

Allegato al Verbale del RUP del 25/10/2023

	Agenzia pubblicitaria Andrea Castellana	Production Code	Skuola Network	The washing Machine Italia	IOL	Grinder	Happy Minds	SCAI	KIDEA	Amarena
la descrizione delle modalità di svolgimento del servizio tenendo conto di quanto indicato al paragrafo VI dell'Avviso										
1) innovatività della proposta ed articolazione dei canali (social , advertising e altri strumenti media) utilizzati per la campagna;	La proposta è sintetica, ma si declina soprattutto indicando un insieme variegato di strumenti: un sito web con un chatbot per l'assistenza utenti , una presenza sui social media (Facebook, Instagram, X e LinkedIn), lo sviluppo di una app mobile, campagne di digital advertising - influencer marketing, webinar e newsletter. Innovativa la proposta di chatbot	Complessivamente la proposta risulta articolata sulle azioni per diffondere i contenuti attraverso i formati ad alto engagement (immagini, reel, pillole, infografiche e video) sui canali social più in target col mondo giovanile. Sono indicati i canali di comunicazione, la differenziazione di target tra genitori e studenti, coinvolgimento di influencer e campagne di digital adv	Complessivamente la proposta risulta ben articolata a partire dal minisito dedicato (Content Hub) alla promozione e diffusione del volume "Diplomati e Lavoro". Diversificate le azioni per diffondere attraverso i formati ad alto engagement (immagini, reel, pillole, infografiche e video) sui canali social più in target col mondo giovanile. L'innovatività è data particolarmente dalla proposta di short video branded, la social content serie e la short video serie. Innovativa anche la proposta dell'Osservatorio PR e della survey che risulta utile a comprendere il sentiment degli studenti in target. La proposta risulta essere costruita a partire da una conoscenza approfondita sui prodotti Excelsior e sviluppata in modo da valorizzarne in modo sinergico il patrimonio informativo.	La proposta risulta articolata in termini di piano editoriale dei contenuti e piano media dei canali utilizzabili più in target col mondo giovanile e attraverso i formati ad alto engagement con una particolare attenzione al video marketing, all'influencer marketing e alle digital Pr. Innovativa la proposta di contest online per coinvolgere direttamente gli studenti, e la realizzazione di sticker online e offline per la diffusione nelle scuole	L'innovatività proposta e l'articolazione dei canali social è relativa alla creazione di una branded page autonoma e alla diffusione e promozione della stessa sui portali proprietari di IOL. La proposta è sintetica e i target di riferimento sono esplicitati principali per i genitori. Innovativa la proposta di Advertising online geolocalizzato.	Complessivamente la proposta risulta articolata sulle azioni per diffondere i contenuti sui canali social più in target col mondo giovanile e attraverso i formati ad alto engagement con una particolare attenzione al videomarketing declinato sulle varie piattaforme. Puntale la descrizione della influencer activation, della digital pr e network e dei contenuti da veicolare che denotano una innovativa declinazione delle evidenze del Sistema Informativo Excelsior. La società ha esperienze progressse sulle campagne giovanili per l'orientamento	Complessivamente la proposta risulta articolata sulle azioni per diffondere i contenuti sui canali social più in target col mondo giovanile. Viene indicata una strategia di contenuti adatta sia ai genitori che agli studenti. Innovative le proposte di digital pr, influencer marketing ed anche per quanto riguarda il digital e il social advertising, le proposte su twitch e spotify	La proposta è completa nella presentazione, parte dai dati excelsior, richiama in tutto l'excelsior. Prevede landing page dedicate, gamification, podcast, webinar, influencer marketing, sentiment analysis, landing page dedicata. La società ha esperienze pregresse sulle campagne giovanili per l'orientamento	La proposta è essenziale nei contenuti e si focalizza sugli studenti della landing page dedicata, dei social, dell'influencer marketing, del programmatic , del native e delle dem. Innovativa la proposta di un kit press per le scuole	Complessivamente la proposta risulta articolata sulle azioni per diffondere i contenuti su una landing page dedicata, sui canali social più in target col mondo giovanile e attraverso i formati ad alto engagement con una particolare attenzione all'influencer marketing e ai magazine giovanili più adatti alla generazione alpha (che viene ben descritta e individuata) Si ritiene molto innovativa ed efficace la proposta della mascotte, innovativa anche la proposta del loro social network Kurin e la proposta dei materiali di visibilità nelle scuole.
