



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS

**SERVICIO DE CONSULTORÍA, BÚSQUEDA, SELECCIÓN Y GESTION E INVITACIÓN
DE INFLUENCERS ESPECIALIZADOS EN MODA Y CULTURA PARA MBFWMADRID**

EXP.- 24/100 - 2000024482

1. OBJETO DEL CONTRATO

Contratación de un servicio para la selección e invitación de distintos perfiles de influencers para dar cobertura a la celebración de MBFWMadrid en tres momentos diferentes dentro de la campaña de promoción previa y durante la propia puesta en marcha de la pasarela. Se trata de obtener la máxima difusión de la convocatoria previa y durante el evento desde perfiles influyentes -de forma orgánica- para que contribuyan al branding de la pasarela.

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

FASE 1. Campaña unboxing.

Durante el mes y medio anterior a la celebración de MBFWMadrid y de forma escalonada, el proveedor debe proponer una campaña de unboxing que consistirá en los siguientes términos:

- Propuesta de diseño de la caja para validación del equipo de MBFWMadrid y aceptación de los cambios, así como su ejecución (selección de material, color, textura...). La fecha límite para la presentación del diseño será 40 días antes de la celebración de la edición para la que se trabaja.
- Asunción de la producción y coste de las 30 cajas. El material deberá estar producido hasta 30 días antes del evento.
- Selección de perfiles que recibirán las cajas para la campaña de unboxing así como desarrollo de las instrucciones a seguir por parte del influencer. Se deberá incluir en la publicación el enlace de compra de entradas en cada una de las publicaciones. La fecha límite para presentar la selección de los perfiles será 30 días antes del evento.
- Consecución de los datos de envío de las cajas y asunción del envío y de su coste aportando los justificantes de envío de cada una de las cajas. Deberá gestionarse durante los 25 días antes de la celebración del evento.
- Seguimiento de la publicación de la recepción de la caja por parte de estos perfiles. Hasta tres días después del envío.
- El proveedor deberá asegurarse de la publicación de un mínimo del 70% de los influencers que recibieron la caja.
- Informe de cierre de la campaña con datos y contenido publicado por cada uno de los perfiles que han recibido la caja y han publicado con los siguientes kpis: alcance, interacciones, tasa de viralidad (compartido/seguidores totales *100), tasa de clics en el enlace, nº conversiones final (este dato será proporcionado por IFEMA MADRID) para que el proveedor lo incluya en el informe.
- El proveedor se compromete a realizar un documento con los enlaces medibles de cada uno de los perfiles a los que se les ha enviado la caja para hacer seguimiento de su enlace y proporcionárselo a IFEMA MADRID. Este informe se podrá entregar hasta un mes después de la celebración del evento.

*Esta fase solo podrá llevarse a cabo en caso de que MBFWMadrid consiga el contenido de la marca validada por ellos para incluir en las cajas. Este contenido dependerá exclusivamente del equipo de MBFWMadrid, no del proveedor, no pudiendo incorporar contenido que no sea validado internamente por MBFWMadrid. IFEMA MADRID se compromete a avisar con un mes y medio antes del evento del desarrollo o no de esta campaña.

FASE 2. Fiesta Oficial MBFWMADRID

Desde el inicio del contrato el proveedor deberá realizar las siguientes tareas:

- Propuesta de los nombres a invitar así como una mini biografía de cada uno de los invitados propuestos justificando el motivo de su selección. IFEMA MADRID se reserva el derecho a pedir el cambio hasta tres veces de cada uno de los nombres propuestos si no le convence la propuesta.
- Desde el momento en el que se fija la fecha de la fiesta y se conoce la localización, así como desde que se tiene aprobada la invitación oficial de la fiesta, el proveedor deberá invitar a 50 caras conocidas más un acompañante por persona, en total, 80 invitados, de forma orgánica a la fiesta oficial de MBFWMadrid.
- El traslado en coche oficial será coordinado y seleccionado por el equipo de MBFWMadrid pudiendo aprobar el traslado en coche oficial de algunos invitados así como aprobar la asistencia pero denegar su traslado de algunos otros invitados. Si el proveedor se compromete a trasladar sin coste hasta la localización del evento al invitado pero no es uno de los seleccionados por MBFWMadrid para ir en coche oficial, el proveedor deberá asumir el coste de ese traslado o gestionarlo directamente con el invitado, sin ser en este caso el coche oficial del evento.
- De entre todos los invitados, MBFWMadrid se compromete a contar con cinco traslados oficiales siempre y cuando sean interesantes para la marca, lo que significa que esto debe aprobarse siempre por MBFWMadrid. Si se contase con más perfiles interesantes, se podría valorar aumentar ese número de traslados con valoración personalizada por el equipo de MBFWMadrid.
- Gestión de photocall, recibimiento y posados de las celebrities por parte de una persona experta en gestión de photocalls
- Entre las tareas que el proveedor debe conseguir de los invitados de forma orgánica se encuentran las siguientes: publicación en sus rrss de su asistencia a la fiesta, posado en el photocall oficial del evento (será el oficial de MBFWMadrid con posibilidad de ir de la mano de algún media partner) y alguna publicación dentro de la fiesta. El proveedor deberá asegurarse de la publicación de un mínimo del 70% de invitados en sus rrss.
- Informe de asistencia y publicaciones de cada uno de los invitados con los siguientes kpis identificados: alcance, interacciones, share of voice (visualizaciones / menciones sobre el sector, competidores... *100). El informe deberá presentarse como máximo de 30 días tras el evento.

