

Campanya corporativa

Campanya Paisatges BCN

Del 5 al 27 d'octubre de 2024



**Diputació
Barcelona**

Índex

Antecedents	3
Objectius	3
Dates	3
Públic	3
Peces	4
Anunci imprès	4
Publireportatge digital	5
Bàner	5
Ràdio	8
Falca 20"	8
XXSS	9
Instagram story ads	9
Instagram feed	10
Sorteig	11
Facebook feed	11
Instagram feed	11
Pressupost	12

Campanya Paisatges BCN

Antecedents

La Diputació de Barcelona és una institució de govern local que impulsa el progrés i procura el benestar dels ciutadans del seu àmbit territorial: la província de Barcelona, 311 municipis en xarxa, la qual representa el 24% del total de la superfície de Catalunya i el 74,4% del total de la població catalana (més de cinc milions i mig de persones). Actua directament prestant serveis i, sobretot, en cooperació amb els ajuntaments.

Les comarques de l'Anoia, Bages, Osona i Moianès treballen de forma conjunta en la seva promoció turística sota la marca Paisatges Barcelona. Les quatre comarques comparteixen paisatge, història i caràcter i ofereixen al visitant muntanyes emblemàtiques, espais naturals, rutes i propostes culturals i enogastronòmiques de gran valor.

El Festival de Paisatges és una oportunitat per descobrir les comarques del Moianès, Osona, Bages i Anoia de forma diferent i de la mà de qui millor coneix aquest territori. **Durant quatre caps de setmana s'hi proposen activitats per a tota la família amb un component actiu i una part més lúdica:** rutes a peu, en bicicleta, classes de ioga en espais singulars, tastos de productes locals, visita a obradors i cellers, esglésies i espais naturals... **El Festival descobreix paisatges i històries d'aquest tros de la província de Barcelona.**

Objectius

- Incrementar la notorietat de la marca Paisatges Barcelona.
- Fomentar l'acció conjunta entre comarques i entre empreses.
- Millorar la competitivitat de la destinació.
- Estructurar una plataforma de màrqueting i comercialització conjunta.
- Incrementar el coneixement de l'oferta existent i la demanda.

Dates

Del 5 al 27 d'octubre de 2024.

Públic

Dones i homes de 18 a 70 anys, de les comarques de Barcelona.

Peces

Anunci imprès.

Diverses mides; color. Ex:



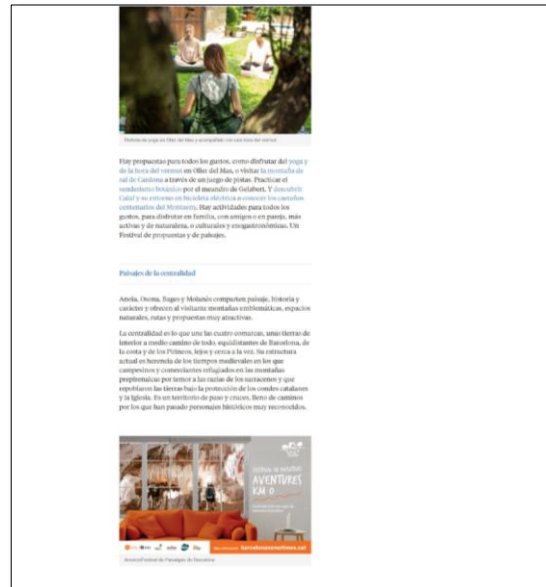
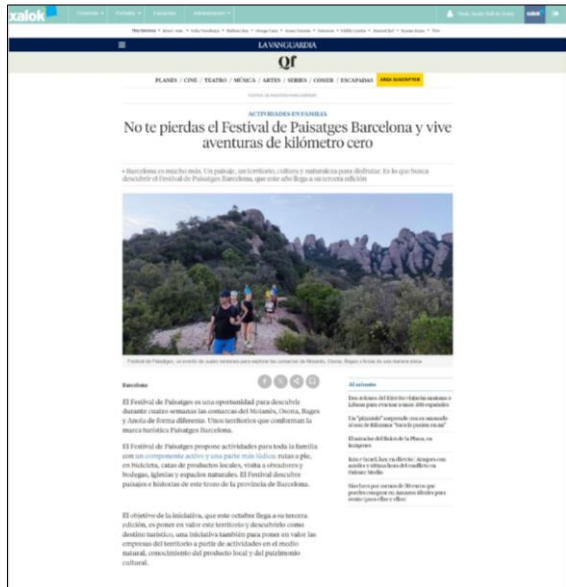
Anunci en A3 i A4



Anunci en A3 i A4

Publireportatge digital.

