

## CAPITOLATO TECNICO SERVIZIO DIMONITORAGGIO ANDAMENTO SOCIAL MEDIA E WEB

### 1. Contesto

Explora S.c.p.a. è una Destination Management Organization (DMO), che ha come attività primaria la promozione dell'offerta turistica della Lombardia.

I soci di Explora sono Regione Lombardia, Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi e Unioncamere Lombardia che ha tra le sue finalità statutarie quella di promuovere il turismo e l'attrattività, nonché quella di valorizzare il territorio lombardo in Italia e all'estero. Explora promuove le attrattive della regione Lombardia verso i turisti, italiani e stranieri, principalmente attraverso il portale in-lombardia.it e i social media ad esso collegati.

Explora sta procedendo, attraverso un'indagine preliminare di mercato, all'individuazione di una ditta per l'eventuale affidamento, ai sensi dell'art. 36, d.lgs. 50/2016, del Servizio di monitoraggio e reportistica social. Ci si riserva pertanto, la più ampia potestà discrezionale che le consentirà pertanto di dare luogo o meno all'affidamento, senza che lei possa vantare pretese o diritti di alcuna natura

### 2. Attività richieste

Si richiede un servizio annuale di monitoraggio e reportistica social comprensivo delle seguenti attività:

- a) Report analitico e comparativo dei canali social di inLOMBARDIA e di EXPLORA mensile:
  - Facebook (obbligatorio)
  - Twitter (obbligatorio) INLOMBARDIA E EXPLORA
  - Instagram (obbligatorio)
  - YouTube (opzionale)
  - Pinterest (opzionale)
  - LinkedIn Explora
- b) Analisi del pubblico dei canali social di inLOMBARDIA. (a titolo esemplificativo ma non esaustivo: dati demografici, quantità di interazioni, interessi)
- c) Report analitico Monitoraggio hashtag mensile (massimo 20 hashtag). Per ogni hashtag si richiedono almeno le seguenti voci (sia dato complessivo, che per canale):
  - numero di volte che viene menzionato l'hashtag
  - numero autori unici
  - engagement
  - parole chiave correlate
  - provenienza degli utenti che pubblicano contenuti con l'hashtag o interagiscono con contenuti che lo contengono
  - analisi degli influencer dell'hashtag
  - argomenti più chiacchierati dagli utenti intorno all'hashtag
- d) Report trimestrale degli hashtag e dei canali di inLOMBARDIA commentato e benchmark con i competitor
- e) Possibilità di produrre report analitici extra nell'arco di 24 ore
- f) Possibilità di personalizzare i report
- g) Analisi influencer del Brand nLOMBARDIA