



PLEC TÈCNIC PER A LA CONTRACTACIÓ DE L'OFICINA TÈCNICA DE GESTIÓ D'INDICADORS PER A LA DIRECCIÓ DE COMUNICACIÓ DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA AIXÍ COM EL SUBMINISTRAMENT DE LLICÈNCIES I PROGRAMARI COM A SERVEI (SAAS)

1.- OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del present contracte mixt de serveis i subministraments és la contractació d'una oficina tècnica de gestió d'indicadors per a la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, així com el subministrament de les llicències i del programari com a servei (en endavant "SaaS") necessaris per dur a terme el servei.

2.- ANTECEDENTS

La Direcció de Comunicació (en endavant "DC"), en el marc del seu pla d'acció, necessita comptar amb indicadors de comunicació rellevants, actualitzats i contextualitzats per conèixer el comportament de la ciutadania en l'ús dels serveis municipals i extreure'n conclusions que contribueixin a la presa de decisions estratègiques de forma àgil i eficaç, per tal de dur a terme les actuacions necessàries per executar el pla.

En aquest context, la DC necessita incorporar coneixement i experiència en l'àmbit de l'analítica de la comunicació (digital i offline) a la vegada que requereix disposar de les eines necessàries per dur a terme el servei.

Els indicadors vinculats a l'àmbit de la comunicació han evolucionat constantment en els darrers anys incorporant noves fonts de dades i noves necessitats.

Actualment la DC compta amb diverses fonts de dades rellevants en l'àmbit de la comunicació que són prioritàries en l'estratègia de comunicació municipal de l'Ajuntament de Barcelona:

- **Plataformes web** on es centralitza la informació institucional i de serveis. Compta amb una doble solució d'analítica web (actualment Plausible i Matomo) per tot l'ecosistema web municipal des d'on es generen informes a les àrees i serveis. L'inventari de websites s'estima en 450, tot i que l'esforç principal se centra en el top 150 amb major tràfic.
- **Xarxes Socials:** principalment Instagram, X, Facebook, Youtube, LinkedIn i TikTok, on es difon informació i s'interactua amb la ciutadania. Cadascuna de les xarxes esmentades compta amb la seva solució d'analítica nativa que es gestiona de forma conjunta a través d'una solució analítica (actualment



Metricool) que n'agrega les dades a nivell de canal i de xarxes socials. L'inventari de comptes de xarxes socials actives s'estima en 200, tot i que l'esforç principal se centra en les que tenen un major volum de comunitat (seguidors).

- **Aplicacions mòbils de comunicació** on es presta informació de valor afegit. Compta amb una solució d'analítica per totes les apps municipals. L'inventari d'apps mòbils de comunicació s'estima en 10, tot i que l'esforç principal se centra en el top 5 amb major volum de descàrregues actives.
- **Butlletins (comunicacions push):** per realitzar comunicacions push via correu electrònic, principalment. Compta amb una solució d'analítica pròpia a nivell de canal. L'inventari de butlletins s'estima en 80.
- **Campanyes publicitàries:** són dades corresponents a actuacions de comunicació limitades en el temps (digital i offline). Combina fonts de dades de canals propis amb dades provinents de mitjans de pagament i de les àrees de servei. Anualment es realitzen diverses campanyes de comunicació (orgàniques i de pagament), tals com La Mercè, Nadal o Pla Endreça, de les quals n'hi ha 10 de destacades per ser considerades campanyes de ciutat o de valor estratègic.
- **Escolta activa:** són dades que permeten fer un seguiment de la reputació de marca i detectar oportunitats de comunicació entorn a una temàtica o a una campanya de comunicació (online i offline).

Actualment, la Direcció de Comunicació treballa per integrar totes aquestes fonts de dades en un **quadre de comandament de comunicació** que unifica l'entorn tècnic i el model d'explotació dels principals indicadors provinents dels canals digitals i de campanyes de comunicació. Durant l'any 2024 ha finalitzat una primera fase de desenvolupament d'aquesta eina (dades web) i s'espera que incorpori noves fonts de dades per 2025-2026.

3.- DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

L'objectiu de l'oficina tècnica és obtenir, de forma regular, informació fiable, contrastada i comprensible de cadascun dels canals propis de comunicació i de les fonts rellevants afins.

Al mateix temps, cal facilitar la comparació entre els indicadors procedents dels diferents canals (web, mobile apps, xarxes socials, butlletins, etc.), així com de campanyes i de l'anàlisi de reputació, que permeti una visió combinada i contextualitzada dins l'estratègia de comunicació.



Així mateix, és necessari establir els mecanismes i criteris per obtenir les interpretacions de valor pertinents perquè els diferents actors de la DC puguin dur a terme la seva presa de decisions juntament amb les àrees.

