

Campanya corporativa

Campanya Equilibri natural (Generalitat)

De 21 març al 3 d'abril i juliol a 30 setembre de 2023



**Diputació
Barcelona**

Campanya Equilibri natural (Generalitat)

Antecedents

La Diputació de Barcelona i la Generalitat de Catalunya volen conscienciar la ciutadania sobre la necessitat de tenir conductes cíviques al medi natural arran de la creixuda d'aflluència als parcs, els comportaments incívics s'han multiplicat, sobretot entre les persones que no estan habituades a anar a la natura, i especialment en època de primavera i tardor.

La Diputació de Barcelona gestiona els 12 parcs i espais naturals de la província de Barcelona, més de 100.000 hectàrees que representa el 22% del territori. Els parcs garanteixen un equilibri mediambiental en una zona densament poblada, amb el 70% de la població de Catalunya al seu territori.

És per això que la Diputació de Barcelona i la Generalitat de Catalunya col·laboren en el desenvolupament i el finançament de la campanya sobre la civisme als espais naturals, col·laboració que es realitza per primera vegada en aquest tema. Aquesta col·laboració no està recollida en un conveni, però sí existeix un equip de treball compartit que ha consensuat els missatges i la creativitat de la campanya; aquest equip també compta amb la participació de les altres tres diputacions catalanes. En aquesta ocasió, únicament la Diputació ha pogut dur a terme una campanya a mitjans de comunicació.

Objectius

Promocionar el civisme entre la ciutadania als espais i parcs naturals.

Dates

De 21 març al 3 d'abril i juliol a 30 setembre de 2023.

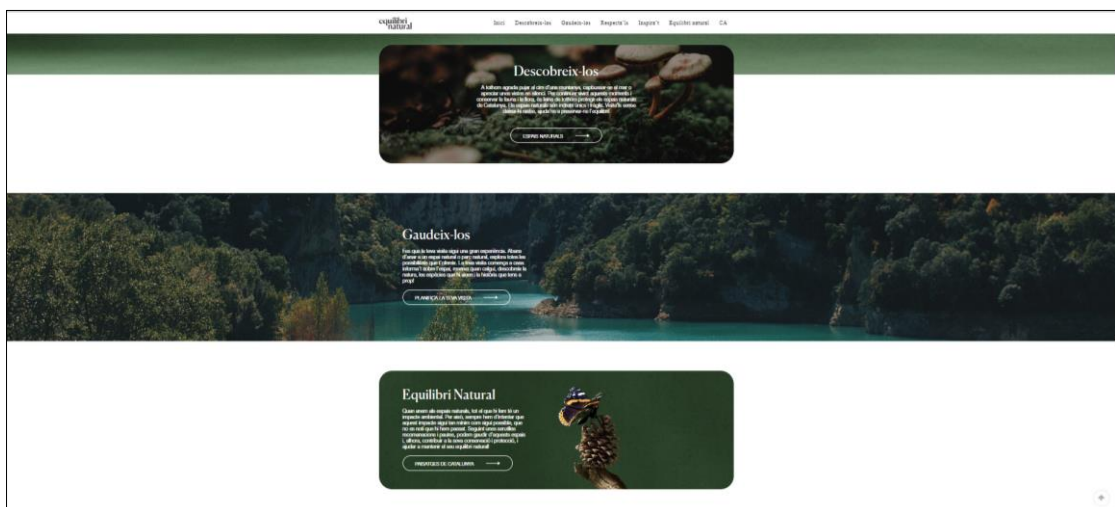
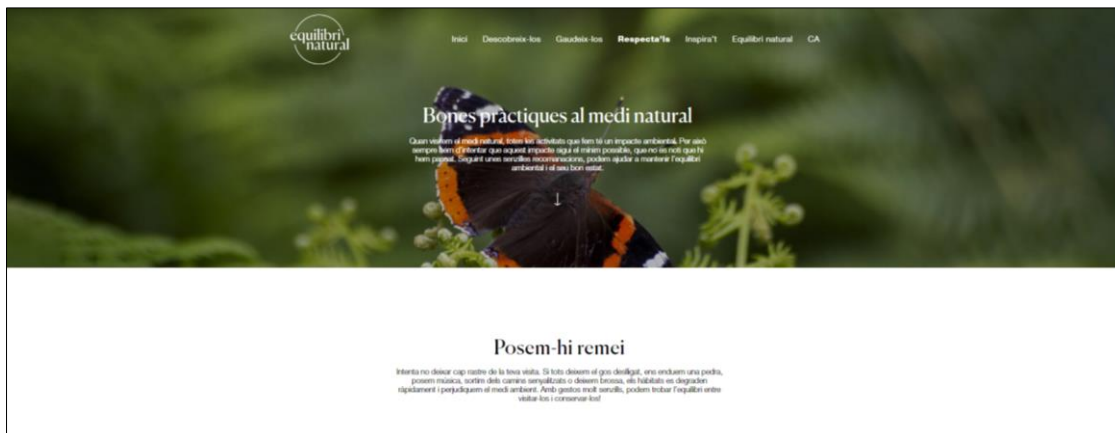
Públic

