

ANORDNUNG NR. 035 VOM 19.12.2022

Entscheid zur Durchführung eines Vergabeverfahrens für Analytics, Consent Management und SEO-Dienstleistungen.

DER DIREKTOR
VON IDM SÜDTIROL - ALTO ADIGE

Prämisse

IDM beabsichtigt einen Auftrag für Analytics, Consent Management und SEO-Dienstleistungen zu erteilen, laut beigelegtem Technischen Leistungsverzeichnis, welches integrierender Bestandteil dieser Anordnung ist (Anlage 1).

Die Dienstleistungen sind notwendig, um die Sichtbarkeit der Marke Südtirol zu stärken. Hierfür werden Analysen, Weiterentwicklungen, Optimierungen und Visualisierungen umgesetzt.

1.1. EVV, Wettbewerbsbehörde und Direktor der Vertragsausführung

Die Funktion des EVV wird dem Head des Bereiches Digital von IDM, Frau Verena Exenberger, zugewiesen.

Die Funktion der Wettbewerbsbehörde wird dem Head des Bereichs Legal von IDM, Frau Martina Cofler, übertragen, die ihre Funktion in Anwesenheit von mindestens einem Zeugen ausübt.

Die Funktion des Direktors der Vertragsausführung wird dem Head des Bereiches Digital von IDM, Frau Verena Exenberger, übertragen.

1.2. Beschreibung des Gegenstandes der Vergabe

Siehe beigelegtes Technisches Leistungsverzeichnis.

CIG-Code: 9618168B50

CPV: 73300000-5

1.3. Dauer der Leistung

Der Head des Bereiches Digital von IDM, Frau Verena Exenberger, hat die Dauer der Dienstleistung, welche Gegenstand der Vergabe ist, in 20 Monate festgelegt.

1.4. Ort der Vertragsausführung

I-39100 Bozen

1.5. Betrag**PROVVEDIMENTO N. 035 DD. 19.12.2022**

Determina per l'avvio della procedura di affidamento dei servizi Analytics, Consent Management e SEO.

IL DIRETTORE
DI IDM SÜDTIROL - ALTO ADIGE

Premessa

IDM intende affidare un incarico per servizi Analytics, Consent Management e SEO, come da capitolato tecnico, che allegato al presente provvedimento ne forma parte integrante (allegato 1).

I servizi sono necessari per rafforzare la visibilità del marchio Alto Adige. A tal fine, vengono realizzate analisi, ulteriori sviluppi, ottimizzazioni e visualizzazioni.

1.1. RUP, Autorità di gara e Direttore dell'Esecuzione del Contratto

La funzione di RUP per l'affidamento in oggetto viene assegnata all'Head del reparto Digital di IDM, sig.ra Verena Exenberger.

La funzione di autorità di gara viene assegnata all'Head del reparto Legal di IDM, sig.ra Martina Cofler, che svolgerà la sua funzione in presenza di almeno un testimone.

La funzione di direttore per l'esecuzione del contratto (DEC) viene assegnata all'Head del reparto Digital di IDM, Sig.ra Verena Exenberger.

1.2. Descrizione dell'oggetto dell'affidamento

Vedasi capitolato tecnico allegato.

Codice CIG: 9618168B50

CPV: 73300000-5

1.3. Durata della prestazione

L'Head del reparto Digital di IDM, sig.ra Verena Exenberger, ha definito le esigenze di IDM in relazione al servizio in oggetto in 20 mesi.

1.4. Luogo di esecuzione del contratto

I-39100 Bolzano

1.5. Importo

ANORDNUNG NR. 035 VOM 19.12.2022

Geschätzter Höchstbetrag der Vergabe zzgl. MwSt.:

Euro 290.000, zzgl. MwSt., für alle Leistungen laut Technischem Leistungsverzeichnis, für optionale Zusatzaufgaben und erfolgsabhängige Honorierung, davon:

SEO-Dienstleistungen:

- **140.000 Euro**, zzgl. MwSt., für alle SEO-Dienstleistungen laut Technischem Leistungsverzeichnis, inklusive maximal 8.000 Euro, zzgl. MwSt., für optionale Zusatzaufgaben und maximal 10.000 Euro, zzgl. MwSt., erfolgsabhängige Honorierung.

Analytics, Consent Management:

- **150.000 Euro**, zzgl. MwSt., für alle Analytics und Consent Management Leistungen laut Technischem Leistungsverzeichnis.

1.6. Budgetkapitel

Die Kosten der gegenständlichen Vergabe werden über die Budgetkapitel DDC0X001 (SEO) und DDC0X002 (Analytics) gedeckt.

Auf den Vergabeportal der Provinz (MEPAB) gibt es keine aktive Sammelbeschaffungen für Dienstleistungen, die mit den gegenständlichen vergleichbar sind.

1.7. Art des Vergabeverfahrens

- Direktvergabe ($\geq \text{€ } 40.000$ - < 139.000)**
- Direktvergabe ($\geq \text{€ } 139.000$ - < 150.000)***
- Verhandlungsverfahren ohne vorhergehende Veröffentlichung, im Sinne des Art. 25, Abs. 1 Buchstabe b, aus folgendem Grund ($\geq \text{€ } 40.000$):
- Verhandlungsverfahren mit mindestens Nr. 5 Eingeladenen****
- Offenes Verfahren

wobei der Zuschlag gemäß Art. 33 des LG 16/2015.

** Im Sinne des Art. 1, Abs. 2, des Gesetzesdekrets Nr. 76 vom 16.07.2020, umgewandelt in Gesetz Nr. 120 vom 11. September 2020.

*** Im Sinne des Art. 26 LG 16/2015 müssen mindestens 3 Wirtschaftsteilnehmer konsultiert werden, falls vorhanden.

PROVVEDIMENTO N. 035 DD. 19.12.2022

Importo massimo stimato al netto d'IVA:

Euro 290.000, al netto dell'IVA, per tutti i servizi previsti nel capitolato tecnico, per i servizi aggiuntivi opzionali e per la remunerazione correlata ai risultati raggiunti, di cui:

Servizi SEO:

- **140.000 euro**, al netto dell'IVA, per tutti i servizi SEO previsti nel capitolato tecnico, compreso un massimo di 8.000 euro, al netto dell'IVA, per i compiti aggiuntivi opzionali e un massimo di 10.000 euro, al netto dell'IVA, per la remunerazione correlata ai risultati.

Analytics, Consent Management:

- **150.000 euro**, per tutti i servizi Analytics e Consent Management previsti nel capitolato tecnico.

1.6. Capitolo di budget

I costi dell'affidamento in oggetto vengono coperti tramite i capitoli di budget DDC0X001 (SEO) e DDC0X002 (Analytics).

Sul portale degli appalti provinciale (MEPAB) non sono attive convenzioni e accordi quadro per servizi comparabili con quelli oggetto del presente provvedimento.

1.7. Tipo di procedura di affidamento

- Affidamento diretto ($\geq \text{€ } 40.000$ - < 139.000)**
- Affidamento diretto ($\geq \text{€ } 139.000$ - < 150.000)***
- Procedura negoziata senza previa pubblicazione, ai sensi dell'art. 25, c. 1 lettera b) per la seguente ragione/motivazione ($\geq \text{€ } 40.000$):
- Procedura negoziata con almeno 5 invitati****
- Procedura aperta

precisando che l'aggiudicazione avverrà ai sensi dell'art. 33 della LP 16/2015.

** Ai sensi dell'art. 1, comma 2, del D.L. 16.07.2020 n. 76 convertito in Legge 11 settembre 2020 n. 120.

*** Ai sensi dell'art. 26 della LP 16/2015 vengono consultati almeno 3 operatori economici, qualora esistenti.

ANORDNUNG NR. 035 VOM 19.12.2022

****Die Anzahl der Wirtschaftsteilnehmer, welche ausgewählt werden und eingeladen werden müssen, hängt vom Betrag ab.

1.8. Auswahlkriterien

- ausschließlich Preis
 Preis und Qualität

≥ € 40.000:

Qualität	80 / 100 Punkte
Preis	20 / 100 Punkte

1.9. Besondere Teilnahmevoraussetzungen

- Nicht vorgesehen;
 Es werden die folgenden besondere Teilnahmevoraussetzungen vorgesehen.

1.10. Schwellenwert für Qualitätskriterien

- Nicht vorgesehen;
 Der folgende Schwellenwert wird vorgesehen:

1.11. Verpflichtender begleiteter Lokalausweis

- Ja Nein

1.12. Duvri – Sicherheitskosten

In Zusammenhang mit der Durchführung des gegenständlichen Vertrags:

- liegen keine Risiken durch Interferenzen vor und somit ist es nicht notwendig ein DUVRI zu erstellen;

wurden Risiken durch Interferenzen festgestellt, weshalb das DUVRI erstellt wurde.

1.13. Unterteilung in Lose

Ja, wie folgt:

- gemäß Art. 28, Abs. 2 des LG 16/2015, der Auftrag nicht in einzeln zu vergebende Lose unterteilt wurde, da die korrekte Ausführung des Auftrages der einheitlichen Durchführung durch denselben Wirtschaftsteilnehmer bedarf.

nach Einsichtnahme in die Richtlinie 2014/24/EU;

nach Einsichtnahme in das GvD Nr. 50/2016 und DPR 207/2010;

PROVVEDIMENTO N. 035 DD. 19.12.2022

****Il numero degli operatori economici da scegliere in base al principio di rotazione dipende dall'importo.

1.8. Criteri per la scelta del contraente

- solo prezzo
 prezzo e qualità

≥ € 40.000:

Qualità	80 / 100 punti
Prezzo	80 / 100 punti

1.9. Requisiti speciali di partecipazione

- Non previsti;
 Si prevedono i seguenti requisiti speciali di partecipazione.

1.10. Soglia di sbarramento per criteri qualitativi

- Non prevista;
 Si prevede la seguente soglia di sbarramento:

1.11. Sopralluogo obbligatorio assistito

- Sì No

1.12. Duvri – costi di sicurezza

Nell'esecuzione dell'appalto in oggetto:

- non ricorrono rischi da interferenze e pertanto non è necessario provvedere alla redazione del DUVRI;

sono stati riscontrati rischi da interferenze e pertanto si è provveduto alla redazione del DUVRI.

1.13. Suddivisione in lotti

Sì, come di seguito:

- ai sensi dell'art. 28 comma 2 LP 16/2015, l'appalto non è stato suddiviso in lotti aggiudicabili separatamente in quanto ai fini di una corretta esecuzione del contratto si rende opportuna una gestione unitaria della prestazione a cura del medesimo operatore economico.

vista la Direttiva 2014/24/UE;

visto il d.lgs. 50/2016 e DPR 207/2010;

ANORDNUNG NR. 035 VOM 19.12.2022

nach Einsichtnahme in das Gesetz 120/2020;
nach Einsichtnahme in das LG 16/2015 und LG 17/1993 im Hinblick auf die „Regeln des Verwaltungsverfahrens“;
nach Einsichtnahme in die Satzung von IDM;
nach Einsichtnahme in die Bestimmungen, welche die Sonderbetriebe des Landes und der Handelskammer regeln;
angesichts der Tatsache, dass der Erwerb, der Gegenstand dieser Maßnahme ist, durch eigene Haushaltsmittel finanziert wird;

verfügt

aus den in den Prämissen dargelegten Gründen und zu den vorher dargelegten Bedingungen, eine Vergabe für Analytics, Consent Management und SEO-Dienstleistungen, laut beigelegtem Technischen Leistungsverzeichnis, einzuleiten;
die Ausschreibungsunterlagen, auch wenn nicht materiell an vorliegende Anordnung angehängt, zu genehmigen;
festzulegen, dass der Vertrag elektronisch mittels Privaturkunde abgeschlossen wird.

PROVVEDIMENTO N. 035 DD. 19.12.2022

vista la L. 120/2020;
vista la LP 16/2015 e la LP 17/1993 in materia di “Disciplina del procedimento amministrativo”;
visto lo Statuto dell’IDM;
viste le disposizioni che regolano l’amministrazione delle aziende speciali provinciali e camerale;
considerato che l’approvvigionamento di cui al presente provvedimento è finanziato con mezzi propri di bilancio;

dispone

di indire, per le motivazioni espresse in premessa e alle condizioni di cui sopra, una procedura di affidamento per servizi Analytics, Consent Management e SEO, come da capitolato tecnico allegato;
di approvare la documentazione di gara, anche se non materialmente allegata al presente provvedimento;
di stabilire che il contratto sarà stipulato in modalità elettronica mediante scrittura privata.

Erwin Hinteregger
DIREKTOR IDM
DIRETTORE IDM

LEISTUNGSVERZEICHNIS

Betrifft: Dienstleistung für Analytics-, Consent Management- und SEO-Agentur

Analyse, Beratung, Konzeption, Planung und Implementierung einer Tracking Strategie für Web und Mobile (B2C) im Google Tag Manager und in Google Analytics, Bewertung von Metriken, Ausarbeitung von Datenstrategien. Umsetzung von Reporting- und Monitoring Dashboards für definierte KPIs, Consent Management und Beratung. Analyse, Beratung, Planung und Umsetzung SEO Dienstleistung, für Web und Mobile, im internationalen Umfeld.

