

# **El posicionament de les plataformes Participa311 als navegadors d'internet**

**PokeCode** 

**Trobada de Plataformes Participa311**

1 de desembre del 2022 – Diputació de Barcelona

### ➤ Introducció a la jornada

El dia 1 de desembre del 2022 es fa una trobada de la comunitat Participa 311 de la Diputació de Barcelona. Pokecode realitza una exposició amb una petita història d'interpretació. S'inicia la història d'interpretació d'un ciutadà que troba una notícia per participar en els pressupostos participatius. Finalment, va a la biblioteca a buscar més informació. Finalitzada la interpretació es fa una exposició sobre què és el SEO i el posicionament als navegadors d'internet. Posteriorment, s'enumera quins són els errors que han succeït a la història per passar de la pràctica a la teoria. Finalment s'exposen els dos eixos del posicionament i es donen les estratègies. Finalitzada l'exposició, comencen els tallers dividits en grups de poblacions de menys de 40.000 habitants i de més d'aquest número. Els tallers s'inicien amb els dubtes de les participants i es continua exposant quin és el cas concret de cada una. Finalitzada l'exposició de cada participant es produeix un diàleg amb solucions i estratègies de les pròpies participants i dels dinamitzadors dels tallers. A continuació, s'exposen els principals resultats de la sessió.



1. Exposició per part de Pokecode

### ➤ Resultats de l'exposició

#### Què és el SEO?

El SEO (en català optimització per a motors de cerca) és el procés que té per objectiu augmentar la visibilitat d'un lloc web als motors de cerca (Google, Bing, Yahoo, DuckDuckGo, Ecosia, Yandex i altres). L'informe Search Engine Market Share Spain ens indica que el 95.3% usa Google.

#### Què valora Google?

Hi ha dos factors bàsics que són molt importants:

#### Autoritat

Quan més popular, més et promocionen! Com saben si ets popular? Per exemple que les participants de la pàgina comparteixen el nostre contingut, quan hi ha nous comentaris... els hi agrada les pàgines dinàmiques!

#### Rellevància

La relació que té la cerca d'una participant amb la teva pàgina. Aquí és on l'administradora pot fer més accions per millorar aquesta rellevància. Es pot fer a la mateixa pàgina (on-site) o fora de la pàgina (off-site).

## Com millorar l'autoritat i la rellevància?

	Autoritat	Rellevància
<b>Com millorar-ho?</b>	<p>La CTR (en català ràtio de clics) correspon al nombre de clics que rep un anunci dividit entre el nombre de cops que es mostra (clics / impressions = CTR).</p> <p>S'utilitza per avaluar el rendiment de les paraules clau i dels anuncis. Una CTR alta indica que els usuaris troben els anuncis útils i rellevants. La CTR també es té en compte per calcular la CTR esperada de les paraules clau, que és un dels factors que determinen el rànquing de l'anunci.</p> <p>Per exemple, si heu rebut 5 clics i teniu 100 impressions, la vostra CTR és del 5%. Indica la freqüència amb què els usuaris que veuen el vostre anunci hi fan clic.</p> <p>Aquesta fórmula es pot aplicar a les campanyes internes en xarxes socials i/o a la campanya d'anuncis</p>	<p><b>Estratègies dins de la pròpia pàgina</b></p> <p>Optimització de paraules (es refereix a que les paraules que busca la ciutadania coincideix amb les paraules de la nostra plataforma)</p> <p>Temps de càrrega (que els servidors on hi ha la plataforma funcionen)</p> <p>Experiència d'usuari (permetre que la ciutadania pugui publicar contingut a la plataforma)</p> <p>Optimització del codi ( )</p> <p>Format de les URLs (que no sigui molt estranya i llarga)</p> <p><b>Estratègies fora de la pròpia pàgina</b></p> <p>Nº i quantitat d'enllaços (les que es generen a les xarxes socials, a les notícies digitals, etc)</p> <p>Presència en XXSS (cal remarcar que el WhatsApp també és una opció)</p> <p>Autoritat de la marca (com més única, millor)</p> <p>Rendiment dels resultats de cerca (CTR)</p>
<b>Errors comuns (detectats en el taller)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1) No utilitzar enllaços cap a la plataforma quan es fa notícies des de l'Ajuntament</li><li>2) Comunicació massa similar amb altres plataformes de participació</li><li>3) No actualitzar la pàgina d'inici amb paraules del nou contingut que estem promocionant</li><li>4) Els comentaris de les participants poden agafar molta rellevància</li><li>5) Fer l'enllaç amb el text "Clica aquí"</li><li>6) Pàgines corporatives de l'Ajuntament es mengen presència</li><li>7) No es promou una "marca" pròpia</li></ol>	

## L'Ajuntament de Barcelona posa a disposició 1 milió d'euros perquè la ciutadania decideixi com gastar-los

L'Ajuntament de Barcelona obre al 2022, i per primera vegada, un procés participatiu per permetre que la ciutadania decideixi sobre els pressupostos municipals. El procés es circumscriu en les polítiques de Govern Obert, amb l'objectiu de promoure i implicar la ciutadania en la presa de decisions sobre el destí d'una part dels recursos públics, mitjançant un sistema de participació.

L'eina digital de l'Ajuntament de Barcelona per a la participació és basada en programari lliure i desenvolupada en obert per articular processos de participació.

### 2. Exemple d'una notícia digital sense enllaços a la plataforma

### ➤ Resultats del taller

Després de detectar els errors més comuns, posem en comú accions d'èxit i estratègies de mitigació per aconseguir un millor posicionament:

Estratègia	Exemples
Utilitzar "landings" per referenciar el nostre missatge, per exemple, la pàgina d'inici	Podem editar la pàgina d'inici en el Tauler de Configuració > Pàgina d'inici per posar els blocs que ens interessa. També podem fer servir l'apartat Aparença per afegir una descripció diferent o afegir el banner de contingut destacat
Ser més precisos amb les paraules de les descripcions curtes del procés	En els processos i/o assemblees que realitzem, la descripció curta és el que es visualitza a Google. Aprofitem per indicar les paraules claus (optimització de paraules)
Modificar la descripció amb el personalitzador de textos de la pàgina d'inici	A través del mòdul de personalitzador de termes, podem modificar el banner de sub-hero. Aquest banner és el que apareix a Google quan busquem la pàgina d'inici del Decidim
Aparellar processos antics amb els processos nous (pressupost participatiu 2021 amb el pressupost participatiu 2023)	Podem relacionar els processos entre els antics (exemple: pressupost participatiu 2022) amb el nou procés (exemple: pressupost participatiu 2023)
Aprofitar la xarxa local (mitjans locals) i les xarxes socials	Sobretot ens els mitjans digitals, ens hem d'assegurar que sempre hi hagi un enllaç cap a la nostra plataforma
Dissenyar un pla estratègic per promocionar una marca nova i usar-la en totes les publicacions	És molt important ser consistents a l'hora de fer la comunicació tan interna com externa. Encara que tinguem un domini diferent, si posem la "paraula clau" per tota la plataforma i després promocionar-ho a les xarxes socials
Campanyes d'anunci de Google i xarxes socials	Per guanyar rellevància i aparegui al principi de Google, fer campanyes al propi Google ajuda a posicionar-te
Fer servir agents d'autoritat locals: influencers, famosos, tweets	A través de vídeo i/o publicacions per internet, estem parlant de persones que tenen un CTR elevat

Aquesta publicació està publicada sota una llicència Creative Commons – Atribució – Compartir igual.

Ets lliure de distribuir-la, modificar-la i adaptar-la mencionant l'autoria original i fent servir la mateixa llicència

