

Capitolato d'appalto:

GESTIONE CANALI SOCIAL VISIT BERGAMO.

Descrizione del servizio richiesto:

sviluppo di una strategia con l'obiettivo di mantenere e migliorare il numero di follower su tutti i canali social di visit Bergamo, vale a dire: Facebook, twitter, Instagram, YouTube indipendentemente da investimenti pubblicitari; la strategia proposta dovrà essere differenziata per lingua e nazione;

ideazione e sviluppo campagne social adv, con relativa produzione di tutti i materiali necessari (foto, grafica, video); il numero e i temi delle campagne sono a discrezione di Turismo Bergamo in base alle necessità di promozione e all'andamento degli stessi social;

Ideazione e sviluppo di azioni che mirino a sviluppare l'engagement dei follower (contest, sondaggi, etc);

redazione e produzione di almeno 3 post al giorno 7 giorni su sette. I testi devono essere approvati da Turismo Bergamo e consegnati con almeno 20 giorni di anticipo per essere tradotti nelle varie lingue.

assicurare tra le 10 e le 20,00 7 giorni su 7 le risposte agli utenti che contattano VisitBergamo attraverso i canali social con un ritardo di massimo 2 ore; le risposte devono essere fornite in italiano e almeno in inglese.

preparare e presenziare riunioni quindicinali al fine di illustrare l'andamento dei vari social e proporre strategie migliorative.

MONITORAGGIO SENTIMENT WEB DESTINAZIONE.

Descrizione del servizio richiesto:

Monitoraggio di minimo 100 punti di interesse attraverso l'analisi della piattaforma trip advisor; Monitoraggio di minimo 100 esercizi commerciali a vocazione turistica (ricettività, ristorazione, noleggi attrezzature, centri benessere, etc) sull'intero territorio provinciale;

Redazione di report trimestrali e analisi;

Produzione di report annuali da trasmettere alle strutture del sistema visit bergamo

Analisi delle destinazioni concorrenti google, facebook, twitter

MARKETING DIRETTO

Descrizione del servizio:

Il marketing Diretto è il sistema in uso che permette di inviare email di benvenuto ai clienti degli alberghi o B&B e di qualsiasi struttura aderente al sistema visit bergamo. Il sistema lavora mettendo in relazione l'utilizzo di una piattaforma di email marketing e uno specifico software proprietario installato sulla piattaforma visitbergamo. I codici sorgenti sono proprietari di Turismo Bergamo e sono commentati.

Descrizione del servizio richiesto:

manutenzione ordinaria del servizio;

costruzione di nuovi modelli di email per il servizio welcome e per il servizio di invii al data base storico;

formazione degli operatori che aderiscono al servizio;

installazione presso le strutture aderenti del plug in realizzato per facilitare la popolazione del database prenotazioni;

Rinnovo della gestione e interventi di miglioramento al portale

Visit Bergamo www.visitbergamo.net

Contesto Attuale

A.1) Introduzione

Il portale Visit Bergamo (d'ora in avanti VB), raggiungibile all'indirizzo www.visitbergamo.net, rappresenta il punto di riferimento per la promozione turistica digitale della provincia di Bergamo.

A.2) Contenuti

VB deve continuare ad offrire una completa autonomia gestionale per l'inserimento/modifica/rimozione di qualunque tipologia di contenuto (testo, foto, video, allegati, embed da piattaforme popolari quali, a titolo esemplificativo, YouTube e Vimeo, punti di interesse georeferenziati, eventi, etc...) in qualunque sua sezione.

Tale funzionalità è valida per ciascuna delle lingue in cui è erogata la piattaforma: italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo.

Gli utenti editor (con vari livelli di privilegi definibili in completa autonomia da un super utente di amministrazione) intervengono in ogni aspetto contenutistico attraverso un sistema di CMS (Content Management System). Compito del CMS è adattare automaticamente (ridimensionamento, caching) i contenuti, senza alcun intervento tecnico da parte dell'editor che li inserisce, per la loro perfetta consultazione da desktop, smartphone e tablet.