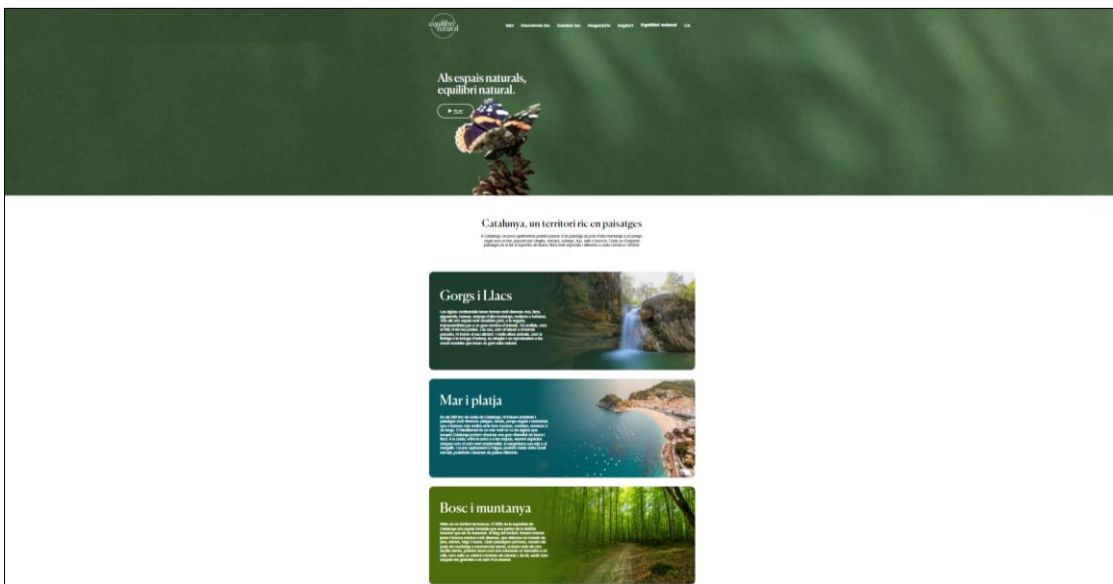
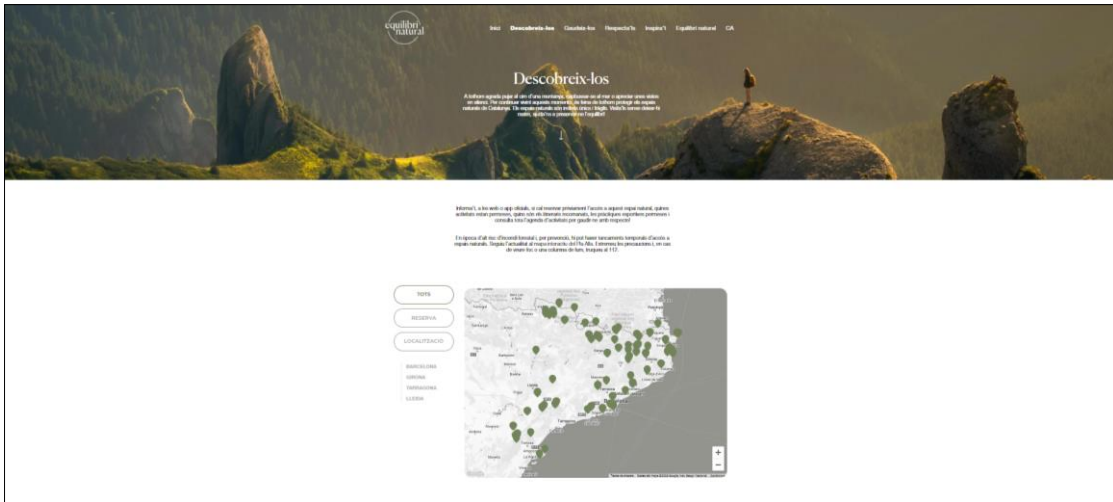
Dones i homes de la província de Barcelona.

