

**Informe tècnic de valoració de les ofertes
presentades en el procediment de contractació
relatiu al “SERVEI DE PLANIFICACIÓ, GESTIÓ I
EXECUCIÓ DE LA PLANIFICACIÓ I PAGAMENT
DELS CONSUMS DEL SEARCH ENGINE
MARKETING ALS MERCATS NACIONAL I
INTERNACIONAL DE LA UNIVERSITAT OBERTA
DE CATALUNYA”**

**LOT 1: SERVEI DE PLANIFICACIÓ, GESTIÓ I
EXECUCIÓ DE LA PLANIFICACIÓ I PAGAMENT
DELS CONSUMS DEL SEARCH ENGINE
MARKETING AL MERCAT NACIONAL**

Expedient HSE00011/2021

1. Antecedents

La convocatòria d'aquest procediment es va publicar en data 19 de maig de 2021 al Perfil del Contractant d'aquesta entitat. El termini fixat per a la presentació de les proposicions era el dia 16 de juny de 2021 a les 13.00 hores.

L'empresa que ha estat admesa en el present procediment és:

Lots	Empresa admesa
1	Adsmurai S.L.

En data 28 de juny de 2021, es reuní la Mesa de Contractació per procedir a l'obertura del Sobre núm. 2 de l'oferta presentada i admesa, que conté la proposta tècnica la valoració de la quals depèn d'un judici de valor, i es remeteren als serveis tècnics perquè procedissin a la seva valoració.

2. Criteris d'adjudicació

De conformitat amb allò establert en el Plec de Clàusules Particulars, els criteris d'adjudicació el valor dels quals es determina mitjançant un judici de valor són els següents:

TOTAL DE PUNTS que s'adjudiquen mitjançant els criteris d'adjudicació el valor dels quals es determina mitjançant un judici de valor	40 Punts
Criteris i subcriteris	Distribució de la puntuació
1. Seguiment de campanya	15
2. Anuncis	10
3. Proposta d'estratègia i planificació d'una campanya dins del Canal	15

1. Seguiment de campanya

Per a la valoració d'aquest criteri d'adjudicació es prendran en consideració els següents aspectes:

- Una proposta de dashboard de seguiment que inclou els indicadors claus i dades rellevants que permeti fer un seguiment correcte de la campanya així com prendre decisions correctores o de millora de manera àgil.
- El dashboard s'ha publicat en una eina cloud i s'hi pot accedir correctament.
- Una proposta detallada i adequada d'informe de seguiment setmanal amb KPI's de seguiment, pressupost envers objectiu i altra informació rellevant pel correcte seguiment de la campanya.
- Una proposta detallada i adequada d'informe de tancament de campanya amb els KPI's de seguiment, pressupost, altra informació que es considera rellevant rellevant, assolits respecte objectius i possibles learnings.
- Els informes setmanal i de tancament, presenten i mostren exhaustivament totes les Línies de Productes indicades i tenen en consideració tots els territoris on treballa la UOC.

En concret es puntuarà el nivell de detall, la coherència i adequació a l'objecte contractual, tenint en compte la diferència entre els diferents elements del servei, segons els següents criteris:

- **15 punts:** La proposta cobreix tots els aspectes demanats en l'apartat permetent assegurar de forma clara el compliment dels requeriments del servei, aportant elements complementaris que aporten un valor afegit en relació a les necessitats demanades al plec de prescripcions tècniques, permetent l'adequació del plantejament a les necessitats específiques del servei demanat.
- **12 punts:** La proposta cobreix tots els aspectes demanats en l'apartat de forma eficient permetent assegurar de forma clara el compliment dels requeriments del servei, però no aporta elements complementaris que li donin una visió innovadora i diferencial en relació a les necessitats demanades al plec tècnic, tot i així permet l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **9 punts:** La proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en un dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **6 punts:** . La proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en dos dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **3 punts:** La proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en almenys tres dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.

- **0 punts:** La proposta té mancances greus en tots els elements objecte de valoració que no permeten assegurar la prestació mínima del servei en condicions, no presenta detalls d'adequació respecte als requeriments específics del servei o és una simple transcripció del plec tècnic.

