Anexo IV.2 de la Convocatoria



**Plantillas de justificación**

[**G1.** Modificación o elaboración de una página Web, microsite y/o landing page](#G1)

[**G2.** Diseño, creación y desarrollo de campañas de publicidad online (SEM)](#G2)

[**G3.** Implementación de acciones de posicionamiento orgánico (SEO)](#G3)

[**G4.** Preparación de la analítica Web](#G4)

[**G5.** Acciones Inbound Marketing](#G5)

[**G6.** Diseño y creación de campañas en redes sociales (SMM)](#G6)

[**G7.** Traducciones necesarias para la estrategia de marketing digital](#G7)

Anexo IV.2 de la Convocatoria



**Plantilla de justificación G1**

**Modificación o elaboración de una página web, microsite o landing page.**

**ÍNDICE**

[REQUISITOS MÍNIMOS 3](#_Toc117682264)

[PAÍS OBJETIVO 5](#_Toc117682265)

[ESTRUCTURA DE LA PÁGINA WEB 5](#_Toc117682266)

[Actuación 5](#_Toc117682267)

[URL 5](#_Toc117682268)

[Tecnología 5](#_Toc117682269)

[Check list Optimización en Motores de Búsqueda 5](#_Toc117682270)

[Idiomas 6](#_Toc117682271)

[Experiencia del Usuario Internacional 6](#_Toc117682272)

[Analítica Web 6](#_Toc117682273)

[IMÁGENES CON URL DE LA PÁGINA WEB, MICROSITE O LANDING PAGE 6](#_Toc117682274)

[Captura de pantalla 6](#_Toc117682275)

# **REQUISITOS MÍNIMOS**

* Que tenga como objetivo posicionar de forma online los productos/servicios de la empresa en el mercado internacional objetivo seleccionado.
* Este concepto de gasto **no será elegible** en los casos en los que el mercado objetivo seleccionado tenga **idioma oficial español**.
* Sólo se admitirá el coste de páginas web, microsite o landing page destinadas a la promoción de los productos/servicios de la empresa en mercados exteriores.   
  Debe disponer, en todo caso, de un idioma extranjero.
* Tiene que estar preparada para la correcta indexación por parte de los motores de búsqueda.
* Tiene que estar preparada para poder visualizarse correctamente en ordenador, móvil y tablet con una velocidad de carga aceptable.
* Debe cumplir los requisitos legales de cookies y protección de acuerdo con la legislación vigente.
* Debe incorporar algún sistema de analítica web que permita a la empresa disponer de resultados.
* En el caso de página web deberá tener CMS.
* En el caso de landing page o microsite deberá demostrarse que está vinculada a una campaña internacional
* Será conveniente incorporar pantallazos de aquellos elementos que sufran mejoras tras haber sido apoyados por el Programa (pantallazos antes y después de recibir el apoyo), para que se pueda observar de manera clara el beneficio del Programa para la empresa.
* Será necesario incluir el logotipo FEDER y sus lemas, de forma diferenciada al logo, para reflejar adecuadamente la financiación de dichos elementos por los Fondos comunitarios.
* Se deberán evidenciar los trabajos realizados con una memoria que incluya, como mínimo, los contenidos de esta plantilla, y tener en cuenta todo lo indicado en la guía de gastos elegibles.

# **PAÍS OBJETIVO**

Indique el país objetivo:

|  |
| --- |
|  |

# **ESTRUCTURA DE LA PÁGINA WEB**

Indique la siguiente información:

|  |
| --- |
| Actuación Indique si es página web, microsite o landing page. |
|  |

|  |
| --- |
| URL Indique su URL. |
|  |

|  |
| --- |
| Tecnología Explique qué tecnología se ha utilizado para el desarrollo de la actuación y, en el caso de página web, si dispone de un gestor de contenidos (CMS), especificando cuál es y mostrando un pantallazo. |
|  |

|  |
| --- |
| Check list Optimización en Motores de Búsqueda Marque con una X los puntos que se han trabajado para la correcta indexación en los motores de búsqueda: |
| Check list indexación   |  |  | | --- | --- | | Se ha implementado el archivo robots.txt |  | | Se ha implementado el *metatag description* en todas las páginas del sitio web |  | | Se ha dado de alta la web en Google Search Console, o en la consola de búsqueda de otros motores de búsqueda internacionales |  | | Se ha implementado el archivo sitemap.xml |  | |

|  |
| --- |
| Idiomas Indique el/ los idioma/s en los que se ha desarrollado el contenido de la página. |
|  |

|  |
| --- |
| Experiencia del Usuario Internacional Indique los puntos clave que dispone la web en cuanto a experiencia del usuario internacional. |
|  |

|  |
| --- |
| Analítica Web Indique qué sistema de analítica web se ha utilizado para medir los resultados. |
|  |

