

# Gemma Ticó\_\*

**TALLER**  
**Textos que enamoren**

13 de diciembre del 2023





# Bloc 1

---

Gramàtica per a redactors

- En aquest bloc veurem:
  1. Com escriure un article o nota de premsa
  2. Estructura d'un article i d'una nota de premsa
  3. Ús de connectors

- Per a poder redactar bons articles tècnics i bones notes de premsa és bàsic aprendre a escriure, a més de no cometre faltes d'ortografia.
- Com escriure?
  - Frases curtes i coordinades
  - Més punts que comes
  - Utilitza sinònims, no et repeteixis
  - Utilitza pocs adjectius o adverbis, això no és literatura
  - Cuidar molt l'ortotipografia



- És molt important tenir en compte que:
  - La informació del titular s'ha d'aclarir al subtítular
  - No s'han de repetir les mateixes paraules al titular que al subtítular
  - La informació del titular s'ha d'ampliar al primer paràgraf
  - Si el titular té un verb, ha d'anar en present
  - No utilitzar expressions o frases complicades
  - Vigilar que coincideixin els temps verbals
  - Millor oracions actives que passives (*"La societat descobreix la realitat del sector agroalimentari", millor que "el sector alimentari és el gran desconegut per la societat"*)

### Com s'estructura un article o una nota de premsa?



Introducció



Nus/Desenvolupament

Ordenar les idees  
en paràgrafs



Utilitzar vinyetes  
i/o enumeracions



Conclusió/Tancament

- L'ús de connectors ajuda a mantenir un ordre i una coherència en el text:
  - Per introduir un tema:
    - L'objectiu principal de...
    - Ens proposem d'exposar...
    - Aquest escrit / informe / document tracta de...
    - Us adrecem aquest escrit per...
  - Per encetar un tema nou:
    - Respecte de X...
    - Pel que fa a X...
    - Quant a X...
    - Sobre (la qüestió de)...
    - Un altre punt és...
    - El punt següent tracta de...



- L'ús de connectors ajuda a mantenir un ordre i una coherència en el text:
  - Per marcar l'ordre:
    - Primer, / Primerament, / En primer lloc, / D'entrada,
    - Segon, / En segon lloc,
    - Tercer, / En tercer lloc,
    - En darrer lloc, / Finalment, / Per acabar, / En últim terme,
  - Per fer distincions:
    - D'una banda, / Per un costat,
    - De l'altra, / Per l'altre,
    - D'altra banda, / Altrament,
  - Per continuar sobre un mateix punt:
    - A més a més, / A més, / Tanmateix,
    - Després / Tot seguit / Així mateix,

- L'ús de connectors ajuda a mantenir un ordre i una coherència en el text:
  - Per posar èmfasi en un punt:
    - És a dir, / Això és, / Igualment,
    - En altres paraules, / Dit d'una altra manera,
    - Tal com s'ha dit, / Cal tornar a dir que... / S'ha de tenir en compte que...
    - El més important és... / La idea central és... / Convé ressaltar que...
    - Val la pena dir que... / Cal insistir que...
  - Per posar exemples:
    - Per exemple, / Un bon exemple d'això és... / N'és un bon exemple...
    - Es pot exemplificar... / Com a exemple...
    - En particular, / En concret, / Com ara... / En el cas de... / Una bona mostra...

- L'ús de connectors ajuda a mantenir un ordre i una coherència en el text:
  - Per resumir:
    - En resum, / Resumint el que... / Recollint el més important...
    - Breument, / En poques paraules, / D'una forma breu...
    - En conjunt, / Globalment,
  - Per acabar:
    - En conclusió, / En definitiva, / En conseqüència, / Així doncs,
    - Per concloure, / Per acabar, / Finalment,
    - La forma per últim és incorrecta:
      - *Per últim*, analitzem quines conseqüències...
      - *Finalment*, analitzem quines conseqüències...

- L'ús de connectors ajuda a mantenir un ordre i una coherència en el text:
  - Ante todo, en primer lugar, lo primero que, el objeto de, en relación a, antes de nada...
  - Así que, así pues, puesto que, pues, porque, la razón del hecho, esto tiene una explicación...
  - De igual modo, como, de modo semejante, similarmente, asimismo, parecido a...
  - Por tanto, por consiguiente, por eso, por lo cual, de ahí, de forma que, con que, total que...
  - Al contrario, pero, en cambio, no obstante, sin embargo, por el contrario, antes bien...
  - Es decir, en otros términos, a saber, mejor dicho, o sea, esto es, o lo que es igual, en todo caso...
  - Ahora, antes, luego, más tarde, finalmente, en cuanto, después, a continuación...



