



 INFORME XARXES
RESULTATS CAMPANYA 2022

IN
MEDIACIÓ

CAMPANYA 2022



CAMPANYA 2022



Un + multiplicador

A diferència de les campanyes de 2020 i 2021 desenvolupades en un termini de 3 mesos, l'aposta 2022 de la Mediació a Xarxes Socials ha estat optar per una acció online més perllongada en el temps.

Mantenint un pressupost idèntic d'inversió en els canals, hem desenvolupat una campanya de continuïtat de maig a desembre amb els següents **reptes en relació als exercicis anteriors.**

CAMPANYA 2022. **REPTES**



1. **Millorar la visibilitat digital del projecte.**
2. **Millorar l'acció de seguidors i no seguidors.**
3. **Millorar l'aterratge al site de la Mediació i al corporatiu.**
4. **Millorar el coneixement de la iniciativa en d'altres àmbits econòmics i empresarials**
5. **Millorar la força comunitària de la Mediació a Xarxes Socials.**

Una aposta pel + des de la durada i continguts que, tal i com veurem a continuació, ha tingut un **efecte de millora veritablement **multiplicador per la Mediació**. Un èxit de totals... i de mitjanes.**

VISIBILITAT



616.730
TOTAL LECTURES

VISIBILITAT. LECTURES

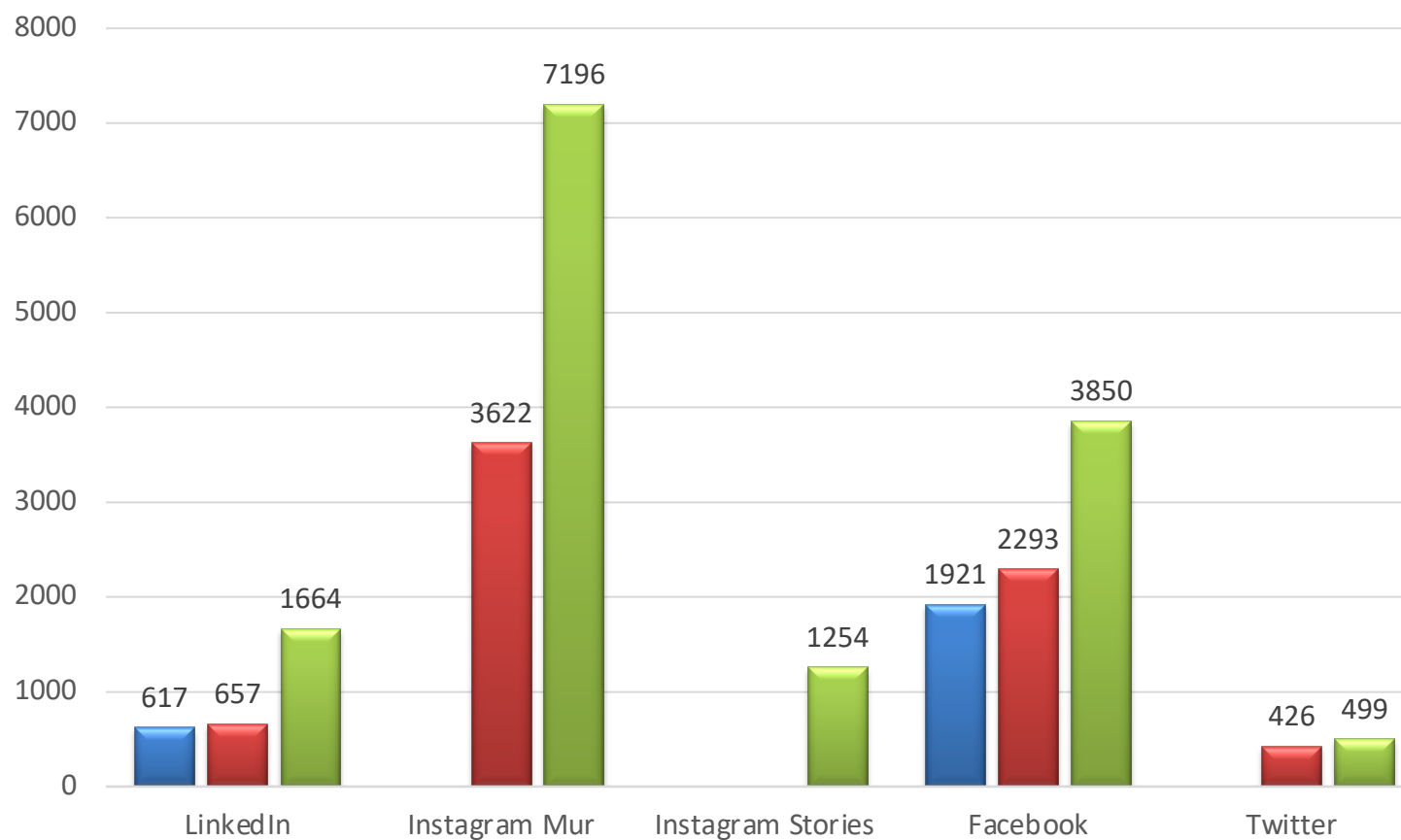


	2022 LECTURES	2022 MITJANA	MILLORA	2021	2020
LINKEDIN	72.309	1.664 per post	+153%	657	617 per post
INSTAGRAM MUR	266.646	7.196 per post	+99%	3.622	per post
INSTAGRAM STO	70.244	1.254 per post			per post
FACEBOOK	177.114	3.850 per post	+68%	2.293	1.921 per post
TWITTER	30.417	499 per post	+17%	426	per post