# **IMÁGENES CON URL DE LA PÁGINA WEB, MICROSITE O LANDING PAGE**

|  |
| --- |
| Captura de pantalla Inserte una captura de pantalla de la home page, de una página de producto/servicio y de la página que incorpore el logo FEDER y su lema mostrando la barra de direcciones con sus correspondientes URLs |
|  |

Anexo IV.2 de la Convocatoria



**Plantilla de justificación G2**

**Diseño y creación de campañas de publicidad online SEM**

ÍNDICE

[REQUISITOS MÍNIMOS 9](#_Toc117682222)

[BRIEFING DE CAMPAÑAS 10](#_Toc117682223)

[Ubicación Geográfica 10](#_Toc117682224)

[País objetivo de las campañas 10](#_Toc117682225)

[Orientación de las campañas 10](#_Toc117682226)

[Objetivos de las campañas 10](#_Toc117682227)

[Productos/servicios objeto de la promoción 10](#_Toc117682228)

[Público Objetivo (target principal) 10](#_Toc117682229)

[Segmentación geográfica 11](#_Toc117682230)

[Duración y presupuesto 11](#_Toc117682231)

[Horizonte temporal y presupuesto 11](#_Toc117682232)

[ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS 12](#_Toc117682233)

[Tipos de campañas 12](#_Toc117682234)

[Capturas de pantalla 12](#_Toc117682235)

[COSTES DE LAS CAMPAÑAS 13](#_Toc117682236)

# **REQUISITOS MÍNIMOS**

* Sólo se admitirá el coste de las campañas destinadas a la promoción de los productos/servicios de la empresa en mercados exteriores.
* El coste de diseño y creación de campañas no podrá superar el 50% de la inversión en campañas.

Si este coste fuera superior se deberá solicitar previamente autorización a su Cámara de Comercio territorial, quien lo elevará a la Unidad de Gestión del Programa en Cámara de Comercio de España, que estudiará el caso y determinará su aprobación o no.

* Deberán presentarse, de manera diferenciada:
  + Las facturas de Google y de las plataformas PPC internacionales (tienen que ir a nombre de la empresa beneficiaria)
  + Factura del proveedor especializado
* Se deberán evidenciar los trabajos realizados con una memoria que incluya, como mínimo, los contenidos de esta plantilla, y tener en cuenta todo lo indicado en la guía de gastos elegibles.

# **BRIEFING DE CAMPAÑAS**

## Ubicación Geográfica

|  |
| --- |
| País objetivo de las campañas |
|  |

## Orientación de las campañas

Descripción de las cuatro variables básicas de la orientación de las campañas:

|  |
| --- |
| Objetivos de las campañas Resuma el/los objetivo/s principales que se pretende alcanzar con esta acción |
|  |

|  |
| --- |
| Productos/servicios objeto de la promoción Describa los productos/servicios al que va dirigido las campañas |
|  |

|  |
| --- |
| Público Objetivo (target principal) Segmente claramente el target al que va dirigida las campañas |
|  |

|  |
| --- |
| Segmentación geográfica Identifique el país de acción, y si cabe, segmentar región/es y/o ciudad/es donde se desarrollan las campañas |
|  |

## Duración y presupuesto

|  |
| --- |
| Horizonte temporal y presupuesto Defina el horizonte temporal de las campañas, y estacionalidad, si cabe, así como el presupuesto destinado, en euros o en la moneda del país correspondiente. |
|  |

# **ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS**

Descripción de los tipos de campañas y sus grupos de anuncios.

