

Enero-Octubre 2024

INFORME DE REDES 2024

ANÁLISIS DE DATOS



INSTAGRAM

1915 Seguidores

En el periodo del 1 de octubre al 1 de noviembre, intervalo donde se aumenta la actividad al celebrarse el festival en el mismo mes.

En este intervalo observamos que la cuenta *kcdongd* consta de **38.000 visualizaciones, 659 interacciones a publicaciones, 1576 visitas al perfil y 1915 seguidores** en el mes de octubre. Observándose un **aumento del 12% de seguidores** respecto al mes de agosto.

Respecto al contenido publicado, la actividad mensual se resume en 2 reels, 8 publicaciones y 81 historias realizadas. Entre las publicaciones más remarcadas se encuentra el cartel oficial del Festival Internacional de Cine Invisible "Film Sozialak" que posee **4960 reproducciones** de un público mayoritariamente externo a la cuenta (**78,7% no seguidores**). Seguido se encuentra una publicación del encuentro con 2965 reproducciones donde el 75,5% son usuarios externos.

Respecto a los reels, el más visualizado ha sido el compartido por la humorista **Asari Bibang** con alrededor de **11.000 reproducciones** de las cuales el 91% son no seguidores. El reels del Invisible Express dispone de 2490 reproducciones.

A pesar de que el perfil del seguidor se ha diversificado, aún hay un perfil dominante con un **perfil de una mujer bilbaína de entre 25 y 44 años**.

FACEBOOK

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE INVISIBLE "FILM SOZIALAK" BILBAO - KCD ONGD

3 2 5 9 Seguidores

El **60% de seguidores** son **mujeres** mientras que el otro 40% son hombres. La mayoría son residentes en Bilbao aunque también se destacan los residentes en Madrid. En lo que a la edad se refiere disponemos de un abanico de edad más amplio que en *Instagram* con seguidores de entre 25 y 54 años. La mayoría de los usuarios teniendo entre 35 y 44 años. Es decir, en ambas plataformas aun se dispone del perfil predominante de una **mujer bilbaína de unos 35-44 años**.

El perfil ha tenido 407 interacciones este último mes, 180 visualizaciones y 8 seguidores nuevos.

La **publicación más interactuada** fue la que se realizó desde el perfil del director de la organización sobre la exposición *Tres ciudades unidas por el agua* con **584 impresiones, 529 cuentas alcanzadas y 67 interacciones**.

KCD ONGD

2 6 8 3 Seguidores

En la cuenta de la ONGD disponemos de un **57,5% de mujeres** entre los seguidores donde una vez más se reproduce el perfil de **mujer bibaína de 35-44 años**. Sin embargo, en este caso también destacan un gran porcentaje de usuarios de Santiago de Chile.

En este perfil disponemos de **179 interacciones** con las publicaciones y 8 nuevos seguidores.