A continuació s'indiquen les tasques comuns a totes les fonts de dades així com les concretes de plataformes web, xarxes socials, app mòbils de comunicació, butlletins i campanyes de publicitat.

Comuns

- **Definició de l'estratègia de comptes i mapa d'indicadors** dimensionant els límits de servei de la solució analítica i les necessitats d'explotació per cada àrea de servei municipal.
- **Manteniment de l'inventari de propietats** per tenir actualitzats els canals i webs que es monitoritzen a través de les eines de seguiment d'indicadors.
- **Anàlisi de la implantació dels codis i mecanismes de seguiment** amb l'objectiu de millorar-los i presentar el màxim de variables per aconseguir els objectius marcats al projecte. Seguiment de la correcta implantació del sistema de seguiment. Inclou l'activació i gestió d'estadístiques específiques per esdeveniments i campanyes segons objectius estratègics.
- **Definició de quadres de comandament (visors) i generació d'informes**, bàsics, ampliatos o ad hoc d'un producte, campanya i esdeveniment. Programació de la generació i enviament d'aquests informes.
- **Elaboració de plantilles model pel seguiment d'indicadors**. Disseny i elaboració de les diferents plantilles i vistes de seguiment segons eines de visualització disponibles.
- **Generació d'informes**, amb la periodicitat que l'Ajuntament estableixi, en format full de càlcul exportable, visor i en format presentació ofimàtica i/o PDF. Els informes han de contenir l'anàlisi de la mesura i la interpretació de la informació extreta de les diferents eines utilitzades per fer la mesura.

Tipus d'informes: Els informes es poden generar de forma automàtica o manual:

Automàtica: són aquells que es poden sistematitzar en cada eina de seguiment i programar-ne l'extracció i l'enviament per correu electrònic. Els tipus d'informe de generació automàtica són aquests:

- Seguiment de canal: es genera regularment amb la informació més rellevant per cada web/app/perfil social/butlletí que forma part d'un canal.
- Seguiment de canal agregat: es genera regularment per agregació dels anteriors quant a webs/apps, xarxes i butlletins.
- Seguiment de campanya: es genera regularment amb la informació més rellevant per cada campanya.

Manual: les dades es presenten contextualitzades i amb valoracions segons necessitat. Els tipus d'informe de generació manual són els següents:



- Informe de canal: valoració de la situació dels principals web/app/perfil socials/butlletí que forma part d'un canal.
- Informe de canal agregat: valoració de situació de l'agregat dels anteriors quant a webs/apps, xarxes i butlletins.
- Informe de campanya: valoració de la situació de les principals campanyes.
- Informe reputacional: valoració de la situació, respecte a un criteri estratègic, a partir d'un procés d'escolta activa a xarxes socials, de l'anàlisi de mitjans de comunicació i de peticions ciutadanes a través de l'atenció en línia municipal.
- Informe ad hoc: valoració en resposta a un criteri estratègic, tàctic o tècnic específic.

Terminis de lliurament d'informes

- Informe de canal mensual: 10 dies hàbils després del darrer dia del mes.
 - Informe de canal anual i altres períodes no mensuals: 15 dies hàbils després de finalitzar el període.
 - Informe de canal agregat mensual: 15 dies hàbils després del darrer dia del mes.
 - Informe de campanya: 8 dies hàbils després de la finalització de la campanya o fase de la mateixa.
 - Informe reputacional: 10 dies hàbils des de la petició o des de la finalització del període analitzat.
 - Informes ad hoc: 10 dies hàbils des de la petició.
- **Definició i ús d'eines de suport** per fer seguiment del projecte i recopilar informació addicional.
 - **Activació d'infraestructures de mesura**, creació i manteniment d'un repositori propi que permeti comparatives històriques d'almenys els darrers quatre anys, a través de l'eina GoogleCloud Big Query o similar.
 - **Suport a la gestió i seguiment de campanyes**, aplicant la política de seguiment (model de seguiment Urchin (UTM), #hashtags, codis ad hoc, etc.) a cada canal i seguiment de conversions/interaccions indicada en cada cas, tant a nivell de campanyes de pagament com orgàniques.
 - **Suport al quadre de comandaments**, facilitant la coherència i l'evolució del model conceptual i la integritat de les dades ofertes.

Plataformes web

Dins d'aquest àmbit específic, un objectiu important és l'estudi sistemàtic dels comportaments estadístics sobre les plataformes web provinents d'apps mòbils, xarxes socials o altres fonts i alhora l'assessorament en l'optimització del web per al bon posicionament orgànic a cercadors.



