

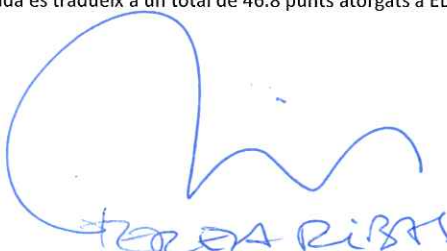
INFORME TÈCNIC SEGONS LES PRESCRIPCIONS TÈCNiques QUE REGEIXEN EL CONTRACTE DE SERVEIS de Posicionament (SEO, Search Engine Optimization), campanya de Google Adwords, GDN dels programes de la convocatòria octubre del 2018 i del servei de consultoria tècnica vinculada a l'optimització del nou site corporatiu de l'Institut de Formació Contínua del IL3-UB.(Expendient Núm 01/2018 –CO)

A continuació i per a cadascun dels criteris, s'exposa la valoració tècnica que justifica les diferents puntuacions atorgades a l'empresa participant.

Servei objecte del contracte	Puntuació màxima per apartat	Descriptiu del servei tècnic requerit	Puntuació màxima	ELOGIA
A. Posicionament SEO institucional i de producte i Usabilitat	20 punts	<ul style="list-style-type: none"> 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	2,5
		<ul style="list-style-type: none"> Metodologia d'identificació i anàlisi de les paraules clau treballades, així com sistema de seguiment de la seva adequació i freqüència. 	2	2
		<ul style="list-style-type: none"> Recomanacions d'usabilitat. 	2	2
		<ul style="list-style-type: none"> Definició de metodologia de seguiment de les accions portades a terme amb els PMI amb la resta de l'equip del departament de màrqueting, detallant les eines utilitzades i estructura de visualització. 	2	2
		<ul style="list-style-type: none"> Detall del sistema de reporting del posicionament dels programes segons perfils professionals, tipus de contingut i timing. 	3	2
		<ul style="list-style-type: none"> Criteris i definició de l'estratègia de linkbuilding (increment periòdic d'enllaços externs vers el lloc web). 	2	2
		<ul style="list-style-type: none"> Definició de mètriques i objectius de seguiment de la campanya a Google Analytics. Assessorament en configuració i implementació de mètriques amb Google Analytics. 	2	2
		<ul style="list-style-type: none"> 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	4
B. Publicitat a internet: GESTIÓ DE GOOGLE ADWORDS	5 punts	<ul style="list-style-type: none"> Proposta de sistema de seguiment de les campanyes (reporting), per partida pressupostària, paraula clau i ubicació. Estructura de visualització i plataforma utilitzada. 	3	3
		<ul style="list-style-type: none"> Criteris de revisió i actualització de llistes de paraules clau per a cadascun dels cursos a la xarxa GDN i freqüència. 	1	1
		<ul style="list-style-type: none"> Definició d'elements a considerar a l'hora de crear anuncis i posicionar-los per la millora de la conversió. 	1	0,8
C. Campanya GDN	10 punts	<ul style="list-style-type: none"> 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	2,5
		<ul style="list-style-type: none"> 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	1
		<ul style="list-style-type: none"> 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	2
		<ul style="list-style-type: none"> 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
			35	31,8
Puntuació referida a aspectes específics i susceptibles de ser objectivables:			MÀXIMA	Puntuació
<ul style="list-style-type: none"> Disposar d'un equip intern que conformi un departament de CRO (Conversion Rate Optimization) dimensionat amb un mínim de 5 professionals que comptin amb una especialització acreditada a través d'una formació específica o una experiència laboral d'un mínim de tres anys demostrada, en SEO, ASO (optimització del SEO en dispositius mòbils), Analítica i Ux. 			8 PUNTS	8
<ul style="list-style-type: none"> Disposar de l'acreditació Partner Premier de Google 			3 PUNTS	3
<ul style="list-style-type: none"> Disposar per part de l'equip professional de SEM la certificació individual en Bing Ads i en Google Adwords. 			2 PUNTS	2
<ul style="list-style-type: none"> Disposar de l'eina Ingenious tecnologies per fer seguiment de les campanyes i identificar àrees de millora. 			2 PUNTS	2
				15
Total puntuació:				46,8

El criteri utilitzat en el procés d'atorgar la puntuació s'ha basat en el grau d'acompliment dels requeriments recollits en el plec de les propostes tècniques presentades en aquest cas per una única empresa licitadora. Hem volgut valorar l'anàlisi de la nostra activitat de negoci per un plantejament estratègic a partir del qual es treballaria el canal, de manera que volíem veure en detall els criteris que s'havien definit relacionats amb el servei i la concreció de propostes vinculades amb el nostre target i negoci. En aquest sentit, en la proposta presentada per ELOGIA, hem trobat a faltar la referència a Solucions corporatives en el moment de plantejar l'estratègia del posicionament SEO. En l'apartat de la campanya basada en la xarxa display de Google (GDN) hauria calgut contemplar l'anàlisi de les pàgines (número de visites, perfils, reputació de la pàgina, taxa abandonament.. entre d'altres) considerades ubicacions en les campanyes de GDN, i la referència a les diferents tipologies de format (vídeos).

La conclusió és que la valoració tècnica de la proposta revisada es tradueix a un total de 46.8 punts atorgats a ELOGIA.


TERESA RIBOT