



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

SERVICIO DE ESTRATEGIA, OPTIMIZACION Y SEGUIMIENTO DEL POSICIONAMIENTO ORGANICO (SEO) DE LOS SITIOS WEB DE IFEMA MADRID Y SUS FERIAS Y APLICACIONES DE IFEMA MADRID

EXP. 23/181 - 2000022881

COMISIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN

1. PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

IFEMA MADRID quiere acometer un servicio de auditoría, estrategia, implementación y seguimiento del posicionamiento SEO de IFEMA MADRID y sus ferias, según los requerimientos indicados en los siguientes apartados.

1.1. ANTECEDENTES

IFEMA MADRID es el primer operador ferial de España y uno de los más importantes de Europa, convirtiéndola en uno de los ejes clave del Madrid de los negocios. Acoge anualmente más de 80 ferias de las cuales el 78% son ferias profesionales, B2B y un 22% ferias dirigidas al público general.

IFEMA MADRID se encuentra en un momento estratégico de cambio y crecimiento con unos objetivos de negocio de incremento fuerte de facturación a corto plazo, crecimiento en el número de visitantes anuales y un incremento en la celebración de eventos de ocio dirigidos al público general. Desde 2019 gestiona un nuevo espacio, Palacio Municipal de Congresos, que permitirá apoyar la celebración de nuevos eventos y congresos. IFEMA MADRID también tiene como foco seguir creciendo en presencia internacional, organizando algunas de sus principales ferias en otros países, en colaboración con operadores locales y con proyectos de consultoría, aportando know-how.

Desde 2019, IFEMA MADRID se encuentra en una nueva fase dentro de su estrategia on-line en la que se encuentra integrada en un CMS (Oracle Webcenter Site) y con una estrategia SEO desarrollada y establecida tanto para ferias y eventos, como para contenido institucional, sectorial o ferial.

Es por ello que, IFEMA MADRID requiere de una nueva estrategia en su posicionamiento orgánico que refuerce este trabajo previo y consiga seguir aumentando su presencia en las SERPs a nivel nacional e internacional.

1.2. OBJETO DEL SERVICIO

El presente pliego tiene como objeto la solicitud del servicio SEO en relación con la estrategia, análisis y creación de contenido, seguimiento y linkbuilding de IFEMA MADRID, para aumentar su tráfico orgánico, visibilidad y autoridad dentro de los buscadores.

Para ello, se tendrá en cuenta los factores de posicionamiento que se dan en Google, el mayor buscador utilizado en España, así como otros que puedan ser mayoritarios en otros países donde IFEMA MADRID tenga presencia. Es importante estar actualizados en todo momento en relación con los factores que Google u otros buscadores tengan a día de hoy como a futuro.

Tan importante es el crecimiento orgánico como la calidad de la visita y la experiencia del usuario, cumpliendo en todos ellos los objetivos según la estrategia fijada. Es decir, ya sea la venta de entradas, como el consumo de contenidos o el aumento de visibilidad y repercusión de una nueva feria o evento.

1.3. SITUACION ACTUAL

Los portales de IFEMA MADRID están desarrollados, con Oracle Webcenter Sites. Según su uso y estructura se puede hacer distinción entre los diferentes tipos de portales existentes:

- **Portales Feriales:** Son portales que dan servicio a las distintas ferias que alberga IFEMA MADRID. Pueden tener carácter anual siendo renovados en cada edición o pueden estar disponibles varios años si la edición se repite con menos frecuencia. Estos portales mantienen una estructura principal fija con variaciones en función de la feria y del estado de comercialización. En la actualidad se administra un gran volumen de webs (más de 100).
- **Portal Institucional:** Portal principal y de presentación de IFEMA MADRID. Da información de una forma agrupada del resto de portales Feriales (Información de Ferias, Calendario, noticias, etc.). Sobre este portal existen varias integraciones externas para la introducción de noticias, generación de newsletter y sindicación de contenidos.
- Estos websites tienen integración con los sistemas de back office de IFEMA MADRID mediante servicios REST.
- **Contenidos:** existen tres tipologías de contenidos dentro de nuestro site.
 - Contenido sectorial que enlaza a diferentes ferias o eventos de IFEMA MADRID
 - Contenido sobre la ciudad de Madrid con el mismo objetivo que el anterior
 - Contenido específico para ferias para aumentar su visibilidad.

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Este documento describe las obligaciones y responsabilidades del adjudicatario en relación con la prestación del servicio. El adjudicatario prestará sus servicios de acuerdo con la metodología de gestión de IFEMA MADRID y el modelo de relación con operaciones, o cualquier proceso o metodología aprobado por IFEMA MADRID.

