



PLA DE COMUNICACIÓ DIGITAL



ESPAI AGRARI BAIXA TORDERA

Octubre 2021

Taula de Continguts

01	Anàlisi	3
02	Objectius	17
03	Estratègies	21
04	Accions	24
05	Canals	35
06	Avaluació	53
07	Eines	59
08	Equip	64
09	Protocol de crisi	66

01

Anàlisi

Què és l'Espai Agrari de la Baixà Tordera?	4
Públic actual	5
Xarxes socials	6
DAFO	11
Competència i aliances	12



Què és l'Espai Agrari de la Baix Tordera?

L'Espai Agrari de la Baix Tordera (EABT) és una de les zones agràries més fèrtils i singulars de Catalunya. Tal com el seu nom indica, l'EABT se situa a la vall baixa de la Tordera i comprèn una superfície de 140 km² a cavall entre el nord del Maresme i el sud de la Selva. Els cinc municipis que l'impulsen són Tordera, Santa Susanna, Palafolls, Malgrat de Mar i Blanes, juntament amb la Diputació de Barcelona.

Aquest territori d'alt valor productiu, cultural, ecològic i paisatgístic vol fer valdre la capacitat que té d'abastir amb aliments de proximitat les generacions presents i futures.

Fidel a aquesta voluntat, la Diputació de Barcelona ha acompanyat els municipis de la vall baixa de la Tordera en el seu objectiu d'aturar la pèrdua progressiva de terres. I actualment, amb més de 2.300 hectàrees de camps de conreu, l'Espai Agrari de la Baix Tordera juga un paper fonamental en la prevenció d'incendis forestals, ajuda a incrementar la biodiversitat dels ecosistemes i actua com a embornal natural de carboni, contribuint a mitigar els efectes més negatius del canvi climàtic. Aquest nou espai agrari, on es cultiven essencialment hortalisses, cereals i farratges per al bestiar, també vol ajudar a garantir el dret de la ciutadania a gaudir d'aliments saludables, sostenibles i de proximitat.

Públic actual

Un cop tinguem accés a les dades, podrem proporcionar tota la informació necessària sobre el públic actual. Ho farem de manera detallada, indicant l'edat, el país de residència i els seus interessos, entre d'altres.

Així doncs, aquest apartat l'actualitzarem més endavant.



Twitter



Espai Agrari Baixa Tordera

Twitter és la xarxa social més activa i la que té més seguidors. Espai Agrari de la Baixa Tordera hi té presència des del maig del 2020. Actualment, setembre de 2021, el compte té 139 seguidors i segueix a 152 usuaris.



Aspectes positius

- El perfil compta amb una bona foto d'avatar: el logo d'EABT. Aquest logo es podria personalitzar segons l'època de l'any (com per exemple al Nadal).
- La foto de portada és molt bona, però s'hauria d'anar adaptant segons l'època de l'any i productes de temporada.
- La bio del perfil està geolocalitzada i informa de la pàgina web de contacte.
- La majoria de tweets propis van acompanyats de fotografies.
- Es fan RTs de tweets rellevants.



Espai Agrari Baixa Tordera



Twitter

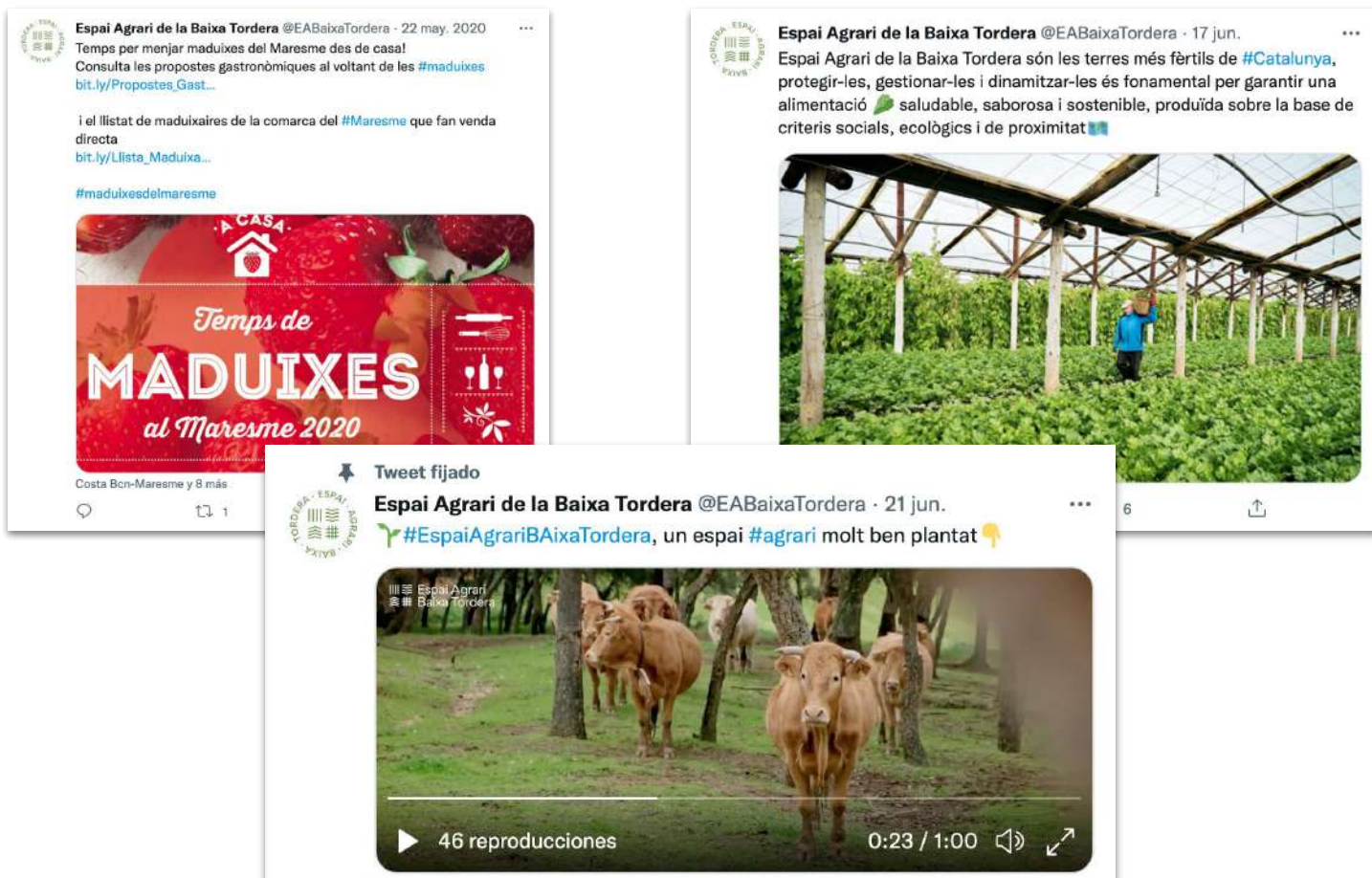


Aspectes millorables

- A la bio del perfil caldria explicar breument què és l'Espai Agrari de la Baixa Tordera i afegir el hashtag oficial: #EspaiAgrariBaixaTordera.
- No s'han creat llistes públiques. Es perd una oportunitat per recomanar perfils de la comarca segons temàtica (restaurants, agrobotigues, etc).
- Tampoc s'han creat moments. Estaria bé tenir-ne quan s'organitzin esdeveniments de rellevància.
- Hi ha un cert abús de hashtags sense sentit i el hashtag oficial #EspaiAgrariBaixaTordera no es promociona com cal.
- Pràcticament no s'etiqueten altres usuaris de la plataforma a les imatges que es comparteixen.
- Hi ha un ús baix d'emojis i tampoc segueixen un mateix patró.
- Usuari poc actiu, és necessari fer més tweets i RT's per crear una comunitat de seguidors. Només s'han publicat 12 tweets propis en un any i mig.
- Els RT's es poden dinamitzar amb comentaris i/o emojis.
- També s'ha detectat silenci durant dies claus, com per exemple per Reis.
- No es fan enquestes ni vídeos en directe, i tampoc es dona peu a què els seguidors participin en els comentaris dels tweets.
- Els copys de la majoria de tweets podrien ser més dinàmics i originals.



Aspectes positius



Aspectes millorables



Espai Agrari Baix Tordera

**Instagram**

Instagram, la xarxa social de moda i una de les més inspiradores en temàtica de gastronomia i cultura, no s'està utilitzant, actualment, de manera activa. Tanmateix, l'EABT compta amb 83 seguidors i segueix a 11 perfils.



Aspectes positius

- Altres usuaris de la plataforma etiqueten el perfil de l'Espai Agrari de la Baix Tordera, malgrat la seva inactivitat.
- La foto de perfil és correcta i la web està enllaçada a la bio.
- Al copy, es fa ús d'una quantitat apropiada de hashtags, però s'haurien d'emprar més emojis per a una lectura més fluida, i incloure més sovint el hashtag oficial: #EspaiAgrariBaixTordera.

**eabaixatordera****Seguir**

5 publicaciones

83 seguidores

11 seguidos

Espai Agrari Baix Tordera

L'Espai Agrari de la Baix Tordera l'integren tots aquells municipis situats a les planes al·luvials del riu Tordera.

www.espaiagrariabaixatordera.cat

Espai Agrari Baixa Tordera



Instagram

⊗ Aspectes millorables

- La descripció, com a Twitter, hauria d'indicar en què consisteix l'Espai Agrari de la Baixa Tordera, i incentivar l'ús del hashtag oficial #EspaiAgrariBaixaTordera. També seria adient canviar el perfil actual de "persona" a "empresa".
- En comptes de publicar captures de pantalla de vídeos, s'haurien de penjar les peces audiovisuals originals en format mp4.
- S'hauria d'evitar escriure enllaços web als copys dels posts, ja que els usuaris no poden accedir-hi clicant-hi a sobre. És recomanable usar una plataforma multienllaç com Linktree.
- Cal un calendari editorial definit que toqui tots els interessos de l'EABT, publicar només imatges d'alta qualitat, i etiquetar i/o mencionar, sempre que es pugui, altres usuaris.
- No s'utilitzen les stories, ni s'han creat carpetes "destacades" amb informació rellevant de l'espai agrari.
- No s'aprofiten formats molt interessants com àlbums, stories o Live.