Peces

Anunci

Campanya de posicionament de la nova web d'espais naturals de Catalunya

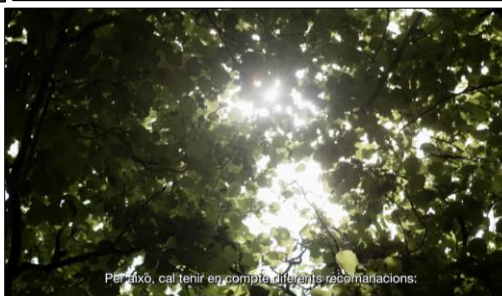




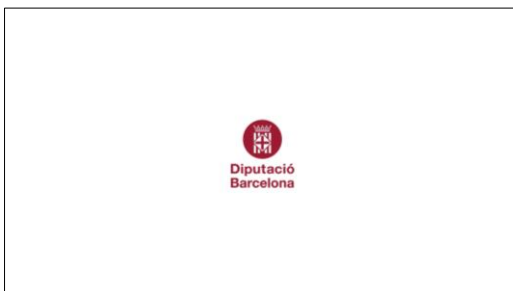
Posicionament web espais naturals

Videos equilibri natural







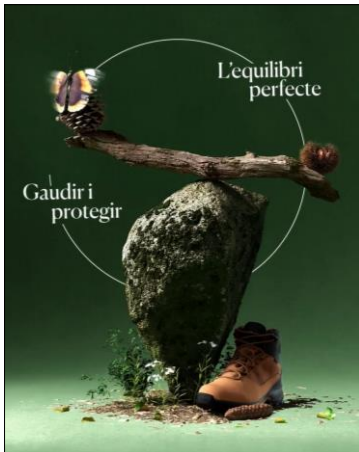

Rius i llacs





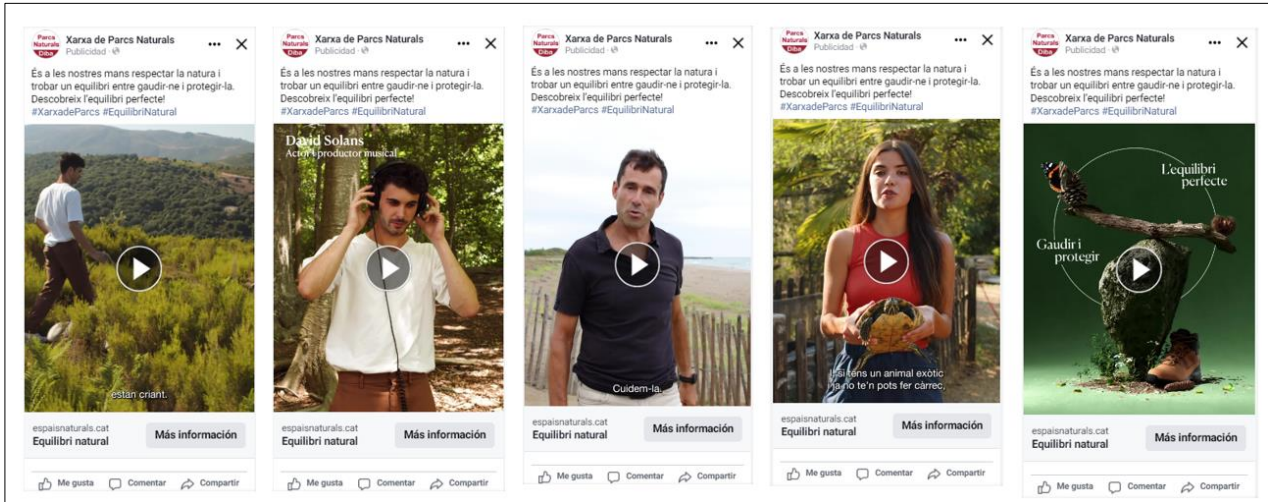


Turisme sostenible

 <p>Raquel Serrat Ramadera</p> <p>I si et ve de gust passar uns dies en un espai natural,</p>	 <p>Raquel Serrat Ramadera</p> <p>pots gaudir de la increïble oferta turística que tenim.</p>	 <p>pots gaudir de la increïble oferta turística que tenim.</p>
 <p>TR AGROTURISME Casa de poble independent</p> <p>Molts establiments i empreses gaudeixen de segells de turisme sostenible.</p>	 <p>Fent ús d'ells estàs contribuint a l'economia local</p>	 <p>i a evitar el despoblament rural.</p>
