

ALLEGATO A

Voce	DESCRIZIONE	Importo complessivo
	Fase 1 - Analisi preliminare ed individuazione dei contenuti	
	1.1 Mappatura dell'offerta on line e dei competitors:	
1	Mappatura delle best practices e di altri modelli di prodotto turistico-rurale online nazionali e internazionali	€
	Attività di benchmarking	
	Analisi delle innovazioni di prodotto rurale esistenti (itinerari ma anche servizi particolari proposti, nuove forme di fruizione delle aree rurali o simili);	
	Verifica dei target e dei mercati ai quali si indirizzano i competitor e le modalità di presentazione dei territori rurali in funzione delle tipologie di fruitori	
	Studio dei portali che promuovono progetti simili e che hanno dimostrato maggiore successo o efficacia (analisi dei contenuti proposti, del layout grafico, della struttura dei contenuti, dell'alberatura di navigazione, delle tecniche di posizionamento sui motori di ricerca, dei servizi offerti, eccetera)	
	Stesura del report finale sulle attività svolte	
	1.2 Mappatura del territorio:	
	Analisi del territorio comprendente la mappatura delle risorse turistiche, rurali e agrituristiche ma anche culturali, naturali e enogastronomiche	
	Analisi e mappatura di imprese e servizi turistici e di altri servizi presenti e collegabili alla fruizione turistica e rurale del territorio considerato, di imprese rurali, agrituristiche, turistiche, dei produttori di prodotti tipici, cantine, coltivatori, frantoi, etc. con individuazione delle risorse, dei servizi e delle imprese a più alto grado di attrattività (ovvero riconosciuti dal turista potenziale e che possono rappresentare una motivazione al soggiorno e giustificare una visita a queste aree)	
	Mappatura attraverso un sistema di georeferenziazione degli elementi individuati e loro posizionamento su strumenti di geolocalizzazione e loro sviluppo su una mappa integrata interattiva consultabile dall'utente finale	
Stesura del report finale sulle attività svolte		
1.3 Individuazione dei contenuti del portale	€	
Strutturazione di itinerari tematici da proporre online che coinvolgano la totalità delle risorse, servizi e imprese del territorio, che abbiano come punti focali le risorse, servizi e imprese a maggiore attrattività e siano ordinati per tematizzazioni e motivazioni di vacanza (cultura enogastronomica, cultura rurale locale, impianti sportivi, tour in bike o motocicli, percorsi trekking, siti di interesse religioso, servizi per disabili ecc.)		
Verifica della presenza di iniziative simili nella destinazione o nelle aree limitrofe ai fini del coordinamento o della definizione di collaborazioni o partenariati		
Individuazione delle informazioni necessarie da inserire online e strutturazione di schede specifiche (da utilizzare per l'invio agli operatori coinvolti e per la creazione del database turistico rurale)		
Individuazione delle informazioni generali da presentare online (tipologia di informazioni, dati e dettagli, testi, immagini, video, ecc.) e verifica della		

