

Màrqueting en Xarxes Socials per a Persones Emprenedores

Alberto García



Ajuntament de
Barcelona



Barcelona
Activa

Sobre Barcelona Activa

Barcelona Activa és l'agència de desenvolupament econòmic local de Barcelona. Fundada el 1987, és una societat mercantil pública integrada a l'àrea d'Economia i Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona.



55.000
persones ateses



7.000
empreses ateses

Missió

Promoure l'ocupació de qualitat, l'esperit emprenedor, la competitivitat empresarial i la diversificació del teixit productiu, per assolir un model econòmic sostenible, inclúsiu i just.

Visió

Fer de Barcelona una ciutat de referència per treballar, emprendre i viure amb valors socials i ambientals.

Valors

Ens mou l'esperit de servei públic i l'ètica professional i personal, així com la igualtat d'oportunitats i el progrés social. Treballem en cooperació dins l'organització i amb altres per a una economia social i sostenible al servei de les persones.

Segueix-nos a:



Què fem?



Acompanyem la ciutadania durant tot el procés de recerca de feina.

[**barcelonactiva.cat/treball**](https://barcelonactiva.cat/treball)



Ajudem les empreses i organitzacions a créixer, connectar-se amb l'ecosistema i fer-se més competitives.

[**barcelonactiva.cat/empreses**](https://barcelonactiva.cat/empreses)



Donem suport a les persones emprenedores per convertir la seva idea de negoci en una empresa viable.

[**barcelonactiva.cat/emprenedoria**](https://barcelonactiva.cat/emprenedoria)



Oferim formació a les persones que cerquen feina, emprenedores i professionals.

[**barcelonactiva.cat/formacio**](https://barcelonactiva.cat/formacio)



Xarxa d'equipaments de Barcelona Activa



Seu Central

Seu Central de Barcelona Activa.



Centre per a la Iniciativa Emprenedora Glòries

L'equipament dels emprenedors i les emprenedores de la ciutat.



Cibernàrium Nou Barris

Centre de formació digital d'iniciació ubicat al Parc Tecnològic.



Porta22

2.000 m² per a l'ocupació i la carrera professional.



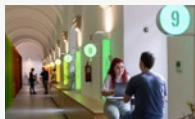
Incubadora Glòries

L'equipament de les empreses innovadores de nova creació.



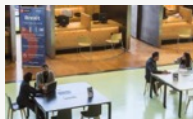
Parc Tecnològic

Clúster d'innovació al nord de la ciutat.



El Convent

L'equipament referent en ocupació per a joves, a Ciutat Vella.



Oficina d'Atenció a les Empreses

L'espai de referència per a les empreses i pimes de Barcelona.



LIDERA

Espai per a dones professionals, directives i emprenedores.



InnoBA

Centre per a la innovació socioeconòmica de Barcelona.



Cibernàrium 22@

Centre de capacitat tecnològica per a professionals i empreses.

Espais Activa a la ciutat

- Nou Barris Activa
- Sant Andreu Activa
- Sants-Montjuïc Activa

Barcelona Activa està present a més de 50 punts de la ciutat

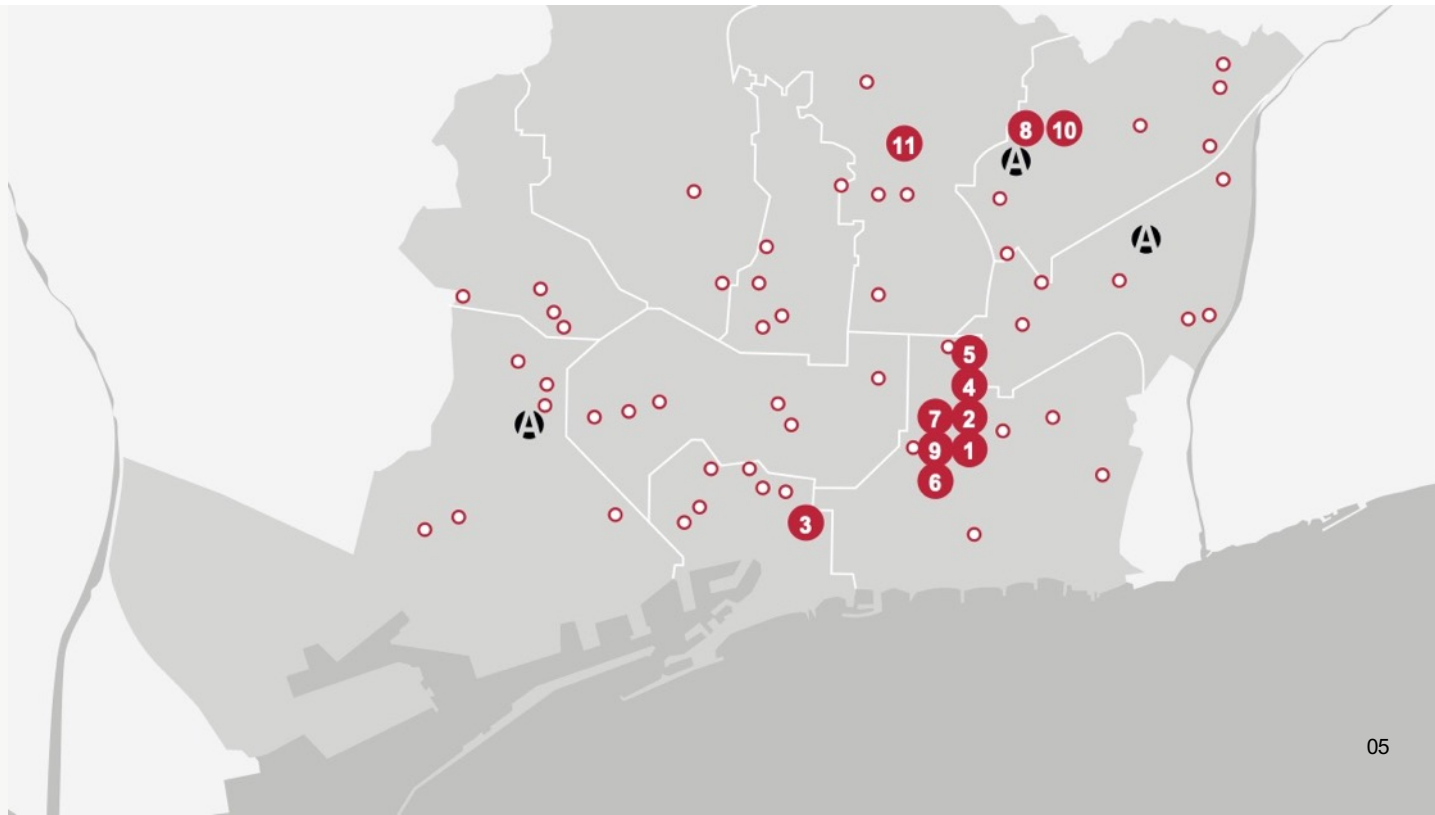
Equipaments de Barcelona Activa

1. Seu Central Barcelona Activa
2. Porta 22
3. El Convent
4. Centre per a la Iniciativa Emprenedora Glòries
5. Incubadora Glòries
6. LIDERA
7. Cibernàrium 22@
8. Cibernàrium Nou Barris
9. Oficina d'Atenció a les Empreses
10. Parc Tecnològic
11. InnoBA Ca n'Andalet

Espais Activa a la ciutat

-  Nou Barris Activa
-  Sant Andreu Activa
-  Sants-Montjuïc Activa

-  Altres punts d'atenció a la ciutat





Abans de començar...

