

SESSÃO PÚBLICA – Contratação de Serviço de produção digital.

A Campanha Digital FGTS-Patrimônio tem como escopo a criação e o desenvolvimento do ambiente digital, além de ações em redes sociais, peças de ativação e vídeos para ambientes digitais, prevendo as entregas detalhadas abaixo:

1. Escopo do Projeto

1.1. Escopo

1.1.1. Plano de Ação

- Estratégia criativa (3 dias);
- Definições de KPI's (Hotsite e Redes Sociais)
- Relatório de Data Intelligence – até 31/12 (Análise dos resultados obtidos pela ferramenta de monitoramento contemplando todos os dados com cruzamento entre eles focados na análise da ativação X canais receptivos);
- Tagueamento da Plataforma;
 - **Entregas 1.1.1:**
 - Estratégia Criativa (PDF);
 - Plano do Projeto (PDF).

1.1.2. Ambiente Digital (Hotsite)

- Arquitetura da Informação (Macro e Micro) prevendo compatibilidade com Mobile;
- Layout de Telas;
- Replicação de telas;
- Integração do Layout com o Front-End (HTML);
- Desenvolvimento de ferramenta de administração de conteúdo - PHP (CMS)
- Input da primeira carga de conteúdo (redação e vídeos);
- Integração com Analytics;
- Hospedagem do Hotsite (2 meses);
- Integração com ferramenta de compartilhamento de mensagem instantânea - *Whatsapp*;

- Integração com Redes Sociais (compartilhamento).
 - **Entregas 1.1.2:**
 - Wireframe (protótipo navegável gerado por sistema de UX);
 - Layouts (PSD e JPG);
 - Hotsite (Fontes – Front-end e Back-end).

1.1.3. Ações em Redes Sociais – até 31/12

- Monitoramento das redes sociais para identificação de dúvidas e oportunidades de interação (até 300 mil menções para a Campanha);
- Estabelecer contato em publicações nas Redes Sociais para sanar dúvidas sobre o FGTS, aproveitando oportunidades de diálogo para ampliar o conteúdo do FGTS (até 120 interações/dia);
- Ativação nas redes proprietárias do MTE (Facebook, Twitter, Youtube) para gerar relevância sobre o tema;
- Produção de peças para redes sociais oficiais do MTE no período de campanha;
- Monitoramento de Influenciadores: Identificação de formadores de opinião por tema e área de atuação (até 10 influenciadores);
- Criação de uma aba FGTS no Facebook do MTE.
 - **Entregas 1.1.3:**
 - Alertas e *Reports* diários referentes ao Monitoramento de Redes Sociais (os envios serão feitos de segunda à sexta-feira).
 - Layout e implementação de Aba Facebook.

1.1.4. Produção de peças para ativação:

- Peças Social:
 - Facebook: 11 posts (peças em JPG);
 - Twitter: 43 publicações;
 - Youtube: upload dos 10 vídeos da Campanha;
- Peças para ativação dos canais próprios do MTE ou parceiros (até 8 peças em JPG);
- Conteúdo de Vídeo para aplicação em canais digitais - 10 vídeos de 20” cada contemplando (vinheta de abertura com arte e computação gráfica, chroma key ou

backdrop de fundo, locação de estúdio e produtor. Ator, figurino, maquiagem, produtor de elenco e iluminação. Pós produção: edição e trilha. Filmes com autorização de uso por 2 anos para uso em canais digitais.

1.1.5. Produção para veiculação:

- Produção de peças para portais definidos no Plano de Mídia (15 peças em Flash, JPG e Richmedia).

1.1.6. Relatórios da Campanha:

- Relatório final da ação (Data Intelligence);
 - Relatório do Monitoramento de influenciadores.
-
- **LOCAL:** Esplanada dos Ministérios, Bloco F, 5o Andar, Sala 523 – Brasília/DF.
 - **DATA:** 21 novembro de 2014
 - **HORÁRIO:** 16h
 - **Mais esclarecimentos:** Agência Staff Brasil. Telefones (61) 2031-6537.