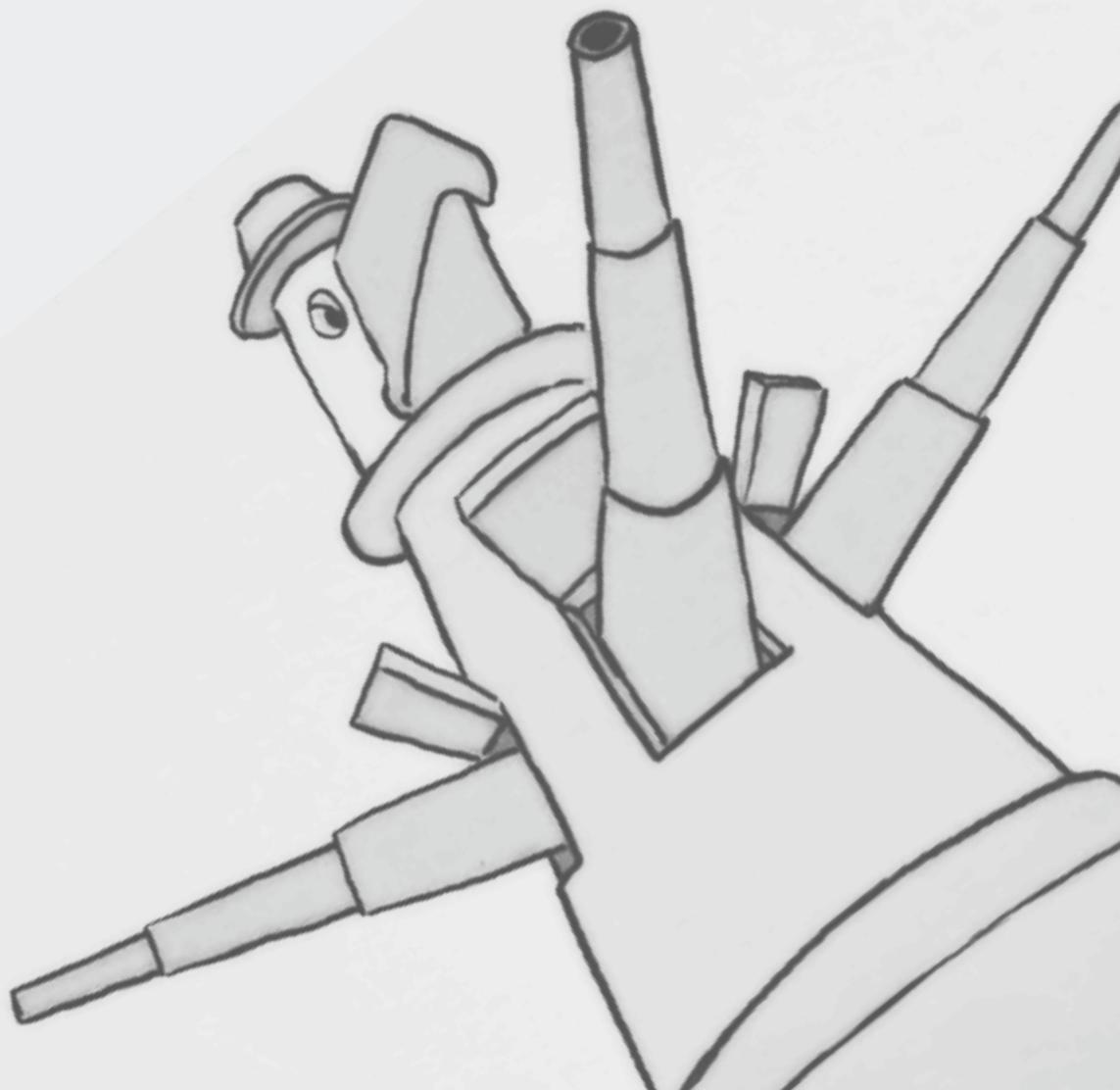
YOUTUBE

AÑO	VISUALIZACIONES	LIKES
PROMOCIONAL 2023	339	4
PROMOCIONAL 2024	189	5

El promocional de la 15º edición del Festival Internacional de Cine Invisible “Film Sozialak” dispone de más actividad que el de la 16º edición.

AÑO	VISUALIZACIONES	LIKES
AFTERMOVIE FICI 2023	728	8
AFTERMOVIE FICI 2024	658	20

El aftermovie del de la 16º edición del Festival Internacional de Cine Invisible “Film Sozialak” dispone de menos visualizaciones que el de la edición anterior. Sin embargo, el aftermovie del 2024 tiene más interacción con un total de 20 likes.

