

PLIEGO TÉCNICO

Herramienta de Analítica de Redes Sociales



Índice

1. Introducción
2. Objeto
3. Características de la plataforma
4. Puesta en marcha del servicio
5. Formación y Soporte
6. Finalización del servicio
7. Contenido de la propuesta

1. Introducción

En los últimos años las redes sociales se han convertido en uno de los canales de consumo de contenidos audiovisuales y de noticias más relevantes para los ciudadanos y en un elemento de distribución cada vez más estratégico para todos los medios de comunicación. En RTVE existen actualmente centenares de cuentas sociales distribuidas entre las distintas redes desde las que cada vez se publica un mayor volumen de contenido nativo y que gestionan también múltiples áreas y equipos.

Hasta la fecha, la actividad de medición y análisis de audiencias de RTVE se ha centrado principalmente en la medición de audiencias de televisión y radio y en el análisis del rendimiento de los servicios digitales propios (webs, apps, etc.), utilizando las consolas analíticas de las propias redes sociales para analizar de una manera más superficial el comportamiento de nuestros usuarios en esos entornos. Sin embargo, ante la consolidación de nuevas redes como Twitch o TikTok, que dibujan un espacio social cada vez más complejo y fragmentado, y el crecimiento de los equipos editoriales asignados a la creación y distribución de contenidos en redes, se hace necesario disponer de herramientas de analítica social más avanzadas que nos permitan, entre otras cosas, integrar información de distintas cuentas, analizar mejor el comportamiento de eventos que puedan tener vida propia en distintas redes, evaluar el impacto social global de RTVE o de algunas áreas (ej.: Informativos) y observar su evolución en el tiempo, diseñar mejores estrategias de distribución digital y facilitar la consolidación de los datos sociales con el resto de fuentes de datos de audiencia.

2. Objeto

El objeto de este pliego consiste en la contratación de una licencia de acceso a una herramienta en la nube con las siguientes capacidades:

- Análisis de las cuentas de RTVE en Redes Sociales
- Análisis de la Competencia.
- Comparativas entre Datos Históricos.
- Extracción de datos mediante APIs e integración con otras herramientas de visualización de datos.

Las necesidades que debe cubrir esta solución es la de crear reportes sobre el impacto de los contenidos de RTVE de una forma rápida, automatizada y eficiente, teniendo siempre en cuenta también el análisis de los competidores para comprender nuestros datos en el contexto.

3. Características de la plataforma

La solución permitirá analizar perfiles sociales públicos de cuentas propias de RTVE en, como mínimo, Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. También incluirá la comparación con perfiles de otros medios de comunicación.

Todas las funcionalidades o características que se describen en el pliego deberán estar plenamente integrados dentro de la solución previamente a la valoración y contratación del servicio (servicio out-of-the-box). En ningún momento se contempla el desarrollo de ninguna de las funcionalidades consideradas como imprescindibles durante la duración del contrato.

La licitación pretende responder las siguientes necesidades:

3.1 Usuarios Gestores

Los usuarios gestores son aquellos que tendrán acceso a la herramienta para su configuración y podrán activar mediante las credenciales los diferentes perfiles sociales o cuentas que se quieren analizar. Se permitirá crear diferentes grupos de usuarios con diferentes roles y permisos con accesos diferenciados a perfiles concretos.

3.3 Análisis de perfiles propios.

Para analizar nuestras propias cuentas de redes sociales, la solución dispondrá de las siguientes funcionalidades:

- La herramienta deberá medir los resultados en redes sociales de hasta 100 marcas de RTVE, incluyendo la propuesta un mínimo de 300 perfiles en total para estas marcas en las diferentes redes que incluya la solución.
- Agrupará cuentas de redes sociales en diferentes categorías o grupos.
- Ordenará los resultados en función de la métrica seleccionada.
- Actualizará los resultados con una periodicidad mínima de cada 24 horas.
- Mostrará el tipo de formato de las publicaciones (vídeo, texto, imagen, directo, etc.)
- Permitirá crear rankings de publicaciones en función de diferentes métricas de interacción en cada red social.
- Se podrán agrupar cuentas de redes sociales en diferentes categorías, grupos o dashboards definidos por el usuario. (Por ejemplo por temática: deportes, cocina, ficción, etc.) o permitirá la conexión mediante Google Data Studio u otras herramientas de análisis de datos.
- La herramienta deberá incluir un conector automatizado para Google Data Studio con las métricas nativas de las redes sociales que se recogen en el apartado 3.5 de este documento.