2.1. ALCANCE DEL SERVICIO

El servicio SEO prestado debe estar orientado a una estrategia en función con la situación orgánica actual del site de IFEMA MADRID y según los objetivos de negocio a desarrollar durante los próximos años que se definen en el apartado 2.2.

Es importante señalar que la estrategia puede variar o verse afectada por motivos externos o por cambios en los objetivos de IFEMA MADRID.

2.2. OBJETIVOS DEL SERVICIO

El canal orgánico supone para el site de IFEMA MADRID entre un 40-50% del tráfico online total. Asimismo, a nivel numérico se ha crecido desde 2019 más de 500k sesiones de forma anual, a excepción del año de pandemia. Durante 2023 se prevé superar los 5 millones de sesiones orgánicas con facilidad.

Por tanto, entre los objetivos SEO que requiere IFEMA MADRID se encuentran:

- Seguir manteniendo como mínimo que el canal orgánico siga suponiendo un 40-50% del tráfico online total mensual y anual de IFEMA MADRID no reduciendo en ningún caso el número de sesiones orgánicas a nivel anual vs año anterior.
- Mejora del porcentaje de rebote y trazabilidad del usuario al objetivo en los contenidos que se desarrollan en IFEMA MADRID. La empresa licitadora deberá vigilar que este parámetro siempre se mantenga en cifras razonables (no superior al 60%) y proponer soluciones alternativas cuando se supere este valor en un plazo máximo de un mes.
- Mejora de la visibilidad y autoridad SEO del site de IFEMA MADRID, tanto general como en sus diferentes verticales, ferias y eventos. La empresa licitadora deberá vigilar que estos parámetros siempre se mantengan en la cifra actual o superiores.
- Adaptar la web de IFEMA MADRID a los nuevos paradigmas de SEO, como SGE o similares.

2.3. TAREAS DEL ADJUDICATARIO

Las tareas integradas en el servicio que debe proporcionar el adjudicatario serán las siguientes:

- **Auditoría/ Presentación**
La empresa licitadora realizará una auditoría inicial y entregará una propuesta de estrategia acorde a los objetivos planteados.

Se realizarán auditorías técnicas a petición de IFEMA MADRID.

- **Contenidos**

El trabajo por realizar debe estar orientado tanto a análisis permanente, propuesta y seguimiento de todos los tipos de contenidos que se dan lugar en el site de IFEMA MADRID, ya sea institucional, sectorial, local o ferial o según necesidades que puedan surgir durante el proyecto. Dentro de este desarrollo, se debe estar actualizado en función de todas las novedades que puedan surgir, con el objetivo de crecer y mejorar la calidad de este tráfico.

Para cumplir este objetivo, la empresa adjudicataria debe poner a disposición de IFEMA MADRID una herramienta de IA (neuronwriter) para redacción de contenidos, la cual será gestionada únicamente por IFEMA MADRID, y cuyo coste estará incorporado dentro del Fee fijo anual.

Además, IFEMA MADRID podrá solicitar en cualquier momento otra herramienta (s) que sea necesaria, o bien, el adjudicatario podrá proponer otra herramienta (s) que considere necesaria y que puedan surgir en base al contexto. IFEMA MADRID será el decisor final de la implementación de la herramienta. El coste de estas herramientas adicionales se tramitará a través del procedimiento de modificación de contrato.

- **Estrategia**

Se debe prestar servicio cuando se requiera en base a análisis o propuestas para mejorar la visibilidad y tráfico de todas las ferias o eventos que se desarrollan dentro del site de IFEMA MADRID.

Estos análisis o propuestas deben estar alineadas con el equipo de IFEMA MADRID, incluyendo todos los actores implicados, así como todos los elementos técnicos a nivel web o herramientas que puedan verse implicadas.

- **Linkbuilding**

Se debe tener en cuenta que, IFEMA MADRID, podrá dedicar una parte de la inversión en linkbuilding para ferias o landings estratégicas según necesidades del negocio, que quedará definido con tiempo suficiente con el equipo de IFEMA MADRID. IFEMA MADRID decidirá la inversión a realizar, según sus necesidades. Esta acción requerirá de análisis de medios, redacción de contenido y compra en medios especializados, con el objetivo de reforzar o aumentar la autoridad del apartado web sobre el que se quiera realizar la acción.

IFEMA tendrá el derecho de solicitar, en cualquier punto durante la duración del contrato, las facturas reales que respalden los importes facturados, los costos asociados y cualquier otro elemento relevante relacionado con las transacciones realizadas por el adjudicatario.

Asimismo, se requiere una revisión trimestral de site externos que nos enlazan que puedan penalizarnos por considerarse site "tóxicos" y que Google pueda penalizarnos por prácticas abusivas.

- **Técnico**

Es importante señalar que el actual CMS (Oracle Webcenter Site) puede ser sustituido por algún otro CMS, dando igualmente servicio ante las particularidades que puedan darse en el mismo.

