



# SFM

SERVICIOS FUNERARIOS DE MADRID

**EXPTE SFM/2019/00018**

**PLIEGO DE CLÁUSULAS TÉCNICAS QUE HA DE REGIR EN EL CONTRATO DE SERVICIOS DE UNA AGENCIA DE MARKETING DIGITAL PARA ACCIONES SEO, SEM Y LA ANALÍTICA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA PÁGINA WEB DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE SERVICIOS FUNERARIOS Y CEMENTERIOS DE MADRID, S.A. (SFM) POR PROCEDIMIENTO ABIERTO.**



# SFM

SERVICIOS FUNERARIOS DE MADRID

## **PRIMERA.- JUSTIFICACIÓN**

SFM recientemente ha desarrollado una nueva página web con el objetivo de trasladar a las familias una información clara y transparente de la empresa y sus servicios pero, en contraposición, se ha producido una pérdida de posicionamiento en las principales redes de búsqueda de información online y para recuperar el posicionamiento ha sido necesario llevar a cabo una inversión SEM durante seis (6) meses para estudiar su evolución.

Los resultados obtenidos han supuesto una mejora del tráfico web y del posicionamiento de la página web y en consecuencia se ha logrado proporcionar más información de nuestros servicios a las familias.

Así pues, se considera necesario continuar la inversión en SEM ya que, de esta forma, se facilita a las familias el acceso a una información necesaria en caso de fallecimiento de un ser querido, además se considera imprescindible implementar un correcto mantenimiento SEO de la web, y reforzar ambos con un seguimiento exhaustivo sobre la evolución de la página en cuanto a usabilidad, navegación, y consulta de los usuarios a través del análisis de la misma.

Por último, para realizar un correcto seguimiento de esta evolución y poder mejorar su usabilidad, tráfico y comunicación, es necesario disponer de un proveedor que lleve a cabo un seguimiento a través de los parámetros que se marcan en Google Analytics, realizar informes mensuales de su evolución y a través de estos, proponer y desarrollar acciones de mejora, etc.

## **SEGUNDA.- OBJETO.**

El objeto del presente procedimiento de licitación es la contratación de los siguientes servicios

- Servicio para la definición, la gestión y la realización de un seguimiento de la estrategia de Publicidad SEO y SEM para la página web de SFM para poder ofrecer un servicio de calidad adaptado a las nuevas exigencias del mercado.
- Servicio de inversión en SEM para la que se establecerá una inversión fija e invariable de 1.500 euros mensuales para que SFM pueda invertir en diferentes palabras claves en base a las necesidades de cada momento o en base a la demanda de cada mes.

## **TERCERA.- OBJETIVOS DEL PROYECTO.**

Los objetivos perseguidos para la contratación de este servicio son:

- a) Obtener un conocimiento del posicionamiento actual de SFM.
- b) Traducir este conocimiento en acciones concretas para la mejora del posicionamiento de SFM.
- c) Naming e identidad verbal.
- d) Creación y ejecución de un plan de posicionamiento, comunicación y marketing.
- e) Seguimiento de las acciones tomadas.



## CUARTA.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

En este apartado se describen los servicios que conforman el objeto del contrato y que el adjudicatario deberá realizar en todo caso.

Se podrán ofertar prestaciones superiores a las solicitadas, que se considerarán positivamente en la valoración técnica de la oferta, pero que en ningún caso sustituirán a las detalladas en este punto del pliego.

La realización de cualquiera de los trabajos previstos en este apartado requerirá una solución creativa para este proyecto de creación, desarrollo y posicionamiento de la nueva Marca de SFM que integre y esté acorde con el espíritu, valores, características y singularidades de SFM.

En general, los servicios que, a continuación, se describirán en el presente apartado, deberán presentarse al Departamento de Marketing para ir concretando su aprobación y será necesaria la validación por parte del responsable que designe SFM.

En el caso de que se soliciten cambios en cualquiera de los puntos porque se considere que las propuestas presentadas no describen o reflejan correctamente los objetivos o la imagen que se desea de la empresa, se deberán considerar y realizar hasta que SFM lo valide y sea considerado como definido y cerrado.

En concreto, los trabajos a desarrollar por el adjudicatario son los siguientes:

### 1. ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO ACTUAL.

Se realizará un análisis previo de la empresa, teniendo en el espíritu, valores, y objetivos de la empresa. En este apartado se contemplará:

- Investigación específica para avanzar en el diagnóstico de la situación actual y para conocer en mayor detalle la imagen y posicionamiento **online** de SFM, S.A. En esta fase inicial se desarrollarán los trabajos de documentación e investigación necesarios que permitan un conocimiento profundo de la visión actual y potencial en todos los públicos objetivos.
- Identificación de valores y atributos de SFM que deban destacarse en la comunicación para obtener una diferenciación respecto de la competencia y de aquellos otros que provocan en el consumidor una reacción negativa.