Cal comptar amb un sistema de gestió mantenible i que contempli totes les web i apps com part d'un únic ecosistema municipal. Addicionalment a les tasques comunes, adaptades a les particularitats d'aquesta font de dades, cal donar sortida a:

- **Identificació, configuració i mesura d'objectius** específics pel canal web tals com conversions, interaccions, visualitzacions i similars, tant a nivell de canals com en relació als objectius de campanyes.
- **Assessorament en l'optimització del web** per al bon posicionament a cercadors. Gestió d'incidències detectades en aquest àmbit i detectades des de l'anàlisi SEO (*Search Engine Optimization*).
- **Definició del seguiment de campanyes**, per identificar campanyes i facilitar i supervisar el model i implantació d'UTM de seguiment que podran emprar la resta de canals digitals.

Xarxes Socials

Dins d'aquest àmbit específic, cal analitzar la interacció dels usuaris amb els diferents missatges emesos, l'impacte en la reputació de marca, així com assessorar en la dinamització amb la comunitat.

Addicionalment a les tasques comunes, adaptades a les particularitats d'aquesta font de dades, cal donar sortida a:

- **Assessorament en l'optimització del pla publicació de continguts** per a la millora en la consecució dels objectius de comunicació en xarxes socials.
- **Suport en l'activació i seguiment de processos d'escolta activa a xarxes socials**, a partir de l'ús de les eines disponibles per a l'efecte.

Aplicacions mòbils de comunicació

Dins d'aquest àmbit específic, és necessari incorporar les dades proporcionades per l'Oficina de Serveis al Mòbil (OSAM) de l'Institut Municipal d'Informàtica (IMI) sobre comportaments estadístics provinents del consum de les aplicacions per assessorar en l'optimització del *roadmap* de cada app de comunicació.

Addicionalment a les tasques comunes, adaptades a les particularitats d'aquesta font de dades, cal donar sortida a:

- **Estudi del comportament de descàrregues**, segons les principals botigues d'aplicacions o entorn directe.
- **Assessorament al *roadmap* de les apps de comunicació** per a la millora en la consecució dels objectius de comunicació.

Butlletins

Dins d'aquest àmbit específic, cal estudiar els comportaments estadístics provinents del consum de les diferents comunicacions push i vetllar per la reputació de l'emissor corporatiu.



Adicionalment a les tasques comunes, adaptades a les particularitats d'aquesta font de dades, cal donar sortida a:

- **Anàlisi de la reputació i gestió d'incidències** que afectin l'emissor corporatiu.
- **Assessorament en l'optimització del pla d'enviament de continguts** per a la millora en la consecució dels objectius de comunicació.
- **Anàlisi de l'efectivitat de les pràctiques de CRM (*Customer Relationship Management*)** fetes, principalment, a través de l'emissió de butlletins des de l'eina corporativa e-Comunicacions procurada per l'IMI, o de campanyes puntuals d'e-mailing fetes a través d'eines pròpies o corporatives tipus *Salesforce*.

Campanyes de publicitat

Dins d'aquest àmbit específic, definir els diferents models d'indicadors segons els objectius de les campanyes, alinear els diferents canals i fonts de dades, analitzar l'evolució i grau de compliment dels objectius i obtenir resultats i conclusions que ens ajudin a l'optimització de les campanyes, en col·laboració i donant suport a la Direcció de Serveis Publicitaris.

Adicionalment a les tasques comunes, adaptades a les particularitats d'aquesta font de dades, cal donar sortida a:

- **Coordinar el flux d'actualització dels informes de seguiment de campanya**, en col·laboració amb els diferents actors de la DC i les àrees de servei implicades.
- **Extreure conclusions de les principals campanyes** a partir dels indicadors rebuts de tots els canals participants en la campanya i emprant dades addicionals de context de la ciutat.
- **Assessorament en l'optimització de la campanya** per a la millora en la consecució dels objectius de comunicació.

Quadre de Comandaments

Adicionalment, dins d'aquest àmbit específic, fer l'acompanyament estratègic i conceptual a l'actual desenvolupament tècnic del projecte de **quadre de comandament**, assessorar en noves solucions i estratègies que millorin la seva funció i vetllar per la coherència i la integritat de les dades ofertes des dels diferents canals i fonts de dades afins.

Específicament, cal donar sortida a:

- **Anàlisi de la implantació del quadre de comandaments** i seguiment de la coherència conceptual del model analític i el compliment de les funcions establertes.
- **Revisió de l'estratègia i priorització d'actuacions** segons les necessitats d'explotació per departaments municipals.



- **Suport al desplegament del quadre de comandaments** per part de la resta d'equips de comunicació.

Formació

L'empresa adjudicatària impartirà formació adreçada als diferents actors de la Direcció de Comunicació i les àrees de servei finalistes i tindrà per objectiu familiaritzar-se amb la interpretació dels indicadors i informes que es generin des de l'oficina tècnica. Per dur a terme la formació, l'empresa adjudicatària s'encarregarà de la generació i actualització dels materials i guies de suport necessaris.

Aquesta formació s'executarà d'acord al pla de formació que s'estableixi i comptarà amb un màxim de 4 sessions anuals.