- La solución permitirá filtrar contenidos según el programa/temática de forma automática, etiquetada o mediante keywords para obtener datos agregados de esas publicaciones en una sola pantalla o mediante conectores de Google Data Studio u otras herramientas de BI.
- Permitirá obtener métricas agrupadas de contenidos filtrados (de forma automática, etiquetadas y/o por búsqueda semántica) publicados en diferentes redes sociales y perfiles en una sola pantalla o mediante conectores con herramientas de análisis de datos (por ejemplo, contenidos del Tour de Francia publicados en varios perfiles de diferentes redes sociales)
- La solución permitirá comparar métricas de interacción totales de diferentes perfiles y redes sociales seleccionadas por el usuario en una sola pantalla o mediante la conexión con herramientas terceras.
- La solución permitirá comparar métricas de interacción por publicación de diferentes perfiles y redes sociales seleccionadas por el usuario en una sola pantalla o mediante conectores con otras herramientas analíticas.

3.4 Análisis de la Competencia

- Capacidad de realizar el seguimiento de al menos 100 perfiles de competidores en las diferentes redes sociales.
- Capacidad de realizar benchmarks entre perfiles propios y perfiles de nuestros competidores, para entender perfectamente dónde está posicionada la marca RTVE frente al mercado.
- Posibilidad de ver rankings con las publicaciones de más éxito de cada competidor en periodos de tiempo establecidos por el usuario.
- Permitirá crear rankings con listados de publicaciones de los competidores y propios agregando varias redes sociales y perfiles y ordenarlos por diferentes métricas (interacción, me gustas, compartidos, etc.) o dispondrá de conectores con otros servicios como Google Data Studio o PowerBI que permita realizarlo.

3.5 Métricas

Recogerá, como mínimo, y forma automática, las métricas nativas de las principales plataformas.

Métricas de Facebook:

- Página (me gustas, impresiones, alcance, impresiones y datos demográficos)
- Publicaciones (reacciones, alcance, impresiones, comentarios, clics en el enlace y compartidos)
- Vídeos (visualización de vídeo y tiempo de visualización)
- Directos (Espectadores, reacciones, minutos reproducidos y alcance)
- Historias (impresiones, alcance y clics)

Métricas de Instagram:

- Perfil (impresiones, seguidores y datos geográficos)
- Publicaciones (me gusta, comentarios, guardados, compartidos, impresiones y alcance)
- Vídeos (visualización de vídeo e interacciones)
- IGTV (visualizaciones e interacciones)
- Directos (Espectadores, reacciones, minutos reproducidos y alcance)
- Historias (impresiones, respuestas y navegación)

Métricas de Twitter:

- Perfil (seguidores, menciones y tweets publicados)
- Publicaciones (me gusta, RT, respuestas, impresiones y clics en el enlace)
- Vídeos (reproducciones y tiempo de visualización)

Métricas de YouTube

- Canal: Seguidores, demográficos y visualizaciones.
- Vídeos: Visualizaciones e interacciones.
- Directos: Visualizaciones.

3.6 Informes

Uno de los elementos más importantes que tiene que permitir la solución es la representación gráfica de datos agrupados en métricas/KPIs, a través de gráficos y cuadros de mandos visuales, para analizar nuestras publicaciones, aplicando filtros y permitiendo la customización de los reportes. La solución dispondrá de las siguientes funcionalidades:

- Se podrán crear informes o dashboards customizados, agregando o quitando diferentes métricas por cada red social.
- Creación de dashboards a partir de widgets o plantillas predefinidas.
- Capacidad para programar envíos de informes automatizados por email a múltiples destinatarios.
- Los reportes podrán ser exportados como mínimo a formato pdf y csv, estableciendo diferentes criterios de filtros.

3.7 Datos Históricos

La solución **como mínimo aportará seis meses de datos históricos públicos** para permitir a RTVE hacer benchmarks de la competencia o entre sus propios perfiles.

Los datos históricos estarán integrados en la solución, y podrán ser utilizados desde el inicio del servicio, permitiendo hacer comparativas entre meses/días de diferentes años, entre las diferentes cuentas de RTVE o de la competencia.

3.8 Extracción de Datos mediante APIs

APIs (Application Programming Interface) se utiliza para el intercambio de datos entre aplicaciones empresariales de forma estandarizada y automatizada, sin interacción humana.

Se podrán extraer todos los datos proporcionados por las métricas o publicaciones de las diferentes plataformas sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube).

La extracción de datos podrá realizarse de forma automática, sobre los diferentes perfiles sociales que nos interesará analizar, de las diferentes plataformas, teniendo en cuenta los límites definidos por cuenta y por usuario por cada plataforma social.

El adjudicatario deberá proporcionar el soporte necesario a los equipos técnicos de RTVE para que esta extracción de datos vía las APIs del adjudicatario se realicen conforme a los criterios establecidos por RTVE.

Se podrán realizar, como mínimo, 20.000 peticiones/mes a través de la API.