VISIBILITAT. LECTURES



LECTURES PER POST 2020-21-22



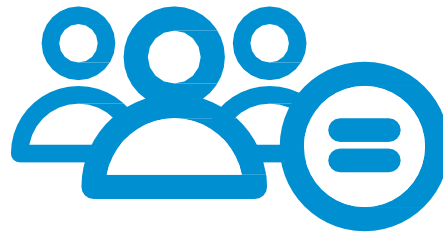


VISIBILITAT

L'objectiu 2022 era **millorar la visibilitat digital** del projecte IN Mediació i s'ha aconseguit un ressò d'altíssima solvència a Xarxes Socials.

- ▣ Un Total de **616.730 Lectures**, esdevenint el Mur d'**Instagram** el més eficient en aquest aspecte amb **7.196 Lectures per contingut**.
- ▣ L'ampliació de durada la Campanya no ha impactat en les Mitjanes per post aconseguides. Tot el contrari, s'han assolit uns **increments lectors espectaculars** del:
 - +153% a LinkedIn**
 - +99% a Instagram**
 - +68% a Facebook**
 - +17% a Twitter**en relació als millors aconseguits en d'altres campanyes.

ACCIÓ. LIKES



3.805
TOTAL LIKES

ACCIÓ. LIKES

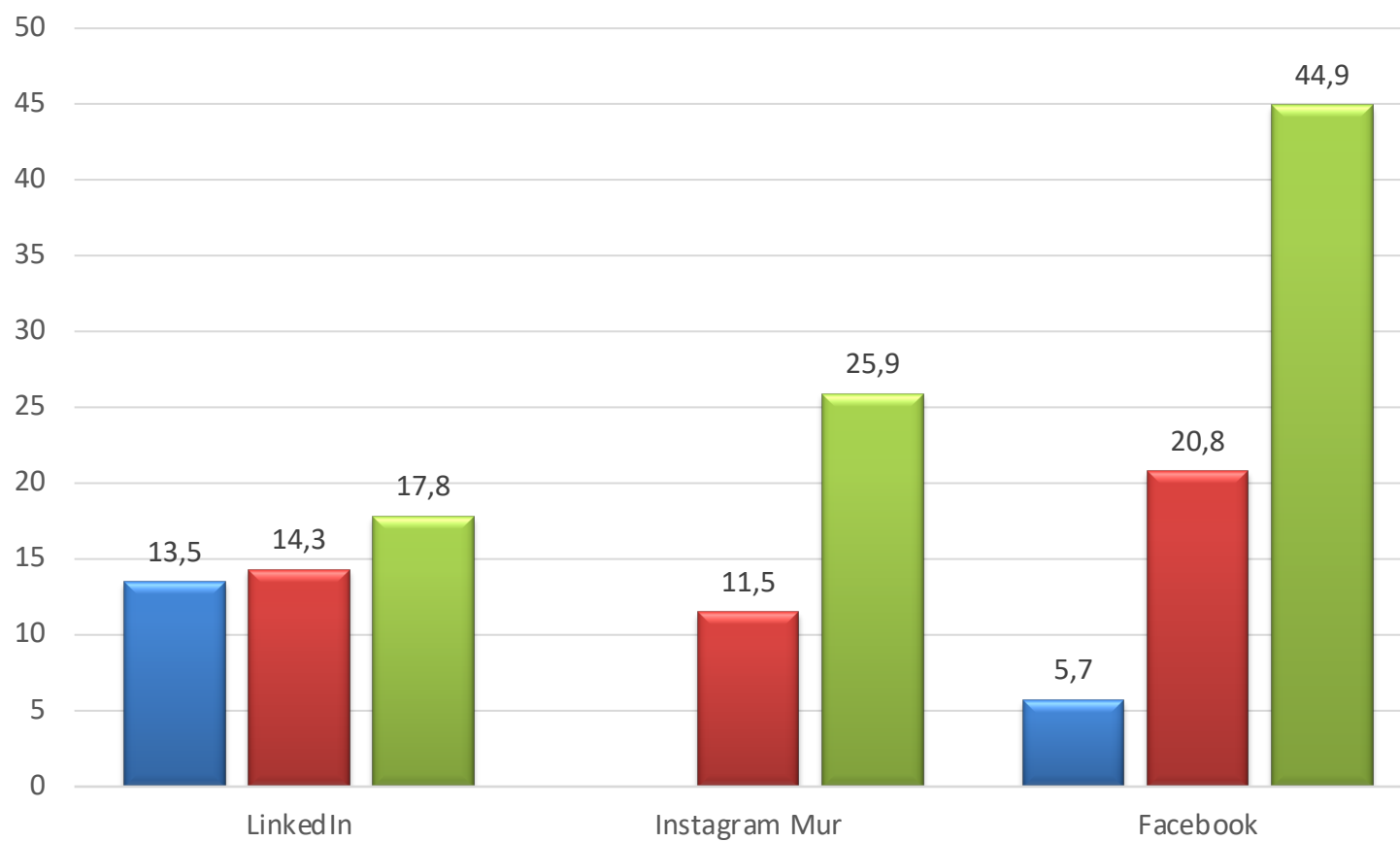


	2022 LIKES	2022 MITJANA	MILLORA	2021	2020
LINKEDIN	783	17'8 per post	+24'5%	14'3	13'5 per post
INSTAGRAM MUR	961	25'9 per post	+125%	11'5	per post
FACEBOOK	2.061	44'8 per post	+115%	20'8	5'7 per post

ACCIÓ. LIKES



LIKES PER POST 2020-21-22



LIKES



L'objectiu 2022 era **millorar l'acció** de seguidors i potencials seguidors en relació als continguts de la iniciativa. Un dels valors més impulsors de l'engagement que ha ofert un Balanç inequívocament engrescador.

▣ Un Total de **3.805 Likes**, resultant **Facebook** tant en Totals com en Mitjanes la Xarxa de més impacte amb **2.061 Likes a 44'8 per contingut**.

▣ Increments més que notables a la Mitjana de Likes per post en relació a les Campanyes precedents. Alguns gairebé d'excel·lència:

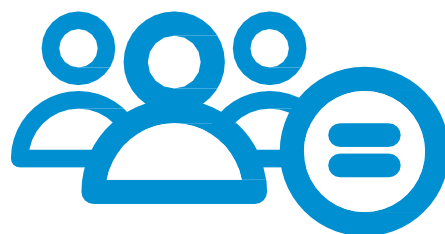
+125% a Instagram

+115% a Facebook

+24'5% a LinkedIn

Uns Resultats que acrediten l'èxit creixent i bona acollida a Xarxes de la promoció d'aquesta iniciativa.

