
Herramienta/Conector de Estadísticas de Redes Sociales con Google Data Studio

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS



Índice

1	Objeto	3
2	Características técnicas de la herramienta	3
3	Pruebas técnicas	4

1 Objeto

Debido al creciente impacto de comunicación mediante las redes sociales de las diferentes marcas de RTVE, se hace necesario disponer de herramientas de análisis de redes sociales que nos permitan tanto agregar los datos de las distintas cuentas como visualizar gráficos acordes a nuestras necesidades específicas.

Los datos sobre las redes sociales están ganando gran relevancia en distintos ámbitos como en la toma de decisiones editoriales, emisión de notas de prensa, optimización de campañas e información para la dirección de la corporación.

Por todo ello, es necesario disponer de un conector con la herramienta gratuita de Google, *Data Studio*, con el objetivo de crear y acceder a los datos estadísticos de las distintas redes sociales.

2 Características técnicas de la herramienta

La herramienta deberá permitir acceder como mínimo a las estadísticas de las siguientes métricas de redes sociales:

- **Facebook:** Impresiones, reacciones, visualizaciones de vídeo, tiempo de visualización, clic en el enlaces y seguidores.
- **Twitter:** Impresiones, visualizaciones de vídeo, interacciones, clic en enlaces y seguidores.
- **Instagram (Post, Reels e Historias):** Impresiones, visualizaciones de vídeo, alcance, interacciones y seguidores.
- **YouTube:** Visualizaciones de vídeo, me gusta, suscriptores y tiempo de visualización.
- **TikTok:** Visualizaciones de vídeo, interacciones, seguidores y tiempo de visualización.

Se requiere la capacidad de trabajar con 90 marcas diferentes (con sus correspondientes perfiles en redes sociales) durante toda la duración del contrato, pudiéndose añadir o eliminar cuentas siempre que no se supere esa cantidad.

El servicio a contratar incorpora las siguientes funcionalidades:

- Visualizar en Google Data Studio las estadísticas de redes sociales de las citadas marcas.
- Crear *dashboards* que permitan conocer el impacto que ha tenido un programa o evento específico, pudiendo filtrar las publicaciones por contenido.
- Mostrar en el cuadro de mando métricas propias de cada perfil en redes sociales.
- Poder establecer filtros temporales tanto para los contenidos como para los perfiles.
- Agregar las métricas de diferentes redes sociales para realizar visualizaciones de datos que combinen los resultados de las diferentes redes sociales.
- Mostrar estadísticas de hasta 100 competidores en redes sociales. Con datos de sus perfiles y de sus contenidos más destacados.
- Datos actualizados como mínimo cada 24 horas, antes de las 7 horas de Madrid en las redes Facebook, Twitter, TikTok, YouTube e Instagram.
- Atención al cliente y soporte de Chat en vivo con equipo de soporte, email y *Help Center*.
- El conector debe permitir hacer consultas que muestren métricas de estas 90 marcas en una sola gráfica sin necesidad de utilizar la función de combinación de datos de Google Data Studio.

- La conexión de los diferentes perfiles con el conector debe hacerse de forma totalmente autónoma por el equipo de RTVE a través de una interfaz, herramienta o del propio conector sin necesidad de solicitar asistencia técnica o abrir tickets de soporte técnico. La sincronización de datos de los nuevos perfiles que se vayan añadiendo debe producirse en un máximo de 24 horas desde la conexión y concesión de permisos.
- El conector deberá obtener datos de una base de datos propiedad del proveedor desde la que se podrá acceder a un histórico de datos de las cuentas de RTVE desde el 1 de enero de 2022 o desde la fecha en que fueran creadas si lo hubieran sido con posterioridad a esa fecha. El conector obtendrá los datos de esta base de datos del proveedor y, a su vez, esta base de datos los obtendrá de las API oficiales de las diferentes redes sociales.
- Debe permitir la creación de informes ilimitados sin imponer limitación a la cantidad de informes, consultas a la API o la cantidad de conexiones de redes sociales por marca.

3 Pruebas técnicas de la herramienta

Para una correcta valoración de las capacidades reales ofertadas, RTVE realizará una prueba técnica sin coste para RTVE a todos los licitadores. La prueba tiene como objeto validar de forma empírica las capacidades técnicas del conector. El licitador, en un plazo máximo de 72 horas tras requerimiento por RTVE mediante correo electrónico, habrá de entregar a RTVE un conector con Data Studio totalmente funcional, así como instrucciones para poder conectar alguna de las 90 cuentas reseñadas con sus distintos perfiles sociales y verificar que pueden recabarse los datos requeridos en los puntos anteriores.