	<p>reperibilità delle stesse. Tutti i contenuti multimediali inseriti nel portale dovranno essere originali o corredati dalle relative liberatorie in originale, fornite dagli autori</p> <p>Valutazione qualitativa e quantitativa dei contenuti a disposizione</p> <p>Verifica dei contenuti non disponibili e definizione delle forme di collaborazione con le imprese locali attuabili per l'eventuale creazione e messa a sistema dei servizi maggiormente carenti sul territorio o per il reperimento o realizzazione dei contenuti mancanti (ad es. photoshooting utilizzabili per il sito ma anche per la realizzazione di eventuale materiale informazioni e promozionale degli itinerari rurali dell'area oppure realizzazione di video utilizzabili per il sito ma anche per la promozione degli itinerari in eventuali fiere di settore). I diritti inerenti a tutti i materiali audiovisivi rimarranno di proprietà del GAL Elimos</p>	
	<p>Fase 2 – Individuazione sistemi e-booking e e-commerce. Stesura dei contenuti e traduzione in quattro lingue</p> <p>2.1 – Individuazione sistema di e-booking</p> <p>Analisi degli eventuali sistemi di richiesta disponibilità e-booking utilizzati nella destinazione e dagli operatori turistici e rurali, compresa l'eventuale adesione a sistemi esistenti (sviluppati, ad esempio, dalla Regione Siciliana – Assessorato Turismo, Sport e Spettacolo, dalla Provincia Regionale di Trapani o da altre strutture)</p> <p>Verifica di iniziative simili già presenti nella destinazione o nelle aree limitrofe ai fini dello sviluppo o coordinamento di eventuali integrazioni, collaborazioni o partenariati</p> <p>Analisi SWOT e individuazione delle linee di intervento di massima</p> <p>Individuazione del migliore sistema di richiesta disponibilità e-booking dell'offerta turistica in funzione dell'analisi realizzata sui competitor e sui sistemi adottati o applicabili alla realtà rurale e turistica locale</p> <p>Definizione delle politiche di richiesta disponibilità e booking da attuare (modalità di contatto, early booking, last minute, refund, reclami, overbooking etc.)</p>	€
2	<p>2.2 – Individuazione sistemi di e-commerce</p> <p>Analisi dell'attuale sistema di commercializzazione online dei prodotti tipici della destinazione e degli operatori turistici e rurali</p> <p>☑ Stesura del report finale sulle analisi ed attività svolte.</p> <p>Verifica presenza di iniziative simili già presenti nella destinazione o nelle aree limitrofe ai fini dello sviluppo e coordinamento di eventuali collaborazioni o partenariati</p> <p>Analisi SWOT e individuazione delle linee di intervento di massima</p> <p>Individuazione del migliore sistema di commercializzazione online dei prodotti tipici locali in funzione dell'analisi realizzata sui competitor e di quella realizzata sui sistemi adottati o applicabili alla realtà rurale e turistica locale</p> <p>Definizione delle politiche commerciali online da attuare (modalità di contatto, acquisto, refund, reclamo, distribuzione, spedizione, packaging eccetera)</p> <p>Stesura del report finale sulle analisi ed attività svolte</p> <p>2.3 – Stesura della documentazione strategica</p> <p>Piano di commercializzazione online del prodotto e degli itinerari turistico-rurali nei territori appartenenti al GAL Elimos per l'implementazione del sistema e della strategia nel portale web (sistemi di booking e e-commerce)</p> <p>Piano di organizzazione e gestione operativa della commercializzazione online</p>	€

	dell'offerta turistica, enogastronomica e artigianale	
	Fase 3 – Progettazione della struttura del portale e layout grafico	
3	Definizione degli standard tecnologici minimi necessari affinché il portale sia operativo e possa portare vantaggi concreti ai territori e operatori coinvolti	€
	Individuazione dei requisiti tecnici di sistema	
	Piano di implementazione sistemi di commercializzazione (booking e e-commerce)	
	Definizione degli standard tecnologici minimi necessari affinché il portale sia operativo e possa portare vantaggi concreti ai territori e operatori coinvolti	
	Individuazione dei requisiti tecnici di sistema	
	Piano di implementazione sistemi di commercializzazione (booking e e-commerce)	
	Progetto tecnico comprendente: <ul style="list-style-type: none"> • Definizione alberatura di navigazione • Wireframe, layout di massima e template per l'home page e per ciascuna delle pagine interne • Requisiti di sistema • Adattamento ai vari device dei navigatori (risoluzione schermo, layout orizzontale/verticale, smartphones, tablet, etc.) per Android, IOS e Windows Mobile, inclusi eventuali aggiornamenti per le release che saranno implementate nei suddetti sistemi per l'intera durata del contratto. 	
	Fase 4 - Creazione, implementazione e pubblicazione del portale e del sistema di e-booking ed e-commerce	
4	Analisi dei target e dei prodotti	€
	Analisi della presenza attuale individuazione dell'immagine online	
	Individuazione della strategia di comunicazione	
	Piano di web marketing	
	Individuazione delle azioni e dei canali online	
	Progettazione PR online	
	Eventuale progettazione di blog trip o iniziative simili	
	Effettiva realizzazione ed implementazione del Portale WEB, con software non proprietari o, qualora si utilizzino sistemi proprietari, con fornitura – esente da diritti – dei codici sorgenti, per eventuali modifiche ed implementazioni	
	Pubblicazione del portale, una volta approvato, in un server con spazio intestato al committente	
	Registrazione del relativo dominio a nome del committente, che ne rimarrà proprietario	
	Verifica dell'ottimizzazione del portale in relazione ai motori di ricerca e, in particolare, realizzazione di tutte le attività finalizzate ad ottenere la migliore rilevazione, analisi e lettura del sito web da parte dei motori di ricerca stessi, per ottenere un migliore posizionamento	
	Verifica delle funzionalità su computer e dispositivi mobili aventi differenti sistemi operativi e risoluzioni video	