4.- DESCRIPCIÓ DEL SUBMINISTRAMENT

Per executar el contracte, l'empresa adjudicatària subministrarà les següents llicències i programaris com a servei (SaaS).

4.1 Matomo Analytics

Matomo Analytics és la solució tecnològica d'anàlisi de dades dels webs i de comportament d'usuaris que està implementada als webs estratègics de l'Ajuntament de Barcelona així com als webs on s'adrecen les campanyes de comunicació que necessiten un seguiment d'indicadors adhoc més en profunditat. Aquesta eina permet, a través de connexió via interfície de programació d'aplicacions (en endavant "API"), la representació d'indicadors web en els visors 360º de campanyes de comunicació estratègiques que es desenvolupen actualment amb l'eina Looker Studio.

La implementació de Matomo Analytics als webs de l'Ajuntament va comportar un desenvolupament adhoc de codi per a la configuració del seguiment d'indicadors a través de la barra corporativa, així com la importació de l'històric de dades i l'etiquetatge de components i elements dels webs a través del Matomo Tag Manager. Així doncs, aquesta eina recull totes les dades, tant actuals com històriques, que són necessàries per dur a terme l'execució del present contracte, pel que fa als webs estratègics i als webs on s'adrecen les campanyes que precisen de seguiment adhoc en profunditat, i està configurada perquè la gestió dels indicadors corresponents sigui la desitjada.

Per tot l'exposat, existeix una dependència tecnològica de l'eina Matomo que fa inviable el canvi a altres solucions ja que això implicaria una interrupció en el servei que es perllongaria en el temps, així com un cost extraordinari i no previst per la dedicació de recursos tècnics i humans que seria necessària.



El pressupost estimat per aquesta eina s'ha calculat en base a 75 propietats o webs i 15 milions hits mensuals.

4.2 Plausible Analytics

Plausible Analytics és l'aplicació d'anàlisi web actualment implementada per fer seguiment de les visites en línia de la totalitat dels webs de l'Ajuntament de Barcelona. Aquesta aplicació permet l'homogeneïtzació en la recollida d'indicadors de l'ecosistema de webs municipals i una connexió, via API, amb l'eina corporativa que recull dades, per part de l'Oficina Municipal de Dades (CityOS) i en permet la consulta a través de l'aplicació del Quadre de comandament d'indicadors. Aquesta integració, tant amb el CityOS com amb el quadre de comandament és resultat d'un desenvolupament adhoc. Així mateix, també es va fer un desenvolupament adhoc de codi per a la configuració del seguiment d'indicadors a través de la barra corporativa, així com la importació de l'històric de dades.

Així doncs, aquesta eina recull totes les dades, tant actuals com històriques, que són necessàries per dur a terme l'execució del present contracte, pel que fa les visites en línia de la totalitat dels webs de l'Ajuntament de Barcelona, i està configurada perquè la gestió dels indicadors relacionats sigui la desitjada.

En conclusió, existeix una dependència tecnològica de l'eina Plausible que fa inviable el canvi a altres solucions ja que això implicaria una interrupció en el servei que es perllongaria en el temps, així com un cost extraordinari i no previst per la dedicació de recursos tècnics i humans que seria necessària per dur a terme tot el procés de traspàs.

El pressupost estimat per aquesta eina s'ha calculat en base a 700 propietats o webs i 50 milions de hits anuals.

4.3 Eina de visualització de dades tipus Looker Studio PRO o similar

Per l'execució del contracte, és necessària una eina de visualització de dades que permeti gestionar fàcilment la configuració d'informes d'analítica de comunicació multicanal i l'accés a informes i múltiples fonts de dades amb una gran magnitud de dades.

Actualment es treballa amb la versió gratuïta de Looker Studio mitjançant la que es representen les dades dels iniciadors de seguiment de les campanyes de comunicació estratègiques de l'Ajuntament de Barcelona i d'altres projectes estratègics. Per les seves característiques, permet una connexió via API amb les eines a través de les que es recullen indicadors web (Matomo, en aquest cas), de xarxes socials (Metricool actualment, en aquest cas) i d'apps (Liferay, en aquest cas), entre altres fonts de dades. Actualment tenim desenvolupats més de 40 visors de dades amb aquesta eina.



Donats els requeriments actuals tant pel que fa a funcionalitats com a volum de dades, es requereix de la versió PRO de Looker Studio o una eina similar que permeti fer un salt qualitatiu en el rendiment dels visors, sempre tenint en compte els requeriments descrits en el paràgraf anterior.

El pressupost estimat és el del preu mínim de mercat de l'eina Looker Studio PRO.

