

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE PROMOCIÓ D'ESTUDIS GESTIONATS PER LA FUNDACIÓ POLITÈCNICA DE CATALUNYA A TRAVÉS DE XARXES SOCIALS 2023-24

ANTECEDENTS, OBJECTE I ABAST

Twitter és una xarxa social i de *microblogging* que permet als usuaris registrats llegir i publicar missatges curts, anomenats *tweets*. És actualment una de les xarxes socials més utilitzades tant a nivell professional com personal, compta amb més de 556 milions d'usuaris actius mensuals a nivell mundial, segons les estadístiques d'*Statista.com* i les xifres de l'Informe anual *Digital 2023 Global Overview Report*, publicat a *datareportal.com*.

Twitter Ads és la plataforma que proporciona *Twitter* als seus anunciants per oferir i gestionar la publicitat a la seva plataforma, mostrant els anuncis en el perfil dels usuaris registrats i permet a la Fundació Politècnica de Catalunya (FPC) arribar de forma molt efectiva al seu públic objectiu a través d'anuncis segmentats per país, interessos, seguidors similars, *hashtags* que utilitza l'usuari, etc.

Des del departament de Promoció i Social Media es considera necessària i idònia la contractació del servei de publicitat a la xarxa social *Twitter Ads*. Aquest servei permetrà la creació de campanyes de publicitat per a promocionar els estudis gestionats per l'FPC.

Des de l'FPC s'impulsaran diferents campanyes promocionals i estacionals al llarg del curs acadèmic 2023-24 i el nombre de clics (nombre de vegades que un usuari accedeix a un anunci), impressions (nombre de vegades que ha sortit publicat un anunci) i conversions rebudes a cadascuna de les campanyes actives durant cada mes, permetran avaluar l'impacte publicitari de *Twitter*.

Atesa la necessitat i idoneïtat de la contractació, i en coherència tecnològica amb els equips de que actualment disposa i empra l'FPC, per a cada equip es defineix una configuració estàndard mínima, així mateix es defineixen les opcions de substitució i ampliació de components.

PLA DE TREBALL

A continuació es detallen les fases de treball per a la realització de campanyes de publicitat en línia a la plataforma de *Twitter Ads*:

Fase 1: Anàlisi i definició el perfil d'usuari de cada estudi de formació gestionat per l'FPC (àmbit geogràfic, estudis, temàtiques d'interès, *hashtags*, etc.). Es farà servir la mateixa eina de *Twitter*.

Fase 2: Definició, disseny i creació de les campanyes de publicitat. Es crearan els *copys* (texts dels anuncis) i les creativitats digitals per a cadascun dels anuncis que conformen les campanyes i grups d'anuncis. Cada campanya i grup d'anuncis estarà segmentada pels factors, audiències i interessos analitzats prèviament a la fase 1, adients per a cada estudi de formació gestionat per l'FPC.

Fase 3: Seguiment i optimització diària de cadascuna de les campanyes, analitzant el rendiment de cada anunci.

Fase 4: Avaluació global de totes les campanyes i anàlisi del retorn de la inversió. Aquesta avaluació es farà setmanalment per tal de poder redirigir i optimitzar les campanyes per obtenir uns resultats més efectius.

RECURSOS NECESSARIS PER A DUR A TERME L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

Plataforma de *Twitter Ads* i els espais de la xarxa que *Twitter* cedeix per ubicar els anuncis.

PREVISIONS MÈTRIQUES

Les campanyes de *Twitter Ads* es mesuren principalment mitjançant les següents mètriques:

- Clics (nombre de vegades que els usuaris han fet clic en un anunci);
- Impressions (nombre de vegades que ha sortit publicat l'anunci); i
- CPC mitjà (cost per clic mitjà).

Volum curs acadèmic 2022-23*:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	400	729.371	0,03 - 0,20

*calculat a juny de 2023.

Volum previst curs acadèmic 2023-24:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	2.500	990.500	0,03 - 0,20

FIXACIÓ DE PREU

El pressupost dels plecs s'ha calculat atenent a la complexitat del servei a prestar i a que no és possible fixar amb precisió un preu final cert.

El valor del preu definitiu dependrà del nombre de clics o d'impressions rebudes en cadascuna de les campanyes actives durant cada mes.

DURADA DEL CONTRACTE

La durada del present contracte es fixa en 12 mesos i serà vigent durant el període comprès entre l'1 de setembre de 2023 fins el 31 d'agost de 2024, ambdós inclosos.

PROPOSTES DE MILLORA

El licitador pot proposar a la seva oferta tècnica una relació de millores complementàries no contemplades en aquestes especificacions tècniques que ajudin a optimitzar el funcionament del servei objecte de la contractació i que no representin cap increment en el preu del contracte.

INTERPRETACIÓ

Pel no previst en el present plec o contradictori respecte del disposat en el plec de clàusules administratives particulars (PCAP), prevaldrà el previst en el PCAP.

Barcelona, juny de 2023

Lucia Crosas López
Òrgan de Contractació