

# GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS FÍSiques. MÉS ENLLÀ DELS GRUPS DE WHATSAPP

**QUICO DOMINGO**  
Director de Mortensen

Els grups de WhatsApp són sens dubte una eina còmoda i àgil a l'hora de comunicar-nos amb la nostra audiència. No obstant, a mesura que va creixent, ens adonem que tenen certes limitacions que els fan perdre punts respecte a altres alternatives.

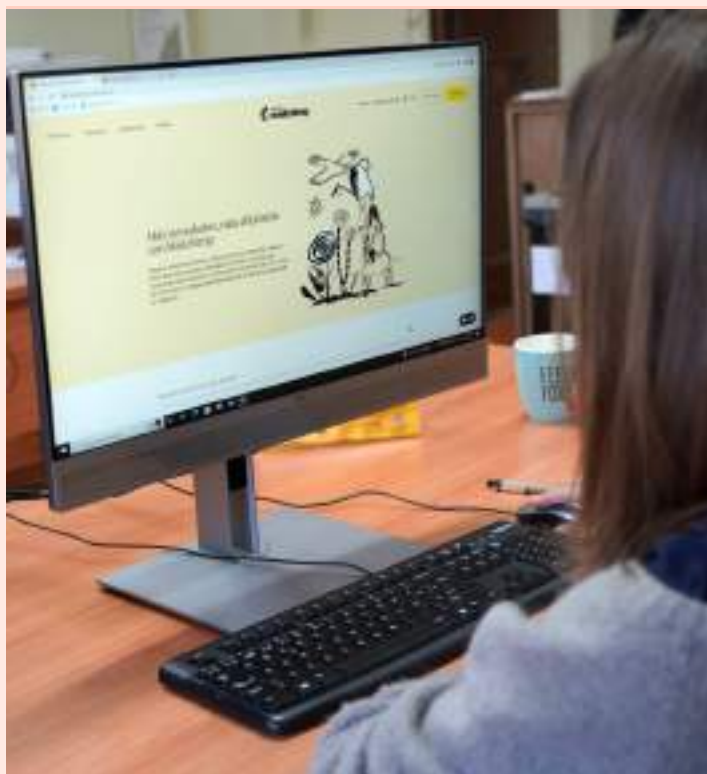
WhatsApp és ideal per enviar missatges curts, en format d'alertes, però quan tenim necessitats més concretes, com ara enviar comunicats més treballats, o bé necessitem transmetre una gran quantitat d'informació i no volem destorbar excessivament els nostres usuaris, les eines de missatgeria instantània comencen a fallar.

D'altra banda, d'un usuari de WhatsApp en sabem ben poca cosa: el número de telèfon i, amb sort, el nom. Així doncs, en un grup de difusió mai podrem segmentar segons preferències, procedència del contacte o característiques més avançades.

Aquí és on entren en joc les llistes de correu. De segur que tots vosaltres esteu subscriptes a algun butlletí de correu electrònic. Potser les darreres ofertes d'una agència de viatges, les estrenes del vostre cinema o plataforma de continguts en línia, o les darreres notícies d'un diari. El més interessant d'aquests correus que rebeu és que l'emissor disposa de força informació vostra, només pel fet d'estar-hi subscriptes. D'entrada, sap quan i des d'on us va registrar.

Potser va fer-ho en el moment de fer una compra en línia —amb la típica casella de «Vull registrar-me per estar informat de les darreres novetats»—, o potser va cercar activament la pàgina d'inscripció. En cas que ho féssiu després de fer una compra en línia, també té informació de quins productes va comprar i la despesa que va fer, el vostre nom i cognoms i la ciutat on viviu.

Saber gestionar les nostres comunitats d'usuaris és un repte comú de les entitats  
| Foto: Castellans de Vilafranca



Eines de CRM com el MailChimp són l'evolució natural dels grups de WhatsApp

D'aquesta manera, quan el sistema us envia un correu, pot adreçar-se a vosaltres pel nom —segur que heu vist força butlletins que comencen amb un «Hola, Joan»— i recomanar-vos continguts que tenen a veure amb els vostres interessos.

Així doncs, l'evolució natural dels grups de difusió de WhatsApp o Telegram són les eines de gestió de relacions amb el client —o CRM per les seves sigles en anglès—. N'hi ha de sofisticadíssimes, i caríssimes, però per començar MailChimp ([www.mailchimp.com](http://www.mailchimp.com)) disposa d'una versió gratuïta que, molt possiblement, cobrirà la major part de les nostres necessitats. Entendre les bases de MailChimp és força senzill: el sistema es basa en tres pilars principals: audiències, plantilles i campanyes.

