

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest wykonanie przez Wykonawcę na rzecz Zamawiającego kompleksowej usługi optymalizacji i pozycjonowania SEO serwisu internetowego Ministerstwa Finansów dostępnego pod adresem www.podatki.gov.pl.

1. Zamówienie obejmuje następujące czynności:

- audyt SEO serwisu www.podatki.gov.pl,
- stworzenie listy fraz kluczowych odpowiadających grupom docelowym oraz ich odpowiednie pozycjonowanie,
- pozycjonowanie serwisu i analiza marketingowa potencjału fraz kluczowych,
- stały nadzór przez Wykonawcę nad wynikami wyświetlania serwisu,
- optymalizacja meta tagów, obrazów na stronie w zakresie zaawansowanym oraz prędkości ładowania strony w zakresie zaawansowanym,
- analiza tagów „index, noindex” oraz optymalizacja błędów w tym obszarze,
- analiza profilu linków zewnętrznych i linków kanonicznych,
- analiza i optymalizacja treści na stronie,
- stworzenie schematu linkowania wewnętrznego,
- stworzenie strategii link building i jej wdrożenie,
- raportowanie odnośnie pozycji w wynikach wyszukiwania i zmiany względem poprzednich okresów współpracy oraz rekomendacje,
- wdrożenie działań związanych z tagowaniem linków,
- przygotowanie przez Wykonawcę i przekazanie Zamawiającemu rekomendacji optymalizacyjnych wraz z planem działań, obejmującym harmonogram wdrożeń i oczekiwane rezultaty.

2. Zakres czynności niezbędnych do wykonania przedmiotu zamówienia:

2.1. Audyt SEO wraz z analizą marketingową potencjału fraz kluczowych i rekomendacje, tj.:

- selekcja i zbadanie relatywnego potencjału dla danych fraz,
- analiza aktualnych statystyk serwisu,
- określenie konkurencyjności fraz,

2.2. Analizy technicznej strony www (audyt przejrzystości dla wyszukiwarek), tj.:

- optymalizacja treści i elementów HTML strony internetowej,
- przygotowanie i wprowadzenie wytycznych co do optymalnej gęstości i pozycji fraz kluczowych na wyselekcjonowanych stronach – SEO copywriting,
- optymalizacja struktury serwisu, znaczników meta, nagłówków, tytułów stron i opisów alternatywnych, szybkości ładowania stron, linkowania wewnętrznego oraz poprawę dostępności i użyteczności serwisu,
- budowa i utrzymanie wysokiej jakości profilu linkowego, pozyskiwanie wartościowych linków zewnętrznych oraz monitorowanie ich skuteczności,
- wdrożenie działań związanych z tagowaniem linków.

2.3. Weryfikacja i analiza raportów Google Analytics pod kątem rekomendowanych działań (stworzenie uniwersalnego środowiska analitycznego do oceny skuteczności działań marketingowych i raportowania okresowego (kwartalnie), które umożliwi analizę kluczowych wskaźników efektywności (KPI), tj. pozycji wyświetlania strony w serwisie Google).

2.4. Pozycjonowanie SEO:

- pozyskiwanie linków zewnętrznych,

- praca nad linkowaniem wewnętrznym (w obrębie podatki.gov.pl),
- optymalizacja treści na stronie internetowej,
- optymalizacja nagłówków na stronie internetowej,
- optymalizacja słów kluczowych,
- poprawa widoczności w wyszukiwarce Google,
- monitorowanie i analiza strony internetowej pod kątem widoczności w wyszukiwarce Google,
- rekomendacje dotyczące działań poprawiających pozycjonowanie serwisu, w tym w szczególności budowanie zaplecza linków przychodzących,
- budowanie linków zewnętrznych, czyli tzw. backlinków (linków pozycjonujących, kierujących do pozycjonowanej witryny i innych witryn),
- obsługa procesu generowania dobrej jakości linków zewnętrznych do strony www, z osadzonymi frazami kluczowymi.