4.4 Eina per executar consultes SQL tipus Google Cloud BigQuery o similar

Es requereix una eina per executar consultes SQL facilitant els processos com el control sobre qui pot veure i consultar les dades, permetent l'ús de diferents eines de tercers per accedir a les dades (càrrega i visualització de dades) i la creació de tasques i rutines per a l'automatització de la càrrega, exportació, consulta i/o còpia de dades).

El pressupost estimat per aquesta eina s'ha calculat en base a:

- Volum de pàgines vistes mensuals (totes les webs actuals de l'Ajuntament): 15 milions.
- Dades associades a les mètriques off-line de 10 campanyes de ciutat (GPR's, OTS, cobertures de les planificacions...).
- Dades de xarxes socials.
- Emmagatzematge de dades històriques (long term logical storage): durant la vigència del contracte ens cal disposar de les dades associades als 4 anys anteriors als de la data d'obtenció de dades.
- Emmagatzematge de dades actuals: les d'anàlisi de l'any en curs.

4.5 Eina o eines de gestió de xarxes socials, indicadors i escolta activa/reputació tipus Sprout Social, Meltware, Sprinklr o similars

Es requereix una eina (o eines) que incloguin les següents funcionalitats:

- Gestió de perfils de xarxes socials (publicar i programar contingut, gestió de missatges directes i mencions, creació de carpetes de continguts, entre altres).
- Gestió d'indicadors i *reporting* (dades de les publicacions, informes de continguts i extracció de dades).
- Accés a les dades dels canals i les publicacions via API (per a la connexió amb eines de visualització de dades corporatives).
- Connexió amb l'eina de visualització de dades (per a la generació d'informes de comunicació multicanal).
- Funcionalitats d'anàlisi d'escolta activa i reputació.
- Ecosistema d'aproximadament 200 canals de xarxes socials: X, Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn, TikTok i Threads, amb un centenar d'usuaris de diferents equips amb rols diferenciats.



5.- RECURSOS HUMANS

Per la prestació dels serveis descrits a la clàusula 3 serà necessari destinar 7 persones amb les següents funcions i perfils. **Una mateixa persona no podrà estar adscrita a diferents perfils.**

Cap de projecte que dirigirà i gestionarà tots els serveis realitzats per l'oficina tècnica **(1 persona amb una dedicació estimada de 600 hores anuals).**

Funcions:

- Portar la direcció, coordinació i el seguiment del servei contractat, així com realitzar les tasques d'interlocutor entre l'empresa i l'Ajuntament de Barcelona.
- Orientar a la DC en aquelles matèries que formen part del servei contractat, contribuint amb solucions tecnològiques i assessorant tècnicament cercant la qualitat, l'estabilitat i la innovació en tots els projectes.
- Participar en reunions periòdiques de coordinació o específiques de projecte amb la DC i amb l'IMI.
- Coordinar i fer seguiment de l'evolució del servei en termes de projectes en curs, persones implicades en cada projecte i hores dedicades, així com la valoració de costos mensuals.
- Definir i planificar el calendari, fases i els recursos necessaris per dur a terme cada projecte en els terminis previstos. Garantir el compliment dels calendaris presentats i aprovats.
- Coordinar la construcció dels diferents mètodes, eines o tasques encomanades a l'empresa adjudicatària, fent el seguiment de les diferents fases d'execució dels projectes a més del control de qualitat per a la seva publicació.
- Gestionar i actuar davant desviacions que es produeixin, i respondre davant l'Ajuntament de la consecució dels projectes.
- Establir indicadors de mesura per tal de determinar si les tasques i/o fases es desenvolupen segons el previst.
- Coordinar tots els projectes en funció de les prioritats marcades per la DC.
- Preveure possibles necessitats funcionals i tècniques.
- Reportar de forma periòdica a l'Ajuntament sobre l'evolució dels diferents projectes, així com de les seves incidències o particularitats.
- Reportar regularment la dedicació de cada membre de l'equip a efectes de facturació.
- Verificar la documentació final a lliurar.
- Definir les necessitats de formació dels equips finalistes dels serveis d'anàlisi digital, realitzar un pla de formació, actualitzar-ne els materials i executar-lo amb suport de la resta de l'equip del servei d'indicadors.

Perfil professional:

- **Formació mínima:** grau universitari (anteriorment diplomatures o llicenciatures) en qualsevol àmbit.



- Formació complementària en gestió de projectes i direcció d'equips, màrqueting o gestió d'empreses.
- Informàtica: domini de les eines informàtiques aplicades a la gestió de projectes, la visualització de dades o l'anàlisi digital. Domini de l'ús d'eines d'anàlisi web (Plausible i Matomo), així com LookerStudio i GoogleCloud BigQuery o similar.
- Altres coneixements: anàlisi digital i màrqueting.
- Idiomes: domini de català (c1), castellà i anglès.
- Experiència mínima de 5 anys en llocs de responsabilitat similar.