2. Anuncis

Per a la valoració d'aquest criteri d'adjudicació es prendran en consideració els següents aspectes:

- Presenta un anunci de cerca de la LP Máster Universitari amb els missatges adequats i justificats a la LP anunciada i al target al qual va dirigit i estructurat segons el marcat per a plataforma Google Ads.
- Presenta una previsualització gràfica de com es veuria l'anunci, amb una estructura clara i entenedora.
- Presenta una estructura que respecta les limitacions de caràcters (que imposa la plataforma on s'ha de publicar l'anunci) i altres aspectes tècnics de la plataforma.
- Inclou CTA adequat al producte de la UOC i possibles extensions d'anuncis.

En concret es puntuarà el nivell de detall, la coherència i adequació a l'objecte contractual, tenint en compte la diferència entre els diferents elements del servei, segons els següents criteris:

- **10 punts:** La proposta cobreix tots els aspectes demanats en l'apartat permetent assegurar de forma clara el compliment dels requeriments del servei, aportant elements complementaris que aporten un valor afegit en relació a les necessitats demanades al plec de prescripcions tècniques, permetent l'adequació del plantejament a les necessitats específiques del servei demanat..
- **8 punts** La proposta cobreix tots els aspectes demanats en l'apartat de forma eficient permetent assegurar de forma clara el compliment dels requeriments del servei, però no aporta elements complementaris que li donen una visió innovadora i diferencial en relació a les necessitats demanades al plec tècnic, tot i així permet l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **6 punts:** La proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en un dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **4 punts:** La proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en dos dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.

- **2 punts:** La proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en almenys tres dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **0 punts:** La proposta té mancances en tots els elements objecte de valoració que no permeten assegurar la prestació mínima del servei en condicions, no presenta detalls d'adequació respecte als requeriments específics del servei o és una simple transcripció del plec tècnic.

3. Proposta d'estratègia i planificació d'una campanya dins del Canal:

Per a la valoració d'aquest criteri d'adjudicació es prendran en consideració els següents quatre aspectes:

- Una proposta de distribució mensual detallada del pressupost i calendari del canal SEM al llarg de la campanya, distribuïda per Línia de Producte i tenint en compte la distribució territorial: Catalunya i Resta d'Espanya per a LOT 1 i LATAM per a LOT 2.
- El pressupost de la proposta presentada s'ajusta de manera coherent a l'estratègia al pressupost assignat (1.000.000 € per al LOT 1 i 500.000 € per el LOT 2).
- Una proposta de campanya SEM dins de la plataforma Google Ads, estructurada adequadament i justificant el seu contingut, tenint en compte la jerarquització prevista a la plataforma (Comptes > Grup de Campanya > Campanya > Grup d'Anuncis > Anuncis).
- Una proposta d'estratègia per cobrir tot l'embut de conversió des del canal SEM utilitzant el mix de suports oferts per Google Ads per cobrir la campanya (cerca, vídeo, Gogle Display Network...)
 - Una proposta d'estratègia detallada i coherent amb l'estratègia de la campanya de la UOC cobrir el tram de l'embut de Coneixement de Marca.
 - Una proposta d'estratègia detallada i coherent amb l'estratègia de la campanya de la UOC per cobrir el tram de l'embut de Tràfic.
 - Una proposta d'estratègia detallada i coherent amb l'estratègia de la campanya de la UOC per cobrir el tram de l'embut de Performance.

En concret es puntuarà el nivell de detall, la coherència i adequació a l'objecte contractual, tenint en compte la diferència entre els diferents elements del servei, segons els següents criteris:

- **15 punts:** La proposta cobreix tots els aspectes demanats en l'apartat permetent assegurar de forma clara el compliment dels requeriments del servei, aportant elements complementaris que aporten un valor afegit en relació a les necessitats

demanades al plec de prescripcions tècniques, permetent l'adequació del plantejament a les necessitats específiques del servei demanat.

- **11,25 punts:** La proposta cobreix tots els aspectes demanats en l'apartat de forma eficient permetent assegurar de forma clara el compliment dels requeriments del servei, però no aporta elements complementaris que li donin una visió innovadora i diferencial en relació a les necessitats demanades al plec tècnic, tot i així permet l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **7,5 punts:** La proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en almenys un dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **3,75 punts:** La proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en almenys dos dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat.
- **0 punts:** La proposta té mancances en tots els elements objecte de valoració que no permeten assegurar la prestació mínima del servei en condicions, no presenta detalls d'adequació respecte als requeriments específics del servei o és una simple transcripció del plec tècnic.

3. Valoració

LOT 1

3.1 Seguiment campanya (fins a 15 punts):

A) Adsmurai S.L.

