

Výzva k podání nabídky na realizaci měření návštěvnosti českého internetu

1. Úvodní informace

Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR) je profesní asociací firem působících v oblasti internetové reklamy v ČR. Tvoří ho aktuálně 36 členů z řad největších poskytovatelů reklamního prostoru a zadavatelů internetové reklamy.

Jedním z hlavních cílů SPIR je zajištění nezávislého auditovaného měření návštěvnosti českého internetu (NetMonitor) a poskytování spolehlivých dat pro reklamní plánování na tomto mediatypu trhu (inzerentům, mediálními agenturám, internetovým médiím a dalším zainteresovaným stranám).

SPIR prostřednictvím tohoto dokumentu oslovuje zájemce o realizaci další vlny měření k podání nabídek a definuje své základní požadavky a parametry projektu. Nová vlna projektu bude 5letá s možností prodloužení na základě opce a bude termínově navazovat na současnou vlnu.

1.1. Identifikační údaje zadavatele

Název: Sdružení pro internetový rozvoj v ČR, z.s.p.o. (SPIR)

Sídlo: Panská 854/2, (prostory coworking centra WorkLounge, 5. patro), 110 00 Praha 1

IČO: 701 080 05, **DIČ:** CZ701 080 05

Bankovní spojení: Raiffeisenbank, č.ú.: 375076001/5500

Kontakt: Tereza Tůmová (tereza.tumova@spir.cz) výkonná ředitelka, Petr Kolář (petr.kolar@spir.cz) analytik.

WWW: <https://www.spir.cz>

1.2. Základní informace o trhu a současném způsobu měření návštěvnosti

NetMonitor je rozsáhlý výzkumný projekt poskytující informace o návštěvnosti českého internetu (českých médií zapojených do měření) a sociodemografickém profilu jeho návštěvníků v České republice. Aktuálním realizátorem měření je společnost Gemius. Výzkum je prováděn tzv. hybridním přístupem – měřením jak na straně měřeného serveru pomocí měřících skriptů (site-centric), tak na straně uživatele pomocí doplňku prohlížeče nebo lokální aplikace instalované na počítače členů panelu (user-centric). Rekrutace do panelu probíhá on-line pomocí dotazníků zobrazovaných vzorku návštěvníků měřených stránek.

Oporou NetMonitoru je strukturální zaváděcí výzkum realizovaný na reprezentativním vzorku českých internetových uživatelů. Cílovou skupinou je populace ČR ve věku 10+.

Měření sestává z modulů měření webové návštěvnosti, měření návštěvnosti multimediálního (streamovaného) obsahu (videopřehrávače) a měření návštěvnosti mobilních aplikací.

Data jsou reportována po samostatných platformách za návštěvnost z počítačů, mobilních telefonů a tabletů nebo souhrnně za všechny platformy dohromady. Návštěvnost z počítačů je dále možné rozpadnout na přístupy z domova a z práce. Návštěvnost českých médií zapojených do měření je dále možné dělit podle zdroje návštěvnosti (odkud návštěvníci přistupují) - z ČR, ze zahraničí, z ČR+zahraníčí.

Produkce oficiálních dat návštěvnosti a sociodemografie je měsíční/týdenní/denní, druhý den po skončení měřeného období. Zapojená média, odběratelé dat a veřejnost mají zároveň přístup k denním přehledovým datům v on-line aplikaci. Data jsou dostupná v podrobnosti měsíční, týdenní a denní, ve struktuře provozovatelé – měřená média - sekce a podsekce médií - obsahové kategorie – agregáty (packy). Kromě toho mají média k dispozici nástroj na webovou a streamovou analytiku s možnostmi analýz zdrojů a cest návštěvnosti.

Obchodní podmínky prodeje dat určuje zadavatel. Více informací o aktuální metodice, podobě výstupů a prezentovaných dat je dostupných na stránkách projektu: <https://www.spir.cz/projekty/netmonitor/>

Velikost internetové populace ČR 10+	8,4 mil.
Penetrace internetu 10+	85 %
Počet měřených webů	cca 350
Počet měřených stream přehrávačů	cca 15
Počet PVs / měsíc (site-centric)	6 mld.
Počet Stream Views / měsíc (site-centric)	0,5 mld.

Údaje k 12/2023

2. Zadání poptávaného řešení (cíle, požadavky)

2.1 Cíle projektu, očekávání

Hlavním cílem NetMonitoru je dodávka nezávislých multiplatformních/multiscreen kvantitativních a volitelně kvalitativních dat o návštěvnosti českých internetových médií. Měřena jsou zapojená, spolupracující média, která se spolu s odběrateli dat podílí na financování projektu.