### 2. PLAN ESTRATÉGICO, GESTIÓN, COORDINACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES SEM Y SEO.

En base a los resultados obtenidos se procederá al establecimiento de unas directrices y planes de acción para el posicionamiento de la nueva marca y página web. Este plan **estratégico** incluirá los siguientes elementos:

- a) Gestión, coordinación y planificación de acciones SEM, que comprende:
  - Análisis de Keywords para ámbito nacional y local.
  - Análisis del rendimiento y del coste por cada Keyword



# SFM

SERVICIOS FUNERARIOS DE MADRID

- Creación, configuración y optimización inicial de campañas
- Creación de Landing page
- Creación de múltiples campañas y anuncios por campaña con Test A/B
- Herramienta de seguimiento y escucha de llamadas, call tracking.

b) Gestión, coordinación y planificación de acciones SEO, que comprende:

- Revisión e informe de la situación de inicio de la web (contenidos, etiquetas, enlaces internos y externos, microformatos, etc) con comparativa frente al mercado sectorial.
- Desarrollo de una estrategia de mantenimiento y mejora del posicionamiento SEO
- Análisis de Keywords con revisiones y actualizaciones permanentes tanto del sector como de búsquedas generales.
- Revisión y optimización de Google MyBusiness y RRSS.
- Colaboración con el Dpto. de marketing SFM en la creación de nuevas páginas, contenidos y/o noticias con la revisión y creación de textos y contenidos acordes a las Keywords, estructura de la web, sitemap, robot.txt, etc., así como de enlaces y RRSS.
- Creación de Inbounng Marketing con el objetivo de mejorar y optimizar la experiencia del usuario.

### 3. ANÁLISIS ACCIONES Y EVOLUCIÓN WEB

Para constatar la efectividad y resultados de las acciones a desarrollar, se deberá hacer un seguimiento exhaustivo sobre la evolución de la página en cuanto a usabilidad, navegación, y consulta de los usuarios a través del análisis de la misma, en concreto a través de las siguientes acciones:

- Gestión y analítica con Google Adwords con control de los CPC.
- Monitorización de Google Analytics, uso y navegación por la Web.
- Análisis de la evolución y situación de las Keywords de SEO y SEM.
- Análisis de tráfico de usuarios en la web pública, comportamiento de navegación por producto y conversión.
- Identificación de KPI para cada flujo de producto desde la fuente hasta el indicador de macro o de micro conversión.
- Selección de herramienta de visualización de datos para esos indicadores.
- Implementación de etiquetado de analítica en todos los flujos de usuario.
- Creación de dashboards con los indicadores definidos.
- Herramientas que faciliten conocer y analizar la navegación del usuario.



# SFM

SERVICIOS FUNERARIOS DE MADRID

- Consultoría mensual con informe de resultados y propuesta de acciones correctivas y de mejora según los resultados del mismo, la evolución de la web y las necesidades del cliente.
- Sugerir ajustes en la web en base a los resultados de los informes y evolución de la misma, hacer las solicitudes al Dpto. de Informática SFM, pruebas, seguimiento, etc.

## **QUNTA.-. FORMATO DE LA PROPUESTA TÉCNICA**

La oferta técnica deberá incluir los siguientes apartados:

1. Resumen ejecutivo e identificación del licitador. Exposición de los aspectos más significativos o de mayor relevancia de la propuesta de servicio, destacando la planificación los recursos y las propuestas de valor añadido.
2. Metodología a utilizar. Descripción del Objeto y alcance de cada uno de los trabajos. En este apartado se valorará la metodología propia de cada licitador para la ejecución de los trabajos.
3. Propuesta de integración, entre los canales relacionados SEM/SEO/contenidos. Coordinación de estrategias, acciones o análisis conjuntos o coherentes
4. Planificación de los trabajos, organización y cualificación profesional del equipo que llevará a cabo los mismos.
5. Se requiere la inclusión de un portafolio que recoja el trabajo que en esta misma línea se haya realizado con otros destinos, si lo hubiera, o con productos principalmente turísticos. La propuesta se deberá entregar en sobre cerrado incluyendo dos juegos en formato papel y un juego en formato digital (Word, PDF u Open Office).
6. Seguimiento del servicio. Documentación e informes. Indicación de cómo se realizará la medición de la eficiencia del servicio para saber si la planificación ha tenido los resultados esperados, las correcciones posibles, factores de desvío respecto de los objetivos establecidos. La empresa licitadora deberá indicar el contenido de dichos informes y el plazo de tiempo que requerirá, especialmente para los informes periódicos.
7. Herramientas. Propuesta de integración de las herramientas y de herramientas adicionales propuestas para la eficiente ejecución del servicio. En el caso de herramientas adicionales, se valorará que dichas herramientas aporten mejoras reales y justificadas, por lo que es necesario demostrar que se dominan estas herramientas con ejemplos de informes, capturas de pantalla o descripción de casos de uso real con éxito.