Ex.



La Vanguardia - Festival de Paisatges Barcelona

Bàner.

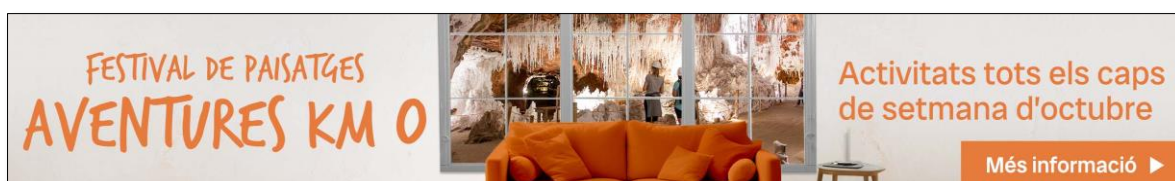
Diferents creativitats i mides. Ex.:



440x440



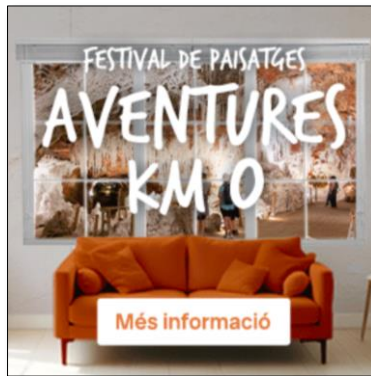
700x350



2440x360



1920x480



300x300

Ràdio

Falca 20"

loga en un indret idíl·lic. Fet
Una cova mil·lenària amb estalactites. Fet
Caminada amb bany de bosc. Fet

Tot això on ho has fet?

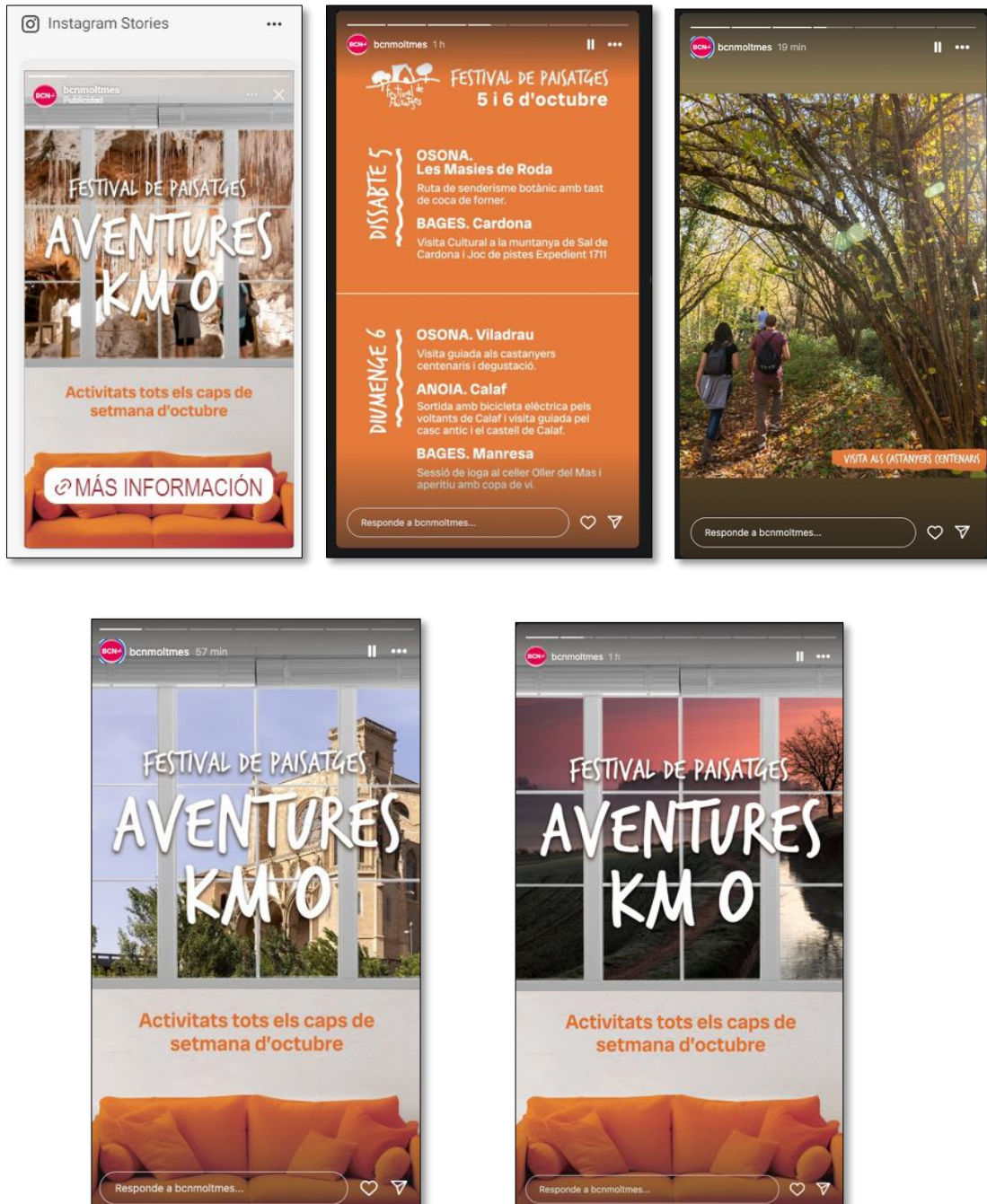
Al Festival de Paisatges Barcelona.
Aventures km 0 tots els caps de setmana d'octubre
Reserva a barcelonaesmoltesmes.cat.