- L'empresa presenta una proposta de dashboard de seguiment que inclou els indicadors claus i dades rellevants per poder dur a terme un seguiment adequat de la campanya com ara CPL, CPC i CTR. Tot aquest seguiment es fa a través d'una eina específica que l'empresa posa a disposició dels clients i que divideix la campanya en les diferents parts del funnel de la campanya. Aquesta eina s'actualitza de forma autònoma amb les dades de les diferents plataformes on s'estiguin fent campanyes d'anuncis, el que permet tenir una visió global de la campanya. Aquesta informació es presenta tant de manera gràfica com numèrica i també permet fer anàlisi territorials.

La proposta de dashboard, a més a més, permet prendre decisions correctores o de millora de manera àgil.

- El dashboard presentat no s'ha publicat en una eina cloud i no s'hi pot accedir.
- La proposta presenta una proposta adequada però no detallada d'informe de seguiment setmanal amb KPI's de seguiment. Tampoc presenta la informació del pressupost envers objectiu ni d'altra informació rellevant pel correcte seguiment de la campanya. L'empresa adjunta una captura de pantalla d'un informe tipus per a fer el seguiment d'una campanya i explica el funcionament de l'eina que farà servir per i les seves funcionalitats i a més es mostren els diferents KPIs de seguiment, però no s'expliquen ni es justifiquen la triada d'aquests indicadors, ni estan detallats de manera explícita en el document lliurat.
- No es presenta una proposta detallada i adequada d'informe de tancament de campanya amb els KPI's de seguiment, pressupost, ni tampoc d'altra informació que es considera rellevant, assolits respecte objectius i possibles learnings. Només s'indica que existeix la possibilitat de crear informes *ad hoc* per cobrir necessitats específiques del client, però no es desenvolupa un cas concret per a la campanya SEM de la UOC. L'empresa sí que presenta d'altres eines que posaria a disposició del client per a fer una estimació de costos i resultats de les diferents plataformes d'anuncis i preveure com aniran evolucionant aquests costos.
- No es presenten informes setmanal ni de tancament, ni tampoc presenten ni mostren exhaustivament totes les Línies de Productes indicades i tampoc no tenen en consideració tots els territoris on treballa la UOC.

En definitiva, la proposta presentada per l'empresa cobreix parcialment els requisits demanats en aquest punt, cobrint de manera completa i adequada només un dels punts sol·licitats. Per aquest motiu, es considera oportú atorgar al licitador **3 punts**.

3.2 Anuncis (fins a 10 punts):

A) Adsmurai S.L.

- La proposta feta presenta un anunci de cerca de la LP Màster Universitari amb els missatges adequats a la LP anunciada, però no estan justificats ni s'especifica el target al qual va dirigit. Els diferents anuncis sí que estan estructurats segons el marcat per a plataforma Google Ads. La proposta presenta un seguit d'exemples

d'anuncis que poden cobrir la línia de producte de Màster Universitari de la UOC, i es plantegen amb una estructura òptima per als diferents espais dels anuncis.

- La proposta presenta una previsualització gràfica de com es veuria l'anunci, amb una estructura clara i entenedora dels diferents formats que permet Google Ads: anunci de cerca, Youtube i xarxa de display de Google.
- Presenta una estructura que respecta les limitacions de caràcters (que imposa la plataforma on s'ha de publicar l'anunci) i altres aspectes tècnics de la plataforma. Tots els textos proposats per l'agència estan mesurats en caràcters i compleixen amb els requeriments que demana la plataforma Google Ads.
- Les propostes d'anunci fetes inclouen CTAs adequats al producte de la UOC i també s'inclouen possibles extensions d'anuncis per a la campanya d'anuncis de cerca de Google Ads.

En definitiva, la proposta no és completa o té mancances de detall i/o adequació en un dels elements objecte de valoració que fa que no permeti assegurar l'adequació de la solució a les necessitats específiques del servei demanat. Per aquest motiu, es considera oportú atorgar al licitador **6 punts**.

3.3 Proposta d'estratègia i planificació d'una campanya dins del Canal (fins a 15 punts):

A) Adsmurai S.L.

