

**INFORME DEL COMITÈ D'EXPERTS DE VALORACIÓ DE LES OFERTES
REBUDES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE MANTENIMENT DE
XARXES SOCIALS DEL PROGRAMA "COM SI FOS AHIR" DE LA SOCIETAT
MERCANTIL CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, SA**

- EXPEDIENT NÚM.2101DE03 -

1. ANTECEDENTS

L'objecte d'aquesta concurrència és la contractació del servei de manteniment de xarxes socials del programa "Com Si Fos Ahir" final temporada 2020-2021.

Encàrrec inicial:

Servei de manteniment i dinamització de les presències socials del programa, "Com Si Fos Ahir" servei que s'emmarca dins del lot 1 – tipus Ficció, de l'expedient de contractació núm. 1611AM01.

Cada dia, des de les 15.55 hores i fins a les 16.25 hores, la sèrie de referència a la franja de sobretaula de TV3, dirigida per Sònia Sánchez i amb idea original i direcció argumental de Núria Furió, la sèrie gira al voltant d'una colla d'antics amics que es retroben al cap de 25 anys. Entre els protagonistes, els espectadors es retroben amb cares conegudes com Marc Cartes, Àurea Márquez, Eduard Farelo i Sílvia Bel.

La sèrie, que porta 3 temporades en antena i més de 600 capítols, ha obtingut un gran èxit tant pel que fa a les dades d'audiències de televisió com pel seu consum digital.

1.2. Descripció de la prestació

Detall del servei:

L'objecte d'aquest encàrrec és la contractació per part de la CCMA, SA de la potenciació, manteniment i dinamització de la presència a aquestes xarxes socials basada en Facebook (@Comsifosahir), Twitter (@Comsifosahir) i Instagram (@Comsifosahir), així com la coordinació amb els equips editorials que gestionen les xarxes socials del canal TV3 per tal d'unificar els criteris de comunicació i amplificar degudament els missatges.

La sèrie té comptes oficials actius a:

- Facebook (@Comsifosahir): amb 8.250 "m'agrada" a data 19/01/2021*
- Twitter (@Comsifosahir): amb 4.620 seguidors a data 19/01/2021*
- Instagram (@Comsifosahirtv3): amb 9.800 seguidors a data 19/01/2021*

L'objecte d'aquest encàrrec és la contractació per part de la CCMA, SA de la potenciació, manteniment i dinamització de la presència a aquestes xarxes socials basada en les esmentades plataformes, així com la coordinació amb els equips editorials que gestionen les xarxes socials del canal TV3 per tal d'unificar els criteris de comunicació i amplificar degudament els missatges.

Per tal de dinamitzar aquestes xarxes socials, a més de comunicar activament a través d'ella, el servei contractat haurà de crear contingut exclusiu digital com articles, imatges, lives, enquestes, clips de vídeo o altres formats nadius digitals.

Per altra banda, per tal d'oferir també la millor imatge per promocionar els continguts digitals de la sèrie, el servei contractat també escollirà els keyframes més idonis per tal de promocionar cada vídeo.

Objectius:

Com a objectius generals de la presència a les xarxes socials es troben:

- **LA PROMOCIÓ DEL CONSUM DEL CONTINGUT**
 - *Comunicació de la cita del directe per televisió (previ a l'emissió)*
 - *Foment del consum digital a la carta (posterior a l'emissió)*
- **LA FIDELITZACIÓ DE L'AUDIÈNCIA**
 - *Espai de diàleg entre fans → creació de comunitat*
 - *Espai de comunicació entre programa i audiència*
 - *Contingut exclusiu digital*

Per tal d'aconseguir aquests dos objectius principals, s'utilitzarà cada xarxa segons les seves característiques i formats, i es potenciaran accions concretes i diferenciades per a cadascuna d'elles en funció del rendiment que s'hi observa.

Monitorització de les xarxes socials:

Moderació dels comentaris

Per tal de garantir un bon servei i un funcionament correcte de les xarxes socials, és necessari que es dugui a terme una moderació dels comentaris a Facebook, Twitter i Instagram.