2) conoscenza e modalità di contatto del target (studenti) rispetto ai temi dell'orientamento scolastico;	La proposta è generica sull'analisi del target, e della modalità di contatto (nella quale sono indicate attività offline)	Indicati i canali di comunicazione con una newsletter mensile, l'indicazione di influencer e campagne di social ADV in target. Presente la differenziazione della strategia di comunicazione tra target studentesco e genitoriale. Si richiamano i dati Excelsior, ma non sono sviluppati i contenuti	La conoscenza del target è dovuta a una solida presenza degli strumenti online proposti, percepita e conosciuta dalla platea studentesca e anche dalla reach indicata dei canali proprietari dell'operatore economico (siti, canali social e spazi per l'advertising)	Il target è specificat e dettagliato e si riferisce sia ai giovani che ai genitori.Non indicato se sono state effettuate campagne di comunicazione dei giovani per l'orientamento	Il target selezionato riguarda perlopiù il mondo generalista per quanto riguarda i lanci native e i lanci social. Viene espressa con maggiore chiarezza il raggiungimento del target genitoriale e studentesco con le azioni di advertising geolocalizzato	Il target indicato è specificato e anche i vari punti di contatto digitali sono specificati	Il target indicato è specificato e dettagliato	Il target indicato è specificato e dettagliato attraverso il metodo delle user personas	La proposta si sofferma sulle modalità di contatto del target tramite le native e programmatic ADV, le social Adv (Meta e Tik Tok), l'ausilio di creator, dem e i kit per le scuole.	Il target indicato è specificato e anche i vari punti di contatto digitali sono specificati (social, digital pr, advertising)
3) articolazione temporale della proposta (cronoprogramma) in modo funzionale alle scadenze tipiche delle attività di orientamento per l'iscrizione dei diversi cicli di studio e tempestività dell'avvio delle attività in modo da focalizzare una parte significativa delle azioni di promozione della campagna negli ultimi due mesi dell'anno 2023;	Il cronoprogramma è dettagliato e si basa sulle peculiarità dell'anno scolastico in termini di orientamento.	Il cronoprogramma è dettagliato e si basa sulle peculiarità dell'anno scolastico in termini di orientamento. Non sono indicate attività tra settembre e dicembre 2024	La proposta di sviluppo della maggior parte dei contenuti avviene tra la fine del 2023 (Osservatorio PR e azioni di digital Pr, ecc) e l'inizio del 2024 e garantisce una corretta diffusione delle proposte progettuali.	Il cronoprogramma è presente con il dettaglio delle azioni che si intendono realizzare.	La diffusione di contenuti proposta è uniforme, ossia 12 post all'anno (circa uno al mese).	Il cronoprogramma presentato è dettagliato in tutte le attività previste e garantisce una corretta diffusione delle proposte progettuali	Il cronoprogramma è previsto solo su tre mensilità da novembre 2023 a gennaio 2024	Il cronoprogramma è molto dettagliato e va da novembre 2023 e dicembre 2024	Il cronoprogramma è previsto solo su tre mensilità da novembre 2023 a gennaio 2024	Il cronoprogramma è previsto solo su tre mensilità da novembre 2023 a gennaio 2024
4) tasso di penetrazione indicato delle attività proposte, tasso di risposta (redemption) della campagna e copertura (reach) indicata sul target in oggetto;	La proposta indica solo le percentuali sui target di penetrazione, redemption e reach	Adeguate il target di copertura per le campagne di social advertising (tra i 21.000 e i 60.000 studenti e tra i 16.000 e 47.000 genitori	La proposta è precisa e puntuale sulla redemption e sulla reach indicata sul target in oggetto. Vengono infatti indicati punto per punto, sia per il traffico organico che per quello derivante dall'advertising online, le pageviews, la reach delle varie azioni sui social, le