- La proposta presenta una proposta de distribució mensual detallada del pressupost i calendari del canal SEM al llarg de la campanya, distribuïda per Línia de Producte i tenint en compte la distribució territorial d'aquest LOT: Catalunya i Restat d'Espanya.
- A més, el pressupost de la proposta presentada s'ajusta de manera coherent a l'estratègia al pressupost assignat (1.000.000 € per al LOT 1). Així mateix, es justifica la divisió de pressupost i tria de suports d'una manera adequada i amb un criteri d'optimització de pressupost i recursos. Addicionalment, té en compte diferents criteris, com els públics objectius de cada suport per a cadascun dels formats triats per a la campanya. Finalment, al final de la proposta es presenta un exercici de estimacions, que té en compte les diferents parts del funnel de campanya i inclou tots els KPIs i

indicadors de referència, com ara la inversió, CPM, Clics i Leads per a cadascun dels territoris on té impacte la campanya.

- Es presenta una proposta de mix de canals que farien servir per cobrir la campanya, que inclou a més dels canals de Google, els d'altres proveïdors d'anuncis, com ara Yahoo o Bing Ads. Aquest mix es justifica adequadament tenint en compte els diferents targets als què impacta cadascun dels sistemes publicitaris. El licitador presenta una proposta de campanya SEM dins de la plataforma Google Ads, estructurada adequadament i justificant el seu contingut, tenint en compte la jerarquització prevista a la plataforma (Comptes > Grup de Campanya > Campanya > Grup d'Anuncis > Anuncis ...). La proposta de jerarquització és totalment adequada a les necessitats de la campanya i a més s'inclou informació que complementa les decisions triades per plantejar l'exercici, com ara els tipus d'anuncis i estratègies per a cadascun dels *touchpoints* amb l'usuari. També s'inclou un quadre resum amb tot el plantejat en la proposta, que permet observar d'una manera molt integrada la proposta de campanya.
- El licitador presenta una proposta d'estratègia per cobrir tot l'embut de conversió des del canal SEM utilitzant el mix de suports oferts per Google Ads per cobrir la campanya (cerca, vídeo, Gogle Display Network...), en concret:
 - S'explica i es presenta una proposta d'estratègia detallada i coherent amb l'estratègia de la campanya de la UOC cobrir el tram de l'embut de Coneixement de Marca. S'indica que en aquest apartat del funnel es treballarà el coneixement de marca i mostrar les característiques del sistema d'estudi de la UOC. També expliquen amb quins suports de Google Ads es treballarà per poder donar resposta a les necessitats d'aquesta fase de la campanya.
 - Es presenta una proposta d'estratègia detallada i coherent amb l'estratègia de la campanya de la UOC per cobrir el tram de l'embut de Tràfic. Proposen treballar amb campanyes de Display per adreçar tràfic al web de la UOC.
 - S'explica i presenta una proposta d'estratègia detallada i coherent amb l'estratègia de la campanya de la UOC per cobrir el tram de l'embut de Performance. A més d'explicar el contingut d'una campanya tipus de performance, s'indica que es treballarà amb un mix de suports per obtenir un CPL òptim per aconseguir arribar als objectius de leads/matricules. També s'indica el tipus de recerca que es farà quant a paraules d'activació de campanya, per optimitzar aquesta fase del funnel.

A més de tots els punts demanats en aquest apartat, l'agència també planteja un seguit de recomanacions a seguir per a les campanyes proposades en els diferents motors de cerca, incloent-hi recomanacions sobre coherència en els anuncis, landings pages i d'altres o seguir les indicacions dels diferents suports per treballar amb estructures clares i endreçades, entre d'altres. Per tant, el licitador aporta elements complementaris que aporten un valor afegit al servei.

En definitiva, la proposta presenta cobreix tots els aspectes demanats en l'apartat permetent assegurar de forma clara el compliment dels requeriments del servei, aportant elements complementaris que aporten un valor afegit en relació a les necessitats demanades al plec de prescripcions tècniques, permetent l'adequació del plantejament a les necessitats específiques del servei demanat. Per aquest motiu, es considera oportú atorgar al licitador 15 punts.

Puntuació final

Per tot allò exposat, es conclou que les puntuacions obtingudes pels licitadors en relació amb les seves propostes avaluable mitjançant judici de valor són les següents:

Taula de puntuació		
Puntuació màxima	Punts (màxima puntuació)	Adsmurai S.L.
1. Seguiment campanya	15 punts	3 punts
2. Anuncis	10 punts	6 punts
3. Proposta d'estratègia i planificació d'una campanya dins del Canal	15 punts	15 punts
Total	40 punts	24 punts

Finalment, les puntuacions totals obtingudes pels licitadors, ordenades en ordre decreixent, són les

següents:

Adsmurai S.L.	24 punts
----------------------	-----------------

Signat,

Silvia Soler García

Directora de l'Àrea de Màrqueting