Duramte este mes de gestión de los canales sociales de Oir Vital Tenerife destacamos el buen resultado obtenido en Facebook de la campaña XXX. La evolución de esta red contrasta con el leve crecimiento de la cuenta de Twitter.

Esta última tan solo ha ganado cuatro seguidores este mes. Este crecimiento tan lento viene motivado principalmente porque el número de acciones contempladas a la semana es insuficiente, además de por el carácter específico del negocio y de su localización.

No obstante, Oir Vital Tenerife mantiene su red actualizada con las últimas noticias sobre su sector, contenido propio e información sobre su marca. La presencia en redes sociales, hoy en día es imprescindible, como lo es tener una página web. Ahora bien, dependiendo de los recursos del negocio la gestión de los canales sociales puede ir subiendo escalones.

Para ello no es solo necesario acciones online, sino offline. Los centros Auditivos Gaes, de referencia a nivel estatal, basan su estrategia en redes sociales en contenido offline. Charlas, campañas, cursos, conferencias y hasta una revista física engloba su estrategia.

El objetivo no es parecerse a ellos, si no con los recursos existentes construir una imagen digital sólida, que es el primer paso y cuando el negocio se lo pueda permitir seguir construyendo dicha marca online.

En cuanto a Facebook, este mes los principales KPIS de la plataforma han experimentado un avance significativo fruto de la campaña de Ads. Un total de 156 personas, más del doble que el mes anterior, se han hecho fans de la página. Cabe destacar en este punto que esta acción ha sido completamente voluntaria. Estos nuevos fans han visto el anuncio de Oir Vital y por iniciativa propia iniciativa le han dado a megusta, lo cual les convierte en un público cualificado, es decir objetivamente potencialmente interesado en nuestros contenidos.

Ello se ha demostrado en que la interacción aumentó un más del doble (+172%) y por tanto el alcance (número de personas que han visto alguno de los contenidos de la página) se disparase hasta las 11.500 (+860%) y 2. 608 personas vieran alguno de los post.

En el blog hemos abordado además de la propia temática de salud, temas de interés sobre la historia y curiosidades del mundo de la audición. Nuevamente el tiempo media de lectura por post supera el minuto y medio, que se corresponde con una lectura ágil de cada una de las publicaciones.

Durante el mes de diciembre abordaremos el mismo tipo de contenidos manteniendo un equilibrio entre la información y el entretenimiento, sin escaparnos de la temática central. Sería positivo dar publicidad a alguna acción que penséis abordar por Navidad o simplemente alguna fotografía del centro decorado con los empleados.

En Twitter a partir de este mes vamos a tratar de mencionar los días nacionales e internacionales de reconocimiento de alguna enfermedad citando a centros de Canarias para conseguir más interacción.

ha aumentado interactuasen con las pu

un público cualificado que ha

Si únicamente fuera una cuestión de aumentar el número de publicaciones diarias, no

Cabe tener en cuenta que una acción de este tipo en Facebook no garantiza su