Les *audiències* no són altra cosa que llistes de contactes. En un mateix compte podem disposar de tantes llistes de contactes com vulguem —tot i que la versió gratuïta de MailChimp està limitada a un total de 2.500 contactes—. Les podem nodrir de contactes de manera manual, creant-los un a un —assegurant-nos sempre que ens han donat el consentiment per incloure'ls en una llista de correu—, important-los a partir d'un document d'Excel o similar, o a partir d'un formulari del nostre web, que desi directament els contactes a la nostra audiència de MailChimp.

**Entendre les bases de MailChimp és força senzill: el sistema es basa en tres pilars principals: audiències, plantilles i campanyes.**

Les *plantilles* són els dissenys de correus dels quals disposem. MailChimp té un fantàstic constructor de correus que ens permet crear plantilles d'una manera molt senzilla, posant-hi blocs de text, destacats, imatges, botons... I personalitzant el logotip, colors, lletra tipogràfica...

I finalment, les *campanyes* són el que ho agrupa tot plegat. Quan creem una campanya, estem enviant una sèrie de continguts, amb un disseny determinat —una plantilla—, a una audiència concreta.

## SEGMENTACIÓ, PRIMERS PASSOS CAP A UN CRM

Un cop ja estem familiaritzats amb MailChimp, el primer problema que voldrem resoldre és el fet que, com que no tots els contactes són iguals, necessitem tractar-los de manera diferent. En un mateix grup podem tenir, per exemple, gent que està subscripta o associada als nostres serveis i gent que no ho està, però que potencialment els podrien interessar. Hi podem tenir gent de diferents franges d'edat a qui volem adreçar comunicacions diferents, o fins i tot hi pot haver gent que ha comprat diferents productes o serveis, als quals volem fer-los arribar informació a partir d'allò que ja han adquirit.

En aquest cas, la segmentació d'usuaris és la solució, i la gran majoria d'eines de gestió de llistes de correu, com ara MailChimp, ens donen una infinitat d'opcions per classificar els nostres contactes i missatges. En primer lloc, pensem en un flux de correus que han d'acabar en la venda d'un producte. Per exemple, en el primer correu podríem parlar de les bondats del producte, o del problema que resol. En el segon correu, podríem incloure-hi l'opinió d'un expert o xifres d'un estudi sobre el tema, i en el tercer correu enviaríem una oferta especial als nostres usuaris.

Aquest cas, que és un exemple típic de venda de productes, només té un problema. No té cap sentit enviar el mateix correu als usuaris que han obert un correu anterior que als que no ho han fet. Una persona que hagi llegit el primer correu —i fins i tot hagi interactuat amb algun dels enllaços que hi ha en el contingut— comprendrà el valor del segon correu, mentre que qui no hagi obert el primer, no entendre el segon. Per això, eines com MailChimp ens proporcionen mecanismes de segmentació basats en si un usuari ha obert o no un correu anterior, o si ha fet clic en algun dels enllaços.

**Eines com MailChimp ens proporcionen mecanismes de segmentació.**

Per tant, el nostre flux de correus podria ser: enviem el primer correu a tots els usuaris, enviem el segon correu a aquells que hagin obert el primer i enviem el tercer als que hagin obert el segon. Per acabar de fer una campanya rodona, podríem fer una operació alternativa, amb un assumpte diferent, per exemple, per mirar de repescar aquells usuaris que no han obert el primer missatge.

Si volem anar un pas més enllà en la segmentació d'usuaris, la majoria d'eines de gestió de llistes de correu ens permeten classificar els nostres subscriptors fent servir etiquetes. Per exemple, podríem tenir una llista d'usuaris on, quan hi inscrivim algú, li assignem una etiqueta que es digui «potencial», per indicar que aquest usuari pot ser un potencial client o subscriptor d'un servei, però que encara no ho és. En el moment en què aquest usuari comprí el nostre producte, o se subscriu al nostre servei, li eliminarem l'etiqueta «potencial» i n'hi assignarem una que es digui «client». D'aquesta manera, podrem fer campanyes diferents per a aquells usuaris que són clients i aquells que encara no ho són.

**Si volem anar un pas més enllà en la segmentació d'usuaris, la majoria d'eines de gestió de llistes de correu ens permeten classificar els nostres subscriptors fent servir etiquetes.**

## MESURA

Un altre dels grans avantatges que ens proporcionen els gestors de relacions amb el client és la capacitat d'obtenir dades sobre com la nostra audiència interactua amb els continguts que els fem arribar.

Així doncs, MailChimp ens indica, per cada correu que enviem, quanta gent l'ha rebut —de vegades podem tenir subscriptors amb adreces de correu mal escrites, que ja no existeixen o que estan plenes—, quants l'han obert, i quants han seguit algun dels enllaços del missatge. D'aquesta manera podem tenir informació real de quines campanyes tenen més èxit i fer servir aquest coneixement per crear les següents.