Expert/a en anàlisi digital que donarà suport tècnic al cap de projecte (2 persones amb una dedicació estimada de 2.400 hores anuals entre les dues).

Funcions:

- Aportar experiència i coherència en anàlisi digital pel que fa referència a la definició conceptual del projecte de quadre de comandament en el seu estat actual d'implantació i/o de noves necessitats que puguin sorgir.
- Assessorar en la integració de noves fonts de dades al projecte de quadre de comandament.
- Assessorar a la DC en les millors pràctiques en anàlisi digital aplicada a l'àmbit de la comunicació tant a nivell de metodologia (tipus d'indicadors, gestió de comptes, tipologia d'informes, codis de seguiment, etc.) com de solucions tècniques (eines de mercat, integracions, APIs, etc.) que puguin incorporar-se al projecte de quadre de comandament.
- Assessorar a la Direcció de Serveis Publicitaris en les millors pràctiques per identificar campanyes i fer-ne la traçabilitat a nivell digital.
- Assessorar a la Direcció de Serveis Publicitaris en el model de gestió de llistes d'audiències i la integració amb les plataformes de gestió de dades (en endavant "DMPs") de les agències de mitjans homologades.
- Recerca sobre canvis en les polítiques d'obtenció i integració de dades de tercers (en obert o de pagament) tals com xarxes socials o proveïdors de servei d'anàlisi web i valoració de l'impacte que en derivi sobre el servei actual.
- Definir un *roadmap* i prioritats del servei d'indicadors de comunicació segons la realitat dels serveis la DC i la integració amb altres fonts de dades previstes per l'Ajuntament de Barcelona.
- Assessorar en les necessitats específiques de cadascun dels canals: web, xarxes socials, push, apps i campanyes.
- Participar en reunions periòdiques de coordinació o específiques de projecte amb la DC i amb l'IMI.
- Gestionar el model analític del canal web i apps mòbils: comptes i dominis, inventaris, repositoris, codis de seguiment, etc.
- Establir i adequar els indicadors de comunicació de cada campanya i objectius pel canal web i app mòbil.
- Operar les eines analítiques necessàries per generar els informes, vistes i plantilles de canal regulars o ad hoc que es fixin segons programació.



- Fixar indicadors transversals de canal a nivell funcional i de ciutat a partir dels indicadors disponibles i extreure'n conclusions.
- Configurar i mesurar objectius específics pel canal web tals com conversions, interaccions, visualitzacions i similars.
- Donar suport a la configuració, seguiment i anàlisi de UTM de seguiment de campanya.
- Donar suport a la configuració de llistes d'audiències per a campanyes de re impacte, en suport a l'equip de campanyes.
- Establir i adequar els indicadors de comunicació de cada campanya i objectius al canal xarxes socials.
- Gestionar el model analític del canal xarxes socials: comptes i perfils, inventaris, repositoris, *hashtags* de seguiment, etc.
- Operar les eines analítiques necessàries per generar els informes, vistes i plantilles de canal regulars o ad hoc que es fixin segons programació.
- Assessorar l'optimització de l'estratègia, disseny i content plan per xarxes socials, en suport als equips responsables.
- Assessorar l'optimització de les publicacions per al bon posicionament a cercadors (en endavant "SMO").
- Fixar indicadors transversals de canal a nivell funcional i de ciutat a partir dels indicadors disponibles i extreure'n conclusions.
- Donar suport a la configuració, seguiment i anàlisi de UTM de seguiment de campanya així com els *hashtags* rellevants de la conversa social.
- Assessorar en l'anàlisi de l'escolta activa, en suport a l'Oficina de Dades.
- Garantir el correcte funcionament de les plataformes analítiques corresponents en col·laboració amb l'equip tècnic de canals digitals de l'IMI, que inclou l'Oficina de Serveis al Mòbil (en endavant "OSAM").
- Gestió d'incidències detectades en aquest àmbit.
- Supervisar i facilitar la integració de les dades del canal web i app mòbils en el projecte de quadre de comandaments.
- Assessorar tècnicament cercant la qualitat, l'estabilitat i la innovació en el canal web i app mòbil.
- Assessorar al *roadmap* de les apps de comunicació, en suport a cada àrea responsable.
- Preveure possibles necessitats funcionals i tècniques del canal web i app mòbil així com millores evolutives.
- Generar materials i guies de suport específiques del canal així com facilitar la formació dels equips de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.
- Donar suport al cap de projecte en tot allò referit al canal web i apps mòbils.

Perfil professional:

- Formació mínima: grau universitari (anteriorment diplomatures o llicenciatures) en qualsevol àmbit.
- Formació complementària en màrqueting, investigació social o estadística.