Poptávané řešení má navázat na současné řešení NetMonitoru. Nemusí nutně ve všem naplňovat současný rozsah řešení, a naopak může nabídnout přesah (viz kapitola 2.2 s podrobnějším popisem), avšak v rámci cenového limitu řešení (viz kapitola 7 cenová nabídka).

Data budou sloužit jako jednotná měna, budou dávat informaci o velikosti a struktuře návštěvnosti internetových médií a budou využitelná pro plánování reklamních kampaní na internetu.

Podmínkou všech řešení je použití takové metody, která zajistí měření i webů s nižší návštěvností a bez cookies 3. stran.

2.2 Povinné požadavky

Níže následuje podrobný přehled povinných požadavků na měření. Požadavky jsou sepsány strukturovaně podle různých pohledů na měření, aby byla co nejlepší představa o minimálních očekávání zadavatele od měření.

Návštěvnost čeho se má měřit?

- provozovatelé a jejich služby (obsah)

Kdo se může do měření zapojit?

- provozovatelé, kteří budou mít se SPIR smlouvu a nasadí na svůj měřený obsah měřicí skripty

Druhy měřeného obsahu?

- web

- včetně single page aplikací (SPA)
- **streamovaný audio-video obsah**
 - audio/video přehrávače v rámci webových stránek

Sledované platformy, možnost rozpadu dat Cross-device (=cross-platform, multiscreen)?

- **Total – agregovaná návštěvnost za všechny platformy dohromady**
- **PC (desktop)**
- **mobile phones (mobile devices)**
- tablets – buď samostatně nebo sloučeně s mobile devices nebo s desktop

Metrika počtu uživatelů a jejich deduplikace (RU = real users)

Hlavní metrikou návštěvnosti je deduplikovaný počet návštěvníků – Reálných Uživatelů (RU), skutečných lidí – odkudkoliv navštěvující webové stránky a audio-video streamovaný obsah (přehrávače), případně mobilní aplikace a další druhy online obsahu (HbbTV/OTT aplikace, DOOH).

- **deduplikace uživatelů**
 - v rámci 1 platformy
 - v rámci více platform
 - v rámci více druhů obsahu (např. web + mobile app)
- **určení překryvu a duplicitních RU mezi měřenými uzly**
- **určení překryvu RU mezi platformami (Total RU)**
- **určení překryvu RU mezi různými druhy měřeného obsahu (web+streaming+další)**

Měřené metriky:

- **RU (Real Users), reach**
- **PV, StreamViews**
- **TTS, ATS (strávený čas na stránce)**
- **Visits**

Geolokace uživatelů (RU)

Data o návštěvnosti českých zapojených médií půjdou rozpadnout podle zdroje návštěvnosti, tedy na návštěvnost uživatelů v ČR, uživatelů ze zahraničí nebo za součet návštěvnosti všech uživatelů z ČR i ze zahraničí

- **RU z ČR**
- **RU ze zahraničí**
- **RU z ČR + zahraničí**

Členění dat (hlavní stromová struktura provozovatelů a médií):

- **Provozovatelé (1. úroveň)**
 - **Web (2. úroveň)**
 - **sekce webu (3. úroveň)**
 - **podsekce webu (4. úroveň)**
 - **Stream služba (video / audio) (2. úroveň)**
 - **sekce stream služby (3. úroveň)**
 - případně další volitelné druhy obsahu (viz. 2.3)

Provozovatel má možnost měřit obsah pod sebou od 2. úrovně (včetně) i neveřejně, tj. data vidí jen on sám.

Odvozené stromové struktury:

- **Packý – libovolné balíčky služeb (jejich vznik podléhá pravidlům)**
- **Obsahové kategorie (zařazení do obsahových kategorií podléhá pravidlům)**

Časová struktura dat, frekvence publikování kvantitativních dat

- agregovaná deduplikovaná data

- časové báze dat: **měsíční, týdenní, denní**
- **publikace druhý den po ukončení měřené kalendářní jednotky jsou k dispozici denní data, týdenní data a měsíční data**

Čištění dat

- **Filtrování neuzivatelské návštěvnosti**
- **Filtrování podvodných způsobů navýšování návštěvnosti**

Rozhraní pro prezentování dat a správu měření

- **rozhraní pro zapojené provozovatele pro správu měření** - např. správa site-centric měřících kódů, správa sekcí, podsekcí
- **veřejné rozhraní pro prezentaci agregovaných deduplikovaných dat pro širokou veřejnost (omezený rozsah všech dostupných dat)**
- **privátní rozhraní pro prezentaci agregovaných deduplikovaných dat pro platící odběratele (plný rozsah dostupných dat nebo odpovídající zvolenému plánu-přístupové roli)**
 - možnost granularity zobrazení různých typů dat podle přiřazené přístupové role, role definuje zadavatel
- **přístup pro strojové vyčítání dat (API) - povinné**
 - množství přístupných dat přes API bude v závislosti na přístupové roli uživatele

Vlastnictví dat

Všechna hrubá naměřená data i výstupní agregovaná data budou vlastnictvím zadavatele a zadavatel je oprávněn s daty nadále obchodně či marketingově zacházet a poskytovat je třetím stranám.

