

Classificazione: Uso interno aziendale

Scheda di Obiettivo

Identificativo Scheda: A.7.1

Classificazione del documento: Uso interno aziendale

Stato del documento: Emesso

Data: 19/01/2022

Compilato	:	22/12/2021
Rivisto	:	19/01/2022
Approvato	:	
Versione	:	1.3

Classificazione: Uso interno aziendale

TABELLA DELLE VERSIONI			
Data	Versioni	Descrizione	Identificativo Scheda
22/12/2021	1.0	Prima redazione del documento	A.7.1
29/12/2021	1.1	Aggiornamento ciclo di vita	A.7.1
11/01/2022	1.2	Aggiornamento schede correlate	A.7.1
19/01/2022	1.3	Aggiornamento deliverable; aggiornamento date sprint 1; inserimento sezione Allegati	A.7.1

Premessa

Le categorie di prodotti sono suddivise in:

- **Prodotti Utente:** Prodotti sviluppati e rilasciati all'utenza sia Business (B2B) che Consumer (B2C/Turisti) e Machine-to-machine (M2M – integrazione tra sistemi eterogenei).
- **Prodotti Tecnologici: Soluzioni applicative** di Marketing Technology prodotte da Software Vendor rese disponibili in modalità PaaS/SaaS e che garantiscono scalabilità in cloud. Soluzioni configurate ed integrate per le esigenze del TDH.
- **Gestione Applicativa & Maintenance:** Servizi di gestione e manutenzione indispensabili al corretto funzionamento di Prodotti Utente e Prodotti Tecnologici.

Le tre categorie sono rispettivamente codificate attraverso le schede A, B e C, a loro volta numerate (es. A.1, A.2, ...) per ciascun prodotto appartenente a una categoria. Per ogni prodotto è altresì indicata la sua versione di intervento di evoluzione attraverso la numerazione incrementale del codice del prodotto (es. A2.2 è volto a indicare la seconda versione del prodotto 2 della categoria A).

Di seguito la lista dei prodotti:

TABELLA DEI PRODOTTI			
Identificativo	Categoria	Nome	Descrizione
A.1	Prodotti Utente	Portale	Evoluzione del Portale Italia.it con contenuti e servizi sia informativi che transazionali, per Turisti (B2C) e Operatori (B2B)
A.2	Prodotti Utente	Mobile	App per dispositivi mobili che offre contenuti e servizi per il Turista (B2C) complementari al Portale, e contestuali al territorio
A.3	Prodotti Utente	Dashboard	Pannello di controllo con trend e KPI sul Turismo. Le fonti dati sono interne (Portale) ed esterne (es. Data Provider)
A.4	Prodotti Utente	Chat	Servizio di supporto ai Turisti (B2C) per l'erogazione di informazioni in modalità interattiva e conversazionale
A.5	Prodotti Utente	CRM	Sistema di gestione delle informazioni e relazioni con gli Operatori di Settore (B2B)

Classificazione: Uso interno aziendale

TABELLA DEI PRODOTTI			
Identificativo	Categoria	Nome	Descrizione
A.6	Prodotti Utente	Digital Commerce	Funzionalità dispositive di prenotazione e acquisto di prodotti e servizi Turistici, inclusi pagamenti
A.7	Prodotti Utente	Media House	Servizio di sviluppo contenuti e gestione attività di Digital Marketing (SEO, Campagne, Advertising)
A.8	Prodotti Utente	TD0H22	Linee guida e piattaforma di interscambio dati con Operatori Pubblici (es. Regioni) e Privati
B.1	Prodotti Tecnologici	Marketing Technology	Prodotti volti alla Gestione dei Servizi, e all'Analisi, Visualizzazione, Elaborazione e Aggregazione dei Dati
B.2	Prodotti Tecnologici	Cloud Infrastructure & Security	Prodotti finalizzati alla realizzazione dell'infrastruttura Cloud, alla predisposizione degli strumenti di monitoraggio e backup, alla gestione di servizi e infrastruttura IT e garantire la sicurezza dell'infrastruttura del TDH
C.1	Gestione Applicat. & Maintenance	Gestione Applicativa	Servizi di gestione e manutenzione

SCHEDE CORRELATE		
Id scheda	Versioni	Descrizione
A.1.2	1.2	Le attività della scheda A.1.2 si baseranno su Brand Identiy, Content e SEO Strategy, Content Migration, Search Intelligence per insights e indicazioni di progettazione definiti nella presente scheda.

