



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIXEN EL CONTRACTE DE SERVEIS DE POSICIONAMENT (SEO, Search Engine Optimization), CAMPANYA DE Google Adwords, GDN i display, CAMPANYA DE MARKETING DIRECTE DELS PROGRAMES DE LA CONVOCATÒRIA FEBRER 2016/2017.(Expendient Núm 1/16-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 de febrer per l'Institut de Formació Continua de la Universitat de Barcelona.

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 display, publicitat a RRSS, E-mail MKT i a la posició que determinen els motors de recerca d'internet (SEO, Search Engine Optimization) dels programes de la convocatòria de febrer 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, GDN i display**, serà també objecte per part de l'empresa que farà la prestació del servei, identificar el potencial i competència de les keywords associades, els anuncis de display, GDN i adwords; per a cadascun dels programes; així com també les recomanacions tècniques per la creació dels anuncis i del disseny implícit en la xarxa de display i RRSS. També, caldrà contemplar les **campanyes de marketing directe** dirigides al públic objectiu de 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. I per finalitzar serà 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 del lloc web centrats en l'experiència de l'usuari (UX).

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. Publicitat a Internet: GESTIÓ DE GOOGLE ADWORDS, GDN, Display i RRSS

Detall d'anàlisi i propostes de millores concretes basades en els punts que es detallen a continuació i en relació a la nostra activitat de negoci. Per a la gestió de les campanyes publicitàries es realitzaran les següents tasques per a cadascun dels cursos:

- Revisió i actualització de llistes de paraules clau per a cadascun dels cursos a la xarxa GDN un cop al mes.
- Seguiment de campanyes per paraules clau i ubicació.
- Creació d'anuncis creatius, originals i anuncis rich media
- Anàlisi del display de la competència
- Actualització de llistat de paraules clau negatives.
- Anàlisi i seguiment periòdica (setmanal) de les diferents campanyes.
- Campanyes remàrqueting i valoració de les mateixes
- Contemplar portals relacionats amb la temàtica dels programes i el públic objectiu per la campanya
- Optimització dels anuncis en funció dels resultats obtinguts i ajustament de pressupost establert.
- Confecció d'informe setmanal de seguiment i anàlisi del ROI
- Creació de campanyes a Facebook Ads.
- Creació de campanyes a LinkedIn.
- Creació de campanyes de Twitter.
- Creació d'informe mensual i un de final de campanya.

Anàlisi de la competència

Lliurament periòdic sobre els seus principals competidors, en els que es monitoritzen les accions SEM, GDN i Display i RRSS.

B. Publicitat: MARQUÈTING DIRECTE

Detall d'anàlisi i propostes de millores concretes basades en els punts que es detallen a continuació i en relació a la nostra activitat de negoci. Per a la gestió de les campanyes de màrqueting directe dels diferents programes, es realitzaran les següents tasques per a cadascun dels cursos:

- Pla d'accions de comercialització digital.
- Definició dels criteris de segmentació pel llançament de les campanyes.



- Orientació tècnica pel que fa a la Identificació i definició dels missatges claus per persuadir al client segons l'àrea d'especialització.
- Elaboració d'informe de retorn en funció de les accions.
- Creació d'informe final de campanya i anàlisi del ROI.
- Identificació i anàlisi de les accions de la competència en aquest àmbit

C. Posicionament SEO institucional i de producte i Usabilitat

- Estratègia de posicionament de les àrees corporatives del lloc web en castellà i català i es contempla l'àrea de solucions corporatives els webs associats a la campanya. Detall d'anàlisi i propostes de millores concretes basades en els punts que es detallen a continuació i en relació a la nostra activitat de negoci.
- Anàlisi de les paraules clau treballades i les seves fonts de tràfic en un informe i un cop al mes.
- Recomanacions d'usabilitat.
- Realització assajos test A/B o multivariante.
- Seguiment setmanal amb els PM's, de les conversions a través de keywords
- Configuració de nous esdeveniments amb Google Analytics
- Monitorització periòdica del rendiment de les paraules clau en principals cercadors (Google, Yahoo i Bing).
- Realització d'informes mensual de posicionament.
- Revisió de textos i continguts per a la millora de la seva optimització en un informe mensual.
- Estratègia de linkbuilding (increment periòdic d'enllaços externs vers el lloc web).
- Generació de continguts per a la web institucional i keywords genèriques.
- Seguiment de l'optimització tècnica i errades de rastreig.
- Actualització de sitemaps i publicació amb Google Webmaster Tools.
- Assessorament en configuració i implementació de mètriques amb Google Analytics.
- Creació d'informe final de campanya.

Anàlisi de la competència

Lliurament periòdic (trimestral) sobre els seus principals competidors, en els que es monitoritzen les accions de **Search Engine Optimization**

3.- Obligacions de l'adjudicatari.

L'empresa que resulti adjudicatària de la present contractació de serveis haurà 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 compromet 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 de Google Adwords, GDN i display i RRSS.
- Campanya de Marketing directe.

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, 15 de desembre de 2016.

Sra. Elena Camacho

Directora de Marqueting.