## Bloc 2

---

Com redactar continguts que destaquin

- En aquest bloc veurem:
  1. Punts bàsics per aconseguir que un article o una nota de premsa destaquin
  2. Detalls que marquen la diferència a l'hora de redactar els continguts
  3. Com escriure un titular que enganxi
  4. *Checklist*: els 8 punts a revisar abans d'enviar o publicar un article o una nota de premsa

- Els punts bàsics per aconseguir que un contingut destaquí són:
  - Concretar
  - Vigilar el to: neutre, professional
  - Crear una estructura clara
  - Buscar cridar l'atenció amb el titular o frases que enganxin
  - Redactar en piràmide invertida:
    - Informació més important resumida al primer paràgraf.
    - Detallem la informació en els següents paràgrafs del nus/desenvolupament.
  - NOTA DE PREMSA: al final, posar sempre:
    - Un resum de l'empresa/entitat que envia la nota.
    - El nom i cognom, correu electrònic i telèfon de la persona de contacte.

- Quins detalls marquen la diferència:
  - Extensió:
    - Ajustada al que demana el mitjà de comunicació on es publicarà l'article (preguntar-ho si no ens ho especifiquen).
    - Nota de premsa: recomendable 600-800 paraules.
  - Titular que cridi l'atenció
  - Documentar-se bé abans de redactar
  - Donar tota la informació de forma clara i aportar valor (no es tracta d'allargar el text perquè si)
  - Imatges o videos adjunts
  - Destacar en negreta les idees principals



- Bibliografia:

- Citacions textuais:

- En lletra rodona i dins de cometes en el text.
- Fora del text: sagnades, en lletra rodona, amb un cos més petit i sense cometes.
- No traduir les citacions extretes d'obres escrites en una altra llengua.
- Omissió: si omets fragments del text original, has de posar-hi punts suspensius entre claudàtors.

- Referències bibliogràfiques dins de text:

- Es marquen amb un senyal de crida, que habitualment és una xifra, que s'escriu com a superíndex.
- En funció de si es tracta de:
  - Un autor i una obra: (Cognom + any), sense cap coma entre el cognom i l'any.
  - Diversos autors i una obra cadascun: (Cognom + any; cognom + any), els dos autors se separen amb un punt i coma.
  - Diversos autors i una sola obra: (Cognom i cognom + any), els cognoms se separen amb una conjunció (si n'hi ha més de dos, es van separant amb comes menys l'últim, que se separa amb la conjunció).
  - Força autors i una sola obra: (Cognom et al. + any); el llatíisme et al. (et *alii*, 'i altres') s'escriu en lletra rodona.



- Com escriure un titular que enganxi:
  - Utilitzar la *keyword*
  - Ha de ser objectiu
  - Ha que deixar clar què explica el contingut
  - Utilitzar adjectius i verbs en acció
  - Si és possible, afegir:
    - Preguntes
    - Números
    - Paraules com: *errors, encerts, descobreix, etc.*

- Abans de publicar un article o una nota de premsa, has de revisar aquests 8 punts:
  - ✓ Estructura del paràgraf: no més de quatre línies
  - ✓ Idees clares: 1-2 idees per paràgraf
  - ✓ Extensió del document: que sigui la correcta
  - ✓ Entrada: resum de l'article o de la nota de premsa
  - ✓ Paraules clau i/o nom de l'empresa en el titular
  - ✓ Titular i cos en sintonia
  - ✓ Arxiu en format reconegut + text en el cos del correu
  - ✓ Ortotipografia

- Tema de l'article:
  - *“Los precios subieron en octubre un 3,5 %, igual que en el mes de septiembre, por lo que la tasa de inflación se mantiene estable, debido al abaratamiento de los carburantes y a una subida menos intensa de los alimentos y bebidas no alcohólicas”.*
- Pensa:
  - Titular.
  - Subtitular.
  - Estructura del text (un parell o tres de blocs amb títol propi cada un d'ells).
  - Conclusió.

- Tema de l'article:
  - *“Los precios subieron en octubre un 3,5 %, igual que en el mes de septiembre, por lo que la tasa de inflación se mantiene estable, debido al abaratamiento de los carburantes y a una subida menos intensa de los alimentos y bebidas no alcohólicas”.*
- Pensa:
  - Titular.
  - Subtitular.
  - Estructura del text (un parell o tres de blocs amb títol propi cada un d'ells).
  - Conclusió.