- *S'aplicaran els criteris generals de moderació especificats per l'equip editorial de TV3.*
- *Els diferents perfils es moderaran diàriament, durant les següents franges horàries:*
 - *De dilluns a divendres: franja de 20 minuts a primera hora del matí*
 - *De dilluns a divendres: franja de 20 minuts al llarg de la tarda*
 - *Dissabtes i diumenge: franja de 20 minuts al llarg de cadascun dels dies*
- *A Facebook, es tindran en compte els comentaris deixats al mur de la pàgina i als fils dels posts.*
- *A Twitter, es moderaran els comentaris sota el hashtag de la conversa de la sèrie o les mencions. Si infringeixen les normes de conducta de Twitter es denunciaran i, si són només comentaris negatius, s'inclouran en l'informe qualitatiu (veure més endavant).*
- *A Instagram, es tindran en compte els comentaris deixats als fils dels posts.*

Resposta als comentaris

Per tal de garantir una ràpida comunicació amb els usuaris, es donarà resposta a les preguntes que aquests puguin formular a través de Facebook, Twitter i Instagram.

- *Les respostes a fer es pactaran amb l'equip del programa que estarà disponible per a qualsevol consulta en aquest sentit.*
- *Es donarà resposta diàriament, durant les següents franges horàries:*
 - *De dilluns a divendres: franja de 30 minuts*
 - *Dissabtes i diumenge: franja de 20 minuts al llarg de cadascun dels dies*
- *A Facebook, es respondran les preguntes enviades directament o les que es puguin deixar al mur de la pàgina i als fils dels post.*
- *A Twitter, es respondran les preguntes enviades directament i les mencions.*
- *A Instagram, es respondran les preguntes enviades directament i les que es puguin deixar als fils dels posts.*

Publicació

Per tal d'aconseguir els objectius esmentats anteriorment, es realitzarà una comunicació basada en quatre grans eixos de comunicació:

- *Marcació de cita per pantalla*
- *Crida al consum digital*
- *Contingut addicional*
- *Cobertura second screen i animació de la conversa social*

Per tal d'aconseguir la màxima efectivitat d'aquestes comunicacions es tindran en compte les especificats de cadascuna de les xarxes:

- *S'utilitzaran diferents tipus de formats per tal de generar una comunicació rica quant a la forma:*
 - *Vídeos en nadiu: promos setmanals...*
 - *Enllaços a vídeos a TV3 a la carta*
 - *Galeries d'imatges*
 - *Enquestes*
 - *FB Live*
 - *TW Moments*
 - *Event a FB*
 - *Articles...*
- *Es vídeos es compartiran en crosspost amb el perfil de TV3 o, si es donés el cas, amb altres perfils rellevants per a una determinada comunicació.*
- *Es coordinarà el calendari de publicació amb la redacció digital de TV3 per tal de potenciar al màxim la visibilitat també des dels perfils de canal genèrics de TV3.*
- *Els missatges es publicaran tenint en compte els algorismes de màxima difusió dels missatge, així com les hores de màxima connexió dels usuaris.*

- A Twitter, utilització de hashtags pactats amb TV3 per tal de vehicular la conversa durant la setmana i durant l'emissió del programa.

La publicació a les xarxes socials haurà de contemplar el següent calendari aproximat:

FACEBOOK

	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
PRIMER A						Recupera la tertúlia de la setmana	Enquesta
PRIMER A HORA DE LA TARDA	Recupera el capítol d'avui	Recupera el capítol d'avui	Recupera el capítol d'avui	Recupera el capítol d'avui	Recupera el capítol d'avui	Resum de la setmana	
VESPRE	Avançament proper capítol	Avançament proper capítol	Avançament proper capítol	Avançament proper capítol	Article de la setmana		Avançament proper capítol

TWITTER

	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
MATÍ						Resum de la setmana	
MIGDIA	SECOND SCREEN CAPÍTOL (2-3 TUIITS AMB FOTO)	SECOND SCREEN CAPÍTOL (2-3 TUIITS AMB FOTO)	SECOND SCREEN CAPÍTOL (2-3 TUIITS AMB FOTO)	SECOND SCREEN CAPÍTOL (2-3 TUIITS AMB FOTO)	SECOND SCREEN CAPÍTOL (2-3 TUIITS AMB FOTO)		
VESPRE	Avançament proper capítol	Avançament proper capítol	Avançament proper capítol	Avançament proper capítol	Article de la setmana		Avançament proper capítol
NIT							

INSTAGRAM

	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
DIA	BAMBOLINES DE PLATÓ	BAMBOLINES DE PLATÓ	BAMBOLINES DE PLATÓ	BAMBOLINES DE PLATÓ	BAMBOLINES DE PLATÓ	BAMBOLINES DE PLATÓ	Article de la setmana

Aquest calendari queda subjecte a les variacions que puguin proposar l'empresa contracta o els equips editorials de TV3 per tal de millorar els resultats des d'un punt de vista qualitatiu i d'audiència, tenint en compte una dedicació equivalent en temps.