 <p>L'equilibri perfecte</p> <p>Gaudir i protegir</p>	 <p>Diputació Barcelona</p>	 <p>Generalitat de Catalunya</p> <p>sempre endavant </p>

XXSS

Facebook Ads



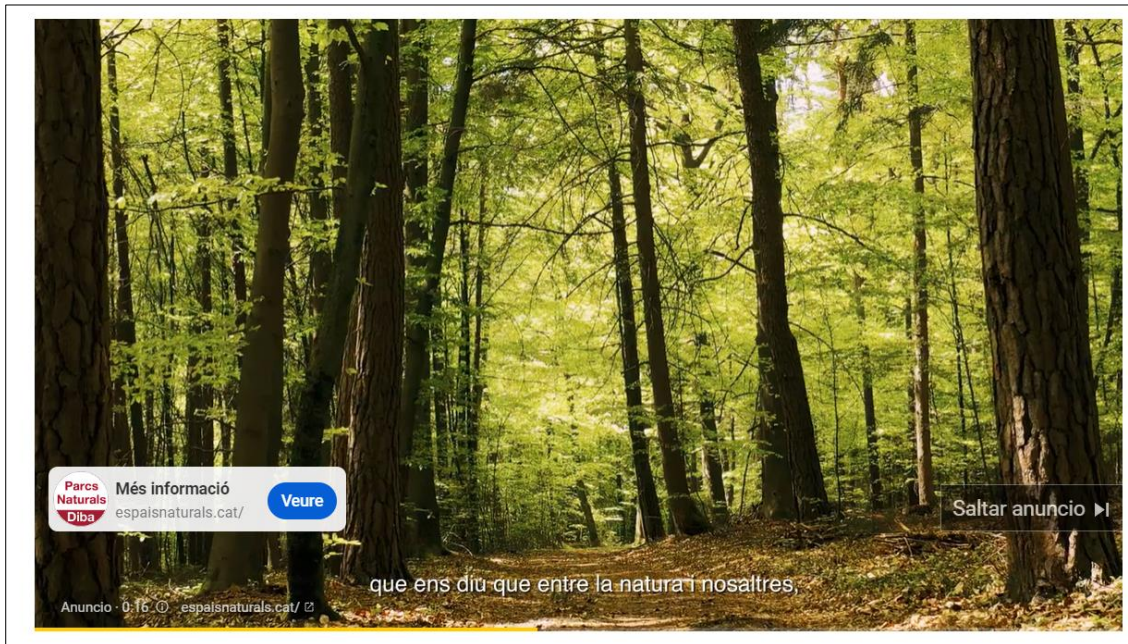
Instagram Feed



Instagram Stories



Youtube



Twitter



Pressupost

Inversió en mitjans	Proveïdors	Inversió en producció	Proveïdors	TOTAL CAMPANYA
Imputat dins la campanya n.2 de XXSS		0,00 €	Producció interna	0,00 €

*La inversió a XXSS en aquesta campanya és de 15.825,35€, inversió imputada a la campanya de XXSS de Diputació de Barcelona.

** Tots els imports inclouen l'IVA.



La campanya publicitària digital "Equilibri Natural" per a Espais Naturals es va realitzar en dos temps, entre el **21/03 - 03/04** i entre el **06/07 - 30/09**.