M'hi apunto!
Diputació de Barcelona"

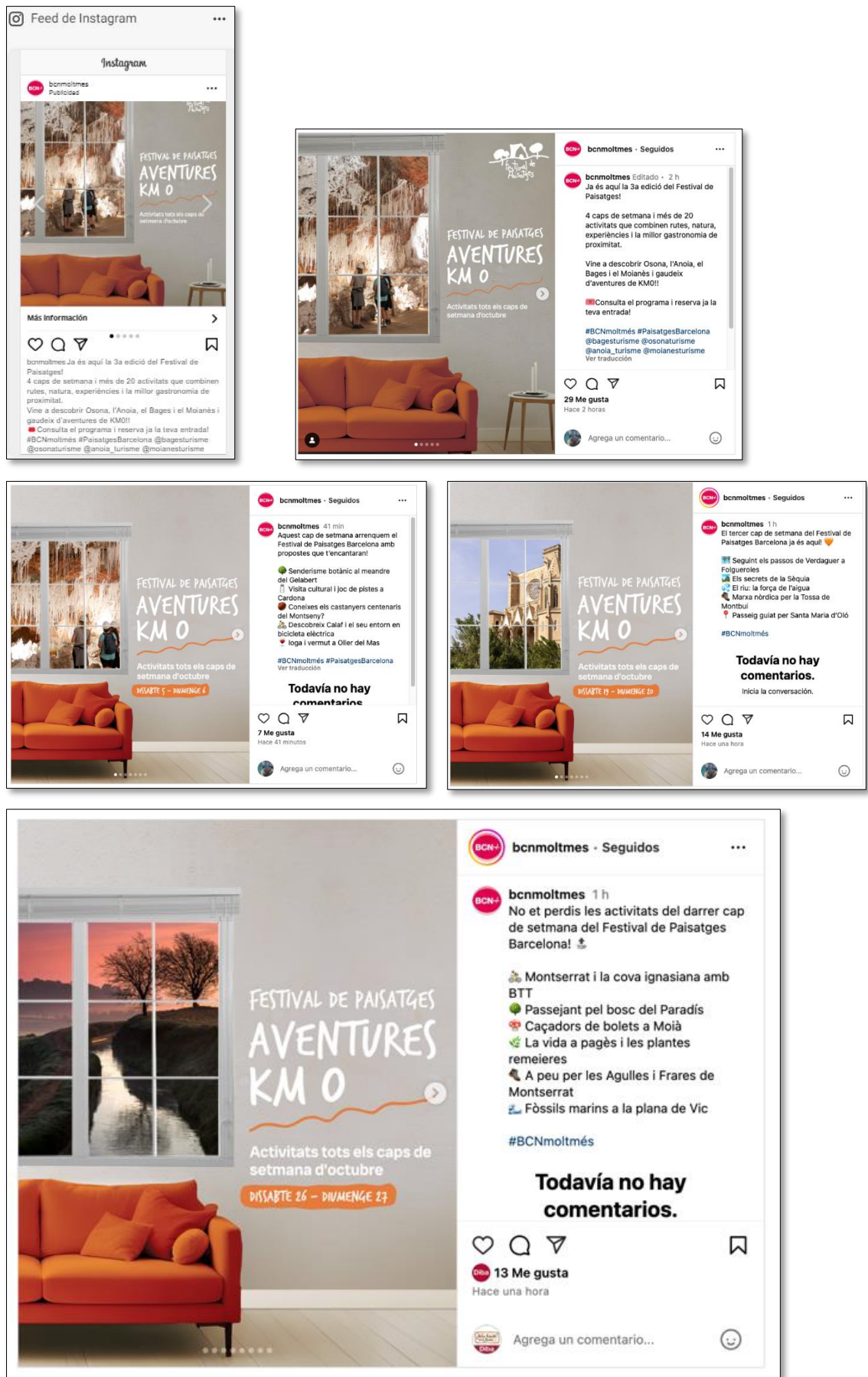
Catalunya Ràdio, Cadena Ser Barcelona, Onda Cero Barcelona, Cadena 100 Barcelona, Cope, Flaix FM, RAC-1