GLOSSAR

Account	Im Zuge des Marketplace Projekts ist ein Account als Basis zur konsequenten Anreicherung von Kundendaten und Basis zur sinnvollen Nutzung von Kundendaten (z.B. Empfehlung) angedacht. Der Account ist identisch für Marketplace und Concierge (funktioniert in beide Richtungen) und repräsentiert die Identität des Nutzers.
Concierge	Bezeichnet die App zur Unterstützung von Besuchern in Südtirol, die im Zuge des Marketplace entwickelt werden soll.
EasyChannel	HGV stellt seinen Mitgliedern Easy Channel als kostenloses Backend, wo alle Daten (Preise, Verfügbarkeiten, Mindestaufenthalte, Zusatzleistungen, etc.) vom Betrieb eingegeben und direkt auf die „Booking Südtirol“-Webseite (und alle angeschlossenen Portale und Kanäle) übertragen werden kann zur Verfügung.
HGV (https://www.hgv.it)	Der Hoteliers- und Gastwirteverband in Südtirol. Der HGV stellt seinen Mitgliedern unter anderem EasyChannel und das Portal https://www.bookingsuedtirol.com/de zur Verfügung.
LTS (https://www.lts.it)	Der Landesverband der Tourismusorganisationen Südtirols ist der Dachverband der Tourismusvereine in Südtirol. Der LTS stellt seinen Mitgliedern TIC Web zur Verfügung.
Marketplace	Bezeichnet die Gesamtheit der künftigen Website, d.h. die derzeitige suedtirol.info mit Buchungsstrecke (Unterkunftsbuchung und –Reservierung, Buchung/Anfrage Events, Aktivitäten, Restaurant, Skipass, Mobilitätsangebote, Skiverleih etc.), Informationen, Inspiration und in einem zweiten Schritt auch Online Shop (Food und Non Food).
NOI Techpark (https://noi.bz.it/)	NOI betreibt den NOI Techpark – Südtirols Innovationsviertel für Innovation, Forschung, Entwicklung. 1.000 Unternehmer*innen, Forscher*innen, Start-upper und Studierende arbeiten im NOI am ökologischen und ökonomischen Umbau der Gesellschaft. NOI konzentriert sich auf vier Technologiefelder: Green, Food, Digital, Automotive & Automation.
ODH (https://opendatahub.com)	Open Data Hub – Eine von NOI Techpark entwickelte Applikation die Daten über Südtirol öffentlich über Schnittstellen verfügbar macht. Der Open Data Hub (kurz ODH) ist eine Aggregation relevanter Daten für Südtirol, derzeit gibt es die Kernbereiche Tourismus und Mobilität.

Pimcore	Frei nutzbare Open-Source-Software-Plattform, welche aktuell als Content Management System für suedtirol.info genutzt wird.
TIC Web	System des LTS, das von Unterkunftsbetreibern als leichtgewichtiges PMS genutzt werden kann und eine Vielzahl zusätzlicher Daten wie z.B. Events, POIs und Gastronomie enthält und auch über den ODH zur Verfügung stellt.
TO (Tourismusorganisation)	Tourismusorganisationen (Südtirols Tourismusvereine, Südtirols Tourismusgenossenschaften sowie das Verkehrsamt der Stadt Bozen und die Kurverwaltung Meran) fördern den Tourismus im jeweiligen Gebiet, sind für Veranstaltungen, die für den Tourismus von Belang sind, zuständig, betreuen den Gast vor Ort, vermitteln Tourismusdienste und nehmen entsprechende Buchungen vor. Verzeichnis der >70 Tourismusorganisationen in Südtirol: https://provinz.bz.it/tourismus-mobilitaet/tourismus/tourismusvereine.asp

<u>1.</u>		
1. IDM Südtirol		5
1.1	Kerntätigkeiten	5
1.2	Kernstrategien	5
1.3	Die touristischen Märkte & Mitbewerber	5
2. Südtirol – Das Land		6
3. Südtirols Auftritt in der Online-Welt		7
3.1	Systemlandschaft B2C	7
	Suedtirol.info - (https://www.suedtirol.info)	7
	Kampagnenseiten	7
	Südtirol Guide App (concierge app = work in progress)	7
	Social Media	8
	Regionalseiten	8
	Produktseiten	9
4. Analytics & Consent Management Auftrag		9
4.1	Bisherige Arbeiten und Abgrenzung Analytics & Consent Management Auftrag	9
4.2	Einleitung Analytics & Consent Management Auftrag	10
4.3	Scope of Work Analytics & Consent Management Auftrag	10
5. SEO-Auftrag		12
5.1	Bisherige Arbeiten und Abgrenzung SEO-Auftrag	12
5.2	Einleitung SEO-Auftrag	13
5.3	Scope of Work SEO Auftrag	13
6. Anforderungen an den Auftragsausführenden		16
6.1	Einleitung	16
6.3	Ausfallregelung	16
6.4	Reisekosten	17
6.5	Projektsprache	17
7. Verschwiegenheitspflicht		17
8. Sonstiges		17
8.1	Eigentum IDM Südtirol	17

1. IDM Südtirol

IDM Südtirol ist eine öffentliche Körperschaft, die im Auftrag der Autonomen Provinz Bozen und der Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer Bozen tätig ist. Die primäre Aufgabe ist die Vermarktung Südtirols als attraktive Destination im In- und Ausland. IDM Südtirol kümmert sich dabei um das Destinationsmarketing durch die Positionierung der Dachmarke Südtirol in europäischen Märkten, das Agrarmarketing für die Qualitätsprodukte der Region sowie Export- und Standortmarketing für Südtiroler Unternehmen. Zusätzlich berät IDM Südtirol die Unternehmen der Region in verschiedenen Bereichen, u.a. bei Innovationsvorhaben, Filmproduktionen, Standortsuche und erfolgreichem Exportgeschäft.

Die 2005 eingeführte Dachmarke „Südtirol“ wird von IDM (Innovation, Development und Marketing) Südtirol gepflegt, damit touristische Leistungsträger und andere Unternehmen in Südtirol aufbauend auf das positive Image des Landes bzw. der Dachmarke Südtirol erfolgreiche Geschäftsaktivitäten durchführen können.

Vision: Südtirol, der begehrteste nachhaltige Lebensraum Europas.

Mission: IDM ist Impulsgeber & treibende Kraft für die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung Südtirols.

1.1 Kerntätigkeiten

Die Kerntätigkeiten umfassen:

- Management und Weiterentwicklung der Südtirol Marke;
- Steigerung der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Südtiroler Unternehmen;
- Vermarktung der Südtiroler Qualitätsprodukte;
- Promotion der Destination Südtirol;
- Nachhaltige Entwicklung des Lebensraums Südtirol.

1.2 Kernstrategien

Strategische Leitplanken für die Umsetzung der Vision sind:

- Markenführerschaft:
Südtirols Marke weiterentwickeln: Erhöhung des Bekanntheitsgrades und der Begehrlichkeit;
- Qualitätsführerschaft:
Steigerung der Qualitätsführerschaft durch Nachhaltigkeit und Innovation in allen Sektoren;
- Internationalisierung:
Ausbau Kernmärkte und Fokus auf selektive strategische Aufbaumärkte.

1.3 Die touristischen Märkte & Mitbewerber

Übersicht der touristischen Märkte:

- die Kernmärkte D, I, CH (deutschsprachige), A ;
- die Aufbaumärkte UK, FR, NL, B (flämischer Teil), CZ, PL ;

- weitere Märkte (Kroatien, Slowenien, Skandinavien);
- künftige Märkte (tbd).

Das Urlaubsland Südtirol soll zur „Top of Mind“ –Destination in den Alpen werden – nicht nur für Gäste/Kunden in den Kernmärkten Deutschland, Italien, Österreich und Schweiz, sondern auch in den Niederlanden, in Belgien, Großbritannien, Tschechien, Polen und Frankreich. Auch das Erschließen weiterer Märkte gehört zu den Aufgaben von IDM Südtirol. Südtirol spricht Zielgruppen an, die sowohl hinsichtlich ihrer Werte als auch bezüglich ihrer Ausgabemöglichkeiten und –Bereitschaft zur Destination passen und genügend Wertschöpfung bringen. Es handelt sich dabei um reiseaffine Menschen, die vorwiegend in urbanen Gebieten leben.

Mitbewerber:

- Bayern, Allgäu;
- Tirol, Vorarlberg, Salzburg, Kärnten, Österreich Werbung;
- Trentino, Valtellina, Graubünden, Schweiz Werbung;
- Toskana und Gardasee.

2. Südtirol – Das Land

Südtirol liegt in Norditalien und ist Teil der Region Trentino - Südtirol (Trentino - Alto Adige). Bis zum Ende des Ersten Weltkrieges gehörte die seit 1948 autonome Provinz zu Österreich. Heute bildet sie zusammen mit der Provinz Trient eine der fünf italienischen Regionen mit Sonderstatut.

Südtirol befindet sich in einer strategisch und geografisch begünstigten Lage zwischen dem mitteleuropäischen und dem italienischen Wirtschaftsraum. Die günstigen klimatischen und geografischen Bedingungen sind für den Tourismus zwar äußerst attraktiv, letztere erschweren aber gleichzeitig auch die Besiedelung und Bewirtschaftung (6% besiedelbares Land, rund die Hälfte davon ist bereits verbaut). Die alpine Landschaft und deren mediterranen südlichen Ausläufer prägen Südtirol und die Menschen, die hier leben. Der Umgang mit der Natur, den landschaftlichen und klimatischen Gegebenheiten, sowie den Ressourcen hat neue Produkte, neue Fertigkeiten entstehen lassen.

Insgesamt leben 2018 rund 528.000 Menschen in Südtirol. Es zeichnet sich durch eine hohe Erwerbstätigenquote (Arbeitslosenrate: 3,1%), gute Lebensqualität und überdurchschnittlichen Wohlstand aus (BIP pro Kopf 2015: 41.141 €). Das Leben und die Arbeit der Bewohner sind von der Zweisprachigkeit (Deutsch und Italienisch) beziehungsweise der dualen Berufsausbildung in Schule und Betrieb geprägt. Die dritte Landessprache Ladinisch wird von rund 20.000 Südtirolern im Gröden- und im Gadertal (Alta Badia) gesprochen.

Knapp 58.000 Unternehmen sind in den verschiedensten Sektoren tätig, ein beträchtlicher Anteil davon in den traditionellen Zweigen Landwirtschaft, Handwerk und Gastgewerbe. Klein- und Mittelbetriebe dominieren, auch im Tourismus. High-Tech-Unternehmen sind zwar relativ selten, dafür aber international umso erfolgreicher: In den Branchen erneuerbare Energien, energieeffizientes Bauen und alpine Technologien mischen Unternehmen aus Südtirol weltweit kräftig mit.

3. Südtirols Auftritt in der Online-Welt

3.1 Systemlandschaft B2C

Die Destination Südtirol hat den Anspruch, seine Zielgruppen digital immer zu begleiten. Südtirols Auftritt in der Online-Welt reicht von Websites mit regelmäßigem Newsletter-Versand über mobile Applikationen für Smartphones bis hin zu ausgewählten Social-Media-Kanälen. Ergänzt werden diese Maßnahmen durch markt- und themenspezifische Landingpages für Promotion-Kampagnen.

SUEDTIROL.INFO - ([HTTPS://WWW.SUEDTIROL.INFO](https://www.suedtirol.info))

- Offizielles Portal für die Urlaubs-/Ferienregion Südtirol mit aktuellen Informationen, Infos zu Regionen, Anreiseinfos, Hotelinfos, Events, Wetter sowie der Möglichkeit zur Buchung und Reservierung von Unterkünften;
- Sprachen (Stand November 2022): Deutsch, Italienisch, Englisch, Niederländisch, Französisch, Tschechisch, Polnisch und Russisch;
- 320.000 indexierte Seiten (Stand November 2022);
- Technologie aktuell: Pimcore, ab März 2023: Adobe AEM;
- Primäre Schnittstellen:
 - HGV EasyChannel: wird für die Verfügbarkeitsabfrage und Buchung von Unterkünften genutzt;
 - ODH Tourism: wird als Quelle für eine Vielzahl von Informationen genutzt wie z.B.: Aktivitäten, Events, POIs, Wetter und Unterkunftsinformation aus Tic-Web;
- Relaunch MVP in Q1/2023 (DE/IT/EN); weitere Sprachen (NL/PL/CZ/FR) in Q2-3/2023.

Suedtirol.info war bisher (Stand November 2022) eine Informations-/Inspirationsplattform, auf der auch eine Unterkunft gebucht werden kann. Die Domain ist, Stand heute, im Upper Funnel sehr gut vertreten, allerdings ist noch viel unausgeschöpftes Potential im middle & lower Funnel. Mit Blick auf den Projekt Südtirol Marketplace soll im Jahr 2023-24 der Fokus auf jegliche Transaktionsfunktionen (Unterkunftsanfragen & Buchungen), welche über die Plattform getätigt werden können, liegen. Der Anteil an Transactional Keywords soll erhöht werden.

