

MEMÒRIA DE LA GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS DE LA FIRA DEL LLIBRE DE MUNTANYA 2018

Valentí Zapater

INTRODUCCIÓ

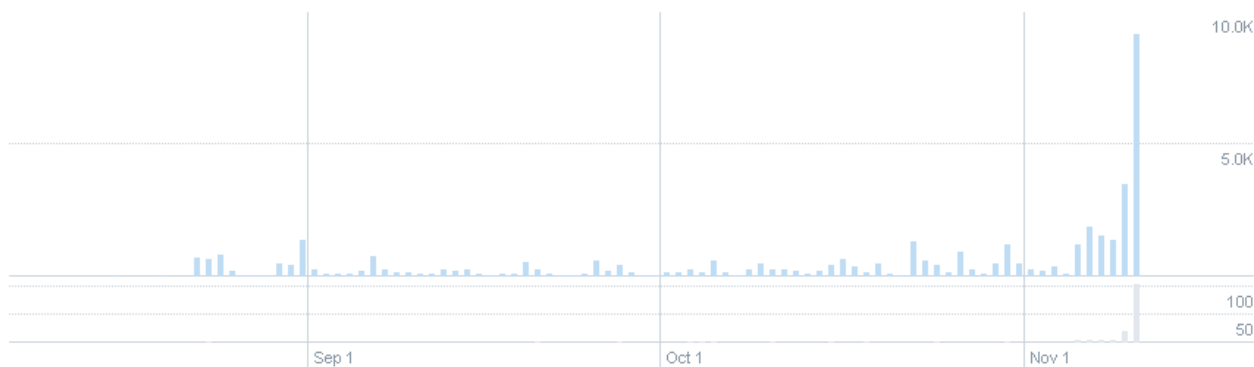
La gestió de les xarxes socials (XXSS), Facebook (FB) i Twitter (TW), de la Fira del Llibre de Muntanya per part de Valentí Zapater va començar el 7 d'agost d'enguany. Les primeres gestions que es van fer van ser les relacionades amb la millora de la configuració i imatge:

- tria d'imatges adequades a les portades, incloent-hi el logo de l'Associació Cultural del Llibre de Muntanya (ACLM)
- descriure qui som i què fem, amb les paraules clau adequades i l'enllaç correcte a la nostra pàgina web

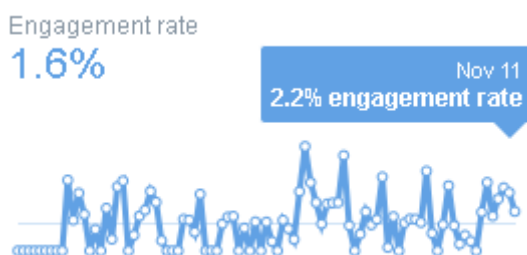
TWITTER: ANÀLISI PERÍODE 13/08 - 11/11 SEGONS TWITTER ANALYTICS

Seguidament passo a analitzar l'activitat a Twitter durant 91 dies, del 13 d'agost a l'11 de novembre de 2018, comparant-la amb 91 dies equivalents de l'any passat (del 7 d'agost al 5 de novembre de 2017).

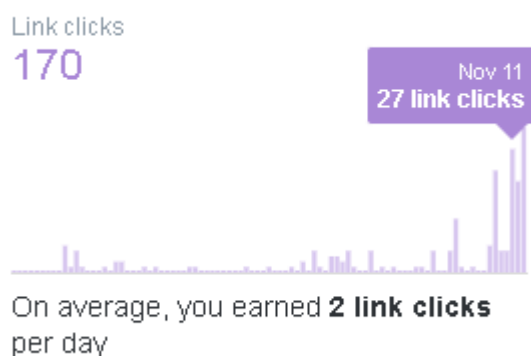
Your Tweets earned **43.2K impressions** over this **91 day** period



Durant aquest 91 dies s'han fet 54600 impressions (número de vegades que s'han vist les nostres piulades a tw). L'any passat en van ser 19300.



La taxa d'interès durant el mateix període ha estat del 1,6 %, amb un pic de 5,9 el 4 d'octubre. L'any passat va ser del 0,4 %, amb un pic del 16,7 % el 20 d'agost.



S'ha clicat 170 vegades als enllaços de les piulades, amb un promig de 2 clics per dia i un màxim de 27 l'11 de novembre. Sempre que ha sigut possible, els enllaços han sigut a la web, en funció del contingut disponible i la seva renovació. L'any passat es va clicar 33 vegades, amb un promig inferior a 1 vegada per dia i un màxim de 20 el 4 de novembre.

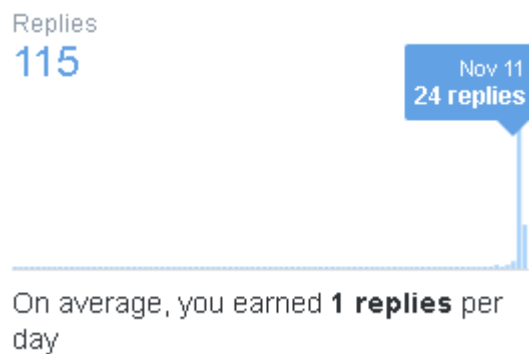


Hem obtingut 234 repiulades, amb un promig de 3 per dia i un màxim de 44 l'11 de novembre. L'any passat van haver 103 repiulades, un promig d'1 per dia i un màxim de 40 el 4 de novembre.