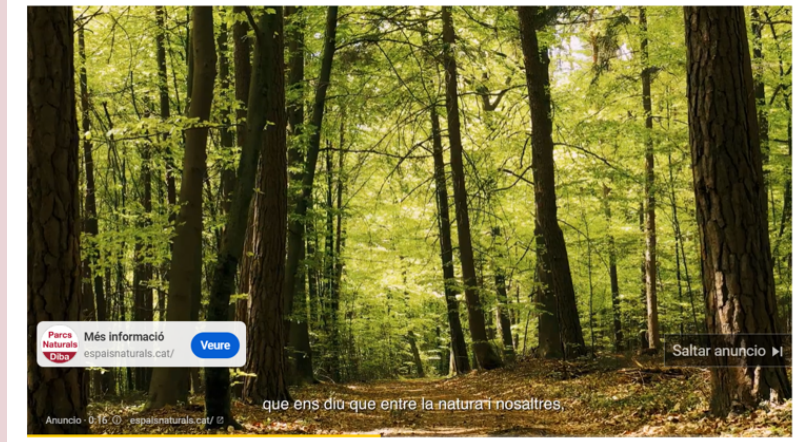
Es van efectuar **9 accions a xarxes socials i una a cercadors**, totes amb l'objectiu de cobertura. Al quadre a continuació se'n pot veure el desglossament per plataformes.

Mitjà	Nombre d'accion...
Instagram	5
Facebook	2
Adwords	1
Youtube	1
X	1

La **inversió total va ser de 15.800€**, amb el resultat de **10.289.767 impactes**, dels quals 10.064.761 a xarxes i 225.006 a cercadors.

El **CPM mitjà** de la campanya va ser de **2,47€**, el **CPC de 1,77€** i el **CTR global de 0,55%**, tot i que cal destacar el **CTR de 4,61% de l'acció a cercadors**.

CPM	Inversió	Impactes	CPC	CTR
2,47 €	15.800 €	10.289.767	1,77 €	0,55 %



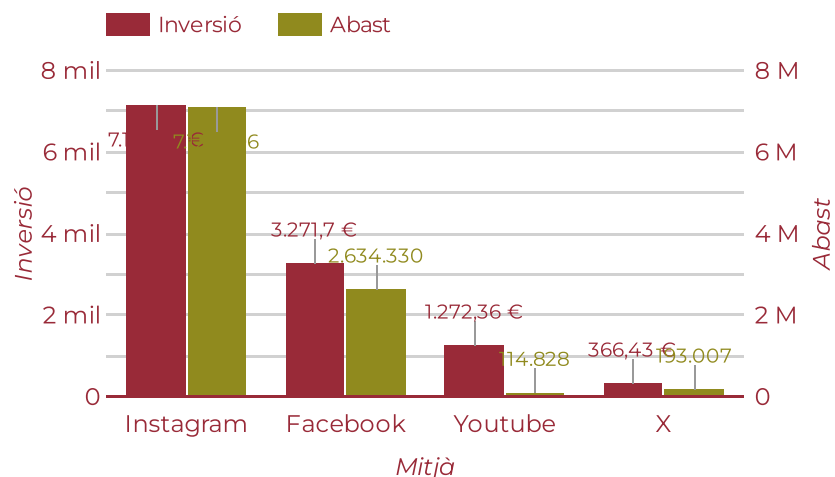
Suport	CPM ▲	Inversió	% Inv	Impactes	CPC	CTR
Xarxes Socials	1,52 €	12.083,07 €	76,47 %	10.064.761	1,94 €	0,1 %
Cercadors	11,01 €	3.717,14 €	23,53 %	225.006	0,24 €	4,61 %

Una **inversió en xarxes socials de 12.083,07€** ha obtingut **17.001.610 impressions** amb un abast de **10.064.761 usuaris**. Al quadre superior dret es poden veure les dades agrupades per plataforma, mentre que al quadre inferior es pot observar el detall de cada acció. Al quadre inferior dret es pot veure gràficament la proporció entre inversió i abast per a cada plataforma.

