

Nombre: Los elegidos, un equipo para las redes sociales

Responsable: Departamento de Comunicación

Colaboradores (internos y externos):

Ayuntamiento de Alcobendas    

Alcobendas Interactiva  

Asociaciones de Alcobendas  

Bolsa de Empleo Alcobendas  

Casa de la Mujer Alcobendas  

Centro de Arte Alcobendas  

Comercios Alcobendas  

Conecta Alcobendas  

Consumo Alcobendas  

Deportes Alcobendas  

Escuela de Música y Danza de Alcobendas de Alcobendas  

Imagina Juventud Alcobendas   

Mediatecas Alcobendas   

Participación Alcobendas  

PIC.A Alcobendas   

Policía Local Alcobendas  

Protección Civil Alcobendas  

Salud Alcobendas  

StartUp Alcobendas  

Teatro Auditorio de Alcobendas  

Universidad Popular Miguel Delibes  

Fecha de inicio: Enero 2013

Antecedentes: En 2011 se observa la necesidad de comenzar a utilizar las redes sociales como herramientas de diálogo e información con los ciudadanos. Algunos organismos se han lanzado a crear perfiles sin que detectemos que haya estrategia detrás. Tras varios informes de la situación digital del Ayuntamiento de Alcobendas, se desarrolla una estrategia que se convierte en acción en el año 2013 y que ha crecido junto al uso de las redes sociales por los vecinos de Alcobendas.

RADIOGRAFÍA ALCOBENDAS (2012)

En el año 2012, la cobertura digital a través de Internet y banda ancha en los hogares sitúan a Alcobendas en una posición destacada respecto a los municipios del entorno regional y el conjunto nacional. Los resultados de la Consulta Vecinal de 2012, muestran que el 79% de los hogares de Alcobendas tienen conexión a Internet, frente al 78% de la media regional y el 67,9% de la nacional.

ENCUESTA DE USOS DE INTERNET EN ALCOBENDAS (febrero de 2015):

Hay más usuarios de internet (88,3%) que de ordenador (86,5%). El teléfono móvil está en manos de casi toda la población (98,5%). Un 71% de los mayores de 55 años ha accedido a

internet, una proporción muy elevada y por encima de la media nacional y europea.

El 88,3% de los encuestados afirma haberse conectado a internet en los últimos tres meses, y de ellos un 91,5% lo hace con una frecuencia diaria. Cuando se conectan a la red, un 97% lo hace para leer el correo electrónico, un 95% para buscar información, un 88% para comunicarse mediante mensajería instantánea, foros y chats y 81% para buscar noticias en periódicos o revistas digitales. Estos valores son más elevados que la media nacional y europea, especialmente en correo y búsqueda de información.

Un 67% de los internautas ha tenido algún contacto con las redes sociales en los últimos tres meses y de éstos, un 96% ha interactuado en los últimos tres meses. Dos de cada tres usuarios de las redes tiene una gran vinculación pues se conectan a diario. Facebook es la red social más utilizada (89%), seguida por Twitter (38%) e Instagram (10%). Los más activos en las redes son los estudiantes (96%) y los jóvenes de 16 a 24 años (94%), que se conectan prioritariamente a Twitter e Instagram.

Las redes sociales se configuran como un nuevo canal para informar, comunicar, compartir y como un espacio de influencia y opinión. El gobierno municipal detecta esta oportunidad para interactuar con sus grupos de interés.

Objeto: Participación del Ayuntamiento de Alcobendas y servicios municipales en las redes sociales como canal de comunicación y escucha activa

Objetivo/s:

1. **Innovar en la forma de comunicar** con los ciudadanos a través de las redes sociales con la comunicación directa de 21 servicios.
Acción/es: Desarrollo de un **grupo de trabajo** formado por 21 servicios municipales con presencia en redes sociales que emite información y dialoga (interactúa) de forma pública e inmediata.
2. Provocar un **cambio de valores en la relación entre el Ayuntamiento y los vecinos, los vecinos y el Ayuntamiento** basado en compartir, colaborar, ser transparentes y crear colectivamente. ESCUCHA ACTIVA.
Acción/es: Crear **interacciones** con personas y vecinos que se dirigen a las cuentas municipales a través de las redes. Mostrarnos cómplices, colaboradores y servidores de sus inquietudes.
3. Potenciar en las redes sociales una **imagen de marca de la ciudad de Alcobendas**.
Acción/es: **Creación diaria de contenidos redaccionales y de imagen con calidad**, siempre ligados a la marca Alcobendas.
4. Aumentar el **conocimiento** que se tiene de los servicios, instalaciones municipales y actos a través de las redes sociales
Acción/es: **Creación de tuits (en Twitter) y estados (en Facebook)** que muestran las actividades que realizan los servicios, fotos, promociones, etc.
5. Fortalecer la **participación de los ciudadanos** a través de las redes sociales.