Exkluzivita měření

Projekt měření návštěvnosti českého internetu má exkluzivní povahu. Realizátor nesmí po dobu trvání projektu vykonávat v České republice v principu obdobnou činnost, zpracovávat stejný typ projektu nebo nabízet produkt, který by byl srovnatelný s projektem pro jiného klienta než zadavatele s výjimkou případů zadavatelem odsouhlasených.

2.3 Nepovinné požadavky

Návštěvnost, čeho se má měřit?

Měření kromě měření celých provozovatelů a jejich služeb (obsahu) může nabízet i měření:

- Reklamní sítě – volitelně
- Reklamní kampaně – volitelně

Kdo se může do měření zapojit?

Kromě zapojených provozovatelů se smlouvou a jejich měřeným oskriptovaným obsahem mohou být v měření i tzv. neoskriptovaná média nezapojených provozovatelů. Tato neoskriptovaná média mohou být skrytě měřena přes user-centric pohled, jakékoliv použití těchto dat určuje SPIR.

Druhy měřeného obsahu?

- mobilní aplikace – volitelně
 - včetně streamovaného audio-video obsahu v rámci mobilních aplikací
- HbbTV / OTT aplikace – volitelně
 - včetně streamovaného audio-video obsahu v rámci HbbTV / OTT aplikací

Sledované platformy, možnost rozpadu dat Cross-device (=cross-platform, multiscreen)?

- PC (desktop) - rozpad podle přístupů z domova nebo z práce:
 - PC home – přístupy z PC z domova - volitelně
 - PC work – přístupy z PC z práce - volitelně
- connected TV (smart TV) - volitelně

Sociodemografie/kvalitativní data o návštěvnicích

Deklarovaná sociodemografie internetových uživatelů v rámci panelu případně behaviorální na základě jejich chování. Informace o uživatelích může být doplněna o spotřebitelské chování, pokud je informace k dispozici. Frekvence kvalitativních dat – volitelně, může být méně často, např. na měsíční bázi.

Měřené metriky

- Afinita – volitelně (v případě měření sociodemografie)
- HbbTV / OTT související metriky a členění – volitelně

Časová struktura dat, frekvence publikování dat

- agregovaná deduplikovaná data
 - zobrazení dat přes období přesahující rámec kalendářních měsíců, týdnů, dnů – volitelně
 - zobrazení dat i v rámci dne (hodinová báze), pouze pro privátní zobrazení – volitelně

Zaváděcí průzkum?

- použití současného zaváděcího průzkumu (SEKV) - volitelně (preferovaně)
- použití vlastního zaváděcí průzkumu – volitelně

Rozhraní pro prezentování dat a správu měření

- pokročilejší rozhraní pro analýzu site-centric dat (webanalytika) - volitelně
- pokročilejší SW pro analýzu a plánování – volitelně

Další využití a monetizace projektu

- využití pro post-buy analýzy – volitelně
- jakékoliv další využití dat nebo možnost napojení na další mediální data, která pomohou dále přispívat k monetizaci projektu jsou vítána – volitelně

2.4 Další požadavky

Cílová skupina uživatelů

Uchazeč navrhne co největší cílovou skupinu uživatelů s ohledem na navrženou metodiku měření, použitý panel (v případě že je součástí řešení) a případně další legislativní okolnosti. Zadavatel preferuje nezmenšování aktuální cílové skupiny uživatelů 10+.

Panel, vlastnictví panelu, exkluzivita využití panelu

V případě využití panelu uchazeč navrhne vhodnou velikost panelu a popíše vlastnosti panelu. Možnost využití stávajícího panelu uchazeče (je-li k dispozici) bude specifikováno v nabídce. V případě budování nového panelu preferujeme jeho vlastnictví SPIR. V případě neexkluzivního panelu nebo jeho neexkluzivního využití uchazeč uvede, jakými mechanismy zajistí objektivitu měření a jeho neovlivnitelnosti, resp. jeho vychýlení záměrného i nezáměrného.

