

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO CONSISTENTE EN UNA CAMPAÑA DE MARKETING ONLINE DE POSICIONAMIENTO SEM EN BUSCADORES PARA EL PORTAL TURÍSTICO WWW.MURCIATURISTICA.ES

### 1. OBJETO Y PRESUPUESTO

El presente pliego tiene por objeto la contratación, de un servicio para el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante **ITREM**), consistente en la gestión de campañas de marketing mediante enlaces patrocinados SEM (Search Engine Marketing), para el posicionamiento en buscadores nacionales de la web [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es).

El presupuesto máximo de licitación para el desarrollo de esta campaña de marketing on line es de 100.000,00 euros IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA hace un total 121.000,00 euros IVA incluido.

### 2. PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

El **ITREM** es propietario y gestor del dominio [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es), y demanda el servicio de un equipo de expertos en campañas de optimización del posicionamiento web en el mercado nacional a través de la gestión de campañas de Adwords, enlaces patrocinados, etc., para la mejora de visibilidad como un destino de vacaciones tanto de cara a la temporada estival como al resto del año cubriendo periodos que desestacionalizan la oferta turística, así como un aumento cuantitativo y cualitativo del tráfico recibido en el portal turístico regional.

Los servicios objeto de este contrato garantizarán la consecución de los siguientes objetivos:

1. Incrementar el tráfico cualificado a [Murciaturistica.es](http://Murciaturistica.es) y las diferentes secciones y apartados de la web diferenciando estrategias por productos turísticos.
2. Optimizar el posicionamiento global de [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es) a través del desarrollo de una propuesta Estratégica SEM (Search Engine Marketing).

Igualmente, el servicio ha de garantizar el desarrollo de estrategias adicionales que permitan una mejora en la popularidad, notoriedad y reputación del destino Región de Murcia y su portal oficial [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es).

#### 2.1.- REQUISITOS MÍNIMOS

- 1.- La empresa adjudicataria ha de garantizar el control de las soluciones técnicas de medición, análisis y reporting asociadas a las tareas de analítica web.

## INSTITUTO DE TURISMO

2.- La empresa adjudicataria contará con un equipo permanente dedicado, exclusivamente, al estudio y desarrollo de las estructuras de las campañas y las estrategias contratadas, debiendo contar con experiencia en la gestión de las materias pertinentes que la empresa adjudicataria vaya a derivarles dentro del proyecto global a que hace referencia esta contratación de servicios.

### 2.2.-ALCANCE DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

La empresa adjudicataria recibirá acceso de consulta a la cuenta de Analytics de [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es) para desarrollar los trabajos indicados a continuación y distribuidos en las siguientes fases de actuación:

#### Fase 1: Fase de análisis, estudios y redacción de informes de situación.

- Análisis exhaustivo de posicionamiento actual de los productos turísticos que desestacionalizan la oferta turística.
- Diagnóstico analítico de últimas campañas de enlaces realizadas.
- Estudio de palabras claves o keywords para posicionamiento patrocinado (de pago).

#### Fase 2: Planificación estratégica:

- Definición de un plan estratégico para la inversión en campaña de enlaces patrocinados en buscadores líderes.

La empresa adjudicataria realizará los trabajos de planificación, gestión, control y seguimiento de las campañas que se decidan iniciar. Los servicios de contratación de la campaña o campañas de enlaces patrocinados que se decidan ejecutar serán realizados directamente por la empresa licitadora y bajo los criterios de inversión que se especifiquen.

#### Fase 3: Trabajos de ejecución, control y seguimiento:

- Control e implementación insite.
- Apoyo en la implementación de los planes definidos.
- Medición analítica continua y reporte mensual de seguimiento.
- Diseño de una estructura de objetivos en la plataforma de google analytics conforme a las estrategias y tácticas previamente planificadas.
- Definición de un modelo de reporte al ITREM para la comunicación mensual de las medidas observadas.
- Definición de un protocolo de seguimiento de mejora del posicionamiento en las campañas de enlaces patrocinados que se emprendan.
- Contratación de las campañas de enlaces patrocinados que se hayan definido entre el ITREM y la empresa adjudicataria como definitivas, una vez revisado y

## INSTITUTO DE TURISMO

consensuado entre ambas partes el Plan Estratégico de la inversión en buscadores desarrollado en la fase anterior.

- Se realizarán los trabajos de organización de la estructura, gestión, control y seguimiento.

### Tareas:

1. Se desarrollará una estrategia de actuación acorde a los objetivos marcados por el ITREM y se establecerán unos valores en función a diferentes indicadores (impresiones, clics, CTR, posicionamiento, CPC, conversiones, etc...).
2. Se editarán los listados de palabras más apropiados, urls de redirección así como los títulos y descripciones de impacto para el destino Región de Murcia y siempre coherentes con el contenidos de las landings de redirección de los productos turísticos siguiendo los objetivos marcados en el Plan Estratégico segmentado por productos turísticos 2015-2019 (Anexo publicado en el perfil del contratante del ITREM).
3. Se realizará un ejercicio continuo de actualización, seguimiento y optimización de la campaña y un control exhaustivo en relación a la efectividad de las campañas en base a las impresiones, tráfico generado, posicionamiento, coste por clic, efectividad de los anuncios y consumo de inversión.