IMPULS SITE. CLIC



13.794
TOTAL CLICS

IMPULS SITE. CLIC

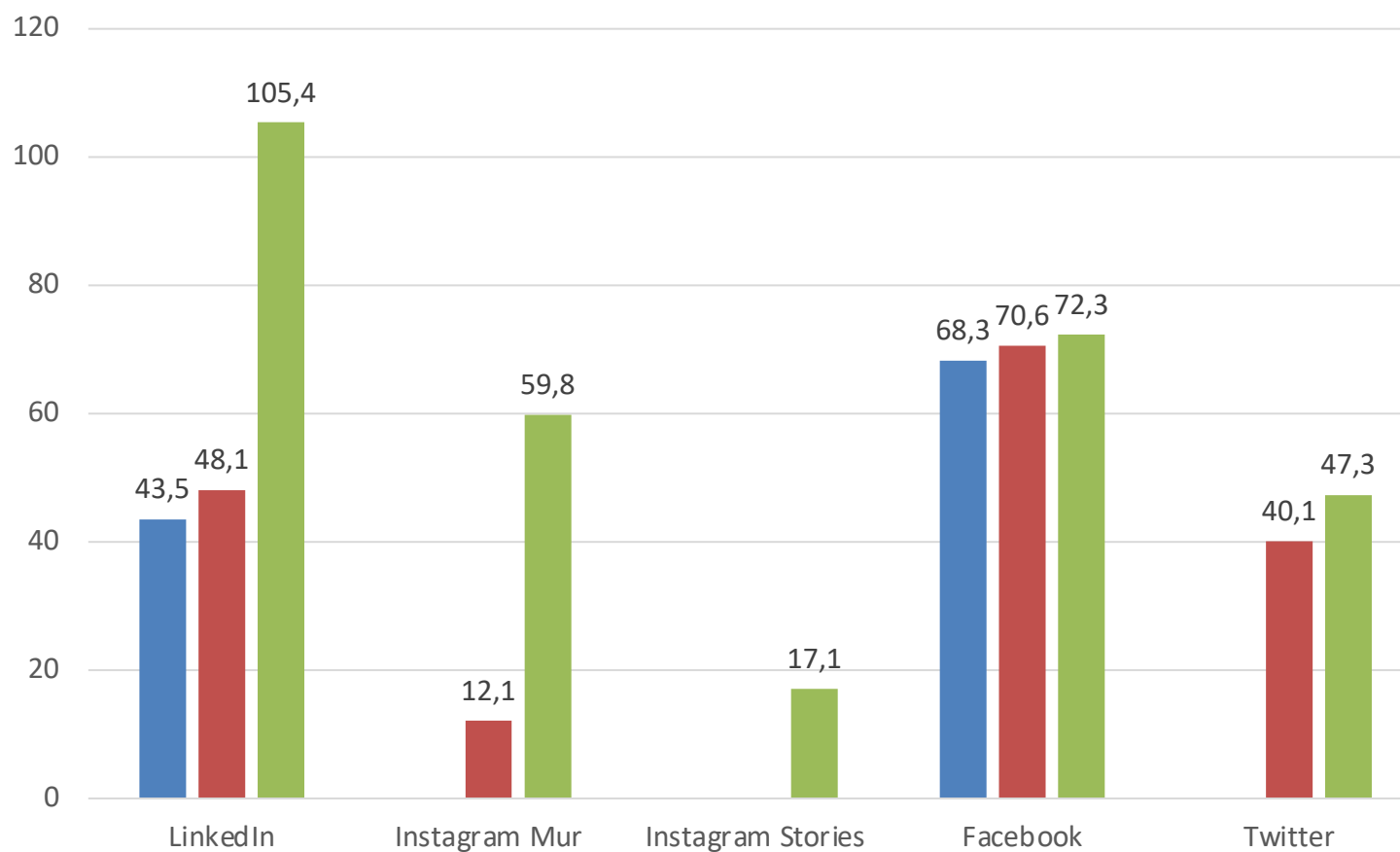


	2022 CLICS	2022 MITJANA	MILLORA	2021	2020
LINKEDIN	4.636	105'4 per post	+118'5%	48'1	43'1 per post
INSTAGRAM MUR	2.214	59'8 per post	+394%	12'1	per post
INSTAGRAM STO	958	17'1 per post			per post
FACEBOOK	3.096	72'3 per post	-1'8%	70'6	68'3 per post
TWITTER	2.890	47'3 per post	+18%	40'1	per post

IMPULS SITE. CLIC



CLICS PER POST 2020-21-22



CLICS

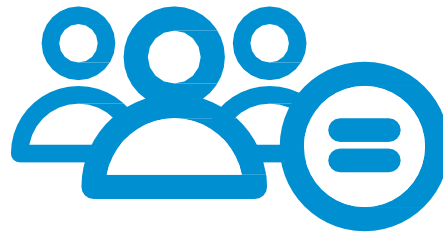


L'objectiu 2022 era **impulsar la redirecció** al web de la Mediació i altres sites corporatius. Un Clic del fan que és un dels objectius Social Media prioritaris de la pràctica majoria d'institucions i marques. I el Clic del 2022 ha estat així d'actiu:

- ▣ Gairebé **14.000 Clics** acumulats amb **LinkedIn** com a Xarxa més protagonista en aquest aspecte amb un Total de **4.636 Clics** i una espectacular mitjana de **105'4 per post**.
- ▣ **Incrementos de luxe (FCB i IG) en la comparativa amb anteriors campanyes:**
 - +394% a Instagram**
 - +118'5% a LinkedIn**
 - +1'8% a Facebook**