KAMPAGNENSEITEN

Aktuell werden Landingpages auf suedtirol.info angelegt oder via Baukasten lp.suedtirol.info. Im Gegensatz zu suedtirol.info sind die Landingpages meist nicht indexiert. Der Mediamix sieht aktuell Video Ads, Native Ads, Social Ads und SEA-Maßnahmen vor (Adform-Werbeplattform).

SÜDTIROL GUIDE APP (CONCIERGE APP = WORK IN PROGRESS)

- Native App;
- Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch;
- Täglicher Begleiter während des Aufenthaltes;
- Kontextrelevante Angebote und Informationen zu Wetter und Aktivitäten während des Aufenthaltes;
- Erlebnis-Planer (Über Kundenaccount synchronisiert mit suedtirol.info). Es handelt sich meist um dieselben Inhalte wie suedtirol.info. die Inhalte werden über die ODH Schnittstelle gezogen;
- Detaillierte Routeninformation;
- Progressive Profilierung der Kunden;
- MVP Concierge App Q3/2023.

SOCIAL MEDIA

IDM verantwortet diverse Social-Media-Kanäle: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube & Pinterest. Zum Beispiel: Südtirol bewegt - Alto Adige da vivere und meetmerano. Im Einsatz ist zudem die Media Intelligence Lösung von Meltwater. Auf suedtirol.info war bis vor kurzem Walls.io eingebettet.

REGIONALSEITEN

Seit 01.01.2018 verwaltet IDM die Webseiten der mit Ende 2017 aufgelösten Tourismusverbände Südtirols Süden, Eisacktal, Vinschgau und Meraner Land. Die Regionalseite Eisacktal wird im Zuge des MVP in suedtirol.info eingebunden.

- Info-/Dachportal für die Region Meran und Umgebung (<https://www.merano-suedtirol.it>) ausgenommen Algund, da dieser Ort noch eine eigene getrennte Seite hat (www.algund.info);
 - Technologie: Consisto CMS, ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur Consisto;
 - IDM Südtirol und Partner (Tourismusorganisationen) verwalten zurzeit Inhalte der Seite. Insgesamt sind es ca. 70.000 indexierte Inhaltsseiten;
 - Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch, Niederländisch und Französisch, teilweise auch Inhalte in Polnisch und Tschechisch (Unterseite Schnalstal);
 - Schnittstellen zu Tic Web und General Solutions;
- Info-/Dachportal für die Region Vinschgau und deren Feriengebiete (<https://www.vinschgau.net>)
 - Technologie: Consisto CMS, ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur Consisto;
 - IDM Südtirol und Partner (Tourismusorganisationen) verwalten zurzeit Inhalte der Seite. Insgesamt sind es ca. 21.000 indexierte Inhaltsseiten;
 - Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch und Niederländisch;
 - Schnittstellen zu Tic Web und General Solutions;
- Info-/Dachportal für den Süden Südtirols (<https://www.suedtirols-sueden.info>)
 - Technologie: Consisto CMS, ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur Consisto;
 - Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch;
 - Schnittstelle zu Tic Web;
 - IDM Südtirol und Partner (Tourismusorganisationen) verwalten zurzeit Inhalte der Seite. Insgesamt sind es ca. 12.000 indexierte Inhaltsseiten;
- Info-/Dachportal für die Region Eisacktal (<https://www.eisacktal.com>)
 - Technologie: Smartedit, ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur Teamlau;
 - Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch, Niederländisch, Tschechisch und Polnisch;
 - Schnittstelle zum Tic Web;
 - IDM Südtirol und Partner (Tourismusorganisationen) verwalten zurzeit Inhalte der Seite. Insgesamt sind es ca. 1.200 indexierte Inhaltsseiten;
- Zusätzlich gibt es eine ganze Reihe weiterer Websites, Social-Media-Kanäle und Apps (nicht verwaltet von IDM) von:
 - aktuell > 70 Tourismusorganisationen und 5 Erlebnisräumen;
 - 5 anerkannten Hotelkooperation (Belvita, Familienhotels, Vitalpina, VinumHotels, Bikehotels);
 - ca. 30 Skigebieten;
 - 3 Skiverbänden;
 - Zahlreichen Freizeitinfrastrukturen (Museen, Event Organisatoren, Mobilitätsanbieter uvm)

PRODUKTSEITEN

IDM verwaltet die technische Instandhaltung der Webauftritte diverser Agrarkonsortien (Apfel, Speck, Wein & Milch):

- Informationsseite für Produkte mit Qualitätszeichen Südtirol mit Informationen zu Produkten, Herstellern und Rezepten (<https://www.qualitaetsuedtirol.com/>)
 - Technologie: Consisto CMS, ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur Consisto;
 - Sprachen: Deutsch, Italienisch und Englisch;
 - IDM Südtirol und Konsortium verwalten zurzeit Inhalte der Seite. Insgesamt sind es ca. 600 indexierte Inhaltsseiten.
- Informationsseite des Speckkonsortiums mit Informationen, Rezepten und News rund um den Südtiroler Speck (<https://www.speck.it>)
 - Technologie: SiCenter, ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur SiMedia;
 - Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch und Französisch;
 - Schnittstelle zum Tic Web und Open data hub (Gastronomiebetriebe);
 - IDM Südtirol und Konsortium verwalten zurzeit Inhalte der Seite. Insgesamt sind es ca. 700 indexierte Inhaltsseiten.
- Informationsseite des Sennereiverbands mit Informationen, Rezepten und News rund um Südtiroler Milch und Milchprodukte (<https://www.suedtirolermilch.com>)
 - Technologie: SiCenter ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur SiMedia;
 - Sprachen: Deutsch und Italienisch;
 - IDM Südtirol und Konsortium verwalten zurzeit Inhalte der Seite;
 - Insgesamt sind es ca. 200 indexierte Inhaltsseiten.
- Informationsseite des Apfelkonsortiums mit Informationen, Rezepten und News rund um den Südtiroler Apfel. Schnittstelle zu TIC-Web für Apfelführungen (<https://www.suedtirolerapfel.com>)
 - Technologie: Consisto CMS, ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur Consisto;
 - Sprachen: Deutsch, Italienisch und Englisch;
 - Schnittstelle zum Tic Web (Events);
 - IDM Südtirol und Konsortium verwalten zurzeit Inhalte der Seite;
 - Insgesamt sind es ca. 750 indexierte Inhaltsseiten.
- Informationsseite des Weinkonsortiums mit Informationen zu Lagen, Weinen, Winzern und Bezugsquellen für Südtiroler Weine (<https://www.suedtirolwein.com>)
 - Technologie: Amplifier, ein proprietäres Content Management System der Südtiroler Werbeagentur Zeppelin;
 - Sprachen: Deutsch, Italienisch, Englisch, Japanisch und Russisch;
 - Schnittstelle zum Open data hub (ODH);
 - IDM Südtirol und Konsortium verwalten zurzeit Inhalte der Seite;
 - Insgesamt sind es ca. 750 indexierte Inhaltsseiten.

4. Analytics & Consent Management Auftrag

4.1 Bisherige Arbeiten und Abgrenzung Analytics & Consent Management Auftrag

Folgende Tätigkeiten wurden bislang erarbeitet (Stand Oktober 2022) und sind somit nicht Gegenstand dieser Ausschreibung:

- Migration von Google UA Analytics in Google GA4 (mit Server site Tracking);
- Basis-Definition des Trackings für den MVP des Südtirol Marketplace;
- Support der Implementierung des Trackings für den MVP des Südtirol Marketplace.

Nicht Gegenstand dieser Ausschreibung ist UX/UI. Diese Leistung erbringt eine andere Agentur.

4.2 Einleitung Analytics & Consent Management Auftrag

Der Auftragsausführende ist verantwortlich für die Erweiterung der Analytics Maßnahmen für den Südtirol Marketplace B2C (MVP & Post-MVP), der Südtirol Concierge App, sowie des Activation Portals der Südtirol Guest Card.

Der Auftragsausführende ist verantwortlich für die Strategie und die Ausführung des Trackings, sowie der Optimierung der gesammelten Analytics Werte, basierend auf Analysen und Reportings. Das bedeutet, dass über die Implementierung im Tag Manager hinaus Werte auch interpretiert werden müssen und Vorschläge für Optimierungsmaßnahmen im Rahmen von Kundenbetreuung und -beratung Teil der Zusammenarbeit sein sollen. Darüber hinaus wird die Visualisierung der gesammelten Web-Daten über ein Dashboarding und für verschiedene Notwendigkeiten (Management-Reports, Reports für Paid Media Maßnahmen auf Landing-Page Entität, Kanal-Visualisierung für verschiedene Entitäten und Plattformen, Funnel-Visualisierungen, Monitoring-Boards) Teil der Zusammenarbeit.

Der Auftragsausführende ist verantwortlich und zuständig für das Consent Management, für das Einholen und Speichern von datenschutzrechtlichen Einwilligungen der Besucher, noch bevor Nutzerdaten über das Tracking erfasst werden. Dadurch soll die Transparenz für und die Einwilligung und Widersprüche des Endnutzers für IDM Südtirol als Plattform-Betreiber zentralisiert und verwaltet werden. Der Auftragsausführende erarbeitet strategische, auf den vorgegebenen Businesszielen basierende Vorgehensweisen, welche dann IDM Südtirol intern auf Legal-Ebene geprüft und freigegeben werden.

Dem Auftragsausführenden obliegt die strategische Beratung des Auftraggebers für die Tracking Maßnahmen für die Plattformen der Destination Südtirol. Die konzeptionelle Leistung basiert auf dem Leistungsumfang im Scope of Work.

Sämtliche im Leistungsverzeichnis genannten Tätigkeiten sind mit IDM abzustimmen, welche zusammen mit ihren autorisierten Mitarbeitern an der detaillierten Festlegung der einzelnen Maßnahmen und an der entsprechenden Zeitplanung mitwirken wird.

4.3 Scope of Work Analytics & Consent Management Auftrag

Die Umsetzung der zu realisierenden Leistung soll in mehreren Schritten erfolgen. Eine Initiale Priorisierung und grobe zeitliche Planung der einzelnen Projekte und Teilprojekte soll erfolgen, sowie eine unverbindliche Empfehlung für eine Aufteilung der Umsetzung in (z.b.: dreiwöchigen) Sprints. Die Tätigkeit des Auftragsführendens umfasst die Erarbeitung einer detaillierten Roadmap, dessen Ideen sich einerseits auf das Verständnis der Ausgangssituation und der zu erreichenden Ziele stützen, sowie auf die Innovationspotenziale, die im Bereich Analytics zur Verfügung stehen.

UMSETZUNG PHASE 1 (Q2-Q3/2023)

- Analysephase: Erfassung Analytics-Status Quo, Deep Dive & Projektübernahme;
- Definition Roadmap inkl. Ausformulierung einzelner Projekt-Abschnitte und Tasks;
- Post Go-Live CRO Audit des MVP Südtirol Marketplace mit Ausformulierung klarer Handlungsempfehlungen mit Umsetzungsplan;
- Planung der Fortsetzung und Erweiterung des Trackings des Südtirol Marketplace (Post-MVP) aufgrund der zu entstehenden Komponenten und Templates, Concierge App, Aktivierungsplattform für Südtirol

- Guest Card: Definition des Trackings, Tag Management, Implementierungs-Guide für IT, Implementierungs-Support, umfassendes Testing;
- Enge und transparente Zusammenarbeit mit dem Tech-Team bezüglich der Tracking Implementierung. Projektsprache Englisch;
 - Zusammenarbeit mit dem IDM Südtirol Performance Team und der Performance Agentur bezüglich des Kampagnen Tag Managements und der Pixel-Strategie. Projektsprache Englisch;
 - Konzeption, Erstellung, Wartung und Erweiterung von bestehenden Dashboards in Google Looker (Datastudio) für die Visualisierung von vordefinierten Kennzahlen von verschiedenen Plattformen (Web, Mobile) für verschiedene Notwendigkeiten (Paid Media Kampagnen, Organic & owned Traffic, Management Reports, Content Reports, App, Guest Card) inklusive der Verantwortung für Sicherstellung einer sauberen Datenquellenanbindung;
 - Konzipierung Setup Consent Management in Zusammenarbeit und Absprache mit einem Datenschutzbeauftragten (von IDM Südtirol);

UMSETZUNG PHASE 2 (Q4/2023)

- Abschluss der wichtigsten Tracking-Maßnahmen für Südtirol Marketplace, Concierge App und Guest Card mit gleichzeitigen Testings;
- Erstellung und Abschluss eines detaillierten und transparenten Implementation Guides;
- Laufende Web-Analyse basierend auf Analytics Daten und Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen für eine Performance Optimierung;
- Weiterführung, Erweiterung und strategische Optimierungsmaßnahmen des gesamten Dashboardings laut Umsetzung Phase 1;
- Consent Management und Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen. GDPR Updates;

UMSETZUNG PHASE 3 (Q1-4/2024)

- Laufende Web-Analyse basierend auf Analytics Daten und Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen für eine Performance Optimierung;
- Weiterführung, Erweiterung und strategische Optimierungsmaßnahmen des gesamten Dashboardings laut Umsetzung Phasen 1 & 2;
- Consent Management und Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen. GDPR Updates.