El CPM mitjà de les accions ha estat de 1,52€, però si no es considera el valor atípic de Youtube, quedaria en 0,79€. **El CPM ponderat global ha estat de 0,71€**

CPM* Inversió Abast Clics a web CTR
0,79 € 12.083 € 10.064.761 10.557 0,10 %

Mitjà	Dones ▾	Homes
Instagram	5.230.405	6.542.231
Facebook	1.936.744	2.698.689
Youtube	0	0
X	0	0
Total	7.167.149	9.240.920



Mitjà	CPM ▲	Inversió	% Inv	Impressions	% Imp	Clics a web
Instagram	0,7 €	7.172,58 €	59,36 %	11.865.186	69,79 %	3.911
Facebook	0,78 €	3.271,7 €	27,08 %	4.665.854	27,44 %	5.827
X	1,23 €	366,43 €	3,03 %	298.328	1,75 %	351
Youtube	7,39 €	1.272,36 €	10,53 %	172.242	1,01 %	468

Mitjà	Data Inici	Tipologia	CPM ▲	Inversió	% Inv	Impress...	% Imp	Clics a ...
Instagram	6 jul 2023	Stories	0,53 €	1.887,6 €	15,62 %	3.573.292	21,02 %	1.950
Instagram	6 jul 2023	Feed	0,56 €	1.887,54 €	15,62 %	3.355.424	19,74 %	687
Instagram	6 jul 2023	Reels	0,58 €	1.887,57 €	15,62 %	3.277.823	19,28 %	480
Facebook	6 jul 2023	Feed	0,66 €	2.516,7 €	20,83 %	3.838.211	22,58 %	3.992
Instagram	21 mar 2...	Stories	0,88 €	754,96 €	6,25 %	857.419	5,04 %	593
Facebook	21 mar 2...	Feed	0,91 €	755 €	6,25 %	827.643	4,87 %	1.835
Instagram	21 mar 2...	Feed	0,94 €	754,9 €	6,25 %	801.228	4,71 %	201
X	21 mar 2...	Feed	1,23 €	366,43 €	3,03 %	298.328	1,75 %	351
Youtube	21 mar 2...	Midroll	7,39 €	1.272,36 €	10,53 %	172.242	1,01 %	468
Total			1,52 €	12.083,07...	100 %	17.001.610	100 %	10.557



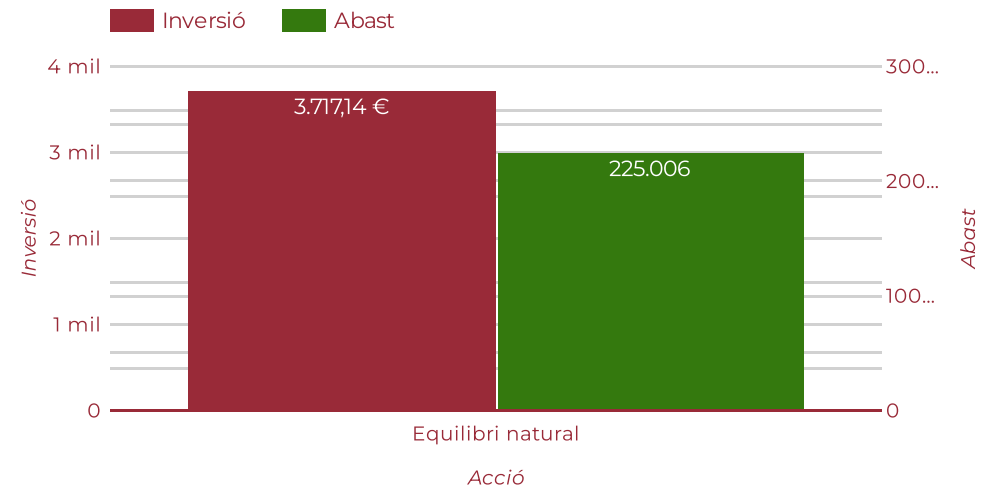
Entre el 12/07/2023 - 30/09/2023 es va portar una acció de **màrqueting adwords** al cercador de Google, amb tipologia search i objectiu cobertura.

Es van **invertir 3.717€**, amb un resultat de **337.509 impressions**, un **abast de 225.006 usuaris** i **15.546 clics a web**, el que significa un **CTR del 4,61%**

El CPM va ser de 11,01€, i el CPC de 0,24€

Al quadre dret es pot veure la proporció entre impressió i abast.