COMUNITAT. FANS



10.196
TOTAL FANS

COMUNITAT. FANS

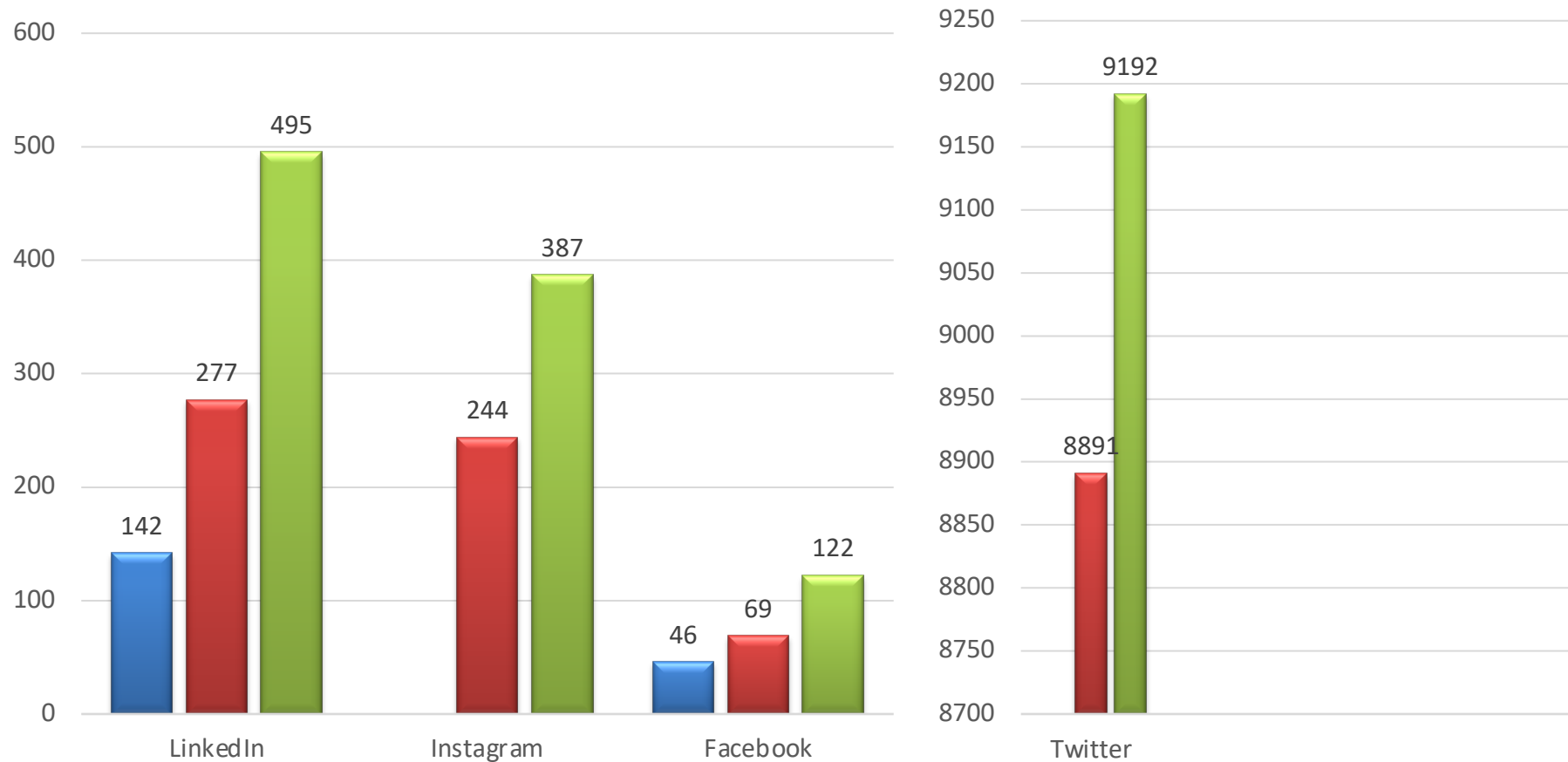


	COMUNITAT 2022	+ FANS 2022	MILLORA	COM 2021	COM 2020
LINKEDIN	495	218	+78%	277	142
INSTAGRAM	387	143	+58%	244	
FACEBOOK	122	53	+76%	69	46
TWITTER	9.192	301	+3'4%	8.891	

COMUNITAT. FANS



COMUNITATS 2020-21-22





COMUNITAT. FANS

L'objectiu d'enguany era **consolidar la força comunitària** de cadascuna de les XX.SS. de la **Mediació**. Incrementar quantitativament i qualitativament la Bossa de Fans i els Resultats no poden ser més positius.

▣ LinkedIn ha esdevingut la Xarxa de la Mediació de millor creixement amb un Total de **+218 Fans** i un **increment** en relació a l'any anterior del **78%**.

▣ La resta de Xarxes d'ADN 100% mediador també han exhibit un creixement absolutament envejable:

+76% a Facebook

+58% a Instagram

▣ El **Twitter** corporatiu, la Xarxa estrella del Consell, de gran volum i per tant amb un marge de creixement molt més limitat, ha aconseguit incrementar un **+3'4%** el seu número de fans.

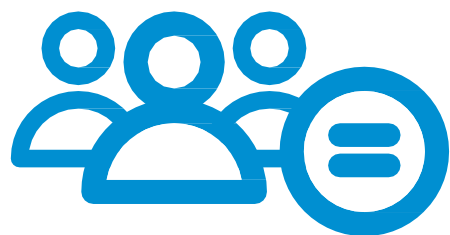


COMUNITAT. FANS

