

GUGGENHEIM BILBAO

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS QUE RIGE LA CONTRATACIÓN DE LA ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES PARA EL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO

OBJETO

El objeto de este Pliego es determinar las especificaciones técnicas en cuyo marco el contratista deberá elaborar una estrategia en redes sociales para el Museo Guggenheim Bilbao (en adelante, el Museo o la Fundación).

ALCANCE DEL CONTRATO

El contrato comprenderá la definición de una estrategia en redes sociales adecuada, incluyendo su diseño y su desarrollo e implantación, con el fin de convertir dicha herramienta en un medio eficaz de cara al cumplimiento de los objetivos comunicativos del Museo:

1. Fomentar la repetición de la visita, aumentando la interacción de los seguidores del Museo en redes sociales.
2. Captar nuevos públicos entre aquellos que aún no han visitado el Museo por medio de una estrategia específica en redes sociales.
3. Incrementar el negocio online (venta de entradas y actividades, Tienda online).
4. Fomentar las altas de [Seguidores](#) y [Amigos](#) en la comunidad del Museo (Community) en torno al arte y la cultura.
5. Transmitir los contenidos artísticos facilitando la comprensión por parte del público y posicionando al Museo en el sector de las instituciones culturales.

DESARROLLO DEL SERVICIO

A continuación se describen todos los aspectos incluidos en la prestación del servicio objeto del contrato:

Estrategia en redes sociales

Diseño de una estrategia específica en redes sociales (en adelante, la Estrategia) para cada uno de los canales en los que el Museo tiene presencia actualmente: Instagram; Facebook; Twitter; YouTube; LinkedIn; y la actualización de Google My Business; así como de los canales adicionales que, en su caso, sean propuestos por los ofertantes.

La Estrategia deberá contemplar, como mínimo, los siguientes aspectos:

1. Análisis de la presencia actual del Museo en cada una de las redes.
2. Estrategia de contenidos y tácticas a implementar en cada canal para cumplir los siguientes KPIs, teniendo en cuenta la actividad del Museo (exposiciones, actividades, programa Community, Tienda-Librería, etc.):
 - Incrementar la audiencia de los distintos canales.
 - Incrementar la interacción del usuario en los distintos canales.

GUGGENHEIM BILBAO

- Generar tráfico a la web y potenciar las altas en Community y el e-commerce.
- 3. Estrategia recomendada a nivel de idiomas por canales y temáticas.
- 4. Cronograma de acciones.
- 5. Objetivos estimados a alcanzar en cada canal por cada una de las KPIs propuestas.
- 6. Informe de monitorización y seguimiento.

Dentro de la Estrategia, y de forma complementaria a las tácticas generales, la empresa deberá plantear una serie de acciones especiales a desarrollar en redes –contenidos para los distintos canales, concursos, etc.– dirigidas a la consecución de los objetivos marcados.

El contratista asumirá el desarrollo íntegro de las acciones propuestas para cada uno de los canales, valorándose la innovación, el diseño y la creatividad de las mismas. Las iniciativas planteadas también deberán adecuarse a la institución, tanto en lo concerniente a las limitaciones intrínsecas al uso y comunicación de contenidos artísticos (respeto a la obra de arte, derechos de imagen, etc.), como a las posibilidades de dedicación por parte de los profesionales del Museo.

Con el fin de una mejor y más completa prestación del servicio, el Museo facilitará al contratista material informativo de sus exposiciones (catálogo, dossier de prensa, etc.) y de otros hitos susceptibles de comunicación. También le facilitará el acceso al Museo, conferencias y visitas curatoriales que permitan ahondar en su conocimiento y, ocasionalmente, proveerá de material fotográfico y de vídeo de sus exposiciones para su adaptación y utilización en la estrategia de redes. Por otra parte, el contratista deberá generar por su parte recursos y contenidos creativos relevantes afines al posicionamiento del Museo y acordes con sus estándares de calidad.

Los principales hitos y exposiciones de 2024, así como los datos sobre el perfil del visitante y del usuario actual de las redes sociales del Museo pueden consultarse en el Anexo 1.

Aparte de su ambicioso programa expositivo y de actividades culturales, la vocación tecnológica del Museo y su compromiso con la sostenibilidad ambiental serán dos ejes fundamentales para la comunicación del Museo.

Desarrollo e implantación

El objeto del contrato incluye la adecuada implantación de la Estrategia en los distintos canales y la alimentación de los contenidos en español (100%), euskera (como mínimo, un 30% del total de contenidos) e inglés (como mínimo un 30% del total de contenidos) durante el plazo de vigencia del contrato, todo ello en coordinación con el Museo. Será el contratista quien deberá proponer la estrategia de idiomas en función del tipo de contenidos y asumir una traducción profesional de los textos, asegurando su alta calidad.