Sobre mi



Alberto García

alberto@linkedbrand.com

es.linkedin.com/in/albertogarciamoreno

Social Media Strategist



Tram



Servihabitat

Consultor i Formador de LinkedIn – Personal Branding & Social Selling

linkedbrand

Formador de Social Media Marketing



Sobre la sessió

L'objectiu és descobrir como treure'n el màxim profit de les xarxes socials per el teu negoci

Objectius específics:

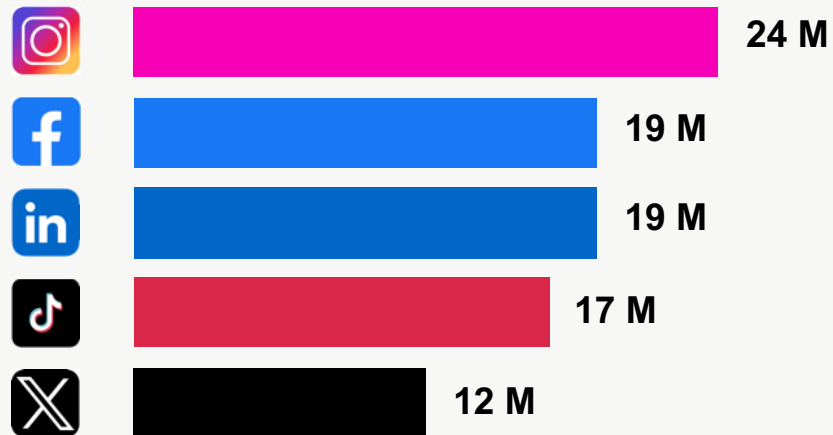
- Tenir clar per què cal estar present en les xarxes socials
- Comprendre la importància d'analitzar el teu negoci, sector i públic objectiu
- Definir què vols aconseguir a les xarxes socials
- Conèixer les millors pràctiques de les principals plataformes
- Aprendre a planificar la teva activitat
- Saber establir un sistema de mesura per ajustar la teva estratègia



Per què cal estar a les xarxes socials?

#1

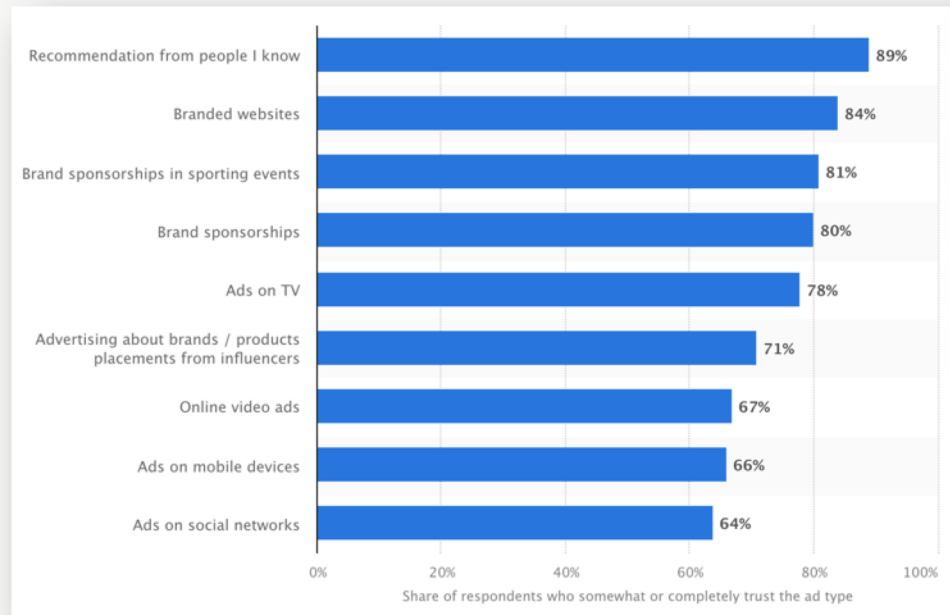
Perquè és on estan el teus
potencials clients



Font: We Are Social

#2

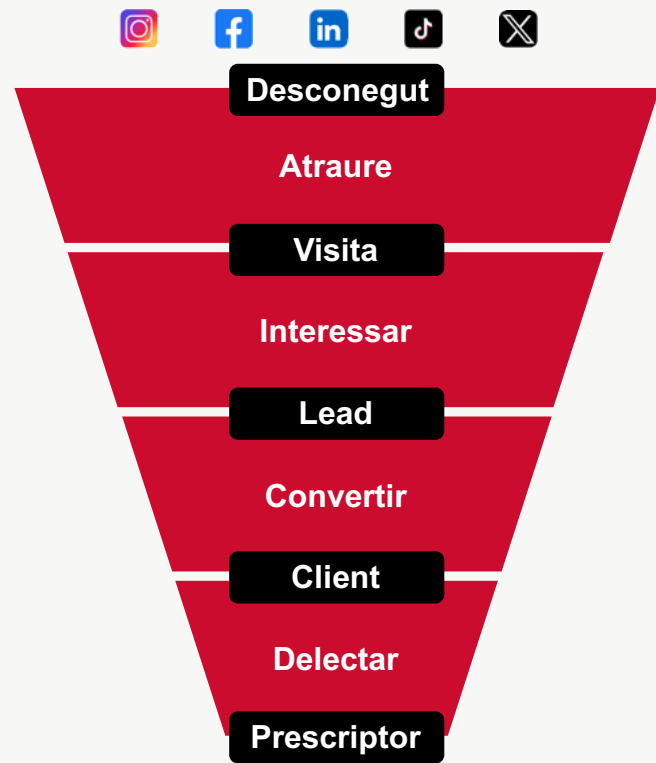
Perquè la gent confia més en altres persones



Font: Most trusted advertising channels - Nielsen

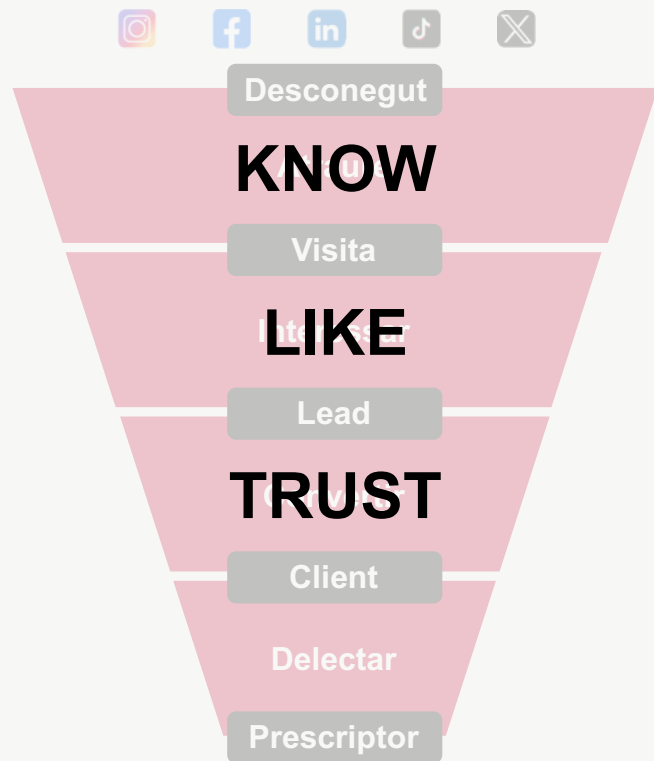
#3

Perquè són claus en el
procés de venda



#3

Perquè són claus en el
procés de venda





Per on començar?

Anàlisi



Anàlisi intern

Tingues molt present què és el que et fa especial per poder transmetre-ho

- ¿Què estic fent a les xarxes socials?
Què està funcionant i què no?
- Quins són els meus punts forts?
Què caracteritza al meu negoci?
Què faig millor que la meva competència?
Què destaquen positivament els meus clients?
- Quins són els meus punts febles?
On tinc marge de millora?
Què faig pitjor que la meva competència?
Què destaquen negativament els meus clients?

Anàlisi extern

Aprèn de la teva competència
i tracta de mantenir-te al dia

- Què estan fent els meus competidors a les xarxes?

[Benchmark \(plantilla\)](#)

- Quines són les tendències o novetats a les xarxes socials?

[Social Media Today](#)

[Social Media Examiner](#)

Blogs – [Hubspot](#), [Buffer](#), [Later](#)...

