

Facsimili per la presentazione delle offerte qualitative:

Facsimile A

Servizio di prevendita Portale

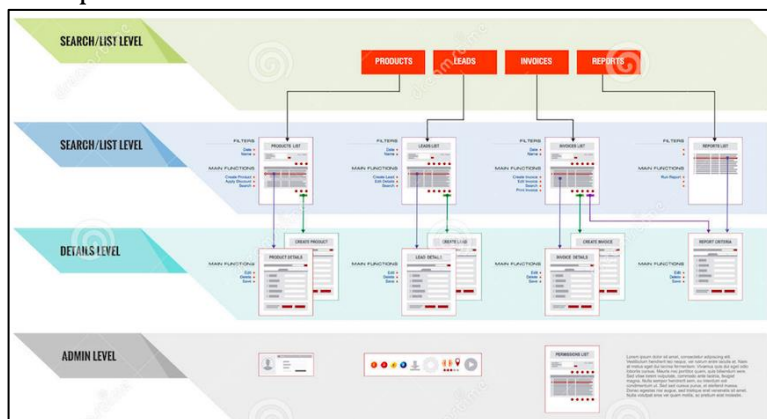
Progetto di realizzazione del portale Lucca Crea con attività annuale, programmazione attività e progetto di comunicazione. Descrive l'idea concettuale del portale proposto, l'impostazione e le funzioni primarie del portale Lucca Crea e le modalità di utilizzo per l'utente.

Descrive l'idea concettuale del portale proposto, l'impostazione e le funzioni primarie del portale Lucca Crea e le modalità di utilizzo per l'utente.

La proposta deve essere presentata:

- graficamente, utilizzando fino a un massimo n. 5 slide in formato a4;

Esempio:



- testualmente con una descrizione non superiore alle 500 battute.

Facsimile B

Volume del traffico on line di vendita dei biglietti e volume dei contatti web e social

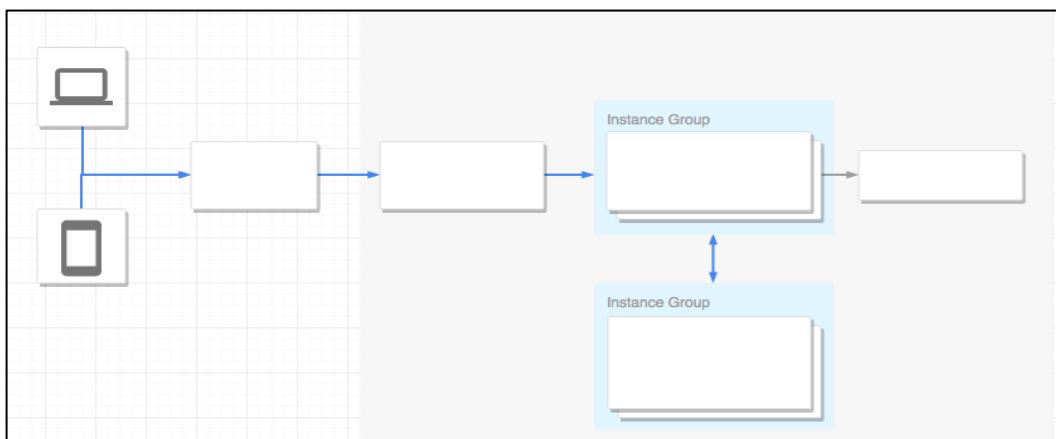
La proposta deve essere presentata utilizzando uno schema analogo a quello sotto riportato:

tipologia	Numero
Biglietti venduti nell'anno	
Contatti/mese web	
Contatti social (specificare i canali)	
Utenti registrati per news-letter e attività di marketing	

Facsimile C

Descrizione delle modalità organizzative di gestione customer care, Help on line e Call Center

La proposta deve essere presentata utilizzando uno schema analogo a quello sotto riportato:



Facsimile D

Esplicitare in modo dettagliato ogni altra percentuale e/o fisso di commissione previsto sugli acquisti in prevendita.

Esempio:

costo biglietto €.
 20,00 + €. fisso o % commissione + €. fisso o % altri oneri a carico dell'acquirente finale

Facsimile E

Servizio di prevendita Eventi

Distribuzione territoriale del circuito di prevendita (prevendite fisiche).