Material:

L'equip del programa i l'equip de la redacció digital de TV3 facilitarà a l'empresa guanyadora d'aquesta oferta el material audiovisual i les fotografies necessàries per tal de poder portar a terme la comunicació a les xarxes socials.

Anàlisi:

Per tal de fer més efectiva la comunicació a les xarxes socials i mantenir un feed back permanent amb el programa, l'àrea d'Entreteniment de TV3 i amb la Redacció digital del TV3, cada 2 mesos l'empresa contractada realitzarà un informe de seguiment que comptarà amb la següent informació:

- *Anàlisi quantitatiu genèric:*
 - *Abast de les publicacions a FB, TW i IG*
 - *Engagement de les publicacions a FB, TW i IG*
 - *Número de seguidors a FB, TW i IG*
- *Anàlisi qualitatiu genèric:*
 - *Sentiment de l'opinió generalitzat amb exemples més rellevants*
 - *Alerta de possibles crisis de reputació*
 - *Efectivitat de la comunicació en el consum digital de vídeo*
- *Seguiment second creen*
 - *Tuits totals durant el dia de l'emissió i durant la finestra d'emissió*
 - *Pics d'audiència social durant el programa*
 - *Sentiment de l'opinió generalitzat amb exemples més rellevants*
- *Proposta de millores en l'estratègia*

Per tal de fer aquest informe, a banda de les dades que es puguin extreure de les pròpies xarxes socials, l'equip de la redacció digital de TV3 facilitarà les dades d'Instarsocial (de l'endemà de l'emissió) i Comscore necessàries per a l'anàlisi.

KPIs

Mesurarem l'efectivitat d'aquesta estratègia de distribució i promoció digital d'"Aeroport" tenint en compte indicadors de:

- **Web: Visionats de vídeo.**
Prenent com a referència la 2a temporada de "Com si fos ahir", l'objectiu de consum digital setmanal per a la 3a temporada seria:
 - *Usuaris únics: 100.000*
 - *Visionats: 360.000*
- **Facebook: Abast i interacció**

Valorarem les accions a Facebook segons l'abast i la interacció setmanal de la pàgina.

L'objectiu és un abast de 15.000 usuaris impactats i més de 20.000 interaccions setmanals.
- **Twitter: Abast i interacció**

Valorarem les accions a Twitter segons les impressions mensuals obtingudes.

L'objectiu és una mitjana de 850.000 impressions mensuals.

○ **Instagram: Abast**

Valorarem les accions a Instagram segons el número de seguidors al perfil.

L'objectiu és una mitjana arribar als 15.000 seguidors a finals de la 3a temporada..

Dates:

La Data finalització del servei: 5 d'agost de 2021. Una setmana després de l'emissió de l'últim capítol de la temporada.

Trobades presencials o telemàtiques amb l'equip editorial de "Com si fos ahir" i l'equip editorial digital de TV3 (duració aprox. 1 hora):

- *Trobada bimestral balanç del servei*

COMITÈ D'EXPERTS

La valoració dels criteris que depenen d'un judici de valor per aquest contracte, tenen una ponderació més gran que els criteris avaluable de manera automàtica i en conseqüència, d'acord amb la normativa vigent es constitueix un comitè d'experts que valorarà aquests criteris.

El comitè estarà format per:

- *Jordi Salvat, mitjans digitals.*
- *Carme Flaqué, mitjans digitals*
- *Judith Argila, mitjans digitals*

Si per algun motiu no imputable a la Mesa, hi hagués la variació d'algun membre, la valoració seria realitzada per algun altre expert que s'incorporaria al comitè, prèvia comunicació als licitadors.

En data 8 de febrer l'Òrgan de Contractació va enviar al comitè d'experts la documentació relativa a la proposta tècnica (fitxer 2) presentada per l'empresa licitadora.

En data 18 de febrer, el comitè d'experts va comunicar a la secretaria de l'Òrgan de contractació la seva valoració i va emetre l'informe que s'adjunta en aquest document.