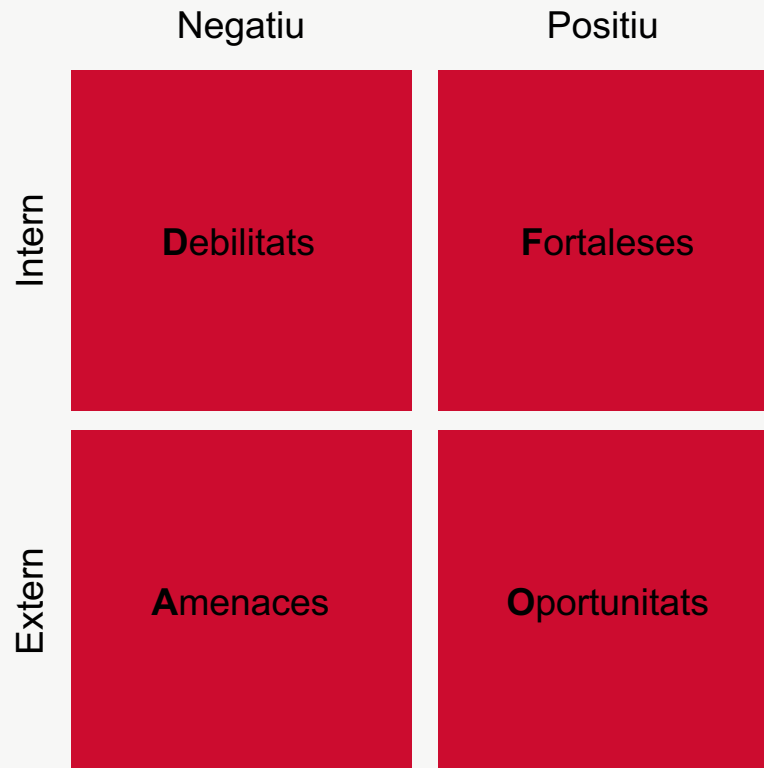
- Amb qui podries col·laborar?

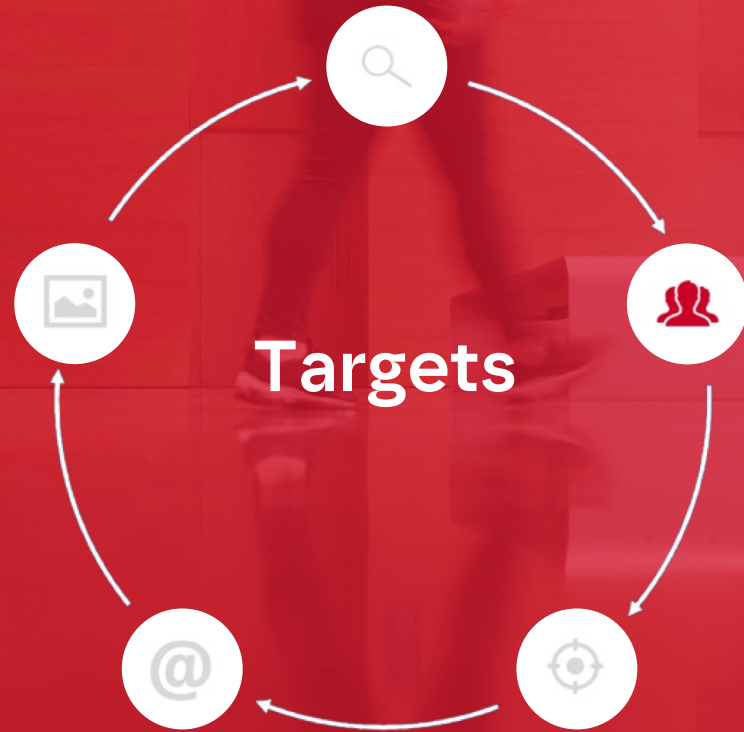
Investigació pròpia

[Influencity](#)

DAFO

Redueix les teves debilitats,
potencia les teves fortaleeses,
afronta les amenaces i
aprofita les oportunitats

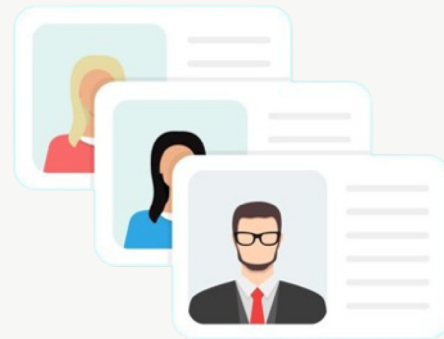




Defineix el teu target

Coneix el millor possible al teu públic objectiu per poder arribar a ell i aportar-li valor

- Qui és? Edat, sexe...
- Què l'interessa?
- Què vol aconseguir?
- Quins problemes té?
- A quines xarxes socials està?
- A qui segueix?
- Quins tipus de contingut l'agrada?
- ...





Defineix el teu target

Exemple B2C

ORGANIC PROTEIN BARS

B



KEY DEMOGRAPHICS

- Age range: 18-35.
- Gender: 50% female, 50% male.



KEY PSYCHOGRAPHICS

- Strives to eat food that is nutritious and sustainable, but isn't always successful.
- Loves to hang out with friends in nature.
- Feels loyalty toward brands with values similar to their own.



CHALLENGES

- Finds it difficult to eat healthy food when they're busy.
- Has a limited food budget.
- Needs a protein source that is compact and easy to transport.



PREFERRED CHANNELS

- Follows nature photography accounts on Instagram.
- Watches supplement reviews on YouTube.
- Follows health gurus on Twitter.



PREFERRED CONTENT TYPES

- Social media posts.
- Videos.
- Event marketing.

Defineix el teu target

Exemple B2B

BOOKKEEPING SaaS SOLUTION

B



KEY DEMOGRAPHICS

- Age range: 35-49.
- Gender: 65% male, 35% female.
- Common job titles: Head of Digital, Senior Accountant, Chief Financial Officer.



KEY PSYCHOGRAPHICS

- Values job security.
- Likes to review all the data before making a decision.
- Striving for a better work-life balance.
- Skeptical of solutions that promise to solve all their problems.



CHALLENGES

- Their current digital solution is showing its age.
- Current lack of third-party integration is slowing down internal processes.
- Boss/shareholder demands are making work stressful.



PREFERRED CHANNELS

- Email for first contact, then phone conversations.
- Browses social media platforms like LinkedIn, mostly looking for news.



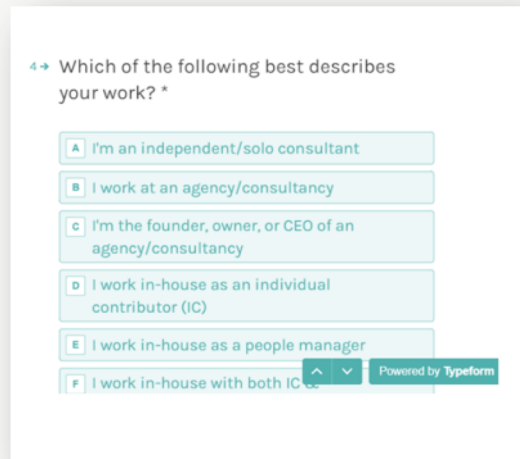
PREFERRED CONTENT TYPES

- Data-rich white papers.
- Case studies.

Mètodes per investigar

Comença amb el que puguis i
amb el temps ves preguntant
a més persones

- Trucades o reunions
- Focus group
- Enquestes
 - [Google Forms](#)
 - [Typeform](#)
- Estudis
- [INE](#)



4 → Which of the following best describes your work? *

- ☐ A I'm an independent/solo consultant
- ☐ B I work at an agency/consultancy
- ☐ C I'm the founder, owner, or CEO of an agency/consultancy
- ☐ D I work in-house as an individual contributor (IC)
- ☐ E I work in-house as a people manager
- ☐ F I work in-house with both IC and PM roles

Powered by Typeform



Què pots aconseguir a XXSS?

Les xarxes socials et poden ajudar en temes fonamentals per el teu negoci

- Vendes
- Leads
- Investigació de mercat
- Atenció al client
- Tràfic
- Engagement
- Notorietat
- Reputació



Estableix-te objectius

Vull donar-me a conèixer en
les XXSS

VS

Vull tenir 10.000 seguidors a
Instagram en 12 mesos

- S – específic, què vull aconseguir exactament?
- M – mesurable, com puc mesurar que ho estic aconseguint?
- A – a l'abast, ho puc aconseguir?
- R – rellevant, per què ho vull?
- T – temporal, quin termini de temps em dono?