3.9 Configuración

Toda la configuración que esté relacionada con la administración de tokens de las diferentes cuentas de las plataformas sociales, será responsabilidad del adjudicatario, bajo la Dirección de Audiencias de RTVE.

3.10 Interfaz de Usuario

Se valorará la interfaz de usuario y la UX (User eXperience) de la herramienta de analítica social, siguiendo los criterios establecidos en el Anexo II del Pliego de Condiciones Generales.

4. Puesta en marcha del servicio

Desde el momento de la adjudicación del contrato, el licitador dispondrá de 5 días para la configuración y puesta en marcha del servicio para empezar a ser utilizado por el equipo de Redes Sociales de RTVE Digital.

La disponibilidad del servicio desde la firma del contrato será del 99.99%.

La solución estará en constante actualización, de forma que, si aparecen nuevas métricas en las plataformas sociales, el adjudicatario las incorporará sin coste alguno para RTVE.

También RTVE se reserva la posibilidad de dar de alta nuevos perfiles o sustituirlos durante todo el periodo de contratación. Esto es vital en el caso de lanzamiento y suspensión de programas.

5. Formación y soporte

La empresa licitadora deberá incluir un plan de formación inicial para el personal de Dirección de Audiencias de RTVE que utilizarán la herramienta. En concreto, se formará al personal de Dirección de Audiencias de RTVE que se encargará de

analizar la actividad social, a través de la herramienta del adjudicatario. Por ello, el licitador debe incluir un plan de formación inicial para su impartición.

En dicho plan se deberán especificar perfiles de usuario, ruta formativa, cantidad de personas por curso, temario y duración. En ningún caso el número máximo de alumnos excederá de 10. El número de horas mínimo a ofertar será de 15 horas para la formación.

Posteriormente a la implementación, la empresa licitadora deberá ofrecer atención por email, teléfono y/o chat de lunes a viernes. Resolviendo las dudas sobre el uso de la plataforma en menos de 24 horas en los días laborables en España.

6. Finalización del Servicio

El adjudicatario ha de tener en cuenta que el fin de la relación contractual con la Dirección de Audiencias de RTVE, con independencia del motivo de dicha finalización, conlleva las siguientes tareas y aspectos a tener en cuenta:

- Con un mínimo de 30 días antes de la finalización del contrato, el proveedor deberá presentar y acordar con RTVE un plan de migración de los datos de las cuentas sociales monitorizadas de RTVE. Si la ejecución de ese plan no pudiera completarse antes de la finalización del contrato, el proveedor deberá conservar esos datos durante los 30 días posteriores al término del contrato.
- El adjudicatario está obligado a traspasar a Dirección de Audiencias de RTVE todos los datos asociados creados desde la implantación del servicio. La exportación será realizada en formato .csv o json, mediante mutuo acuerdo entre el adjudicatario y la Dirección Dirección de Audiencias de RTVE.

7. Contenido de la propuesta

El contenido de la propuesta estará formada por la siguiente estructura:

1- Resumen Ejecutivo

El adjudicatario aportará un resumen de no más de 4 páginas sobre la compañía, que contendrá los siguientes puntos: quiénes somos, propuesta de valor, experiencia en medios de comunicación masivos, información demográfica, etc.

2. Valoración del servicio

Para la valoración del pliego se enviará una hoja de cálculo desglosada, indicando las características que se indican en el documento del Pliego de Condiciones Generales en el apartado 10 del Anexo II. Criterios de valoración de las ofertas.

3. Pruebas del servicio

Con el fin de poder validar la solución presentada por el licitador y evaluar que cumplen con los requerimientos exigidos en esta licitación, la Dirección de Audiencias de RTVE exigirá una prueba a cargo de los licitadores, **para poder determinar que la solución cumple con los requisitos que se han pedido y valorar la solución propuesta y así como evaluar los criterios subjetivos que se establecen en los criterios de valoración.**

Para ello, al licitador se le entregará un número de perfiles sociales de Facebook, YouTube, Twitter, Instagram y otras redes indicadas en los criterios de valoración, de perfiles propios y de la competencia, y se encargará de realizar las configuraciones necesarias y en un plazo no superior a 96 horas laborables, a partir del momento en que la dirección de Audiencias requiera dar comienzo a las mismas pruebas. **Para ello, deben indicar en sus ofertas técnicas, la información de contacto más conveniente a tal efecto.**

En el caso de no poner a disposición de RTVE en tiempo y plazo la herramienta configurada, el licitador será eliminado y la propuesta será declarada no apta.

En el caso de que no se superen las pruebas realizadas porque no cumplen las funcionalidades indicadas en el apartado 3 de este documento, la propuesta será declarada no apta.