Acción/es: **Generar consultas, opiniones, debates y foros** (on line – off line) de discusión previos a una acción de gobierno que nos permitan observar las acciones desde distintas ópticas.

6. Afianzar **prescriptores** directos e indirectos de Alcobendas.
Acción/es: **Generar tuits y comentarios** que se dirigen directamente a los vecinos más influyentes conforme reputación on line y a prescriptores indirectos (artistas, periodistas, arquitectos, etc.)
7. **Multiplicar el valor de nuestros mensajes** a través de los medios de comunicación presentes en las redes.
Acción/es: **Mantener una lista de contactos** de medios a los que mencionamos, agradecemos, informamos y de los que nos hacemos eco.

DESPLIEGUE

ESTRATEGIA

El proyecto se centra en la participación del Ayuntamiento de Alcobendas en las redes sociales a través de la creación de un sistema de ESCUCHA, INFORMACIÓN Y DIÁLOGO con las siguientes líneas en su estrategia:

- **Estrategia descentralizada** por servicios para establecer una comunicación directa con el ciudadano porque entiende que nadie conoce un servicio como el que lo realiza:
 - Se da respuesta a cualquier interacción que se recibe, tanto en negativo como en positivo.
 - El tiempo de respuesta es prácticamente inmediato, público y con capacidad de diálogo (réplica y contrarréplica) desde el Ayuntamiento.
 - Los comentarios de los vecinos llegan a cada servicio, pudiendo cada uno reportar a sus superiores sobre la receptividad recibida antes determinadas informaciones emitidas.
- Los servicios, a través de sus respectivas cuentas en las redes, aportarán contenidos que añadan valor a la información que a diario emite el Departamento de Comunicación (información de consulta, estudios, videos, informes externos...)
- El proyecto se inicia con cuentas de los servicios en Facebook, Twitter e Instagram. La selección de redes permanece abierta a las posibilidades y posicionamientos que surjan en el panorama social de la red. Hemos pasado a 21 cuentas.
- El proyecto se dirige a los vecinos de Alcobendas, en primer lugar, y a públicos de otras comunidades, en segundo lugar.

FASE DE DISEÑO

- Departamento de Comunicación: Diseño del concepto estratégico, creativo y corporativo.
- Empresa externa: la configuración de las redes sociales de cada uno de los perfiles / fan pages en Twitter y Facebook.
 - Dirección Innovación Tecnológica: Diseñar, supervisar y ejecutar los sistemas técnicos para la aplicación de la estrategia de redes en los servicios de innovación tecnológica.
- Servicios Interactivos: Proporcionar espacio en la web para las redes y hacer contenidos compartibles que aporten valor al grupo de trabajo.

FASE DE FORMACIÓN E IMPLEMENTACIÓN

- Formación a los servicios municipales con presencia en redes sociales (5 horas), con asignación de usuario y contraseña.
- Cada uno de los servicios abre sus respectivas cuentas municipales en redes sociales: su fan page y su perfil públicos.
- Periodo “learning by doing” de enero a mayo de 2013. Cada servicio despliega los conocimientos adquiridos y testa cómo interactuar en redes.
- Promoción permanente de la presencia del Ayuntamiento en las redes sociales (radio, gráfica, web municipal....)
- Cada nuevo servicio recibe formación ya interna basada en nuestros propios usos.
- Disponemos de un Manual de Uso de RRSS (general) y un Manual de Uso de las RRSS del Ayuntamiento de Alcobendas.