**EXERCICI 1 (10 minuts)**

DATOS DEL IPI ADELANTADO

## La inflación se mantiene estable en octubre con una subida "menos intensa" en alimentos

Publicado por EFEAGRO

30 de octubre de 2022

Los precios subieron en octubre un 3,5 %, igual que en el mes de septiembre, por lo que la tasa de inflación se mantiene estable, debido al abaratamiento de los carburantes y a una subida menos intensa de los alimentos y bebidas no alcohólicas.



Según el dato adelantado del índice de precios de consumo (IPC) publicado este lunes por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en este comportamiento de la inflación destaca la influencia al alza de la electricidad, cuyos precios se reducen menos que en octubre de 2021, cuando tuvieron una fuerte bajada.

Así, la tasa de inflación se mantiene estable en octubre tras tres meses consecutivos al alza: julio (2,3 %), agosto (2,8 %) y septiembre (2,5 %).

Por su parte, la tasa de variación anual estimada de la inflación subyacente -el índice sin alimentos no elaborados ni productos energéticos- disminuyó seis décimas, hasta el 5,2 %, la menor tasa desde mayo del año pasado.

En tasa mensual, los precios de consumo registraron una subida del 0,2 % respecto al mes de septiembre y encadenan cinco meses seguidos al alza, detalla el INE.

En cuanto a los datos armonizados para la comparación con Europa, la tasa de variación anual del IPCA fue del 3,5 %, dos décimas por encima de la registrada el mes anterior, mientras que la variación mensual fue del 0,3 %.

Desde el Ministerio de Asuntos Económicos insisten en que España se consolida como "una de las principales economías de la zona euro con una menor inflación y mayor crecimiento".

Añaden que "las medidas de política económica adoptadas por el Gobierno están favoreciendo la competitividad de las empresas españolas, la garantía de cuota de mercado y el aumento del poder adquisitivo de los salarios".

Todos los detalles de evolución por componentes y la cifra definitiva de la inflación de octubre se publicarán el próximo 13 de noviembre.

[Ver más noticias](#)

Secciones: [Actualidad](#) [Alimentación y bebidas](#)

Temas: [alimentos](#) [gas](#) [precios](#)









# Bloc 3

---

SEO per a continguts

- En aquest bloc veurem:
  1. Què li agrada a Google
  2. Com aparèixer a la primera pàgina de resultats de Google
  3. Com escriure per a Google (sense oblidar-te del client)
  4. Eines per a buscar *keywords*



- A Google li agrada...
  -  Contingut de **qualitat**
  -  Donar resposta a les preguntes de la seva audiència
  -  Que els teus *links* es comparteixin en altres pàgines
  -  Que enllacis a la web des dels perfils de les xarxes socials
  -  Que publicis posts a les xarxes socials amb enllaços a la web
  -  Trobar notícies interessants sobre el sector en qüestió a la pàgina web

- Com aparèixer a la primera pàgina de resultats de Google?
  - Tenir un blog
  - Utilitzar *keywords* (realitza primer un estudi de paraules clau) i *keywords long tail* (més d'una paraula)
    - ⚠ Ves en compte amb la competència en les *keywords*!  
Busca: alt volum de cerques + tendència + poca competència d'autoritat
  - Pensar com et busquen els clients
  - Escriure amb freqüència i constància
  - Demostrar que ets un expert: escriure molt sobre temes relacionats amb el teu sector

- Escriure per a Google, SI però sense oblidar-nos del lector:
  - Utilitzar la *keyword* al principi del titular i al 1r paràgraf
  - Posar la *keyword* al títol de les fotos
  - Utilitzar sinònims i/o paraules relacionades
  - Paràgrafs de no més de 60 paraules
  - No utilitzar frases massa llargues (màxim 35 paraules) i evitar les frases subordinades
  - Tipografia senzilla i de mida 12 com a mínim
  - Utilitzar negretes i subtítulars
  - La paraula clau ha d'aparèixer entre el 3 i un 5 %

- Eines para buscar *keywords*:



Keysearch

Ubersuggest

Ubersuggest



**Keyword Tool**

Keyword Tool



SemRush

- Eines per a dominar el SEO como un expert:



Yoast SEO para WordPress



SemRush



# Bloc 4

---

Pas a pas del post perfecte

- En aquest bloc veurem:
  1. Formats per a escriure posts en xarxes socials
  2. Com decidir quina publicació fer
  3. A qui parlar
  4. Com crear la publicació perfecta