visualizzazioni garantite dei vari video, pillole e reel. Per le attività del Content Hub sono indicate 75.000 pageviews, 500.000 reach dei social ads, 1.000.000 impression. Per gli short video branded sono previsti 1.200.000 visualizzazioni. Per le social news una copertura social di 500.000 utenti. Inoltre è indicato anche il target garantito di questionari completati a seguito della survey proposta (1.000 questionari sul target) e della campagna 100.000 page views articolo, 100.000 reach social e 1.500.000 impression del box editoriale. Skuola.net secondo i dati Audiweb è il principale portale italia dedicato agli studenti con 5.448.393 utenti unici a giugno 2023, e 7 milioni di follower sui vari social.	La proposta è precisa e puntuale sulla redemption e sulla reach indicata sul target in oggetto. Si stimano 50.000 / 100.000 di traffico sui social e sul programmatic nel target studenti. Si stimano 3.000.000 di impression sulle campagne per il target dei genitori	La proposta specifica esclusivamente 120.000 visualizzazioni della Brand Page e 4.000.000 di impression per l'advertising.	La proposta indica una copertura/reach delle campagne Meta tra 52.000 -151.00 utenti e un tasso di risposta di 16,65%. Per le campagne TikTok la captura/reach prevista è di 135.000-544.000	La proposta indica soltanto come verrà effettuato il monitoraggio dei KPI ma non ne indica una stima	La proposta indica soltanto come verrà effettuato il monitoraggio dei KPI ma non ne indica una stima	La proposta indica come KPI delle campagne social adv tra i 15 milioni e i 16 milioni di impression. 10 milioni di impression di programmatic ADV e 300.000 impression sul canale Native	La proposta indica dai 40.000 ai 60.000 utenti raggiunti al giorno, 90.000 visitatori stimati della landing page, 8 milioni di target potenziali su tik tok
la descrizione della composizione del gruppo di lavoro, composto come minimo come indicato al paragrafo IV dell'Avviso, con indicazione delle figure professionali impiegate e del relativo numero di ore previste per le diverse fasi di attività;										
Il gruppo di lavoro necessario alla realizzazione dell'attività dovrà come minimo essere costituito dai seguenti profili professionali: 1) n. 1 digital project manager esperto (con esperienza almeno quinquennale) 2) n. 1 webmaster esperto (con esperienza almeno quinquennale) 3) n. 1 social media manager esperto (con esperienza almeno quinquennale) 4) n. 1 redattore web (con esperienza almeno triennale)	Il gruppo di lavoro indicato risponde alle figure richieste. L'articolazione delle ore indica 6720 ore totali di tutto il gruppo	Il gruppo di lavoro indicato risponde alle figure richieste. L'articolazione delle ore indica 2440 ore totali di tutto il gruppo	Gruppo di lavoro composto da 5 persone. Vengono indicate 1334 ore totali del gruppo di lavoro.	Il gruppo di lavoro è di 9 persone, le ore sono stimate in 200 per figura professionale anche se non declinate per attività	Non specificato gruppo di lavoro e prospetto giornate uomo	Il gruppo di lavoro è composto da 6 persone. L'articolazione delle ore per figura professionale indica 1920 ore complessive per le diverse attività	Il gruppo di lavoro è composto di 9 persone per un totale di 1062 ore	Il gruppo di lavoro è composto da 6 persone per un totale di 900 ore	Presenti due figure aggiuntive rispetto alle minime richieste. Assente il prospetto giornate/uomo	Ben specificato il gruppo di lavoro, ci sono due figure aggiuntive. Il cronoprogramma delle attività è indicato solo per 3 mesi, da febbraio in poi le attività non sono esplicitate ma si evincono dal fatto che sono conteggiate nelle ore del gruppo di lavoro
Prezzo	80.000,00	75.000,00	90.000,00	75.000,00	90.000,00	87.000,00	86.000,00	92.000,00	80.000,00	59.600,00
Giudizio complessivo	Discreto	Discreto	Ottimo	Discreto	Discreto	Buono	Buono	Buono	Discreto	Discreto