El contratista se encargará del servicio de Community Management, que deberá desarrollarse por profesionales con experiencia contrastada en proyectos similares: entidades del sector cultural, con audiencia internacional y alto volumen de seguidores. El contratista contará con un equipo estable que se encargará de llevar a cabo las siguientes funciones:

GUGGENHEIM BILBAO

1. Planificación, elaboración y publicación de contenido para los distintos canales en los idiomas propuestos en la Estrategia.
2. Interactuación con los comentarios de los seguidores en las redes del Museo.
3. Planificación y gestión de patrocinio de publicaciones Instagram y Facebook. La cuantía para promoción de posts/stories se establece en 18.000 euros anuales, incluidos en el importe del contrato. Será el contratista quien planifique y abone las cantidades correspondientes con cargo al total de 18.000 euros.
4. Monitorización de conversaciones en redes sociales relativas a la Fundación y a otras instituciones culturales de relevancia.
5. Selección y gestión de permisos de las imágenes de usuarios que etiqueten al Museo en redes, para su publicación en la web de la Fundación a través de la plataforma Flowbox (dedicación requerida entre 2 y 4 horas/mes).
6. Detección temprana de posibles crisis, asesoramiento y gestión de las mismas, cuando proceda.
7. Cobertura in situ de los principales eventos del Museo (inauguraciones de exposiciones, charlas de artistas, actividades de relevancia, etc.).
8. Asistencia a las reuniones semanales del departamento de Comunicación.
9. Generación de informes mensuales de seguimiento, que permitan evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos prefijados para cada uno de los canales, y que incluirán referencias a otras instituciones culturales de relevancia e ideas y medidas para mejora continua.

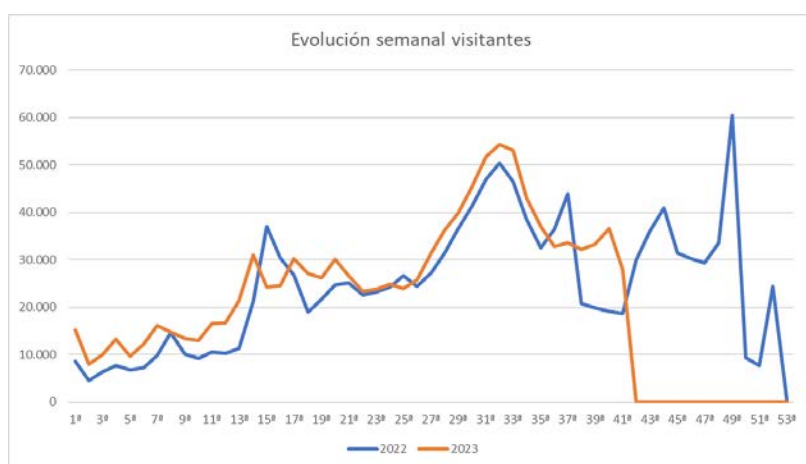
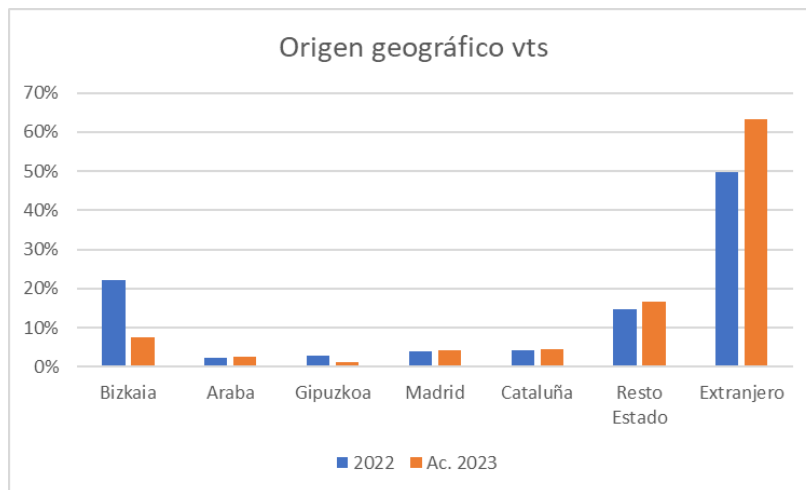
El equipo de trabajo designado para la prestación del servicio deberá ser estable y contará con un/a Líder de Proyecto, que se encargará de coordinar el equipo asignado al contrato para el adecuado desarrollo de las distintas acciones. El Museo tendrá capacidad de interlocución directa tanto con el/la Líder de Proyecto como con el/la Community Manager. El contratista se asegurará de que la información y el feedback proporcionados por el Museo llegue a todos sus miembros y se consolide de cara a las futuras publicaciones. También garantizará el rigor y el control de la calidad en la generación de contenidos y en la publicación final de los mismos, asegurando la ausencia de errores.