En l'àmbit de la Tipologia dels Fans de la Mediació, i tenint en compte que cada Xarxa Social ofereix unes variables estadístiques diferents de les altres, les dades de tancament de la Campanya 2022 semblen del tot idònies.

- ▣ La Mediació s'impulsa en clau **femenina**. Un **67'8% a Facebook** i un **68'3% a Instagram** pel **32'2% i 31'7%** d'homes.
- ▣ El segment més madur (**45-54 anys**) és el predominant a **Facebook** amb un **44'1%** dels fans. A **Instagram**, la Xarxa tendeix a rejuvenir-se amb un **46%** dels followers situats en la forquilla dels **25-44 anys**.
- ▣ Un **36'1%** dels nostres seguidors (LinkedIn) treballen al món del **Dret, Justícia, Serveis Jurídics, etc.** L'administració és el segon sector amb un **8'1%** dels fans. Els Serveis Immobiliaris i l'Empresa, dos dels sectors-objecte en aquest 2022, també figuren al Top-10 Sectorial.

ALTRES. EMPRESA I SERVEIS IMMOBILIARIS



107.431

**TOTAL LECTURES
CAMPANYA EMPRESA**



33.345

**TOTAL LECTURES
CAMPANYA IMMO**

THINK

OUTSIDE

THE BOOK

CAMPANYA INMEDIACIÓ CICAC

SEM 2022



IMATGE DE CAMPANYA 2022

IN
MEDIACIÓ

Ets advocat o advocada?
La mediació t'interessa.