Hem assolit 406 agradaments, amb un promig de 4 per dia i un màxim de 83, l'11 de novembre.

L'any passat es va arribar a 152 agradaments, amb un promig de 2 per dia i un màxim de 63 el 5 de novembre.



Enguany hem arribat a 115 respostes, amb un promig d'una per dia i un màxim de 79 el 10 de novembre. L'any passat van haver 3 respostes, amb un promig inferior a una per dia i un màxim de 2 el 4 de novembre.

Pel que fa al número de seguidors, ha augmentat en 44 durant la mateixa etapa. Per comparar-ho amb l'any passat podem agafar l'increment d'agost a octubre, ambdós mesos inclosos. Enguany l'increment ha estat de 40 i l'any passat de 22 seguidors. En aquest aspecte s'ha tingut cura de tots els seguidors, donant les gràcies als nous i seguint a una part dels antics que no se seguien.

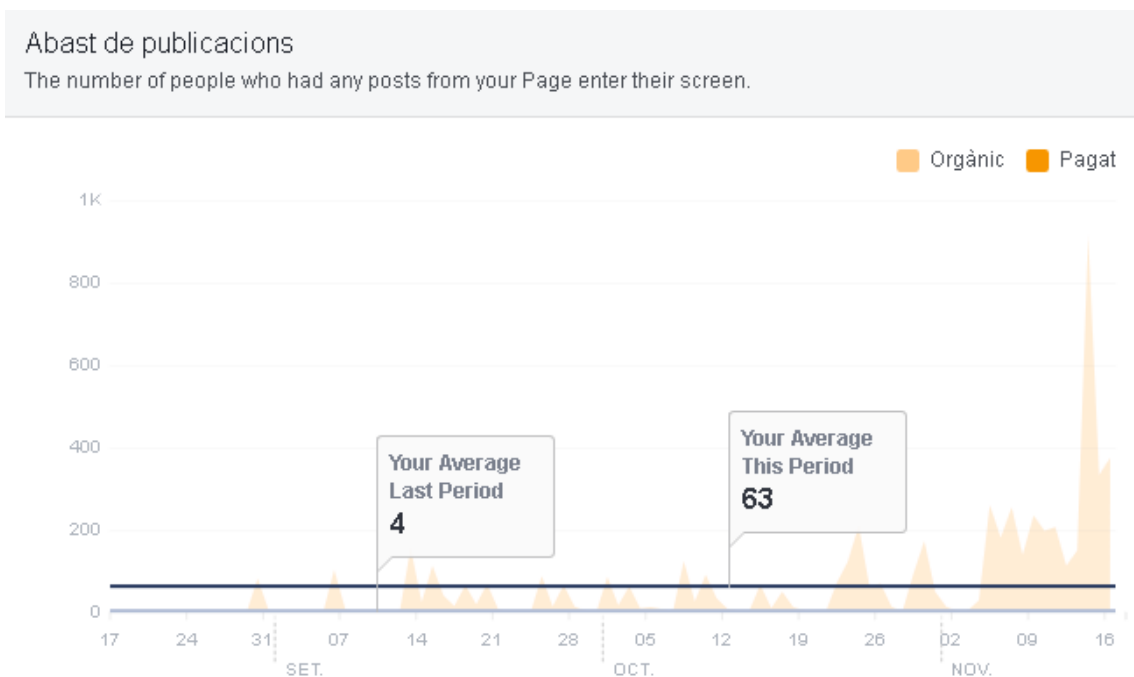
Per altra banda s'han generat diverses llistes. Unes són públiques i faciliten que hi hagi interès per part de qui ens segueix. Altres són privades i ens faciliten el seguiment d'allò que més ens interessa.

En **resum**, pràcticament tots els indicadors han augmentat considerablement. Potser el més significatiu és l'"engagement" (interès) promig de cada piulada, que no està directament relacionat amb el número de piulades, sino amb la seva qualitat i el número de seguidors. Puc dir, doncs, que ha augmentat la qualitat i la quantitat, dues coses que són positives i resumeixen l'impacte a Twitter d'aquesta etapa.

