



Equipo de Prensa, Comunicación y Marketing

Análisis Descarga gratuita Día del periodista

Fecha de acción: 7 de junio 2022

Duración: 24 h

Descripción: se facilitó el libro completo, en formato PDF, *Protagonistas de la ciencia. Entrevistas con científicos*, de Guillermo Goldes y Pablo García. Para conseguirlo, se promocionó mediante Twitter, Instagram, Facebook, Newsletters y el blog de **Eduvim**.

Análisis: se analizarán los formularios completados y la repercusión en redes sociales.



Acciones previas

Para situar en contexto sobre los datos que se van a analizar debajo, es importante entender cuáles fueron los rendimientos de acciones similares durante el año 2022.

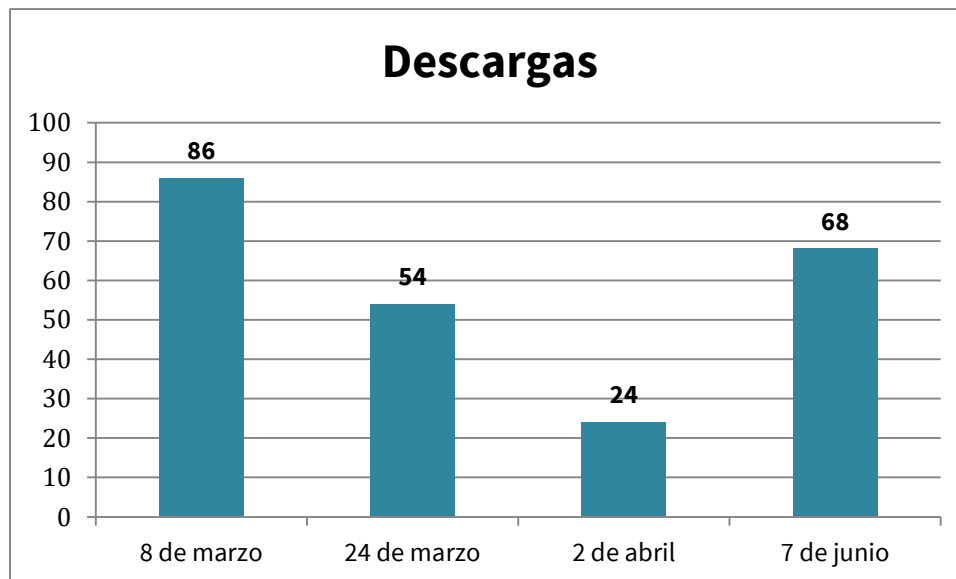


Gráfico 1. Cantidad de formularios completos en cada acción.

Formularios completos “Día del Periodista”

La acción por el Día del Periodista recibió **68** formularios completos. La cantidad de descargas comenzó a subir al mediodía, llegando al pico máximo durante las 13 h con 14 descargas.

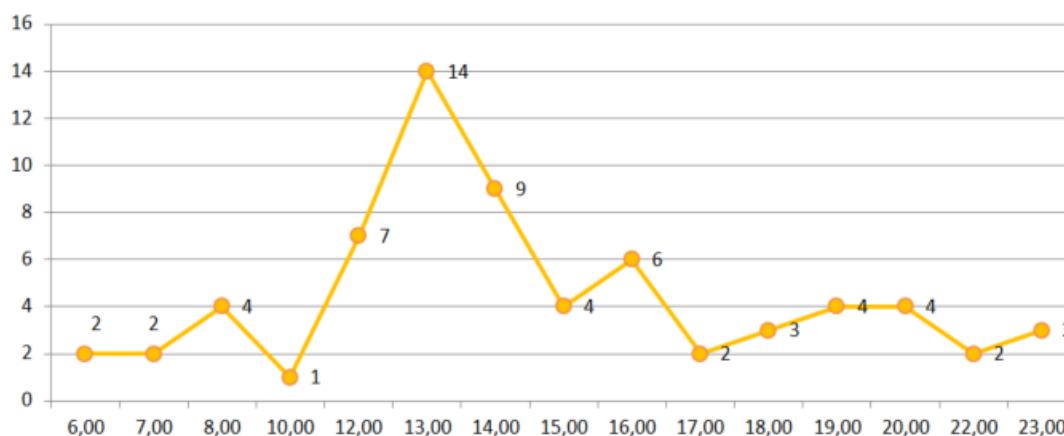


Gráfico 2. Número de formularios completos contados por día desde el comienzo de acción.



Suscripciones al boletín de novedades

Al completar el formulario se daba la posibilidad de suscribirse a la recepción del boletín de novedades de Eduvim mediante un casillero que debían marcar con una tilde. En esta ocasión, el 51,47% eligió suscribirse y el 49% restante no le interesó. Comparando con acciones anteriores, donde el “Sí” predominaba con amplitud, se ve una paridad marcada. Este aumento de la negativa a suscribirse puede deberse a no tener interés en recibir mensajes de parte de Eduvim o, en menor medida, a que ya estaban suscriptos.

