

# Pla de màrqueting digital de l'Ajuntament de Sant Just Desvern

SERGI PONT SÁNCHEZ

MÀSTER UNIVERSITARI EN MÀRQUETING DIGITAL

# Introducció

- ▶ Per què he elaborat un pla de màrqueting de l'Ajuntament de Sant Just Desvern?
  - ▶ Proximitat professional
  - ▶ L'administració pública té el repte de la digitalització
  - ▶ Un “model de negoci” particular

# Anàlisi de la situació



## ▶ Anàlisi externa

- ▶ Microentorn: Proveïdors, intermediaris, competidors, grups d'interès i públic objectiu.
- ▶ Macroentorn: demografia, entorn econòmic, entorn social i cultural, medi ambient, tecnologia i entorn polític i legal.

# Anàlisi de la situació

- ▶ Anàlisi interna

- ▶ Missió de l'organització

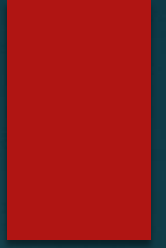
- ▶ Estratègia corporativa i estratègia funcional

- ▶ Reputació digital



# Anàlisi de la situació

- ▶ Situació digital interna
  - ▶ Web
  - ▶ Actualització
  - ▶ SEO
  - ▶ Xarxes socials
  - ▶ Màrqueting per correu electrònic
  - ▶ Publicitat digital





# Anàlisi DAFO

		<b>Anàlisi externa</b>	
		<b>Oportunitats</b>	<b>Amenaces</b>
<b>Anàlisi interna</b>	<b>Punts forts</b>	<b>Àrea d'èxit</b> Reputació digital Presència a les xarxes socials CMS propi Marca amb alta acceptació Estabilitat i experiència Oferta ben valorada	<b>Àrea de desgast</b> Web antic Utilització xarxes socials SEO Email marketing Publicitat digital Direcció conservadora Personal especialitzat
	<b>Punts dèbils</b>	<b>Àrea d'il·lusió</b> Poca competència dels serveis oferts Població amb nivell alt de formació Mida del municipi Atur baix i necessitat decreixent d'invertir el qüestions socials	<b>Àrea de vulnerabilitat</b> Proveïdors Grups d'interès Regulació Resistència als canvis Percepció de les institucions Principals preocupacions

# Objectius de màrqueting digital



## ▶ Objectiu general

- ▶ Incrementar en un 15% les visites al lloc web [santjust.cat](http://santjust.cat) en els propers 12 mesos

## ▶ Objectius específics:

- ▶ Disminuir el percentatge de rebot en 10 punts percentuals en els propers 12 mesos
- ▶ Incrementar en un 15% el tràfic web provinent de Twitter en un període de 12 mesos
- ▶ Aconseguir que almenys un 5% del tràfic de la pàgina web s'adquireixi a través del correu electrònic en menys de 12 mesos
- ▶ Aconseguir 2.500 seguidors a Instagram en un període de 12 mesos

# Planificació de les accions de màrqueting digital

## ► Planificació temporal

Activitat	Gen	Feb	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Des
Informes de dades analítiques	■											
Elaboració de plans	■	■										
Execució de plans			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Campanyes de pagament						■		■		■		■
Informes d'assoliment d'objectius							■					■

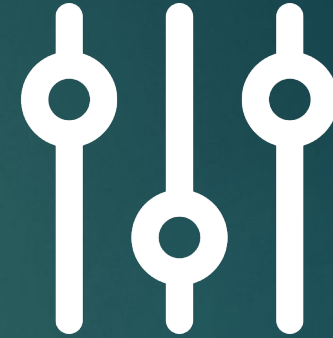
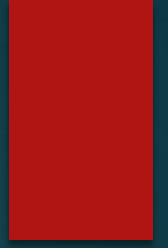


# Planificació de les accions de màrqueting digital

- ▶ Pressupost de màrqueting digital

Concepte	Import anual
Personal	54.066 €
Contractacions externes	58.500 €
Publicitat a les xarxes socials	1.560 €
Eines de màrqueting digital	480 €
<b>TOTAL</b>	<b>114.606 €</b>

# Planificació de les accions de màrqueting digital



- ▶ Control dels objectius
  - ▶ Control parcial de compliment dels objectius
  - ▶ Informe final de compliment d'objectius
  - ▶ Mesures correctores: ampliar el termini o incrementar el valor objectiu

# Conclusions



- ▶ Les particularitats del “model de negoci” de l’administració pública
- ▶ Públic objectiu divers i serveis heterogenis
- ▶ Reputació com a principal repte

# Pla de màrqueting digital de l'Ajuntament de Sant Just Desvern

SERGI PONT SÁNCHEZ

MÀSTER UNIVERSITARI EN MÀRQUETING DIGITAL