MAINTENANCE (AB Q2/23 FORTLAUFEND)

- Formulierung von User Stories für Analytics Anforderungen an das Entwicklungsteam;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung : Anforderungsm Meetings und Sprint Planung / Reviews Meetings;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung: Product Backlog Refinement Meetings;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung: Retrospective Meetings;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung: Management Update Meetings, Steering committee Meetings;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung: Themenübergreifende Abstimmungsmeetings mit anderen Leistungsträgern (z.B.: Entwicklerteam, Performance Agentur, CDP Team);
- fortlaufende Analytics Betreuung und Bearbeitung von GTM nach laufenden Notwendigkeiten;
- fortlaufende Dateninterpretation anhand von Reportings und pro-aktive Feststellung von Optimierungsmöglichkeiten;
- fortlaufendes Dashboarding und Sicherstellung der Datenkonsistenz
 - a. Reportings für Paid Media Maßnahmen – für internen und externen Gebrauch
 - b. Management-Reports
 - c. Content KPI Reports
 - d. Concierge App Report
 - e. Guest Card Report

- Realisierung neuer Dashboards und verschiedener Insights Reports inklusive Dateninterpretation;
- fortlaufendes Monitoring der Consent Definitionen inklusive Ausformulierung konkreter Maßnahmen zur Erreichung der Business Ziele unter garantierter Einhaltung der GDPR in Zusammenarbeit und Absprache mit einem Datenschutzbeauftragten (IDM Südtirol);
- fortlaufendes Consulting zu Analytics und Consent Themen

ACCOUNT MANAGEMENT - ORGANISATION UND ZUSAMMENARBEIT (GESAMTE AUFTRAGSDAUER)

- Wöchentlicher einstündiger operativer Jour Fixe für Status Update & Abstimmung (Online Meeting);
- Monatliche Update-Meetings mit weiteren Agenturen zum Gesamtprojekt des Südtirol Marketplace (Online Meeting, Ziel: Update);
- Monatliche Meetings zur Performance basierend auf gesammelte Daten (Online Meeting, Ziel: Performance Optimierung);
- Punktuelle Meetings (maximal 1 Mal monatlich) mit verschiedenen Projektteams, die Analytics Daten für deren Projekte verwenden (Performance Marketing, CRM, CDP);
- Benennung eines kompetenten, dauerhaft verfügbaren Senior Projektleiters der beauftragten Agentur für die Dauer des Auftrages sowie eines Vertreters;
- Bei Wechsel des Projektleiters auf Agenturseite gehen die Mehrkosten für die Einarbeitung zu Lasten der Agentur. Sicherstellung des reibungslosen Projektablaufs, trotz Personalwechsel, muss seitens der Agentur gewährleistet werden;
- Klar geregeltes, einfaches, transparentes und Auftraggeber freundliches Work Flow Management;
- Transparente Budget- und Ausgabenkontrolle in Form von monatlichem, schriftlichen Status-Reports sowie detaillierte Time Sheets zur Freigabe vor Verrechnung.

OPTIONALE AUFGABENFELDER

Zusatzaufgaben sind möglich. Es handelt sich um nicht im Leistungsverzeichnis festgehaltene optionale Aufgabenfelder, die basierend auf den Tagessätzen für Zusatzaufgaben verrechnet werden. Mögliche optionale Aufgabenfelder:

- Strategische Beratung bei der Weiterentwicklung der CDP;
- Strategische Beratung im Zusammenhang mit E-Commerce Tracking: Erarbeitung der Tracking Anforderungen für E-Commerce;
- Beratung zu innovativen Tools und Systemen (Tag Management, Analytics, CMP, Dashboarding) und Updates zu aktuellen Begebenheiten und wichtigen Änderungen im Zusammenhang mit Tools und deren Verwendung;

Umfang der Zusatzaufgaben: im Auftragszeitraum der gesamten Vertragslaufzeit maximal 15 Tagessätze.

5. SEO-Auftrag

5.1 Bisherige Arbeiten und Abgrenzung SEO-Auftrag

Folgende Tätigkeiten wurden bislang erarbeitet und sind somit nicht Gegenstand dieser Ausschreibung:

- Überarbeitung der aktuellen Informationsarchitektur;
- Erarbeitung SEO Anforderungen (User Stories) für Adobe Set-up;
- Erarbeitung SEO Guidelines für Content Team;
- Technische Indikationen für structured data;

- Technische Dokumentation für XML Sitemaps;
- Migrationsplan mit Redirect Tabellen für PDPs, PLPs und redaktionelle Inhalte (DE, IT, EN);
- SEO KPI Dashboard inklusive Sichtbarkeitsindex (IDM hat keine eigene Sistrix Lizenz), Keyword Research nach Land/Sprache und weiteren KPIs;
- Migration Dashboard mit folgenden Kennzahlen für after Go live Monitoring:
 - o Overall organic sessions (Google Analytics)
 - o Organic sessions by landing page (Google Analytics)
 - o Organic clicks (Google Search Console)
 - o Organic impressions (Google Search Console)
 - o Average organic rankings (Google Search Console)

Nicht Gegenstand der Ausschreibung sind Übersetzungen, Tracking Konzepte und UX/UI. Diese Leistungen erbringen andere Agenturen.

5.2 Einleitung SEO-Auftrag

Der Auftragsausführende ist verantwortlich für die Bewertung, Erstellung, Umsetzung und Gestaltung der SEO-Strategie im internationalen Umfeld für unsere gesamte Systemlandschaft post MVP inklusive Maintenance (Marketplace B2C, Concierge App). Es müssen die Grundlagen und Richtlinien für ein konkretes mittelfristiges Wachstum des gesamten organischen Traffics der Plattform gelegt werden inklusive Onpage-SEO und Technisches SEO. Die Kundenberatung, die Überwachung der Konkurrenz und die Laufende Qualitätskontrolle und Sicherung der Ergebnisse der eigenen Entwicklung sind ebenfalls Aufgaben des Auftragnehmers.

Dem Auftragsausführenden obliegt die strategische Beratung des Auftraggebers für die SEO Maßnahmen der Destination Südtirol. Die konzeptionelle Leistung basiert auf dem Leistungsumfang in diesem Leistungsverzeichnis.

Sämtliche im Leistungsverzeichnis genannten Tätigkeiten sind mit IDM abzustimmen, welche zusammen mit ihren autorisierten Mitarbeitern an der detaillierten Festlegung der einzelnen Maßnahmen und an der entsprechenden Zeitplanung mitwirken wird.

5.3 Scope of Work SEO Auftrag

Die Umsetzung der zu realisierenden Leistung soll in mehreren Schritten erfolgen. Eine Initiale Priorisierung und grobe zeitliche Planung der Einzelprojekte soll erfolgen, sowie eine unverbindliche Empfehlung für eine Aufteilung der Umsetzung in (z.b.: dreiwöchigen) Sprints – abgestimmt mit dem technischen Umsetzer. Die Tätigkeit des Auftragnehmers umfasst die Erarbeitung einer detaillierten Roadmap dessen Ideen sich einerseits auf das Verständnis der Ausgangssituation und der zu erreichenden Ziele stützen, sowie auf die Innovationspotenziale, die im Bereich SEO zur Verfügung stehen.

UMSETZUNG PHASE 1 (Q2-Q3/2023)

- Analysephase: Erfassung SEO-Status Quo & Aufzeigen von Optimierungspotenzialen;
- Definition Roadmap inkl. KPIs und Implementierungsplan;
- Planung, Steuerung und Umsetzung der Relaunches in den Fremdsprachen: Niederländisch, Tschechisch, Polnisch, Französisch:
 - a. Erstellung Migrationsplan und Weiterleitungskonzept für PDPs, PLPs und redaktionelle Inhalte für sämtliche Fremdsprachen;
 - b. Erarbeitung SEO Anforderungen (User Stories) für den technischen Umsetzer;

- c. Enge und transparente Zusammenarbeit mit der Digitalagentur (Konzeption) für die künftige suedtirol.info und dem technischen Umsetzer der Plattform. Projektsprache Englisch mit beiden Agenturen;
 - d. Pre- und post go live Tests und Monitoring,
- Konzeption, Erstellung, Wartung und Erweiterung von bestehenden Dashboards Google Looker Studio (Datastudio) für die Visualisierung von SEO Kennzahlen von verschiedenen Plattformen (Web, Mobile ab Q3);
- gezielte Analysen, umfangreiche und individuelle Auswertungen und Reports mit Tool Ryte (IDM verfügt über eine Lizenz bis 03/2024);
- Bereitstellung von SEO Daten für verschiedene Tools und Notwendigkeiten (Management Meetings, Redaktionssitzung oder ähnliches) inklusive Dateninterpretation;
- Deep Dive Inhouse Schulung in Bozen im Umfang von 2 Tagen (Vollzeit):
 - a. zugeschnitten auf IDM Südtirol (keine allgemeine Schulung, konkrete Beispiele suedtirol.info);
 - b. Agenda und Themen werden gemeinsam erarbeitet;
 - c. Ziel: interne SEO-Expertise aufbauen, eigenständig erfolgreiche SEO-Maßnahmen strategisch erarbeiten, umsetzen und bewerten können.

UMSETZUNG PHASE 2 (Q4/2023)

- Analyse, Pflege und kontinuierliche App-Store-Optimierung (ASO) für Google Play Store und Apple App Store durch gezielte Traffic- und Keyword-Strategien:
 - a. landesspezifische Keywordrecherche und Keyword Optimierung;
 - b. Optimierung Textelemente (Titel, Beschreibung etc.).

UMSETZUNG PHASE 3 (Q1-4/2024)

- Steuerung, Planung und Umsetzung des Re-Direct-Management interessierter Stakeholder im Umfang von bis zu 5 Regional- oder Produktwebseiten;
- Analyse, Optimierung und Monitoring zur konsequenten Erhöhung des Anteil an Transactional Keywords;
- Deep Dive Inhouse Schulung in Bozen im Umfang von 2 Tagen (Vollzeit):
 - a. zugeschnitten auf IDM Südtirol (keine allgemeine Schulung, konkrete Beispiele suedtirol.info);
 - b. Agenda und Themen werden gemeinsam erarbeitet;
 - c. Ziel: interne SEO-Expertise aufbauen, eigenständig erfolgreiche SEO-Maßnahmen strategisch erarbeiten, umsetzen und bewerten können.

MAINTENANCE (AB Q2/23 FORTLAUFEND)

- Formulierung von User Stories für SEO Anforderungen an das Entwicklungsteam;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung : Anforderungsm Meetings und Sprint Planung / Reviews Meetings;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung: Product Backlog Refinement Meetings;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung: Retrospective Meetings;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung: Management Update Meetings, Steering Committee Meetings;
- Teilnahme, Vor- und Nachbereitung: Themenübergreifende Abstimmungsmeetings mit anderen Leistungsträgern (z.B.: Digitalagentur, technischer Umsetzer);
- fortlaufendes SEO Monitoring und Controlling mittels zu erstellendem Dashboard: Dateninterpretation inklusive Handlungsempfehlung und Umsetzung zur Werteoptimierung:
 - a. Rankings
 - b. Absprungrate
 - c. Verweildauer
 - d. Klickraten (Click-through-rate)
 - e. Conversion rate

- f. Traffic
- fortlaufendes OnPage SEO: Analyse & Optimierung
 - a. Indexierung (robots.txt, Noindex-Tags, XML-Sitemap)
 - b. Titel und Metabeschreibung
 - c. Bildoptimierung: ALT- und Title-Attribute
 - d. Überprüfung interne Linksetzung
 - e. fortlaufende Content Analyse und Audits inklusive Handlungsempfehlung und Umsetzung Optimierung von bestehenden Inhalten, Ausbau neuer Inhalte und bei Bedarf Content Reduktion:
 - Keyword- und Themenrecherchen in den Hauptsprachen (Deutsch, Italienisch, Englisch) durch Native Speaker
 - Keyword Monitoring (lower, middle + upper funnel)
 - Content Struktur Optimierung
 - Keyword Mapping
 - Content-Gap-Analysen
 - Wettbewerbsanalysen
 - Identification Duplicate Content
- fortlaufendes OffPage SEO: Technische Checks inklusive konkreter Optimierungsempfehlung und Umsetzung:
 - a. Analyse der Backlinkstrukturen
 - b. Backlink-Kontrolle und Backlink-Überwachung
 - c. Regelmäßige Crawlings
- fortlaufendes technisches SEO (Analyse & Optimierung) mittels u erstellendem Dashboard:
 - a. Ladegeschwindigkeit: Ladezeit/Ladedauer
 - b. XML-Sitemap
 - c. Crawlability
 - d. Accessibility
- Realisierung neuer Dashboards und verschiedener Insights Reports inklusive Dateninterpretation;
- Proaktives SEO und ASO Consulting inklusive Aufzeigen von Optimierungspotenzialen;
- Optimierung der mobilen Ausgabe der Webseiten nach den neuesten Google-Standards: Google Lighthouse <https://web.dev/fast/> ;
- Einhaltung der Core Web Vitals Richtlinien (<https://web.dev/vitals/#core-web-vitals>) und kontinuierliche Optimierung;
- Exponierung aller Inhalte der Webseiten als JSON-LD. Zum Überprüfen der Implementierung von strukturierten Daten über die Webseite können Tools, wie <https://search.google.com/structured-data/testing-tool> verwendet werden;
- Berücksichtigung der Strukturierungskriterien von Schema.org.

