CLEVER PRODUCCIONES
c o n s u l t o r e s
Making Things Happen

BOGOTÁ – MAYO 8 – 2024

TDR DIGITAL – SANTIAGO GUTIÉREZ

---

1. OBJETO DEL CONTRATO

Definir, administrar y gestionar los canales de comunicación e involucramiento digitales necesarios para generar ventas y asistencia al evento, mediante la creación, gestión y dinamización de contenidos en los canales propios del FIAV Bogotá y de terceros.

2. FECHA DE INICIO. XX DE MAYO 2024

3. FECHA DE FINALIZACIÓN. 15 DE DICIEMBRE 2024

4. MONTO TOTAL DEL CONTRATO. $84’000.000 IVA incluído

5. OBLIGACIONES DEL CONTRATO

-Supervisar, acompañar y gestionar los procesos de producción de contenido, piezas gráficas, cápsulas de video y demás material necesario para la difusión del evento en medios digitales y en los formatos necesarios para generar impacto y difusión del evento.

-Diseñar, administrar y gestionar un plan de relacionamiento digital con Stakeholders, Influenciadores y Detonadores que impacten positivamente en el alcance de la comunicación del evento.

-Diseñar, administrar y gestionar un plan de crisis frente a posibles ataques de reputación en Redes Sociales y Medios Digitales, siguiendo las pautas del plan de comunicación y estrategia general.

-Diseñar y gestionar un formato de medición y seguimiento a los objetivos definidos en la estrategia general.

-Supervisar administrar y gestionar el diseño de un plan de medios como formato y modelo de ejecución de la inversión en pauta digital para conseguir los resultados esperados en términos de alcance y conversión.

7. DESEMBOLSOS Y ENTREGABLES

Desembolso	Entregable
Primer desembolso Primera semana de junio 21’000.000 IVA incluído	❖ Fase de planeación - Documento estratégico Documento que establece los pasos necesarios para ejecutar la estrategia propuesta con el equipo in-house en el tiempo establecido. Este documento define la manera como se ejecutará el plan de contenidos, definirá los canales, los formatos y los momentos de publicación en cada red. Además presenta un benchmark de la categoría, define insights y propone activaciones tácticas para la ejecución de la estrategia digital. ❖ Tareas asociadas Supervisar la definición de objetivos y KPIs. Selección y formación del equipo. Desarrollo del concepto y temas del festival. Supervisar la configuración de las redes sociales. Definición de Rol por canal.
Segundo desembolso Segunda semana de agosto 21’000.000 IVA incluído	❖ Fase de lanzamiento - Inicio de ventas Documento de definición de Estrategia de medios y selección de canales de conversión. Entrega de plan de pauta y modelo de inversión. Matriz de contenidos y Cubo de Distribución que definirán los planes de contenido aterrizados de acuerdo a su función específica en el funnel de conversión. ❖ Tareas asociadas Definición de Estrategia de medios y selección de canales de comunicación. Supervisar la planificación detallada de contenidos para cada etapa del funnel. Acompañamiento a la implementación y desarrollo de la página web y otras plataformas digitales. Ejecución de Estrategia de medios y selección de canales de comunicación. Definición y planeación de Estructura de ejecución del pre-lanzamiento. Supervisar la publicación de contenido detallado sobre el festival, incluyendo artistas, eventos especiales y talleres. Supervisara el diseño y ejecución de campañas de marketing digital para fomentar la compra anticipada. Diseño y ejecución de promociones y descuentos por compra temprana. Supervisar la ejecución de campañas de recordatorio y urgencia para última oportunidad de compra.
	❖ Fase de cubrimiento - Durante el evento Documento que informa las acciones de cobertura del festival a través de redes sociales y otros canales digitales, gestión de la publicación de contenido diario como resúmenes de eventos, entrevistas con participantes y galerías de fotos. Gestión de relaciones públicas y atención a medios durante el evento. ❖ Tareas asociadas

Tercer desembolso Segunda semana de octubre 29’400.000 IVA incluído	Establecer relaciones directas con el equipo de comunicaciones interno del evento y con quienes sea necesario para recibir insumos de comunicación. Definir la línea editorial en todos los procesos de comunicación. Capitalizar oportunidades de comunicación. Establecer relaciones con los colaboradores para conseguir insumos necesarios en las propuestas de comunicación y enfrentar posibles escenarios de crisis. Gestionar e implementar los recursos asignados. Definir el contenido para los activos digitales del evento. Proponer contenidos afines a la estrategia. Publicar y medir el impacto de los contenidos publicados.
Cuarto desembolso Segunda semana de diciembre 12’600.000 IVA incluído	❖ Fase de cierre – Informe final Informe final con resumen de actividades ejecutadas y métricas del impacto alcanzado.



_____

SANTIAGO GUTIÉRREZ VILLAR
CC. 80350215
REPRESENTANTE LEGAL
CLEVER PRODUCCIONES SAS
Nit. 901.369.732-6