GALLEGO STABILITO, ANTONIA 20/02/2025 14:34:38
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-708e7232-ef8f-e94c-640d-0050569b34e7

Anuncio para la contratación de un servicio de asistencia técnica y desarrollo de contenidos digitales en el marco del CRM de HubSpot, para la promoción de los productos turísticos de la Región de Murcia.

1. INTRODUCCIÓN.

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia es una Entidad Pública Empresarial creada por Ley (14 / 2012, de 27 de diciembre) y dependiente de la Consejería de Turismo, que se ocupa de la **ordenación**, **planificación**, **programación**, **dirección** y **coordinación** de las competencias en materia de turismo de la Región de Murcia.

El Área de Promoción del ITREM lleva a cabo acciones para la promoción, apoyo a la comercialización y gestión de los productos turísticos del destino Región de Murcia, en el marco estratégico para ***incrementar la competitividad y mejorar el posicionamiento digital del destino*****, actuación enmarcada en el plan estratégico de turismo de la Región de Murcia 2022-2032**

2. OBJETO.

Tras alcanzar los objetivos planteados en las campañas de Inbound Marketing, durante el año 2024 el ITREM tiene la necesidad de continuar desarrollando estas acciones a través de la herramienta tecnológica provista con el **CRM de HuSpot** asociado a la relación comercial con la base de datos de público final y profesional ya interesados en el destino Región de Murcia. Para ello se considera necesario dar continuidad a la contratación de una asistencia técnica y desarrollo de contenidos y campañas digitales, durante el año 2025, con el fin de optimizar de un modo eficiente todas las acciones de Inbound Marketing que hemos llevado a cabo en los distintos canales de ITREM, así como lanzar nuevas acciones para el canal profesional y abrir nuevos segmentos de mercado como el 2º residente extranjero en la Región de Murcia.

3. REQUISITOS TÉCNICOS

El servicio deberá contemplar:

- Web. El portal turístico regional es una web activa, con cambios constantes en su configuración y contenidos, de manera que debemos de generar los suficientes embudos de conversión, CTAs, landing pages, formularios inteligentes y ofertas de contenido para la conversión. Se requiere la optimización semanal de los nuevos recursos de la web y report de interacciones
- Blog “Turismo Región de Murcia”. Se realizará la optimización a Inbound de artículos del blog para la captación y conversión de nuevos leads. Se requiere la optimización semanal de los nuevos recursos del blog.

- Blog “Visit Region de Murcia””. Optimización a Inbound de artículos en inglés y creación de nuevo contenido.
- Redes sociales. De igual manera que en el caso anterior, ser activos nos obliga a adaptar la conversión del mismo modo con el objetivo de captación de leads.
- SEM y editores de contenido externo. Optimizar la conversión en el contenido redaccional que distribuyamos en editores externos, así como conversión en las campañas de anuncios pagados, a través de la campaña de posicionamiento SEM que tiene activa el Itrem.
- Acciones promocionales y ferias. Generación de acciones de captación y conversión en ferias en las que participa el ITREM.
- Optimización de los distintos perfiles de turista (buyer persona) creados para nuestro destino, añadiendo o sustituyendo los necesarios. En este caso será indispensable la incorporación de un nuevo perfil de turismo MICE, para lo cual será obligatorio la definición del perfil de buyer persona correspondiente. Además, se realizará una actualización de perfiles ya consolidados en base a estudios secundarios, entrevistas en profundidad y encuestas anuales a la base de datos para la optimización de perfiles.
- Lead Nurturing. Generación de emailings y ofertas de contenido personalizadas a cada uno de los perfiles de buyer persona. Producción newsletter mensuales adaptadas y segmentadas para un mínimo de 6 perfiles.
- Segmentación, administración y optimización de listas dentro del CRM para adecuarlas a los distintos perfiles desarrollados y su ciclo de compra.
- Creación y ejecución de una política de lead scoring. Calificación automática de leads en base a actividad y comportamiento de los usuarios de manera que podamos adaptar la comunicación y las ofertas comerciales del destino para aquellos perfiles más proclives a convertir.
- Generación de workflows y procesos de automatización de marketing que nos permitan calificar mejor cada uno de los perfiles de Buyer persona además de mejorar su experiencia. Será imprescindible la generación de workflows o flujos automatizados para aquellos perfiles que más interactúen con nuestros contenidos y/o promociones específicas.
- Lead Magnets. Contenidos de calidad que provoquen la conversión: diseño y producción de nuevas Guías, catálogos y sorteos, también nuevas fichas de experiencias, cupones y webinars en los que agentes destacados del destino puedan estar en contacto con turistas finales. Al menos 8 leads magnets editables anuales + 8 en formato promo, sorteo, cupón o similares para su producción durante todo el ejercicio.

Así mismo, serán funciones del adjudicatario optimizar la estrategia Inbound Marketing dirigida a público final que se lleve a cabo durante las distintas campañas, para lo cual se encargará de la ejecución de un plan de acciones que genere contenido de valor, y en el que se contemplen mínimo 4 campañas de Inbound marketing durante los meses de vigencia del contrato.

GALLEGO STABILITO, ANTONIA 20/02/2025 14:34:38
Este es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-708e7232-e18f-e94c-640d-00505691634e7

se valorará la creación de contenido de valor que se pueda aportar a los buyer persona de la BBDD, como estrategia de fidelización, así como la cualificación de datos que no están segmentados.

Con esta estrategia se conseguirá incrementar la interacción de lo usuarios de turismoregiondemurcia.es con las campañas digitales.

En cuanto a los datos, es necesario el cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Esta ley pretende adaptar el ordenamiento jurídico español al Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016, Reglamento general de protección de datos, y completar sus disposiciones. A su vez, establece que el derecho fundamental de las personas físicas a la protección de datos personales, amparado por el artículo 18.4 de la Constitución, se ejercerá con arreglo a lo establecido en el Reglamento (UE) 2016/679 y en esta ley orgánica. En aquellos casos en los que el ITREM lo requiera, se elaborará y/o revisará un entregable un análisis previo de cumplimiento de normativa RGPD, y un informe final de cumplimiento de normativa RGPD, en caso de que el ITREM así los solicite.

4. PRECIO MÁXIMO Y DURACIÓN DEL CONTRATO

Precio máximo: 14.500 + IVA.

La duración del contrato será de 12 meses.

5. VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

Para la adjudicación de este servicio se tendrá en cuenta la propuesta más ventajosa en cuanto a su relación calidad-precio, para lo cual se valorará, tanto la propuesta económica, como la memoria técnica y nuevas funcionalidades de la herramienta.

En Murcia, a fecha de firma electrónica

Antonia Gallego Stabilito
Commerce & Website Manager | Oficina de Promoción
Instituto de Turismo de la Región de Murcia

GALLEGO STABILITO, ANTONIA 20/02/2025 14:34:38
Este es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) CARM-708a7232-ef8f-e94c-640d-0050569b34e7