

Opis Przedmiotu Zamówienia

I. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia są działania z zakresu pozycjonowania serwisu www.innovationcoach.pl, w ramach projektu „Innovation Coach” realizowanego przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej oraz Instytut Podstawowych Problemów Techniki PAN.

Cele w zakresie promocji i widoczności projektu w Internecie:

- dotarcie do przedsiębiorstw potencjalnie zainteresowanych uczestnictwem w projekcie,
- wsparcie rekrutacji ekspertów branżowych przez widoczność i rozpoznawalność serwisu,
- budowa pozytywnego wizerunku projektu „Innovation Coach.”

Do głównych kategorii zadań należą w szczególności:

1. przeprowadzenie analizy stanu wyjściowego i efektywności strony internetowej (audyt SEO),
2. wdrożenie i obsługa narzędzi analitycznych (w tym Google Analytics) wraz z analizą danych pod kątem formułowania rekomendacji,
3. realizacja działań z zakresu optymalizacji treści oraz pozycjonowania w wynikach wyszukiwania (SEO) mające na celu konwersję na liczbę rejestracji firm do projektu Innovation Coach,
4. przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia dla zespołu Zamawiającego w zakresie działań promocyjnych i SEO,
5. regularne raportowanie podejmowanych działań i ich efektów w odniesieniu do przyjętych wskaźników efektywności,
6. pozyskiwanie minimum 25 linków kwartalnie z domen o Domain Authority (DA) ≥ 30 .

Okres realizacji usługi: od dnia zawarcia umowy do dnia 31.12.2027 r.

II. Zakres czynności niezbędnych do wykonania przedmiotu zamówienia

1. Audyt SEO – analiza serwisu internetowego innovationcoach.pl pod kątem aktualnego statusu pozycjonowania domeny, słów/fraz kluczowych, tagów, nagłówków, meta opisów. Rekomendacje dotyczące poprawy pozycjonowania, fraz kluczowych i wdrożenie. Stworzenie rekomendowanej listy fraz kluczowych odpowiadających grupom docelowym oraz celom projektu. Analiza w/w serwisu pod kątem wydajności i szybkości ładowania (a także innych elementów, które pozwolą poprawić jakość użytkowania serwisu przez użytkowników). W ramach audytu SEO Wykonawca dokona:

a) Analizy marketingowej potencjału fraz kluczowych i rekomendacje.

- selekcja i zbadanie relatywnego potencjału dla danych fraz;
- analiza aktualnych statystyk serwisu;
- określenie konkurencyjności fraz;
- określenie zbieżności fraz z świadczoną ofertą w ramach w/w serwisu;
- weryfikacja aktualnej pozycji;

b) Analizy technicznej strony www (audyt przyjazności dla wyszukiwarek) – optymalizacja wewnętrzna

- optymalizacja treści i elementów HTML strony internetowej;
- kompleksowy audyt techniczny strony www;
- przygotowanie i wprowadzenie wytycznych co do optymalnej gęstości i pozycji fraz kluczowych na wyselekcjonowanych stronach – SEO copywriting;
- edycja elementów HTML z uwzględnieniem m.in.:
 - Meta tagów
 - Linków wewnętrznych
 - Nagłówków
 - Tytułów stron i opisów alternatywnych
 - i innych elementów HTML, mających znaczenie dla pozycjonowania

2. Obsługa Google Analytics i analiza statystyk pod kątem rekomendowanych działań (stworzenie uniwersalnego środowiska analitycznego do oceny skuteczności działań marketingowych i raportowania okresowego (kwartalnie) dla strony Innovation Coach, które umożliwi analizę kluczowych wskaźników efektywności (KPI), tj. pozycji wyświetlania strony w serwisie Google, w podziale np. wg. typów użytkowników – firma, coach) lub branż, do których należą firmy. Umożliwi to analizę i rekomendacje dla m.in. najskuteczniejszych źródeł pozyskiwania firm do programu np. z wybranych branż).

a) Konfiguracja Google Analytics - Audyt Techniczny SEO + optymalizacja m.in:

- optymalizacja Meta Title i Meta Description;
- optymalizacja nagłówków H1, H2 i H3;
- przekierowanie domeny www/bez www;
- inne przekierowania (na 301 – przyjazne wyszukiwarce);
- site-mapa XML + Sprawdzenie i ew. dodanie pliku Robots.txt;
- sprawdzenie responsywności strony;
- dodanie serwisu do Google Search Console + Analytics + weryfikacja;
- sprawdzenie adresów URL – Search Engine Friendly + ew. poprawa;
- sprawdzenie technik nieprzyjaznych SEO: flash, ramki, cloaking, keyword stuffing etc;
- integracja z Social Media - Rekomendacje dotyczące integracji działań SEO z mediami społecznościowymi oraz analiza wpływu obecności serwisu w social media na pozycjonowanie; Śledzenie linków afiliacyjnych (reklam etc.);
- optymalizacja linków wewnętrznych, przychodzących i wychodzących;
- uzupełnienie atrybutów ALT w zdjęciach i grafikach;
- kompresja wybranych zdjęć;
- optymalizacja istotnych elementów kodu HTML;

