



ANÁLISIS KPI SOCIAL MEDIA 2023 TURISME VINARÒS

1. KPI FACEBOOK

1. Análisis KPI Facebook 2023

Comunidad

1.1. Nuevos seguidores

Alcance

1.2. Nº publicaciones

1.3. Alcance orgánico

1.4 Impresiones

Interacción

1.5. Visitas al perfil

1.6. Me gusta, comentarios, compartidos

2. KPI INSTAGRAM

2. Análisis KPI Instagram 2023

Comunidad

2.1. Nuevos seguidores

Alcance

2.2. Nº publicaciones

Interacción

2.3. Mejores publicaciones

2.4. Me gusta

2.5. Comentarios

ÍNDICE

3. Análisis KPI Twitter 2023

Comunidad

3.1. Nuevos seguidores

Alcance

3.2. Impresiones

3.3. N^o tuits

Interacción

3.4. Tasa interacción

3.5. RT + Likes

3.6. Respuestas + menciones

3.7. Visitas al perfil

3.8 Clics en el enlace

4. Conclusiones finales

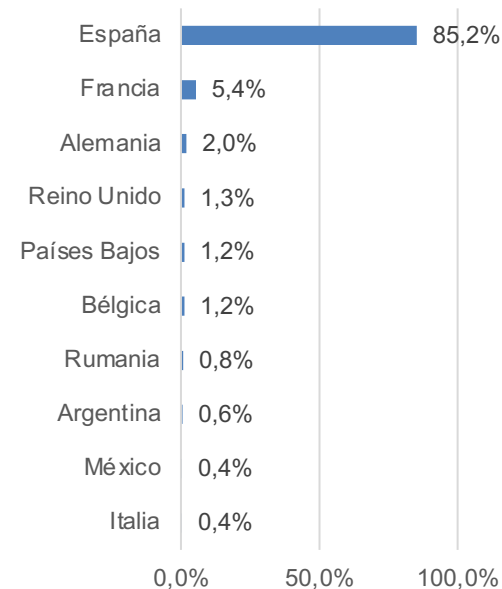
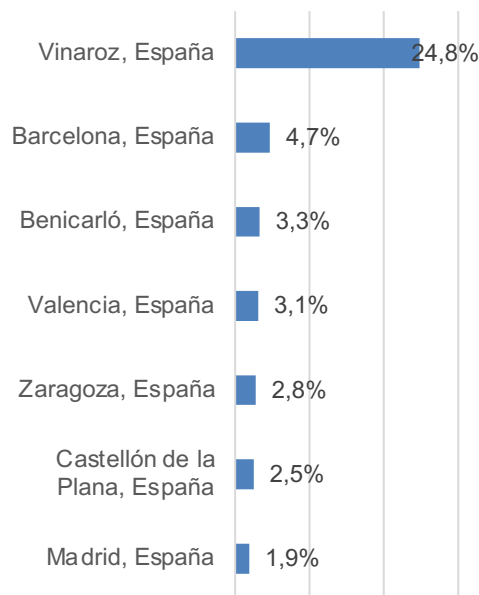
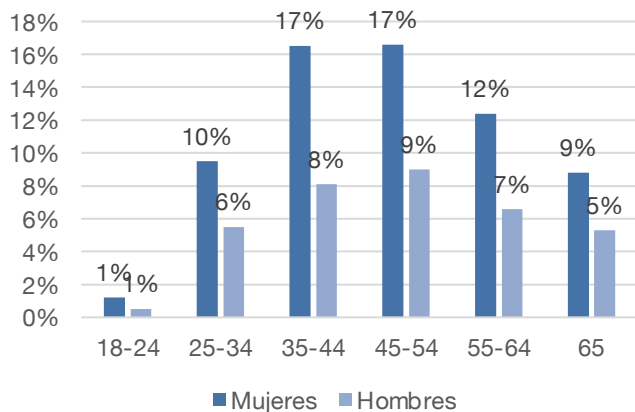


1. KPI FACEBOOK

1. – SOCIAL MEDIA: FACEBOOK

COMUNIDAD – consideraciones previas:

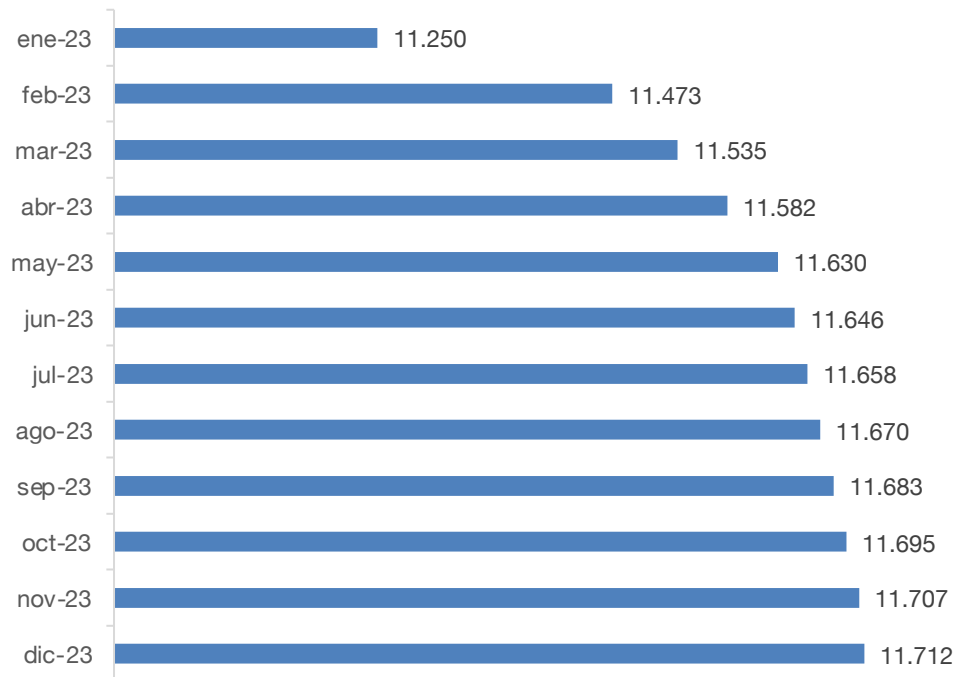
En 2023, la presencia en redes sociales de Turisme de Vinaròs muestra un aumento en la diversidad geográfica y demográfica. España sigue siendo el principal país de seguidores, pero con un ligero aumento del 2,2% desde 2022, alcanzando el 85,2%. Vinaròs representa el 24,8% de los seguidores, incrementándose desde el 25,5% del año anterior. Se mantiene el perfil demográfico de la audiencia, con un 65% de mujeres y un 35% de hombres y se observa una concentración de seguidores entre las edades de 35 a 54 años.



1. – SOCIAL MEDIA: FACEBOOK

COMUNIDAD

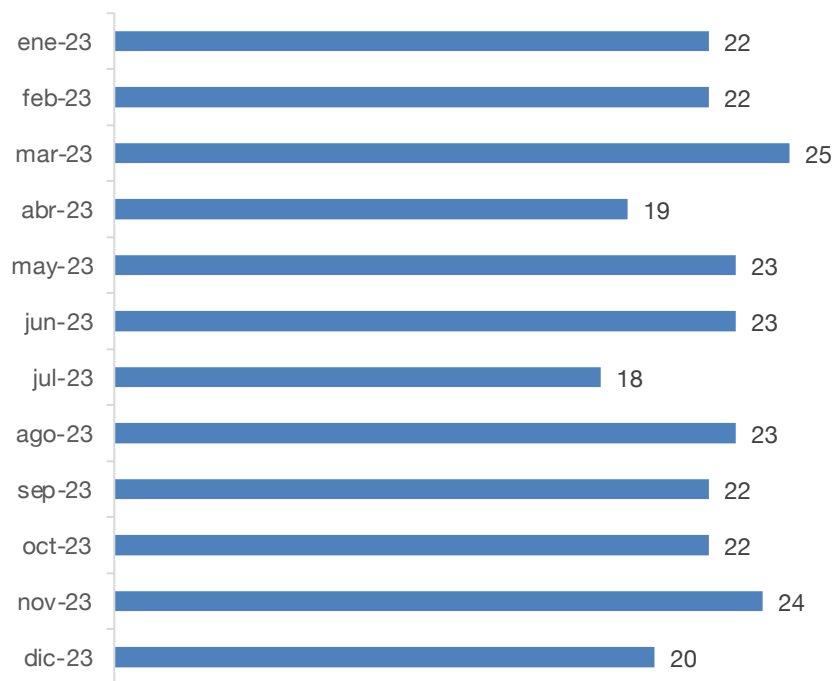
1.1. Nuevos seguidores: en un año se han ganado 567 seguidores nuevos y se han perdido 109.