XXSS

Instagram story ads



Instagram feed



Sorteig

Sorteig a xxss del 2 al 13 d'octubre

Facebook feed



Instagram feed



Pressupost

Inversió en mitjans	Proveïdors	Inversió en producció	Proveïdors	TOTAL CAMPANYA
45.749,95 €	Dataplanning	Creativitat i gestió del sorteig campanya Paisatges BCN	Berepublic Media SL	51.855,95 €
		Premi sorteig Festival de Paisatges Barcelona	Globus Grial sl	

**La inversió d'aquesta campanya en xarxes socials ha estat de 3.774,59 €, inversió imputada a la campanya de XXSS de Diputació de Barcelona.*

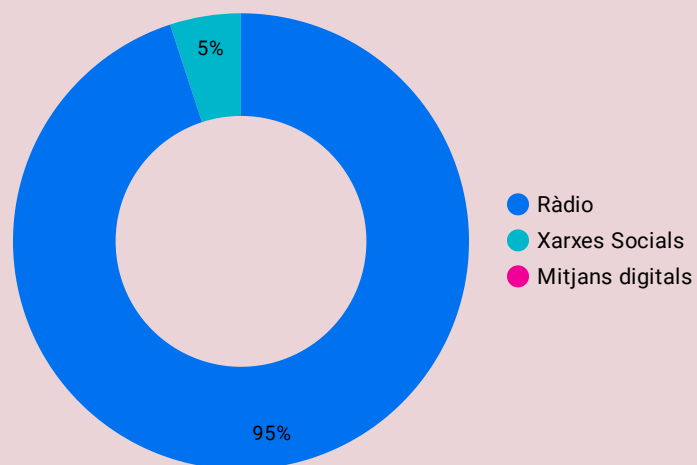
***Tots els imports inclouen l'IVA.*



Aquest informe recull les accions publicitàries que s'han fet per la campanya Festival Paisatges Barcelona, executada entre el 12 de setembre i el 25 d'octubre de 2024, amb una **inversió total de 50.008,20 €** distribuïda entre ràdio i xarxes socials.

S'han aconseguit **78.633.096 impressions**, amb un **CPM resultant de 0,64€**

Al quadre inferior es pot observar la distribució dels impactes obtinguts per mitjà. on s'aprecia clarament l'impacte de la ràdio en aquesta campanya.



