

Oggetto:

Risposta alla Richiesta di formulazione di offerta per il servizio di sponsorizzazione web e social. CIG: Z4136E3E2E.

La Richiesta di **Università della Valle D'Aosta** in sintesi:

1. Realizzazione di un piano di comunicazione web e social sulla base del budget indicato.
2. Gestione di attività e annunci differenziati e multi-target sulle piattaforme social dell'ateneo (Facebook e Instagram) coerenti con gli obiettivi di marketing dell'università, in particolare in relazione alla campagna promozionale 2022-2023; gestione sponsorizzazioni sulla piattaforma Google Ads. Per questa attività si richiede la presa in carico dei costi relativi alle attività di web e digital advertising sui diversi canali (piattaforme Google e META).
3. Monitoraggio e reportistica delle attività e dei risultati.

Di seguito l'offerta economica di **Digitouch** per la realizzazione dei servizi di seguito specificati:

Di seguito gli step principali volti a definire il **piano di comunicazione Web e Social** per incentivare le immatricolazioni delle lauree triennali e magistrali.

I principali target che saranno oggetto del piano piano di comunicazione Web e Social.

TARGET PRIMARI:

- LAUREE TRIENNALI:

Studenti diplomati e/o prossimi su scala nazionale; Età compresa tra i 17 e i 19 anni.

- LAUREE MAGISTRALI:

Studenti laureati e interessati al percorso magistrale su scala nazionale; Età compresa tra i 22 e i 27 anni di età.

TARGET SECONDARIO:

- GENITORI:

Utenti che sono genitori di figli di età compresa tra i 17 e i 27 anni di età su scala nazionale.

Riteniamo strategicamente efficace concentrare gli effort Media sulla figura dei genitori. L'ultima ricerca condotta da Almadiploma (2019) riporta che per il 60% degli studenti l'opinione dei genitori sul proprio percorso post-diploma ha giocato un ruolo importante

TARGET LAUREE TRIENNALI

Il target che andremo a intercettare attraverso le attività previste dal piano di comunicazione Web e Social sarà così composto:

- Utenti di ambo i sessi;
- Di età compresa tra i 17 e i 19 anni;
- Geolocalizzati su Valle d'Aosta e territori limitrofi.

TARGET LAUREE MAGISTRALI

Il target che andremo a intercettare attraverso le attività previste dal piano di comunicazione Web e Social sarà così composto:

- Utenti di ambo i sessi;
- Di età compresa tra i 22 e i 27 anni;

Geolocalizzati su Valle d'Aosta e territori limitrofi.

TARGET GENITORI

Il target che andremo a intercettare attraverso le attività previste dal piano di comunicazione Web e Social sarà così composto:

- Utenti di ambo i sessi;
- Di età compresa tra i 40 e i 65 anni;
- Geolocalizzati su Valle d'Aosta e territori limitrofi.
- Situazione familiare: genitori di utenti di età compresa tra i 17 e i 27 anni di età.

Canali di comunicazione:

- SEM e DISPLAY Google e YouTube

Il motore di ricerca Google (e la navigazione web in generale) rappresenta, sulla base delle indagini del nostro centro studi, uno degli strumenti principali per la raccolta di informazioni, sia da parte dei target primari che secondari.

- FACEBOOK E INSTAGRAM.

Facebook e Instagram avranno un ruolo cardine in ottica di Awareness e di avvicinamento all'Università su entrambi i target, con particolare attenzione ai target primari.

OBIETTIVI

Uno degli step primari e fondamentali di un piano di comunicazione Web e Social consiste nello stabilire e fissare gli obiettivi.

Con riferimento ai Social e a Google, gli obiettivi principali che andremo a perseguire attraverso le attività sponsorizzate saranno:

- AWARENESS (20% del BDG Media): le azioni di Awareness coinvolgeranno principalmente le piattaforme social attraverso contenuti video volti a raggiungere il maggior numero possibile di utenti in target nei primi 2 mesi di attività.
- TRAFFICO (30% del BDG Media): le azioni di Traffico saranno operate in SEM/Display e su Facebook/Instagram, nel bimestre centrale, a cavallo tra Awareness e Lead Generation.
- LEAD GENERATION (50% del BDG Media): gli obiettivi precedenti sono volti a ingaggiare il target e raccogliere dati nella parte alta del funnel di comunicazione, così da poter poi operare azioni di retargeting Social e Digital per massimizzare i risultati di Lead Generation

SINTESI ATTIVITA'/ECONOMICS

Attività	Descrizione	Importo IVA esclusa
DOCUMENTO DI ANALISI WEB/DIGITAL E PIANO DI COMUNICAZIONE WEB/SOCIAL	Realizzato sulla base di specifici budget, target e obiettivi di comunicazione	1.700,00 €
META INVESTIMENTO MEDIA	Investimento media che può transare su linea di credito Digitouch	4.900,00 €
GOOGLE ADS INVESTIMENTO MEDIA	Investimento media che può transare su linea di credito Digitouch	4.900,00 €
GESTIONE MEDIA ADV	Gestione di attività e annunci a pagamento sulla piattaforma Google e META. In linea con gli obiettivi di marketing di UNIVDA, in relazione alla campagna promo 2022	3.000,00 €
REPORTING ADV	Monitoraggio e reportistica delle attività e dei risultati.	500,00 €
TOTALE Importo IVA esclusa		15.000,00 €