Escull els teus canals

Has d'estar on estan els teus
potencials clients





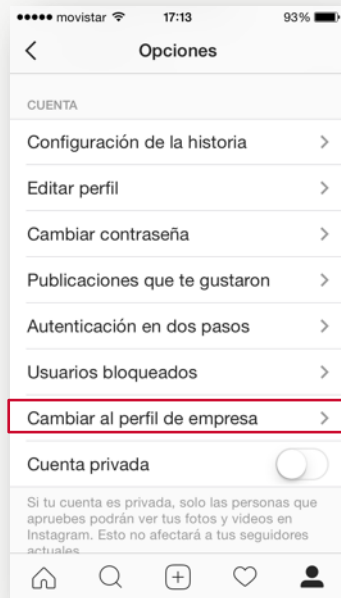
Transmet la millor impressió possible

Canvia al perfil d'empresa

Tindràs accés a funcions
que necessitaràs



- Analítica posts i stories
- Insights seguidors
- Contacte
- Anuncis
- Instagram Shopping



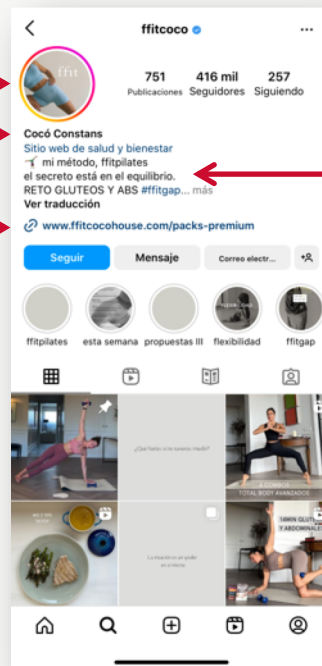
Configura el teu perfil

Deixa clar el valor que pots aportar



Foto de perfil
Nom d'usuari
(afegir paraula clau)

Url
Url principal
Url específica
Fins 5 enllaços
Linktree



Descripció
Qui ets i què fas
Emojis
CTA

Highlights
Informació rellevant
Novetats
Ofertes
Testimonis
Recursos
...

Crea una pàgina

Utilitza els diferents apartats per oferir una experiència més completa



Foto de perfil ➔

Opcions ➔

Botiga
Serveis
Ofertes
Esdeveniments
Feina

...

Informació ➔

Descripció
Contacte
Pàgina web
Horari

...



Foto de portada

CTA

Reservar

Registrar-te

Iniciar comanda

Veure botiga

Obtenir entrades

Enviar missatge

Enviar

WhatsApp

Trucar

Enviar correu

Contacta'ns

Més informació

Veure

Anar al grup

Jugar

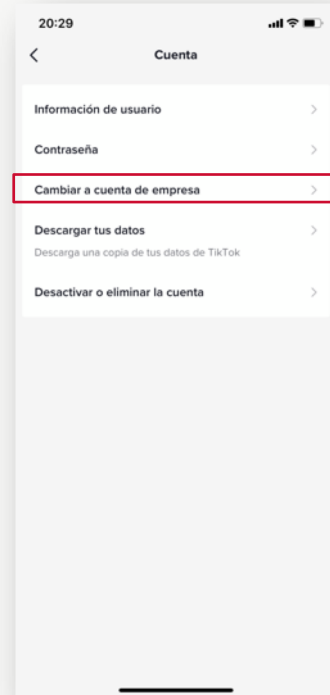
Comprar

Canvia a compte d'empresa

Tindràs accés a funcions
que necessitaràs



- Estadístiques
- Promocions
- Adreça de correu electrònic
- Biblioteca de sons preaprovat
- Recursos per a la creació de continguts



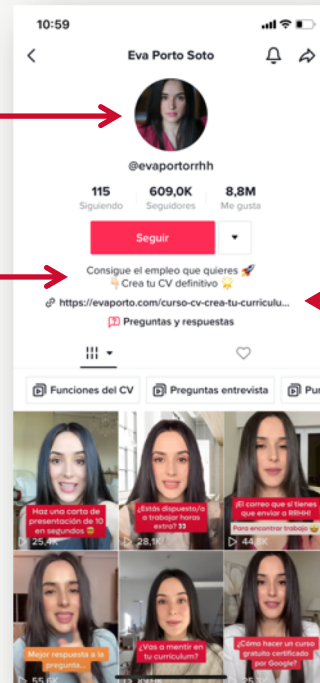
Configura el teu perfil

Deixa clar el valor que pots aportar



Descripció curta
Qui ets i què fas
Emojis
CTA

Foto de perfil



Url
Url principal
Url específica
Linktree
Llistes de reproducció

Crea el teu perfil

Aprofita totes les seccions que et permetin demostrar que ets un excel·lent professional en el teu camp



Foto de fons
Titular
Deixa clar a què et dediques

Destacats
Demostra el teu expertise

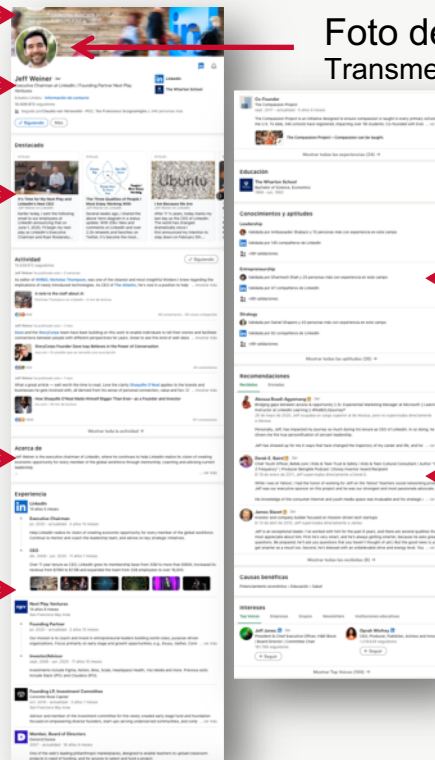
Sobre
Comparteix qui ets i què fas

Experiència actual i anterior

Foto de perfil
Transmet professionalitat

Aptituds

Recomanacions
Mencionar punts forts



Crea una pàgina

És una altra opció perquè
puguin arribar a conèixer el
teu negoci

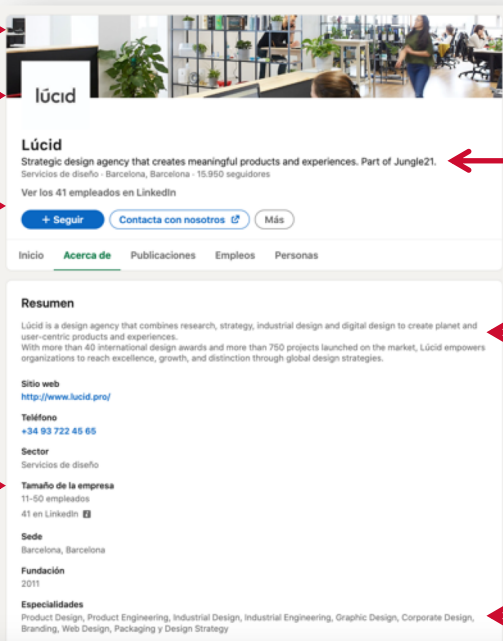


Foto de portada →

Logo →

Botó
Contacta amb
nosaltres
Més informació
Registra't
Uneix-te
Anar a la web

Informació →



Lema

Descripció

Especialitats

Completa el teu compte

Comparteix el que vulguis destacar més



Foto de portada

Foto de perfil

Biografia







Aporta valor

Combina diferents tipus de contingut

80 - 90% valor

20 - 10% promoció



Aprofita aplicacions

Existeixen plataformes molt útils per a la creació de diferents formats de contingut

Text

- [ChatGPT](#) / [Gemini](#) / [Copilot](#) - xats conversacionals
- [Jasper](#) / [Anyword](#) - generació de text amb IA
- [Ocoya](#) - generació de publicacions amb IA
- [Grammarly](#) - edició de text amb IA