Impressions

78.633.096

Inversió+IVA

50.008,20 €

CPM

0,64 €



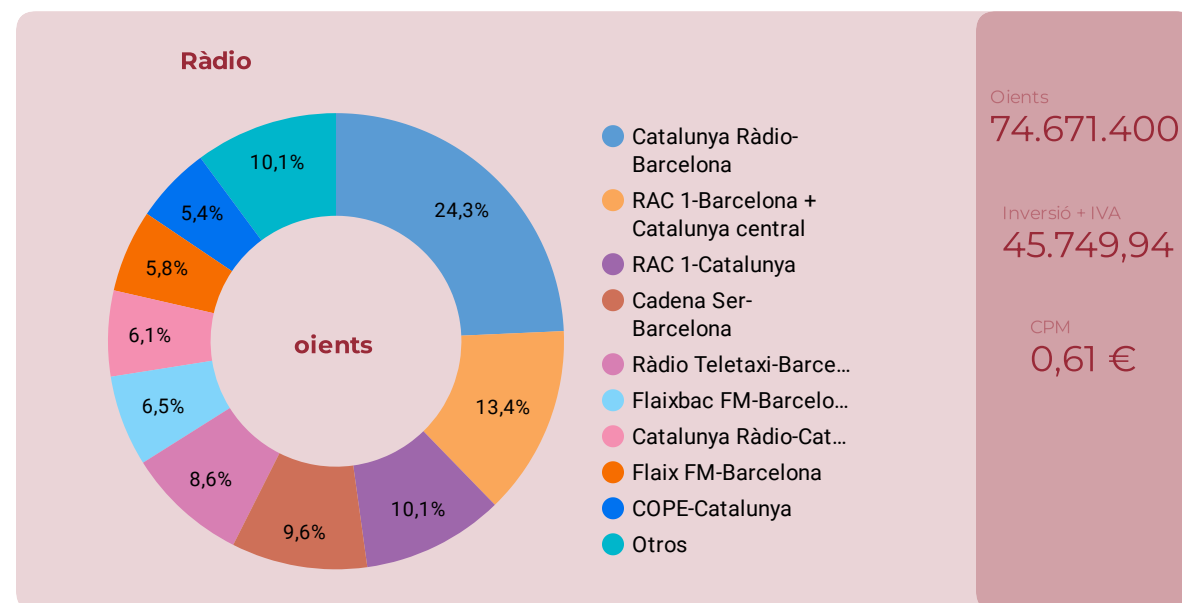
Suport	Nombre accions	Impressions ▲	Inversió+IVA	CPM
Mitjans digitals	1	5.068	483,67 €	95,44 €
Xarxes Socials	6	3.956.628	3.774,59 €	0,95 €
Ràdio	20	74.671.400	45.749,94 €	0,61 €
Total	27	78.633.096	50.008,2 €	0,64 €

Ràdio

S'han realitzat 20 accions en 8 emissores diferents.

La **inversió** total en ràdio ha estat de **45.749,94€**, amb un resultat de **74.671.400 oients** potencials. El CPM resultant ha estat de **0,61€**

Ha estat excel·lent l'eficiència de les emissores generalistes catalanes. Catalunya Ràdio-Barcelona destaca amb un CPM de només 0,13 €, i Flaix FM i Flaixbac ofereixen CPMs inferiors a 0,25 €, fent-les opcions molt rendibles per a futures campanyes. Caldria revisar la inversió en emissores locals amb CPM elevat. Ràdio Marina (12,67 €/CPM) i Ràdio Estel (34,37 €/CPM) presenten costos per impacte significativament superiors. Caldria avaluar si l'audiència local justifica aquesta inversió o si és millor redistribuir-la.



Mitjà	Inversió + IVA	Oients ▼	CPM
Catalunya Ràdio-Barcelona	2.354,59	18.139.200	0,13 €
RAC 1-Barcelona + Catalunya cent...	5.596,76	10.032.800	0,56 €
RAC 1-Catalunya	10.355,85	7.524.600	1,38 €
Cadena Ser-Barcelona	3.032,88	7.196.000	0,42 €
Ràdio Teletaxi-Barcelona	3.330,83	6.434.400	0,52 €
Flaixbac FM-Barcelona	1.145,81	4.817.600	0,24 €
Catalunya Ràdio-Catalunya	2.373,97	4.534.800	0,52 €
Flaix FM-Barcelona	949,58	4.367.200	0,22 €
Total	45.749,94	74.671.400	0,61 €