FASE DE VISIBILIDAD FIDELIZACIÓN

- Estrategia de creación de contenidos, dando importancia a la redacción, producción y posterior difusión de contenidos para el éxito de una marca en Internet.
- Gracias a la atención al cliente, se puede asegurar un cliente más contento con la marca, y dispuesto a hablar con ella.
- Si los seguidores entienden los perfiles sociales del Ayuntamiento son **un medio a través del cual pueden contactar y estar informados**, estaremos dando **una facilidad extra y fidelizando**.

EVALUACIÓN

- **“Fidelidad”**: personas que nos siguen sin abandonar el seguimiento que nos hacen.
- **“Visibilidad”**: Posicionamiento de nuestras redes y de la marca ALCOBENDAS en las redes nos permite un mayor número de visitas (conocimiento) y una mejor imagen de marca (branding). Contamos para ello con los contenidos que generamos para ser vistos y las personas que “pinchan” o “cliclean” para ver esos contenidos.
- **“Interacciones”**: Siempre que la experiencia de nuestros seguidores con nuestras cuentas actúan como un potente instrumento de **difusión de la marca**, en los momentos en los que éstos comparten su experiencia con sus contactos. Es decir, se trata de generar viralidad, Cada vez que alguien RT, menciona, nos marca como favoritos, nos regala un #FF, comparte o comenta, está haciendo marca con nosotros, está interactuando. Cada vez que alguien dialoga o hace uso de lo que decimos en las redes, interactúa.

RESULTADOS

INDICADORES REDES SOCIALES MUNICIPALES GLOBALES (18 cuentas)	2016	2017	2018	2019
VISIBILIDAD				
Seguidores	31.686	33.211	37.646	41.142
Tuits	20.560	25.746	33.356	9.297
Fans	30.662	36.412	43.350	45.324
Publicaciones	7.234	12.524	16.164	6.204

INTERACCIONES				
RT	17.207	28.183	32.653	17.128
Menciones	18.433	19.874	23.809	15.978
Favoritos	20.894	43.939	55.085	35.796
Comentarios	8.587	13.530	20.850	13.626
Me gusta	88.725	277.858	204.995	132.190
Compartido	23.615	29.928	48.424	40.713

INDICADORES REDES SOCIALES MUNICIPALES CUENTA AYUNTAMIENTO DE ALCOBENDAS	2016	2017	2018	2019
VISIBILIDAD				
Seguidores	6.450	7.587	8.534	9.513
Tuits	3.290	3.458	3.514	2.212
Fans	7.315	9.420	10.949	12.317
Publicaciones	1.208	1.373	1.452	1.117
INTERACCIONES				
RT	7.859	10.102	8.086	6.534
Menciones	9.060	8.518	9.851	8.442
Favoritos	10.435	16.109	15.144	13.178
Comentarios	7.453	10.493	11.112	7.686
Me gusta	64.755	78.179	62.404	46.207
Compartido	16.786	17.612	15.250	7.686
Videos subidos a CANAL YOUTUBE	44	55	54	44
Visionados videos YOUTUBE	15.106	10.281	8.786	14.830

INSTAGRAM CUENTA AYUNTAMIENTO	2018	2019
Seguidores	3.079	4.333
Publicaciones	962	238
Me gusta	9.435	19.531
Comentarios	257	468

INSTAGRAM CUENTA AYUNTAMIENTO	2018	2019
Seguidores	3.079	4.333
Publicaciones	962	238
Me gusta	9.435	19.531
Comentarios	257	468

INSTAGRAM DATOS	
GLOBALES (4 Cuentas)	2019
Seguidores	6.342
Publicaciones	1.039
Me gusta	34.316
Comentarios	618

ACCESOS A COMUNICACIÓN ON LINE DESDE RRSS (indicador nuevo de 2015)	2017	2018	2019
Total accesos	14.318	11.200	12.051
Desde Facebook	11.873	9.317	9.823
Desde Twitter	2.402	1.787	2.109

PERSONA DE CONTACTO

Nombre: Luis Miguel Núñez Vázquez

Puesto: Director de Comunicación y Redes Sociales

Dirección: Ayuntamiento de Alcobendas - Plaza Mayor I, 28100 Alcobendas

Teléfono: 91 659 76 00 Ext. 7675 / 676 902 773

E-mail: lmnunez@aytoalcobendas.org

Alcobendas, julio 2020