Para la edición de 2024 IFEMA MADRID informará con una antelación de un mes de la activación de la búsqueda y propuesta de influencers para la fiesta y el evento. De cara a siguientes ediciones IFEMA MADRID informará con una antelación de 2 meses de la activación de las acciones.

FASE 3. Selección de perfiles populares orgánicos, invitación, seguimiento para asistencia a los desfiles e informe

El proveedor deberá trabajar en esta propuesta desde el inicio del contrato siguiendo las indicaciones:

- Propuesta de los perfiles asistentes a cada uno de los desfiles (mínimo 4 por desfile, siendo de media 31 desfiles por edición. Se trata de una estimación y el adjudicatario deberá adaptarse al número de desfiles que finalmente haya por edición). IFEMA MADRID se reserva el derecho a pedir el cambio hasta tres veces de cada uno de los nombres propuestos si no le convence la propuesta. La fecha máxima de entrega de la propuesta será un mes antes del evento.
- En caso de que alguno de los perfiles presentados no sea de agrado para ~~la propuesta no sea de agrado~~ el equipo de MBFWMadrid, el proveedor deberá proponer uno nuevo hasta en tres ocasiones,- Siempre de mutuo acuerdo ambas partes.
- Una vez aprobado por el equipo de MBFWMadrid, se llevará a cabo la invitación de estos perfiles, y una vez confirmados, el proveedor deberá realizar el sitting de estos junto a la persona responsable de MBFWMadrid de esta tarea así como la entrega/envío de acreditaciones para su asistencia.
- El proveedor será el responsable de recibir y acompañar al invitado hasta la grada donde corresponde sentarse. Del sitting y de su designación será MBFWMadrid la responsable.
- El proveedor deberá proponer y gestionar los nombres de los invitados que se consideren para que puedan aparecer saludando en las rrss propias de MBFWMadrid o en el plató oficial de la pasarela.
- El proveedor deberá asegurarse de la publicación de un mínimo del 70% de invitados en sus rrss
- Informe de cierre con los siguientes KPIs: nºasistentes por desfile y nº asistentes en total. Además, de cada uno de los perfiles se detallarán los siguientes KPIs: nº contenidos realizados, alcance de estos, interacciones detallando los compartidos, alcance, impresiones, credibilidad de la audiencia, género de la audiencia, procedencia de la audiencia. Este informe deberá entregarse con fecha máxima un mes después del evento.

3. HERRAMIENTA

Se pide un usuario para lectura por parte del equipo de MBFWMadrid dentro de la licencia de Kolsquare que el proveedor debe tener para realizar estos informes y las consultas de selección de perfiles.

4. EQUIPO MINIMO REQUERIDO

Se requerirá de un equipo con un mínimo de cinco personas cuyos perfiles correspondan a las siguientes descripciones:

Jefe de proyecto. Este perfil debe contar con una experiencia de haber trabajado en un proyecto de similar envergadura en mínimo dos ocasiones. También debe contar con experiencia en contacto con el cliente y gestión de equipo. Será la única persona que reporte al responsable de IFEMA MADRID al cargo de dicho proyecto.

2 Relaciones públicas. Se necesitan dos perfiles con una experiencia en gestión de influencers: relación con agencias de representación, negociación, recepción y asistencia de los perfiles invitados al acto. Se deben aportar dos personas con este perfil cuya experiencia sea al menos de dos proyectos similares en formato y forma al que presentamos.

Administrativo/logística. Se necesita un perfil con diligencia para trámites administrativos de gestión de acreditaciones, recepción de material, cierre de transfers, agenda de influencers

Responsable de photocall. Se necesita un perfil con gran experiencia en photocalls y trato a los medios para la convocatoria de la fiesta. Se requerirá una experiencia de mínimo 5 eventos con photocalls en los que esa persona ha sido el responsable final de photocall (no apoyo).

5. OBJETIVO DEL SERVICIO

Los objetivos y descripción del servicio son potenciar la presencia de MBFWMadrid en el entorno social media a través de perfiles influyentes entre el público potencial asistente a la cita así como en el público de los patrocinadores de MBFWMadrid.

6. PERSONA DE CONTACTO:

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, deben proceder conforme a lo previsto en los apartados 5.- CONSULTAS y 6.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES- del cuadro de características-.

Igualmente, les recordamos que, para aquellas cuestiones que puedan afectar a la operativa / funcionalidad del portal de licitación electrónica de IFEMA MADRID, existe un área de soporte y consulta a licitadores dentro de la web:

Preguntas frecuentes: <https://licitaciones2.ifema.es/html/preguntas-frecuentes>

Manual de uso de la plataforma:

https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia_Licitadores.pdf



Soporte y contacto con plataforma: <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

El contacto telefónico con el encargado de la gestión del expediente perteneciente a la Dirección de Compras y Logística de IFEMA MADRID, que se cita a continuación, se limitará a cuestiones meramente informativas no vinculantes sobre el propio proceso de licitación:

Técnico de Compras - 91 722 57 23