

INFORME ANUAL 2021 / 2022

SEÑOR GRUDEJOL COMUNICACIÓN PRENSA, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

MEMORIA ANUAL DE COMUNICACIÓN CONSEJO ANDALUZ DE COLEGIOS DE ADMINISTRADORES DE FINCAS

A lo largo de los últimos 8 meses, nos hemos centrado en desarrollar parte de la estrategia de comunicación cuyos objetivos expusimos al pleno del consejo, y entre los que destacan la necesidad de dar a conocer la labor de una institución como el Consejo Andaluz de Colegios de Administradores de Fincas de forma bidireccional. Hacia la población y también entre los propios AA.FF Colegiados.

Para ese objetivo nos hemos valido de diversas estrategias y/o recursos como los medios de comunicación. Adjuntamos algunos ejemplos de impactos mediáticos.

1-MASS MEDIA (MEDIOS DE COMUNICACIÓN)

http://www.cafincas.org/2021/03/31/el-consejo-andaluz-de-colegios-de-administradores-de-fincas-consulta-a-la-junta-de-andalucia-sobre-el-uso-obligatorio-de-la-mascarilla-en-zonas-comunes-de-las-comunidades/

https://www.europapress.es/esandalucia/sevilla/noticia-junta-colegios-administradores-fincas-acuerdan-colaborar-intercambio-informacion-20210414183430.html

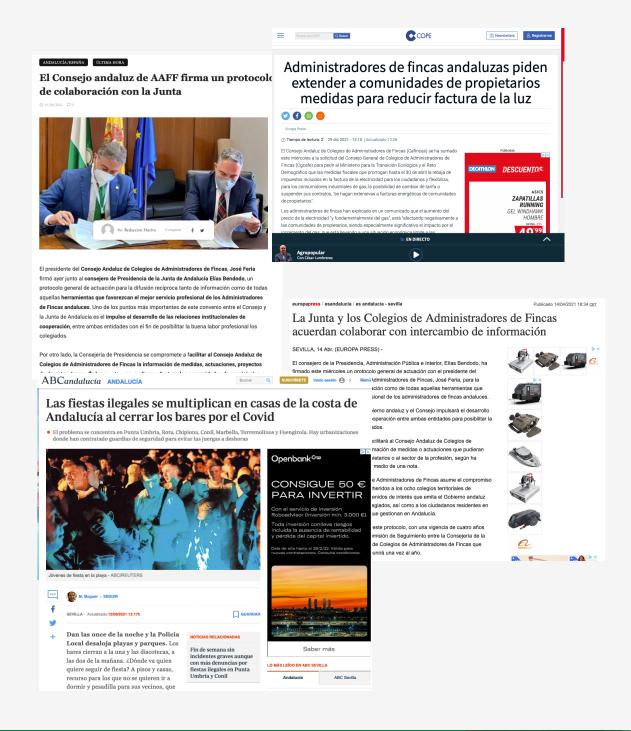
https://www.huelvahoy.com/el-consejo-andaluz-de-aa-ff-firma-un-protocolo-de-colaboracion-con-la-junta-de-andalucia-para-mejorar-el-ejercicio-profesional/

http://www.gentedigital.es/sevilla/noticia/3196651/alertan-del-aumento-de-quejas-por-la-celebracion-de-fiestas-ilegales-en-pisos-situados-en-zonas-costeras/

SEÑOR GRUDEJOL COMUNICACIÓN

https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-fiestas-ilegales-multiplican-casas-costa-andalucia-cerrar-bares-covid-202108111859_noticia.html

https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/administradores-fincas-andaluzas-piden-extender-comunidades-propietarios-medidas-para-reducir-factura-luz-20211229_1702805



2-NEWSLETTER CORPORATIVA

Durante este periodo hemos editado y publicado 6 Newsletters del consejo. En cada una de ellas se ha reservado un espacio para la actualidad de cada colegio territorial de forma que la difusión provincial sea sencilla, práctica e igualitaria.



La comunicación interna que hemos desarrollado ha querido además amplificar el mensaje institucional de los acuerdos tomados por el Consejo y de las políticas decididas en el seno de la corporación, así como dar visibilidad a las diferentes personalidades relevantes de los propios colegios, sus presidentes y cargos institucionales de relevancia para el consejo como el Vicepresidente de la Junta de Andalucía, Juan Marín, la secretaria General de Vivienda Alicia Martínez o la Consejera de Fomento Marifrán Carazo, entre otras.