Aprofita aplicacions

Existeixen plataformes molt útils per a la creació de diferents formats de contingut

Imatge

- [Canva](#) - disseny
- [Pexels](#) / [Pixabay](#) / [Unsplash](#) - imatges gratuïtes
- [Shutterstock](#) / [iStock](#) - imatges de pagament
- [Midjourney](#) - imatges generades per IA
- [Piktochart](#) - infografies



Aprofita aplicacions

Existeixen plataformes molt útils per a la creació de diferents formats de contingut

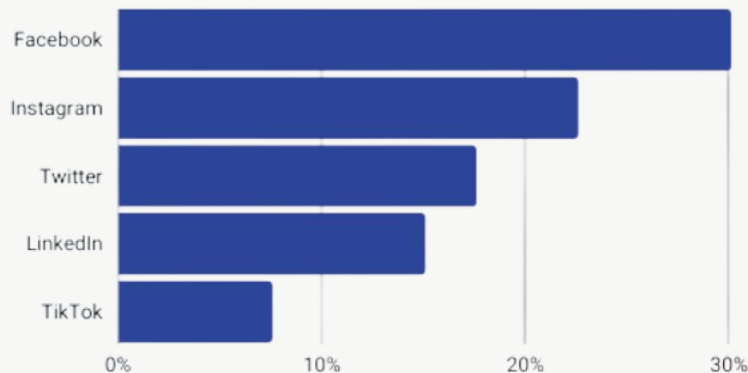
Vídeo

- [Facebook](#) / [Instagram](#) / [YouTube Live](#) - directes
- [GoToWebinar](#) / [Zoom](#) - webinars
- [Runway](#) - vídeos generats per IA
- [HeyGen](#) / [Synthesia](#) - doblatge i avatars amb IA

Treballa la rellevància

L'algoritme de Facebook és amb diferència el menys “amigable”. Al costat oposat tenim el de TikTok

Which social media algorithm do you struggle with the most?



Font: Databox

Treballa la rellevància

Els algoritmes consideren multitud de variables, coneix les més importants per aconseguir un abast més gran

- Crea afinitat
- Fomenta la interacció
- Conversa amb les persones
- Inclou contingut multimèdia
- Vigila els enllaços externs
- Publica sovint

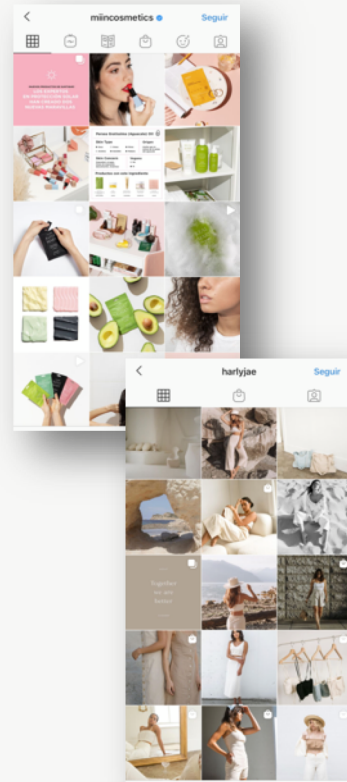


Cuida el teu feed

És contingut que et pot ajudar a atraure i mantenir seguidors



- Publica imatges atractives
- Fomenta l'UGC
- Realitza promocions
- Comparteix carrusels
- Aprofita la descripció:
 - Informació
 - Altres comptes
 - CTA
 - Hashtags



Publica stories

És un contingut efímer que t'ajuda a connectar amb la teva audiència



- Comparteix contingut més proper
- Utilitza opcions disponibles: text, CTA, hashtags, preguntes, localitzacions,...
- Pots afegir enllaç clicable

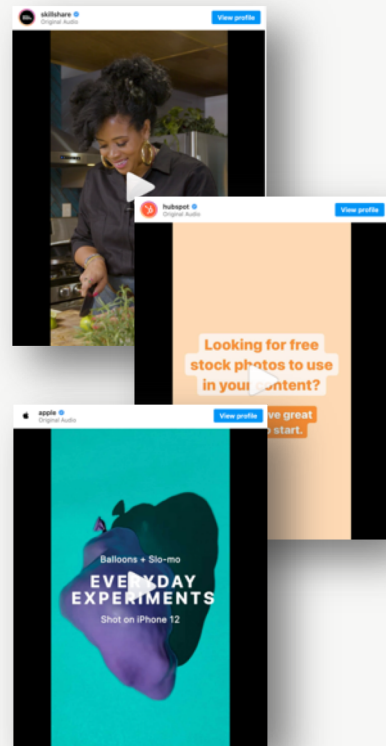


Comparteix reels

És un tipus de contingut al que Instagram dóna un especial protagonisme, aprofita-ho per donar-te visibilitat



- Alguns tipus de contingut: tutorials, llistes, abans i després, producte,...
- Utilitza opcions disponibles: música, text, efectes, diferents preses...
- Aplicació: [CapCut](#)



Col·labora amb influencers

Identifica i tracta de col·laborar amb aquells usuaris que tinguin una comunitat activa formada pel teu públic objectiu



	NANO	MICRO	MITJÀ	MACRO	TOP
FOLLOWERS	5K - 10K	10K - 50K	50K - 250K	250K - 1M	+1M
ENGAGEMENT RATE	≥3,5%	≥3%	≥2,5%	≥2%	≥1,5%

Col·labora amb influencers

HypeAuditor calcula l'engagement rate dels usuaris d'Instagram i també de TikTok i YouTube



Comparteix contingut visual

Assegureu-vos que les vostres publicacions continguin imatges o vídeos



- Imatges
- Històries
- Reels
- Vídeos natius



Vigila l'engagement bait

No abuis de certes
pràctiques i procura que la
interacció sorgeixi de
manera natural

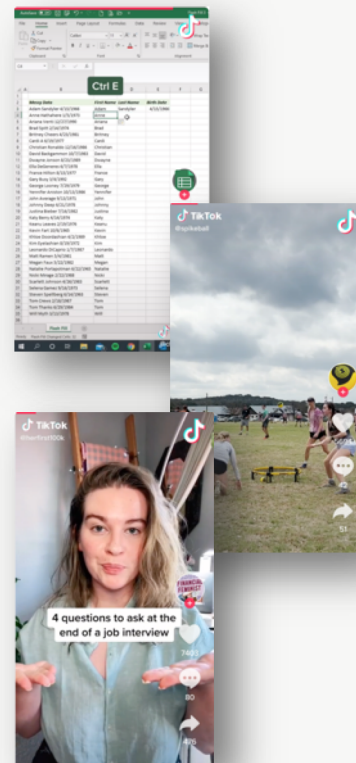


Publica vídeos

Comparteix vídeos breus i dinàmics que resultin atractius per a la teva audiència



- Tutorials
- El teu producte en acció
- Consells ràpids
- Educació
- Duet o Stitch
- Dia a dia
- Q&A
- ...