Tutte le tipologie di contenuto (e l'annessa ramificazione di ogni singolo capitolo e sotto-sezione di ciascuna pagina del portale) attualmente presenti su VB devono essere preservate.

A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, elenchiamo qui di seguito alcune tipologie di contenuto:

- punto di interesse: ad esempio luoghi, edifici, musei, teatri, etc...;
- eventi: singolo giorno, multi-giorno, ubicati in uno o più punti del territorio, etc...;
- strutture ricettive: ad esempio alberghi, B&B, affittacamere, ostelli, agriturismo, rifugi, campeggi e ristoranti;
- itinerari: ad esempio itinerari enogastronomici composti dall'aggregazione di diversi POI (Point of Interest) all'interno di un unico percorso;
- offerte: pacchetti che mostreranno il contenuto, la durata e il costo relativo all'offerta specifica
- news: contenuti redazionali generati, modificati e moderati dalla redazione editoriale;
- attività commerciali: prevede l'offerta dei propri prodotti/servizi di ciascuna realtà commerciale;
- prodotti tipici: presentazione di prodotti enogastronomici tipici;
- ricette: presentazione di ricette culinarie tipiche;
- produttori: presentazione delle aziende produttrici e dei prodotti tipici da essi distribuiti.

Ognuno di questi contenuti dovrà poter avere (o meno) degli attributi di geolocalizzazione e degli attributi di rilevanza che permetteranno l'ordinamento e la presentazione degli oggetti con regole gerarchie predefinite.

A.3) Requisiti Tecnici

L'hosting del portale VB dovrà essere erogato da data-center ampiamente ridondato (climatizzazione, elettricità, anti incendio, networking), dotato di elevati standard di sicurezza (dispositivi anti-intrusione fisica, firewall, IPS) e di molteplici direttrici di connettività. Devono essere utilizzati server dedicati, mantenuti aggiornati attraverso un'attenta politica costante di patching e upgrading, virtualizzati su istanze proprietarie isolate e replicati su host dormienti ogni notte. A corredo della replica deve essere implementata una politica di backup giornaliera del filesystem e, on-line, dei database. Il deploy negli ambienti di produzione/staging/dev deve avvenire solo sotto controllo di versione da parte del personale interno del fornitore, inoltre tutta l'attività di scambio dati inerente allo sviluppo deve utilizzare esclusivamente connessioni cifrate. L'ambiente di sviluppo e quello di produzione devono essere fisicamente distinti e ci si aspetta che prima di ogni rilascio di produzione venga condotta un'accurata procedura di quality assurance e testing.

Periodicamente devono essere effettuati aggiornamenti della piattaforma (front-end, back-end, sistema operativo e annessi pacchetti installati) per mantenerne costante la sicurezza e l'affidabilità. Tutta l'infrastruttura deve essere monitorata costantemente dal punto di vista sistemistico e applicativo attraverso la presenza di numerose tipologie di allarmi che devono allertare il personale tecnico di reperibilità in quel momento.

E' richiesta una CDN (Content Delivery Network) per il caching degli asset statici a livello internazionale in modo da favorire una rapida consultazione del sito a livello mondiale (e ancora più rapida interazione da dispositivi mobili a ridotta banda).

E' richiesto firewall a livello applicativo (Web Application Firewall) per bloccare gli attacchi condotti contro l'applicazione.

E' richiesta protezione automatica da attacchi di tipo Distributed Denial of Service (DDOS) di bassa portata.

Sviluppi Futuri

B.1) Funzionalità di Booking

Al fornitore è richiesta l'integrazione del sistema di booking Booking.com (o di altra piattaforma che dovesse aggiudicarsi la proposta di partenariato che Turismo Bergamo intendere definire entro la fine del mese di settembre 2017) per permettere all'utente di prenotare il proprio soggiorno senza abbandonare la navigazione dentro VB.

Il contributo del fornitore è prima di tutto una consulenza strategica di User Experience sulla modalità migliore (ossia quella che massimizza il tasso di conversione) per integrare tale funzionalità. Ci si aspetta dunque dal fornitore la consegna di tutti i prototipi funzionali necessari a simulare e validare i percorsi di canalizzazione verso l'obiettivo: l'acquisto dei soggiorni direttamente dal sito VB.

