



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A LAS QUE SE DEBE AJUSTAR EL PATROCINIO POR PARTE DE MADRID CULTURA Y TURISMO S.A.U. DEL EVENTO: “KPRN-FORWARD_23” DE KPRN NETWORK, A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD.

PRIMERA. - OBJETO.

Es objeto del presente pliego regular las condiciones técnicas que han de regir el contrato de patrocinio por parte de Madrid Cultura y Turismo S.A.U. del proyecto: **“KPRN-FORWARD_23”** organizado por **KPRN NETWORK** que se celebrará entre el mes de septiembre y octubre de 2023 en la Comunidad de Madrid.

Es un proyecto impulsado por la empresa KPRN, concebido para ser una herramienta de desarrollo y cohesión del segmento premium y el posicionamiento internacional de los destinos anfitriones entre los principales operadores del turismo internacional de dicho segmento y tiene como objetivos:

1. Creación del customer journey de los potenciales asistentes para la gestión de las interacciones del evento, así como los assets de comunicación derivados de la marca.
2. Creación de un ecosistema digital de atracción: Contenidos, Redes Sociales, Email MK y CRM
3. Diseño de Narrativa y difusión de contenidos al target tanto nacional como internacional (comunicación en más de 8 idiomas y 30 países Network KPRN Global)
4. Generación de una base de datos sólidas que permita atraer y generar negocio relevante, así como alianzas a la marca.
5. Creación del Buyer Persona asociado al segmento de valor y lujo para una personalización de la comunicación y experiencia por parte del destino.

SEGUNDA. - CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS QUE SE DESEAN CONTRATAR.

Promocionar y fomentar el turismo de lujo de la Comunidad de Madrid y por otro, como contraprestación, conseguir publicidad y difusión del apoyo que la Comunidad de Madrid le brinda al sector turístico. La participación en este evento reportará beneficios de imagen del destino y contribuirá al impulso del turismo de la Comunidad de Madrid.

TERCERA. - LUGAR Y PLAZO DE EJECUCIÓN.

Los meses de septiembre y octubre de 2023.

CUARTA. - OBLIGACIONES RELATIVAS AL PATROCINIO

Para lograr la difusión del apoyo de la Comunidad de Madrid, KPRN Network se compromete a las siguientes acciones promocionales:



Presencia OFFLINE

La organización mostrará la imagen de la Comunidad de Madrid en los soportes físicos (carteles, lonas verticales, etc) del evento a desarrollar por el dpto. de diseño, que estarán situados en los espacios de mayor visibilidad integrándose en el entorno de una forma natural y no invasiva.

- Center Stage

En la pantalla principal del auditorio se proyectarán videos promocionales/anuncios de marcas patrocinadoras entre las que se encuentra la Comunidad de Madrid, durante todo el evento al inicio de cada sesión, en las transiciones y en el cierre de cada jornada, impactando sobre todos los profesionales que se darán cita en el evento. La duración de cada pieza audiovisual no podrá exceder los 20 segundos.

- The Playground

Es el epicentro de la comunidad Forward_un punto de encuentro abierto para los miembros de la comunidad pensado para fomentar el contacto personal, para estrechar lazos y cerrar acuerdos de colaboración. El área se dividirá en zonas situadas en emplazamientos estratégicos con soportes personalizados diseñados para maximizar la visibilidad de la marca Turismo de la Comunidad de Madrid.

- Soporte PR (anual)

Ofrecerán un servicio anual de RRPP para estar continuamente saliendo en los medios de prensa y difusión mediante: videos, entrevistas, notas de prensa, artículos especializados, foros, eventos, entregas de premios, etc. Exponiendo la marca "Madrid Lujo" de la Comunidad de Madrid durante todo el año, tanto nacional como internacionalmente.

- Coctel de bienvenida

La marca Turismo de Madrid de la Comunidad de Madrid tendrá presencia en una ubicación privilegiada para impactar todos los asistentes al coctel de bienvenida. Así como la oportunidad de dirigir unas palabras a los asistentes durante la celebración del coctel.

- Cena de gala

La marca Turismo de la Comunidad de Madrid tendrá presencia en una ubicación privilegiada para impactar a todos los asistentes en la cena de gala, así como la oportunidad de dirigir unas palabras a los asistentes durante la celebración de la cena.

Presencia ONLINE

La organización situará la imagen de la Comunidad de Madrid en lugar predominante en todos los soportes online que sean propiedad o gestione directamente Forward_

- Web del evento

Presencia destacada de la Comunidad de Madrid como destino anfitrión en las páginas del evento Forward_MAD: <https://KPRN.forward.travel/>

- APP del evento

La marca Turismo de la Comunidad de Madrid tendrá presencia en la App del evento, en lugar privilegiado para maximizar su impacto.

- Social Media

La organización compartirá en todas las redes en las que tenga presencia activa los contenidos de valor que proporcione Turismo de la Comunidad de Madrid. Dichas redes



se actualizarán al menos tres veces y se subrayará el compromiso de la Comunidad de Madrid con el evento. Canales:

-Twitter, LinkedIn y YouTube

- Inbound MKT plan

Plan de Inbound MK para lograr generar Leads y con ellos interactuar y hacer crecer la demanda de interesados de relacionarse con “Madrid Lujo” de la Comunidad de Madrid y a su vez aumentar los “Players Turistas del mundo” que desean participar en este Concepto.

- Streaming

Las sesiones que tendrán lugar en el Center Stage serán retransmitidas en directo por el canal propio de Forward_ en Youtube, con el fin de compartir el conocimiento generado con una audiencia profesional, internacional y masiva con la presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid.

- Blog Forward

Piezas de contenido, que luego se difundirá a través de las Redes Sociales en las que Forward_ tiene presencia. Entrevista con el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid.

- Newsletter Forward

Presencia de la marca de la Turismo de la Comunidad de Madrid como patrocinador del evento en la Newsletter, que se enviará con una periodicidad semanal a todos los profesionales de la industria.

- CRM y BBDD

Trabajarán con un CRM (Salesforce o HubSpot) gestionando así la Bases de Datos para controlar la efectividad de todas las acciones a lo largo del año, y con ello generar e interactuar con toda la demanda tanto nacional como internacional relacionada con “Madrid Lujo” de la Comunidad de Madrid.

- Envío de nota de prensa de resumen diaria con los destacados del día, con mención al apoyo de la Comunidad de Madrid al evento, y con declaraciones de un representante oficial.

QUINTA. - PUBLICIDAD.

Mediante dicha aportación, la Comunidad de Madrid adquiere, a través de Madrid Cultura y Turismo S.A.U., la condición de patrocinador del evento, por lo que podrá difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Madrid, a 28 de julio de 2023

EL CONSEJERO DELEGADO DE
MADRID CULTURA Y TURISMO, S.A.U
Firmado digitalmente por: MARTÍNEZ RODRÍGUEZ CARLOS DANIEL

Fdo.- Carlos Daniel Martínez Rodríguez