## GESTIÓ DE CALENDARIS I CITES

Un altre dels reptes a què ens enfrontem quan gestionem comunitats d'usuaris és la de triar dates o franges horàries per dur a terme reunions o esdeveniments que vagin bé a la majoria. Preguntar-los directament i gestionar-ne totes les respostes de manera manual no és una opció, atès que la feina que suposaria processar centenars de respostes i mirar de quadrar les agendes és inviable.



Detall del guarnit de la travessia de Sant Antoni de la festa major de Gràcia de 2022 | Foto: Sergi Moriana. Arxiu Fundació Festa Major de Gràcia

**Doodle permet posar el nostre calendari a disposició del públic per tal que introdueixin a l'agenda automàticament les nostres reunions.**

En aquest sentit, Doodle ([www.doodle.com](http://www.doodle.com)) és una eina gratuïta —tot i que, com MailChimp, disposa de plans de pagament— que ens facilita enormement aquesta tasca. Si volem buscar la millor data per celebrar, per exemple, una assemblea d'associats, n'hi ha prou amb crear un esdeveniment a la plataforma, assignar-li les diferents dates o hores que volem establir com a opció de vot i compartir l'enllaç de Doodle amb els nostres usuaris.

Quan hi accedeixin, la plataforma els permetrà triar una o diverses opcions —segons com ho hàgim configurat— i nosaltres, com a organitzadors, veurem en un panell de control quin dels dies o hores acumula més vots favorables. El sistema també ens permetrà veure quins usuaris han respost i quins no —per si volem enviar-los un recordatori—, i enviar un correu amb la invitació un cop s'hagi fixat la data i hora definitives.

Una altra de les eines que ens proporciona Doodle permet posar el nostre calendari a disposició del públic per tal que introdueixin a l'agenda automàticament les nostres reunions. No patiu, podreu especificar quins dies i quines hores voleu posar a disposició del públic, limitar el nombre màxim de reunions que es poden reservar en un mateix dia o establir una pausa mínima entre reserves.

A més, el sistema s'encarregarà, de manera totalment automàtica, d'enviar recordatoris per tal d'evitar absències o oblit.

## GESTIÓ D'ESDEVENIMENTS I CONTROL D'ASSISTÈNCIA

Un cop hem après a gestionar comunitats d'usuaris, fer campanyes i proposar-los opcions de calendari, quan ja tenim un dia i una hora quadrades per dur a terme el nostre esdeveniment, com podem gestionar-ne les inscripcions?

Si estem treballant amb una comunitat reduïda, segurament n'hi haurà prou amb demanar que els nostres usuaris enviïn un correu de confirmació d'assistència, però si estem organitzant un esdeveniment amb centenars de convidats, les inscripcions i el control d'assistència poden esdevenir una feina força feixuga. En aquest sentit, Eventbrite ([www.eventbrite.com](http://www.eventbrite.com)) ens permet donar d'alta esdeveniments i crear un formulari d'inscripció amb tots aquells camps d'informació que necessitem.

Aquests esdeveniments poden tenir opcions d'assistència, com ara aforaments o franges horàries, i els formularis d'inscripció poden incloure tota mena de camps de dades —fins i tot caselles de subscripció a una llista de contactes, sincronitzada automàticament amb MailChimp!

A més, Eventbrite s'encarregarà d'enviar correus de confirmació als assistents i generar automàticament una entrada única i vàlida per a cadascun d'ells.

Podem fer servir la plataforma totalment de franc. Si el nostre esdeveniment és gratuït, la plataforma també ho és. En el cas que vulguem cobrar entrada, Eventbrite ens proporciona la passarel·la de cobrament —sense haver de configurar res amb el nostre banc—, a canvi de quedar-se un petit percentatge de les vendes.

Per descomptat, hi ha moltes altres eines amb funcionalitats més avançades que les que hem esmentat en aquest recull. No obstant això, és preferible que provem de simplificar els nostres processos interns i comencem emprant eines més senzilles, fins i tot en les versions gratuïtes.

**Eventbrite s'encarrega d'enviar correus de confirmació als assistents i generar automàticament una entrada única i vàlida per a cadascun d'ells.**

# BAT&CS

el pols de la cultura



## la nova agenda de la **cultura popular catalana**

Més de 6.000 activitats de gegants, bestiari, festes, música tradicional, sardanes, esbarts, castellers, pastorets, teatre, exposicions, congressos, centres d'estudi, associacionisme, trobades nacionals, etc.

[www.batecs.cat](http://www.batecs.cat)



### Promociona't

Vols que la teva activitat surti a l'agenda?  
Escriu a [www.batecs.cat/enviar-acte](http://www.batecs.cat/enviar-acte)