- test Google zgodności strony z urządzeniami mobilnymi;
- badanie prędkości strony i jej wydajności oraz podjęcie działań poprawy wskaźników z niskimi ocenami do minimum 55%;
- wdrożenie działań związanych z tagowaniem linków (Google Tag Manager).

3. Pozycjonowanie SEO:

- pozyskiwanie linków zewnętrznych;
- praca nad linkowaniem wewnętrznym (w obrębie innovationcoach.pl);
- optymalizacja treści na stronie internetowej;
- optymalizacja nagłówków na stronie internetowej;
- optymalizacja słów kluczowych;
- poprawa widoczności strony 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 – optymalizacja zewnętrzna, SEO PR online;
- budowanie linków zewnętrznych, czyli tzw. backlinków (linków pozycjonujących, kierujących do pozycjonowanej witryny z innych witryn);
- identyfikacja i selekcja stron trzecich z największym potencjałem do pozyskania wysokiej jakości linków zewnętrznych (katalogi, strony tematyczne, fora, blogi, grupy dyskusyjne); umieszczanie linków zewnętrznych prowadzących do wybranych podstron serwisu w innych serwisach tematycznych o wysokim page ranku (wzg. dobrej pozycji w wyszukiwarkach); umieszczanie podstron w katalogach tematycznych poprzez głębokie linkowanie; podczas prowadzenia działań SEO PR online generowanie wartościowych linków zewnętrznych prowadzących do podstron serwisu;
- wykorzystanie własnego zaplecza do tworzenia backlinków;
- obsługa procesu generowania dobrej jakości linków zewnętrznych do strony www, z osadzonymi frazami kluczowymi;
- wykorzystanie potencjału innych serwisów i podstron do pozyskania wartościowych linków pozycjonujących;

4. Szkolenie zespołu Zamawiającego w zakresie działań promocyjnych SEO:

- przygotowanie i przeprowadzenie 1-dniowego szkolenia online (7h zegarowych szkolenia i 1h przerwy) dla 5-osobowego zespołu, dostosowanego do poziomu początkującego;
- przygotowanie materiałów szkoleniowych (do wykorzystania podczas szkolenia) oraz materiałów podsumowujących (np. checklisty, instrukcje, nagrania lub prezentacja), umożliwiających późniejsze samodzielne działania;
- szkolenie powinno mieć charakter praktyczny i interaktywny (warsztatowy), obejmować ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi SEO oraz zagadnienia takie jak:
 - podstawy działania SEO w kontekście promocji projektów publicznych,
 - tagowanie linków (m.in. UTM, GA4),
 - podstawowe narzędzia analityczne (np. Google Search Console, GA4, Matomo),

- metody analizy konwersji i efektywności działań promocyjnych,
- podstawy strategii link-buildingowej,
- identyfikacja i monitoring słów kluczowych,
- omówienie dobrych praktyk SEO dla treści publikowanych na stronie www i w mediach społecznościowych;
- termin szkolenia: do miesiąca po zakończeniu I etapu prac; konkretna data szkolenia zostanie ustalona w trybie bieżących ustaleń przedstawicieli Zamawiającego i Wykonawcy;
- wykonawca zapewni możliwość zadawania pytań (np. sesję Q&A) oraz kontakt mailowy w okresie do 30 dni po szkoleniu w razie dodatkowych pytań zespołu.

5. Raportowanie w oparciu o powszechnie stosowane narzędzia analityczne:

- Pierwszy raport - po przeprowadzeniu audytu i wdrożeniu zmian – przedłożony Zamawiającemu do dwóch miesięcy od dnia zawarcia umowy. Raport będzie stanowił analizę sytuacji wyjściowej do wdrażania zmian na kolejnych etapach prac. Odbiór prac zostanie przeprowadzony na podstawie protokołu odbioru podpisanego przez Zamawiającego.
- Raporty kwartalne (na koniec każdego kwartału) dotyczące statusu pozycjonowania serwisu - statusu wskaźników i zasięgów pozycjonowania serwisu wynikających ze zrealizowanych prac przez Wykonawcę. Odbiór prac zostanie przeprowadzony na podstawie protokołu odbioru podpisanego przez Zamawiającego.
- Raporty ad hoc – 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 jak i ad hoc 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;
- analizę wyników – monitoring pozycji w SERP (search engine results pages - wyniki wyszukiwania);
- analizę skuteczności przeprowadzonych działań pozycjonujących witrynę (rankingi zajmowanych pozycji dla wybranych fraz).