1. – SOCIAL MEDIA: FACEBOOK

ALCANCE

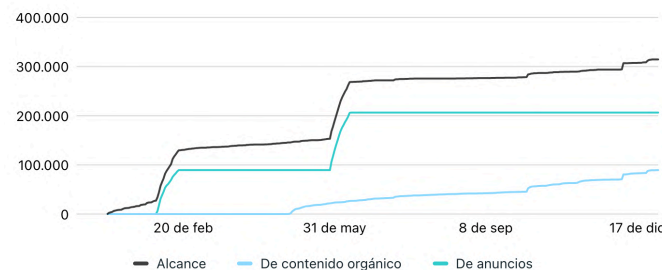
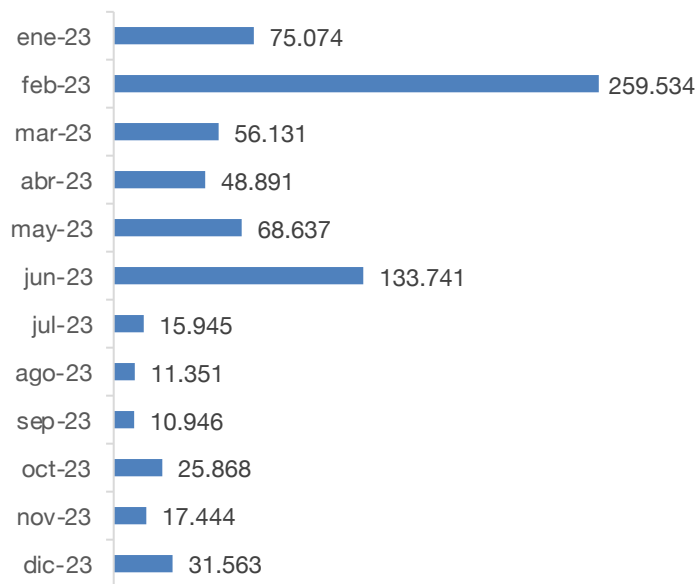
1.2. Nº de publicaciones: a lo largo de 2023 se han publicado 263 publicaciones, media de 22 mensuales.



1. – SOCIAL MEDIA: FACEBOOK

ALCANCE

1.3. Alcance total y orgánico*: El alcance de total ha sido de 314.447 usuarios únicos lo que supone una media mensual de 26.203. Por su parte el alcance orgánico se ha situado en 89.355 lo que supone una media mensual de 7.446 usuarios únicos.



Desglose de alcance

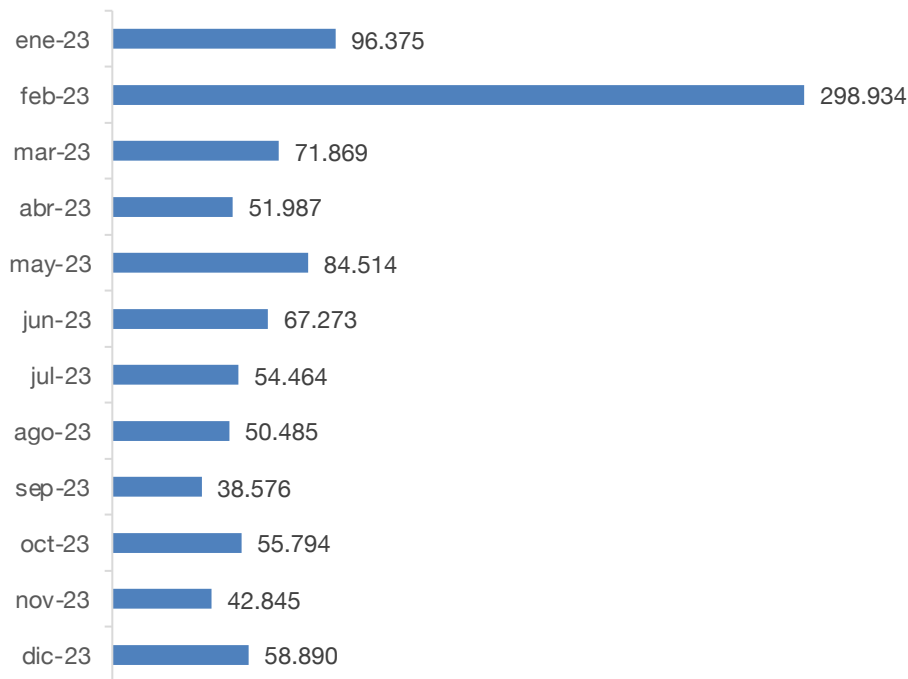
Total	314.447	↓ 69,1%
De contenido orgánico	89.355	↑ 100%
De anuncios	206.508	↓ 78,2%

* Nº de usuarios únicos que vieron algún contenido asociado a la página de Turisme Vinaròs, ya sea en la sección de noticias, en la información instantánea o en la biografía de la página, sin que hayan accedido a través de contenidos patrocinados.

1. – SOCIAL MEDIA: FACEBOOK

INTERACCIÓ

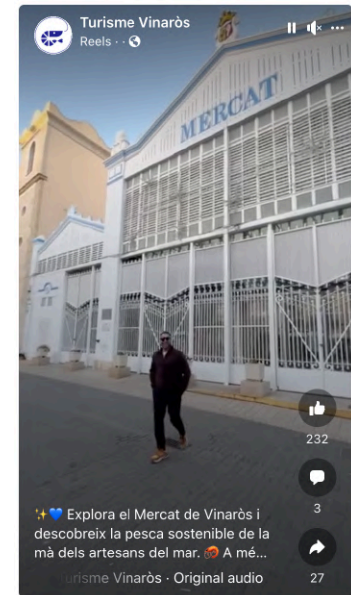
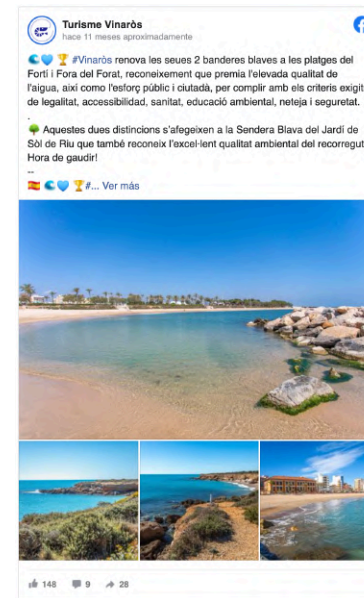
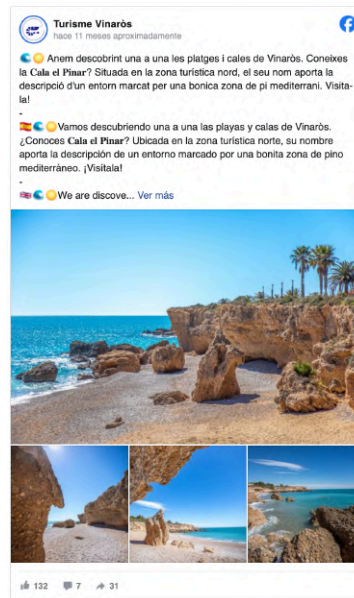
1.4. Impresiones: Las impresiones totales durante 2023 han sumado 972.006 y han estado cerca de superar el millón, especialmente en el mes de febrero donde se suman las campañas al interés por los contenidos de ese mes.



