

Vysvětlení zadávací dokumentace k veřejné zakázce č. j. MR33/2025.

Na základě žádosti dodavatele Český rozhlas jako zadavatel tímto poskytuje odpověď na dotaz k veřejné zakázce č. j. MR33/2025 s názvem: „Rozvoj a údržba platformy pro analytiku poslechovosti v online produktech Českého rozhlasu“ doručené dne 03. 02. 2026 prostřednictvím e-mailu.

Dotaz dodavatele:

Jak je architektura sběru dat do BigQuery z jednotlivých systémů a platform postavená. Tzn. jak přesně data do BQ tečou. Jedná se o přímé napojení přes API? Pokud ano:

- Kde se spouští a o jaký jazyk se jedná?
- Kdo ho udržuje, kontroluje atp.?

Nebo jsou ze systémů stahovaná pomocí nějakého ETL nástroje typu Keboola? Je to nějak úplně jinak?

Předem moc děkuji za odpověď.

Odpověď zadavatele:

Zadavatel uvádí, že BigQuery má nyní 3 hlavní zdroje dat:

1. Data z GA4: využíváme standardní napojení GA4 na BQ. Rovněž pomocí scheduled query v BQ odléváme intraday data, abychom se vyhnuli některým nevýhodám spojeným s faktem, že nevyužíváme placenou verzi GA4.

2. “Zerotracking” měření událostí audio přehrávače. Jelikož jsou pro nás data o ondemand poslechovosti naprosto zásadní, tak zde nechceme být závislí jen na GA4. Zároveň toto měření nijak nepodléhá consentu v cookie liště, neboť zde cookies nepotřebujeme. Jedná se o jednoduché eventy: počty spuštění bez vazby na uživatele (proto “zero-tracking”). Funguje to tak, že GTM posílá eventy requestem na Pub/Sub v Google Cloud Platform. Cloud funkce (skripty v node. je v20) data průběžně čte a zapisuje do BigQuery.

3. Spotify: cloud funkce (node.js) zavolá Spotify Data API a statistiky ukládá do BigQuery.

Zadavatel dále uvádí, že Keboolu aktuálně nepoužíváme.

Dodavatel může využívat stávající napojení tak, jak je nyní nastavené, ale je zodpovědný za jeho údržbu a za úpravy, pokud by byly nutné a to tak, že pokud v této integraci něco přestane fungovat, dodavatel bude tím subjektem, který je povinen situaci rychle vyřešit.

Pro zadavatele je klíčové mít v BQ úplná data z audiopřehrávače a na dodavateli bude, aby toto zajistil. Dodavatel tedy neřeší jen reporting dat, ale i jejich řádný sběr.

Dodavatel musí umět zajistit i následný rozvoj. Pokud se například rozhodneme využívat YouTube API a budeme chtít data o konzumaci svých YouTube kanálů dostávat do BigQuery, dodavatel to musí umět zařídit (přirozeně jen v tom rozsahu, které samotné API umožňuje).

V Praze dne 04. 02. 2026

S pozdravem

Jiří Kramář
Oddělení veřejných zakázek
Český rozhlas