ACCOUNT MANAGEMENT - ORGANISATION UND ZUSAMMENARBEIT (GESAMTE AUFTRAGSDAUER)

- Wöchentlicher einstündiger operativer Jour Fixe für Status Update & Abstimmung (Online Meeting);
- Monatlicher einstündiger Jour Fixe (Online Meeting, Ziel: Performance Update anhand von Dashboard);
- Benennung eines kompetenten, dauerhaft verfügbaren Senior Projektleiters von der beauftragten Agentur für die Dauer des Auftrages sowie eines Vertreters;
- Bei Wechsel des Projektleiters auf Agenturseite gehen die Mehrkosten für die Einarbeitung zu Lasten der Agentur. Sicherstellung des reibungslosen Projektablaufs, trotz Personalwechsel, muss seitens der Agentur gewährleistet werden;
- Klar geregeltes, einfaches, transparentes und Auftraggeber freundliches Work Flow Management;
- transparente Budget- und Ausgabenkontrolle in Form von monatlichem, schriftlichen Status-Reports sowie detaillierte Time Sheets zur Freigabe vor Verrechnung.

OPTIONALE AUFGABENFELDER

Zusatzaufgaben sind möglich. Es handelt sich um nicht im Leistungsverzeichnis festgehaltene optionale Aufgabenfelder, die basierend auf den Tagessätzen für Zusatzaufgaben verrechnet werden. Mögliche optionale Aufgabenfelder (Stand November 2022):

- Finalisierung Migration der Hauptsprachen;
- SEO Beratung und Umsetzung für B2B: Begleitung und Erarbeitung der SEO Anforderungen für B2B;
- SEO Beratung und Umsetzung für E-Commerce: Begleitung und Erarbeitung der SEO Anforderungen für E-Commerce.

Umfang der Zusatzaufgaben: im Auftragszeitraum der gesamten Vertragslaufzeit maximal 15 Tagessätze.

6. Anforderungen an den Auftragsausführenden**6.1 Einleitung**

Gesucht wird Wirtschaftsteilnehmer mit folgenden Schlüsselkompetenzen:

- Ausgeprägte Expertise im Analytics-Umfeld (strategisch & operativ);
- Erfahrung mit GA4, GA360 & Google Tag Manager;
- Erfahrung mit Cloud und Data Warehouse Systemen (v.a. Google Cloud & Google BigQuery) und deren Setup;
- Erfahrung mit Consent Management Plattformen (v. a. Usercentrics, Cookiebot);
- Erfahrung mit Daten Konnektoren (v. a. Supermetrics, evtl. Adverity);
- Erfahrung mit Reporting & Dashboarding Tools (v.a. Google Looker Studio (Datastudio), Microsoft Power BI);
- Agile Arbeitsmethode und agile Zusammenarbeit mit Teams unterschiedlicher Unternehmen für die gemeinsame Projektbearbeitung und Zielerreichung;
- Proaktives Arbeiten und Aufzeigen von aktuellen Trends und neuen Richtlinien (inklusive GDPR Compliance EU), sowie gebietsübergreifendes Know-How; projekt- und zielorientiertes Denken und Arbeitsweise;
- Ausgeprägte Expertise im SEO-Umfeld (strategisch & operativ);
- Erfahrung mit Adobe AEM;
- Gutes Verständnis für benachbarte Themen wie SEA/Google Ads, Facebook Advertising, allgemeines Social Media- und Online-Marketing, UX/UI;
- Umgang mit Google Analytics GA4, GA360, Google Tag Manager, Google BigQuery, Google Looker (Datastudio), Google Cloud Platform, Cookiebot, Usercentrics, Supermetrics, Microsoft Power BI, Google Search Console, Ryte, Sistrix, Screaming Frog, Microsoft Teams, Atlassian Jira, Atlassian Confluence.

Die Schlüsselkompetenzen werden im Rahmen des technischen Angebotes bewertet (Case History sowie Projektteam).

6.3 Ausfallregelung

Der Bieter darf das in der Angebotsphase angegebene Personal ohne vorherige Ermächtigung seitens IDM nicht ersetzen.

Sollte der Bedarf bestehen, das eingesetzte Personal zu ersetzen, teilt der Auftragsausführende IDM mindestens 15 Tage vor dem vorgesehenen Austausch die Namen des zu ersetzenden Personals und des Ersatzpersonals mit dem entsprechenden Lebenslauf mit, vorbehaltlich der Billigung von IDM.

Sollte das Ersatzpersonal den Bedürfnissen von IDM nicht entsprechen, teilt IDM die Verweigerung mit Begründung schriftlich mit. Hat IDM den Austausch ausdrücklich verweigert, verzichtet der Auftragsausführende das Personal zu ersetzen bzw. verpflichtet sich, eine andere Ersatzperson zu nennen, welche nach den von IDM geäußerten Einwänden, den Bedürfnissen von IDM entspricht und gleich gute berufliche Fähigkeiten und Erfahrungen des ersetzten Personals aufweisen kann. Auf jedem Fall dürfen die vom ersetzten Personal aufgewiesenen beruflichen Fähigkeiten und Erfahrungen nicht niedriger als jene sein, die deren Vorgänger aufwiesen.

6.4 Reisekosten

Reisen zum Projektstandort in Bozen, zum Beispiel für die im Leistungsverzeichnis genannten Schulungen, müssen in der Kalkulation des Angebotes enthalten sein.

6.5 Projektsprache

Die Projektsprache wird Englisch sein. Die im Kernteam eingesetzten Mitarbeiter müssen Englisch fließend in Wort und Schrift beherrschen, sofern diese Kontakt mit IDM Südtirol haben. Italienisch oder Deutsch Kenntnisse sind zudem erwünscht. Der Auftragsausführende muss sämtliche im Rahmen der Vertragsausführung erstellten Dokumente in englischer Sprache liefern.

7. Verschwiegenheitspflicht

Der Auftragsausführende muss alle Informationen, von denen er bei der Teilnahme an der Ausschreibungsphase Kenntnis erhält, absolut vertraulich behandeln und zur selben Geheimhaltungspflicht alle seine Bediensteten/Berater/Mitarbeiter verpflichten, die aus dem einen oder anderen Grund von den oben genannten Informationen Kenntnis erhalten.

Sämtliche Ausschreibungsunterlagen dürfen ausschließlich zur Teilnahme an der Ausschreibung und ggf. zur Erfüllung des Auftrages verwendet werden. Jede Nutzung für andere Zwecke ist untersagt. Jede Veröffentlichung (auch auszugsweise) und Weiterleitung an Dritte ist nicht gestattet. Wird kein Angebot abgegeben, so sind diese Unterlagen in eigener Zuständigkeit zu vernichten.

8. Sonstiges

8.1 Eigentum IDM Südtirol

Sämtliche realisierten Dashboards, Präsentationen und Analysen, die für IDM Südtirol im Rahmen des Projektes entwickelt werden, sind Eigentum von IDM Südtirol und sind auch zur späteren Weiterentwicklung des Projektes an den Auftraggeber zu übergeben.

CAPITOLATO TECNICO

Oggetto: Servizio per agenzia Analytics, Consent Management e SEO

Analisi, consulenza, ideazione, pianificazione e implementazione di una strategia di tracking per web e mobile (B2C) in Google Tag Manager e Google Analytics, valutazione delle metriche, sviluppo di strategie di dati. Implementazione di dashboard di reporting e monitoraggio per i KPI definiti, Consent management e consulenza. Analisi, consulenza, pianificazione e implementazione di servizi SEO, per web e mobile, in un ambito internazionale.

GLOSSARIO

Account	Nel corso del progetto Marketplace, è previsto un account come base per l'arricchimento coerente dei dati del cliente e come base per l'uso significativo dei dati del cliente (ad esempio, la raccomandazione). L'account è identico per Marketplace e Concierge (funziona in entrambe le direzioni) e rappresenta l'identità dell'utente.
Concierge	Indica l'app a supporto dei visitatori dell'Alto Adige, che sarà sviluppata nel corso del Marketplace.
EasyChannel	HGV mette a disposizione dei suoi membri Easy Channel come backend gratuito in cui tutti i dati (prezzi, disponibilità, soggiorni minimi, servizi aggiuntivi, ecc.) possono essere inseriti dall'azienda e trasferiti direttamente al sito web "Booking Südtirol" (e a tutti i portali e canali collegati).
HGV (https://www.hgv.it)	L'unione degli albergatori e pubblici esercenti dell'Alto Adige. HGV mette a disposizione dei suoi membri Easy Channel e il portale booking.suedtirol.com/it .
LTS (https://www.lts.it)	L'Associazione Provinciale delle Organizzazioni Turistiche dell'Alto Adige è l'organizzazione ombrello delle associazioni turistiche dell'Alto Adige. La LTS mette TIC Web a disposizione dei suoi membri.
Marketplace	Si riferisce alla totalità del futuro sito web, ovvero l'attuale suedtirol.info con la sezione prenotazioni (prenotazione e alloggio, prenotazione/richiesta di eventi, attività, ristorante, skipass, offerte di mobilità, noleggio sci ecc.), informazioni, ispirazioni e, in una seconda fase, anche shop online (alimentare e non).
NOI Techpark (https://noi.bz.it/)	NOI gestisce il NOI Techpark - il quartiere dell'innovazione in Alto Adige per l'innovazione, la ricerca e lo sviluppo. 1.000 imprenditori, ricercatori, start-up e studenti lavorano al NOI per la trasformazione ecologica ed economica della società. NOI si concentra su quattro settori tecnologici: Green, Food, Digital, Automotive & Automation.
ODH (https://opendatahub.com)	Open Data Hub (ODH) è un'applicazione sviluppata da NOI Techpark che rende i dati dell'Alto Adige disponibili al pubblico tramite interfacce. L'Open Data Hub è un'aggregazione di dati rilevanti per l'Alto Adige, attualmente ci sono le aree principali turismo e mobilità (https://opendatahub.bz.it).
Pimcore	Open source web content management system che è usata come sistema di gestione dei contenuti per suedtirol.info .

TIC Web	Sistema della LTS, che può essere usato dagli operatori dell'alloggio come un PMS leggero e contiene una varietà di dati aggiuntivi come eventi, POI e gastronomia ed è anche disponibile tramite l'ODH.
TO (organizzazioni turistiche)	Le organizzazioni turistiche (associazioni turistiche dell'Alto Adige, cooperative turistiche dell'Alto Adige nonché l'Azienda di Soggiorno e Turismo della Città di Bolzano e l'Amministrazione delle Terme di Merano) promuovono il turismo nella rispettiva area, sono responsabili degli eventi rilevanti per il turismo, si occupano degli ospiti in loco, organizzano i servizi turistici ed effettuano le relative prenotazioni. Elenco delle >70 organizzazioni turistiche in Alto Adige: https://provinz.bz.it/tourismus-mobilitaet/tourismus/tourismusvereine.asp

1. IDM Südtirol	5
1.1 Attività principali	5
1.2 Strategie fondamentali	5
1.3 Mercati turistici e concorrenti	5
2. Alto Adige - Il territorio	6
3. La presenza dell'Alto Adige nel mondo online	6
Suedtirol.info - (https://www.suedtirol.info)	7
Pagine di campagna	7
Alto Adige Guide App (concierge app = work in progress)	7
Social Media	7
Pagine regionali	7
Pagine di Prodotti	8
4. Incarico Analytics & Consent Managment	9
4.1 Lavori precedenti e delimitazioni incarico Analytics & Consent Management	9
4.2 Introduzione incarico Analytics & Consent Management	10
4.3 Entità dei lavori: Scope of Work incarico Analytics & Consent Management	10
5. Incarico SEO	12
5.1 Lavori precedenti e delimitazioni incarico SEO	12
5.2 Introduzione incarico SEO	13
5.3 Entità dei lavori: Scope of Work incarico SEO	13
6. Requisiti per l'appaltatore	16
6.1 Introduzione	16
6.2 Qualifiche / referenze del team di base	Error! Bookmark not defined.
6.3 Regolamentazione assenze team	16
6.4 Spese di viaggio	17
6.5 Linguaggio del progetto	17
7. Obbligo di riservatezza	17
8. Altro	17
8.1 Proprietà IDM Alto Adige	17
9. Ambiguità nei documenti di gara	Error! Bookmark not defined.

1. IDM Südtirol

IDM Alto Adige è una azienda speciale che opera per conto della Provincia Autonoma di Bolzano e della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Bolzano. Il suo compito principale è la promozione dell'Alto Adige come destinazione attraente sul mercato interno e all'estero. IDM Alto Adige si occupa del marketing di destinazione posizionando il marchio ombrello Alto Adige sui mercati europei, del marketing agroalimentare promovendo i prodotti di qualità della regione ed infine, del marketing per l'esportazione e quello locale per le aziende altoatesine. Inoltre, IDM Alto Adige offre consulenza alle aziende della regione in diversi settori, tra cui progetti di innovazione, produzioni cinematografiche, ricerca di location e attività di esportazione di successo.