1. – SOCIAL MEDIA: FACEBOOK

INTERACCIÓ

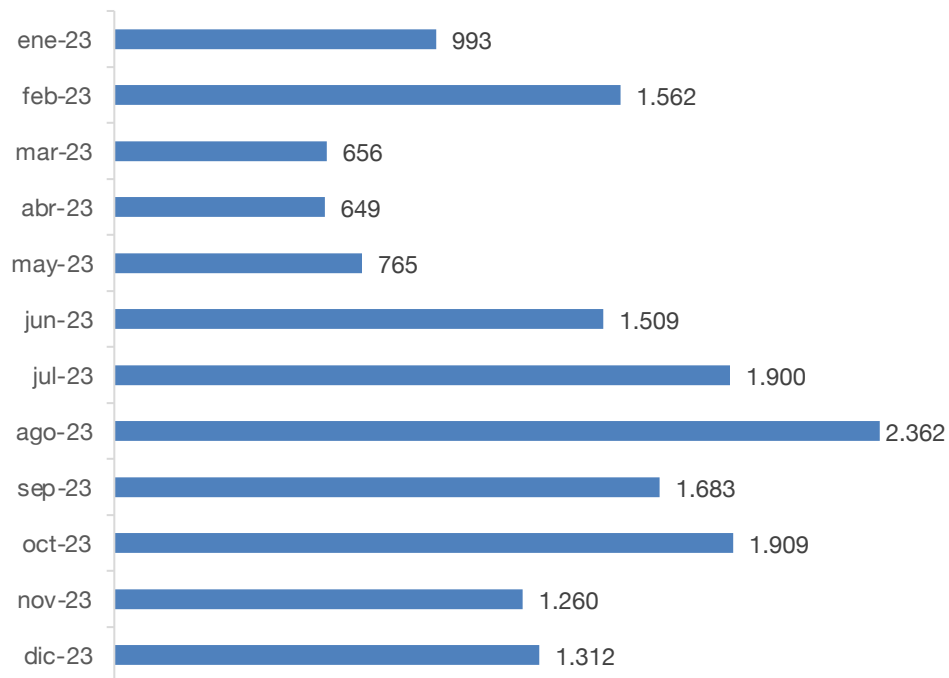
Publicaciones con mayor interacción: Al igual que en años anteriores, las publicaciones con mayor interacción (sin contar anuncios) son empresas SICTED, imágenes de las playas o de contenidos que destacan valores de su entorno, como el Mercado de Vinaròs, con el que los seguidores locales se identifican.



1. – SOCIAL MEDIA: FACEBOOK

INTERACCIÓ

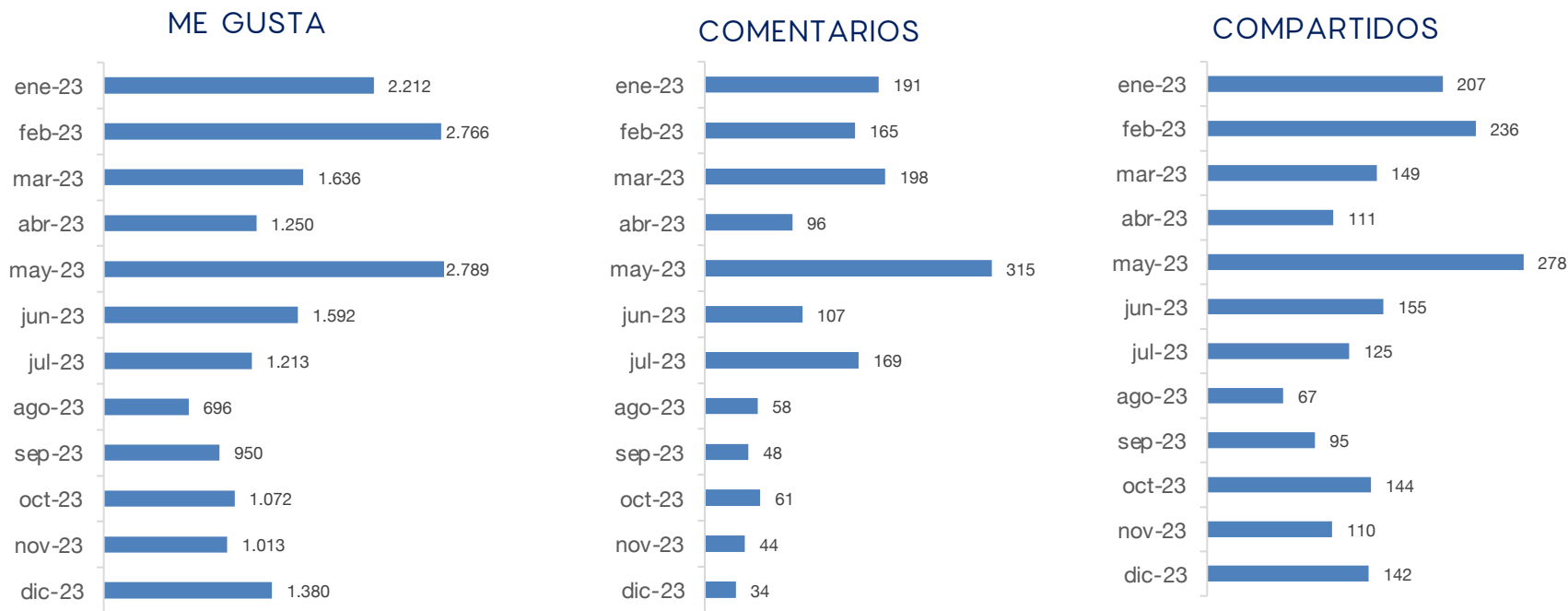
1.5. Visitas al perfil



1. – SOCIAL MEDIA: FACEBOOK

INTERACCIÓN

1.6. Me gusta, comentarios, compartidos creados en nuestros posts. En este año se consiguieron 18.569 me gusta, 1.486 comentarios y 1.819 compartidos. Los meses de mayo y febrero, que coinciden con campañas especiales, fueron los periodos de tiempo con máximos en números de me gusta y compartidos.



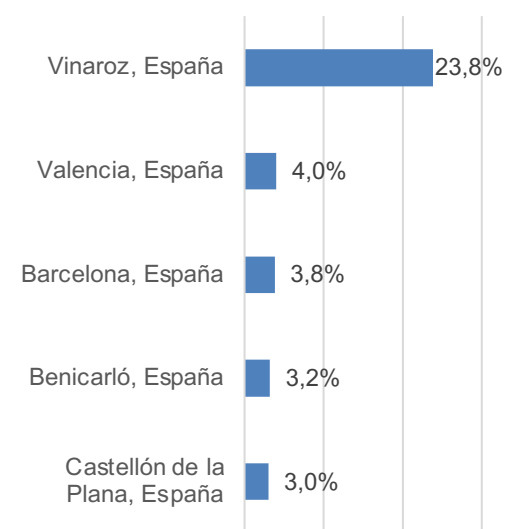
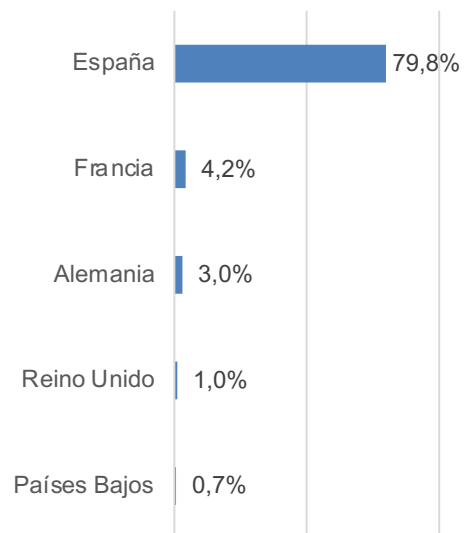
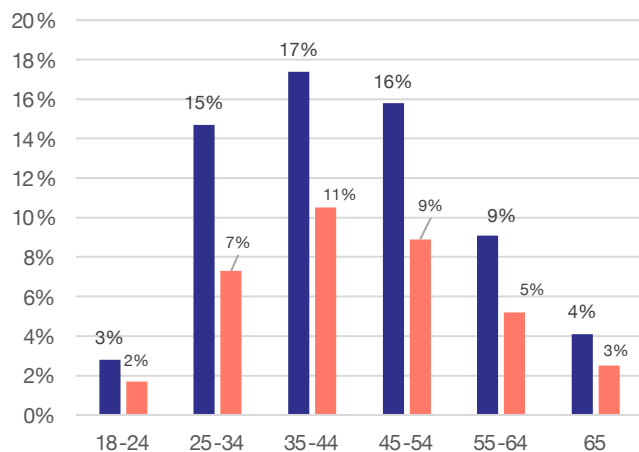