Existeixen aproximadament 7 formats de contingut en xarxes socials (combinables entre ells):

1. **Text:** X és el rei
2. **Enquesta:** no totes les plataformes ho permeten
3. **Enllaç:** incloure un *link* a la teva web o a pàgines de tercers
4. **Foto:** el format d'Instagram per excel·lència fins a l'explosió dels Reels (ho segueix sent amb els carrusels)
5. **Video:** en directe o gravat (funciona molt bé)
6. **GIFs:** contingut més d'entreteniment
7. **Audio**



Els 6 passos a seguir per a decidir quin tipus de publicació fer són:



**Contingut en brut:** de quin material disposes?



**El teu objectiu:** què vols aconseguir?



**Estratègia:** com ho duràs a terme?



**Acció:** què faràs per aconseguir el teu objectiu?



**Format:** quin dels 7 tries?



**L'objectiu dels teus seguidors:** quin efecte vols aconseguir en la teva comunitat?

*Passos per a tenir clar quin contingut crear:*

TU OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIÓN	FORMATO	OBJETIVO DEL SEGUIDOR
<i>¿Qué es lo que quieres conseguir?</i>	<i>¿Cómo lo vas a conseguir?</i>	<i>¿Qué vas a hacer para alcanzar tus objetivos?</i>	<i>¿Qué tipo de publicación vas a hacer?</i>	<i>¿Qué valor vas a aportar al seguidor?</i>
Aumentar la visibilidad del negocio/servicio	Haciendo publicaciones virales	Publicación con vídeo muy emotivo que todos quieran compartir	Vídeo	Emocionar + Inspirar
Aumentar mi autoridad/reconocimiento/estatus	Mostrando mis logros	Publicación con el antes y después de un caso de éxito	Videomontaje	Entretener + Enseñar
Mejorar la atención al cliente	Abriendo nuevos canales e informando de ello	Publicación informando del nuevo servicio de WhatsApp	Texto + Foto	Informar
Conversión	Tráfico a la web para entrega de valor y promoción	Compartir posts blog sin venta	Texto + Enlace	Enseñar + Aprender (NO VENDER)

En quant a qui ens dirigim, és important tenir molt clar **qui és el nostre seguidor ideal**.

Per a què? Per a **definir el to i vocabulari dels posts**.

Com es defineix el to? Ha de representar el **caràcter del negoci/entitat** per a que els seguidors puguin identificar-lo.

**Quins tons existeixen?** Alguns dels més utilitzats són:

Corporatiu	Informal	Divertit
Honest	Proper	Informatiu
Humorístic	Casual	Irònic
Agressiu (denúncia)	Directe	Seriós

Com escriure un post per a conquistar a l'audiència?

## MÈTODE T-R-O-Y-A (David Díaz Robisco)

**T**

TITULAR que cridi l'atenció

**R**

RESUMEIX el que estàs explicant

**O**

OXIGENA el text amb espais

**Y**

"LLAMADA" A LA ACCIÓ per al lector

**A**

AMPLIFICA amb l'ús de *hashtags*



gemmaticogli ¿No sabes cómo generar más engagement con tus seguidores?

Para lograr una mayor interacción y que tus potenciales clientes confíen en tu negocio del sector porcino es VITAL que muestres lo que hay detrás del nombre de tu empresa.

Para ello te aconsejo que:

- Hagáis posts donde salgan los trabajadores para mostrar quién está detrás y a qué se dedica cada uno. Así "pondrán cara" a las personas que les contactan por email o teléfono.
- 💡 Contéis la historia de la empresa: cuál es vuestra misión y vuestra visión, vuestros valores, la evolución desde que se creó, etc. Si podéis hacerlo con un video y un guion basado en el storytelling, muchísimo mejor.

¿Habéis hecho alguna acción parecida? ¿Qué resultados obtuvisteis? ¿O quizás te vas a animar a hacerlo en este 2021? ¡Cuéntamelo en los comentarios!

#veterinaria #sectorporcino #comunicaciónveterinaria #estrategiasdecomunicación #comunicacióndigital #marketingdigital #redessociales #RRSS #porcinfluencer #engagement #confianzaclientes

gemmaticogil ¿No sabes cómo generar más engagement con tus seguidores?

Para lograr una mayor interacción y que tus potenciales clientes confíen en tu negocio del sector porcino es VITAL que muestres lo que hay detrás del nombre de tu empresa.

