

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 2024-25

ANTECEDENTS, OBJECTE I ABAST

X (anteriorment, *Twitter*), és una xarxa social de *microblogging* que permet als usuaris registrats llegir i publicar missatges curts anomenats *tweets*. X és actualment una de les xarxes socials més utilitzades tant a nivell professional com personal. La plataforma compta amb més de 335 milions d'usuaris actius mensuals a nivell mundial, segons Statista.com¹ i les xifres de l'Informe anual "*Digital 2024 Global Overview Report*"² publicat a *datareportal.com*.

X Ads (anteriorment, *Twitter Ads*) és la plataforma que proporciona *Twitter International Company* 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 Marketing i Comunicació es considera necessària i idònia la contractació del servei de publicitat a la xarxa social X. 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 2024-25 i el nombre de clics (nombre de vegades que un usuari a accedit 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 X.

Atesa la necessitat i idoneïtat de la contractació, i en coherència tecnològica amb els equips 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 X Ads:

Fase 1: Anàlisi i definició del públic objectiu de cada estudi de formació gestionat per l'FPC: àmbit geogràfic (països, comunitats autònomes), temàtiques d'interès, comptes de X que poden interessar al públic de l'FPC, tipologia d'estudis afins, *hashtags* (etiquetes o paraules clau per marcar el tema d'un contingut) , audiències afins, etc.

¹ Font: <https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwide/>

² Font: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Fase 2: Definició, disseny i creació de les campanyes de publicitat. Es crearan els *copy*s (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 *X Ads* i els espais de la seva xarxa que cedeix per ubicar els anuncis.

PREVISIONS MÈTRIQUES

Les campanyes de *X 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);
- CPC mitjà (cost per clic mitjà).

Volum curs acadèmic 2023-24:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	599	441.511	0,03 - 0,30

*dades previstes.

Volum previst pel curs acadèmic 2024-25:

Període	Clics	Impressions	CPC mitjà
De l'1 de setembre al 31 d'agost	3.000	2.211.240	0,03 - 0,33

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 2024 i el 31 d'agost de 2025, 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, juliol de 2024

Lucia Crosas López
Òrgan de Contractació