2. KPI INSTAGRAM

2. – SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM

COMUNIDAD – datos genéricos:

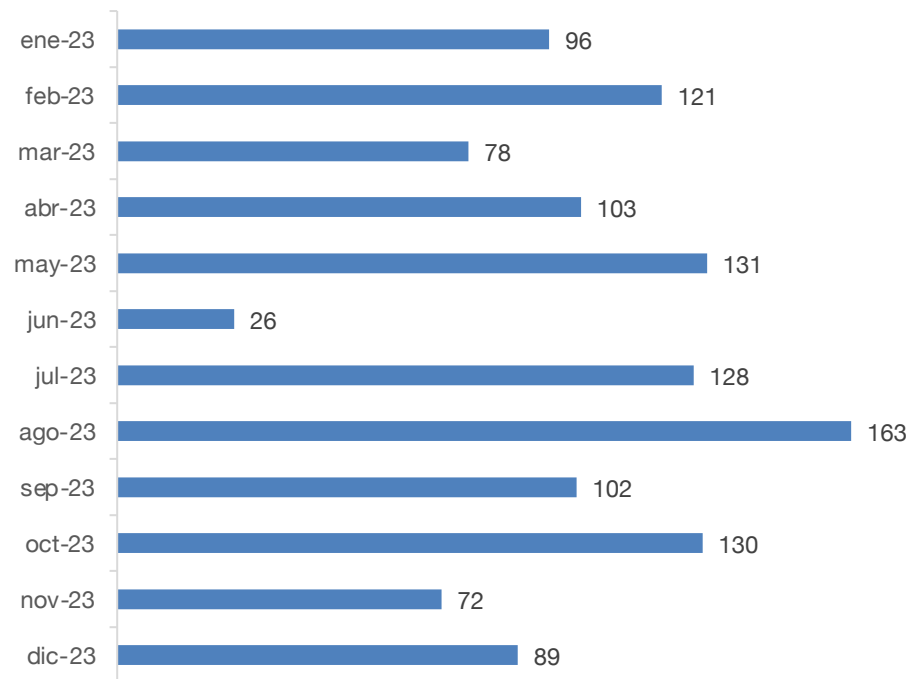
Se mantiene el perfil demográfico de los seguidores de Instagram observado en años anteriores, con un 65% y un 35% para los hombres. En ambos sexos el segmento de edad más numeroso son los 35 a 44 años que agrupa un 26% del total. Los seguidores están ubicados mayoritariamente en España y en Vinaròs respectivamente. Aunque observamos un ligero aumento de extranjeros que pasan del 19,9% al 20,2% del total. Los seguidores de otras localidades también pasan del 75% al 76,2%.



2. – SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM

COMUNIDAD

2.1. Nuevos seguidores: al igual que otros años, el aumento de seguidores ha sido gradual a lo largo de todo el año, que ha sumado un total de 1.239 seguidores nuevos. Destacan los meses de agosto y julio por un lado, por un mayor interés de contenidos relacionados con viajes y el periodo estival, y febrero y octubre, asociado a las actividades estacionales de esos meses.

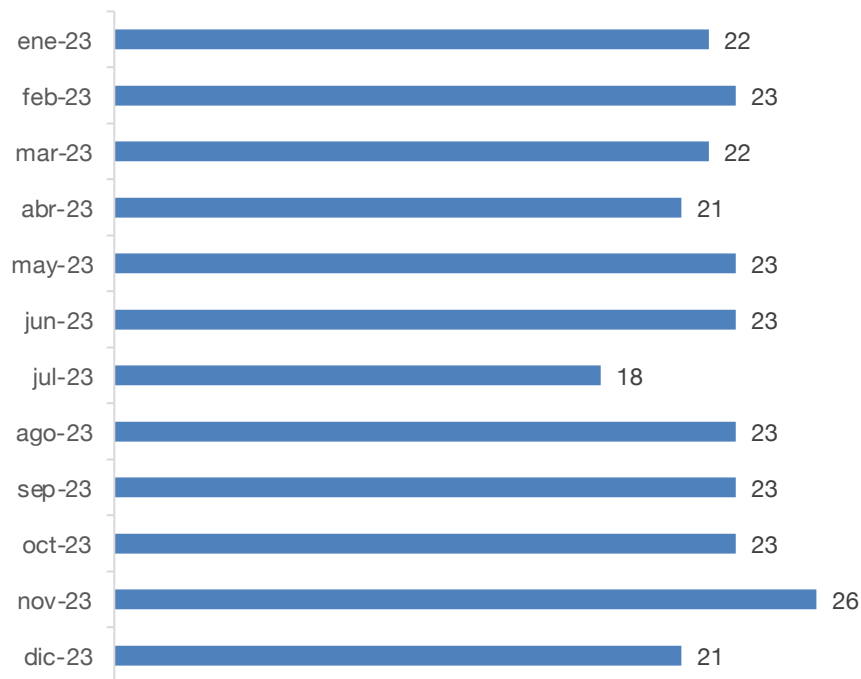


2. – SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM

COMUNIDAD

ALCANCE

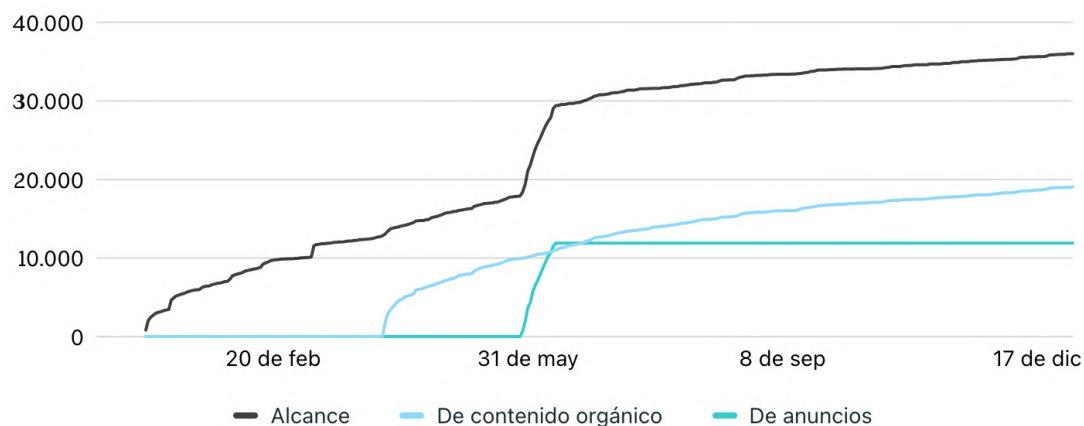
2.2. N^o de publicaciones: se han realizado 268 publicaciones, esto es de media 22,3 posts mensuales.



2. – SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM

COMUNIDAD

ALCANCE: a lo largo de este año se ha llegado a impactar a más de 36.015 usuarios únicos, una media de 3.001 usuarios por mes y cerca de 131 usuarios por publicación. El porcentaje medio de *engagement* por publicación es de 2,31 %.