Més info

IN
MEDIACIÓ

IN
MEDIACIÓ

Ets advocat o advocada?
La mediació t'interessa.

Més info

IN
MEDIACIÓ

Ets advocat o advocada?
La mediació t'interessa.

Més info

IN
MEDIACIÓ

Ets advocat o
advocada?

La mediació t'interessa.

Més info

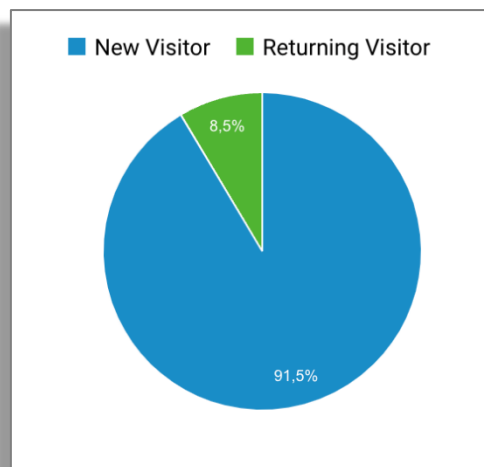




RESULTATS 2022

No es diu ràpid 5.481

En el transcurs de la campanya IN-Mediació 2022, han estat un total de **5.481** les persones que han visitat la Landing web d'In-Mediació. Destacar, i tenir molt en compte, que d'aquest nombre total d'usuaris **5.446 son nous**, es a dir, fins aquest any no havien visitat la Landing web. També destacar que, en comparació amb la campanya anterior, hem augmentat un **10%** els nous visitants.



Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Número de sesiones por usuario	Vistas de una página	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Porcentaje de rebote
5.481	5.446	6.963	1,27	9.981	1,43	00:00:57	80,38 %



RESULTATS 2022

D'on venen?

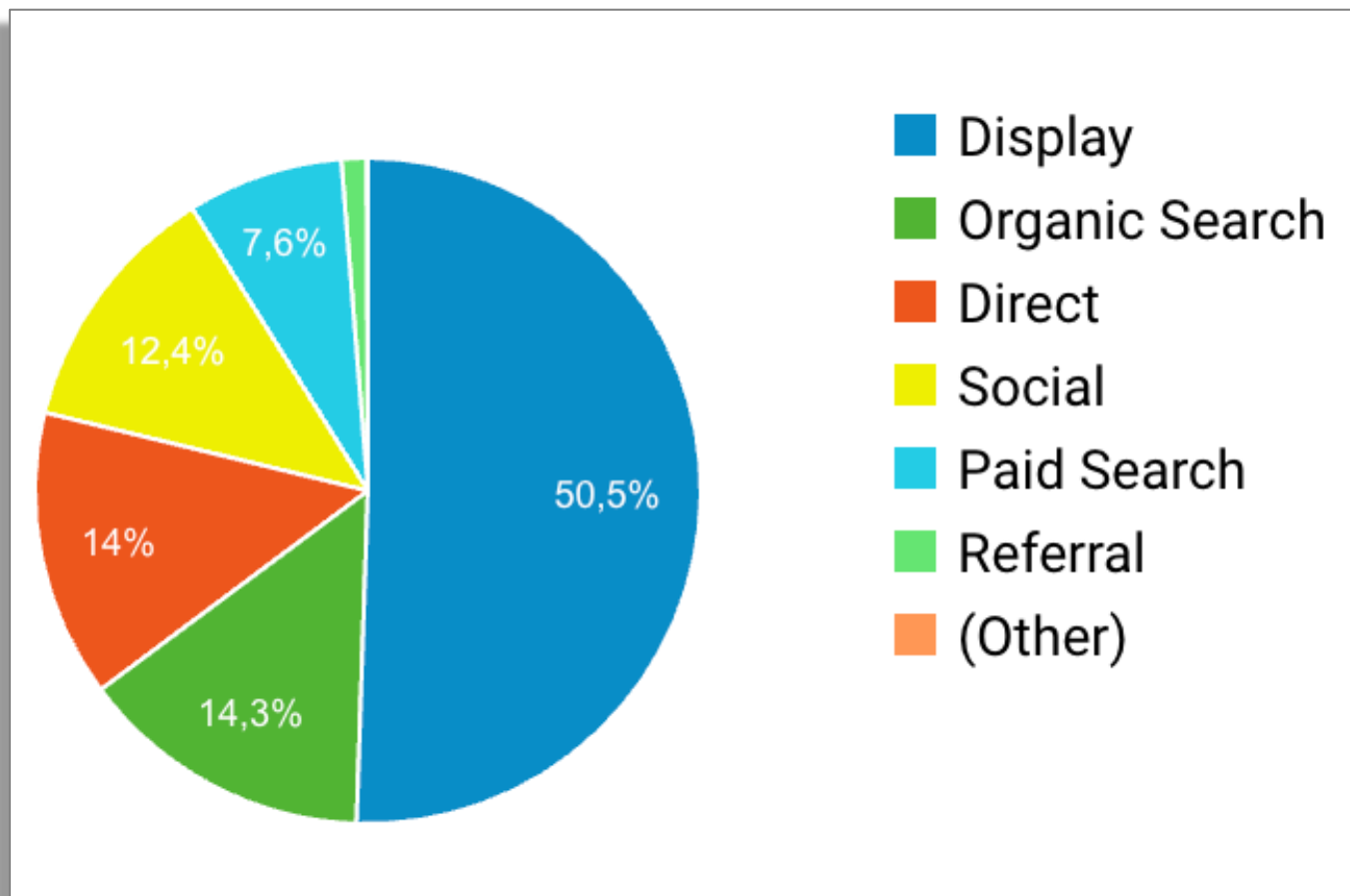
- La gran majoria d'usuaris de la Landing web han entrat a la mateixa a partir del canal **"Display"** el que fa referència als **Banners de remarketing**.
- Els banners de remarketing impactaven a aquelles persones que visitaven la mateixa Landing web o qualsevol de les pàgines web dels 14 Col·legis de l'Advocacia Catalana. Així doncs, aquest ha estat el canal a través del qual han "aterrat" més usuaris a la Landing.
- També fer referència als canals **"Organic Search"**, **"Direct"** i **"Social"**, tres canals que es col·loquen en segona posició i que fan referència a les cerques de Google i a les redireccions que s'han fet a través de xarxes socials.
- Fer èmfasi als canals **"Paid Search"**, **"Organic Search"** i **"Social"**, els quals han augmentat la seva aportació d'usuaris en un **7%, 5% i un 3,2%** respectivament.





