

MEMORIA TECNICA

Actualizouse a páxina web ao mercado portugués , dotandoa de novos contidos . Fíxose un seguimento das iniciativas culturais orientadas aos mais pequenos desenvolvidos en territorio portugués de cara a adaptar os contidos da mesma.

Con isto logrouse o obxectivo previsto: incrementar un 30 % o número de visitantes únicos á web en 6 meses.

Incrementouse considerablemnte a inreacción entre os usuarios da web en Portugal e os administradores da mesma cunn dialogo entre os mesmos que derivou nunha serie de proxectos editoriais a desenvolver en Portugal centrados nos temas que máis foron demandados polos usuarios portugueses a Ecoloxia e a Historia de Portugal

Levou a cabo un intenso traballo para optimizar o posicionamento web e aumentar o tráfico orgánico, para o que se crearon contidos de calidade e interese xeral, especialmente no apartado audiovisual, axilizouse a navegación na web y na tenda *online*, e incrementáronse as páxinas con maior número de conversións, tanto por tráfico orgánico como pagado (*adwords*).

Traballouse na potenciación do club de socios *online* dos Bochechas en Portugal,. Neste eido, ademais de nutrir a zona privada de contidos exclusivos para os socios e socias –que teñen descontos en determinados produtos por pertenceren ao Club– realizáronse diversas campañas de captación e dinamizouse a zona exclusiva da web a través das redes sociais, de forma que se adheriron un bo número de novos fans co obxectivo de chegar a eses 5.000 socios marcados no plan de marketing.

Realizáronse varias campañas de comunicación dirixidas, fundamentalmente, a membros do Club e clientes da tenda *online*, co fin de darlles a coñecer as novidades postas en marcha nos últimos meses, así como ofertas exclusivas, contidos relacionados cos produtos no *newsletter*, e concursos e sorteos exclusivos para subscritores e socios. Tamén se elaborou un formulario de subscrición destinado a captar novos interesados que está a ter unha boa acollida.

Abríronse contas nas principais redes sociais: Facebook, Twitter e Youtube e dotáronse de contidos de interese que serviron para dar a coñecer os Bochechas pero tamén para mellorar e pór en marcha moitas das iniciativas establecidas neste plan de marketing dixital.

Estas accións e o resultado acadado animaronnos a continuar a implantación dun plan de marketing dixital dirixido a difusión de novos formatos entre o público portugués, tales coma espectáculos, pasarruas, producións audiovisuais, buscando para eles o patrocinio e a colaboración de entidades públicas e privadas.