Realizátor nesmí bez souhlasu zadavatele využívat panel (v případě nevyužití stávajícího panelu zadavatele) a měřicí skripty vkládané do stránek a objektů médií k jiným účelům, než je předmět tohoto výběrového řízení.

Umožnění kontroly měření

SPIR předpokládá na vyžádání umožnění přístupu k databázím dat a všem mechanismům měření, bude-li to třeba z důvodu kontroly správnosti měření a k ověření správnosti měření. Uchazeč vyvine součinnost při takovéto kontrole.

Zahájení a souběh měření

Nový realizátor začne s měřením ještě před koncem současné vlny projektu. Předpokládá se paralelní produkce dat s neveřejnou publikací výstupů pro správné nastavení parametrů projektu po dobu 3 měsíců. Během tohoto testovacího období je možné dílčím způsobem vylepšovat parametry měření do ostrého startu (např. rozšiřováním panelu). Při přechodu na nové měření předpokládá SPIR jediný datový „šev“.

Klientský servis

Za součást realizace projektu považuje SPIR kvalitní klientský servis, schopný řešit otázky širokého spektra metodických i technických problémů lokálně (včetně umístování měřících skriptů, získávání, využívání a uchovávání souhlasů v souladu se Zákonem o elektronické komunikaci (ZEK), zavádění měření aplikací, funkčnost prezentačních platforem, přidělování přístupů, komunikace s vývojáři, školení u klientů na vyžádání apod.). Očekáváme také proaktivitu s ohledem na technologické výzvy, které se během období výzkumu vyskytnou. SPIR bude prostřednictvím svých komisí a pracovních skupin spolupracovat s realizátorem na průběžném zkvalitňování měření.

SLA (Service-Level Agreement)

Základem spolupráce zadavatele a realizátora bude dohoda Service level agreement (SLA) definující rozsah a úroveň poskytovaných služeb. V této dohodě budou ošetřena pravidla komunikace zadavatele s realizátorem, garantovaná dostupnost pracovníků realizátora, způsob průběžného informování o stavu projektu apod. Uchazeči v nabídkách předloží svůj návrh SLA, který bude zohledňovat:

- rozsah a garance pro ukládání, dostupnost a dodávku dat,
- funkčnost měřících skriptů, analytických SW atd.,
- popis prostředků a přesný návod na získávání, předávání a uchovávání souhlasů uživatelů dle ZEK
- minimální velikost panelu, návrh sankcí za nedodržení minimální velikosti panelu
- účast zástupce/ů realizátora na zasedání komisí a pracovních skupin SPIR (cca 4x za měsíc) včetně včasného zaslání podkladů,
- informování o stavu projektu, např. v podobě pravidelných písemných reportů a osobních schůzek, podíl na PR prezentacích,
- dostupnost a pohotovost pracovníků realizátora v případě řešení problémů, možnost day-to-day komunikace, garantované reakční doby,
- informování o problémech, plánovaných změnách atd. s dostatečným předstihem, včasné upozornění při nefunkčnosti aplikací apod.,
- příprava podkladů k fakturaci s podklady na pravidelné bázi

Subdodavatelé

Realizátor může pověřit částí projektu svého subdodavatele, ale má přitom odpovědnost, jako by tuto část realizoval sám (včetně plnění závazku exkluzivity tímto subdodavatelem). Zadavatel požaduje, aby uchazeč v nabídce specifikoval části projektu, které má v úmyslu zadat jednomu či více subdodavatelům. Komunikace ze strany SPIR bude probíhat s hlavním realizátorem, který bude zodpovídat za celý projekt tak, jak bude stanoveno v SLA a smlouvě. Uchazeči, kteří budou část projektu realizovat prostřednictvím subdodavatele, uvedou v nabídce jeho identifikační a kontaktní údaje, přiloží jeho reference a závazné písemné prohlášení subdodavatele o budoucí spolupráci.

Závaznost nabídky, soulad s legislativou

Uchazeč vítězné nabídky bude nabídkou vázán pro realizaci projektu. Případné následné úpravy řešení jsou možné po odsouhlasení SPIR.

SPIR požaduje, aby realizace projektu byla v souladu s českým právním řádem včetně ochrany osobních údajů. Případné spory mezi zadavatelem a realizátorem budou řešeny v České republice.

Uchazeči v nabídkách specifikují, zda je jejich řešení v souladu s evropskými normami na zacházení s osobními údaji v digitálním prostředí. Zároveň uvedou možné komplikace v případě přísnější regulace v online prostředí a jak budou na případné změny reagovat.