DAFO

Espai Agrari de la Baixa Tordera

DEBILITATS	AMENACES
→ Absència d'estratègia en social media i SEO. → Comunitat digital pràcticament inexistent. → Poca participació en les xarxes socials. → Projecte en fase de naixement i assentament.	→ Supermercats i altres negocis que ofereixen els mateixos productes que l'EABT i tenen estratègia de comunicació. → Canvis en l'ús de les xarxes socials per part de la població. → Abandonament dels canals digitals per part del públic objectiu.

FORTALESES	OPORTUNITATS
→ Nova pàgina web en construcció i perfils socials creats. → Projecte nou i en creixement que no parteix de cap valoració ni imatge de marca negativa. → Creació d'un pla de comunicació (present document). → Suport d'institucions públiques que poden fer d'altaveu. → Recursos turístics al voltant de la zona de la Baixa Tordera que ajudaran a fomentar l'activitat i productes de l'EABT.	→ Competència poc professionalitzada a les xarxes socials. → Treball en xarxa amb recursos i empreses de la zona de la Baixa Tordera. → Públics directes en auge com el gastronòmic i el conscienciat amb el medi ambient.



Competència

Entenem per competència aquells parcs agraris de Catalunya que, com l'Espai Agrari de la Baixa Tordera, produeixen productes de temporada i de proximitat. És a dir, projectes agrícoles que treballen amb pagesos locals i cultiven aliments amb les mateixes etiquetes que els de la collita de l'EABT, com per exemple #KM0 o #ProducteFresc. I que, per tant, poden ser la font d'alimentació del nostre públic objectiu. Cal mencionar que només hem tingut en compte aquells parcs agraris que tenen presència a les xarxes socials. En aquest sentit, els principals agents competidors de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera són:

Parc Agrari del Baix Llobregat

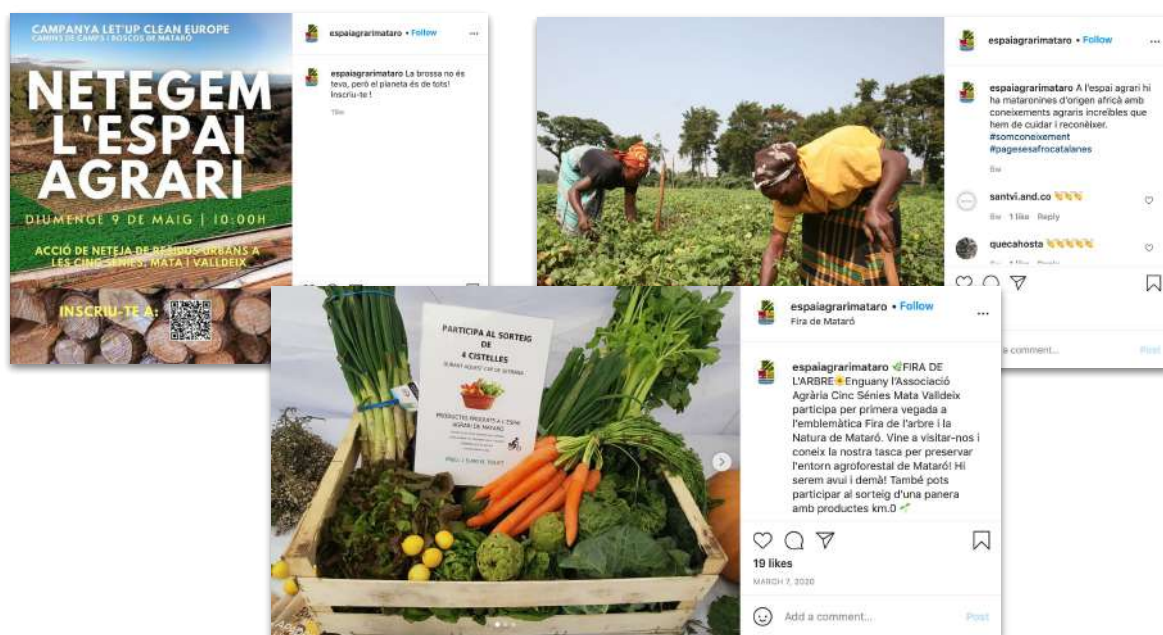
Perfil molt actiu a les xarxes socials amb més de 3.000 seguidors a Instagram. La seva estratègia es basa en la publicació de fotos atractives i la redacció de copys dinàmics i plens de contingut (receptes, curiositats, concursos...).



Competència

Espai Agrari Mataró

El perfil d'Espai Agrari Mataró compta amb 265 seguidors. Publica notícies rellevants relacionades amb els camps que formen part del parc agrari i aprofita les stories destacades per deixar constància de la seva activitat. No té hashtag propi, ni perfil de Twitter.



Parc Agrari Conca d'Òdena

Poca activitat a les xarxes, però quan hi participa ho fa amb copys molt ben treballats (hashtags, emojis, informació rellevant...) i fa ús d'àlbums i vídeos. Compta amb quasi 500 seguidors i té hashtag propi: #parcagrarico.



Aliances

En el món digital, Espai Agrari de la Baixa Tordera compta amb aliats que poden ajudar a difondre el seu missatge a través dels seus canals de comunicació. Alhora, EABT també pot aprofitar els continguts/activitats que s'organitzen al territori. És pertinent identificar aquests col·lectius i establir una relació de tu a tu, seguint-los a les xarxes (posar-los en llistes públiques de Twitter, per exemple), interactuant amb els seus perfils i contactant amb ells per privat quan calgui fer difusió de contingut específic.

Mitjans de comunicació

És interessant també proveir d'informació als mitjans de comunicació locals perquè donin a conèixer la comarca i seguir-los a les xarxes socials, com [Maresme360](#), [Ràdio Blanes](#), [Ràdio Marina](#), [Blanes al dia](#), [OnaMalgrat](#), [Ràdio Palafolls](#) i [Ràdio Tordera](#).

També seria útil seguir i interactuar online amb altres perfils més influents com [Time Out](#), [Guía del Ocio](#), [La Vanguardia Viatges](#), [El País viajero](#), [Sortir amb nens](#), [Surt de Casa](#), per exemple, i fer-los arribar informació interessant de la comarca (actes culturals, atractius turístics, fires i mercats agrícoles...).

Bloggers

Els bloggers també són un col·lectiu a tenir en compte. Generen contingut del territori i també poden fer d'altaveu, sobretot els que són de la comarca. Caldria seguir i monitoritzar l'associació [bcnTB](#) i identificar els bloggers gastronòmics o que són de la Baixa Tordera (com per exemple [Vanessa a mordiscos](#) o [Sal y dulzura](#)) i els que han escrit sobre la destinació (com [Viatgeaddictes](#) o [Mama què fem demà](#)). També portals web temàtics familiars ([Mammaproof](#)) i rurals ([Escapada Rural](#), [Top Rural](#)). I, per descomptat, amants de la gastronomia ([Maresme Gourmet](#)) i foodies del Maresme (com [Gata Fisgona](#) o [Inés Oranya](#)). També cal tenir en compte personalitats de les comarques que conformen la Baixa Tordera, com per exemple [Carme Ruscalleda](#).

En el cas d'Instagram, a més, seria interessant monitoritzar els principals hashtags que els usuaris de la Baixa Tordera utilitzen (#igersmaresme, #maresme, #productesproximitat, #bcnmoltmes, #mengemmeresme, etc.) i també identificar perfils potents de la comarca, com ara [@igersmaresme](#).

Aliances

Empreses i entitats de la comarca

Els municipis que integren l'Espai Agrari de la Baixa Tordera compten amb diverses entitats actives a les xarxes socials. Caldria identificar tots aquests agents i fer-se ressò de la informació interessant que publiquen i comptar amb ells perquè amplifiquin el missatge d'EABT. S'hauria de tenir en compte, per exemple:

Ajuntaments

- [**Ajuntament de Blanes**](#)
- [**Ajuntament de Malgrat de Mar**](#)
- [**Ajuntament de Palafolls**](#)
- [**Ajuntament de Santa Susanna**](#)
- [**Ajuntament de Tordera**](#)

Cooperatives agrícoles

- [**Cooperativa Agrícola Progrés Garbí**](#)
- [**Cooperativa Agrària Baixa Tordera**](#)
- [**Cooperativa Conca de la Tordera**](#)
- [**Ecomaresme**](#)
- [**TastaCoop**](#)

Entitats agrícoles i mediambientals

- [**Xarxa de productes de la terra del Maresme**](#)
- [**Delta de la Tordera**](#)
- [**Associació Mediambiental de Palafolls**](#)
- [**Grup naturalista Montnegre Tordera**](#)
- [**Federació Selmar**](#)
- [**Ateneu cooperatiu social**](#)
- [**Associació Voluntariat Tordera**](#)
- [**Alimentació sostenible BCN**](#)

Aliances

Entitats turístiques

- [*Turisme Maresme*](#)
- [*Costa BCN Maresme*](#)
- [*Turisme Santa Susanna*](#)
- [*Ruta de la Tordera*](#)
- [*Catalunya experience*](#)

Entitats institucionals

- [*DIBA*](#)
- [*Parc a Taula*](#)
- [*Barcelona és molt més*](#)
- [*Consell comarcal del Maresme*](#)
- [*Consell comarcal de La Selva*](#)
- [*Consorti de Turisme del Maresme*](#)
- [*Som gastronomia \(Gencat\)*](#)

Restaurants

- [*Ca la Maria*](#)
- [*Restaurant Mascarbo*](#)
- [*Can Casellas*](#)
- [*Morro chico*](#)
- [*Restaurant Bei Pepe*](#)



02

OBJECTIUS

Objectius	18
-----------	----

Públic Objectiu	19
-----------------	----

Objectius

El present Pla de Comunicació Digital estableix quatre grans objectius. Alguns d'ells s'haurien d'aconseguir abans de finalitzar l'any 2021, mentre que d'altres són a llarg termini i permanents.