2. CONCEPTES A VALORAR

El Comitè d'experts, ha puntuat els diferents criteris segons l'establert a l'apartat 7.1 de la clàusula setena del plec:

2.1 Criteris de valoració subjectiva (Fins a 70 punts)

Oferta tècnica:

L'oferta tècnica haurà de demostrar empatia amb el to del programa i haurà de constar dels següents aspectes per tal de fer una valoració:

- *Resum de l'estratègia a seguir (10-15 línies) que mostri la comprensió de l'encàrrec i s'expliquin les accions que es realitzaran.*
- *Un exemple de post a FB on es promocióni un suposat article relacionat amb el seguiment de la trama de la sèrie*
- *Un exemple de post a Twitter per publicar durant el second screen de la sèrie*
- *Un exemple de post a Instagram a partir d'un galeria de keyframes de la sèrie*
- *Proposta d'algun element de millora respecte a l'estratègia proposada.*

Puntuació dels criteris de valoració subjectiva:

<i>Resum de l'estratègia</i>	<i>Fins a 10 PUNTS</i>
<i>Post a FB</i>	<i>Fins a 15 PUNTS</i>
<i>Tuit a Twitter</i>	<i>Fins a 15 PUNTS</i>
<i>Post a Instagram</i>	<i>Fins a 15 PUNTS</i>
<i>Proposta element de millora</i>	<i>Fins a 15 PUNTS</i>

3. VALORACIÓ DE L'OFERTA

La valoració obtinguda per l'empresa licitadora UNDATIA, S.L. per la proposta xarxes socials "Com Si Fos Ahir" final temporada 2020-21 ha estat la següent:

Resum de l'estratègia

Demostra haver entès perfectament els requeriments i l'estratègia proposada.

Sap diferenciar la comunicació que durà a terme a cada xarxa socials, establint les particularitats de Facebook, Twitter i Instagram.

Claredat en l'exposició.

Tot això fa que obtingui la puntuació de: **8 punts.**

Posts a FB

Pel tema escollit, demostra coneixement de la trama de la sèrie, cosa que es valora positivament.

A més a més, es tracta d'un tema (el casament de l'Andreu i la Pili) que genera molta conversa social entre els fans, cosa que el fa especialment idoni per a l'entorn de Facebook.

De totes maneres, tot i que inclou una pregunta en el text, la formulació no sembla induir a la conversa, a la creació d'opinió. És a dir... pregunta "Com ha evolucionat la seva relació?" i hagués estat més adient preguntar "Com creus que evolucionarà la seva relació?".

Tot això fa que obtingui una puntuació de: **12 punts**.

Tuits a TW

Tot i continuar amb el mateix tema del casament de l'Andreu i la Pili, cosa que demostra el seu coneixement de la trama, la formulació no incita a la compartició (retuit) per part dels usuaris.

A més a més, en els dos exemples, utilitza preguntes que semblen més retòriques (Per què no li van fer cas en el seu moment? I Ara que sap la veritat, què passarà entre l'Anna i ella?) que no pas incitació a la conversa.

A més a més, en el segon exemple hi ha una falta tipogràfica, donat que no es posa el signe de puntuació "?".

Tot això fa que obtingui una puntuació de: **7 punts**.

Post a IG

Molt bona utilització del to en contrast amb les imatges. Divertit i concís.

Demostra coneixement de la trama i dels diferents personatges, donat que apareix un ampli número d'ells.

Demostra coneixement del format i la plataforma.

Tot això fa que obtingui una puntuació de: **15 punts**.

Proposta element de millora

Proposa dos elements de millora. La realització de lives i la utilització de més imatges de rodatge. En cert sentit, són dues propostes evidents, sí que son pertinents perquè tot i ja haver-se tingut en compte en el passat, no s'estan explotant al màxim.

S'esperaria alguna proposta més sorprenent.

Tot això fa que obtingui una puntuació de: **8 punts**.

4. CONCLUSIÓ DE LA VALORACIÓ TÈCNICA

Un cop realitzada la revisió del contingut del fitxer 1 (documentació tècnica) i feta la valoració segons els diferents criteris establerts a la clàusula setena del plec, la puntuació obtinguda per l'empresa licitadora **UNDATIA, S.L.**, es detalla en la taula adjunta:

PENDENT TAULA VALORACIÓ PROPOSTA TÈCNICA D' UNDATIA PER "COM SI FOS AHIR"

	Resum de l'estratègia	Post a FB	Tuit a Twitter	Post a IG	Proposta millora	TOTAL PUNTS
UNDATIA	8,00	12,00	7,00	15,00	8,00	50,00

5. TRASPÀS DE L'INFORME DEL COMITÈ

Finalitzada la valoració del Comitè d'experts, s'emet el present informe a l'Òrgan de contractació del concurs relatiu a la contractació del servei de manteniment i dinamització de les presències socials del programa, "**Com Si Fos Ahir**" (expedient 2101DE03)

Jordi Salvat Mitjans Digitals	Carme Flaqué Mitjans Digitals	Judith Argila Mitjans Digitals
----------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Sant Joan Despí, 18 de febrer de 2021.