### Fase 4: Realización de una Memoria Final de Trabajo:

La empresa adjudicataria deberá presentar al final del periodo una memoria final de trabajo con los siguientes contenidos:

1. Status inicial y punto de partida de los productos de cada una de las campañas.
2. Estructuras de campaña establecidas.
3. Seguimiento mensual.
4. Informe de resultados final 2016 y definición de la consecución de los objetivos previstos.

### **3. CAMPAÑAS POR PRODUCTOS Y EVENTOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE MURCIA**

La campaña tendrá ámbito nacional y se llevará a cabo por un periodo de un año desde septiembre de 2016 a septiembre 2017, cubriendo todas las épocas del año y en función de los siguientes productos y eventos:

#### **Productos y reservas online:**

- Sol y playa [http://www.murciaturistica.es/es/sol\\_y\\_playa/](http://www.murciaturistica.es/es/sol_y_playa/)
- Enoturismo [http://www.murciaturistica.es/es/enoturismo\\_rutas\\_del\\_vino/](http://www.murciaturistica.es/es/enoturismo_rutas_del_vino/)
- Ciudad y cultural [http://www.murciaturistica.es/es/ciudad\\_cultural/](http://www.murciaturistica.es/es/ciudad_cultural/)
- Náutico y buceo [http://www.murciaturistica.es/es/turismo\\_nautico/](http://www.murciaturistica.es/es/turismo_nautico/)  
<http://www.murciaturistica.es/es/buceo/>

## INSTITUTO DE TURISMO

- Naturaleza <http://www.murciaturistica.es/es/naturaleza/>
- Rural [http://www.murciaturistica.es/es/rural e interior/](http://www.murciaturistica.es/es/rural_e_interior/)
- Salud y Belleza [http://www.murciaturistica.es/es/salud y belleza/buscador/](http://www.murciaturistica.es/es/salud_y_belleza/buscador/)
- Golf <http://golfregiondemurcia.com/>
- Gastronomía <http://www.murciaturistica.es/es/enogastronomia/>
- Turismo familiar [http://www.murciaturistica.es/es/turismo familiar/](http://www.murciaturistica.es/es/turismo_familiar/)
- Turismo senior [http://www.murciaturistica.es/es/turismo senior/](http://www.murciaturistica.es/es/turismo_senior/)
- Turismo religioso <http://www.murciaturistica.es/es/religioso/>
- Reservas online: <http://www.murciaturistica.es/es/reservas/>
- Ofertas alojamientos: [http://www.murciaturistica.es/es/ofertas alojamientos/](http://www.murciaturistica.es/es/ofertas_alojamientos/)
- Actividades: <http://www.murciaturistica.es/es/actividades/>

### Eventos / fiestas / festivales:

- Fiestas y festivales en diferentes épocas del año  
[http://www.murciaturistica.es/es/fiestas y festivales/buscador/](http://www.murciaturistica.es/es/fiestas_y_festivales/buscador/)  
Ejemplo:
  - Fiestas de la Vera Cruz y Caballos del vino de Caravaca (mayo)  
[http://www.murciaturistica.es/es/fiestas\\_caravaca/](http://www.murciaturistica.es/es/fiestas_caravaca/)
  - Fiestas Cartagineses y Romanos (septiembre)  
[http://www.murciaturistica.es/es/carthagineses\\_romanos/](http://www.murciaturistica.es/es/carthagineses_romanos/)
  - Fiestas de Moros y Cristianos en Murcia (septiembre)
  - Fiestas de primavera de Murcia (primavera)  
[http://www.murciaturistica.es/es/fiestas de primavera/](http://www.murciaturistica.es/es/fiestas_de_primavera/)
  - Fiestas de la Purísima en Yecla (diciembre)  
[http://www.murciaturistica.es/es/fiestas\\_purisima/](http://www.murciaturistica.es/es/fiestas_purisima/)
- Campaña de verano / especial playas/ festivales de verano
- Semana Santa [http://www.murciaturistica.es/es/tu mejor semana santa/](http://www.murciaturistica.es/es/tu_mejor_semana_santa/)
- Navidad [http://www.murciaturistica.es/es/especial navidad/](http://www.murciaturistica.es/es/especial_navidad/)
- Carnaval <http://www.murciaturistica.es/es/carnaval/>
- Especial puentes / escapadas

La empresa adjudicataria coordinará con el equipo del ITREM los periodos establecidos para las campañas de cada uno de los productos, pudiéndose establecer de manera individual o simultánea combinando productos y eventos a la vez.

En Murcia, a 15 de Junio de 2016

María Jesús Gil Cantos

Jefe Área-Promoción del Instituto de Turismo de la Región de Murcia

VBº Manuel Fernández-Delgado Tomás

Director General del Instituto del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.