Para ello te aconsejo que:

- Hagáis posts donde salgan los trabajadores para mostrar quién está detrás y a qué se dedica cada uno. Así "pondrán cara" a las personas que les contactan por email o teléfono.

- 💡 Contéis la historia de la empresa: cuál es vuestra misión y vuestra visión, vuestros valores, la evolución desde que se creó, etc. Si podéis hacerlo con un vídeo y un guion basado en el storytelling, muchísimo mejor.

¿Habéis hecho alguna acción parecida? ¿Qué resultados obtuvisteis? ¿O quizás te vas a animar a hacerlo en este 2021? ¡Cuéntamelo en los comentarios!

#veterinaria #sectorporcino #comunicaciónveterinaria  
#estrategiasdecomunicación #comunicacióndigital  
#marketingdigital #redessociales #RRSS #porcinfluencer  
#engagement #confianzaclientes

T

R

Y

A

DATOS DEL IPI ADELANTADO

## La inflación se mantiene estable en octubre con una subida “menos intensa” en alimentos

Publicado por EFEAGRO el 14 de octubre de 2023

Las precios subieron en octubre un 1,5 %, igual que en el mes de septiembre, por lo que la tasa de inflación se mantiene estable, debido al abaratamiento de los carburantes y a una subida menos intensa de los alimentos y bebidas no alcohólicas.



Según el dato adelantado del índice de precios de consumo (IPC) publicado este lunes por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en este comportamiento de la inflación destaca la influencia al alza de la electricidad, cuyos precios se reducen menos que en octubre de 2022, cuando tuvieron una fuerte bajada.

Así, la tasa de inflación se mantiene estable en octubre tras tres meses consecutivos al alza: julio (2,3 %), agosto (2,6 %) y septiembre (2,6 %).

Por su parte, la tasa de variación anual estimada de la inflación subyacente -el índice sin alimentos no elaborados ni productos energéticos- disminuyó seis décimas, hasta el 5,2 %, la menor tasa desde mayo del año pasado.

En tasa mensual, los precios de consumo registraron una subida del 0,3 % respecto al mes de septiembre y encadenan cinco meses seguidos al alza, detalla el INE.

En cuanto a los datos armonizados para la comparación con Europa, la tasa de variación anual del IPCA fue del 3,5 %, dos décimas por encima de la registrada el mes anterior, mientras que la variación mensual fue del 0,3 %.

Desde el Ministerio de Asuntos Económicos insisten en que España se consolida como “una de las principales economías de la zona euro con una menor inflación y mayor crecimiento”.

Añaden que “las medidas de política económica adoptadas por el Gobierno están favoreciendo la competitividad de las empresas españolas, la garantía de cuota de mercado y el aumento del poder adquisitivo de los salarios”.

Todos los detalles de evolución por componentes y la cifra definitiva de la inflación de octubre se publicarán el próximo 13 de noviembre.

[Ver más noticias](#)

Secciones: [Actualidad](#) [Alimentación y bebidas](#)

Temas: [alimentos](#) [ipi](#) [precios](#)

- A partir de la noticia, redacta un post per a xarxes socials (pots escollir entre Instagram o LinkedIn) seguint l'esquema T-R-O-Y-A.

DATOS DEL IPI ABELANTADO

## La inflación se mantiene estable en octubre con una subida “menos intensa” en alimentos

Publicado por EFEAGRO el 4 de octubre de 2022

Las precios subieron en octubre un 1,5 %, igual que en el mes de septiembre, por lo que la tasa de inflación se mantiene estable, debido al abaratamiento de los carburantes y a una subida menos intensa de los alimentos y bebidas no alcohólicas.



Según el dato adelantado del índice de precios de consumo (IPC) publicado este lunes por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en este comportamiento de la inflación destaca la influencia al alza de la electricidad, cuyos precios se reducen menos que en octubre de 2021, cuando tuvieron una fuerte bajada.

Así, la tasa de inflación se mantiene estable en octubre tras tres meses consecutivos al alza: julio (2,3 %), agosto (2,6 %) y septiembre (2,3 %).

Por su parte, la tasa de variación anual estimada de la inflación subyacente -el índice sin alimentos no elaborados ni productos energéticos- disminuyó seis décimas, hasta el 5,2 %, la menor tasa desde mayo del año pasado.

En tasa mensual, los precios de consumo registraron una subida del 0,3 % respecto al mes de septiembre y encadenan cinco meses seguidos al alza, detalla el INE.