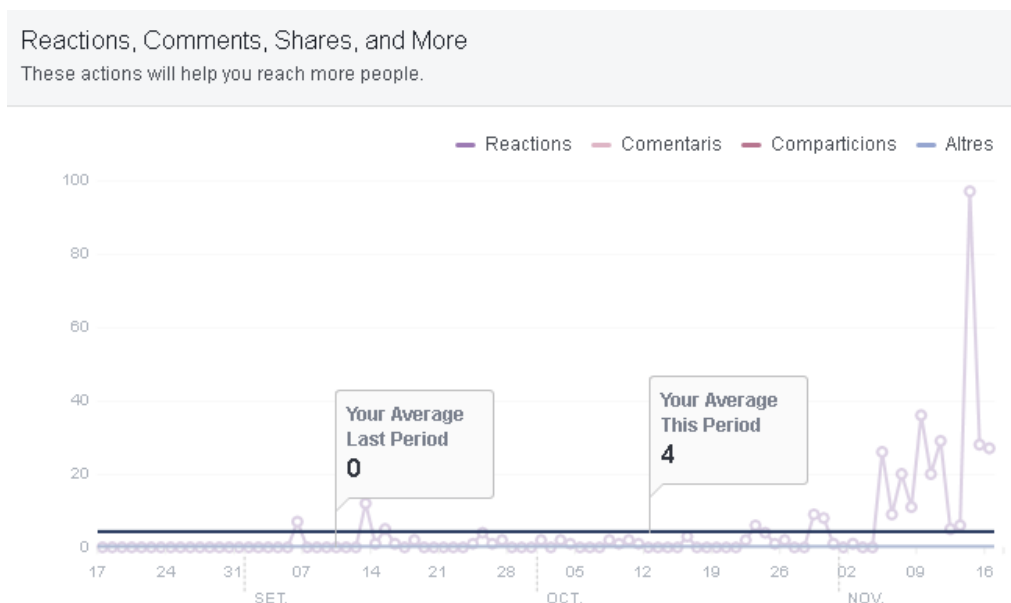
FACEBOOK: ANÀLISI PERÍODE 17/08 - 16/11 SEGONS ESTADÍSTIQUES DE FACEBOOK

Seguidament passo a analitzar l'activitat a Facebook, del 17 d'agost al 16 de novembre de 2018, comparant-la amb els dies equivalents de l'any passat (de l'11 d'agost al 10 de novembre de 2017).

Enguany s'han fet 67 publicacions, l'any passat 18. Anem a veure quin ha sigut l'impacte d'aquestes publicacions.



Enguany les publicacions han tingut un abast promig de 63 vistes per dia, l'any passat 50.



Les publicacions han generat un promig de 4 reaccions, el doble que l'any passat.

Total People Who Viewed

By Section

By Age and Gender

By Country

Per ciutat

Per dispositiu

**Total People Who Viewed**

By Section

By Age and Gender

By Country

Per ciutat

Per dispositiu



El número de personas que ha vist la nostra pàgina ha tingut un comportament diferent respecte l'any passat. Enguany hi ha hagut més regularitat i un promig més alt, l'any passat el màxim durant la fira va ser més alt. Enguany el total de vistes va ser de 244, l'any passat de 221 pel mateix número de dies.



Els seguidors han augmentat de 401 a 448, l'any passat de 299 a 383.

Seguidament analitzo el número de publicacions que s'han fet i l'interès que han despertat, comparat amb el mateix període de l'any passat. L'interès és el % de persones que interaccionen amb la publicació (m'agrada, comentaris, comparticions o clics).

- 43 publicacions del 5 al 16 de novembre de 2018, fins 31 % d'interès i 1100 d'abast (1100 d'abast amb 12 % d'interès).
- 16 publicacions del 30 d'octubre al 10 de novembre de 2017, fins 10 % d'interès i 1600 d'abast (1100 d'abast amb 1 % d'interès).
- 67 publicacions del 17 d'agost al 16 de novembre de 2018, fins 44 % d'interès i 1100 d'abast (1100 d'abast amb 12 % d'interès).
- 18 publicacions de l'11 d'agost al 10 de novembre de 2017, fins 10 % d'interès i 1600 d'abast (1100 d'abast amb 1 % d'interès).

En **resum**, han augmentat tots els indicadors analitzats. Si bé el número de seguidors ha augmentat menys que l'any passat, ha augmentat considerablement el número de publicacions i alhora el seu interès. Aquest, potser, és l'indicador més important: hi ha hagut un percentatge més alt d'interaccions (interès, "engagement").

CONCLUSIONS XARXES SOCIALS

Han augmentat pràcticament tots els indicadors analitzats. És especialment destacable per la seva importància l'augment de l'interès.

Aquestes dades s'haurien de lligar amb l'analítica de la pàgina web, per veure si ha augmentat la influència de les xarxes en les visites de la pàgina.

De cara a l'any vinent s'hauria de:

- Incloure les icones i enllaços de les xarxes socials a la pàgina web per facilitar el trànsit cap a les xarxes.
- Valorar la conveniència de la utilització del vídeos, ja sigui en directe i amb menys qualitat (com s'ha fet enguany) o bé en diferit i amb millor qualitat.
- Valorar si cal incorporar o substituir alguna xarxa social per millorar la connexió amb el món editorial i excursionista.
- Valorar quina és la prioritat durant la fira, si les activitats, els expositors o ambdues coses.
- Valorar quina és la millor estratègia, si quantitat i immediatesa o bé menys quantitat i immediatesa, amb un probable increment de la qualitat. Tot tenint en compte que enguany l'interès ha estat alt.