RESULTATS 2022

D'on venen?





RESULTATS 2022

D'on venen?

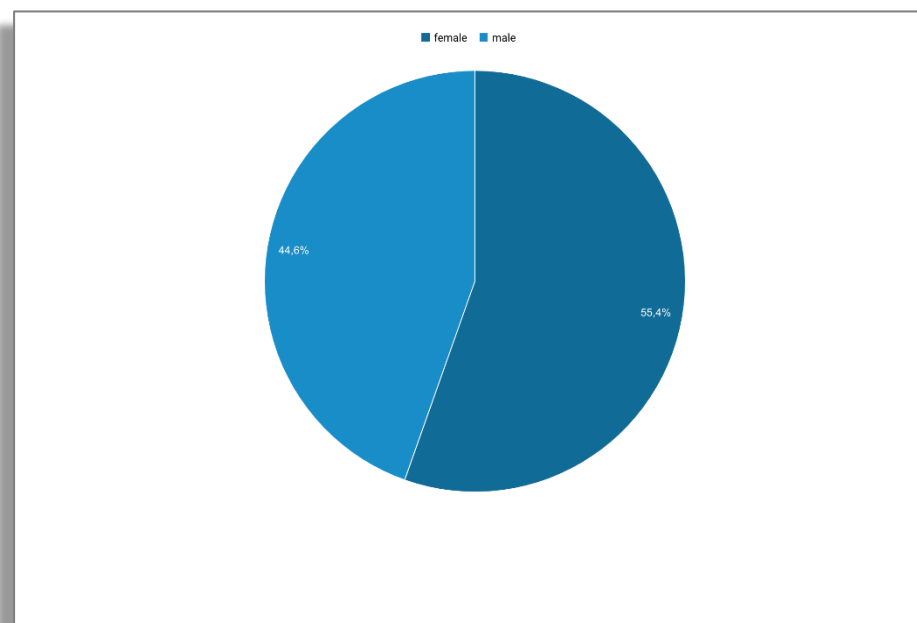
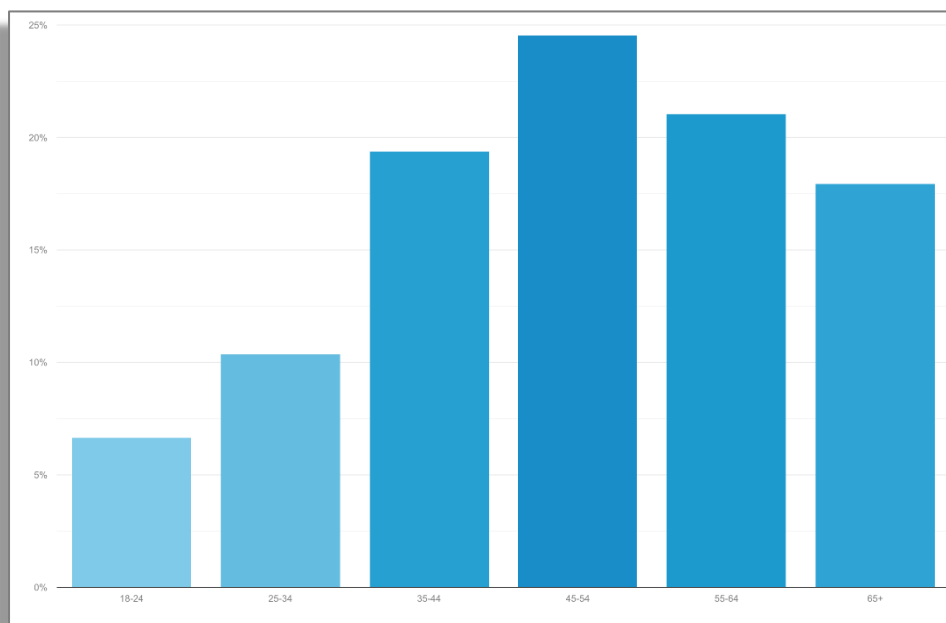
	Adquisició			Comportamiento		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión
	5.481	5.446	6.963	80,38 %	1,43	00:00:57
1 ■ Display	2.794			89,56 %		
2 ■ Organic Search	789			71,36 %		
3 ■ Direct	772			73,84 %		
4 ■ Social	683			70,27 %		
5 ■ Paid Search	419			79,24 %		
6 ■ Referral	67			61,39 %		
7 ■ (Other)	4			66,67 %		