Classificazione: Uso interno aziendale

Scheda Intervento

Obiettivo Piano dei Fabbisogni	Obiettivo 1				
Descrizione dell'intervento	L'obiettivo di questo intervento è quello di predisporre l'attivazione dei servizi necessari per la gestione del nuovo TDH contestualmente alla preparazione ed attivazione del nuovo portale TDH. Questi servizi includono: Content Strategy; Insight & Intelligence; Content Management; Creative Services (inclusivo della produzione di infografiche); Campaign Services; Social Media Management; Media Service.				
Prodotto	A.7 – Media House				
Responsabile intervento (fornitore)	Alex Comoglio (Accenture)				
Responsabile intervento (MiTur)	Maria Elena Rossi				
Servizio Attivato	SS - Supporto Specialistico	FE - Gestione Front-End Digitale	Seleziona	Seleziona	Seleziona
Metodologia Utilizzata	<input type="checkbox"/> WATERFALL <input checked="" type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> WATERFALL <input checked="" type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> WATERFALL <input type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> WATERFALL <input type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> WATERFALL <input type="checkbox"/> AGILE
Ciclo di vita	<input type="checkbox"/> COMPLETO <input type="checkbox"/> RIDOTTO <input type="checkbox"/> A FASE UNICA <input type="checkbox"/> REALIZZATIVO <input checked="" type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> COMPLETO <input type="checkbox"/> RIDOTTO <input type="checkbox"/> A FASE UNICA <input type="checkbox"/> REALIZZATIVO <input checked="" type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> COMPLETO <input type="checkbox"/> RIDOTTO <input type="checkbox"/> A FASE UNICA <input type="checkbox"/> REALIZZATIVO <input type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> COMPLETO <input type="checkbox"/> RIDOTTO <input type="checkbox"/> A FASE UNICA <input type="checkbox"/> REALIZZATIVO <input type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> COMPLETO <input type="checkbox"/> RIDOTTO <input type="checkbox"/> A FASE UNICA <input type="checkbox"/> REALIZZATIVO <input type="checkbox"/> AGILE
Modalità di erogazione	<input type="checkbox"/> A CORPO <input checked="" type="checkbox"/> A CONSUMO <input type="checkbox"/> CANONE <input type="checkbox"/> MISTA	<input type="checkbox"/> A CORPO <input type="checkbox"/> A CONSUMO <input checked="" type="checkbox"/> CANONE <input type="checkbox"/> MISTA	<input type="checkbox"/> A CORPO <input type="checkbox"/> A CONSUMO <input type="checkbox"/> CANONE <input type="checkbox"/> MISTA	<input type="checkbox"/> A CORPO <input type="checkbox"/> A CONSUMO <input type="checkbox"/> CANONE <input type="checkbox"/> MISTA	<input type="checkbox"/> A CORPO <input type="checkbox"/> A CONSUMO <input type="checkbox"/> CANONE <input type="checkbox"/> MISTA
Data inizio	01/12/2021	01/12/2021	-	-	-
Data fine	11/03/2022	11/03/2022	-	-	-
Metrica	<input checked="" type="checkbox"/> GIORNI PERSONA (GP) <input type="checkbox"/> FP (FUNCTION POINT) <input type="checkbox"/> CANONI (C)	<input type="checkbox"/> GIORNI PERSONA (GP) <input type="checkbox"/> FP (FUNCTION POINT) <input checked="" type="checkbox"/> CANONI (C)	<input type="checkbox"/> GIORNI PERSONA (GP) <input type="checkbox"/> FP (FUNCTION POINT) <input type="checkbox"/> CANONI (C)	<input type="checkbox"/> GIORNI PERSONA (GP) <input type="checkbox"/> FP (FUNCTION POINT) <input type="checkbox"/> CANONI (C)	<input type="checkbox"/> GIORNI PERSONA (GP) <input type="checkbox"/> FP (FUNCTION POINT) <input type="checkbox"/> CANONI (C)
Giorni persona (GP)	865 (Team Ottimale)	-	-	-	-
Function point (FP)	-	-	-	-	-
Canoni (C)	-	78 (Canoni)	-	-	-
Valore economico dell'intervento	€ 250.071,50	€ 251.394,00	-	-	-

Descrizione dell’intervento

L’intervento relativo alla presente scheda obiettivo ha come ambito:

Ambito	Linea di Servizio	Attività
1. Servizi, Disegno, Progettazione	SS	<p>Le attività sono così suddivise:</p> <ul style="list-style-type: none">• Content Strategy:<ol style="list-style-type: none">1) Analisi di contesto (trend di consumo, benchmark competitors e analisi dell’attuale ecosistema italia.it as-is)2) Identificazione dei topic e sub-topic di maggiore rilievo, ed i relativi consumer insight, basati sulla analisi dei dati seo/social strategia3) Definizione della strategia di “messa a terra” del concept creative sui temi identificati al punto 2 al fine di delineare l’approccio ai contenuti editoriali di italia.it4) Identificazione delle macro-tipologie di contenuti e indicazione di alto livello sull’ecosistema di canale ideale.5) Definizione del Piano Editoriale (PED) di alto livello cross canale focalizzato sul dominio identificato come prioritario (i.e. hôtellerie) per il periodo Maggio-Settembre e definizione dei 10 top partner di contenuto• SEO Strategy:<p>Definizione di una strategia, dal punto di vista tecnico e semantico, volta ad ottimizzare il contenuto del portale rispetto alle tre dimensioni identificate (interessi, destinazioni e offerte);</p><p>Dal punto di vista semantico le indicazioni saranno definite a copertura delle lingue inglese ed Italiano;</p><p>Definizione di linee guida per l’ottimizzazione in termini di <i>page speed</i>; struttura, elementi semantici e <i>cross-linking</i> interno.</p>• Social Strategy:<ol style="list-style-type: none">1)definizione del ruolo dei canali e delle rubriche editoriali social coerentemente con la content strategy impostata al punto2) creazione del PED ad-hoc per canale social di Italia.it3) definizione dei KPIs social per misurare l'efficienza• Insight & intelligence:<p>Analisi e generazione di suggerimenti basati sui dati secondo 3 dimensioni:</p><ol style="list-style-type: none">1)<i>Search intelligence</i> – Generazione di insights legati agli ambiti individuati (strutture ricettive, enogastronomia etc.) attraverso l'analisi degli intenti e volumi di ricerca effettuati dagli utenti sui motori di ricerca ai topic, con l'obiettivo di efficientare le risorse legate alla strategia sia del contenuto che commerciale

Classificazione: Uso interno aziendale

		<p>2) <i>Social intelligence</i> – Identificazione del ranking relativo alle categorie turistiche basato sulle conversazioni spontanee raccolte. Deep-dive qualitativo delle categorie attraverso l'analisi di: sentiment; sources; relevant topics</p> <p>3) <i>Media intelligence</i> – Analisi delle audience, dei volumi di ricerca e della competition per le principali categorie di interesse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Content Management: definizione del piano editoriale per il lancio, declinato per canali mappatura del contenuto sul sito as-is e relativa comparazione con il sito to-be per l'identificazione degli eventuali gap da colmare
2. Prodotto	FE	<p>Le attività sono così suddivise:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concept: Definizione del concept creativo alla luce delle evidenze emerse in fase di strategia (es. obiettivi, target, servizi offerti dalla nuova piattaforma) • Brand Identity: Definizione delle linee guida grafiche (<i>brandbook</i>) e del Tone of Voice da utilizzare per l'evoluzione di italia.it e dei canali di riferimento identificati (es. app) • SEO Execution: Ottimizzazione SEO, dal punto di vista tecnico, della struttura, template, UX/UI e indicazioni operative sui requisiti tecnici da rispettare, anche lato server / cms, durante la produzione del portale

Milestone progettuali

Ambito	Fase	Attività	Criterio di Uscita	Data inizio	Data fine
(1)	Sprint 1*	Disegno	Consegna	01/12/21	19/01/22
(2)		Realizzazione			
N/A		Collaudo	Accettazione	20/01/22	31/01/22
(1)	Sprint 2*	Disegno	Consegna	01/02/22	28/02/22
(2)		Realizzazione			
N/A	Collaudo	Collaudo	Accettazione	01/03/22	11/03/22

* In deroga a quanto previsto contrattualmente, lo sprint avrà una durata maggiore di un mese per consentire la corretta esecuzione e coerenza di tutte le attività previste

Classificazione: Uso interno aziendale

Eventuali output di rendicontazione attività:

Fase	Attività	Deliverable	Data fine
Sprint 1	Disegno	<ul style="list-style-type: none"> Strategia di comunicazione per italia.it (PDF) Prima lista di insight su ambiti ed interessi derivati dalle analisi di insight & intelligence sugli stream search, social e media (PDF) 	19/01/2022
Sprint 1	Realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> Concept Creativo, composto da almeno 3 proposte (PDF) 	19/01/2022
Sprint 2	Disegno	<ul style="list-style-type: none"> SEO suggestion tecniche - finalizzate a guidare la definizione delle strutture di pagina (PDF/XLS) SEO suggestion semantiche (Italiano; Inglese) – finalizzate a guidare l'utilizzo della corretta nomenclatura e l'identificazione dei contenuti da produrre per le varie pagine e sezioni (PDF/XLS) Seconda lista di insights su ambiti di interesse derivati dalle analisi di insight & intelligence sugli stream search, social e media (PDF) Content mapping as-is vs to-be – prima versione (PDF/XLS) 	28/02/2022
Sprint 2	Realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> Brand identity – come declinazione del concept creativo selezionato (PDF) Tone of voice – come declinazione del concept creativo selezionato (PDF) 	02/02/2022
Sprint 2		<ul style="list-style-type: none"> Piano editoriale – prima versione (Content Strategy) (PDF/XLS) Content Strategy – prima versione (PDF) Social Strategy – prima versione (PDF/XLS) 	28/02/2022

Sprint	Servizio	Figura professionale	Tariffa figura professionale	GP/Canoni	Data inizio	Data fine	Valore economico
Sprint 1	SS	Team Ottimale	€ 289,10	555	01/12/2021	19/01/2022	€ 160.450,50
	FE	Canone FTE	€ 3.223,00	50	01/12/2021	19/01/2022	€ 161.150,00
Sprint 2	SS	Team Ottimale	€ 289,10	310	01/02/2022	28/02/2022	€ 89.621,10
	FE	Canone FTE	€ 3.223,00	28	01/02/2022	28/02/2022	€ 90.244,00

Classificazione: Uso interno aziendale

Vincoli e assunzioni

#	Tipo	Descrizione
1	Coinvolgimento Cliente	Al fine di assicurare la buona riuscita delle attività della scheda e garantirne la corretta consecutio e il rispetto delle co-dipendenze, è necessario prevedere una fase di approvazione da parte del cliente a valle della consegna dello Sprint 1 in cui sarà richiesta la validazione del Concept e della Brand Identity entro fine gennaio.
2	Coinvolgimento ENIT	Partecipazione da parte della audience identificata (ENIT) a diverse sessioni di <i>assessment</i> volte all'obiettivo di comprendere lo stato dell'arte di ENIT in ambito produzione contenuti ed esecuzione delle attività di digital marketing in preparazione alla definizione del modello operativo di Media House per TDH.
3	Disponibilità tools	<p>Al fine di attivare le analisi media è necessario avere accesso agli strumenti di campaign management e biddable platforms, oltre che a strumenti di analytics.</p> <p>Per produrre raccomandazioni e condurre analisi di Cross Media Planning sarà necessario dotarsi di sistemi di misurazione forniti da istituti di ricerca che misurino il media impact cross canale e digitale.</p> <p>Per produrre segmentazioni evolute tramite data import da molteplici fonti sarà necessario avere a disposizione una serie di strumenti della Google Cloud Platform, ad esempio Google Bigquery.</p> <p>Per produrre analisi sulla competitività e comprendere al meglio i topic di maggior interesse da parte degli utenti italiani e stranieri all'interno dei motori di ricerca sarà necessario avere accesso allo strumento di Search Intelligence (i.e. Semrush, SEO ZOOM). Inoltre, attraverso il tool, sarà possibile monitorare in maniera costante il ranking del portale all'interno di Google e migliorare le strategie SEO sulla base dei cambiamenti costanti degli algoritmi del motore di ricerca.</p> <p>Al fine di produrre reportistica personalizzata sarà necessario lo strumento di data studio che dovrà essere integrato con tutte le piattaforme coinvolte nella gestione delle campagne media.</p> <p>Al fine di svolgere attività di ascolto della rete, dei canali social e gestione delle pagine social è necessario prevedere l'utilizzo di un apposito tool in grado di leggere e aggregare dati relativi alle conversazioni online provenienti da fonti social media e mainstream (i.e. news, blog, forum). Il tool dovrà consentire anche la pianificazione, pubblicazione e moderazione dei contenuti sui canali social proprietari, fino ad attività di analisi e reportistica delle performance social e del community management. Il tool dovrà, inoltre, supportare la ricerca e i risultati in più lingue garantendo una copertura delle aree geografiche EMEA, APAC e America e assicurare una estensione temporale tracciabile per il recupero storico del dato minima di 24 mesi.</p>

Classificazione: Uso interno aziendale

Rischi

#	Descrizione

Allegati

#	Descrizione
1	TDH_Scheda A.7.1 Creative & Content - Strategy & Set-up_Dettaglio_Actività_v1.1.xlsx