



XPS2074/2018 – RESPUESTAS A CONSULTAS DE LICITADORES

Pregunta 1º.- GESTIÓN DE RRSS - En relación a la gestión de las RRSS no termina de quedarnos claro el número de redes sociales sobre las que se deben desarrollar las acciones, no hemos encontrado en el pliego el detalle correspondiente y al consultar las web´s no podemos concretar si solo son las RRSS correspondientes a UGR.

Respuesta.- Efectivamente. Se trata de los perfiles de UGR.

P. 2º - MANTENIMIENTO DE WEB Y MICROSITE - Respecto a este apartado al igual que el punto anterior no conseguimos concretar el número de Web´s que requieren de mantenimiento así como el nivel del mismo. Cuando se habla del mantenimiento de las web se refiere al mantenimiento de las actuales

¿Tanto web principal como las satélites?

R.- <http://www.ugr.es> y <http://canal.ugr.es>

P.3.- ¿Cuál es el número total de web que requiere de estas acciones? ¿Son desarrollos a medida o son One Page montadas sobre plataformas?

R.- Desarrollos a medida (una de ellas sobre wordpress).

P.4.- ¿Dentro de la oferta y el mantenimiento está incluido el servicio de hosting, certificados de seguridad, etc.? O cuando se habla de mantenimiento se hace mención al mantenimiento actualizado de los contenidos, diseño, así como las acciones concretas en caso de errores y sus soluciones...

R.- Mantenimiento de contenidos, diseño y resolución de errores.

P.5.- PLAN GENERAL DE COMUNICACIÓN - A lo largo del pliego se habla en varias ocasiones del Plan General de Comunicación, ¿es posible acceder a dicho plan y leerlo en profundidad?

R.- Está siendo objeto de redacción (actualización) en este momento. El plan disponible en la actualidad está obsoleto. La empresa que finalmente resulte seleccionada será invitada a participar en la revisión/redacción de este nuevo plan en lo concerniente al uso de Redes Sociales y plataformas web.

P.6.- ATENCIÓN VÍA MAIL - Respecto a la atención de respuesta vía mail a las consultas que se formulen, es posible saber si estas comunicaciones ¿Están centralizadas sobre un mail o cada departamento tiene el suyo y se han de atender todos?

R.- Básicamente, esta vía de atención está centralizada en una única cuenta de email.



P.7.- APOYO DEL SEM Y PUBLICIDAD - Se hace referencia al apoyo de las tareas de comunicación con acciones de SEM y Publicidad específicas, entendemos que los importes correspondientes a estas acciones no están incluidos y se han de determinar en función de las acciones que se acuerden, ¿es correcto?

R.- Es correcto.

P.8.- COBERTURA DE EVENTOS - En este apartado se habla de la cobertura de los eventos que realice la Universidad y/o que tenga repercusión y notoriedad hacia la misma y su imagen. ¿Existe un calendario sobre el que poder plantear una estrategia? ¿Con cuanta antelación se puede contar de la información correspondiente para desarrollar las funciones?

R.- Algunas actividades pueden programarse con una anticipación de 15-30 días. Otras van surgiendo a demanda de las numerosas y diferentes unidades que componen la UGR, por lo que resultan más difíciles de programar con mucha antelación.

P.9.- DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA - para ir concluyendo las cuestiones, en referencia a diseño gráfico y contenidos multimedia no se determina el volumen de acciones a realizar. ¿Es posible contar al menos con una estimación aproximada?

R.- No.

P.10.- La asistencia del diseño a la comunicación lo contamos en todo momento pero no conseguimos obtener datos sobre estas cuestiones como volumen global, frecuencias, tipos de diseños requeridos, etc. Al mismo tiempo se hace mención dentro de la publicidad de apoyo en videos pero en ningún momento se hace mención al volumen de los mismos, la cadencia de realización, ni la duración de cada uno. Es lógico que este punto nos genere dudas ya que un video a modo publrreportaje para una campaña concreta se puede ir notablemente de precios, aunque contemos con los recursos materiales y humanos para desarrollarlo.

R.- Entendemos su duda. En este momento, sin embargo, no podemos ser más precisos. Nos gustaría contar con más y mejor material de este tipo. Nuestros perfiles pueden ofrecerle una referencia al respecto.

P.11.- MEDICIÓN DE RESULTADOS - por último, en cuanto a la medición de resultados se menciona la creación de un dashboard, pero no se concretan los aspectos técnicos con lo cual nos gustaría que nos ampliasen y nos concretasen más sobre las pretensiones exactas. Se puede implementar a modo de intranet un panel que tenga en tiempo real los datos de la métrica pero no llegamos a entender con exactitud sus peticiones.

R.- Creemos que es precisamente una de las labores de la empresa seleccionada diseñar/proponer un cuadro de medidas que resulten valiosas para la dirección de



comunicación. En definitiva, estamos abiertos a propuestas, aunque obviamente contamos con medidas concretas en este momento.

P.12.- ¿Qué se espera que abarque el servicio de apoyo logístico en campañas de marketing directo?

R.- Apoyo directo con presencia en stands, desarrollo de material promocional, gestión de bases de usuarios, campañas de inbound marketing, etc.

P.13.- En relación al servicio de apoyo a campañas publicitarias en buscadores, ¿se solicita un servicio completo de diseño y gestión de campaña? Si no es así, ¿qué alcance se espera que tenga el servicio?

R.- Efectivamente. Así es.

P.14.- Respecto a la cobertura presencial de actividades y eventos particulares, somos conocedores de que la UGR tiene medios propios con los que viene cubriendo este servicio, en el caso del trabajo solicitado en la licitación ¿la UGR asume el coste de emisión en streaming, cámaras, etc., y se espera que la empresa adjudicataria haga difusión de ese materia (vídeos, fotos, etc.) a través de web y RRSS?

R.- La UGR asume los costes de infraestructura (conexión a redes propias y alojamiento de materiales). No así los del equipo necesario para la producción de los contenidos (ordenadores, cámaras, microfonía, etc.).

P.15.- ¿Dispone la UGR de una herramienta de escucha activa?

R.- Se han probado distintas herramientas de este tipo y en la actualidad se emplea la herramienta proporcionada por Kantar Media (así como algunas otras sin coste). No obstante, se espera que la empresa adjudicataria lleve a cabo una propuesta en este sentido.

P.16.- Para el servicio de diseño gráfico y multimedia, se solicita material gráfico en formato video, ¿Podrían enviar un ejemplo del tipo de video que se quiere se elabore?

R.- Cuentan con números ejemplos en nuestras páginas web y perfiles de redes sociales.