|  |
| --- |
| Tipos de campañas Describa la tipología de campañas escogidas: búsqueda, display, video, etc. |
|  |

|  |
| --- |
| Capturas de pantalla Inserte capturas de pantalla de las campañas realizadas donde muestre la barra de direcciones. |
|  |

# **COSTES DE LAS CAMPAÑAS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Factura justificativa de los costes de la plataforma SEM (€)** | **Factura justificativa de los costes de creación, diseño y desarrollo de las campañas por parte del proveedor especializado (€)** |
|  |  |

Anexo IV.2 de la Convocatoria



**Plantilla de justificación G3**

**Implementación de acciones de posicionamiento orgánico (SEO) derivadas de la auditoría de Xpande Digital.**

ÍNDICE

[REQUISITOS MÍNIMOS 15](#_Toc117684279)

[PAÍS OBJETIVO 16](#_Toc117684280)

[ACCIONES DE SEO On-Page 16](#_Toc117684281)

[Rastreo e Indexación 16](#_Toc117684282)

[Contenidos de SEO Internacional 16](#_Toc117684283)

[ACCIONES DE SEO Off-Page 17](#_Toc117684284)

[Ranking SEO 17](#_Toc117684285)

# **REQUISITOS MÍNIMOS**

* Estas acciones de posicionamiento orgánico deberán venir derivadas de la fase de asesoramiento del programa.
* Se deberán evidenciar los trabajos realizados con una memoria que incluya, como mínimo, los contenidos de esta plantilla, y tener en cuenta todo lo indicado en la guía de gastos elegibles.

# **PAÍS OBJETIVO**

Indique el país objetivo:

|  |
| --- |
|  |

# **ACCIONES DE SEO On-Page**

Especifique la siguiente información:

|  |
| --- |
| Rastreo e Indexación Indique qué puntos de programación se han implementado o modificado para el correcto rastreo y posterior indexación en los motores de búsqueda. |
|  |

|  |
| --- |
| Contenidos de SEO Internacional Explique la estrategia en idiomas que se ha seguido en cuanto a contenidos y palabras clave, en base al país objetivo. |
|  |

# **ACCIONES DE SEO Off-Page**

Especifique la siguiente información:

|  |
| --- |
| Ranking SEO Indique que acciones off-page se han realizado para mejorar los rankings de SEO en el país destino. |
|  |

Anexo IV.2 de la Convocatoria



**Plantilla de justificación G4**

**Preparación de la Analítica Web: integración general, configuración de objetivos y conversiones.**

ÍNDICE

[REQUISITOS MÍNIMOS 19](#_Toc117684778)

[CONFIGURACIÓN DE LA ANALÍTICA WEB 20](#_Toc117684779)

[Software de Analítica Web 20](#_Toc117684780)

[URL 20](#_Toc117684781)

[Inserción del código de seguimiento 20](#_Toc117684782)

[Configuración de objetivos/conversiones 20](#_Toc117684783)

# **REQUISITOS MÍNIMOS**

* Integración general, configuración de objetivos y conversiones.
* Se deberán evidenciar los trabajos realizados con una memoria que incluya, como mínimo, los contenidos de esta plantilla, y tener en cuenta todo lo indicado en la guía de gastos elegibles.

# **CONFIGURACIÓN DE LA ANALÍTICA WEB**

Indique la siguiente información:

|  |
| --- |
| Software de Analítica Web Indique qué programa/s y versiones de analítica web se han implementado |
|  |

|  |
| --- |
| URL Indique la URL de la página web, microsite o landing page donde está insertado el código |
|  |

|  |
| --- |
| Inserción del código de seguimiento Inserte una captura de pantalla del código de seguimiento implementado en la web, microsite o landing page |
|  |

|  |
| --- |
| Configuración de objetivos/conversiones Indique cuales son los objetivos/conversiones que se han configurado |
|  |

Anexo IV.2 de la Convocatoria



**Plantilla de justificación G5**

**Acciones de Inbound Marketing**

ÍNDICE

[REQUISITOS MÍNIMOS 22](#_Toc117684797)

[PAÍS OBJETIVO 23](#_Toc117684798)

[ENFOQUE Y ESTRATEGIA 23](#_Toc117684799)

[Segmentos a los que se dirigen las acciones 23](#_Toc117684800)