FACEBOOK

EVOLUCIÓN DEL PERFIL



Empezaremos a analizar desde que empezamos con la gestión de redes sociales del consejo, 16 de marzo del 2021.

En Marzo contábamos con 1961 seguidores en nuestra página, actualmente ese número ha subido hasta llegar a 2368 seguidores, así mismo en marzo contábamos 1856 "me gusta" en la página y a día de hoy con 1964.

Para crear una comunidad es necesario cuantificar el número de "seguidores" no de "fans". Los seguidores son los que logran el alcance de las pagina no los "me gusta". El alcance es el número de personas que han visto cualquiera de tus publicaciones una vez como mínimo. La media es de 352 (personas alcanzadas por publicación, no las personas alcanzadas en total), este resultado es una estimación, ya que dependiendo de cada publicación y del mes se tendrá más o menos alcance. Una publicación podrá tener 600 de alcance y otra 200. Ejemplo del alcance el mes pasado de Diciembre:



FACEBOOK

EVOLUCIÓN DEL PERFIL



Aunque el alcance medio por publicación haya sido de 352, en los últimos 28 días hemos conseguimos alcanzar 3063 personas :

Insights	Ver todo
Últimos 28 días : 13 dic - 9 ene ▼	
Personas alcanzadas 3,	0 63
Interacciones con la publicación	712 • 16 %
Me gusta de la página	4

TWITTER

EVOLUCIÓN DEL PERFIL



Durante el tiempo en el que hemos gestionado el perfil de twitter del Consejo Andaluz hasta ahora, hemos subido 138 seguidores en esta red social, teniendo actualmente 1996 seguidores.

Hay que tener en cuenta que la probabilidad de sumar seguidores es inversamente proporcional al tiempo transcurrido, siendo el público objetivo más limitado.

Las impresiones de Twitter muestran la cantidad total de veces que la gente ha visto tu Tweet. En otras palabras, 500 impresiones = tu tweet ha sido visto 500 veces.

En este tiempo hemos conseguido más de 25.000 visitas al perfil (25.573 visitas para ser exactos) y más de 100.000 impresiones de tweets (107.600 aprox)

Adjuntamoms tabla resumen del pasado mes de diciembre:

Tweets	Impresiones de Tweets
25	6.817
/isitas al perfil	Menciones
2.814	23
Nuevos seguidores	
10	

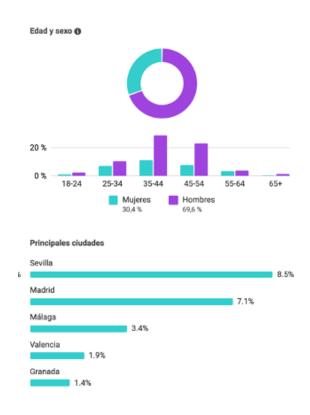
INSTAGRAM

EVOLUCIÓN DEL PERFIL



Esta red social la creamos desde cero el 16 de marzo de 2021. Hemos conseguido un total de 565 seguidores mayoritariamente hombres (69,6%) de entre 35-44 años.

Si nos centramos en el alcance (número de cuentas únicas que han visto cualquiera de las publicaciones o historias al menos una vez) hemos conseguido alcanzar 813 cuentas.



Alcance de Instagram 6

813 ↑ 16,2 mil %



LINKEDIN

EVOLUCIÓN DEL PERFIL

Linked in

El 9 de Septiembre de 2021 creamos el perfil de LinkedIn del Consejo. LinkedIn no es una red social como tal, sino una red social LABORAL.

El engagement se basa en la relación que tengan tus seguidores con tu perfil y en la imagen que des a las empresas que se mueven en tu sector. Hemos analizado los datos conjuntos de interacción de nuestro perfil.

En este tiempo hemos conseguido 83 seguidores

Si nos centramos en las Impresiones, (visualizaciones) empezamos teniendo 800 el primer mes y en el último mes hemos contado con 2256, un 221% más que el mes anterior.

Nuestra tasa de interacción es del 11,1%. Se calcula de la siguiente manera: (clics + recomendaciones + comentarios + veces compartido + seguidores) / impresiones.



