, con sus correspondientes bajadas a soportes gráficos, audiovisuales y acciones de Social Media.

La agencia tendrá a disposición los logos del IAFAS, una vez que sea adjudicataria de la licitación.

Según el requerimiento, deberá presentar las propuestas adecuadas para los formatos de diarios, revistas, vía pública, TV, radios y medios web y posibles acciones de promoción, entre otras sugerencias que se vayan sumando durante el transcurso de la contratación.

–

Descripción de las especificaciones comunicacionales:

El enfoque de las campañas que se realicen será guiado por la Coordinación de comunicación y Relaciones Institucionales. Bajo ningún concepto la agencia podrá interactuar con medios proveedores de IAFAS, sin la participación y el consentimiento de la Coordinación mencionada.

La agencia deberá sugerir espacios, tiempos y tipo de piezas comunicacionales favorables para la campaña. Realización de diseño gráfico y audiovisual de piezas comunicacionales para publicitar la marca en diferentes plataformas -creación y producción de formatos de fotografía y/o video-.

Proponer, a través de una guía de posibles nuevos espacios publicitarios -medios y plataformas- dentro de la provincia que se sumen a la unidad de negocios ya establecida por el instituto.

Generación de informes mensuales que fundamenten, a través de encuestas, entrevistas, seguimiento de la campaña, sondeos de opinión u otros la sugerencia de herramientas para optimizar la inversión en los diferentes medios y/o plataformas.

CARACTERÍSTICAS MÍNIMAS: Todas las características y servicios solicitados en el presente son prestaciones de carácter mínimo a cumplir, pudiendo el adjudicatario incluir en su propuesta mejoras no solicitadas, siempre y cuando no representen estos mayores costos para el Instituto.

CRONOGRAMA DE TRABAJO: La agencia adjudicataria deberá confeccionar y presentar una Planificación mensual para la entrega de las piezas comunicacionales.

ANTECEDENTES: El oferente deberá acreditar experiencia mínima de 10 (diez) años brindando servicios de Campañas publicitarias en la provincia de Entre Ríos, que avale su trayectoria y reconocimiento, a la que deberá sumar la presentación de muestras de trabajos realizados –para otros clientes- para una evaluación del trabajo y el alcance del mismo.

Tener sede en la ciudad de Paraná, para una mejor coordinación y trabajo en equipo con los agentes de la Coordinación de Comunicación y Relaciones Institucionales.

LUGAR Y PLAZO DE ENTREGA: La entrega del material audiovisual se realizará a través de correo electrónico con accesibilidad a los documentos editables y en una carpeta de Google drive, para ser controlada y verificada por personal de la Coordinación.

La entrega del primer material se realizará el día 15 del mes anterior a la ejecución del servicio.

DOC H8 GAC CPR 002