[Estrategia 23](#_Toc117684801)

[Formatos y tipos de contenido 23](#_Toc117684802)

[Listado de las URLs y capturas de pantalla 24](#_Toc117684803)

# **REQUISITOS MÍNIMOS**

* Los contenidos deben dirigirse expresamente al mercado objetivo seleccionado. Y deberán justificarse con la URL que muestre su publicación en dicho mercado.
* Este concepto de gasto **no será elegible** en los casos en los que el mercado objetivo seleccionado tenga **idioma oficial español**.
* Se deberán evidenciar los trabajos realizados con una memoria que incluya, como mínimo, los contenidos de esta plantilla, y tener en cuenta todo lo indicado en la guía de gastos elegibles.

# **PAÍS OBJETIVO**

Indique el país objetivo:

|  |
| --- |
|  |

# **ENFOQUE Y ESTRATEGIA**

Indique la siguiente información:

|  |
| --- |
| Segmentos a los que se dirigen las acciones Defina claramente el target y segmentos a los que van dirigidas las acciones y qué contenidos interesan a cada uno de estos segmentos. |
|  |

|  |
| --- |
| Estrategia Describa los puntos principales de la estrategia de Inbound Marketing especialmente en cuanto al ciclo de vida del cliente e integración con la estrategia SEO |
|  |

|  |
| --- |
| Formatos y tipos de contenido Describa los tipos de contenido que se han realizado, como por ejemplo infografías, videos, blog u otros formatos utilizados |
|  |

|  |
| --- |
| Listado de las URLs y capturas de pantalla Indique las URL’s e inserte capturas de pantalla donde se muestren los contenidos que se han insertado en la página web, en redes sociales, o en otras ubicaciones. En las capturas de pantalla debe aparecer claramente la barra de direcciones. |
|  |

Anexo IV.2 de la Convocatoria

Logotipo, nombre de la empresa

Descripción generada automáticamente

**Plantilla de justificación G6**

**Diseño y creación de campañas en Redes Sociales (SMM). Gasto de Campañas.**

ÍNDICE

[REQUISITOS MÍNIMOS 26](#_Toc117684815)

[PAÍS OBJETIVO 27](#_Toc117684816)

[BRIEFING DE CAMPAÑAS 27](#_Toc117684817)

[Objetivos de las campañas 27](#_Toc117684818)

[Productos/servicios objeto de la promoción 27](#_Toc117684819)

[Público Objetivo (target principal) 27](#_Toc117684820)

[Segmentación geográfica 28](#_Toc117684821)

[Duración y presupuesto 28](#_Toc117684822)

[Horizonte temporal y presupuesto 28](#_Toc117684823)

[PLATAFORMAS Y ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS 29](#_Toc117684824)

[Redes sociales activas y perfiles de la empresa 29](#_Toc117684825)

[Redes sociales 29](#_Toc117684826)

[Perfil de la empresa 29](#_Toc117684827)

[Descripción de los tipos de campañas y sus grupos de anuncios 29](#_Toc117684828)

[Tipos de campañas 29](#_Toc117684829)

[Capturas de pantalla 29](#_Toc117684830)

[COSTES DE LAS CAMPAÑAS 30](#_Toc117684831)

# **REQUISITOS MÍNIMOS**

* Sólo se admitirá el coste de las campañas destinadas a la promoción de los productos/servicios de la empresa en el mercado exterior objetivo.
* El coste de diseño y creación de campañas no podrá superar el 50% de la inversión en campañas.

Si este coste fuera superior deberá solicitar previamente autorización a su Cámara de Comercio territorial, quien lo elevará a la Unidad de Gestión del Programa en Cámara de Comercio de España, que estudiará el caso y determinará su aprobación o no.

* Deberán presentarse, de manera diferenciada:
  + Las facturas de las plataformas SMM utilizadas (tienen que ir a nombre de la empresa beneficiaria)
  + Factura del proveedor especializado.
* Se deberán evidenciar los trabajos realizados con una memoria que incluya, como mínimo, los contenidos de esta plantilla, y tener en cuenta todo lo indicado en la guía de gastos elegibles.