Il marchio ombrello "Alto Adige", introdotto nel 2005, viene mantenuto da IDM (Innovators, Developers & Marketers) Alto Adige, in modo che i fornitori di servizi turistici e altre aziende dell'Alto Adige possano svolgere attività commerciali di successo sulla base dell'immagine positiva della provincia o del marchio ombrello Alto Adige.

Visione: Alto Adige, l'habitat sostenibile più ambito d'Europa.

Missione: IDM è impulso e forza motrice per lo sviluppo economico sostenibile dell'Alto Adige.

1.1 Attività principali

Le attività principali includono:

- Gestione e sviluppo del marchio Alto Adige;
- Aumentare l'innovazione e la competitività delle aziende altoatesine;
- Commercializzare i prodotti di qualità dell'Alto Adige;
- Promuovere la destinazione Alto Adige;
- Sviluppo sostenibile dell'habitat dell'Alto Adige.

1.2 Strategie fondamentali

Le linee guida strategiche per l'attuazione della visione sono:

- Leadership del marchio:
Sviluppare il marchio Alto Adige: Aumentare la consapevolezza e la desiderabilità;
- Leadership di qualità:
Aumento della leadership di qualità attraverso la sostenibilità e l'innovazione in tutti i settori;
- Internazionalizzazione:
Espansione dei mercati principali e focalizzazione su mercati di sviluppo strategico selettivo.

1.3 Mercati turistici e concorrenti

Panoramica dei mercati turistici:

- i mercati principali D, I, CH (di lingua tedesca), A
- i mercati emergenti UK, FR, NL, B (parte fiamminga), CZ, PL
- altri mercati (Croazia, Slovenia, Scandinavia)
- mercati futuri (tbd).

La destinazione turistica Alto Adige deve diventare la destinazione "Top of Mind" nelle Alpi - non solo per gli ospiti/clienti nei mercati principali di Germania, Italia, Austria e Svizzera, ma anche in Olanda, Belgio, Gran Bretagna, Repubblica Ceca, Polonia e Francia. Tra i compiti di IDM Alto Adige c'è anche l'apertura di altri mercati. L'Alto Adige si rivolge a gruppi target che si adattano alla destinazione sia in termini di valori che di disponibilità e capacità di spesa, e che portano un sufficiente valore aggiunto. Si tratta di persone con un'affinità per i viaggi che vivono prevalentemente in aree urbane.

Concorrenti:

- Baviera, Allgäu;
- Tirolo, Vorarlberg, Salisburgo, Carinzia, Austria Pubblicità;
- Trentino, Valtellina, Grigioni, Svizzera Turismo;
- Toscana e Lago di Garda.

2. Alto Adige - Il territorio

L'Alto Adige si trova nel nord Italia e fa parte della regione Trentino - Alto Adige (Trentino - Südtirol). Fino alla fine della prima guerra mondiale il territorio, divenuto in seguito autonomo nel 1948, apparteneva all'Austria. Oggi, insieme alla Provincia di Trento, forma una delle cinque regioni italiane a statuto speciale.

L'Alto Adige si trova in una posizione strategicamente e geograficamente favorevole tra l'area economica mitteleuropea e quella italiana. Sebbene le condizioni climatiche e geografiche siano favorevoli ed estremamente attraenti per il turismo, esse rendono altresì difficile l'insediamento e la coltivazione (solo il 6% dei terreni può essere insediato, di questi circa la metà è già edificata). Il paesaggio alpino con influenze mediterranee tipico delle Alpi meridionali caratterizza l'Alto Adige e i suoi abitanti. Affrontare la natura, il paesaggio montano e le sue condizioni climatiche non sempre favorevoli, assieme al difficile accesso alle risorse, hanno dato origine a nuovi prodotti e nuove competenze.

Nel 2018 in Alto Adige vivono complessivamente circa 528.000 persone. Il tasso di occupazione della popolazione è elevato (tasso di disoccupazione: 3,1%), la qualità di vita e la prosperità superiori alla media (PIL pro capite 2015: 41.141 €). La vita e il lavoro degli abitanti sono caratterizzati dal bilinguismo (tedesco e italiano) e dalla formazione professionale bilingue nelle scuole e nelle aziende. La terza lingua ufficiale, il ladino, è parlata da circa 20.000 altoatesini in Val Gardena e Val Badia (Alta Badia).

Quasi 58.000 aziende sono attive in una vasta gamma di settori, una parte considerevole delle quali nei rami tradizionali dell'agricoltura, dell'artigianato, dell'industria alberghiera e della ristorazione. Le piccole e medie imprese dominano, anche nel turismo. Sebbene le aziende high-tech siano relativamente rare, il loro successo è evidente a livello internazionale: nei settori delle energie rinnovabili, dell'edilizia efficiente dal punto di vista energetico e delle tecnologie alpine, le aziende altoatesine sono fortemente impegnate in tutto il mondo.

3. La presenza dell'Alto Adige nel mondo online

3.1 Ecosistema B2C

La destinazione Alto Adige mira ad accompagnare i suoi gruppi target digitalmente in ogni momento. La presenza dell'Alto Adige nel mondo online spazia dai siti web con newsletter regolari alle applicazioni mobili per smartphone e

ai canali social media selezionati. Queste misure sono completate da landing pages specifiche per mercato e per argomento per le campagne promozionali.

SUEDTIROL.INFO - (HTTPS://WWW.SUEDTIROL.INFO)

- Portale ufficiale per la regione di villeggiatura/residenziale dell'Alto Adige con informazioni attuali, informazioni sulle regioni, informazioni di viaggio, informazioni sugli alberghi, eventi, meteo e la possibilità di prenotare e di riservare alloggi;
- Lingue (a novembre 2022): Tedesco, italiano, inglese, olandese, francese, ceco, polacco e russo;
- 320.000 pagine indicizzate (a novembre 2022);
- Tecnologia attuale: Pimcore, da marzo 2023: Adobe AEM;
- Interfacce primarie:
 - HGV EasyChannel - utilizzata per le richieste di disponibilità e la prenotazione di alloggi;
 - ODH Turismo - utilizzata come fonte per una varietà di informazioni come attività, eventi, POI, meteo e informazioni sugli alloggi da Tic Web;
- Relaunch MVP in Q1/2023 (DE/IT/EN); altre lingue (NL/PL/CZ/FR) in Q2-3/2023.

Suedtirol.info è stato finora (stato a novembre 2022) una piattaforma di informazione/ispirazione in cui è possibile anche prenotare un alloggio. Ad oggi, il dominio è molto ben rappresentato nell'Upper Funnel, ma c'è ancora molto potenziale non sfruttato nel middle & lower Funnel. Per quanto riguarda il progetto Südtirol Marketplace, nel 2023-24 l'attenzione dovrebbe concentrarsi sulle funzioni transazionali (richieste e prenotazioni di alloggi) che possono essere effettuate tramite la piattaforma. La quota di parole chiave transazionali dovrebbe perciò aumentare.

PAGINE DI CAMPAGNA

Attualmente le landingpages sono create su suedtirol.info o tramite il kit di costruzione lp.suedtirol.info. Al contrario di suedtirol.info, le pagine di destinazione non sono solitamente indicizzate. Il media mix comprende attualmente annunci video, annunci nativi, annunci sociali e misure SEA (piattaforma pubblicitaria Adform).

ALTO ADIGE GUIDE APP (CONCIERGE APP = WORK IN PROGRESS)

- Native App;
- Lingue: Tedesco, italiano, inglese;
- Accompagnatore giornaliero durante il soggiorno;
- Offerte rilevanti per il contesto e informazioni sul meteo e sulle attività durante il soggiorno;
- Pianificatore di esperienze (sincronizzato con suedtirol.info tramite l'account cliente). Si tratta per lo più degli stessi contenuti di suedtirol.info. I contenuti sono estratti tramite l'interfaccia ODH.;
- Informazioni dettagliate su itinerari;
- Profilazione progressiva dei clienti;
- MVP Concierge App Q3/2023.

SOCIAL MEDIA

IDM è responsabile di vari canali di social media: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e Pinterest. Per esempio: Alto Adige si occupa di Alto Adige da vivere e di meetmerano. Anche la soluzione Media Intelligence di Meltwater è in uso. Fino a poco tempo fa, Walls.io era incorporato in suedtirol.info.

PAGINE REGIONALI

Dal 01.01.2018 IDM gestisce i siti web delle associazioni turistiche dell'Alto Adige, della Val d'Isarco, Bolzano e dintorni, della Val Venosta e del Meraner Land, che sono state sciolte alla fine del 2017. Il sito regionale Eisacktal sarà integrato in suedtirol.info nel corso dell'MVP.

- Portale informativo/ombrello per la regione di Merano e dintorni (<https://www.merano-suedtirol.it>) escluso Lagundo, poiché questa città gestisce ancora un proprio sito separato (www.algund.info);
 - Tecnologia: Consisto CMS, un sistema di gestione dei contenuti proprietario dell'agenzia pubblicitaria altoatesina Consisto;
 - IDM Südtirol e partner (TO) attualmente gestiscono i contenuti del sito. In totale ci sono circa 70.000 pagine indicizzate;
 - lingue: Tedesco, italiano, inglese, olandese e francese, in parte anche contenuti in polacco e ceco (sottopagina Val Senales);
 - Interfacce con Tic Web e General Solutions;
- Portale informativo per la regione della Val Venosta e le sue aree di vacanza (<https://www.vinschgau.net>)
 - Tecnologia: Consisto CMS, un sistema di gestione dei contenuti di proprietà dell'agenzia pubblicitaria altoatesina Consisto;
 - IDM Südtirol e partner (TO) attualmente gestiscono i contenuti del sito. In totale ci sono circa 21.000 pagine indicizzate;
 - lingue: Tedesco, italiano, inglese, olandese;
 - Interfacce con Tic Web e General Solutions;
 - A partire dal 2023, questo portale ombrello non sarà più gestito da IDM.
- Info/portale per il sud dell'Alto Adige (<https://www.suedtirols-sueden.info>)
 - Tecnologia: Consisto CMS, un sistema di gestione dei contenuti proprietario dell'agenzia pubblicitaria altoatesina Consisto;
 - lingue: Tedesco, italiano, inglese;
 - Interfacce con Tic Web;
 - IDM Südtirol e partner (TO) attualmente gestiscono i contenuti del sito. In totale ci sono circa 12.000 pagine indicizzate;
- Info/portale per la regione Valle Isarco (<https://www.eisacktal.com>)
 - Tecnologia: Smartedit, un sistema di gestione dei contenuti proprietario dell'agenzia pubblicitaria altoatesina Teambrau;
 - Lingue: Tedesco, italiano, inglese, olandese, francese, ceco, polacco;
 - Interfacce con Tic Web;
 - IDM Südtirol e partner (TO) attualmente gestiscono i contenuti del sito. In totale ci sono circa 1.200 pagine indicizzate;
- Inoltre, c'è tutta una serie di altri siti web, canali di social media e app (non gestiti da IDM):
 - attualmente > 70 organizzazioni turistiche e 5 spazi esperienziali;
 - 5 gruppi alberghieri riconosciuti (Belvita, Familienhotels, Vitalpina, VinumHotels, Bikehotels);
 - ca. 30 Stazioni sciistiche;
 - 3 associazioni sciistiche;
 - Numerose infrastrutture per il tempo libero (musei, organizzatori di eventi, fornitori di mobilità, ecc.)

