

MODULO OFFERTA PREZZI

CAMPAGNA AWARENESS COLLEGIO INTERNAZIONALE CA' FOSCARI

FASE	DESCRIZIONE TECNICA	PREZZO in cifre	PREZZO in lettere -,00
1. Analisi dell'identità del Collegio Internazionale	a) studio del mercato di riferimento; b) analisi del target e della territorialità da cui questo proviene; c) valutazione dei canali di comunicazione attuali e di quelli da eventualmente implementare; d) verifica della comunicazione dei competitor per evitare sovrapposizioni		
2. Creatività di campagna	a) verifica del payoff/claim attuale e ideazione del nuovo <i>pay-off</i> legato alle campagne di comunicazione, ovvero l'ideazione di una breve frase comunicativamente efficace con cui accompagnare le campagne di comunicazione; b) studio del concept per la creazione delle campagne, ovvero lo studio creativo dell'idea, dei concetti e dei messaggi attorno ai quali sviluppare le campagne di comunicazione; c) definizione del format grafico: due proposte di grafica e copy in linea con l'immagine coordinata dell'Ateneo realizzata dall'agenzia lo scorso anno; d) creazione del key-visual, ovvero dell'immagine grafica coordinata alla base delle campagne di comunicazione; e) definizione del key-message, ovvero la definizione del messaggio e delle parole chiave delle campagne di comunicazione; f) Condivisione di un brief di art direction per servizio fotografico; g) supporto post produzione ed editing delle immagini realizzate dal fotografo dell'Ateneo; h) condivisione con l'Ateneo del progetto finale per approvazione del RUP ed eventuale revisione secondo le indicazioni del RUP stesso.	21.000,00 €	ventunomila-,00
3. Strategia	a) creatività (anche in riferimento al target) b) investimenti da pianificare c) canali da utilizzare: individuazione delle leve comunicative e mezzo/canale di comunicazione d) allocazione del budget.		
4. Investimento media	a) Set up delle campagne b) Gestione del budget media con prenotazione degli spazi necessari nell'esercizio 2024; c) Stesura di un piano editoriale per i canali offline/online da collegare ai canali istituzionali del Collegio (Linkedin, FB, etc) e dell'università Ca' Foscari con proposte per eventuali altre piattaforme, contenente la pianificazione e la programmazione dei post nel caso di Social Media, di pubblicazione ADV nel periodo oggetto della fornitura (dal momento della consegna del progetto creativo fino al 31 dicembre 2025). d) Monitoraggio e ottimizzazione dell'andamento della campagna e) Verifica e report dei risultati relativi a: <ul style="list-style-type: none"> - frequenza (indica quante volte, in media, un singolo utente visualizza un annuncio nel corso di una campagna); - Reach (o copertura, rappresenta il numero di utenti unici che vedono un annuncio almeno una volta) - CPM (o Costo per mille, indica il costo della campagna per mille visualizzazioni dell'annuncio; è una metrica di valutazione economica che aiuta a capire quanto si sta spendendo per raggiungere un determinato numero di persone). 	17.000,00 €	Diciassettemila-,00
TOTALE		38.000,00	trentottomila-,00