**Stima annua del capitolato gara “Videogames Marketing & PR Consultant”**

Raccogliere informazioni, studiare una strategia di engagment per partner dell’ambito videoludico (publisher, eSports e gaming) con specifica attenzione a quanto posto in oggetto concernente lo svolgimento e la conoscenza dei prodotti e degli ambiti culturali di LCG

Redigere presentazioni, proporre **idee “non convenzionali”** e gestire partner videoludici, curando nel dettaglio le quattro fasi della gestione delle attività:

* **Ideazione**
* **Pianificazione**
* **Esecuzione**
* **Post Mortem**

Ponendo, per ognuna di queste fasi, dei check point di verifica con il responsabile dell’area sales e la direzione per valutare se procedere con lo specifico progetto oppure porre delle variazioni allo stesso o cancellarlo.

Coordinare la presenza dei grandi partner con le altre attività di manifestazione e con le necessità del centro storico cittadino, nell'ottica della valorizzazione e dell'inclusione dei contenuti nel piano culturale generale, verificandone la fattibilità in funzione delle strategie aziendali ed alle necessità monumentali cittadine. Con particolare attenzione all’interrelazione fra il settore del videogioco e le altre aree del festival (Comics, Games Table-Top, Japan, Fantasy, Music, Movie&SerieTV).

Si richiede in questa gara, di ideare, progettare e presentare almeno **n° 12 progetti di attività videoludiche non convenzionali**, e quindi svilupparne la fase esecutiva e di analisi e rendicontazione post-mortem di **n°7 progetti**.

Nella fase di Esecuzione, curare e gestire la comunicazione dei progetti, sia con testate di settore che con testate nazionali di stampa, radio e TV.

Redigere post-mortem di tutti i progetti, sia quelli andati a buon fine che quelli interrotti durante il percorso, per la società Lucca Crea.

Redigere report scritti (uno per ogni attività) che evidenzino efficacia e attrattività dei contenuti, evidenziando eventuali problematiche manifestatesi nel corso di svolgimento di ogni singola attività.

Proporre azioni correttive/migliorative, implementare e sistematizzare i contenuti, armonizzare i risultati economici con i risultati culturali.

Fare un report dell’attività di comunicazione, indicando il valore della media-evaluation relativa alle attività videogames e eSports della manifestazione in lingua italiana ed inglese.