En cuanto a los datos armonizados para la comparación con Europa, la tasa de variación anual del IPCA fue del 3,5 %, dos décimas por encima de la registrada el mes anterior, mientras que la variación mensual fue del 0,3 %.

Desde el Ministerio de Asuntos Económicos insisten en que España se consolida como “una de las principales economías de la zona euro con una menor inflación y mayor crecimiento”.

Añaden que “las medidas de política económica adoptadas por el Gobierno están favoreciendo la competitividad de las empresas españolas, la garantía de cuota de mercado y el aumento del poder adquisitivo de los salarios”.

Todos los detalles de evolución por componentes y la cifra definitiva de la inflación de octubre se publicarán el próximo 13 de noviembre.

[Ver más noticias](#)

Secciones: [Actualidad](#) [Alimentación y bebidas](#)

Temas: [alimentos](#) [ipi](#) [precios](#)

- A partir de la noticia, redacta un post per a xarxes socials (pots escollir entre Instagram o LinkedIn) seguint l'esquema T-R-O-Y-A.

**EXERCICI 2 (5 minuts)**





# Bloc 5

---

Disparar l'abast orgànic amb l'algoritme

- En aquest bloc veurem:
  1. Què és l'algoritme
  2. Quines són les **normes objectives** que regeixen als algoritmes de les xarxes socials
  3. Trucs per a "burlar" a l'algoritme de forma orgànica

**Algoritme en xarxes socials:** conjunt de normes que decideixen qui i quants veuen els teus continguts.

L'algoritme afecta a l'abast i per a "tenir-lo content" has d'acatar les seves normes.

Cada xarxa social té diversos algoritmes i cada un d'ells amb els seus trucs i normes.

El seu objectiu final és buscar la millor experiència per a l'usuari per aconseguir que es quedi el màxim temps possible en aquesta xarxa social.

Quines són les normes objectives que regeixen a l'algoritme?

Aquestes normes es poden classificar en 2 grans grups:

Quines són les normes objectives que regeixen a l'algoritme?

Aquestes normes es poden classificar en 2 grans grups:

1. Estil visual

## NORMES OBJECTIVES A NIVELL VISUAL:

1. Mida de les imatges *adaptada a cada xarxa social*
2. Quantitat de text en la imatge (FB i IG recomanen no més del 20 %)
3. FB: borrar enllaços del post  
En xarxes com LinkedIn, X, etc. on ha d'aparèixer per a que l'usuari pugui anar a aquest contingut, escurçar-lo amb:  
*bit.ly*  
*Metricool*

Quines són les normes objectives que regeixen a l'algoritme?

Aquestes normes es poden classificar en 2 grans grups:

1. Estil visual
2. Contingut de valor

Quines són les normes objectives que regeixen a l'algoritme?

Aquestes normes es poden classificar en 2 grans grups:

1. Estil visual

2. Contingut de valor. Ve determinat per:

- Temps de visualització
- Número d'interaccions



**NORMES OBJECTIVES EN QUANT A CONTINGUT DE VALOR:**

1. Si utilitzes audiovisuals, fes que enganxin durant més temps (p.ex.: posa subtítols als vídeos).
2. Bon text, amb ritme i contingut interessant (*storytelling*):  
  
+ extensió = + temps en aquesta publicació
3. Contingut sempre propi i original.
4. Interaccions des de dins de la xarxa social: fes *call to actions* (comenta, m'agrada, comparteix, guarda, etc.).
5. Constància en el número de publicacions.

Per tal de "burlar" a l'algoritme de forma orgànica i intentar maximitzar l'abast dels teus comptes i les teves publicacions, aquí tens...

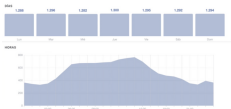
## Els meus 14 trucs infal·libles

EXERCICI 3: tenint el contingut de l'exercici 2 creat, quants triaríeu...?



## HORA DE MAJOR CONNEXIÓ

Maximitza el número de persones connectades quan publicuis (al mateix % d'abast, més usuaris ho veuen).



Les hores de major aflluència solen coincidir en totes les marques del mateix sector...

TRUC: prova a publicar uns 30 minuts abans del pic





## PUBLICAR "A REBUFO"

Aquesta estratègia consta de 3 passos:

1. Publicar un contingut viral.
2. Esperar 24-48 hores per aconseguir el pic màxim d'interaccions amb aquest contingut.
3. Publicar un contingut d'altíssim valor: t'aprofites de l'increment de visibilitat que t'ha aportat el contingut viral.

