**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia**

Wykonawca zobowiązuje się do wykonania usługi audytu stron internetowych prowadzonych przez Narodowe Centrum Kultury pod adresami: 1) <https://www.nck.pl/>, 2) <https://www.eufonie.pl/>, 3) <https://pracujwkulturze.nck.pl/>, 4) <https://audycjekulturalne.pl/>, 5) <https://sklep.nck.pl/> (strona zbudowana na gotowym oprogramowaniu shoper.pl).

Zakres audytu każdej strony internetowej:

**Analiza użyteczności strony, w tym:**

1. układ i atrakcyjność strony,
2. architektura informacji,
3. poprawność działania funkcjonalności,
4. poziom dostosowania do aktualnych oczekiwań użytkowników,
5. sprawdzenie dobrych praktyk użyteczności,
6. ocenienie poziomu przejrzystości prezentowanych treści,
7. sprawdzenie strony pod względem dostępności do potrzeb osób z niepełnosprawnościami,
8. sprawdzenie działania przekierowań,
9. wykrycie problemów na stronie,
10. zbadanie szybkości ładowania strony,
11. zbadanie poprawności działania, wyświetlania strony mobilnej,
12. sprawność przy pierwszym korzystaniu ze strony oraz skuteczność przy kolejnym i wielokrotnym wejściu na stronę,
13. liczba i częstotliwość popełnianych błędów na stronie,
14. czas potrzebny użytkownikom na poznanie zasad obsługi,
15. sprawność w samodzielnym rozwiązaniu problemu z obsługą,
16. satysfakcja użytkownika z odbytej sesji na stronie.

**Sprawdzenie pozycji w wyszukiwarce i optymalizacji pod względem SEO, w tym:**

1. audyt on-site obejmujący m.in.:
   1. indeksowanie i komunikację witryny z botem wyszukiwarki, stopień indeksacji strony, łatwość indeksacji witryny przez roboty Google,
   2. dostosowanie modułów programistycznych (funkcjonalności witryny) do wymagań wyszukiwarek i oczekiwań użytkownika,
   3. strukturę serwisu i nawigację, stopień zagłębień, możliwość odnalezienia treści przez bota i użytkownika,
   4. linkowanie wewnętrzne i zewnętrzne (linki w serwisie prowadzące do zewnętrznych stron),
   5. potencjał wyszukiwawczy witryny (ilość i jakość contentu) w porównaniu z konkurencją (benchmarking),
   6. zagrożenia wynikające z ewentualnego istnienia w serwisie duplicate content lub thin content,
   7. poprawność kodu HTML, prawidłowość ostylowania witryny CSS oraz wpływ wykorzystanych java scriptów na pozycjonowanie (waga i opóźnienia),
   8. poprawność plików ROBOTS.TXT i SITEMAP.XML,
   9. czas ładowania się witryny, rozmiar (wagę) strony, optymalizacja wagi contentu,
   10. dostosowanie witryny pod kątem urządzeń mobilnych wraz z szybkością ładowania się na tych urządzeniach,
   11. poprawność adresacji (w tym także przyjazność dla wyszukiwarek),
   12. poprawność tagów TITLE oraz DESCRIPTION,
   13. poprawność zamieszczonych nagłówków H1-H6,
   14. błędy zwracane przez Google Search Console,
   15. poprawność atrybutów ALT,
   16. wydajność infrastruktury serwerowej, szybkość pracy serwera i wykorzystanie Content Delivery Network (CDN),
   17. prawidłowe wdrożenie certyfikatu SSL,
   18. stopień i poprawność przekierowań i cachowania witryny,
   19. czynniki User Experience mające związek z oceną witryny przez robota wyszukiwarki,
   20. poprawność wdrożenia AMP,
   21. optymalizację plików graficznych wyświetlanych na stronie mających na celu osiągnięcie przez stronę jak najwyższych pozycji w organicznych wynikach wyszukiwania,
   22. optymalizację plików tekstowych (np.PDF) wyświetlanych na stronie,
   23. elementy rozszerzone (rich snippets), których zasadność użycia zależy od typu strony internetowej,
   24. dostosowanie strony do potrzeb pozycjonowania lokalnego,
   25. wdrożenie narzędzi niezbędnych w procesie pozycjonowania,
   26. widoczność strony w organicznych wynikach wyszukiwania, czyli kondycję witryny w wyszukiwarce
2. audyt off-site, w tym:
   1. ilość i jakość linków prowadzących do witryny, w tym współczynnik Trust Rank oraz Citation Flow,
   2. profil linkowania (czy jest naturalny), czyli np. linki nofollow vs. dofollow, linki graficzne vs. tekstowe, linki brandowe,
   3. istnienie kar od Google,
   4. sygnały z social media związane z zaufaniem,
   5. reputacja witryny wraz ze stworzeniem listy linków niekorzystnych,
   6. analiza działań konkurencji (benchmarking).

**Wykonawca zobowiązany jest do wykonania usługi stron internetowych w terminie określonym w umowie. Wyniki audytu powinny zostać przedstawione w postaci raportu w formacie .pdf i .docx. Oprócz szczegółowo przeprowadzonego i opisanego audytu Wykonawca musi dostarczyć propozycję rekomendacji zmian dla każdej strony służących poprawie ich użyteczności.**