Vyhrazení práv zadavatele:

Zadavatel si vyhrazuje právo:

- Doplnit či změnit text výzvy a podmínky výběrového řízení

- Změnit uvedené termíny výběrového řízení
- Zrušit výběrové řízení bez udání důvodu
- Odmítnout všechny předložené nabídky
- Vyžádat si dodatečné informace a doplnění k předloženým nabídkám
- Ověřit údaje uvedené dodavatelem v nabídce.
- Jednat o konečné podobě projektu a znění smlouvy s uchazečem/uchazeči s nejvhodnějšími nabídkami.
- Nehradit náklady, které uchazeči vynaloží na účast v tomto výběrovém řízení.
- Nevracet podané nabídky

3. Předpokládaný harmonogram

Datum zveřejnění výzvy (DZ): 22. 4. 2024.

Datum doručení nabídek zadavateli (DD): 6 týdnů od zveřejnění, tj. 3. 6. 2024.

DD+3 měsíce max (MM)	Hodnocení písemných nabídek
DD+4 MM	Prezentace uchazečů (rozsah 1h prezentace a 30 min. diskuse/dotazy)
DD+5 MM	Upřesnění zadání ze strany SPIR, doplňující dotazy na uchazeče
DD+6 MM	Druhé kolo hodnocení, vyhlášení vítěze výběrového řízení

Pro zajištění kontinuity se stávajícím měřením předpokládá SPIR maximálně 12měsíční přípravné období před zahájením ostrého fungování produkce dat.

Uchazeči v nabídkách předloží očekávaný harmonogram příprav na realizaci projektu

- vybudování panelu (bude-li součástí řešení)
- skriptování médií
- dodání testačních výsledků

Součástí bude popis jednotlivých kroků implementace a popis očekávané spolupráce ze strany SPIR (např. umístění skriptů, kontrola dat atp.).

SPIR v průběhu přípravy zajistí uchazeči odpovídající součinnost. V průběhu přípravy mohou uchazeči vznášet své dotazy k nabídce do 30 dnů od vyhlášení tendru na zástupce zadavatele (adresa tereza.tumova@spir.cz, petr.kolar@spir.cz).

SPIR si vyhrazuje právo vstoupit s uchazečem do detailnějších vyjednávání v průběhu celého trvání výběrového řízení.

4. Požadavky na podobu a dodání nabídek

Uchazeči v nabídkách dále představí:

- Organizaci, lokální kancelář a projektový tým (projektoví manažeři, statistici, analytici, metodici apod.). Pokud uchazeč nemá lokální kancelář, popíše ustanovení a chod této kanceláře a její plánované personální obsazení.
- Popis zkušeností uchazeče s obdobnými projekty, referenční zakázky, včetně kontaktů na osoby, které mohou dát reference/doporučení.
- Informaci, zda řešení je nebo bylo uplatněno v ČR nebo zahraničí. Pokud ano, popsat příklady použití a umožnit testovací přístup k výstupům.
- Dodržování profesních a etických standardů (členství v prof. organizacích)

Nabídky, případné ústní prezentace a znění smlouvy budou v českém jazyce.

Uchazeči doručí nabídky v elektronické podobě v uvedeném termínu, tedy nejpozději dne 3. 6. 2024, na adresy kontaktních osob: tereza.tumova@spir.cz, petr.kolar@spir.cz.

E-mail obsahující nabídku v příloze bude v předmětu zprávy označen „Monitoring návštěvnosti internetu v ČR“. Zadavatel potvrdí přijetí nabídky elektronicky na e-mailovou adresu uchazeče, ze které byla nabídka zaslána.

5. Způsob hodnocení nabídek

Nabídky budou hodnoceny pověřenou pracovní skupinou, která doporučí nejvhodnější nabídku/y Výkonné radě SPIR.

Hodnocení bude dvoukolové, v prvním kole budou hodnoceny elektronické nabídky, ve druhém osobní prezentace a reakce na doplňující dotazy.

S vítězem výběrového řízení bude zahájeno jednání o smlouvě. Nebude-li s vybraným uchazečem dosaženo dohody, bude osloven další uchazeč v pořadí.

6. Cenová nabídka

Nabídková cena bude uvedena bez DPH a bude rozepsána co nejvíce strukturovaně, minimálně v rozdělení na povinnou část (kapitola 2.2) a volitelné části (kapitola 2.3) řešení.

Návrhy na variantní nabídky jsou vítány.

Zadavatel připouští jiné členění ceny v případě, že struktura nabídky takového členění neumožňuje.

Předpokladem k akceptaci nabídky je, aby alespoň jedno z uchazečem nabízených řešení nepřesahovalo v součtu částku 10 mil. Kč / rok bez DPH.