El contratista será responsable de incluir y proporcionar todos los avisos legales y leyendas de protección de datos requeridos para el cumplimiento de la legalidad vigente (social media policies) en los distintos canales. Así mismo actuará como intermediario de la Fundación en las transacciones con Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn y Google My Business.

GUGGENHEIM BILBAO

ANEXO 1

Origen geográfico y evolución semanal de los visitantes del Museo en 2022 y en 2023 (1/01 a 7/11)



GUGGENHEIM BILBAO

Exposiciones del Museo en 2024:

Giovani Anselmo (9 febrero – 19 mayo, 2024)

Pop Art (16 febrero – 15 septiembre, 2024)

Film & Video: Metahaven (23 febrero – 9 junio, 2024)

June Crespo (1 marzo – 9 junio, 2023)

Martha Junwirth (7 junio – 22 septiembre, 2024)

Film & Video: Anthony MacCall (20 junio – 10 noviembre, 2024)

Yoshitomo Nara (28 junio – 3 noviembre, 2024)

Hilma af Klint (18 octubre, 2024 – 2 febrero, 2025)

Obras de la Colección del Museo Guggenheim Bilbao (permanente)

GUGGENHEIM BILBAO

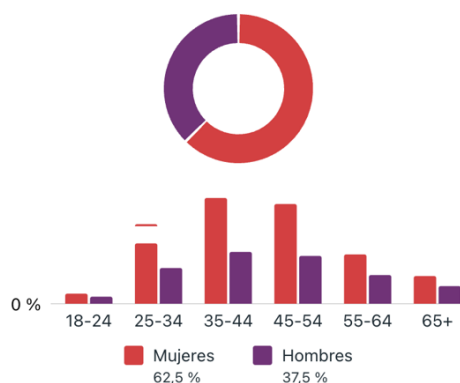
Perfil de los seguidores en redes del Museo

Instagram:

Seguidores de Instagram ⓘ

839 134

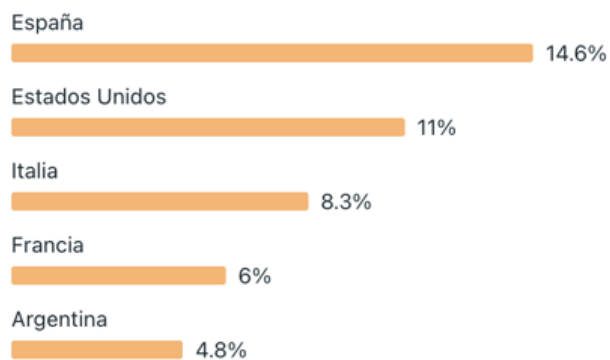
Edad y sexo ⓘ



Ciudades principales



Países principales



GUGGENHEIM BILBAO

Facebook:

Seguidores en Facebook ⓘ

385 001

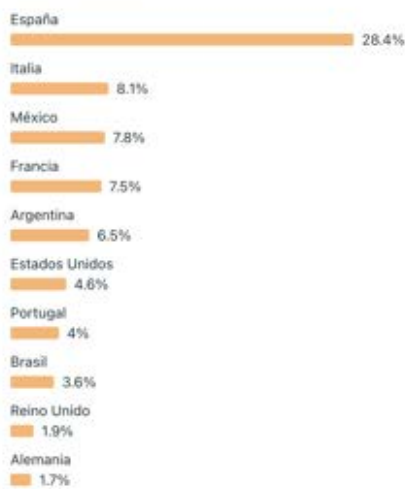
Edad y sexo ⓘ



Ciudades principales



Países principales



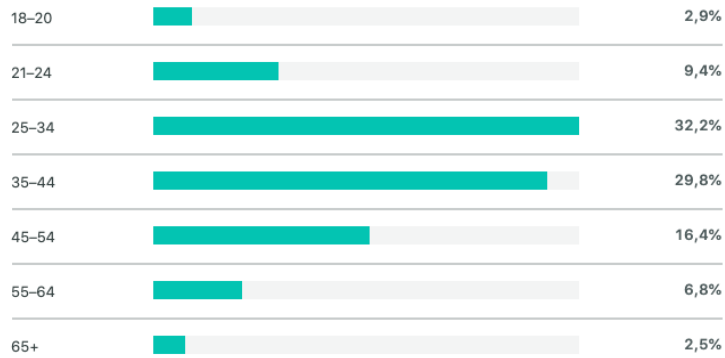
GUGGENHEIM BILBAO

Twitter:

Estadísticas demográficas de la audiencia

Analiza los datos demográficos de tu audiencia a partir del último día del período del informe.

Audiencia por edad ¹



Audiencia por género ¹