01 Donar a conèixer l'activitat, els productes i els productors de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera.

Aquest és el primer objectiu a aconseguir: que el públic conegui l'activitat que realitza aquest nou parc agrari, així com els beneficis que aporta, els productes que ofereix i la gent que hi treballa.

02 Establir una estratègia comunicativa digital potent i efectiva.

Un segon objectiu és el de realitzar una estratègia online sòlida, amb unes pautes detallades i concretes perquè el contingut digital que es creï i gestioni tingui el major impacte visual i emocional en el públic.

03 Fer créixer la comunitat online de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera a les xarxes socials.

Dins d'aquest objectiu s'emmarcaran estratègies que ajudaran a augmentar els seguidors de les xarxes socials. Caldrà seguir les pautes d'estil i ritme que s'estableixin en aquest Pla de Comunicació, així com la tipologia de contingut i d'avaluació que es dicti en el mateix.

04 Posicionar l'Espai Agrari de la Baixa Tordera com parc agrari de referència.

El tercer objectiu és el d'aconseguir una major notorietat de la marca Espai Agrari de la Baixa Tordera. Es tracta que els usuaris relacionin l'Espai Agrari de la Baixa Tordera amb la producció de productes de temporada i de proximitat, amb la conservació d'espais hortícoles per a la subsistència alimentària regional i amb la cura de les terres agrícoles per part de la pagesia local.

Públic objectiu

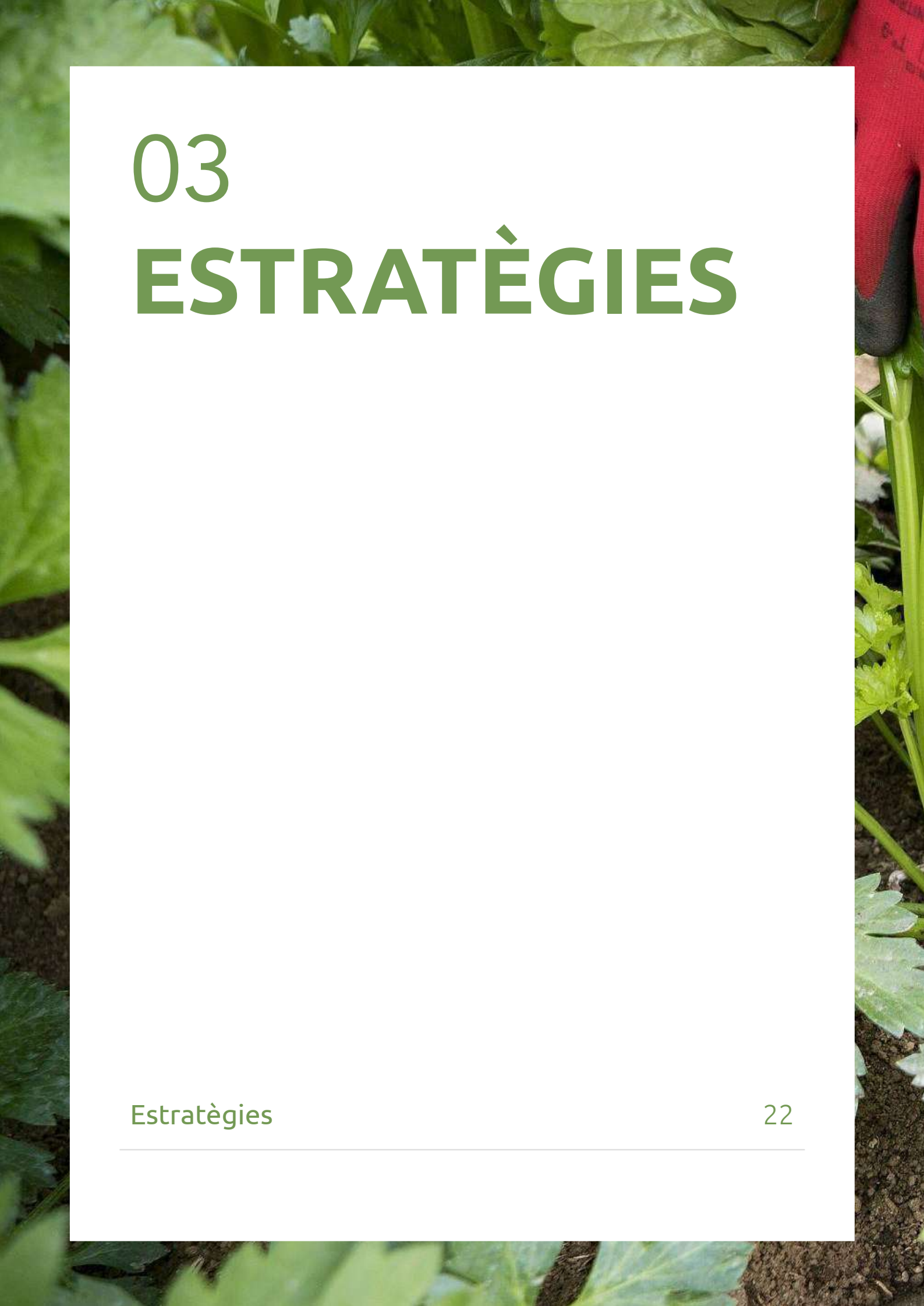
El públic objectiu al qual s'adreça l'Espai Agrari de la Baixa Tordera és molt variat, ja que engloba persones amb motivacions i gustos diferents. A continuació establim clarament quines són les característiques de cada tipologia de públic de cara a generar continguts específics i realitzar accions concretes i segmentades (concursos, newsletters, publicacions...):

- **Públic general:** engloba tots els públics descrits a continuació.
- **Administracions:** Tècnics de l'administració pública catalana involucrats en projectes que inclouen el sector primari de Catalunya, la sostenibilitat, la conservació i recuperació d'espais verds, la gastronomia, el turisme local o la conscienciació mediambiental. És un grup de persones que ens poden ajudar a difondre l'activitat que du a terme l'Espai Agrari de la Baixa Tordera, posicionar-lo com un parc agrari de referència i fer créixer la comunitat online a través de les xarxes socials com Twitter i Instagram.
- **Empreses de restauració:** Els restaurants, tant del voltant de la zona de la Baixa Tordera com de Catalunya en general, són el segon públic objectiu, ja que els pagesos de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera podrien esdevenir els seus proveïdors principals de cereals, fruita i verdura. Creant aquesta sinergia, els locals gastronòmics guanyarien clients que busquen productes de proximitat i de qualitat, mentre que el parc agrari aconseguiria notorietat i reputació, a més de notar un augment en la comunitat digital quan els restaurants anunciïn per Instagram i Twitter l'origen dels seus productes.
- **Públic gastronòmic:** amants de la gastronomia i del beure que cerquen nous llocs on anar a menjar en parella o amics. Són persones de més de 30 anys amb poder adquisitiu mig/mig-alt amb un paladar exquisit. És a dir, valoren els plats cuinats amb productes de qualitat, com els de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera, i poden esdevenir prescriptors turístics de la zona. Utilitzen Instagram, però també Twitter.

Públic objectiu

- **Públic familiar:** famílies formades generalment per una parella amb fills petits que estan conscienciats pel medi ambient i la salut de les persones. Busquen donar una bona alimentació (productes de proximitat, frescos i amb totes les propietats nutritives possibles) als seus fills, així com educar-los en respecte per la terra. També són gent que busca plans per fer el cap de setmana, sobretot a espais naturals. Utilitzen principalment Instagram, i cada cop més les newsletters.
- **Públic amb conscienciació mediambiental:** Adults, de 25 anys cap amunt, que estan interessats a protegir zones verdes i invertir en productes locals, per tal de reduir la seva petjada ecològica i cuidar la seva salut. Ens ajudaran a donar a conèixer l'activitat que du a terme l'Espai Agrari de la Baixa Tordera i els productes que s'hi conreen, a fer créixer la comunitat online i a posicionar el parc com un espai agrari de referència. Utilitzen Instagram i Twitter de forma diària.



The background of the page features a close-up photograph of fresh green leafy vegetables, likely parsley, growing in soil. A red garden glove is partially visible on the right side, holding one of the stems.

03 ESTRATÈGIES

Estratègies

Estratègies objectiu 1

Donar a conèixer l'activitat, els productes i els productors de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera.