PAGINE DI PRODOTTI

IDM gestisce la manutenzione tecnica dei siti web di vari consorzi agricoli (mela, speck, vino e latte):

- Sito informativo sui prodotti con il marchio di qualità altoatesino con informazioni sui prodotti, sui produttori e sulle ricette (<https://www.qualitaetsuedtirol.com/>)
 - Tecnologia: Consisto CMS, un sistema di gestione dei contenuti proprietario dell'agenzia pubblicitaria altoatesina Consisto;
 - Lingue: Tedesco, italiano, inglese;
 - IDM Alto Adige e il consorzio gestiscono attualmente il contenuto del sito. In totale ci sono circa 600 pagine di contenuto indicizzate.
- Sito informativo del Consorzio dello Speck con informazioni, ricette e notizie sullo Speck dell'Alto Adige (<https://www.speck.it>)

- Tecnologia: SiCenter, un sistema di gestione dei contenuti proprietario dell'agenzia pubblicitaria altoatesina SiMedia;
 - Lingue: Tedesco, italiano, inglese e francese;
 - Interfaccia con Tic Web e Open data hub (imprese di ristorazione);
 - IDM Alto Adige e il consorzio gestiscono attualmente il contenuto del sito. In totale ci sono circa 700 pagine di contenuto indicizzate.
- Sito informativo dell'associazione dei produttori di latte alpini con informazioni, ricette e notizie sul latte e i prodotti caseari dell'Alto Adige (<https://www.suedtirolermilch.com>)
 - Tecnologia: SiCenter, un sistema di gestione dei contenuti proprietario dell'agenzia pubblicitaria altoatesina SiMedia;
 - Lingue: Tedesco, italiano;
 - IDM Alto Adige e il consorzio gestiscono attualmente il contenuto del sito;
 - In totale ci sono circa 200 pagine di contenuto indicizzate.
- Sito informativo del consorzio delle mele con informazioni, ricette e notizie sulla mela dell'Alto Adige. Interfaccia con TIC-Web per i tour delle mele (<https://www.suedtirolerapfel.com>)
 - Tecnologia: Consisto CMS, un sistema di gestione dei contenuti proprietario dell'agenzia pubblicitaria altoatesina Consisto;
 - Lingue: Tedesco e italiano;
 - Interfaccia con Tic Web (eventi);
 - IDM Alto Adige e il consorzio gestiscono attualmente il contenuto del sito;
 - In totale ci sono circa 750 pagine di contenuto indicizzate.
- Sito informativo del consorzio del vino con informazioni su siti, vini, viticoltori e fonti di approvvigionamento dei vini altoatesini (<https://www.suedtirolwein.com>)
 - Tecnologia: Amplifier, un sistema di gestione dei contenuti proprietario dell'agenzia pubblicitaria altoatesina Zeppelin;
 - lingue: Tedesco, italiano, inglese, giapponese e russo;
 - Interfaccia con Open data hub (ODH);
 - IDM Alto Adige e il consorzio gestiscono attualmente il contenuto del sito;
 - In totale ci sono circa 750 pagine di contenuto indicizzate.

4. Incarico Analytics & Consent Management

4.1 Lavori precedenti e delimitazioni incarico Analytics & Consent Management

Le seguenti attività sono state sviluppate fino ad oggi (stato ottobre 2022) e non sono quindi oggetto del presente bando di gara:

- Migrazione da Google UA Analytics a Google GA4 (con server side tracking);
- Definizione di base del tracking per l'MVP del Marketplace;
- Supporto all'implementazione del tracking per l'MVP del Marketplace.

Traduzioni e UX/UI non fanno parte della gara d'appalto. Questi servizi sono forniti da altre agenzie.

4.2 Introduzione incarico Analytics & Consent Management

L'appaltatore è responsabile dell'estensione delle misure di analisi per il Marketplace B2C (MVP & Post-MVP), la Concierge App, nonché il portale di attivazione della Guest Card.

L'appaltatore è responsabile della strategia e dell'esecuzione del monitoraggio, nonché dell'ottimizzazione dei valori analitici raccolti, sulla base di analisi e report. Ciò significa che oltre all'implementazione nel Tag Manager, i valori devono essere interpretati e i suggerimenti per le misure di ottimizzazione nel contesto del customer care e della consulenza dovrebbero essere parte della cooperazione. Inoltre, la visualizzazione dei dati web raccolti tramite dashboarding e per varie esigenze (management report, report per misure di paid media su entità di landing page, visualizzazione di canali per varie entità e piattaforme, visualizzazioni di funnel, schede di monitoraggio) sarà parte della cooperazione.

L'appaltatore è responsabile del Consent Management, dell'ottenimento e della memorizzazione del consenso alla protezione dei dati dei visitatori anche prima della raccolta dei dati dell'utente tramite il tracciamento. Questo per garantire la trasparenza e per centralizzare e gestire il consenso e le obiezioni dell'utente finale per IDM Südtirol – Alto Adige in quanto gestore della piattaforma. Il contract manager sviluppa procedure strategiche basate sugli obiettivi aziendali specificati, che vengono poi riviste e approvate internamente da IDM Südtirol – Alto Adige a livello legale.

L'appaltatore è responsabile della consulenza strategica al cliente sulle misure di tracciamento delle piattaforme della destinazione Alto Adige. Il servizio concettuale si basa sull'ambito dei servizi riportati nello Scope of Work.

Tutte le attività menzionate nel presente capitolato tecnico devono essere coordinate con IDM, che insieme ai suoi dipendenti autorizzati parteciperà alla definizione dettagliata delle singole misure e alla relativa pianificazione temporale.

4.3 Entità dei lavori: Scope of Work incarico Analytics & Consent Management

L'implementazione del servizio da realizzare dovrebbe avvenire in più fasi. Si dovrebbe procedere a una prima definizione delle priorità e a una pianificazione temporale di massima dei singoli progetti, nonché a una raccomandazione non vincolante per la suddivisione dell'implementazione in sprint (ad esempio, di tre settimane), coordinati con l'implementatore tecnico. L'attività dell'appaltatore comprende lo sviluppo di una roadmap dettagliata le cui idee si basano sulla comprensione della situazione iniziale e degli obiettivi da raggiungere, nonché sul potenziale di innovazione disponibile nell'area di Analytics.

FASE DI IMPLEMENTAZIONE 1 (Q2-Q3/2023)

- Fase di analisi: registrazione dello status quo di Analytics, immersione profonda e acquisizione del progetto;
- Definizione della roadmap, compresa la formulazione delle sezioni e dei compiti dei singoli progetti;
- Audit CRO post go-live del Marketplace MVP con formulazione di chiare raccomandazioni di intervento e piano di implementazione;
- Pianificazione della continuazione e dell'espansione del tracking del Marketplace (post-MVP) sulla base dei componenti e dei template da creare, Concierge App, piattaforma di attivazione della Guest Card: definizione del tracking, gestione dei tag, guida all'implementazione per l'IT, supporto all'implementazione, test completi;
- Collaborazione stretta e trasparente con il team tecnico per quanto riguarda l'implementazione del tracking. Lingua del progetto: inglese;
- Collaborazione con il team performance di IDM Südtirol-Alto Adige e con l'agenzia performance per la gestione dei tag delle campagne e la strategia dei pixel. Lingua del progetto: inglese;
- Concezione, creazione, manutenzione ed estensione di dashboard esistenti in Google Looker (Datastudio) per la visualizzazione di KPI predefiniti provenienti da diverse piattaforme (web, mobile) per diverse esigenze

- (campagne di paid media, traffico organico e owned, management report, report per content, app, guest card), compresa la responsabilità di garantire una connessione pulita alla fonte dei dati;
- Concezione del Consent Management in collaborazione e consultazione con un responsabile della protezione dei dati (di IDM Südtirol – Alto Adige).

FASE DI IMPLEMENTAZIONE 2 (Q4/2023)

- Definizione delle misure di tracking più importanti per il Marketplace, la Concierge App e la Guest Card con test simultanei;
- Creazione e completamento di una guida all'implementazione dettagliata e trasparente;
- Analisi web continua basata sui dati analitici e sviluppo di raccomandazioni per l'ottimizzazione della performance;
- Continuazione, ampliamento e ottimizzazione strategica dell'intero dashboarding come da fase di implementazione 1;
- Consent Management e sviluppo di raccomandazioni per l'azione. Aggiornamenti sul GDPR.

FASE DI IMPLEMENTAZIONE 3 (Q1-4/2024)

- Analisi web continua basata sui dati analitici e sviluppo di raccomandazioni per l'ottimizzazione della performance;
- Proseguimento, ampliamento e ottimizzazione strategica dell'intero dashboarding in base alle fasi di implementazione 1 e 2;
- Consent Management e sviluppo di raccomandazioni per l'azione. Aggiornamenti in coerenza con il GDPR.

MAINTENANCE (AB Q2/23 ONGOING)

- Formulazione di User Stories in Jira per i requisiti di analisi per il team IT;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: riunioni sui requisiti e riunioni di pianificazione/revisione degli sprint;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: Product Backlog Refinement Meetings;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: incontri retrospettivi;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: Management Update Meetings, Steering Committee Meetings;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: riunioni di coordinamento intertematico con altri attori chiave (ad esempio, team di sviluppo, agenzia di performance, team CDP);
- Supporto analitico continuo ed elaborazione del GTM in base alle esigenze correnti;
- Interpretazione continua dei dati sulla base dei rapporti e identificazione proattiva delle opportunità di ottimizzazione;
- Gestione continua dei dashboards e garanzia di coerenza dei dati
 - a. Reporting per le misure dei paid media - per uso interno ed esterno
 - b. Rapporti per il management
 - c. Rapporti KPI per Content
 - d. Rapporto sul Concierge App
 - e. Rapporto sulla Guest Card
- Realizzazione di nuovi dashboards e di vari report di approfondimento, compresa l'interpretazione dei dati;
- Monitoraggio continuo delle definizioni di consenso, compresa la formulazione di misure concrete per raggiungere gli obiettivi aziendali garantendo la conformità al GDPR in collaborazione e consultazione con un responsabile della protezione dei dati (IDM Südtirol-Alto Adige);
- Consulenza continua su temi di analisi e consenso.

ACCOUNT MANAGEMENT – ORGANIZZAZIONE E COLLABORAZIONE (TUTTA LA DURATA DEL CONTRATTO)

- Jour Fixe operativi settimanali di un'ora per l'aggiornamento dello stato e il coordinamento (riunione online);
- Riunione mensile con ulteriori agenzie sul progetto generale del Marketplace (riunione online; goal: update);
- Riunione mensile sull'ottimizzazione della performance a base dei dati raccolti (incontro online, obiettivo: ottimizzazione performance);
- Riunioni mirate (max. 1 volta al mese) con diversi teams di progetti, che usano dati di analytics per i loro progetti (Performance Marketing, CRM, CDP);
- Nomina di un senior project manager competente e permanentemente disponibile presso l'agenzia aggiudicataria del servizio per la durata dell'incarico, nonché di un suo sostituto;
- In caso di cambio del project manager da parte dell'agenzia, i costi aggiuntivi per la familiarizzazione saranno a carico dell'agenzia. L'agenzia deve garantire che il progetto si svolga senza intoppi nonostante il cambio di personale;
- Gestione del flusso di lavoro chiaramente regolamentata, semplice, trasparente e di facile utilizzo per il cliente;
- Controllo trasparente del budget e delle spese sotto forma di relazioni mensili scritte sullo stato di avanzamento e di schede orarie dettagliate da approvare prima della fatturazione.

ATTIVITÀ OPZIONALI

Sono possibili ulteriori compiti. Si tratta di campi di lavoro opzionali non specificati nel capitolato tecnico, che vengono addebitati in base alle tariffe giornaliera per i compiti aggiuntivi. Possibili cambi di lavoro opzionali:

- Consulenza strategica sull'ulteriore sviluppo di CDP;
- Consulenza strategica sulla tracciabilità dell'e-commerce: sviluppo dei requisiti di tracciabilità per l'e-commerce;
- Consigli su strumenti e sistemi innovativi (tag management, analytics, CMP, dashboarding) e aggiornamenti su eventi attuali e cambiamenti importanti relativi agli strumenti e al loro utilizzo.

Portata degli incarichi aggiuntivi: nel periodo d'ordine dell'intera durata del contratto un massimo di 15 giornate.

5. Incarico SEO

5.1 Lavori precedenti e delimitazioni incarico SEO

Le seguenti attività sono state sviluppate fino ad oggi e non sono quindi oggetto del presente bando di gara:

- Revisione dell'attuale architettura informativa;
- Elaborazione dei requisiti SEO (User Stories) per Adobe Set-up;
- Elaborazione SEO Guidelines per Content Team;
- Indicazioni tecniche per structured data;
- Indicazioni tecniche per XML Sitemaps;
- Piano di migrazione con tabelle di reindirizzamento per PDPs, PLPs e contenuti editoriali (DE, IT, EN);
- SEO KPI Dashboard compreso l'indice di visibilità (IDM non dispone di una propria licenza Sistrix), la ricerca di parole chiave per paese/lingua e altri KPI;
- Migration Dashboard con le seguenti KPI per il monitoraggio after Go-live:
 - Overall organic sessions (Google Analytics)
 - Organic sessions by landing page (Google Analytics)

- Organic clicks (Google Search Console)
- Organic impressions (Google Search Console)
- Average organic rankings (Google Search Console)

Traduzioni, e UX/UI non fanno parte della gara d'appalto. Questi servizi sono forniti da altre agenzie.

5.2 Introduzione incarico SEO

L'appaltatore è responsabile della valutazione, della creazione, dell'implementazione e della progettazione della strategia SEO in ambito internazionale per l'intero panorama del nostro sistema post MVP, compresa la manutenzione (Marketplace B2C, Concierge App). È necessario gettare le basi e le linee guida per una crescita concreta a medio termine dell'intero traffico organico della piattaforma, comprese la SEO onpage e la SEO tecnica. Anche la consulenza ai clienti, il monitoraggio della concorrenza, il controllo continuo della qualità e la garanzia dei risultati del proprio sviluppo sono compiti dell'appaltatore.

L'Appaltatore è responsabile della consulenza strategica del cliente per le misure SEO della destinazione Alto Adige. Il servizio concettuale si basa sull'ambito dei servizi riportati nel presente Capitolato tecnico.

Tutte le attività menzionate nel presente Capitolato tecnico devono essere coordinate con IDM, che insieme ai suoi dipendenti autorizzati parteciperà alla definizione dettagliata delle singole misure e alla relativa pianificazione temporale.