CPM	Inversió	Abast	Impressions	Clics a web
11,01 €	3.717 €	225.006	337.509	15.546



Conclusions

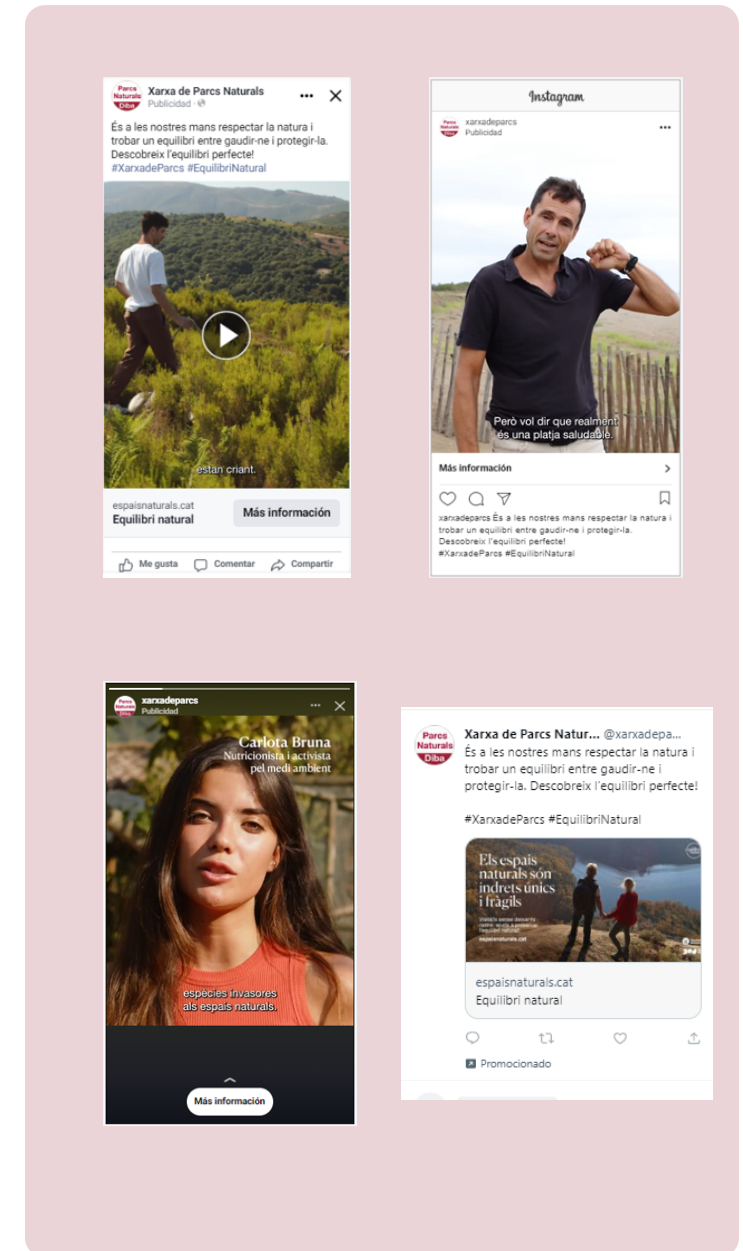
S'han realitzat 9 accions diferents de xarxes socials i buscadors en aquesta campanya, que han aconseguit **10 milions d'impactes i 26.000 clics a web**.

Podem concloure, doncs, que **s'assoleixen els objectius de notorietat** que s'havien plantejat per a la campanya, ja que les dades d'impactes mostren que s'aconsegueix donar a conèixer la campanya, fins i tot amb generant un alt grau d'interès, com mostra el elevat nombre de clics.

Quant a la tipologia de canals, cal comparar el cost i l'efectivitat de les xarxes socials amb els cercadors, sent les primeres molt més econòmiques, a excepció de Youtube. Tores les xarxes es mouen en un nivell d'efectivitat semblant, i per tant **un mix adequat de canals** resulta imprescindible per arribar a totes les tipologies d'usuaris. Quant a cercadors, proporcionalment resulten més cars, però també més efectius a l'hora de generar conversions.

Propostes de millora

- Continuar ajustant la segmentació de públics i el mix de canals per a aquest públic objectiu.
- Combinar campanyes amb objectiu cobertura i clic a web, que assegurin per una banda que el missatge es difon suficientment i que s'aprofundeix en el contingut a través del clic.
- Continuar fent seguiment del comportament dels clics per a esbrinar si finalment es converteixen en leads.



- CPM: cost per mil impressions.
- CPC: cost per clic.
- CTR: percentatge de clics (clics / impressions).