- Dinamitzar els canals socials de Twitter i Instagram
- Crear un apartat web amb notícies
- Enviar newsletters de manera periòdica (mensual)
- Difondre l'agenda dels recursos culturals del territori
- Realitzar accions periòdiques amb influencers
- Organitzar concursos

Estratègies objectiu 2

Establir una estratègia comunicativa digital potent i efectiva

- Elaborar una anàlisi exhaustiva del sector agrari a les xarxes socials
- Crear un Pla de Comunicació Digital
- Dissenyar recursos gràfics seguint el manual de marca

Estratègies objectiu 3

Fer créixer la comunitat online de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera a les xarxes socials

- Crear continguts de qualitat i d'interès pel públic objectiu
- Participar activament a les xarxes socials Twitter i Instagram
- Actualitzar diàriament el web amb les últimes notícies relacionades amb l'EABT
- Promocionar continguts a Instagram
- Establir aliances amb altres perfils digitals rellevants
- Establir relacions permanents amb influencers

Estratègies

Estratègies objectiu 4

Posicionar l'Espai Agrari de la Baixa Tordera com parc agrari de referència

- Identificar i comunicar els elements diferencials de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera
- Realitzar campanyes de pagament a Instagram
- Establir aliances amb altres perfils digitals especialitzats en agricultura
- Comunicar a les xarxes socials l'assistència a fires i altres esdeveniments del sector

04

Accions

Objectiu 1 25

Donar a conèixer l'activitat, els productes i els productors de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera

Objectiu 2 29

Establir una estratègia comunicativa digital potent i efectiva

Objectiu 3 30

Fer créixer la comunitat online de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera a les xarxes socials

Objectiu 4 32

Posicionar l'Espai Agrari de la Baixa Tordera com parc agrari de referència

Accions objectiu 1

Donar a conèixer l'activitat, els productes i els productors de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera.

Aquestes accions van encaminades a comunicar l'activitat i els productes que ofereix l'Espai Agrari de la Baixa Tordera, així com els beneficis mediambientals i socials que brinda el projecte. Es farà mitjançant la creació i gestió de contingut a les xarxes socials, l'organització de concursos per atraure el públic objectiu i col·laborant amb perfils influenciadors.

Dinamitzar els canals socials Twitter i Instagram

- Publicar un tweet diari a Twitter
 - Contingut del web (www.espaiagraribaixatordera.cat)
 - Contingut propi sobre les grans seccions temàtiques: gastronomia, producte, pagesia i sostenibilitat
 - Articles, vídeos, fotos de tercers (bloggers, revistes...)
- Publicar un fil mensual a Twitter
 - Contingut propi sobre les grans seccions temàtiques: gastronomia, producte, pagesia i sostenibilitat
- RT's a Twitter cada dia
 - Contingut relacionat amb l'Espai Agrari de la Baixa Tordera i els atractius turístics que l'envolten
- Publicar 3-4 foto/vídeo setmanals a Instagram
 - Fotografies pròpies i de tercers (repost) que facin referència les 4 grans seccions temàtiques: gastronomia, producte, pagesia i sostenibilitat
 - Publicar àlbums amb resums fotogràfics
- Publicar 5-6 stories setmanals a Instagram
 - Concursos, esdeveniments, agenda...
 - Fer enquestes sobre els productes de temporada de l'EABT
 - Respondre preguntes obertes (Q&A) relacionades amb l'activitat de l'EABT
 - Repostejar stories on ens hagin etiquetat

Accions objectiu 1

- Publicar un Reel mensual a Instagram
 - Crear un Reel amb fotografies o vídeos propis que facin referència les 4 grans seccions temàtiques: gastronomia, producte, pagesia i sostenibilitat
- Realitzar un Instagram Live al trimestre
 - Entrevistes amb activistes mediambientals
 - Showcooking (amb Carme Ruscalleda, per exemple)
 - Conversa entre un pagès i una cuinera
- Crear guies a Instagram
 - Guies dels restaurants que cuinen amb productes de l'EABT i punts de venda (agrobotiga, cooperativa) que ofereixen la collita del parc agrari
- Interactuar diàriament amb els usuaris
 - Twitter: respondre els comentaris que ens facin en públic i privat, fer RT, like i/o contestar els tweets que usin el hashtag #EspaiAgrariBaixaTordera
 - Instagram: respondre els comentaris que ens facin en públic i privat, donar like als comentaris. Donar like a les fotos que usin el hashtag #EspaiAgrariBaixaTordera i deixar comentaris en les destacades
- Respondre en menys de 24h els comentaris o preguntes que es facin

Crear un apartat de notícies

- Crear un apartat de notícies a <https://www.espaiagrariabaixatordera.cat/>
- Crear 5 notícies mensuals
 - Classificar-les per categories (productes, pagesia, gastronomia, esdeveniments, sostenibilitat...)

Accions objectiu 1

Enviar newsletters de manera periòdica

- Enviar una newsletter mensual al públic general
 - Possibles seccions:
 - Últimes notícies de la Baixa Tordera
 - Recepta estrella de la temporada
 - Calendari d'esdeveniments
 - Vídeo del mes
 - Etc.

Difondre l'agenda dels recursos culturals del territori

- Publicar continguts a les xarxes socials de les activitats/recursos més destacats de la Baixa Tordera
- Enviar un butlletí mensual amb l'agenda del mes

Realitzar accions amb influencers

- Realitzar una taula d'influencers
 - Nom i contacte
 - Canal/canals d'influència
 - Temàtica tractada
 - Volum de seguidors
 - Etc.
- Definir un calendari d'accions amb influencers segons temàtica a promocionar (es recomana com a mínim un parell d'accions a l'any)
- Dissenyar i organitzar aquestes accions
 - Exemples:
 - Blogtrip amb foodies als mercats de la Baixa Tordera (Maresme i La Selva)
 - Ruta pels terrenys del parc agrari de la mà d'una activista del medi ambient (Carlota Bruna, per exemple)
 - Takeover d'Instagram per part d'una influencer de família
 - Etc.

Accions objectiu 1

- Establir col·laboracions amb altres entitats per coorganitzar aquestes accions i aconseguir premis
- Realitzar un seguiment dels resultats d'aquestes accions

Organitzar concursos periòdics

- Organitzar un concurs trimestral a les diferents xarxes socials. Idees:
 - Concurs de paisatges
 - Espai Agrari de la Baixa Tordera
 - Delta de la Tordera
 - Postes de sol
 - Estació de l'any (primavera, tardor...)
 - Etc.
 - Concurs de verdures de l'EABT
 - Foto més original
 - La recepta més colorida
 - Rodolí / Poema/ Cançó
 - Concurs per esdeveniments importants
 - Sant Jordi
 - 11 de setembre
 - Nadal
 - Etc.

Seria interessant que a cada concurs es comptés amb una entitat col·laboradora que ajudés a la difusió i també amb els diferents gremis de la comarca de cara a oferir premis en espècies/experiències. Per exemple, organitzar un concurs amb el restaurant [Ca la Maria](#) i regalar un sopar al guanyador/a.

D'altra banda, per assegurar l'èxit de participació, s'hauran de promocionar les publicacions que anunciïn els concursos com a mínim amb 30€ cada concurs.

Accions objectiu 2

Establir una estratègia comunicativa digital potent i efectiva

Tenir un Pla de Comunicació és fonamental per tenir èxit a les xarxes socials i aconseguir una comunitat fidel i activa. Les següents accions tenen com a finalitat constituir una estratègia digital sòlida i coherent amb la resta d'objectius esmentats anteriorment.

Elaborar una anàlisi exhaustiva del sector agrari a les xarxes socials

- Analitzar el context:
 - Públic actual
 - DAFO
 - Aspectes positius i aspectes a millorar de les xarxes socials de l'EABT
 - Competència i aliances

Crear un Pla de Comunicació Digital

- Treballar el desenvolupament de les seccions:
 - Anàlisi
 - Objectius i públic objectiu
 - Estratègies
 - Accions
 - Canals (Web, Twitter, Instagram i Newsletter)
 - Estil i ritme del contingut
 - Calendari Editorial
 - Avaluació (Objectius S.M.A.R.T. i KPIs)
 - Eines (gestió, creació i analítica de contingut)
 - Equip
 - Protocol de crisi i continguts sensibles

Dissenyar recursos gràfics seguint el manual de marca

- Aplicar els criteris de la marca (colors, estil...) en la creació de continguts
 - Creativitats per a stories
 - Creativitats per a esdeveniments i concursos
 - Disseny de newsletter

Accions objectiu 3

Fer créixer la comunitat online de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera a les xarxes socials

Per aconseguir que els seguidors de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera augmentin es proposen les següents accions:

Crear continguts de qualitat i d'interès pel públic objectiu

- Dissenyar creativitats amb Canva amb motiu d'esdeveniments o promoció dels productes de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera
- Crear stories dinàmiques a Instagram (utilitzant gifs, fent enquestes i quiz, compartint curiositats, fent servir l'app Instories...)
- Compartir contingut utilitzant els nous formats que cadascuna de les xarxes socials ofereix (per exemple, Lives, Reels, Guies a Instagram)
- Fer fils a Twitter amb contingut extens sobre una temàtica concreta
- Crear contingut seguint les tendències i modes de cada xarxa social (Twitter i Instagram)
- Informar de les últimes notícies relacionades amb la sostenibilitat, la gastronomia, la pagesia i els productes de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera

Participar activament a les xarxes socials Twitter i Instagram.

- Publicar un tweet diari a Twitter
- Publicar un fil mensual a Twitter
- RT's a Twitter cada dia
- Publicar 3-4 foto/vídeo setmanals a Instagram
- Publicar 5-6 stories setmanals a Instagram
- Publicar un Reels mensual a Instagram
- Realitzar un Instagram Live al trimestre
- Crear guies a Instagram
- Interactuar diàriament amb els usuaris
- Respondre en menys de 24h els comentaris o preguntes que es facin

Accions objectiu 3

Actualitzar diàriament el web amb les últimes notícies relacionades amb l'EABT

- Portar el web al dia
- Crear 5 notícies mensuals

Promocionar continguts a Instagram

- Promocionar un post setmanal de contingut propi a Instagram *
- Promocionar els posts que portin a les notícies més importants de la pàgina web de www.espaiagrariabaixatordera.cat
- Promocionar també els posts dels concursos que s'organitzin des de l'Espai Agrari de la Baix Tordera

*Es suggereix invertir un mínim de 10€ per post i que la campanya duri tres dies. En el cas dels concursos, es recomana invertir un mínim 30€ per concurs. En tots els casos, quan es promocionin continguts s'hauran de segmentar (segons temàtica, públic a qui es dirigeix, edat, interessos, etc.).