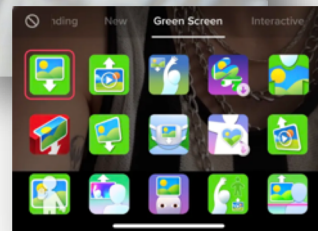
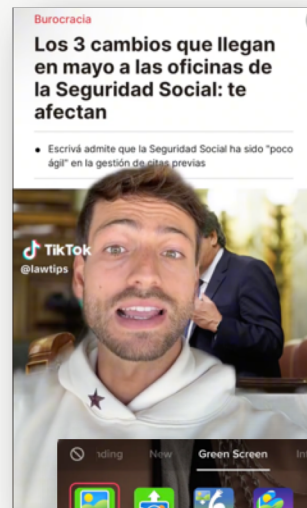


Optimitza el teu vídeo

Ajuda a que el teu vídeo tingui el màxim abast possible



- Capta l'atenció al principi
- Aprofita els efectes
- Introdueix paraules clau
- Afegeix hashtags rellevants
- Transcriu el vídeo
- Col·labora amb altres creadors



Estableix autoritat

Publica contingut en el que demostris el teu expertise

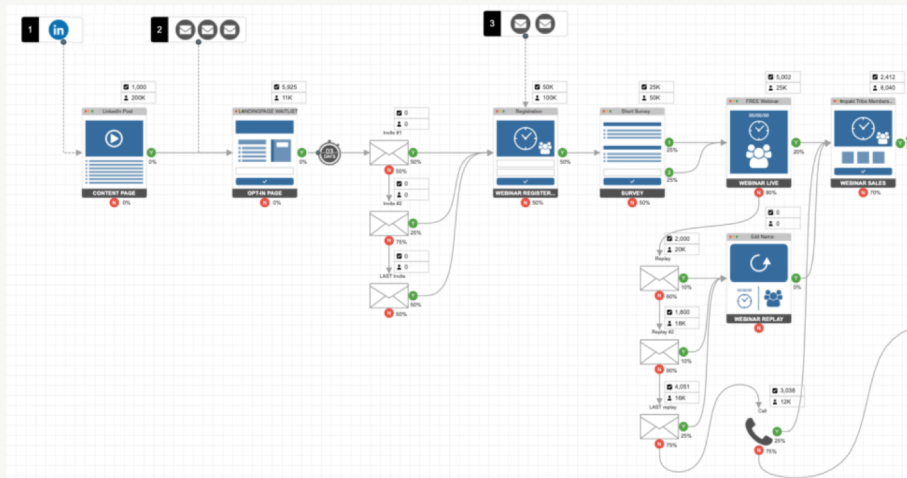


- Publicacions
- Contingut de tercers
- Carrusels i documents
- Articles
- Newsletter
- Esdeveniments



Comunica't amb el teu públic objectiu

No siguis comercial, centra't en aportar valor i avança en el teu procés de venda



Publica tweets

Tens 280 caràcters per oferir informació rellevant per a la teva audiència



- Inclou hashtags
- Menciona usuaris
- Sigues visual



Publica fils

Explica en diversos tweets alguna cosa que resulti de gran interès dins del teu àmbit



Relaciona't

Busca usuaris o converses
en les que puguis participar



- Realitza preguntes
- Comenta tweets
- Ofereix ajuda

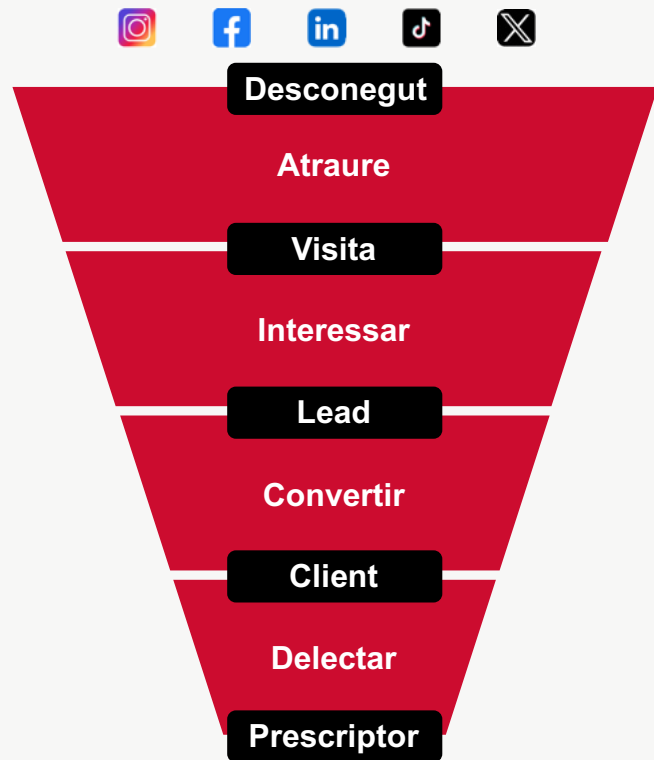




Publicita

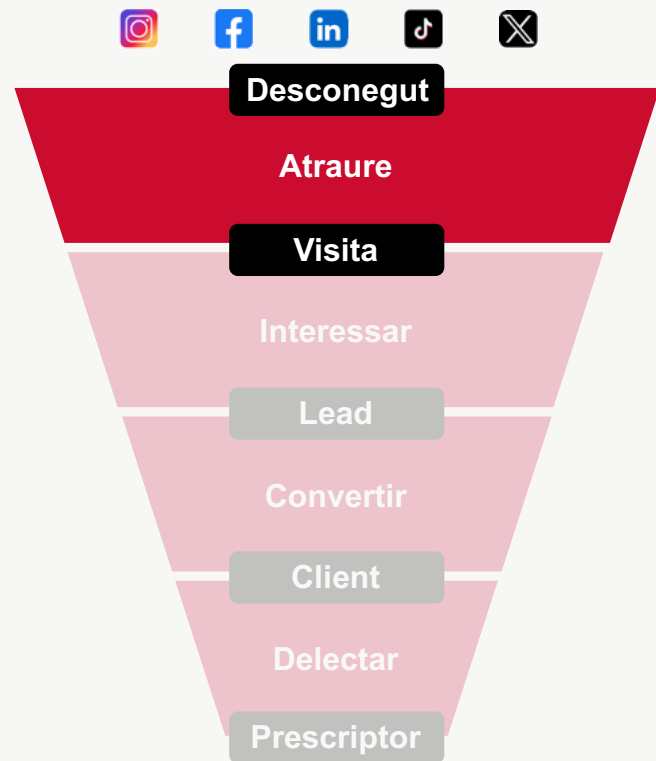
Tingues present el procés de venda

La clau d'una bona campanya és mostrar l'anunci correcte a les persones adequades