- Informàtica: domini de solucions analítiques com Matomo/Plausible, Facebook Insights, Twitter Analytics, Google Analytics, Metricool o similars, agregadors/visualitzadors de dades i fulls de càlculs a nivell usuari avançat.
- Altres coneixements: solucions TIC d'analítica web, visualització de dades, SEO, màrqueting, test d'usuaris, dades obertes, estadística, matemàtica, comerç electrònic i metodologia d'investigació.
- Idiomes: domini de català, castellà i anglès.
- Experiència mínima de 5 anys en llocs similars.

Expert/a en visualització de dades i reporting (1 persona amb una dedicació estimada de 600 hores anuals).

Funcions:

- Aportar experiència i coherència en la visualització dels resultats parcials o finals obtinguts per l'analítica digital pel que fa referència a la definició conceptual del projecte de quadre de comandament en el seu estat actual d'implantació i/o de noves necessitats que puguin sorgir.
- Assessorar en la visualització de la integració de noves fonts de dades al projecte de quadre de comandament.
- Proposar a la DC noves maneres de visualització de les dades obtingudes en diferents formats i/o repositoris de fonts i llibreries de dades, i plantilles gràfiques.

Perfil professional:

- Formació mínima: grau universitari (anteriorment diplomatures o llicenciatures) en qualsevol àmbit.
- Formació complementària en disseny gràfic d'infografies, quadres de comandaments interactius i presentacions de dades.
- Idiomes: domini de català i castellà.
- Experiència mínima de 3 anys en llocs similars.

Enginyer/a de Dades/Business Intelligence (BI) Manager per garantir la qualitat de les dades i els seus processos d'extracció, càrrega i interpretació (1 persona amb una dedicació estimada de 600 hores anuals).

Funcions:

- Disseny de sistemes i models per a la gestió de gran quantitat d'informació expressada en diferents formats.
- Desenvolupament i co-creació de bases de dades (BBDD).
- Desenvolupament i millora de les estratègies de millora i arquitectura de dades.
- Garantir la qualitat de les dades.
- Treball conjunt amb els analistes de dades per a l'optimització dels processos d'explotació de dades.
- Garantir l'assoliment dels processos (*Extract, Transform and Load*).



Perfil professional:

- Formació mínima: grau universitari (anteriorment diplomatures o llicenciatures) en qualsevol àmbit.
- Formació complementària en analítica de dades, *Big Data* i *Data Warehouse-Data Mining*.
- Idiomes: domini de català i castellà.
- Experiència mínima de fins a 2 anys en lloc similars.

Analista SEO per a la gestió d'indicadors del canal web (**1 persona amb una dedicació estimada de 600 hores anuals**).

Funcions:

- Anàlisi del procés de conversions on-line.
- Anàlisi de la procedència del tràfic web el tràfic web, (*homes*, les *landing* de servei, les fitxes de producte.
- Detecció de noves oportunitats amb referència a paraules clau.
- Creació i optimització de continguts, fet que suposarà optimitzar els *copies* de les *landing pages* a nivell SEO, conjuntament amb les *metatag*, els *headers* i les imatges, entre d'altres elements.
- Implementar accions que contribueixin a la optimització de les velocitats de càrrega de la web.
- Estudi i millora continua de la indexació de continguts perquè els principals motors de cerca, per exemple, Google, mostrin els nostres continguts en els resultats de cerca.
- Proposta d'accions, si és el cas, de *link building*.
- Cura del patró d'enllaços interns del web.
- Suport en el procés d'eliminació de possibles continguts duplicats als webs.

Perfil professional:

- Formació mínima: grau universitari (anteriorment diplomatures o llicenciatures) en qualsevol àmbit.
- Formació complementària en analítica web/app, màrqueting o estadística.
- Altres coneixements: SEO, test d'usuaris, *funnels* de conversió, *tags* de seguiment i campanyes de pagament.
- Idiomes: domini de català i castellà.
- Experiència mínima de 5 anys en llocs similars.

Consultor/a CRM per a la gestió d'indicadors del canal push (butlletins i missatgeria instantània) i la formulació de propostes de campanyes CRM (**1 persona amb una dedicació estimada de 600 hores anuals**).

Funcions:

- Gestionar el model analític del canal push: comptes, perfils, inventaris, repositoris, crides de seguiment, etc., a nivell e-mail.
- Establir i adequar els indicadors de comunicació de cada campanya i objectius al canal push.



- Operar les eines analítiques necessàries per generar els informes, vistes i plantilles de canal regulars o ad hoc que es fixin segons programació.
- Assessorar l'optimització de l'estratègia, disseny i *content plan* per butlletins i missatgeria instantània, en suport als equips responsables.
- Fixar indicadors transversals de canal a nivell funcional i de ciutat a partir dels indicadors disponibles i extreure'n conclusions.
- Donar suport a la configuració, seguiment i anàlisis de UTM de seguiment de campanya.
- Garantir el correcte funcionament de les plataformes analítiques corresponents en col·laboració amb l'equip tècnic de canals digitals de l'IMI, que inclou la OSAM.
- Gestió d'incidències detectades en aquest àmbit i suport a les incidències de reputació en l'enviament.
- Supervisar i facilitar la integració de les dades del canal push en el projecte de quadre de comandaments.
- Assessorar tècnicament cercant la qualitat, l'estabilitat i la innovació en el canal push.
- Preveure possibles necessitats funcionals i tècniques del canal push així com millores evolutives.
- Generar materials i guies de suport específiques del canal així com facilitar la formació dels equips de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.
- Donar suport al cap de projecte en tot allò referit al canal push.