RESULTATS 2022

Com son?

Els usuaris que han navegat per la Landing web tenen **una edat, majoritàriament, entre els 45-54 anys, seguit dels de 55-64 i els de 35-44 anys**. Destacar, envers la campanya anterior, la manera amb la que s'ha equilibrat tant la gràfica d'edat com la de gènere, el què és molt positiu, ja que suposa una transversalitat d'usuaris molt àmplia. **Arribem a molta gent i molt diversa!**





RESULTATS 2022

Les seccions que més vegades han estat visitades durant el transcurs de la campanya han estat:

la *home* de la Landing web, l'apartat dedicat al projecte 2022 i seguidament, el Pitch&Putt, la Mediateca, la secció dedicada a les Veus dels professionals (entrevistes Pitch&Putt) i als Col·legis (que ells mateixos ens van gravar).

Entre tots aquest Projecte 2022 ha estat tot un èxit del que totes i cada una de les persones que han assistit a un esdeveniment, s'han connectat a un Webinar o ens han enviat quelcom n'han format part, gràcies!

Página ?	Vistas de una página ?	Número de vistas de página únicas ?	Promedio de tiempo en la página ?
	9.981 % del total: 100,00 % (9.981)	8.217 % del total: 100,00 % (8.217)	00:02:11 Media de la vista: 00:02:11 (0,00 %)
1. /	5.523 (55,34 %)	4.601 (55,99 %)	00:01:44
2. /projecte-2022/	819 (8,21 %)	566 (6,89 %)	00:03:19
3. /ponents/pilar-mane/	420 (4,21 %)	392 (4,77 %)	00:02:14
4. /pitch-putt/	299 (3,00 %)	241 (2,93 %)	00:01:59
5. /mediateca/	263 (2,64 %)	235 (2,86 %)	00:05:16
6. /are-you-in/	156 (1,56 %)	114 (1,39 %)	00:02:38
7. /articles-arxiu/	134 (1,34 %)	102 (1,24 %)	00:01:12
8. /veus-dels-collegis/	129 (1,29 %)	91 (1,11 %)	00:03:29
9. /articles/mediacio-penal-una-questio-de-cultura/	107 (1,07 %)	96 (1,17 %)	00:01:32
10. /jornada-immomediacio/	102 (1,02 %)	71 (0,86 %)	00:04:37

CONCLUSIONS **Per què una suma que ha multiplicat?**

- ▣ **Perquè presentar una Campanya de més durada a Xarxes Social ha augmentat molt notablement la Visibilitat, Acció dels followers, Clic al Web i Creixement Comunitari de la Mediació en relació a les campanyes anteriors. Tant a nivell de Totals com de Mitjanes per contingut.**
- ▣ **Perquè impulsant les Accions Formatives sobre la Mediació s'ha acostat aquesta fórmula a molts més professionals de l'advocacia i creat nous links amb els sectors de l'empresariat i els serveis immobiliaris.**
- ▣ **Perquè el protagonisme quotidià de la Mediació a Xarxes de Targets tan diversos com LinkedIn, Facebook, Twitter i Instagram, li ha permès aproximar-se a un ampli ventall d'advocades, advocats i persones mediadores de totes les edats.**
- ▣ **Perquè complementant la tasca diària als Social Media amb treballs de SEM s'ha posicionat la Mediació a llocs de privilegi als buscadors.**

Perquè sumant, en síntesi, continguts de valor a Xarxes, activitats formatives d'interès, trobades empresarials i una posició protagonista als buscadors; la suma no només suma, la suma multiplica la força de la Mediació.

CAMPANYA 2022





Carrer de Torrent d'en Vidalet 55 - Local 5
+34 93 285 53 11
comunicacion@flandecoco.net
www.flandecoco.net



[/flandecoco](#)

[@flandecoco](#)



[@flandecoco](#)