## **SEXTA.-DERECHOS DE AUTOR.**

Con relación a los derechos de propiedad intelectual y/o industrial que pudieran derivarse de los trabajos y/o materiales empleados en su realización, se transmiten a SFM la totalidad de los



# SFM

SERVICIOS FUNERARIOS DE MADRID

derechos de explotación de los mismos, en régimen de exclusiva y sobre cualquier modalidad de explotación y/o tipo de soporte.

## **SEPTIMA. PLAZO DEL CONTRATO**

El plazo de ejecución del contrato será de un año con posibilidad de 2 prórrogas de hasta (doce) 12 meses.

## **OCTAVA.- FORMA DE EJECUCIÓN, DIRECCIÓN, COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO**

La empresa SFM y en concreto, el responsable que designe, será quién tenga la capacidad de autorizar cualquier alteración de las condiciones en que se desarrollen los trabajos especificados en este pliego y en las ofertas aceptadas, cualquier circunstancia imprevista, deberá ser comunicada y en su caso, la modificación de los términos deberá ser aprobada por esta entidad. En cualquier momento puede ser requerida a la empresa adjudicataria información relativa al estado, gestión y grado de ejecución del trabajo encargado.

Corresponde a SFM la supervisión y dirección de los trabajos y proponer las modificaciones convenientes que el adjudicatario deberá atender y, en su caso, proponer la suspensión de los mismos si existiese causa suficientemente motivada.

SFM designará un Responsable de Proyecto cuyas funciones en relación con el presente pliego serán:

1. Velar por el cumplimiento de los trabajos ofertados.
2. Fijar reuniones periódicas entre el Ayuntamiento de San Fernando y el adjudicatario con el fin de determinar, analizar y valorar las incidencias que, en su caso, se produzcan en ejecución del contrato.
3. Validar los trabajos que se presenten.

Durante la ejecución de los trabajos objeto del contrato, el adjudicatario se compromete, en todo momento, a facilitar al Responsable de Proyecto, la información y documentación que éste solicite para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en que se desarrollan los trabajos, así como de los eventuales problemas que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizados para resolverlos.

En este sentido, el adjudicatario deberá informar al Responsable de Proyecto con la periodicidad necesaria sobre distintos aspectos del funcionamiento y calidad de los servicios prestados.

El adjudicatario deberá presentar un informe, en el formato que defina SFM de cumplimiento de los servicios.

Asimismo el adjudicatario estará obligado a asistir y colaborar a través del personal que éste designe, en las reuniones de seguimiento del proyecto definidas por los responsables de SFM quién se compromete a citar con la debida antelación al personal del adjudicatario, a los efectos de poder facilitar su asistencia.

El adjudicatario proporcionará sin coste adicional para SFM una copia en soporte informático en un pendrive con toda la documentación generada durante la prestación de los servicios objeto del contrato.

El adjudicatario se obliga a la ejecución del contrato con exacto cumplimiento de las condiciones recogidas en el contrato, así como en los PCAP y PPTP, comprometiéndose a procurar todos los



# SFM

SERVICIOS FUNERARIOS DE MADRID

elementos necesarios para llevar el mismo a buen término y a realizar cuantas gestiones sean necesarias para ello. El suministrador no tendrá derecho a indemnización por causa de pérdidas, averías o perjuicios ocasionados en los bienes, antes de su entrega a SFM.

## **NOVENA. CONFIDENCIALIDAD**

1. La empresa adjudicataria y su personal están obligados a guardar secreto profesional respecto a los datos de carácter personal de los que haya podido tener conocimiento por razón de la prestación del contrato, obligación que subsistirá aún después de la finalización del mismo, de conformidad con la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y Garantías de los Derechos Digitales (LOPDPGDD) y en los artículos 28 y 29 del Reglamento (UE) 2016/79 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016 (en adelante, RGPD).
2. El adjudicatario está obligado a guardar el secreto profesional respecto de los datos de carácter personal que traten en el cumplimiento de este contrato, comprometiéndose a informar a sus empleados acerca de dicho deber de secreto.
3. Igualmente, el adjudicatario queda sujeto al cumplimiento de las medidas de seguridad que legalmente correspondan, comprometiéndose a implantar aquellas destinadas a evitar la pérdida, sustracción o manipulación de los datos personales a los que tenga acceso en cumplimiento del presente contrato, así como a informar y formar a sus empleados que accedan a dichos datos, acerca de las medidas que deben cumplir.
4. Una vez cumplida la prestación contractual, los datos de carácter personal deberán ser destruidos o devueltos a SFM al igual que cualquier soporte o documentos en que conste algún dato de carácter personal objeto del tratamiento.

En Madrid, a 28 de mayo de 2019

\_\_\_\_\_  
Por la SFM.

\_\_\_\_\_  
CONFORME: El adjudicatario



# SFM

SERVICIOS FUNERARIOS DE MADRID