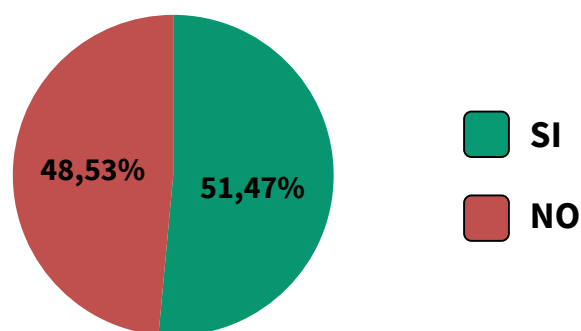


Gráfico 3. Porcentajes de personas que se suscribieron al boletín de **Eduvim**



Visitas en la web

Para entender el interés que generó esta acción es necesario revisar la cantidad de visitas que recibió la nota del blog y la *landing page* generada para que las personas completen el formulario.

En tan solo 24 h, la nota del Blog anunciando la acción llegó al Décimo Puesto de las páginas más visitadas de la página eduvim.com.ar recibiendo 150 vistas. Por su parte, la *landing page* recibió 129 visitas.

Top Pages

1. [EDUVIM | Editorial Universitaria de Villa María](#) - 1 280 views
2. [Catálogo por secciones | EDUVIM](#) - 451 views
3. [Búsqueda global en sitio | EDUVIM](#) - 353 views
4. [17 de Junio Día del Editor | EDUVIM](#) - 266 views
5. [Colección Breve Biblioteca de Bibliología, una divulgación desde los comienzos hasta la actualidad del mundo del libro | EDUVIM](#) - 202 views
6. [El Plan Continental de San Martín | EDUVIM](#) - 194 views
7. [El silbido de vientos lejanos | EDUVIM](#) - 189 views
8. [15 de Junio: Día Nacional del Libro | EDUVIM](#) - 163 views
9. [Lanzamiento de preventa del libro El silbido de vientos lejanos de Edith Vera | EDUVIM](#) - 158 views
10. [Eduvim celebra sus 14 años obsequiando a sus lectores una interesante novedad | EDUVIM](#) - 150 views

La B

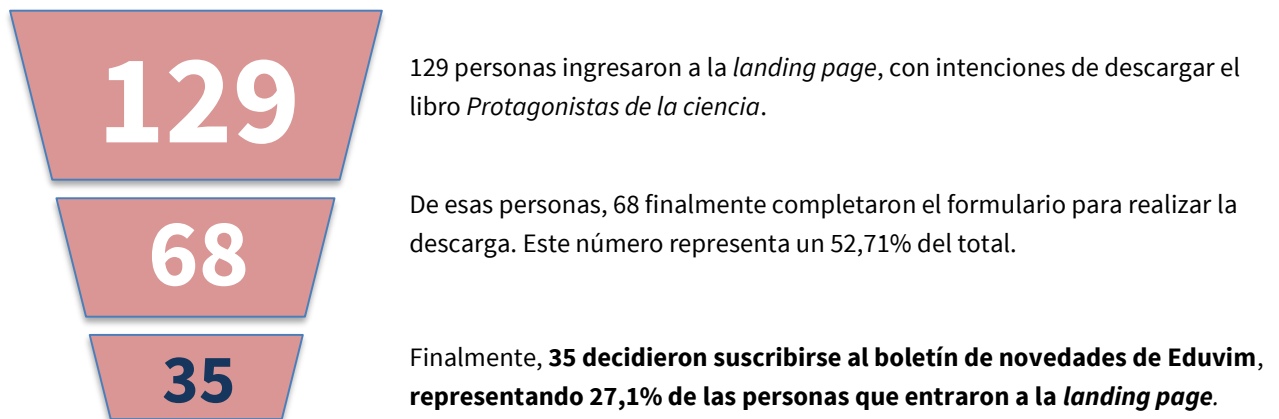
- [El Intendente Martín Gill recibió el título 500 de Eduvim | EDUVIM](#) - 143 views
- [En el Día Nacional del Editor/a, se presentará la Colección Breve Biblioteca de Bibliología | EDUVIM](#) - 143 views
- [15 de junio | Día Nacional del Libro | EDUVIM](#) - 135 views
- [194º aniversario de la Independencia de Bolivia | EDUVIM](#) - 134 views
- [Día del Periodista | 14 años de Eduvim | EDUVIM](#) - 129 views
- [15 de junio: Día Nacional del Libro](#) - 120 views
- [Diez títulos sobre memoria y dictadura | EDUVIM](#) - 116 views
- [Blog | EDUVIM](#) - 113 views
- [Lo que dejó la FILBA 2022 a partir del Informe de la REUN | EDUVIM](#) - 104 views
- [Eduvim te invita a celebrar el Día Nacional del Libro con descargas gratuitas | EDUVIM](#) - 97 views

Tabla 1. Ranking de páginas más visitadas en los últimos 30 días en eduvim.com.ar



Embudo de conversiones

Teniendo en cuenta la información descripta hasta aquí, podemos elaborar un embudo o *funnel* de conversión.