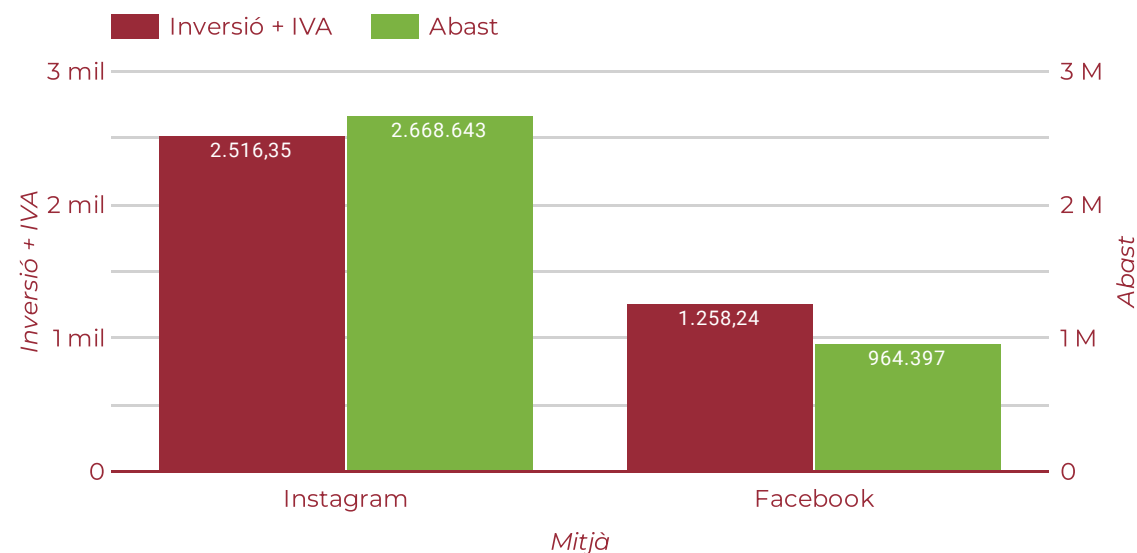
Xarxes socials

S'han realitzat 6 accions a xarxes socials, amb una **inversió de 3.774,59€**, que han aconseguit **3.956.628 impressions**. El **CPM** resultant ha estat de **0,95€**.

Al quadre de la dreta es pot veure l'eficiència de cada mitjà, amb Instagram destacant lleugerament sobre Facebook.

Al quadre inferior es poden consultar els detalls de la inversió i els resultats per plataforma.

Impressions	Inversió + IVA	CPM
3.956.628	3.774,59 €	0,95 €



Mitjà	Tipologia	Nombre d'accions	Inversió + IVA	Inversió + IVA	Impressions	% Imp	CPM
Facebook	Feed	1	1.258,24 €	33,33 %	1.258.601	31,81 %	1 €
Instagram	Feed	5	2.516,35 €	66,67 %	2.698.027	68,19 %	0,93 €
Total		6	3.774,59 €	100 %	3.956.628	100 %	0,95 €



Conclusions

La campanya ha aconseguit un abast excepcional amb un cost per miler d'impressions molt competitiu. La ràdio ha estat el canal dominant (93,6% de la inversió) amb un CPM mitjà de 0,54 €, mentre que les xarxes socials, tot i representar només el 6,4% del pressupost, han generat més de 3 milions d'impressions i un abast de 3 milions d'usuaris únics.

Propostes de millora

Es recomana reequilibrar el mix de mitjans, tot incrementant la inversió en canals digitals per equilibrar l'estratègia multicanal i millorar la traçabilitat dels resultats.

També seria necessari optimitzar la selecció d'emissores de ràdio i millorar l'estratègia de xarxes socials. Es recomana canviar l'objectiu de "Cobertura" a "Trànsit" o "Engagement". Les campanyes actuals prioritzen les impressions sobre les interaccions, generant visualitzacions passives. Caldria alternar entre objectius de cobertura (notorietat) i trànsit (conversió) segons la fase de la campanya.

Es podrien incorporar formats natis d'alta interacció: Instagram Reels (millor abast orgànic) Stories amb enquestes i stickers Carrusels amb múltiples destinacions User Generated Content (UGC)



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