Establir aliances amb altres perfils digitals rellevants

- Establir relacions amb experts i empreses dedicades a la gastronomia, la sostenibilitat, la pagesia i l'agricultura a través de les xarxes socials.
- Interactuar diàriament amb aquests perfils (donar likes, deixar comentaris, compartir el seu contingut, citar-los...)
- Crear llistes públiques a Twitter dels perfils gastronòmics de la Baix Tordera que utilitzen productes frescos del parc agrari.

Establir relacions permanents amb influencers

- Seguir perfils socials d'influencers de Catalunya a totes les xarxes socials (gastronomia/pagesia/agricultura/sostenibilitat/fotografia)
- Crear llistes públiques a Twitter de perfils d'influencers segons temàtica
- Comentar a les seves publicacions i compartir (citant-ne l'autoria sempre) el seu contingut a les xarxes socials

Accions objectiu 4

Posicionar l'Espai Agrari de la Baixa Tordera com parc agrari de referència

Les mesures proposades en aquest punt ajudaran a posicionar l'Espai Agrari de la Baixa Tordera com a parc agrari de referència.

Identificar i comunicar els elements diferencials de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera

- Llistar els locals gastronòmics més destacats de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera.
- Llistar els esdeveniments gastronòmics/culturals/turístics típics dels municipis que integren l'Espai Agrari de la Baixa Tordera.
- Llistar les curiositats que fan únic aquest parc agrari (per exemple, la fauna autòctona de la zona)

Realitzar campanyes de pagament a Instagram

- Promocionar un post setmanal de contingut propi a Instagram
- Promocionar els posts que portin a la pàgina web de www.espaiagrariabaixatordera.cat
- Promocionar també els posts dels concursos/esdeveniments que s'organitzin des de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera

Establir aliances amb altres perfils digitals especialitzats en agricultura

- Establir relacions amb experts i empreses dedicades a la gastronomia, la sostenibilitat, la pagesia i l'agricultura a través de les xarxes socials.
- Interactuar diàriament amb aquests perfils (donar likes, deixar comentaris, compartir el seu contingut, citar-los...)
- Crear llistes públiques a Twitter dels perfils gastronòmics de la Baixa Tordera que utilitzen productes frescos del parc agrari.
- Participar en debats oberts que tinguin lloc a Twitter (opinar sobre estudis, notícies relacionades amb el sector de l'agricultura, etc.)

Accions objectiu 4

Comunicar a les xarxes socials l'assistència a fires i altres esdeveniments del sector.

- Retransmetre en directe i a través de les xarxes socials els esdeveniments en els quals l'Espai Agrari de la Baixa Tordera participi (Live a Instagram, Vídeo en Directe a Twitter...)
- Crear contingut abans, durant i un cop acabat l'esdeveniment o fira.
- Seguir perfils que hagin participat en l'esdeveniment, comentar-los les publicacions i donar-los like.



05

Canals

Aspectes transversals	36
Web	37
Twitter	38
Instagram	39
Newsletter	41
Seccions temàtiques	42
Formats	44
Calendari Editorial	52

Canals

Aspectes transversals

Per aconseguir els quatre objectius anteriorment citats es treballaran, principalment, tres canals de comunicació: la pàgina web (amb contingut estàtic i altra més dinàmic), les xarxes socials i la newsletter.

El llenguatge a les xarxes socials de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera ha d'estar marcat per dos conceptes bàsics: proximitat però educació. S'utilitzarà un llenguatge correcte però proper i lliure d'errors ortogràfics. S'evitarà comunicar de manera institucional.

El to serà sempre amable, conciliador i humà, i, segons la publicació, es permetrà aportar petites dosis d'humor. Es proposa la utilització d'emojis a les dues xarxes socials (Twitter i Instagram).

Ens adreçarem als seguidors utilitzant la segona persona del plural ("vosaltres") i ens referirem a l'Espai Agrari de la Baixa Tordera com "nosaltres".

L'idioma principal a totes les xarxes socials serà el català. No obstant això, s'intentarà contestar a les interaccions i missatges privats en el mateix idioma de l'interlocutor.

Sempre es publicaran imatges d'alta qualitat, pròpies o de tercers. En la mesura de les possibilitats, s'adaptarà la mida a cada xarxa social. Se citarà sempre la font.

Tot i que es pot compartir el mateix contingut a totes les xarxes, mai serà amb el mateix copy, i es buscarà una foto diferent de la ja publicada.

Sempre que es pugui s'usarà el color corporatiu principal de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera (#739954).

Canals

Web

Notícies

Actualment la pàgina web està en procés de reconstrucció. Un cop acabada i ja en funcionament es recomana publicar unes 5 notícies al mes, ordenades per categories (esdeveniments, gastronomia, producte, pagesia, sostenibilitat...). Les notícies haurien d'incloure la informació més rellevant de l'esdeveniment en qüestió, i tractar temes de l'actualitat. Algunes propostes:

- Presentacions
- Premis
- Jornades
- Etc.

També caldria incloure un plugin que permetés la captació de *leads*, com ara una finestra perquè l'usuari es pugui subscriure a la newsletter a partir del correu electrònic.

Canals

Twitter

En el cas de Twitter, es proposen aquestes pautes:

- S'intentarà no esgotar mai els 280 caràcters.
- Tots els tweets propis hauran de portar una foto i/o un enllaç escurçat.
- Es citaran els usuaris quan es publiquin continguts d'ells.
- Com a mínim, un tweet setmanal anirà amb etiquetatge a perfils influenciadors (institucionals) per aconseguir major ressò. No s'etiquetarà cada dia els mateixos perfils.
- Mai es posaran més de tres hashtags en un tweet.
- El hashtag demogràfic a emprar serà #EspaiAgrariBaixaTordera i també s'utilitzaran els de les ciutats o esdeveniments (#Blanes, #MalgratDeMar, #TempsDeMaduixes...).
- S'usaran hashtags complementaris que s'adeqüin al contingut (#Gastronomia, #Pagesia, #Agricultura, #AgendaEABT...).
- Es faran llistes d'interès públic a mesura que es necessitin ordenar usuaris segons temàtica o geografia. També es podran fer llistes privades per monitoritzar la competència.
- La portada es canviarà un mínim de quatre vegades a l'any coincidint amb els canvis d'estació. Les fotografies escollides han de ser excel·lents.
- S'estarà atent a les fires, congressos i actes i es donarà difusió si s'escau.
- S'escurçarà les urls més importants amb bit.ly (el mateix enllaç que s'usarà a les altres xarxes socials).
- Se citarà l'autoria de les fotos amb emoji (📷).

Canals

Instagram

En el cas d'Instagram, es proposen aquestes pautes:

- Es farà ús del hashtag estratègic #EspaiAgraribaixaTordera en el copy de les publicacions.
- Els hashtags complementaris seran geogràfics i temàtics (#Palafolls, #Tordera, #igersmaresme, #saborsmaresme, #productesproximitat, #AgendaEABT...) i es publicaran de 10 a 15 hashtags per publicació.
- Al copy sempre es convidarà als usuaris a utilitzar el hashtag #EspaiAgrariBaixaTordera i se'ls animarà a participar comentant o compartint les publicacions propies.
- S'escurçarà l'URL amb bit.ly (el mateix enllaç que s'usarà a les altres xarxes socials)
- Es proposa publicar d'aquesta manera:

Copy

 @Autor

 Lloc de la foto

 Etiqueta #EspaiAgrariBaixaTordera

#Hashtags

- Es citarà i/o etiquetar els usuaris interessats /protagonistes de la publicació.
- Les creativitats per a concursos, premis, etc. es publicaran a les stories, no a la galeria (exceptuant els concursos propis).
- Es geolocalitzaran totes les fotos i es podran publicar fotos d'altres usuaris, mencionant l'autoria de la foto sempre que sigui possible.
- S'afegirà un Linktree a la bio del perfil amb enllaços que s'hauran d'anar actualitzant.

Canals

Instagram

Seguint les bases d'estil mencionades anteriorment, es proposa aquest canvi de copy a la biografia d'Instagram i aquestes portades als stories Destacats:



Biografia d'Instagram



Stories destacats



Seccions temàtiques

Les 4 grans seccions temàtiques que es proposen per a la creació de contingut són les següents:

1. Producte

En referència a tots els productes que es cultiven a l'Espai Agrari de la Baixa Tordera: cereals, fruita, verdura i hortalisses. Dins d'aquesta primera temàtica es publicaran posts com:

- Top 5 aliments de tardor
- Curiositats que no sabies de les pastanagues
- Les 3 grans propietats de les maduixes
- Què signifiquen els colors de les fruites i verdures?
- Etc.

2. Pagesia

Dins d'aquest grup trobarem tota aquella informació relacionada amb la pagesia i la seva activitat. Alguns subtemes que se suggereixen:

- Dia a dia d'un pagès a l'Espai Agrari de la Baixa Tordera
- Mercats de pagès
- Trucs per fer créixer la teva tomaquera
- Etc.

3. Gastronomia

Aquest tercer grup comprèn tot allò relacionat amb el moment de gaudir dels productes de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera. Alguns exemples:

- Restaurants on assaborir els productes de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera
- Receptes
- Showcooking
- Tallers online de cuina
- Etc.

Seccions temàtiques

4. Sostenibilitat

Dins d'aquesta última secció trobarem els beneficis mediambientals, socials i econòmics que implica un projecte com el de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera.

- Els beneficis de comprar productes de proximitat
- Quiz per calcular la teva petjada ecològica
- Etc.

Aquestes temàtiques **es podran combinar entre elles** i/o es podran crear estratègies per tal de crear dinamisme i frescor als comptes online.