Desglose de alcance

Total

36.015 ↓ 92,6%

De contenido orgánico

19.056 ↑ 100%

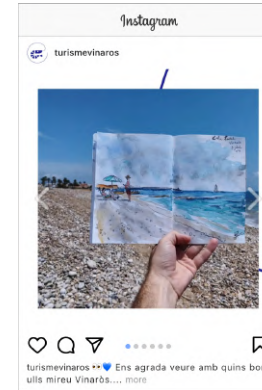
De anuncios

11.900 ↑ 100%

2. – SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM

COMUNIDAD

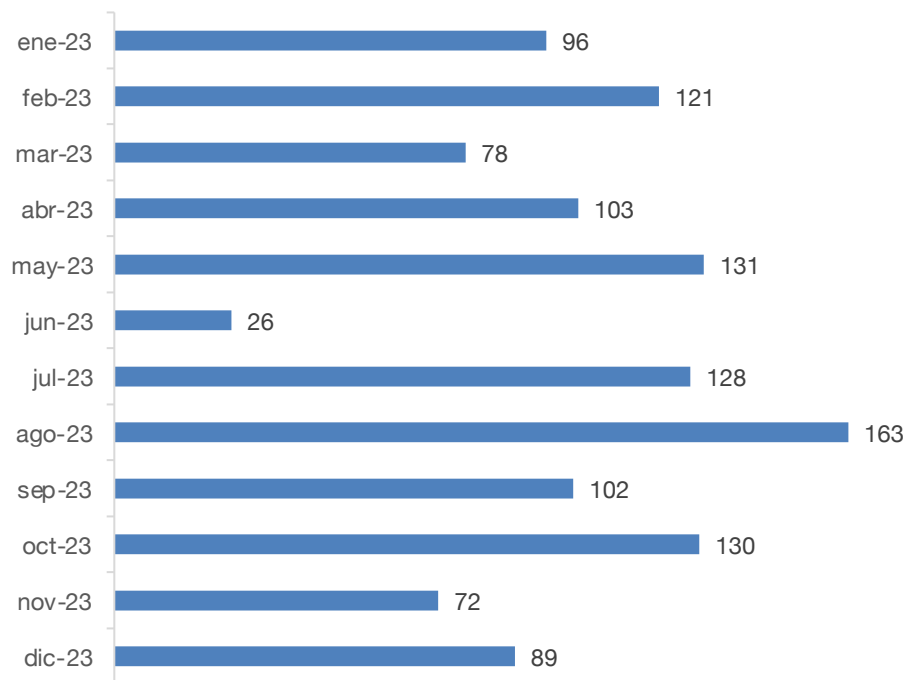
2.3. Publicaciones con más engagement: La publicación con más interacción ha sido la publicada con @turismodecastellon dedicada al Mercat de Vinaròs y a la pesca sostenible. Como es propio de esta red, otras imágenes que han atraído la atención y el interés de los seguidores han sido motivos de la ciudad, la decoración navideña, el arte urbano o escenas asociadas al mar y el aire libre.



2. – SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM

INTERACCIÓN

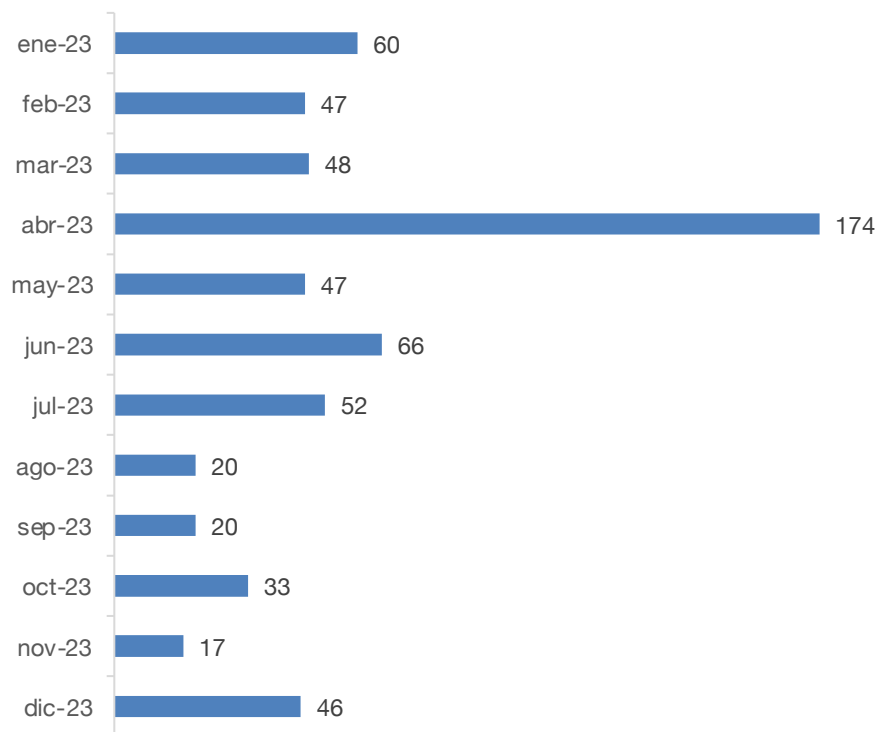
2.4. Me gusta: El total de interacciones de este tipo en 2023 fue de 32.152 lo que supone un promedio de 2.679 por mes y 119 por publicación.



2. – SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM

INTERACCIÓN

2.5. Comentarios: a lo largo del año se han recibido **630 comentarios**. Durante la mayor parte del año el promedio está en 41 pero en abril los comentarios subieron hasta un máximo de 174.





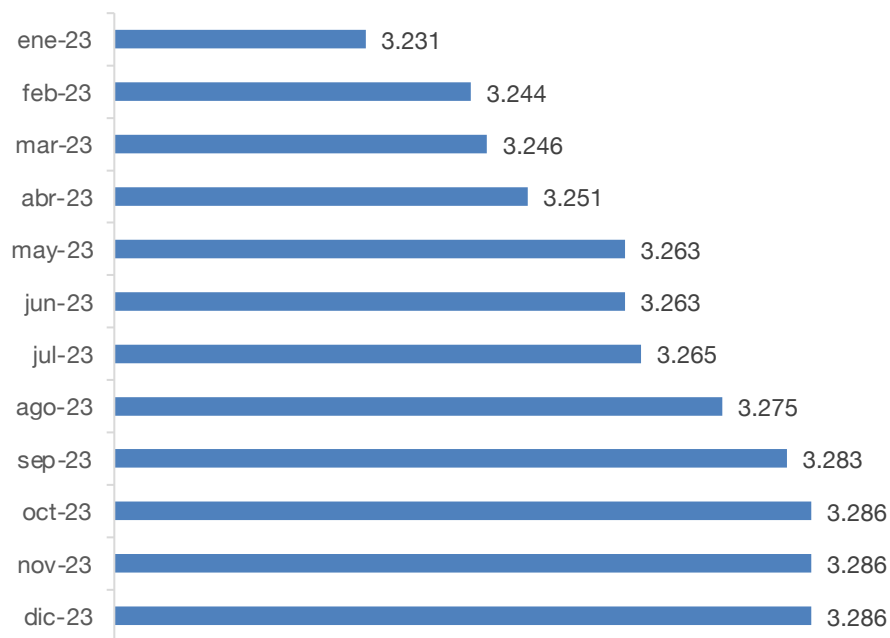
3. KPI TWITTER

3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

COMUNIDAD:

3.1. Nuevos seguidores: hasta diciembre de 2023 la comunidad aumentó en más de **55 seguidores**, llegando a alcanzar los 3.286. La media de seguidores es **5 seguidores mensuales**, dependiendo dicha cifra de las acciones que se lleven a cabo, del interés del usuario, etc.

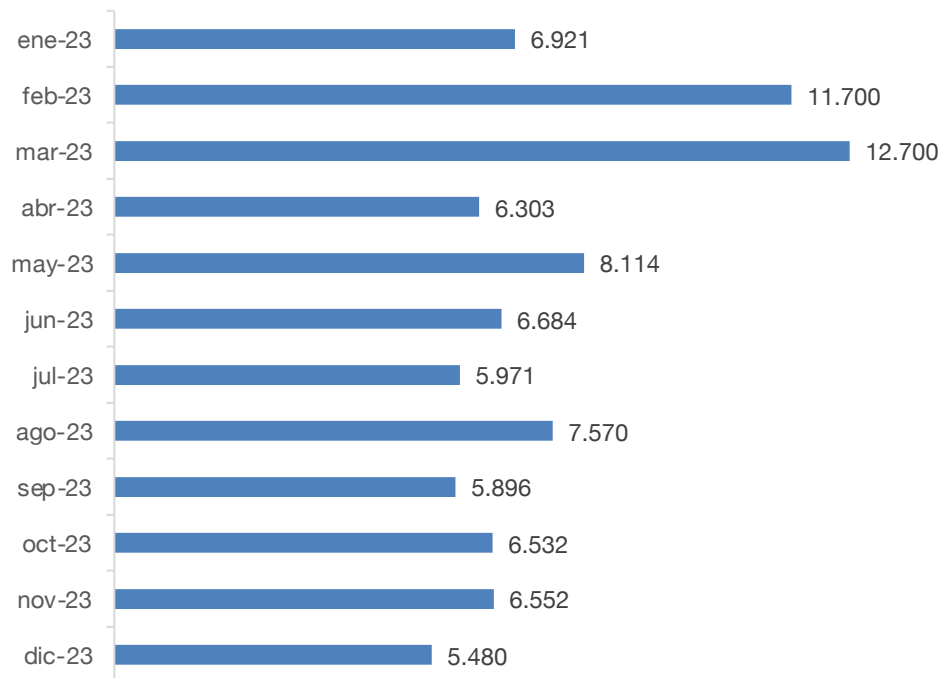
Cabe señalar que esta red social ha tenido muchos cambios de algoritmo y en España la tendencia de uso es a la baja.