III. Zakres zamówienia i czas trwania umowy

Etap I:

Do 2 miesięcy od dnia zawarcia umowy

Obejmuje działania: Audyt SEO wraz z raportem

Etap II:

od zakończenia Etapu I, tj. podpisania protokołu odbioru prac Etapu I, w podziale na kwartalne okresy rozliczeniowe do dnia 31.12.2027 r.

Obejmuje działania:

- Obsługa Google Analytics i analiza statystyk pod kątem rekomendowanych działań
- Pozycjonowanie SEO
- Szkolenie zespołu Zamawiającego w zakresie działań promocyjnych SEO
- Raportowanie w oparciu o powszechnie stosowane narzędzia analityczne

IV. Oczekiwane rezultaty

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do osiągnięcia mierzalnych rezultatów, w tym w szczególności:

- a. Zwiększenie widoczności strony innovationcoach.pl w wynikach wyszukiwania Google, mierzone poprzez **wzrost ruchu organicznego o minimum 30%** w stosunku do stanu początkowego ustalonego podczas audytu SEO. Stanem początkowym dla obliczenia 30% wzrostu ruchu organicznego będzie stan ustalony na podstawie danych zebranych podczas audytu SEO, który obejmie analizę aktualnych statystyk serwisu.
- b. **Wzrost współczynnika Domain Authority (DA)** w stosunku do wartości początkowej ustalonej w audycie SEO, o minimum 2–3 punkty co 6 miesięcy, docelowo do poziomu możliwego do osiągnięcia w ramach specyfiki branży oraz zasięgu strony.
- c. **Konwersja działań SEO** na liczbę rejestracji firm do projektu Innovation Coach – oczekiwany rezultat wynosi **średnio 60 rejestracji miesięcznie**, z czego co najmniej 50% powinno pochodzić z ruchu organicznego. Zakłada się stopniowy wzrost tego wskaźnika w czasie, zgodny ze wzrostem widoczności strony i ruchem organicznym.
- d. Pozyskanie **minimum 25 linków zwrotnych kwartalnie z domen o Domain Authority (DA) ≥ 30**, pochodzących wyłącznie z wiarygodnych i tematycznie powiązanych źródeł. Niedopuszczalne jest stosowanie technik niedozwolonych (np. farmy linków, PBN, systemy wymiany linków).
- e. Poprawa wyników Google PageSpeed Insights o **minimum 20%** względem wartości początkowych ustalonych w audycie SEO, zarówno dla wersji desktop, jak i mobile. Zamawiający wskazuje jako wartość referencyjną poziom minimum 55/100.

Ocena wzrostu będzie prowadzona poprzez regularne raportowanie, w tym raporty kwartalne, które będą prezentować aktualną pozycję strony w Google i analizę wyników.

W przypadku nieosiągania przez Wykonawcę wymaganych rezultatów z końcem kwartalnych okresów raportowych, Zamawiający uzna to za podstawę do wdrożenia procedury naprawczej. Wykonawca otrzyma termin 2 tygodni kalendarzowych, liczony od dnia przekazania przez Zamawiającego uwag w protokole odbioru za dany okres, na wskazanie działań naprawczych pozwalających na osiągnięcie rezultatów zgodnych z umową.

V. Wytyczne i informacje uzupełniające dla wykonawcy

- Zespół CPB UE będzie aktywnie włączony w proces zmian w serwisie, z którym konsultowane z osobami upoważnionymi wskazanymi w § 12 Projektu umowy muszą być wszelkie zmiany treściowe i graficzne w związku z prowadzonymi pracami.
- Serwis służy do zaprezentowania informacji na temat systemowego projektu realizowanego przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej w partnerstwie z Instytutem Podstawowych Problemów Techniki PAN. Ministerstwo jako lider projektu ma możliwość przekazywania za

pośrednictwem Zamawiającego uwag do poszczególnych funkcjonalności serwisu oraz wszelkich treści, a wykonawca jest zobowiązany je wykonać.

- Wykonawca musi zapewniać stałą opiekę nad serwisem i wprowadzać korekty niezwłocznie po ich otrzymaniu – w terminie wskazanym przez Zamawiającego – nie dłuższym niż 3 dni robocze.
- Wykonawca zobowiązuje się do prowadzenia działań zgodnych z wytycznymi Google zapewniających trwałość efektów SEO. Rezultaty nie mogą opierać się na technikach sztucznych lub krótkoterminowych. Efekty pozycjonowania powinny utrzymywać się przez okres co najmniej 3 miesięcy po zakończeniu współpracy.