En funció d'aquestes temàtiques, s'ha configurat un **calendari editorial basat en 4 setmanes** de tal manera que representi un mes de **continguts organitzats i diversificats**. Al mateix calendari es poden visualitzar les temàtiques per cadascun dels **4 canals online** (Web, Twitter, Instagram i Newsletter). Es tindran en compte els **principals dies festius de la comarca i de Catalunya, així com els dies mundials relacionats**.

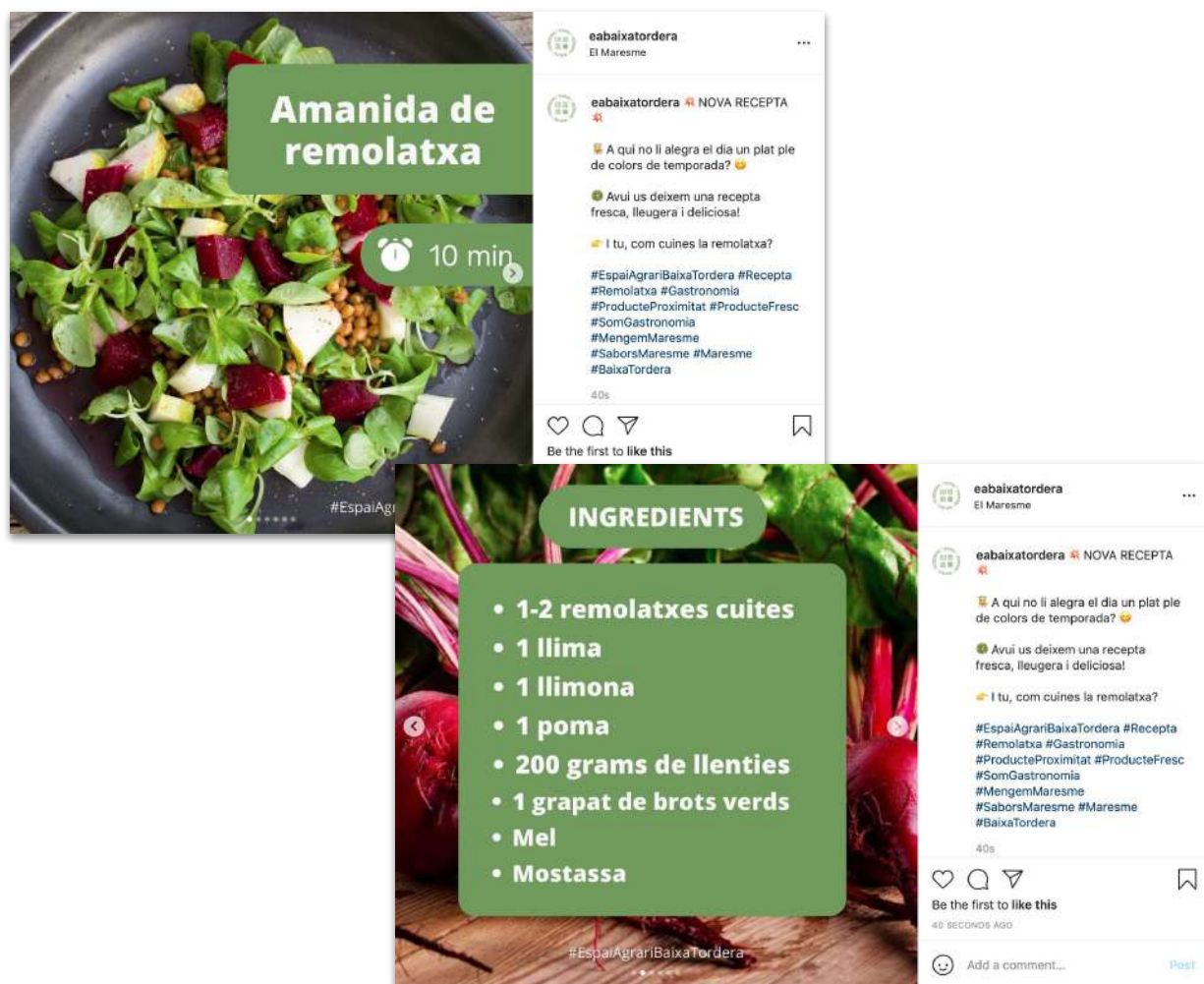


Formats

Instagram Feed

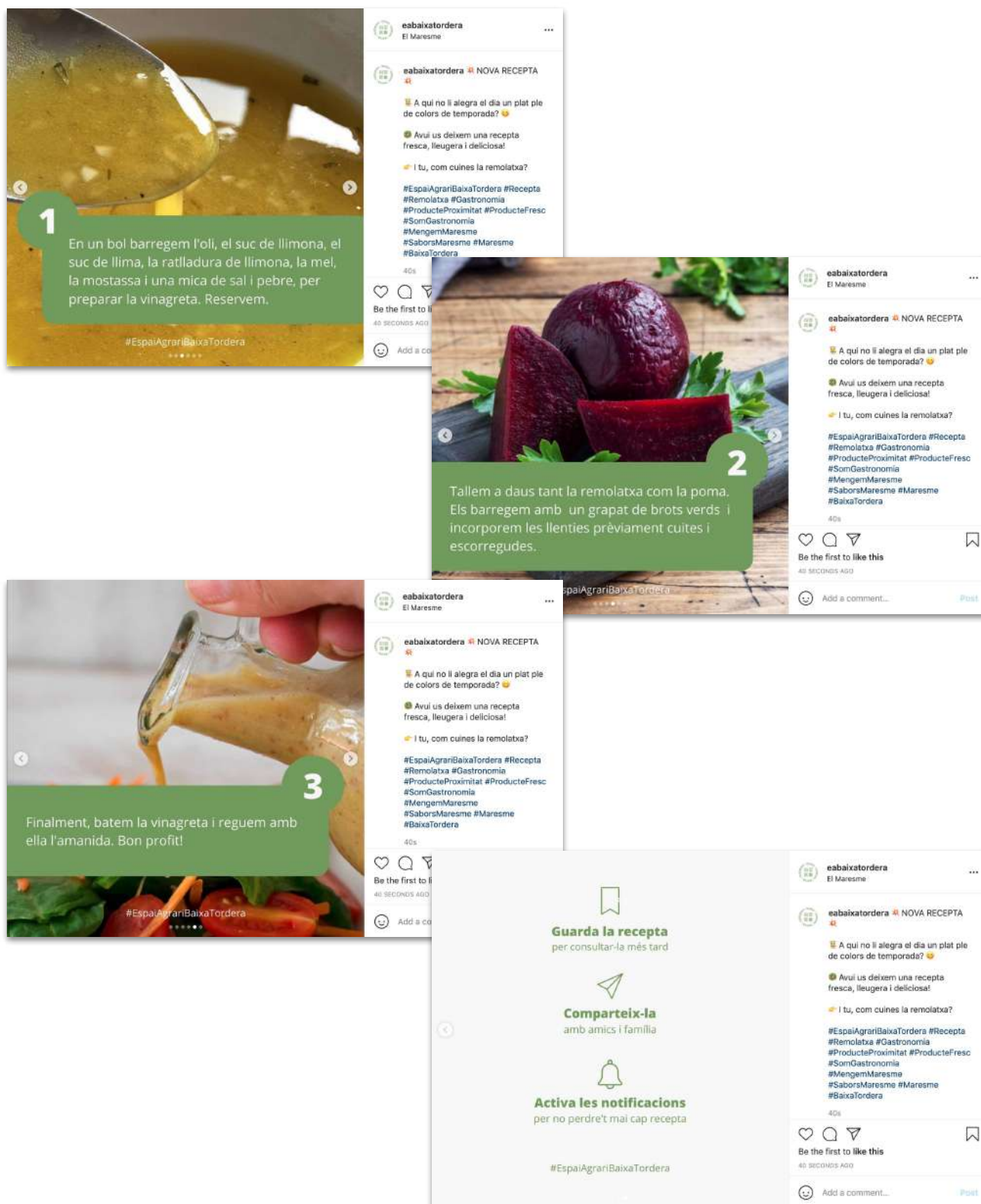
Àlbums / Carroussel

L'aplicació d'Instagram permet publicar en un únic post diverses fotografies. És important que les imatges tinguin relació entre elles i aportin contingut de valor. Aquest format de multipost es podria utilitzar, per exemple, per mostrar diferents escenaris d'un mateix esdeveniment o per receptes de cuina. Se suggereix que l'última imatge sigui un *call to action* de manera que els seguidors actuïn, ja sigui fent like, comentant, compartint el post o guardant-lo.



Formats

Instagram Feed



Formats

Instagram

Guies

Les Guies d'Instagram són un recurs molt útil, ja que permeten tenir en un mateix apartat un recull de posts d'una mateixa temàtica.



Reels

Els Reels són una eina molt potent per crear *engagement*, ja que en ser un vídeo, el temps d'ús de l'aplicació per part de l'usuari augmenta i això afavoreix a l'algoritme d'Instagram. Es proposa crear una caràtula per cada Reels on consti el títol del vídeo i el hashtag propi: #EspaiAgrariBaixaTordera.