3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

COMUNIDAD:

3.2. Impresiones*: Las impresiones anuales alcanzaron las 90.423, siendo la media mensual de 7.535. Los meses de febrero y marzo se consigue un impacto en impresiones superior a la media con motivo de celebraciones como el Carnaval en febrero o la llegada de la primavera en marzo y la Semana Santa 2023.

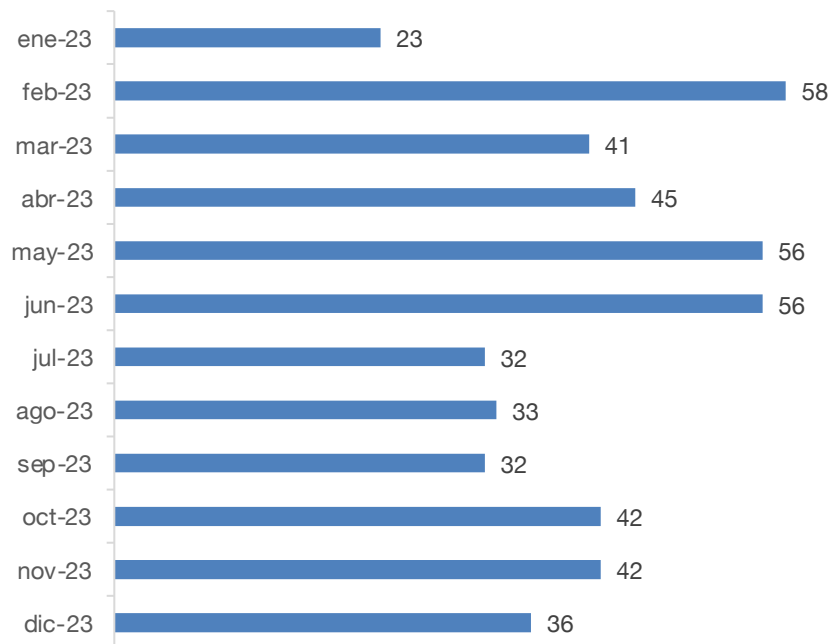


*Número de veces que un usuario vio nuestro tuit en Twitter.

3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

ALCANCE

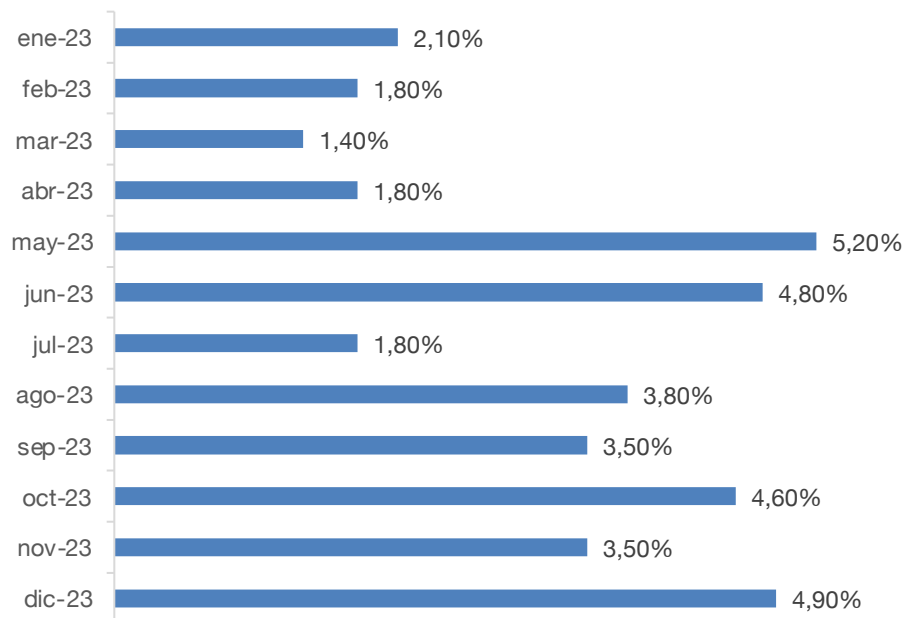
3.3. N^o de tuits: se han publicado anualmente 496 tuits, una media de casi 41 tuits mensuales. Se observa que durante los meses con mayor actividad, como los periodos coincidentes con Carnaval o primavera, la actividad en el perfil es mayor, la cuál baja ligeramente durante los meses de verano.



3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

ALCANCE

3.4. Tasa de interacción*: La media mensual es de más del 3,7%. Los meses en los que se obtienen más impresiones se detecta una menor tasa de interacción, como es periodo enero abril, y a la inversa, los meses de más interacción, de mayo a diciembre, las impresiones son menores.



* Número de interacciones (clics, RT, respuestas, seguimientos y me gusta) dividido por el número total de impresiones.

3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

ALCANCE

Top Tuits:

Los principales tuits y los que tienen más interacción son aquellos que animan al público a realizar actividades programadas, rutas turísticas, o simplemente disfrutar de las pequeñas cosas que ofrece la ciudad. también presentan más interacción las noticias de actividades destacadas, como el festival gastronómico, la Fira Lluís Santapau, entre otros.









 Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 27 jun. 🌸🌻L'olor a pólvora, la llum llampecant, la música que componen els sorolls rítmics de traca i la gent gaudint pels carrers de #Vinaròs, és una experiència que no et pots perdre. T'apuntes? Cada dia fins dissabte 1 de juliol a les 23:00 hores! pic.twitter.com/kiSLsCvRV8 <small>View post activity</small>	206	27	13,1 %
 Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 10 may. 🌿🌳Caminar pel paradís es pot. Has recorregut mai el sender El jardí de Sòl de riu d'1,4 km de distància? El trobareu a l'extrem nord de #Vinaròs, en un espai del litoral on descobrirem com era la costa verge abans del desenvolupament urbanístic. #AmarVinaròs #TurismeVinaròs pic.twitter.com/Z2RCrEI3dK <small>View post activity</small>	121	9	7,4 %

 Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 4 abr. 2023 🇪🇸Si el pasado sábado no pudiste ir a la Visita Guiada para ver las pinturas fingidas recién restauradas y descubrir la huella del patrimonio religioso de #Vinaròs, ¡este sábado tienes otra oportunidad! Apúntate ahora 📍 linktr.ee/turismevinaros #TurismoVinaròs pic.twitter.com/HCOyYHHRKN <small>View post activity</small>	19	8	42,1 %
 Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 26 may. 🌈🌈🌈🌈 Al mal tiempo, ¡pongámosle color a la ciudad! En Vinaròs hay arte por todas partes! ¿Habéis visto los murales del proyecto Vinaròs Art Urbà? Si el tiempo lo permite, ¡dad un paseo para descubrirlos! #AmarVinaròs #TurismoVinaròs pic.twitter.com/1xL3SvEVHR <small>View post activity</small>	298	31	10,4 %
 Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 6 jul. 🇪🇸🚗 Hay veces que lo más antiguo es lo que más valor tiene. 💎 ¡Si eres un apasionado de los coches antiguos este fin de semana disfrutarás! 📅 El 8 y 9 de julio no puedes perderte la exhibición de coches antiguos organizada por Club Motor Classic Vinaròs en el Paseo Marítimo. pic.twitter.com/uV2nye7CsY <small>View post activity</small>	257	18	7,0 %
 Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 5 jul. 🇪🇸💙 Ens agrada veure amb quins bons ulls mireu #Vinaròs - 🇪🇸💙 Nos gusta ver con qué buenos ojos mira Vinaròs. 📍 @eloiponsmarzal - @viajar_contigo - @54marian - @estrellita131311 - @my_rearviewmirror_ - @tejedors! #TurismeVinaròs #TurismoVinaròs #AmarVinaròs pic.twitter.com/0msaO64IGc <small>View post activity</small>	180	25	13,9 %