	Fase 5 – Progettazione e sviluppo delle azioni di social media marketing	
	Definizione della strategia e degli obiettivi	
	Definizione degli strumenti e canali da utilizzare (owned, earned, paid media)	
	Sviluppo della brand reputation on line	
	Definizione obiettivi e azioni per ogni media	
5	Piano di sviluppo temporale	€
	Gestione dei profili dei principali Social Media. Per ciascuno di questi ultimi dovrà essere previsto un account specifico, livello administrator, che potrà essere gestito facoltativamente dal committente	
	Progettazione e realizzazione di eventuali azioni specifiche tese a sviluppare l'efficacia dell'azione sui social media	
	Fase 6 – Gestione back office	
	Redazione linee guida da consegnare al GAL Elimos	
	Briefing periodici con l'Ufficio di Piano/Direzione Marketing del GAL Elimos	
	Verifica requisiti delle aziende invitate a presentare offerta	
	Organizzazione operativa del team di lavoro	
6	Implementazione iniziale dei contenuti. Per specifiche aree, in particolare (ma non esclusivamente) quelle riferite all'offerta singole aziende ricettive o produttive, dovrà essere implementato un sistema di web content management con sistema di accesso multi-level; grazie a questa piattaforma di inserimento, ciascuna azienda sarà in grado di aggiornare autonomamente l'offerta di prodotti e servizi, la disponibilità delle camere, i listini, le immagini esplicative etc. Il Gal stesso sarà abilitato a gestire news, relazioni con utenti, eventi, FAQ ed altri contenuti che verranno indicati alla stipula del contratto	€
	Fase 7 – Campagna SEO	
	Analisi della Link popularity e dei link provenienti da altri siti	
	Analisi delle parole chiave per prodotto/mercato	
	Ottimizzazione dei contenuti con parole chiave adeguate	
7	Preparazione dei Meta TAG per ogni singola pagina e differenziati per lingua	
	Preparazione degli anchor text e dei back link e testi alternativi (attributo Alt)	
	Analisi statistica delle visite per segmento con fornitura di report mensili	
	Sviluppo di adeguate strategie SEO, anche tramite l'acquisto di pacchetti promozionali e banner su altri portali, motori di ricerca e social media	
	TOTALE COSTI PER ATTUAZIONE INTERVENTO COMPRESA LA GESTIONE E MANUTENZIONE FINO AL 31/12/15	€

Allega in duplice copia:

- fotocopia del documento identificativo del firmatario della presente istanza.

piano dettagliato delle attività sottoscritto, siglato e timbrato in ogni pagina.



Data

Timbro e Firma

REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA
ASSESSORATO REGIONALE
DELL'ECONOMIA AGRICOLA
E ALIMENTARE



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E RURALI



GAL ELIMOS s.c.ar.l.

Via Giuseppe Mazzini n. 42 | 91013 Calatafimi Segesta TP
Email: info@galelimos.it | PEC: galelimos@legalmail.it

www.galelimos.it

Tel. +39 0924 950094 | Fax +39 0924 957111
Cell. +39 331 9855928 | +39 366 6350913

C.F. 02412550812