Perfil professional:

- Formació mínima: Grau universitari (anteriorment diplomatures o llicenciatures) en qualsevol àmbit.
- Formació complementària en analítica digital, màrqueting o estadística.
- Informàtica: domini de solucions analítiques aplicades a *l'email marketing*, agregadors/visualitzadors de dades i fulls de càlculs a nivell usuari avançat.
- Altres coneixements: analítica web, gestió de bases de dades, segmentació de bases de dades, eines d'enviament massiu de correu.
- Idiomes: domini de català (c1) i castellà.
- Experiència mínima de fins a 2 anys en llocs similars.

6.- RECURSOS TÈCNICS

Per a la prestació del servei objecte del contracte, l'empresa adjudicatària haurà de disposar, com a mínim, dels següents recursos tècnics:

- Ordinador portàtil amb connexió a internet per a totes les posicions de l'oficina tècnica.
- Telefonía: línia telefònica per a totes les persones de l'oficina tècnica.
- Correu electrònic de l'empresa per a totes les posicions de l'oficina tècnica.



- Plataforma de comunicació, tipus Slack, per a la gestió i comunicació diària entre els interlocutors del projecte.

El cost dels recursos tècnics mencionats anteriorment anirà a càrrec de l'empresa adjudicatària.

7.- METODOLOGIA DE TREBALL

La DC assignarà un cap de projecte de l'Ajuntament de Barcelona per la direcció i seguiment del servei. Tanmateix, l'empresa adjudicatària treballarà conjuntament amb la DC, la Direcció de Serveis de Comunicació Digital, la Direcció de Serveis Publicitaris, l'Oficina Municipal de Dades i l'IMI de l'Ajuntament de Barcelona i els referents que aquests indiquin en cada moment.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar una memòria mensual dels serveis realitzats, que incorporarà els informes indicats a l'apartat 3 d'aquest plec amb la informació acumulada per a tot el contracte, així com un apartat d'incidències dels serveis més rellevants, propostes de millora dels serveis i conclusions. Aquesta memòria es presentarà en català, en suport electrònic tramès via correu electrònic en la periodicitat acordada.

Els informes i presentacions de dades han de seguir la Guia d'estils fixada per l'Oficina Municipal de Dades, la qual es facilitarà a l'empresa adjudicatària en el moment de l'inici del contracte.

Pel que fa al personal adscrit al contracte, aquest serà l'adequat per a l'execució del servei i l'empresa adjudicatària n'assegurarà la seva estabilitat mentre estigui vigent el contracte. En cas de calgués canviar a alguna persona de l'oficina tècnica, caldrà comunicar-ho prèviament a la DC. Les noves persones compliran amb tots els requisits del perfil que hagin d'executar.

8.- CONDICIONS GENERALS DE LA PRESTACIÓ DEL SERVEI

8.1 Lloc d'execució del contracte

El contracte s'executarà a les dependències de l'empresa adjudicatària o a on aquesta determini. Les instal·lacions hauran de complir amb tots els requisits estipulats per la normativa vigent. Els tècnics es desplaçaran a dependències municipals, a requeriment de l'Ajuntament de Barcelona, per assistir-hi a reunions setmanals i/o a demanda. En tots els casos les dietes i despeses de desplaçament aniran a càrrec de l'empresa adjudicatària.

8.2 Horari de prestació del servei



El servei es durà a terme de dilluns a divendres de 9 a 18 hores. L'empresa adjudicatària podrà organitzar l'horari que consideri més convenient per a la bona execució del servei tenint en compte els objectius i fites que es fixin amb l'Ajuntament de Barcelona i procurant la conciliació laboral i familiar.

8.3 Retorn del servei

Li correspon a l'empresa adjudicatària elaborar, almenys tres mesos abans del termini de finalització del contracte, el pla de devolució del servei sobre el conjunt dels treballs previstos en el plec per si es produís un canvi d'empresa adjudicatària.

El disseny d'aquest pla és una obligació inherent al contracte i per tant no comportarà cap càrrec addicional. Caldrà presentar també una planificació de les tasques a dur a terme indicant-ne el temps de desenvolupament.

L'execució del pla de devolució per part de l'empresa adjudicatària del servei no es pot allargar més de 20 dies laborals.