3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

ALCANCE

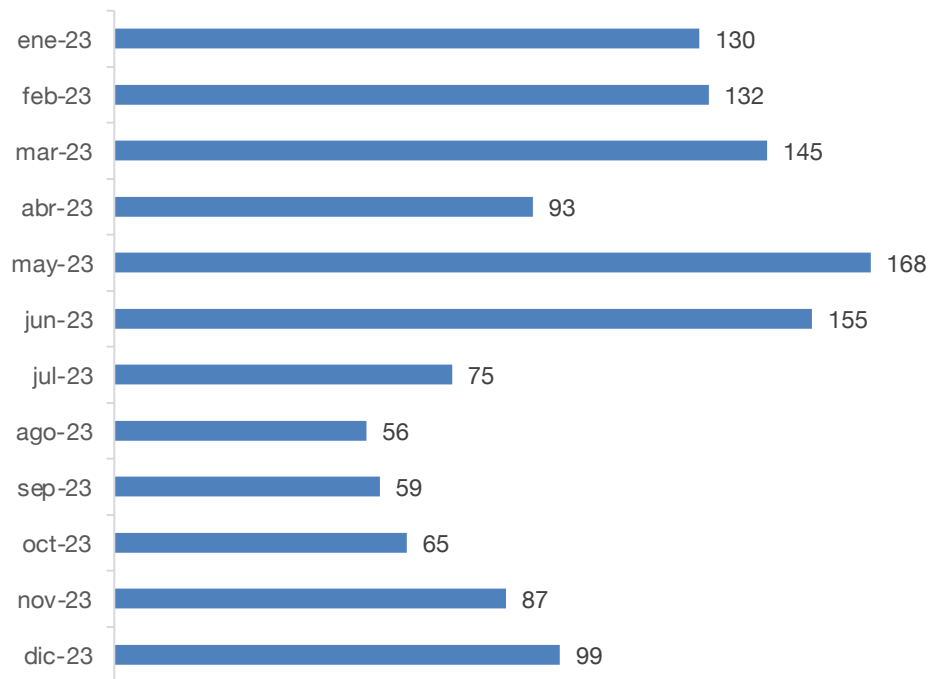
Top Tuits:

 <p>Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 20 oct. 🥰🍷 Ara sí que sí, a gaudir de la nostra gastronomia! 🍷🍷 -- 🍷🍷 Ahora sí que sí, ¡a disfrutar de nuestra gastronomía! 🍷🍷</p> <p>#Vinaròs #TurismeDeVinaròs #TurismoDeVinaròs #SaboreaVinaròs #AmarVinaròs #Castellórutadesabor #saborytradición #IIFestivalGastronómicoCRS pic.twitter.com/nkaafQ7b9h</p> <p><small>View post activity</small></p>	146	18	12,3 %	 <p>Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 14 ago. 🍷🍷 Celebrem que demà és festiu a la revetlla d'agost d'esta nit! -- 🍷🍷+ ¡Celebremos que mañana es festivo en la "revetlla" de agosto esta noche!</p> <p>#TurismeVinaròs #TurismoVinaròs #AmarVinaròs #RevetllaAgost #Vinaròs pic.twitter.com/8nTzWZv6tW</p> <p><small>View post activity</small></p>	157	19	12,1 %
 <p>Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 30 nov. 🍷🍷 Os presentamos dos de los negocios galardonados con el sello de calidad turística #SICTED.</p> <p>🍷🍷 Dos lugares encantadores donde alojarse si vienes a #Vinaròs: el Hotel Nou Casablanca y Alquileres turísticos adaptados. ¡Enhorabuena a los 2! pic.twitter.com/qqYEAQN4yt</p> <p><small>View post activity</small></p>	75	13	17,3 %	 <p>Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 18 oct. 🍷🍷 En ple compte enrere per al II Festival Gastronòmic Castelló Ruta de Sabor, et presentem el programa complet! -- 🍷🍷 En plena cuenta atrás para el II Festival Gastronómico #Castellón Ruta de Sabor, ¡te presentamos el programa completo!</p> <p>#TurismeVinaròs #SaboreaVinaròs pic.twitter.com/B23fmygv69</p> <p><small>View post activity</small></p>	553	52	9,4 %
 <p>Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 16 nov. 🍷🍷 El fin de semana ya se acerca... ¿Y si aprovechas para probar los mejores arroces cocinados por los #restaurantes de #Vinaròs?</p> <p>🍷🍷 Vive una explosión de sabores y aromas únicos con las Jornadas de la Cocina de los Arroces.</p> <p>#SaboreaVinaròs #TurismoVinaròs pic.twitter.com/6KaQlv84U5</p> <p><small>View post activity</small></p>	94	8	8,5 %	 <p>Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 3 oct. 🍷🍷 Vinaròs, com ens agraden els teus colors! I les vostres fotos! -- 🍷🍷 Vinaròs, ¡cómo nos gustan tus colores! ¡Y vuestras fotos!</p> <p>@national_jennygraphic - @streetartunitedstates - @j.delvaller</p> <p>#TurismeVinaròs #TurismoVinaròs #AmarVinaròs pic.twitter.com/hr77yk30ED</p> <p><small>View post activity</small></p>	97	12	12,4 %
 <p>Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 5 dic. 🍷🍷 ¡La IV Fira Lluís Santapau ya casi está aquí! ¡No te pierdas el placer de probar los chocolates artesanos y dulces tradicionales de #Navidad, visitas guiadas, talleres y photocall!</p> <p>Programación e inscripciones linktr.ee/turismevinaros pic.twitter.com/jZ70fJmeL4</p> <p><small>View post activity</small></p>	101	17	16,8 %	 <p>Turisme Vinaròs @Turisme_Vinaros · 9 may. 🍷🍷 Anem descobrint una a una les platges i cales de #Vinaròs. Coneixes la Cala el Pinar? Situada en la zona turística nord, el seu nom aporta la descripció d'un entorn marcat per una bonica zona de pi mediterrani. Visita-la!</p> <p>#AmarVinaròs #TurismeVinaròs pic.twitter.com/q5uj15lyG3</p> <p><small>View post activity</small></p>	132	11	8,3 %

3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

ALCANCE

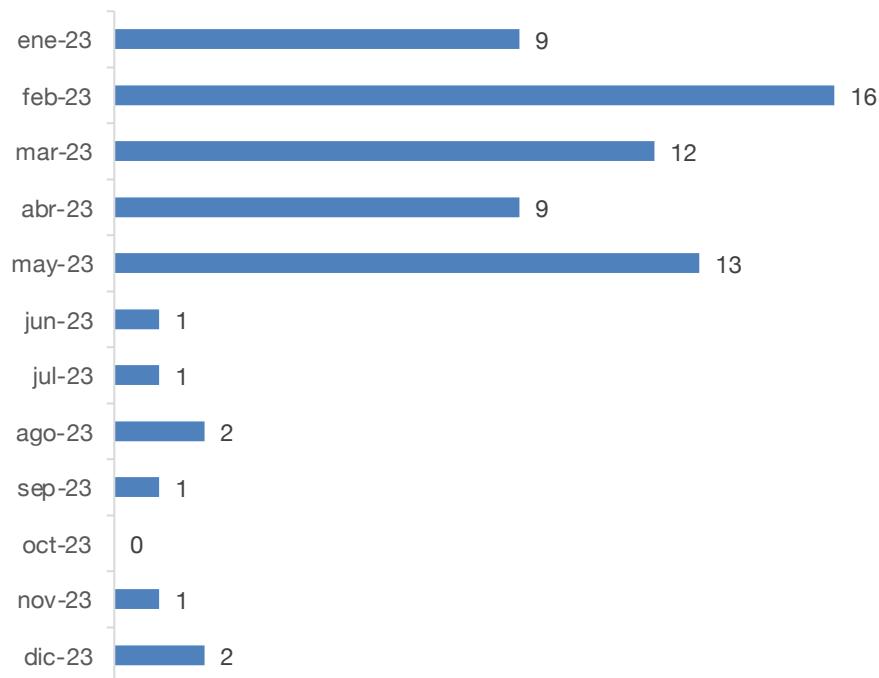
3.5. RT + Likes:



3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

ALCANCE

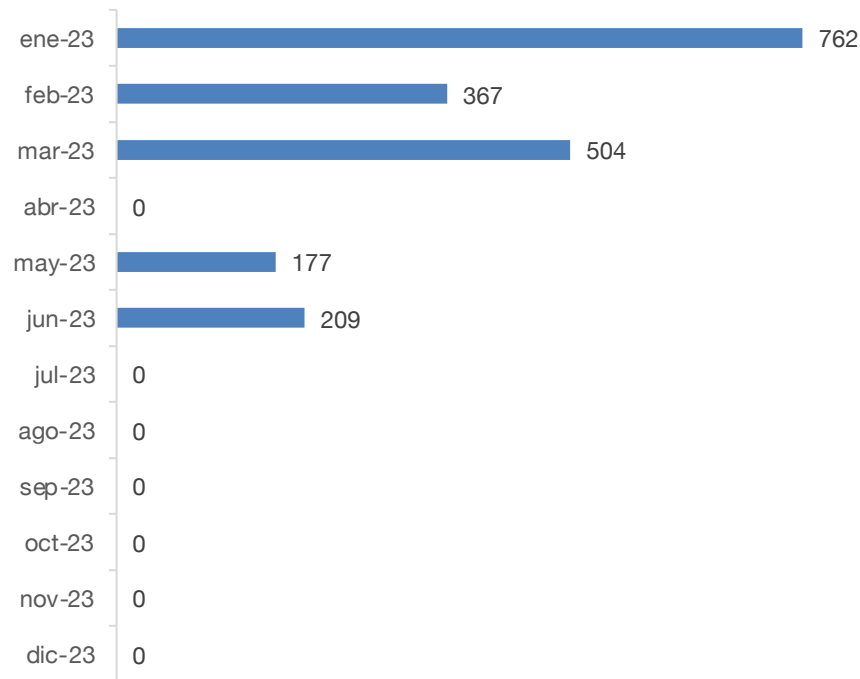
3.6. Respuestas



3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

INTERACCIÓ

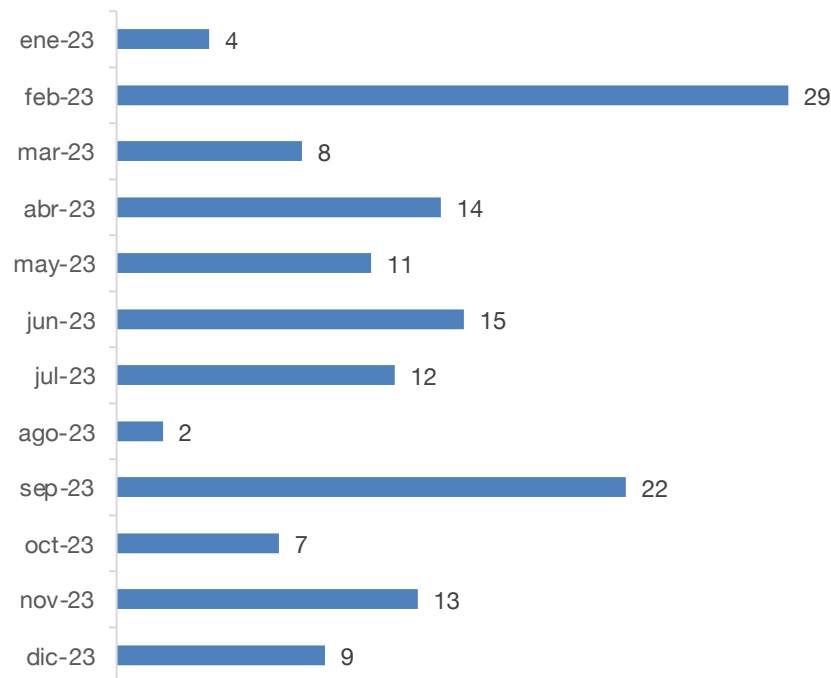
3.7. Visitas al perfil: como prueba de que Twitter es una red social a la baja, que ha perdido funcionalidades en los últimos tiempos, nos encontramos con los datos incompletos de este indicador.



3. – SOCIAL MEDIA: TWITTER

INTERACCIÓ

3.8. Clics en el enlace: se han registrado un total de 146 clics en los enlaces de los tuits con una media de 12 por mes.



4. – CONCLUSIONES: AUDIENCIA

Facebook:

- Se realizaron 263 publicaciones, con un alcance total de 314,447 usuarios únicos y un alcance orgánico de 89,355 usuarios.
- Durante el año, se ganaron 567 nuevos seguidores.
- Los meses de mayo y febrero destacaron por tener un mayor número de me gusta, comentarios y compartidos, coincidiendo con campañas especiales.

Instagram:

- Se publicaron 268 publicaciones, alcanzando a más de 36,015 usuarios únicos con un promedio de *engagement* del 2.31%.
- La audiencia de Instagram creció gradualmente a lo largo del año, alcanzando un total de 1,239 seguidores.
- Publicaciones sobre el Mercado de Vinaròs y la pesca sostenible generaron mayor interacción.

Twitter:

- A pesar de haber ganado solo 55 seguidores, la comunidad de Twitter llegó a 3,286 seguidores.
- Se publicaron 496 tuits, con una tasa de interacción mensual del 3.7%, aunque se observa un crecimiento lento debido a cambios en el algoritmo y una tendencia a la baja en el uso de la plataforma en España.

4. – CONCLUSIONES: GENÉRICAS

- La consolidación de la comunicación realizada refleja la efectividad de nuestras estrategias actuales. Mantener este enfoque es fundamental para seguir fortaleciendo la presencia de Turisme de Vinaròs en redes sociales y consolidar su imagen de marca como un destino turístico atractivo y relevante, o bien como una buena comunidad para los residentes.
- Se sugiere continuar con la inversión publicitaria como apoyo a nuestra comunicación orgánica, aunque se podría considerar una ligera ampliación en la segmentación de públicos para maximizar el alcance y la relevancia de nuestros mensajes. Esto nos permitirá llegar de manera más efectiva a diferentes segmentos de nuestra audiencia y generar un mayor impacto en nuestras campañas.
- Recuperar algunas de las recomendaciones previas puede ser beneficioso para enriquecer nuestras tácticas de marketing en redes sociales. Especialmente, la activación de promociones y concursos para fomentar la interacción, y la colaboración con influencers para llegar a audiencias específicas. Estas acciones pueden contribuir significativamente a aumentar el compromiso de nuestra comunidad en línea y fortalecer nuestra presencia digital.

4. – CONCLUSIONES: GENÉRICAS

- Organizar concursos periódicos atractivos puede seguir siendo una estrategia efectiva para atraer y comprometer a nuevos seguidores. Eventos como el Carnaval 2024 presentan oportunidades ideales para ofrecer experiencias únicas que generen interés y participación, así como para promover la imagen de Vinaròs como un destino turístico vibrante y lleno de actividades emocionantes.
- La colaboración con influencers de diversos nichos también puede ser clave para ampliar nuestro alcance y generar contenido relevante y atractivo para diferentes segmentos de nuestra audiencia. Estas acciones deben ser evaluadas cuidadosamente para garantizar su alineación con nuestros objetivos y valores de marca, así como para maximizar su impacto y retorno de inversión en nuestras estrategias de marketing digital.
- Se propone abandonar el canal Twitter (X) que está perdiendo fuerza en España en pro de YouTube. Turisme de La Rápita ya ha dejado el canal.

GRACIAS