# **PAÍS OBJETIVO**

Indique el país objetivo:

|  |
| --- |
|  |

# **BRIEFING DE CAMPAÑAS**

Descripción de las cuatro variables básicas de la orientación de las campañas:

|  |
| --- |
| Objetivos de las campañas Resuma el/los objetivos principales que se pretende alcanzar con esta acción |
|  |

|  |
| --- |
| Productos/servicios objeto de la promoción Describa los productos/servicios a los que va dirigido la campaña |
|  |

|  |
| --- |
| Público Objetivo (target principal) Segmente claramente el target al que va dirigida la campaña |
|  |

|  |
| --- |
| Segmentación geográfica Identifique el país de acción, y si cabe, segmentar región/es y/o ciudad/es donde se desarrollan las campañas |
|  |

## Duración y presupuesto

|  |
| --- |
| Horizonte temporal y presupuesto Defina el horizonte temporal de las campañas, y estacionalidad si cabe, así como el presupuesto destinado, en euros o en la moneda del país correspondiente. |
|  |

# **PLATAFORMAS Y ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS**

## Redes sociales activas y perfiles de la empresa

Indique en qué redes sociales se han realizado las campañas publicitarias y especifique el perfil de la empresa en las mismas.

|  |  |
| --- | --- |
| Redes sociales | Perfil de la empresa |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## Descripción de los tipos de campañas y sus grupos de anuncios

|  |
| --- |
| Tipos de campañas Describa la tipología de campañas escogidas y actuaciones realizadas, especificando la red social en la que se han desarrollado las actuaciones. |
|  |

|  |
| --- |
| Capturas de pantalla Inserte capturas de pantalla de las campañas, mostrando la barra de direcciones. |
|  |

# **COSTES DE LAS CAMPAÑAS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Factura justificativa de los costes de las plataformas utilizadas (€)** | **Factura justificativa de los costes de creación y diseño de las campañas por parte del proveedor especializado (€)** |
|  |  |

Anexo IV.2 de la Convocatoria



**Plantilla de justificación G7**

**Gastos de traducción**

ÍNDICE

[REQUISITOS MÍNIMOS 32](#_Toc117684844)

[PAÍS OBJETIVO 33](#_Toc117684845)

[IDIOMA DE LA TRADUCCIÓN 33](#_Toc117684846)

[CANTIDAD DE PALABRAS 33](#_Toc117684847)

[COSTE UNIDAD 33](#_Toc117684848)

[USO Y UBICACIÓN DE LAS TRADUCCIONES 33](#_Toc117684849)

[CAPTURAS DE PANTALLAS 33](#_Toc117684850)

# **REQUISITOS MÍNIMOS**

* El idioma de la traducción debe corresponder con el idioma o idiomas oficiales del país objetivo.
* Si fuera necesario hacer la traducción en un idioma diferente al del país, se deberá solicitar previamente autorización a su Cámara de Comercio territorial, quien lo elevará a la Unidad de Gestión del Programa en Cámara de Comercio de España, que estudiará el caso y determinará su aprobación o no.
* Se deberán evidenciar los trabajos realizados con una memoria que incluya, como mínimo, los contenidos de esta plantilla, y tener en cuenta todo lo indicado en la guía de gastos elegibles.

# **PAÍS OBJETIVO**

Indique el país objetivo:

|  |
| --- |
|  |

## **IDIOMA DE LA TRADUCCIÓN**

Indique el idioma. Si fuera diferente al del país objetivo será necesario presentar la aprobación por parte de la Unidad de Gestión de la Cámara de Comercio de España.

|  |
| --- |
|  |

## **CANTIDAD DE PALABRAS**

Indique el número de palabras traducidas:

|  |
| --- |
|  |

## **COSTE UNIDAD**

Indique el precio unidad de la traducción:

|  |
| --- |
|  |

## **USO Y UBICACIÓN DE LAS TRADUCCIONES**

Especifique el uso de las traducciones y en qué medios/formatos se han utilizado (web, anuncios, blogs, videos, infografías …

|  |
| --- |
|  |

## **CAPTURAS DE PANTALLAS**

Inserte capturas de pantalla donde se muestren los contenidos traducidos. En las capturas de pantalla debe aparecer claramente la barra de direcciones.

|  |
| --- |
|  |