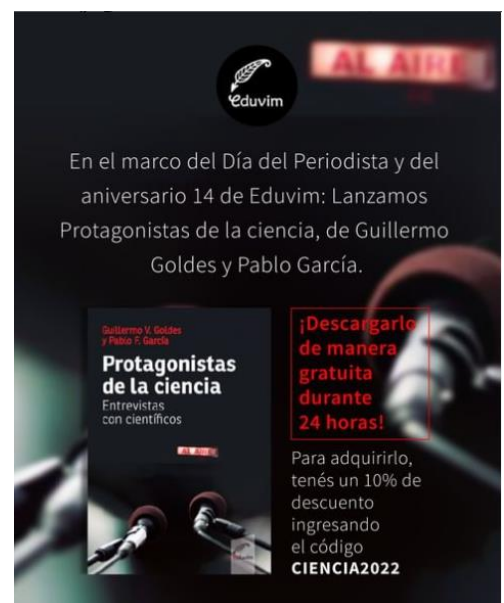
Redes Sociales

A continuación, se analizarán los resultados de las publicaciones realizadas en distintas redes sociales.

Instagram

Se realizaron tres publicaciones en Instagram: una publicación en el *feed* y dos historias. La publicación en el *feed* fue vista por 264 cuentas únicas, de las cuales 229 ya seguían a Eduvim y 35 no. El 94% de quienes la vieron llegaron porque les apareció en su inicio.

El desempeño de esta publicación estuvo por debajo de la media de los contenidos de Editorial Eduvim en Instagram.





Historias

Por su parte, las historias recibieron las siguientes interacciones:

Historia 1

Historia con link a la descarga



Visualizaciones: 49
Cuentas únicas alcanzadas: 49
Clics en el enlace: 2

Historia 2

Historia compartiendo la publicación del feed.



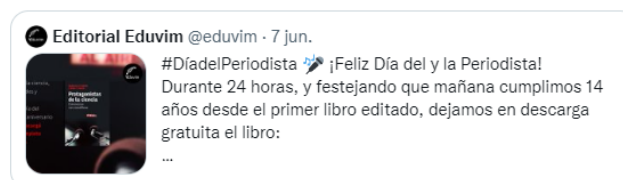
Visualizaciones: 46
Cuentas únicas alcanzadas: 45

Twitter

Se publicó un tweet durante la jornada del 7 de junio, obteniendo los siguientes resultados:

Tweet

Tweet con imagen + link a formulario



1

1

0

Impresiones ⓘ

131

Interacciones ⓘ

5

Ampliaciones de detalles ⓘ

2



Facebook

Por último, se comparte el rendimiento de la publicación realizada en Facebook.

Post

Publicación con imagen + link a formulario



Rendimiento de tu publicación

464 Personas alcanzadas

5 Me gusta, comentarios y contenido compartido

2 Clics en publicaciones

0 Visualizaciones de fotos

1 Clics en el enlace

1 Clics de otro tipo

Resumen de distribución

-2,8x menos que tus otras publicaciones en 15 días desde la publicación.

↓ 2,8x menos ↓ 11,0x menos ↓ 9,5x menos

Impresiones de Clics en la Reacciones
publicaciones publicación



Conclusión

Teniendo en cuenta el historial de resultados que se obtuvieron en acciones similares llevadas a cabo durante el año 2022, estamos ante la segunda mejor campaña realizada. Toma mayor jerarquía el logro, si se piensa que los 68 formularios fueron completados en el transcurso de 24 horas. En la campaña del 24 de marzo, la descarga estuvo disponible durante una semana completa.

El porcentaje de éxito de 27,1%, entre las visualizaciones que tuvo la *landing page* y los formularios completados, es un excelente número. Esto demuestra que poco más de un cuarto de quienes entraron por más info, decidieron completar el formulario para realizar la descarga.

El desempeño de las publicaciones en redes sociales sufrió una baja considerable, respecto a la media que se viene manteniendo durante 2022. Sobre esto, se pueden pensar dos posibles causas:

- Publicación con mucho texto que dificulta, en una primera visualización del lector/consumidor, entender de qué se trata. Se comunican tres cuestiones distintas, apenas destacándose la descarga gratuita. Esto hace que pierda el interés fácilmente.
- Aún no se desarrolló una difusión suficiente para que el libro sea deseado, generando que más personas se interesen por la publicación que anuncia la descarga gratuita.

Respecto a la difusión en redes sociales, queda claro que los *flyers* están perdiendo fuerza a la hora de conectar con el público. Los formatos preferidos hoy en día son los videos y *Reels*. Sucede al contrario en la difusión por WhatsApp y mediante el envío de mails, donde el *flyer* es una opción sencilla para comunicar ante algún evento o promoción.