La empresa adjudicataria deberá facilitar a petición de IFEMA MADRID la herramienta/s: oncrawl y semrush para su análisis técnico la cual será gestionada únicamente por IFEMA MADRID. El adjudicatario podrá proponer otra herramienta (s) que considere necesaria y que puedan surgir en base al contexto. IFEMA MADRID será el decisor final de la implementación de la herramienta. El coste de estas herramientas adicionales se tramitará a través del procedimiento de modificación de contrato.

Se realizarán análisis técnicos únicamente bajo petición por parte de IFEMA MADRID.

IFEMA MADRID tendrá el derecho de solicitar, en cualquier punto durante la duración del contrato, las facturas reales que respalden los importes facturados, los costos asociados y cualquier otro elemento relevante relacionado con las transacciones realizadas por el adjudicatario.

- **Propuestas de mejoras**

Será obligación del adjudicatario durante el desarrollo del servicio, proponer ajustes o mejoras en base a los puntos anteriormente citados, tanto contenidos, estrategias y autoridad. Para ello tendrá en cuenta los resultados conseguidos, las incidencias surgidas, las novedades y nuevas tendencias aplicadas en el marketing de buscadores, entre otros.

- **Informes**

- **Informe mensual** de seguimiento en el que se detallaran las tareas realizadas por el perfil. Se trata de un informe que no está vinculado con el fee mensual, es decir, las tareas estipuladas marcadas por IFEMA MADRID dentro del mes corresponden con el fee mensual. Este informe se solicita para mero seguimiento y control del servicio.
- **Informes de resultados:** Mensual, semestral y anual en cuanto a la medición de la eficiencia del servicio, con los indicadores que se establecerán con el proveedor adjudicatario en las primeras reuniones de equipo que se mantengan

- **Informes extras:** El adjudicatario proporcionará informes SEO a petición de IFEMA MADRID y con las condiciones que requiera. No se deben enviar informes sin una solicitud.

Importante: Todas las herramientas mencionadas en este punto estarán incluidas en el coste fijo mensual.

3. MODELO DE GESTION DE RELACIONES

Para que el servicio pueda realizarse con agilidad y eficacia, serán necesarias reuniones virtuales o presenciales con IFEMA MADRID (semanales, quincenales o mensuales en función a requerimiento) para hacer seguimiento de su evolución.

Se fijará una reunión inicial donde se defina el calendario de reuniones recurrentes con IFEMA MADRID. El contacto será siempre con el responsable de SEO o en su defecto con el responsable de área o el que este asigne.

IFEMA MADRID no asumirá ningún gasto en concepto de traslados, dietas o alojamiento.

4. EQUIPO DE TRABAJO

Para la realización de las tareas definidas, se considera necesario un equipo de trabajo que integre al menos:

- Un especialista en posicionamiento SEO con conocimientos y formación específicos en aspectos técnicos, de contenido y linkbuilding. Con una experiencia mínima de 4 años en proyectos de características similares al objeto del presente pliego.

El perfil debe tener conocimiento en las siguientes herramientas:

- Google Analytics
- Screaming Frog
- Oncrawl
- Sistrix o Semrush
- Search console
- Looker studio

Será necesario aportar el CV con la formación y la trayectoria profesional. En ningún caso se aportará información personal de los perfiles propuestos.

IFEMA MADRID se reserva el derecho de solicitar sustitución del perfil asignado al proyecto si considera que no responde a las necesidades del servicio.

Asimismo, en el caso de que la empresa adjudicataria se vea obligada a sustituir al perfil asignado, deberá comunicarlo a IFEMA MADRID al menos con quince días de

anticipación y proponer la persona de sustitución, con perfil académico y profesional igual o superior, para su aprobación, en un máximo de una semana, es decir, 7 días naturales.

5. PERSONA DE CONTACTO

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, deberá contactar con la Dirección de Compras y Logística.

Igualmente, les recordamos que, para aquellas cuestiones que puedan afectar a la operativa / funcionalidad del portal de licitación electrónica de IFEMA MADRID, existe un área de soporte y consulta a licitadores dentro de la web:

Preguntas frecuentes: <https://licitaciones2.ifema.es/html/preguntas-frecuentes>

Manual de uso de la plataforma:

https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia_Licitadores.pdf

Soporte y contacto con plataforma: <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

El contacto telefónico con el encargado de la gestión del expediente perteneciente a la Dirección de Compras y Logística de IFEMA MADRID, que se cita a continuación, se limitará a cuestiones meramente informativas no vinculantes sobre el propio proceso de licitación:

Macarena Pastor/ Leticia Gutiérrez

Tlfno. +34 91 722 57 23 / +34 615 37 95 80

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, deberá contactar con la Dirección de Compras y Logística.