A titolo esemplificativo e non esaustivo si elencano qui di seguito alcuni suggerimenti che il fornitore dovrà approfondire dal punto di vista strategico, di design e di implementazione:

schede strutture ricettive: aggiungere (sotto a "carte di credito accettate") tab "altri servizi" che, al bisogno, si apre rivelando parcheggio, colazione, etc...;

layout pagina di ricerca per prenotazione: nascondere la mappa dal layout "List", inserire un comando "Vedi Mappa", mostrare l'elenco delle strutture ricettive in modo simile a booking.com e musement.com

A livello generale le fasi di interazione saranno le seguenti:

l'utente seleziona su VB le date di soggiorno;

VB interroga, attraverso API (Application Program Interface) apposite, Booking.com per verificare la disponibilità e i prezzi;

VB mostra all'utente i risultati ordinandoli secondo i criteri di rilevanza commerciale impostati su VB.

Al fornitore dunque spetta anche la creazione di tutte le API e la realizzazione delle funzionalità tecniche necessarie per interfacciarsi a Booking.com o altra piattaforma.

B.2) Funzionalità dei Correlati

Al fornitore è richiesta la modifica delle logica di abbinamento e visualizzazione degli elementi correlati seguendo queste linee guida:

impostare la "rilevanza nazionale" a tutti gli oggetti di natura commerciale;

nascondere il campo "rilevanza" da tutti gli oggetti di natura commerciale;

stabilire cosa far comparire tra i correlati "da non perdere nei dintorni" seguendo queste regole:

oggetti di natura commerciale: vale la "rilevanza commerciale". Compaiono prima gli oggetti con "rilevanza commerciale" più alta;

oggetti tipo POI, eventi, itinerari...: vale la "rilevanza". Compaiono prima gli oggetti con "rilevanza internazionale";

in prima istanza si propone all'utente un insieme di risultati con correlati di diverse tipologie di oggetto (3 eventi, 3 POI, 3 ristoranti, ...);

inserire un tasto "vedi altri" per caricare altri correlati. Il criterio di comparsa è sempre lo stesso: prima compaiono i risultati con rilevanza commerciale più alta;

inserire filtri per dare la possibilità all'utente di visionare solo correlati di una tipologia (es. "da non perdere nei dintorni: dove mangiare");

refresh: se una scheda si trova in una zona con tanti correlati (es. centro città con tante "cose da non perdere nei dintorni"), impostare un refresh random: laddove ci sono tanti oggetti della stessa tipologia con stessa rilevanza, il sistema deve proporre risultati diversi al refresh;

escludere dai correlati: Guide turistiche e Info Point;

aggiungere tra gli oggetti da correlare anche le ESPERIENZE;

modificare il raggio dei correlati per i ristoranti;

mostrare prima gli oggetti che distano 1,5 km (e rilevanza commerciale più alta). Il raggio si apre fino a un max di 5 km di distanza;

gli unici correlati che hanno un raggio d'azione più ampio sono le esperienze che devono essere rintracciate nel raggio di 20 km dall'oggetto della scheda.

B.3) Vendita esperienze attraverso Musement (o piattaforma simile)

Uno dei nuovi obiettivi strategici di VB è l'inserimento di esperienze che l'utente può acquistare direttamente (verrà dunque trasformata l'opzione dei "servizi commerciali" in oggetto "esperienze").

Per ottenere questo risultato il fornitore dovrà integrare il sistema di Musement in VB. Al fornitore è richiesta la consulenza di design e strategia per massimizzare il tasso di conversione (numero di esperienze vendute attraverso il portale) di tale integrazione e lo sviluppo di tutti gli aspetti tecnici connessi a tale funzionalità.

E' inoltre richiesta al fornitore lo sviluppo di una dashboard analitica con i dati quantitativi delle vendite generate da tale canale.