Formats

Instagram Stories

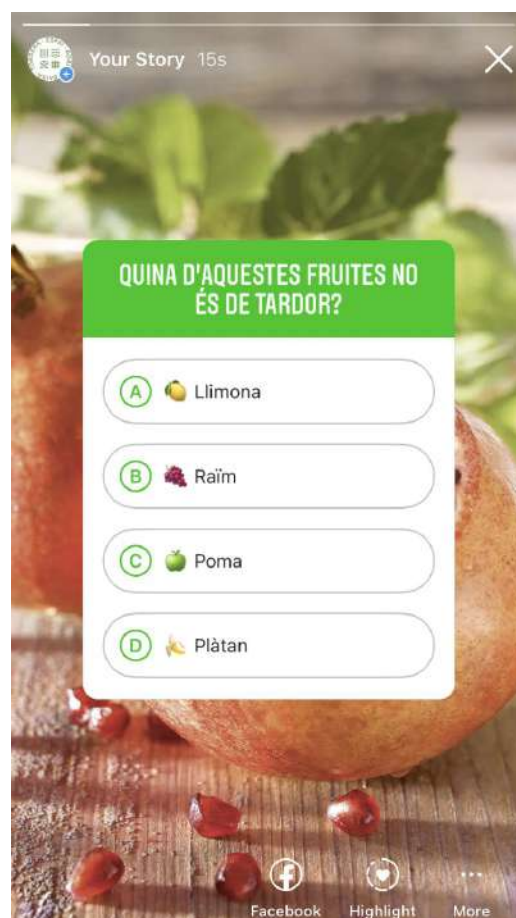
Enquestes

Fer enquestes a Instagram ajuda a mantenir visible la marca de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera, a conèixer amb més profunditat els seguidors i a despertar el seu interès. Es recomana fer-ne un ús periòdic, ja que és una eina senzilla i, alhora, molt efectiva.



Quiz

El Quiz és una eina molt utilitzada als Stories d'Instagram, que permet crear contingut tant informatiu com d'entreteniment. Es recomana molt utilitzar-la per fidelitzar als seguidors.



Formats

Instagram Stories

Preguntes obertes

Per aconseguir una comunicació bidireccional amb els seguidors d'Instagram es proposa utilitzar l'eina de preguntes obertes. S'empra, principalment, per resoldre dubtes sobre una temàtica concreta, però també se'n pot fer un ús més lúdic.



Takeover

Aquesta estratègia consisteix en la utilització dels stories d'Instagram per part d'un influencer, durant tot un dia, per parlar dels productes i/o serveis que ofereix una marca. Els takeovers fan créixer la interacció amb els usuaris, i mostren transparència, proximitat i espontaneïtat.



Formats

Instagram Stories

Instagram Live

Aquest format consisteix a retransmetre vídeos a temps real i dona l'oportunitat als usuaris de comentar i interactuar amb el protagonista del vídeo. Es proposa fer showcookings, entrevistes, preguntes i respostes, etc.



Formats

Twitter

Tweet

Aquest és un exemple de Tweet que funcionaria molt bé a les xarxes socials: una imatge potent amb una frase que crida l'atenció, un copy breu i l'ús de hashtags i emojis.



Fil

Els fils de Twitter són molt efectius quan es vol parlar extensament d'un tema concret. Es suggereix fer-ne un ús periòdic per aprofundir en una notícia, esdeveniment o informació general de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera.



Formats

Twitter

Enquesta

Les enquestes de Twitter són un recurs molt utilitzat, ja que permeten conèixer amb més profunditat la comunitat de seguidors i els seus interessos, a més de generar *engagement*.



Like o RT

Aquest format s'empra molt per crear debat entre dos elements que tenen relació entre ells. És una eina fàcil d'utilitzar i molt efectiva.



Video en directe

Es proposa fer ús d'aquesta eina per retransmetre esdeveniments en directe.

Calendari Editorial

Aquesta és una proposta de [calendari editorial](#) basat en 4 setmanes de tal manera que representi un mes de continguts organitzats i diversificats. Al mateix calendari es poden visualitzar les temàtiques per cadascun dels 4 canals online (Web, Twitter, Instagram i Newsletter). Es tindran en compte els principals dies festius de la comarca i de Catalunya, així com els dies mundials anuals.

		Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
SETMANA 4 - 10 d'octubre								
	Dia	4	5	6	7	8	9	10
TWITTER	Tweet	SOSTENIBILITAT Beneficis	GASTRONOMIA Restaurant	PRODUCTE Curiositats	Newsletter	Notícia 1	PAGESIA Productors	SOSTENIBILITAT Productes Km0
INSTAGRAM	Feed		PAGESIA Productors		SOSTENIBILITAT Canvi climàtic		PRODUCTE Beneficis	
	Story	PRODUCTES Enquesta	SOSTENIBILITAT Prod. Temporada	Newsletter 1	PRODUCTE Curiositats	Notícia 1		
WEB	Notícia				Notícia 1			
NEWSLETTER				Newsletter 1				
		Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
SETMANA 11 - 17 d'octubre								
	Dia	11	12	13	14	15	16	17
TWITTER	Tweet	PRODUCTE Recepta	GASTRONOMIA Like o RT	PAGESIA Mercat	SOSTENIBILITAT Fil	Newsletter	GASTRONOMIA Restaurant	SOSTENIBILITAT Canvi climàtic
INSTAGRAM	Feed	PRODUCTE Recepta		GASTRONOMIA Album		SOSTENIBILITAT Xifra		PRODUCTE Curiositats
	Story	SOSTENIBILITAT Quiz	PRODUCTE Recepta	PAGESIA Trucs	Notícia 2	Newsletter	PRODUCTE Pregunta oberta	
WEB	Notícia				Notícia 2			
NEWSLETTER								

06

Avaluació

Objectius S.M.A.R.T	54
---------------------	----

KPIs	57
------	----

Objectius S.M.A.R.T.

En un escenari ideal, tots els objectius d'un Pla Comunicació haurien de ser S.M.A.R.T., és a dir: Specific (específic), Measurable (mesurable), Achievable (realitzable), Realistic (realista) y Time-Bound (limitat en el temps). La realitat, però, demostra que algunes de les accions proposades no són fàcilment traduïbles en xifres i que la valoració que s'haurà de fer de manera més qualitativa (percepcions) que no pas quantitativa.

A continuació es fa una proposta de xifres que s'haurien d'haver aconseguit el dia 1 de gener de 2021.

Dinamitzar els canals socials Twitter i Instagram

- Publicar uns 84 tweets
- Publicar 3 fils a Twitter
- Publicar unes 36 fotos al feed d'Instagram
- Publicar 3 Reels a Instagram
- Realitzar 1 Instagram Live
- Crear 6 Àlbums a Instagram
- Crear 2 Guies a Instagram
- Haver guanyat 150 seguidors a Instagram (1 de gener)
- Haver guanyat 75 seguidors a Twitter (1 de gener)
- Haver guanyat 30 subscriptors de la newsletter (1 de gener)
- Tenir una mitjana de 2 comentaris als posts d'Instagram i Twitter
- Aconseguir que es publiquin 30 continguts a Instagram amb el hashtag #EspaiAgrariBaixaTordera per part d'altres usuaris

Crear un apartat amb notícies al web

- Publicar 15 notícies

Enviar newsletters de manera periòdica

- Enviar 3 newsletters

Difondre l'agenda dels recursos culturals del territori

- Enviar 3 newsletters amb l'agenda del mes inclosa.

Objectius S.M.A.R.T.

Realitzar accions amb influencers

- Realitzar una taula amb 60 influencers segmentats
- Realitzar 1 acció amb algun influencer i avaluar-la

Organitzar concursos periòdics

- Organitzar 1 concurs a les xarxes socials

Crear continguts de qualitat i d'interès pel públic objectiu

- Dissenyar unes 24 creativitats al Canva
- Crear 6 enquestes als stories d'Instagram
- Crear 6 preguntes obertes als stories d'Instagram
- Publicar 3 Reels a Instagram

Actualitzar el web amb les últimes notícies relacionades amb l'EABT

- Publicar 15 notícies

Promocionar continguts a Instagram

- Promocionar uns 12 posts a Instagram

Establir aliances amb altres perfils digitals rellevants

- Seguir a uns 100 perfils de gastronomia, sostenibilitat i agricultura a totes les xarxes socials
- Crear unes 6 llistes públiques a Twitter de perfils digitals rellevants

Objectius S.M.A.R.T.

Establir relacions permanents amb influencers

- Seguir a uns 50 perfils socials d'influencers de Catalunya a totes les xarxes socials (gastronomia/pagesia/agricultura/sostenibilitat/fotografia)
- Crear unes 10 llistes públiques a Twitter de perfils d'influencers segons temàtica

Identificar i comunicar els elements diferencials de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera

- Llistar els 6 locals gastronòmics més destacats de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera
- Llistar els 6 esdeveniments gastronòmics/culturals/turístics típics dels municipis que integren l'Espai Agrari de la Baixa Tordera
- Llistar les 6 curiositats que fan únic aquest parc agrari (per exemple, la fauna autòctona de la zona)

Comunicar a les xarxes socials l'assistència a fires i altres esdeveniments del sector

- Fer difusió a les xarxes socials de com a mínim 4 esdeveniments que tinguin lloc a la zona de la Baixa Tordera



KPIs

Les KPI (Key Performance Indicators) són conceptes o indicadors claus que permeten mesurar quantitativament l'evolució. Es proposa monitoritzar mensualment unes KPIs determinades per a cada canal amb la finalitat de comprovar quin contingut funciona i quin no i optimitzar la comunicació.

KPIs del web

- Visites úniques al mes
- Taxa de rebot
- Temps de lectura
- Leads (correus captats)
- Adquisició (orgànic, xarxes, newsletter)
- Comentaris
- Comparticions dels posts a altres xarxes socials

KPIs de Twitter

- Total de seguidors
- Nous seguidors al mes
- Número de likes al mes
- Número de RTs al mes
- Abast mensual
- Engagement (nivell de compromís)
 - Xifra que ofereix Twitter Analytics

KPIs de Instagram

- Total de seguidors al mes
- Nous seguidors al mes
- Número de likes al mes
- Total de comentaris al mes
- Clics a l'enllaç de la bio al mes
- Engagement (nivell de compromís)
(likes+comentaris/seguïdors)*100

KPIs

KPIs de la newsletter

- Nombre de subscriptors
- Nombre de baixes
- Taxa d'obertura
- Taxa de clics a enllaços

KPIs d'esdeveniments

Tot i que la gran part d'esdeveniments els organitzen tercers, també es pot controlar aquelles accions en què Espai Agrari de la Baixa Tordera té un paper més destacat. En aquest sentit, seria interessant comprovar quin és l'èxit d'una acció determinada (assistència a una fira, descàrrega d'un PDF, visualització d'un vídeo, trànsit a una altra web, etc) que es promou des dels canals de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera.