2.5. Raportowanie:

- Wykonawca zobowiązuje się do comiesięcznego raportowania efektów prowadzonych działań, w tym raportów z narzędzi analitycznych, raportów wdrożeniowych oraz analiz postępów w osiąganiu KPI.
- Raporty będą przekazywane w formie elektronicznej (PDF, XLSX lub inne formaty uzgodnione z Zamawiającym) oraz udostępniane online do 10 dnia miesiąca za miesiąc poprzedni (miesięczne) oraz do 10 dnia miesiąca po zakończeniu kwartału (kwartalne).
- Zamawiający przedstawi zagadnienia wymagające poprawy w raportach niezwłocznie po otrzymaniu raportu, nie później niż w ciągu 10 dni roboczych. Korekty powinny być wprowadzone w ciągu 5 dni roboczych.

Pierwszy raport - po przeprowadzeniu audytu i wdrożeniu zmian – dwa miesiące od dnia zawarcia umowy. Raport będzie stanowił analizę sytuacji wyjściowej do wdrażania zmian na kolejnych etapach prac.

Raporty kwortalne (na koniec kwartału) dotyczące statusu pozycjonowania serwisu - statusu wskaźników i zasięgów pozycjonowania serwisu wynikających ze zrealizowanych prac przez Wykonawcę.

Raporty adhoc – dotyczące statusu wskaźników i zasięgów pozycjonowania serwisu wynikających ze zrealizowanych prac przez Wykonawcę. Przygotowane na prośbę Zamawiającego poza standardowym okresem raportowania, w uzgodnionym z Wykonawcą terminem wykonania.

Raporty okresowe powinny prezentować aktualną pozycję strony w wyszukiwarce Google, a także:

- rekomendacje dot. strategii działania i analiza rezultatów skuteczności pozycjonowania witryny, czyli optymalizacja działań i adaptacja strategii pozycjonowania w wersji opisowej,
- analiza wyników – monitoring pozycji w SERP (search engine results pages - wyniki wyszukiwania),
- cyklicznych raportów ze skuteczności przeprowadzonych działań pozycjonujących witrynę (rankingi zajmowanych pozycji dla wybranych fraz).

3. Zakres zamówienia:

3.1. Czas trwania umowy:

Etap I – 2 miesiące od zawarcia umowy

Etap II – 10 miesięcy od zakończenia Etapu I

4. Szczegółowy opis etapów prac:
 - 4.1. Etap I zakończony będzie raportem zawierającym wnioski z audytu SEO i obejmuje:
 - Audyt SEO
 - Przygotowanie raportu SEO serwisu www.podatki.gov.pl.
 - Przedstawienie rekomendacji zmian w serwisie.
 - Przygotowanie strategii SEO, w tym analiza profilu linków, źródeł pozyskanych linków, konkurencji, przygotowanie planu link buildingowego, rekomendacje fraz kluczowych.
 - Wdrożenie działań związanych z tagowaniem linków.
 - Harmonogram prac wraz z kamieniami milowymi dla etapu II.
 5. Etap II obejmie raporty kwartalne dotyczące wskaźników i zasięgów pozycjonowania serwisu wynikających ze zrealizowanych prac przez Wykonawcę oraz pozostałe punkty uwzględnione w ust 2.
 6. Zakaz praktyk link building sprzecznych z Google Search Essentials.
 7. Wykonawca będzie monitorował pozycje ustalonych wspólnie z Zamawiającym fraz kluczowych (minimum 25–30 fraz związanych z tematyką podatkową) oraz prowadził analizę konkurencji.
 8. Wykonawca zapewni wsparcie konsultacyjne dla zespołu Zamawiającego w zakresie wdrażania rekomendacji SEO oraz bieżących działań optymalizacyjnych.
 9. Zespół Zamawiającego będzie aktywnie włączony w proces zmian w serwisie, z którym konsultowane muszą być wszelkie zmiany treściowe i graficzne w związku z prowadzonymi pracami.
 10. Wykonawca zapewni zespołowi Zamawiającemu wsparcie merytoryczne w ramach prowadzonych prac w zakresie spełnienia standardów bezpieczeństwa informacji, w tym wymogów RODO, zgodnie z obowiązujących w MF politykami i procedurami.