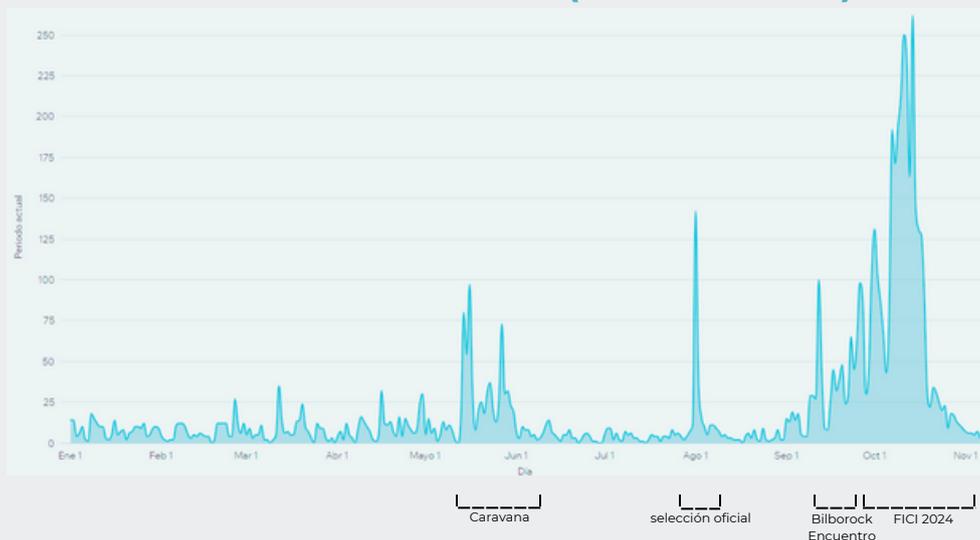


WEB

TRÁFICO DE WEB

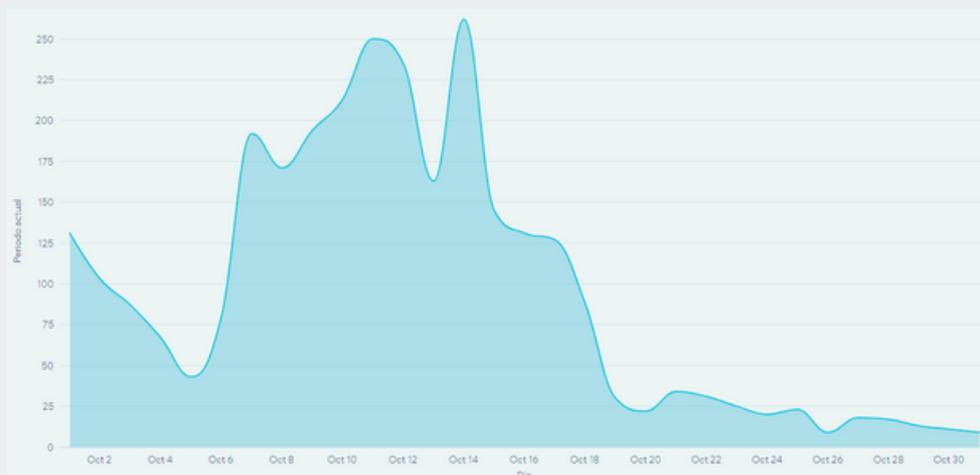
El tráfico de web de una página se determina mediante la cantidad de datos recogidos que a su vez están determinados o el número de visitantes y de páginas web que visitan. La web *kcd-ongd.org* consta de una media de entre 2 y 10 visitas diarias a la web durante todo los días del año, esta cifra se dispara con la celebración de eventos como la Caravana (periodo de mayo), el evento en Bilborock (28 de septiembre) el encuentro (30 de septiembre y 1 de octubre) y el festival de cine.

Tráfico de web de 2024 (Enero-Octubre)



El **máximo de visitantes** se da durante el festival, esta vez el 14 de Octubre con **262 visitas a la página**. Solo el 22,6% de los visitantes a la página son recurrentes.

Tráfico de web de Octubre



WEB

DISPOSITIVOS

Este mes se han realizado en total de **5321 visitas** a la web de *kcd-ongd.org*, de las cuales **4057** se hicieron **con el móvil**, 1243 por ordenador y 21 por tableta.

TRÁFICO SEGUN PÁGINA

La mayoría de visitas realizadas durante el último mes es la página del cine invisible donde se destaca también la programación de los Cines Golem del Azkuna Zentroa-Alhóndiga Bilbao. Seguido por la selección oficial de películas.

VISITAS A LA PÁGINA

El 11 de octubre se registró el mayor número de visitas a la página registradas en 2024 con 627 visitas. La mayoría de visitas realizadas el mes de octubre se realizaron entre las 17.00 y 18.00 horas, horas antes de que se realizaran los primeros foros de las diferentes sedes.



PIKARA

Boletín amigas

Boletín enviado a 1576 personas de las cuales 850 lo abrieron, con 114 clicks.

Canal de Telegram

De los 2966 seguidores que posee Pikara, 1700 visualizaron el contenido.

Instagram

El reel compartido por Pikara tiene 4439 visualizaciones y 115 interacciones con este.



Banner Web

El banner de la web de Pikara en promoción al festival recibió un total de 82.592 impresiones, con una media de alrededor 10.000 impresiones diarias.

The banner features the text "CINE INVISIBLE" in large, colorful letters, with "FESTIVAL INTERNACIONAL FILM SOZIALAK 2024 BILBAO" underneath. To the right is a circular logo with a black cat silhouette and the number "16". Below the text is a photograph of three women wearing headscarves. The banner is part of the Pikara Magazine website interface, which includes a navigation bar with buttons for "SUSCRÍBETE", "INICIA SESIÓN", "TIENDA", and social media icons for Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, and Spotify. A search bar with the text "Explóranos" is also visible.

MÉTODOS PARA LA INCREMENTACIÓN DE AUDIENCIA

1. PUBLICIDAD

Posibilidad de incrementar el alcance sobre todo en época del festival de cine. Estos anuncios tienen una gran utilidad para poder llegar a los perfiles de público más pasivos, los jóvenes entre ellos.

2. PUBLICACIONES COLABORACIONES

Para aumentar el flujo de seguidores entre cuentas que participan en el festival con una misma motivación.

3. AUMENTO DE CONTENIDO AUDIOVISUAL/DIDACTICO

El contenido audiovisual en redes atrae potencialmente a un diverso tipo de usuarios atrayendo a nueva audiencia.

4. HASHTAGS