B.4) Pagina dei risultati della ricerca

Quando un utente lancia una ricerca per date senza selezionare la tematica (eventi, ospitalità, ristoranti, ecc..), la pagina dei risultati di ricerca dovrà essere così impostata:

nascondere la mappa dalla modalità "list";

inserire un comando "vedi la mappa" per permettere all'utente di vedere i risultati localizzati; mostrare:

eventi con "rilevanza: internazionale";

esperienze (le più gettonate in base alla stagione selezionata e le più vendute);

POI con "rilevanza: internazionale";

ristoranti con "rilevanza commerciale" più alta;

da attivare o disattivare al bisogno: Alberghi con "rilevanza commerciale" più alta

B.5) Design e implementazione schede Prodotti Tipici

Modificare scheda oggetto "Prodotti tipici":

mostrare la mappa solo se sono stati associati produttori alla scheda;

"produttori e rivenditori associati": modificare posizione;

"produttori e rivenditori associati": trovare alternativa alle frecce;

"produttori e rivenditori associati": l'immagine è troppo scura.

B.6) Studio, design e implementazione schede Esperienze

Ripensare al design delle "offerte" oppure creare un nuovo layout per schede "esperienze": al fornitore è richiesto di argomentare tale scelta e supportarla da opportuni ragionamenti di user experience.

Prevedere una seconda gallery sotto il testo descrittivo per rendere le offerte più emozionali (adesso è troppo simile a un POI).

Prevedere tasti tipo "prenota ora" "vedi mappa" "recensioni utenti".

Nota bene: ora non c'è modo di trovare le "offerte" su sito, se non per quelle schede "messe in evidenza in home".

B.7) Design e implementazione delle modifiche alle Strutture Ricettive

Aggiungere una tab "altri servizi" che si apre su comando dell'utente che racchiude: parcheggio, colazione, etc...

Questa tab deve comparire sotto "carte di credito accettate".

B.8) Design e implementazione schede Percorsi

Schede oggetto "Percorsi" non devono essere itinerari ma percorsi tipo trekking. Identificare con un marchio (VisitBergamo APP) i percorsi che provengono dalla APP.

B.9) Versione Mobile VB

Al fornitore è richiesto uno studio strategico dell'interazione tra l'utente e la piattaforma VB da smartphone e tablet in questi due scenari d'uso:

quando l'utente sta pianificando l'arrivo a Bergamo;
quando l'utente si trova a Bergamo.

L'obiettivo è duplice:

ottimizzare le correlazioni "da non perdere nei dintorni" in base alla localizzazione reale dell'utente;
potenziare My Visit aggiungendo: carrello con Esperienze da acquistare; le preferenze di viaggio.

Al fornitore sono richiesti i prototipi funzionali e la successiva implementazione tecnica di quanto definito.

C) Manutenzione e gestione quotidiana

C.1) Manutenzione Ordinaria

Il fornitore dovrà fornire una manutenzione ordinaria quotidiana della piattaforma, le richieste di manutenzione gli verranno recapitate attraverso un sistema di ticketing da lui stesso messo a disposizione.

Tali richieste coinvolgeranno i più svariati ambiti di intervento: contenutistici, implementativi, funzionali.

Per ciascuna di queste tipologie di richieste il fornitore dovrà offrire una proposta di tempi minimi di primo intervento e di risoluzione.

Per quanto riguarda gli aggiornamenti periodici dell'infrastruttura tecnologica (definiti nel paragrafo dell'hosting) il fornitore procederà in autonomia negli intervalli ricorrenti precedentemente definiti.

C.2) Manutenzione Straordinaria

Al fornitore è richiesto pronto intervento nel caso in cui si presentino problemi bloccanti.

Per questa specifica categoria di problemi il fornitore proporrà i suoi livelli di servizio: tempo minimo di presa in carico del problema e di risoluzione dello stesso.

C.3) Ecosistema E015

Al fornitore è richiesta l'aggiornamento del linguaggio digitale E015 pertinente ai flussi di dati da noi esposti (Eventi, Itinerari, strutture ricettive e ristorazione) e l'attivazione, su richiesta, di connessione verso terzi al nostro server dati come da protocollo E015.

|