Dóna't a conèixer

Realitza anuncis perquè el teu públic objectiu et conegui de manera positiva



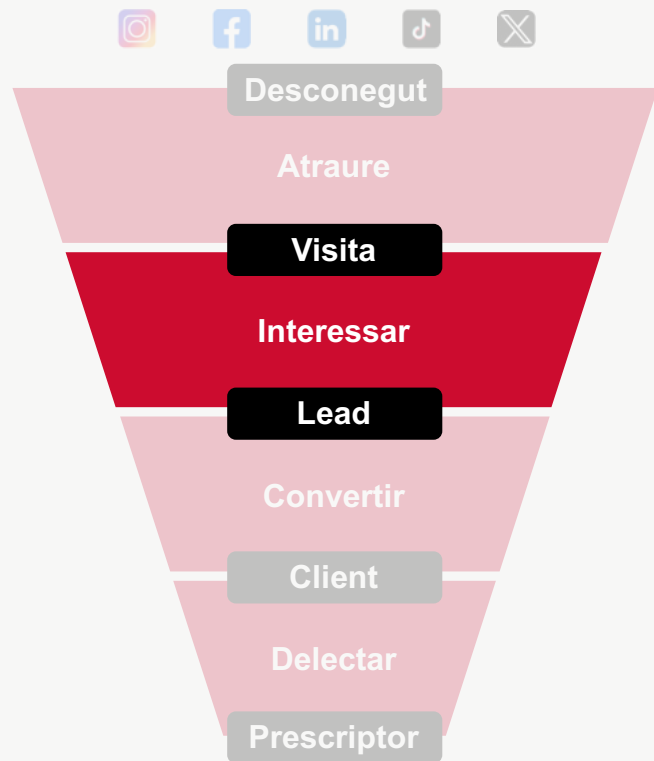
Dóna't a conèixer

Realitza anuncis perquè el teu públic objectiu et conegui de manera positiva



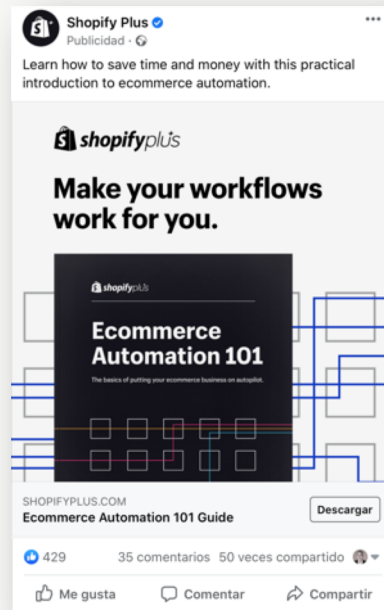
Capta leads o qualifica'ls

Realitza anuncis per obtenir dades de contacte o per avançar en la relació



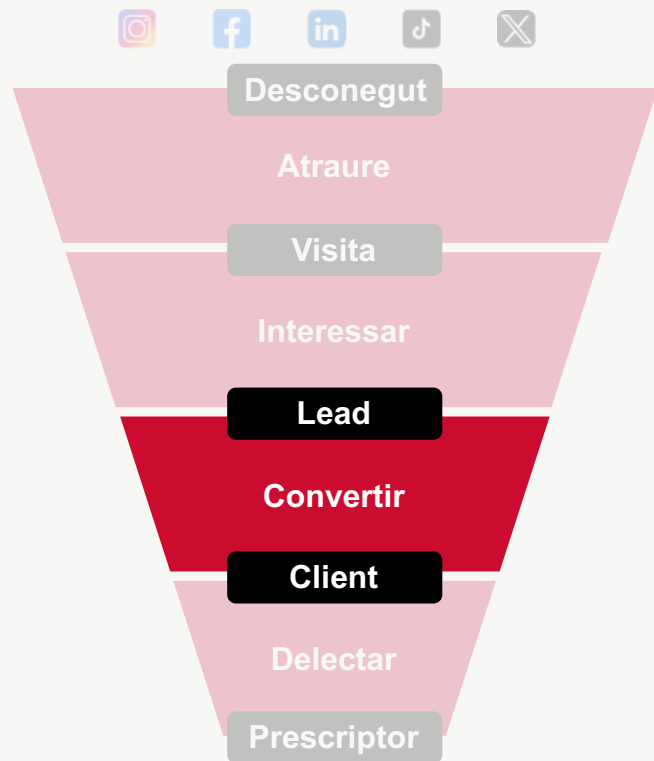
Capta leads o qualifica'ls

Realitza anuncis per obtenir dades de contacte o per avançar en la relació



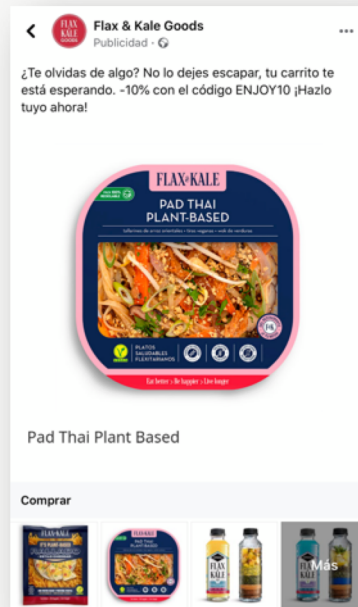
Ven

Realitza anuncis per vendre a aquelles persones amb qui ja has establert cert vincle



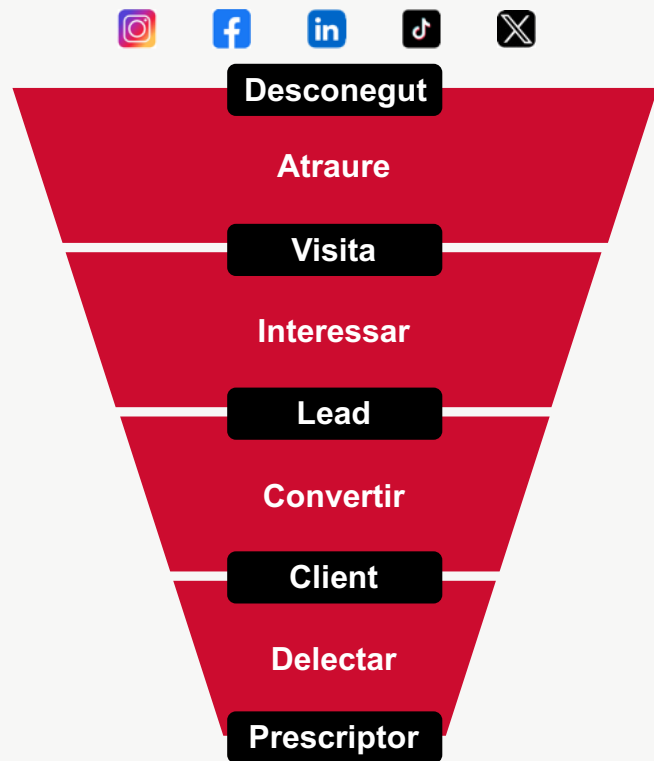
Ven

Realitza anuncis per vendre a
aquelles persones amb qui ja
has establert cert vincle



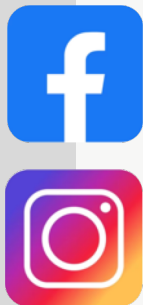
Inverteix bé els teus diners

Dirigeix-te cada cop a menys persones, però més proclius a fer el següent pas



Selecciona el teu objectiu

Utilitza l'administrador
d'anuncis per crear les
campanyes



Crear nueva campaña

Elige un objetivo de campaña

☐



Reconocimiento

☐



Tráfico

☐



Interacción

☐



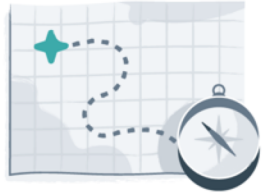
Clientes potenciales

☐

Promoción de la aplicación

☐

Ventas



El objetivo de la campaña es el objetivo empresarial que quieres conseguir con tus anuncios. Pasa el cursor sobre cada uno para obtener más información.

Más información

Cancelar

Continuar

Determina una audiència

Segmenta per criteris sociodemogràfics i també per interessos per arribar al teu públic



Crear audiencia nueva Usar audiencia guardada ▾

Audiencias personalizadas Crear ▾

Excluir

Lugares
Lugar:

- España

Edad
18 - 65+

Sexo
Todos los géneros

Segmentación detallada
Incluir personas que coincidan con ⓘ

Sugerencias Explorar

Excluir

Idiomas
Todos los idiomas

Determina una audiència

Selecciona els seguidors
que ja tens perquè puguin
veure algun contingut
destacat



Páginas de Facebook

- ☒ Personas a las que actualmente les gusta tu página en Facebook o la siguen
- ☐ Personas similares a las que actualmente les gusta tu página o la siguen
- ☐ Excluir personas a las que actualmente les gusta tu página en Facebook o la siguen

Aplicaciones

- ☐ Personas que han usado tu aplicación
- ☐ Personas similares a las que han usado tu aplicación
- ☐ Excluir a las personas que han usado tu aplicación

Añadir un tipo de conexión ▼

Determina una audiència

Mostra a les teves visites i
llista de contactes contingut
adaptat als seus interessos



Elige un origen de audiencia personalizada ✕

Conecta con personas que ya hayan mostrado un interés en tu empresa o producto.

Tus orígenes

☐ Sitio web

☐ Actividad en la aplicación

☐ Lista de clientes

☐ Actividad fuera de internet

Orígenes de Facebook

☐ Video

☐ Formulario para clientes potenciales

☐ Experiencia instantánea

☐ Compras

Crear una audiencia personalizada del sitio web ✕

Include **personas** who meet **CUALQUIERA** los criterios siguientes:

Origen

☐ Linkedbrand Píxel

Eventos

☐ Todos los visitantes del sitio web

Retención ⓘ

días

Nombre de la audiencia

Descripción · Opcional



Planifica't

Treballa amb antelació

Com millor et planifiquis,
millor gestionaràs les teves
XXSS

- Realitza una llista amb els temes sobre els que vols crear contingut
- Defineix els formats de contingut que utilitzaràs
- Determina les campanyes que faràs (social ads, influencers,...)
- Escull una freqüència de publicació que et puguis permetre
- Agenda els diferents continguts
- Reserva't una estona durant la setmana per treballar els teus continguts

