

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques QUE REGEIXEN EL CONTRACTE DE SERVEIS de Posicionament (SEO, Search Engine Optimization), campanya de Google Adwords, GDN dels programes de la convocatòria d' octubre del 2018, i del servei de consultoria tècnica vinculada a l'optimització del nou site corporatiu per l'institut de Formació Continua de l'IL3-UB. (Expedient Núm 1/2018 –CO)

1.-Objecte.

L' objecte del present plec és recollir els requeriments tècnics específics particulars per les quals es regirà la contractació del servei per part de l'empresa licitadora a l'IL3-UB, integrats en la campanya de màrqueting digital que s'implementarà en els programes de la convocatòria d'octubre per l'Institut de Formació Contínua de la Universitat de Barcelona; així com també, el servei de consultoria tècnica referida a les necessitats vinculades al posicionament SEO en el procés d'implementació d'un nou site corporatiu.

2.- Relació serveis.

Els serveis de caràcter general que ha de prestar l'adjudicatari , consistiran en els que, a títol enunciatiu , es descriuen a continuació. Les comunicacions i enviaments de la documentació generada en cadascú dels serveis es portarà a terme telemàticament i per telèfon.

El treball sol·licitat està orientat a la definició estratègica i creació de la campanya publicitària que contemplarà Google Adwords, GDN i a la posició que determinen els motors de recerca d'internet (SEO, Search Engine Optimization) dels programes de la convocatòria d'octubre 2018 de l'Institut de Formació Continua de la Universitat de Barcelona.

Serà objecte per part de l'empresa que fa la prestació del serveis tècnics les accions vinculades a **Google Adwords** serà també objecte per part de l'empresa que farà la prestació del servei, identificar el potencial i competència de les keywords associades i adwords; per a cadascun dels programes; En aquest sentit, serà objecte per part de l'empresa que fa la prestació dels serveis tècnics el seguiment dels resultats en forma de conversions resultants de cada acció; així com, la presentació de nous formats que contribueixin a l'optimització dels resultats.

Serà també per altra banda, objecte per part de l'empresa que fa la prestació dels serveis tècnics orientats a la gestió eficient de les campanyes de posicionament orgànic (**SEO**) **la definició de mètriques en funció dels KPIs establerts**, integrades en el quadre de comandament que permeti l'anàlisi i el seguiment sistemàtic de les conversions (resultats). Aportant els criteris d'optimització dels llocs webs centrats en l'experiència de l'usuari (UX), tant a nivell usabilitat del web com dels aspectes tècnics.

Finalment, serà també objecte per part de l'empresa que fa la prestació del serveis tècnics les accions vinculades a **GDN**, identificant els mitjans més convenients a aquesta xarxa per la seva conversió, així com la tipologia de format vídeo, imatge, rich media adient; a més de la identificació del potencial i competència de les keywords associades.

En aquest sentit, serà objecte per part de l'empresa que fa la prestació dels serveis tècnics la gestió de la campanya orientada a resultats, recollits, analitzats i valorats a través del quadre de comandament amb les mètriques i objectius definits. D'aquesta manera, la presentació detallada del servei tècnic quedarà recollida en el lliurament d'una memòria descriptiva que contemplarà els següents apartats:

A. Posicionament SEO institucional i de producte i Usabilitat (20 punts)

- Definició de l'estratègia portada a terme pel posicionament de les àrees corporatives del llocs webs associats a la campanya en castellà i català, així com de l'àrea de solucions corporatives. (3)
- Metodologia d'identificació i anàlisi de les paraules clau treballades, així com sistema de seguiment de la seva adequació i freqüència. (2)
- Recomanacions d'usabilitat. (2)
- Definició de metodologia de seguiment de les accions portades a terme amb els PM i amb la resta de l'equip del departament de màrqueting, detallant les eines utilitzades i estructura de visualització. (2)
- Detall del sistema de reporting del posicionament dels programes segons perfils professionals, tipus de contingut i timing. (3)
- Criteris i definició de l'estratègia de linkbuilding (increment periòdic d'enllaços externs vers el lloc web). (2)
- Definició de mètriques i objectius de seguiment de la campanya a Google Analytics. Assessorament en configuració i implementació de mètriques amb Google Analytics. (2)
- Recomanacions tecnològiques per la millor de posicionament de les pàgines del site actual i les vinculades a les que esdevenen requisits en la construcció del nou site corporatiu (4)

B. Publicitat a Internet: GESTIÓ DE GOOGLE ADWORDS (5 punts)

- Proposta de sistema de seguiment de les campanyes (reporting), per partida pressupostaria, paraula clau i ubicació. Estructura de visualització i plataforma utilitzada. (3)
- Criteris de revisió i actualització de llistes de paraules clau per a cadascun dels cursos a la xarxa GDN i freqüència. (1)
- Definició d'elements a considerar a l'hora de crear anuncis i posicionar-los per la millora de la conversió. (1)

C. Campanya GDN (10 punts)

- Proposta de l'estratègia a seguir, traduïda en un Pla de campanya per la Xarxa Display de Google, amb l'objectiu que els programes arribin a l'audiència adequada a través dels diferents llocs web. (3)
- Atès el criteri de segmentació contextual que predomina en el canal, criteris per la definició de les keywords relacionades amb la temàtica concreta dels programes i/o de la campanya. (1)
- Proposta del llistat d'ubicacions seleccionades (tipus de pàgines o llocs webs concrets tant generalistes com verticals) així com també, la definició de les audiències a qui dirigir l'impacte, contemplant a la vegada els usuaris que ja hagin visitat recentment el web corporatiu (remarketing). (3)
- Proposta d'informes de campanya que detallin el sistema de mesura del retorn de les accions. Definint tipus de informació a mostrar segons perfil professional de l'organització i freqüència. (3)

3.- Obligacions de l'adjudicatari.

L'empresa que resulti adjudicatària de la present contractació de serveis haurà de complir les següents obligacions durant l'exercici del contracte.

- Disposar dels recursos humans per a l'execució de l'objecte de contracte, assignat una persona responsable com enllaç directe entre l'Institut de Formació Continua de la Universitat de Barcelona i l'empresa adjudicatària, qui és comproment a aportar personal professional amb l'experiència i formació adequades per portar a terme les tasques assignades.
- La comunicació entre la persona enllaç i l'Institut de Formació Continua de la Universitat de Barcelona haurà de ser fluida i estar dotada de la immediatesa que la dinàmica de la campanya requereixi.

Sens perjudici de l'anteriorment exposat s'estableix el termini d'execució dels serveis detallats a continuació i contemplats en l'objecte del contracte, des de l'inici del mateix fins a la finalització de la campanya de comunicació dels programes:

- Posicionament (SEO, Search Engine Optimization).
- Campanya Google Adwords.
- Campanya GDN.

4.- Facturació

La facturació s'haurà d'incloure :

El contractista emetrà i lliurarà les pertinents factures de forma mensual els primers 5 dies de cada mes.

Les factures seran lliurades a la Direcció d'Administració i Finances de l'Institut de Formació Continua de la Universitat de Barcelona.

Un cop presentada i conformada cada factura, l'Institut de Formació Continua de la Universitat de Barcelona procedirà al seu abonament en un termini màxim de 60 dies data entrada factura a administració, i mitjançant la següent forma de pagament transferència bancària.

Barcelona, 17 gener del 2018



Dr. Oriol Escardibul Ferrà
Vicerector d'Economia
Universitat de Barcelona



Sr. Guillem Figueras Papell.
Director General de la Fundació
Institut de Formació Contínua- IL3