## MIDA MÉS VERTICAL EN INSTAGRAM

Mides = 1080 x 1350 px

Per a què? Augmenta l'ocupació de la pantalla mòbil un 25 %.

Benefici? Incrementa el temps de visualització de aquesta publicació per part dels usuaris.

## SUBTITULA ELS TEUS VIDEOS

Afegir subtítols als videos que publiquem en xarxes socials té 2 beneficis:

1. Millora l'atenció i retenció dels usuaris.
2. Millora el teu posicionament a l'afegir text.



### FES DIRECTES

S'envia una notificació a tots els seguidors.

Augmenten l'*engagement* i la interacció amb tu i amb el teu compte al veure't "en persona".





## OFEREIX CONTINGUT EXCLUSIU VIA DM

Planteja una pregunta/endevinalla per a que te la responguin via DM.

Regala un contingut exclusiu només als que han endevinat la resposta.



## LA MÀGIA DE FER ZOOM

L'algoritme detecta tant els clics en la imatge com quan es fa zoom.

Si un usuari amplia una imatge, l'algoritme entèn que és súper interessant i ho premia.

Un gran exemple a Instagram és: [@TheDudolf](#)





### REPTE DE "PARADA EXACTA"

Com? Crea un GIF amb moltes imatges que passin ràpidament per a que els usuaris hagin de parar el video en un moment concret.

Utilitza Canva i/o Tenor.

Què aconsegueixes amb això? Augmentar el temps que l'usuari està dins del teu contingut + clics al video.

### UTILITZA EMOTICONES

Les emoticones són més efectives que els textos ja que faciliten la interacció ([SEMRush](#)).

Perè sense abusar... 1-2 emoticones/paràgraf.

Recorda: no substitueixen paraules!





## ENQUESTES AMB REACCIONS

Substitueix els textos de les enquestes per reaccions.

Utilitza sempre reaccions positives.

**VES AMB COMPTE:** no està clar que les reaccions negatives (como el "m'enfada" a FB) no penalitzin/afectin a l'algoritme.

### APROFITA ELS STORIES DESTACATS

Enllaça des de la teva pàgina web/email/altres xarxes socials a Stories destacats.

Suposa un **augment de les visualitzacions** i, per tant, un increment en l'abast orgànic.

## REPARTEIX ELS TEUS STORIES DURANT LES 24H

Disminueixes el temps "de silenci" entre publicacions.

Generes curiositat/interès pels Stories anteriors i els següents = crea intriga!

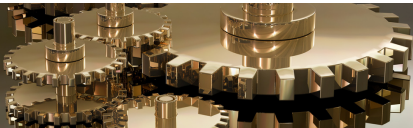
Augmentes el nombre d'impactes a la fila de Stories.

### COMPARTEIX LES TEVES PUBLICACIONS ALS STORIES

Augmenta l'abast orgànic dels teus posts: usuaris que no hagin vist el *feed* pot ser que descobreixin la teva publicació a través dels Stories.

Revifa publicacions passades.

Manté els posts atemporals dins "la roda".







# Bloc 6

---

Estratègia i difusió de continguts

- En aquest bloc veurem:
  1. Com crear una estratègia de continguts
  2. Com fer un pla de difusió
  3. Eines per a facilitar-nos la feina a l'hora de difondre els continguts

- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:

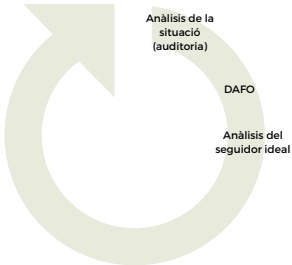
- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:



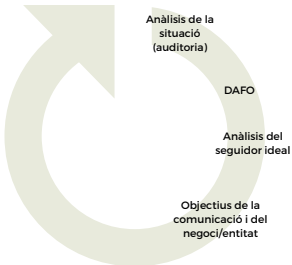
- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:



- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:



- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:

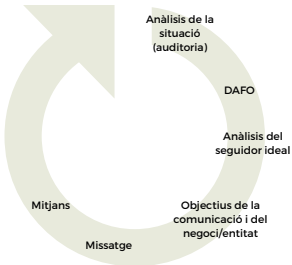


- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:

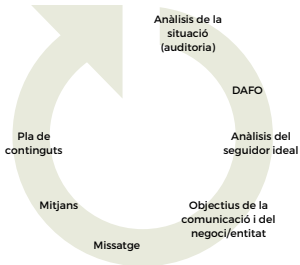




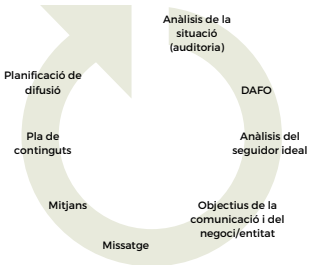
- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:



- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:



- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:



- Comptar amb un pla estratègic per als continguts inclou:



- Per a fer un pla de difusió cal tenir en compte:



Quan publicar



Programar contingut



Medicions

- Les eines que t'ajudaran a que aquest procés sigui més ràpid i eficaç són:

O  
R  
G  
A  
N  
I  
T  
Z  
A  
C  
I  
O


P  
R  
O  
G  
R  
A  
M  
A  
C  
I  
O


&

M  
E  
T  
R  
I  
Q  
U  
E  
S

- Les eines que t'ajudaran a que aquest procés sigui més ràpid i eficaç són:

ORGANITZACIÓ


 Trello

 Google calendar

PROGRAMACIÓ & MÈTRIQUES

- Les eines que t'ajudaran a que aquest procés sigui més ràpid i eficaç són:

ORGANITZACIÓ




Trello




Google calendar


PROGRAMACIÓ & METRIQUES



Creator Studio



Hootsuite



Metricool



# CONCLUSIONS

Gemma  
Ticó\_\*



- 1 Per a poder redactar bons articles tècnics i bones notes de premsa és bàsic aprendre a escriure, a més de no cometre faltes d'ortografia.

- 1 Per a poder redactar bons articles tècnics i bones notes de premsa és bàsic aprendre a escriure, a més de no cometre faltes d'ortografia.
- 2 L'estructura i el titular de l'article/nota de premsa són fonamentals.

- 1 Per a poder redactar bons articles tècnics i bones notes de premsa és bàsic aprendre a escriure, a més de no cometre faltes d'ortografia.
- 2 L'estructura i el titular de l'article/nota de premsa són fonamentals.
- 3 Si es publicarà en digital, hem de tenir en compte què és el que li agrada a Google però sense oblidar-nos del lector.

- 1 Per a poder redactar bons articles tècnics i bones notes de premsa és bàsic aprendre a escriure, a més de no cometre faltes d'ortografia.
- 2 L'estructura i el titular de l'article/nota de premsa són fonamentals.
- 3 Si es publicarà en digital, hem de tenir en compte què és el que li agrada a Google però sense oblidar-nos del lector.
- 4 La clau per redactar un post perfecte la trobem a T-R-O-Y-A.

- 1 Per a poder redactar bons articles tècnics i bones notes de premsa és bàsic aprendre a escriure, a més de no cometre faltes d'ortografia.
- 2 L'estructura i el titular de l'article/nota de premsa són fonamentals.
- 3 Si es publicarà en digital, hem de tenir en compte què és el que li agrada a Google però sense oblidar-nos del lector.
- 4 La clau per redactar un post perfecte la trobem a T-R-O-Y-A.
- 5 A les xarxes socials també es pot fer màgia per aconseguir els nostres objectius.

- 1 Per a poder redactar bons articles tècnics i bones notes de premsa és bàsic aprendre a escriure, a més de no cometre faltes d'ortografia.
- 2 L'estructura i el titular de l'article/nota de premsa són fonamentals.
- 3 Si es publicarà en digital, hem de tenir en compte què és el que li agrada a Google però sense oblidar-nos del lector.
- 4 La clau per redactar un post perfecte la trobem a T-R-O-Y-A.
- 5 A les xarxes socials també es pot fer màgia per aconseguir els nostres objectius.
- 6 Si no preparem un pla i una estratègia molt ben organitzada, tota la feina prèvia no ens servirà de gairebé res.

# MOLTES GRÀCIES PER LA VOSTRA ATENCIÓ!



Us espero a la comunitat  
*#porcinfluencer* amb un REGAL  
de benvinguda!





# MOLTES GRÀCIES PER LA VOSTRA ATENCIÓ!



➔ Us espero a la comunitat  
*#porcinfluencer* amb un REGAL  
de benvinguda!



➔ Em podeu escriure a:  
*hola@gemmatico.com*

➔ També per Instagram:  
*@gemmaticogil*

➔ O LinkedIn, on hem trobareu com:  
*Gemma Ticó Gil*