Crea un calendari editorial

Fes servir un recurs on
puguem agendar els continguts
que tens previst compartir

Network	Time	Topic	Content Type	Copy
WEEK 1: MONDAY, DATE				
FACEBOOK	7:00 AM	Silent Video	New Blog Post	Are you optimizing your video for viewing without sound? You should be.
	10:00 AM	New Features	Curated Content	Infinite Snaps, loops, and a magic eraser? Woah.
	12:00 PM	Music Resources	Video	Don't risk your video being removed or your account killed. Here's the full list of free resources: http://ow.ly/zjK530bHujZ
	3:00 PM	Product Launch	Promotion	Liftmetrix  Hootsuite Impact  New name and offerings to help you measure and maximize ROI: http://ow.ly/tNtNt530bKiQn
	5:00 PM	News Update	Live Video	A lot happened of social media updates happened this month. Let us know your reaction to these ones.
LINKEDIN	6:00 AM	UTM Parameters	New Blog Post	You don't need to be a programmer to track key indicators of ROI like website traffic, leads and conversions.
	9:30 AM		Curated Content	
	11:45 AM		Video	
	1:30 PM		Promotion	
	4:15 PM		Education	
TWITTER	5:45 AM	Instagram Hacks	New Blog Post	So, you think you know everything about Instagram? We bet you don't know these 44 hacks: http://ow.ly/aktF30c5d00
	7:15 AM		Curated Content	
	10:30 AM		Video	
	1:00 PM		Promotion	
	3:45 PM		Evergreen Blog Post	
INSTAGRAM	7:30 AM	Logo Cookies	Original Image	Owl we want to do is eat these cookies. How many Owlys do you see? **
	9:45 AM	Owly Toronto	Curated Image	Psst... we opened a new nest in Toronto last week (and Owly is having a hoot of a time!)  @taggio
	12:30 PM		Video	
	2:15 PM		Boomerang	
	5:45 PM		Story	

[Calendari editorial \(plantilla\)](#)

Utilitza eines

Si estàs en diverses XXSS,
utilitzar eines de productivitat
t'estalviarà temps

- Gestiona les xarxes socials
- Programa les publicacions
- Consulta l'analítica
- Algunes eines:
 - [Hootsuite](#)
 - [Metricool](#)
 - [Buffer](#)
 - [Social Pilot](#)
 - [Sprout Social](#)

Publica en els millors horaris

Aquests horaris són una referència, esbrina quins són els que millor funcionen amb la teva comunitat



Dilluns: 9 – 13 h

Dimarts: 9 – 14 h

Dimecres: 9 – 15 h

Divendres: 9 – 12 h



Dilluns: 7 – 14 h

Dimarts: 7 – 15 h

Dimecres: 7 – 14 h

Dijous: 7 – 13 h



Dimarts: 9 – 19 h

Dimecres: 8 – 18 h

Dijous: 9 – 17 h



Dimarts: 9 – 14 h

Dimecres: 9 – 15 h

Dijous: 9 – 11 h



Dimarts: 8 – 15 h

Dimecres: 7 – 15 h

Dijous: 8 – 15 h

Divendres: 8 – 13 h

Anàlisi



Determina KPIs

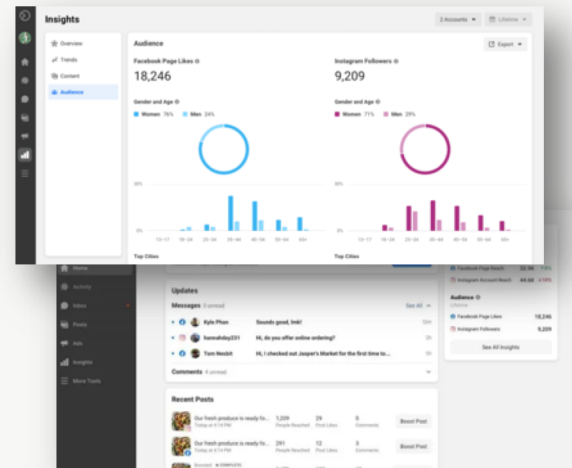
A partir de l'objectiu que tinguis, selecciona les variables clau que et permetin mesurar-ne la seva consecució

- Vendes - # vendes, taxa conversió, cost per venda...
- Leads - # leads, # leads qualificats, cost per lead...
- Atenció al client - # incidències, # incidències resoltes, # incidències per canal...
- Tràfic - # clicks, # visites per canal
- Engagement - # likes, # shares, # comentaris, # total interaccions, rati d'interacció...
- Notorietat - # seguidors, creixement de seguidors, # impressions, # reach...
- Reputació - # comentaris positius, # comentaris negatius, evolució sentiment...

Consulta l'analítica

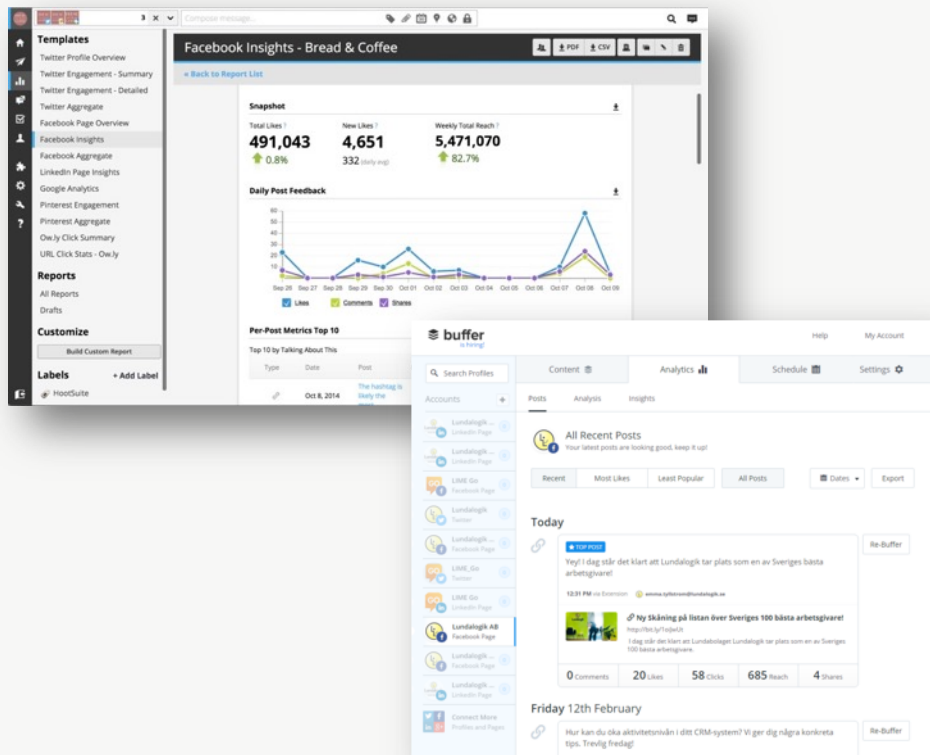
Totes les XXSS t'ofereixen dades que t'ajudaran a comprovar l'eficàcia de la teva activitat

- Impressions
- Reach
- Interacció
- Rati d'interacció
- Seguidors
- Altres específics de cada xarxa social



Consulta l'analítica

Les eines de productivitat també recullen les dades procedents de les XXSS a les que hagi donat accés



Consulta l'analítica

Dasheroo permet afegir diversos panells amb els que poder consultar totes les dades des d'un únic lloc





Per acabar...

Conclusions

Crea una comunitat a la qual aportis valor i els resultats acabaran arribant

- Pren consciència que les xarxes socials són claus per el teu negoci (KNOW, LIKE, TRUST)
- Fes un anàlisi DAFO per ajudar-te a definir la teva estratègia
- Coneix el millor possible al teu públic objectiu
- Estableix-te objectius ben definits per tenir una direcció a seguir
- Escull aquelles plataformes on estiguin els teus potencials clients
- Treballa molt bé els teus perfils per causar la millor impressió

Conclusions

Crea una comunitat a la qual aportis valor i els resultats acabaran arribant

- Comparteix contingut que aportí valor
- Prova diferents formats de contingut
- Fomenta la interacció (CTA, preguntes, converses)
- Realitza campanyes per aconseguir els teus objectius (social ads, influencers)
- Crea un calendari editorial per planificar-te
- Analitza la teva activitat periòdicament i ajusta la teva estratègia

barcelonactiva.cat



Ajuntament de
Barcelona



Barcelona
Activa