5.3 Entità dei lavori: Scope of Work incarico SEO

L'implementazione del servizio da realizzare deve avvenire in più fasi. Si deve procedere a una prima definizione delle priorità e a una pianificazione temporale di massima dei singoli progetti, nonché a una raccomandazione non vincolante per la suddivisione dell'implementazione in sprint (ad esempio, di tre settimane), coordinati con l'implementatore tecnico. L'attività del contraente comprende lo sviluppo di una roadmap dettagliata le cui idee si basano sulla comprensione della situazione iniziale e degli obiettivi da raggiungere, nonché sul potenziale di innovazione disponibile nell'area del SEO.

FASE DI IMPLEMENTAZIONE 1 (Q2-Q3/2023)

- Fase di analisi: registrazione dello status quo SEO e identificazione dei potenziali di ottimizzazione;
- Definizione di una roadmap comprensiva di KPI e piano di implementazione;
- Pianificazione, controllo e implementazione dei rilanci nelle lingue straniere: olandese, ceco, polacco, francese:
 - a. Creazione di un piano di migrazione e di un concetto di inoltro per PDPs, PLPs e contenuti editoriali per tutte le lingue straniere;
 - b. Sviluppo dei requisiti SEO (User Stories) per l'implementatore tecnico;
 - c. Collaborazione stretta e trasparente con l'agenzia digitale (concezione) per il futuro suedtirol.info e l'implementatore tecnico della piattaforma. Progetto lingua inglese con le agenzie;
 - d. pre- e post go live tests e monitoring;
- Concezione, creazione, manutenzione ed estensione di dashboard esistenti Google Looker Studio (Datastudio) per la visualizzazione dei dati chiave SEO da diverse piattaforme (web, mobile da Q3);
- Analisi mirate, valutazioni estese e individuali e report con lo strumento Ryte (IDM ha una licenza fino al 03/2024);
- Fornitura di dati SEO per vari strumenti ed esigenze (riunioni di gestione, riunioni editoriali o simili), compresa l'interpretazione dei dati;

- Deep Dive Inhouse Training a Bolzano per 2 giorni (tempo pieno):
 - a. Su misura per IDM Alto Adige (no formazione generale, esempi concreti suedtirool.info);
 - b. L'agenda e gli argomenti vengono sviluppati insieme;
 - c. Obiettivo: costruire una competenza SEO interna, essere in grado di sviluppare strategicamente, implementare e valutare autonomamente misure SEO di successo.

FASE DI IMPLEMENTAZIONE 2 (Q4/2023)

- Analisi, manutenzione e ottimizzazione continua dell'app store (ASO) per Google Play Store e Apple App Store attraverso strategie di traffico mirato e parole chiave:
 - a. Ricerca e ottimizzazione di parole chiave specifiche per ogni paese;
 - b. Ottimizzazione degli elementi di testo (titolo, descrizione, ecc.).

FASE DI IMPLEMENTAZIONE 3 (Q1-4/2024)

- Direzione, pianificazione e implementazione della gestione del reindirizzamento degli stakeholder interessati nell'ambito di un massimo di 5 siti web regionali o di prodotto;
- Analisi, ottimizzazione e monitoraggio per aumentare costantemente la quota di parole chiave transazionali;
- Deep Dive Inhouse Training a Bolzano per 2 giorni (tempo pieno):
 - a. su misura per IDM Alto Adige (no formazione generale, esempi concreti suedtirool.info);
 - b. L'agenda e gli argomenti vengono sviluppati insieme;
 - c. Obiettivo: costruire una competenza SEO interna, essere in grado di sviluppare strategicamente, implementare e valutare autonomamente misure SEO di successo.

MAINTENANCE (DA Q2/23 ONGOING)

- Formulazione di User Stories per i requisiti SEO per il team di sviluppo;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: riunioni sui requisiti e riunioni di pianificazione/revisione degli sprint;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: Product Backlog Refinement Meetings;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: Retrospective Meetings;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: Management Update Meetings, Steering Committee Meetings;
- Partecipazione, preparazione e follow-up: Riunioni di coordinamento intertematico con altri fornitori di servizi (ad esempio, agenzia analytics, agenzia di traduzione, agenzia digitale, implementatore tecnico); Agenzia di analisi, agenzia di traduzione, agenzia digitale, implementatore tecnico);
- Monitoraggio e controllo continuo del SEO attraverso un cruscotto da creare: interpretazione dei dati con raccomandazioni di azione e implementazione per l'ottimizzazione del valore:
 - a. Rankings
 - b. bounce rate
 - c. tempo di permanenza
 - d. Click-through-rate
 - e. Conversion rate
 - f. Traffic
- continuo OnPage SEO: analisi e ottimizzazione
 - a. Indicizzazione (robots.txt, Noindex-Tags, XML-Sitemap)
 - b. Titolo e meta descrizione
 - c. Ottimizzazione delle immagini: attributi ALT e titolo
 - d. Revisione link interni
 - e. Analisi e audit continui dei contenuti, comprese le raccomandazioni per l'azione e l'implementazione di ottimizzazione dei contenuti esistenti, espansione di nuovi contenuti e, se necessario, riduzione dei contenuti:

- Ricerca di parole chiave e argomenti nelle lingue principali (tedesco, italiano, inglese) da parte di personale madrelingua
 - Keyword Monitoring (lower, middle + upper funnel)
 - Ottimizzazione della struttura dei contenuti
 - Keyword Mapping
 - Content-Gap Analisi
 - Analisi della concorrenza
 - Identification Duplicate Content
- SEO OffPage in corso: controlli tecnici che includono raccomandazioni concrete di ottimizzazione e implementazione:
 - a. Analisi delle strutture di backlink
 - b. Controllo e monitoraggio dei backlink
 - c. Crawlings regolari
 - SEO tecnico continuo (analisi e ottimizzazione) attraverso un cruscotto da creare:
 - a. Velocità di caricamento: tempo di caricamento/durata di caricamento
 - b. XML-Sitemap
 - c. Crawlability
 - d. Accessibility
 - Realizzazione di nuovi dashboard e di vari report di approfondimento, compresa l'interpretazione dei dati;
 - Consulenza proattiva in materia di SEO e ASO, compresa l'identificazione dei potenziali di ottimizzazione;
 - Ottimizzazione dell'edizione mobile dei siti web secondo gli ultimi standard di Google: Google Lighthouse. <https://web.dev/fast/>;
 - Conformità alle linee guida Core Web Vitals (<https://web.dev/vitals/#core-web-vitals>) e ottimizzazione continua;
 - Esposizione di tutti i contenuti delle pagine web come JSON-LD. Per verificare l'implementazione dei dati strutturati sul sito web, si possono utilizzare strumenti come <https://search.google.com/structured-data/testing-tool>;
 - Considerazione dei criteri di strutturazione di Schema.org.

ACCOUNT MANAGEMENT – ORGANIZZAZIONE E ATTIVITA' CONDIVISA (TUTTA LA DURATA DEL CONTRATTO)

- Jour Fixe operativi settimanali di un'ora per l'aggiornamento dello stato e il coordinamento (riunione online);
- Riunione mensile di un'ora (incontro online, obiettivo: aggiornamento delle prestazioni in base al dashboard);
- Nomina di un senior project manager competente e permanentemente disponibile presso l'agenzia aggiudicataria del servizio per la durata dell'incarico, nonché di un sostituto;
- In caso di cambio del project manager da parte dell'agenzia, i costi aggiuntivi per la familiarizzazione saranno a carico dell'agenzia. L'agenzia deve garantire che il progetto si svolga senza intoppi nonostante il cambio di personale;
- Gestione del flusso di lavoro chiaramente regolamentata, semplice, trasparente e di facile utilizzo per il cliente;
- Controllo trasparente del budget e delle spese sotto forma di relazioni mensili scritte sullo stato di avanzamento e di schede orarie dettagliate da approvare prima della fatturazione.

ATTIVITÀ OPZIONALI

Sono possibili ulteriori compiti. Si tratta di campi di lavoro opzionali non specificati nel capitolato tecnico, che vengono addebitati in base alle tariffe giornaliere per i compiti aggiuntivi. Possibili cambi di lavoro opzionali (a partire da novembre 2022):

- Completare la migrazione delle lingue principali;
- Consulenza e implementazione SEO per il B2B: supporto e sviluppo dei requisiti SEO per il B2B;
- Consulenza e implementazione SEO per l'e-commerce: supporto e sviluppo dei requisiti SEO per l'e-commerce.

Portata degli incarichi aggiuntivi: nel periodo d'ordine dell'intera durata del contratto un massimo di 15 giornate.

6. Requisiti per l'appaltatore

6.1 Introduzione

Cerchiamo operatore economico con le seguenti competenze chiave:

- Forte esperienza in ambito analitico (strategico e operativo);
- Esperienza con GA4, GA360 e Google Tag Manager;
- Esperienza con i sistemi cloud e di data warehouse (in particolare Google Cloud e Google BigQuery) e la loro configurazione;
- Esperienza con piattaforme di gestione del consenso CMP (in particolare Usercentrics, Cookiebot);
- Esperienza con i connettori di dati (in particolare Supermetrics, eventualmente Adverity);
- Esperienza con strumenti di reporting e dashboarding (ad esempio Google Looker Studio (Datastudio), Microsoft Power BI);
- Metodo di lavoro agile e collaborazione agile con team di aziende diverse per l'elaborazione congiunta dei progetti e il raggiungimento degli obiettivi;
- Lavoro proattivo e identificazione delle tendenze attuali e delle nuove linee guida (inclusa la GDPR Compliance EU), nonché know-how trasversale; stile di lavoro e di pensiero orientato ai progetti e agli obiettivi;
- Forte competenza in ambito SEO (strategico e operativo);
- Esperienza con Adobe AEM;
- Buona conoscenza di argomenti correlati come SEA/Google Ads, Facebook Advertising, social media in generale e marketing online, UX/UI;
- Familiarità con Google Analytics GA4, GA360, Google Tag Manager, Google BigQuery, Google Looker (Datastudio), Google Cloud Platform, Cookiebot, Usercentrics, Supermetrics, Microsoft Power BI, Google Search Console, Ryte, Sistrix, Screaming Frog, Microsoft Teams, Atlassian Jira, Atlassian Confluence.

Le competenze chiave saranno oggetto di valutazione nell'ambito dell'offerta tecnica (Case History così come Team di progetto).

6.3 Regolamentazione sostituzione del personale del team

L'offerente non può sostituire il personale indicato in fase di gara senza la preventiva autorizzazione di IDM.

Qualora vi sia la necessità di sostituire il personale impiegato, l'appaltatore dovrà comunicare a IDM i nomi del personale da sostituire e del personale sostitutivo con il relativo curriculum vitae almeno 15 giorni prima della sostituzione prevista, previa approvazione di IDM.

Se il personale sostitutivo non soddisfa le esigenze di IDM, IDM comunicherà per iscritto il rifiuto con le relative motivazioni. Se IDM ha espressamente rifiutato la sostituzione, l'appaltatore dovrà astenersi dal sostituire il personale o si impegna a nominare un'altra persona sostitutiva che, in base alle obiezioni espresse da IDM, soddisfi le esigenze di IDM e possa dimostrare di avere le stesse capacità ed esperienze professionali del personale sostituito. In ogni caso,

le competenze e l'esperienza professionale dimostrate dal personale sostituito non dovranno essere inferiori a quelle dimostrate dai loro predecessori.

6.4 Spese di viaggio

I viaggi per raggiungere la sede del progetto a Bolzano, ad esempio per i corsi di formazione menzionati nel presente capitolato tecnico, sono compresi nel calcolo dell'offerta.

6.5 Linguaggio del progetto

La lingua del progetto sarà l'inglese. Il personale assegnato al core team deve conoscere bene l'inglese scritto e parlato se ha contatti con IDM Südtirol. È auspicabile anche la conoscenza dell'italiano o del tedesco.

L'appaltatore dovrà fornire in lingua inglese la documentazione prodotta in relazione allo svolgimento dei servizi contrattati.

7. Obbligo di riservatezza

L'appaltatore deve trattare in modo strettamente confidenziale tutte le informazioni di cui viene a conoscenza durante la partecipazione alla fase di gara e deve imporre lo stesso obbligo di riservatezza a tutti i suoi dipendenti/consulenti/collaboratori che, per un motivo o per l'altro, vengono a conoscenza delle suddette informazioni.

Tutti i documenti di gara possono essere utilizzati solo ai fini della partecipazione alla gara e, se del caso, per l'esecuzione del contratto. È vietato qualsiasi utilizzo per altri scopi. Non è consentita la pubblicazione (compresi gli estratti) e l'inoltro a terzi. Se non viene presentata alcuna offerta, questi documenti devono essere distrutti sotto la responsabilità dell'offerente.

8. Altro

8.1 Proprietà IDM Alto Adige

Tutti i dashboards, le presentazioni e le analisi realizzate per IDM Südtirol nell'ambito del progetto sono di proprietà di IDM Südtirol e devono essere consegnati al cliente per un ulteriore sviluppo del progetto in un secondo momento.