La proposte deve essere presentata utilizzando uno schema analogo a quello sotto riportato:

LOCALIZZAZIONE	N. PUNTI VENDITA
Friuli Venezia Giulia	
Trentino alto Adige	
Lombardia	
Piemonte	
Val d'Aosta	
Liguria	
Emilia Romagna (compreso San Marino)	
TOTALE NORD	

N.B.: Ripetere per e aree del centro e del sud, inserendo oltre ai totali parziali per area geografica anche il totale complessivo. Completare con massimo una scheda analogo per eventuali aree estere coperte dal servizio (Svizzera, etc.)

Facsimile F

Servizio di prevendita Eventi

Progetto di valorizzazione sulla prevendita dettagliato con la proposta di diverse tipologie di biglietti in prevendita, servizi extra e vantaggi per il visitatore compresi nel prezzo del biglietto.

Descrive in massimo una pagina a4 i vantaggi aggiuntivi che vengono offerti divisi per tipologia di servizio.

La proposta deve essere presentata utilizzando uno schema analogo a quello sotto riportato:

biglietto Lucca Comics & Games:

servizi aggiuntivi:

culturali:

-
-
- promozionali
 -
 -
- altro
 -
 -

N.B.: ripetere schema analogo per Polo Fiere ed eventi gardening.

Facsimile G

Servizio di prevendita Eventi

Progetto di agevolazioni sulla prevendita dettagliato con la proposta di diverse tipologie di biglietti in prevendita, servizi extra e vantaggi per il visitatore non compresi nel prezzo del biglietto. Descrive in massimo una pagina a4 i vantaggi aggiuntivi che vengono offerti divisi per tipologia di servizio.

La proposte deve essere presentata utilizzando uno schema analogo a quello sotto riportato:

biglietto Lucca Comics & Games:

servizi aggiuntivi:

- culturali:
 -
 -
- promozionali
 -
 -
- altro
 -
 -

N.B.: ripetere schema analogo per Polo Fiere ed eventi gardening.

Facsimile H

Servizio di prevendita Eventi

Piano di comunicazione per gli eventi prodotti direttamente o indirettamente dalla stazione appaltante sia attraverso i mezzi di comunicazione dell'appaltatrice sia attraverso eventuali partner proposti, contenente visibilità tramite servizi di: direct email marketing, campagne social, ADV web, pubblicità ad eventi dal vivo (concerti e iniziative sportive in stadi e palazzetti). Ogni servizio dovrà essere correlato di specifiche afferenti la reach e la visibilità raggiungibile.

Descrive in massimo due pagine a4 le prospettive di sviluppo dei brand Lucca Crea, elencando in modo schematico i percorsi di comunicazione e i partner individuati e riassumendo le potenzialità di sviluppo prospettate.

Esempio:

piano di comunicazione Brand Lucca Crea:

- Web e social ditta appaltatrice:
 - Descrivere l'attività web e specificare gli accessi unici del sito
 - Descrivere l'attività e i canali social e specificare gli accessi unici
 - Direct email marketing
 - Quantificazione
 - Target per tipologia e numeriche

- Web e social partner proposto:
 - Descrivere l'attività web e specificare gli accessi unici del sito
 - Descrivere l'attività e i canali social e specificare gli accessi unici
 - Direct email marketing
 - Quantificazione
 - Target per tipologia e numeriche
- Comunicazione fisica (affissioni, banner, etc.) ditta appaltatrice:
 - Tipologia
 - Quantificazione
 - target
- Comunicazione fisica (affissioni, banner, etc.) partner proposto:
 - Tipologia
 - Quantificazione
 - target

N.B.: ripetere schema analogo per Lucca Comics, Polo Fiere ed eventi gardening.

Facsimile I

Servizio di biglietteria in loco

Progetto di comunicazione immediata e diretta con il pubblico dei titoli di accesso ancora disponibili per la giornata e per i giorni seguenti in ciascuna delle biglietterie.

Descrive in massimo una pagina a4 (500 battute), e, al massimo con una slide, le modalità di comunicazioni che si intendono utilizzare, principalmente a Lucca durante Lucca Comics & Games allo scopo di comunicare il quantitativo di biglietti ancora disponibili e le altre informazioni utili alla fruizione del servizio.

- Strumenti di comunicazione social:
 -
- Strumenti di comunicazione fisici:
 -

Facsimile L

progetto migliorativo postazioni di emissione biglietti:

Descrive in massimo una pagina a4 (500 battute), e, al massimo con una slide, le componenti migliorative proposte per le casse fisicamente installate a Lucca. In particolare, si richiedono servizi aggiuntivi e proposte migliorative per i seguenti settori.

- l'accoglienza e informazione
- l'accessibilità per disabilità
- gestione comitive e gruppi
- altro