Altres KPIs a tenir en compte

- Mencions que facin a la xarxa socials (webs, blogs, mitjans, etc.)
- Evolució de les visites a la web
- Evolució de les cerques "Espai Agrari Baixa Tordera"
- Ús del hashtag #EspaiAgrariBaixaTordera

Avaluació

Per avaluar el treball que es fa en xarxes socials i saber si les estratègies plantejades funcionen és convenient elaborar un informe en què es detalli el creixement i els continguts que han agradat més (també els que han tingut menys èxit); un document on s'incloguin valoracions i propostes de millora. Aquest informe s'hauria de fer mensualment, compartir-lo amb tot l'equip de comunicació i guardar-se al Google Drive en format PDF.

07

Eines

Gestió i programació de xarxes	60
--------------------------------	----

Creació de continguts	61
-----------------------	----

Analítica	62
-----------	----

Reputació online	63
------------------	----

Eines

Gestió i programació de xarxes socials

Existeixen diferents eines per gestionar i programar continguts a les xarxes socials, amb les quals es poden concentrar els esforços en franges horàries i no obliguen a estar constantment actualitzant els continguts en viu. La majoria d'aquestes eines són *freemium* (de franc però amb suplements de pagament).

Twitter

Es gestionarà i programarà el contingut de Twitter directament des de l'aplicació oficial, ja que el programa permet escollir el dia i hora de la publicació de manera gratuïta.

Instagram

La gestió del contingut d'Instagram es farà des de la mateixa aplicació, de manera immediata i directa.

Business Suite

Utilitzarem aquest programa gestionar Instagram des del mòbil (respostes per DM, anàlisi d'estadístiques...).

Creator Studio

Utilitzarem aquest programa per programar els posts (no stories) d'Instagram. Es tracta d'una eina vinculada a Facebook que permet datar les publicacions de manera senzilla i gratuïta.

Facebook Business Manager

Aquesta eina de Facebook permet fer campanyes de pagament a Instagram. S'utilitzarà quan es vulgui promocionar contingut a aquesta xarxa social.

Eines

Creació de contingut

Al marge de compartir continguts del web Espai Agrari de la Baixa Tordera o de tercers, és important crear contingut nou per atraure públic i crear marca. Hi ha algunes eines que ens permeten dissenyar contingut genuí i de valor que pugui ser rellevant per la comunitat i també compartible.

Canva

Canva és un senzill programa online que permet dissenyar creativitats de franc i d'una manera molt ràpida. Es poden usar imatges i elements gràfics del mateix programa o pujar fotos pròpies, i també permet el treball en equip. És ideal per fer creativitats quan s'organitzin concursos, sortides, promocions, etc. També es pot utilitzar per inserir el logo d'EABT a les fotos que es comparteixin a Instagram.

Instadownloader

És una pàgina web que s'utilitza per descarregar fotografies que ja han estat publicades a Instagram per altres usuaris de la plataforma. Només és necessari l'enllaç web de la imatge. És una forma fàcil i ràpida d'aconseguir fotografies que agraden i que es volen repostejar a Instagram o Twitter. Però, sobretot, sempre cal tenir en compte que s'ha de mencionar l'autoria de la imatge.

Unfold i Instories

Són aplicacions que s'empren per crear stories dinàmiques. Ofereixen plantilles gratuïtes, tipografies i efectes especials per a l'aparició de textos, imatges i altres elements que es vulguin incloure a la story.

Mailchimp

Hi ha diferents plataformes per a l'enviament de newsletters. Una de les més conegudes és MailChimp, que permet enviar de manera gratuïta un mateix correu fins a 2.000 destinataris. A més, amb MailChimp es poden dissenyar diferents plantilles per a cada tipus de comunicació (inici d'una fira, promoció d'un esdeveniment...) i segmentar campanyes segons públic.

Eines

Analítica

De cara a preparar els informes mensuals de mètriques per saber quin és l'impacte a cada canal, és necessari emprar eines que ens facilitin els KPIs més rellevants. Aquestes són:

Twitter Analytics

Per analitzar la resposta dels tweets a Twitter es recomana l'ús de Twitter Analytics, des d'on es pot veure un resum mensual d'allò que ha funcionat millor a la xarxa. Aquesta eina, que es troba dins de Twitter, és de franc. A més, es poden descarregar amb Excel tots els KPIs, essencials per elaborar posteriorment els informes.

Instagram Insights

Aquesta eina gratuïta d'Instagram permet descobrir les interaccions, visites al perfil, impressions i seguidors que s'han obtingut a partir de cada post. També indica els *likes* i el nombre de vegades que la publicació s'ha guardat i compartit amb altres usuaris.

Google Analytics

Per analitzar les visites que rep la pàgina web <https://www.espaiagrariabaixatordera.cat/> es recomana utilitzar Google Analytics. Des d'aquesta eina es té accés a totes les mètriques del comportament del web: nombre de visites al mes, pàgines més vistes, taxa de rebot, temps de lectura, perfil de visitant, procedència del visitant, etc.

Mailchimp

La plataforma per enviar newsletters també ofereix informes gratuïts de cada enviament (campanya) amb dades rellevants com nombre d'obertures, hores de lectura, enllaços més clicats, etc.

Eines

Reputació online

Tothom que té accés a internet pot opinar (negativament o positivament) de l'Espai Agrari de la Baixa Tordera. En algunes ocasions pot citar l'usuari d'EABT, però en altres pot ser que no ho faci. Per estar al corrent de tot allò que s'escriu sobre l'Espai Agrari de la Baixa Tordera es pot emprar la següent eina.

Google Alerts

Serveix per crear alertes per mails que informen quan un determinat concepte (o frase) ha estat publicada en alguna pàgina web. Es pot regular els correus que es volen rebre (periodicitat). Molt útil per monitoritzar la marca d'Espai Agrari de la Baixa Tordera.



08

Equip

Equip

Espai Agrari de la Baixa Tordera

SÒNIA CALLAU-BERENGUER

Cap de la Direcció Territorial Agrari

callaub@diba.cat

(+34) 636 49 58 55

Kiribatis

DANIEL GUTIÉRREZ

Coordinador del projecte

daniel@kiribatis.com

(+34) 654 719 795

Gestió d'anuncis
Informes de mètriques
Reunions de coordinació

Kiribatis

MARTA MIQUEL

Community Manager

marta@kiribatis.com

(+34) 638 709 108

Creació i curació de continguts
Respondre comentaris, fer RT i likes
Disseny de creativitats

09

Protocol de crisi

Protocol de crisi	67
Contingut sensible	68

Protocol de crisi

S'entén com a situació de crisi quan un o més d'un usuari mostra de manera pública i manifesta algun comentari molt negatiu sobre la marca Espai Agrari de la Baixa Tordera o sobre els continguts compartits per aquesta. Quan això succeeix no s'han de perdre els nervis ni, sobretot, contestar en calent i sense reflexionar les conseqüències de la resposta. Tanmateix, cal donar una resposta ràpida. Els passos a seguir seran aquests:

1. **Analitzar la situació.** A quin canal ha passat? Quan? Arran de quin comentari? Sobre quina temàtica?
2. **Analitzar la contrapart.** Qui ha estat? És un usuari amb contactes a les xarxes socials? És conegut? Quina és la seva reputació digital? Convé valorar la persona que ha iniciat la crisi i el motiu.
3. **Actuar.** Si la persona que ha reaccionat negativament és un trol o té fama de ser ofensiva a internet, s'obviarà el seu comentari. Si incorre en desqualificacions, s'eliminarà el comentari (Instagram). En el cas que sigui una crítica constructiva s'aguirà la seva aportació i es demanaran disculpes públicament. En tot cas, sempre que puguem hem d'intentar posar-nos en contacte amb aquesta persona per privat i treure de llocs públics aquestes converses que poden malmetre la reputació online.
4. **Respostes.** Les respostes no han de sonar a automàtiques, hem d'escriure com a persones i empatitzar amb l'altre usuari. Hem de defugir de respostes estàndards com "aviat donarem resposta a la seva sol·licitud". Mai perdrem els nervis i respondrem amb educació i sense atacar.
5. **Fer balanç.** Quan passi la crisi haurem de registrar l'incident per tenir-lo en compte en un futur i estudiar si es pot resoldre de manera diferent en el cas que es repeteixi.
6. **Temàtiques sensibles.** Per evitar crisis digitals intentarem ser molt curosos amb temàtiques o indrets que poden generar polèmica, com poden ser les activitats amb animals o festivitats nacionals.

Continguts sensibles

Els següents temes no es tractaran a les xarxes socials. En el cas que s'hagi de fer difusió, es farà amb la màxima prudència per no ferir sensibilitats i crear situacions de crisi.

Pesticides

Cal anar amb compte a l'hora de fer servir la paraula ecologia, ja que segurament hi haurà pagesos que utilitzen pesticides que no són ecològics. És un tema delicat que s'hauria d'evitar, ja que els pesticides industrials contaminen el sòl, l'aigua i l'aire, cosa que pot crear disputes entre la gent més conscienciada per cuidar el medi ambient.

Consum d'aigua

El mateix passa amb el consum d'aigua i la sostenibilitat. No és necessari comentar els litres d'aigua que s'utilitzen per conrear les terres del parc agrari per evitar ferir sensibilitats.

Qüestions nacionals

Quan arribin diades especials (11 de setembre, 12 d'octubre, etc.) caldrà ser especialment curosos amb el llenguatge utilitzat.



Kiribatis

Destinacions per explorar

www.kiribatis.com

