

Encara que sembli estrany, les publicacions a les xarxes socials també es posicionen. Hi han múltiples factors que fan millorar la visualització de les publicacions i cal interpretar-los.

El món de les xarxes socials s'ha fet molt gran. [Facebook](#) va arribar a finals del 2016, a la xifra de [1860 milions de comptes actius](#), [Twitter](#) als [319 milions de comptes actius](#) i [Instagram](#) als [600 milions de comptes actius](#). Gairebé **3000 milions d'usuaris i usuàries** que publiquen regularment a les xarxes socials. Una bestialtat.

Com veieu hi ha **molta activitat**, tant a l'hora de publicar com a l'hora de mostrar aquestes publicacions. Per aquest motiu, moltes de les xarxes socials que utilitzeu regularment, **han canviat la forma d'ensenyar les publicacions**. [Facebook va iniciar aquesta aventura l'any 2009](#). Fins aquella data, [Facebook](#) mostrava les publicacions per **ordre cronològic**. A partir d'aleshores, un algoritme és l'encarregat de **mostrar el que us interessa i el que no**. Aquest algoritme l'han anat modificant any rere any. En aquest [apunt al blog de Facebook](#), Lars Backstrom indica el perquè és necessari fer-ho així, ja que com a experiència d'usuari, **no seria positiu mostrar totes les publicacions** que totes les vostres amistats de [Facebook](#) publiquen diàriament. Us cansaríeu molt. Tot i així, hi ha la opció de **mostrar l'ordre cronològic**, més endavant us ho explicarem. [Twitter](#) va incorporar [al febrer del 2016 la possibilitat de veure el contingut que més us interessa](#). Aquest canvi va provocar un [cert rebuig per part dels usuaris i usuàries](#) d'aquesta xarxa de micro-blogs. I [Instagram](#) va fer el mateix [a partir del mes de març del 2016](#).

Interpretar aquests algorismes és complicat, perquè **són secrets**. Però si aneu provant diferents estratègies de continguts a les xarxes socials, **podeu interpretar la funcionalitat de l'algoritme**. A continuació hem recollit diferents consells de blogs dedicats a les xarxes socials, per **posicionar correctament les publicacions**. Moltes d'aquestes recomanacions funcionen exclusivament per [Facebook](#), ja que és la xarxa social que, per defecte, mostra les publicacions segons la interpretació del seu algoritme. Tot i així, **us animem a contribuir aquest llistat** amb els vostres supòsits; el que creieu que va bé i el que no. Podeu fer les vostres aportacions, comentant aquest llistat.

- **Publicar continguts rellevants i originals.**

Està demostrat que **si el contingut interessa**, l'èxit de la publicació **estarà assegurat**. [Facebook](#) i [Instagram](#) el **posicionaran més bé**, i [Twitter](#) el recomanarà a la seva secció «**Per si t'ho has perdut**», Heu de trobar els **continguts que més poden interessar** al vostre públic objectiu, sense marxar de la vostra línia editorial. I això es fa a mesura que **aneu provant diferents publicacions**. Poden ser notícies importants d'última hora que tenen relació amb l'activitat de la vostra entitat o l'anunci d'un nou acte que fareu en breu.

- **Proveu de publicar en diferents horaris.**

Trobareu molts apunts de blogs que indiquen **quina és la millor hora per publicar a les xarxes socials**. Uns diuen que al matí, altres a la tarda i la resta a la nit. Hi han eines que **ho fan automàticament**, que publiquen **quant hi ha més gent connectada**. Però també hi ha gent que comenta que [si publiqueu quan hi ha màxima afluència](#), és el **pitjor moment**, ja que hi ha **més competència per posicionar-se**. I fins i tot, hi ha qui ha fet experiments, demostrant que el millor moment per publicar, és [quant menys gent connectada hi ha](#), perquè no competeixes amb tantes publicacions.

Per tant... quin és el millor moment per publicar? Tal i com va dir Johan Cruyff, s'ha de tenir en compte el «**entorno**». El concepte «entorno» significa el camp i l'afició. I traduït al vostre llenguatge significa **els vostres seguidors i seguidores a les xarxes socials**. Heu de provar varies publicacions per **determinar quin és el millor moment per publicar**. És possible que sigui **quan menys gent estigui connectada o al revés**. Podeu programar una publicació al matí, una altra al migdia, una altra a la tarda, una de nit i l'altre matinada. Fixeu-vos **quanta gent ha vist la publicació** i quantes interaccions ha tingut la vostra publicació.

- **Interval de temps entre publicacions.**

Heu de tenir en compte **l'interval de temps les publicacions**. Si a [Facebook](#) publiqueu molt seguit, és molt probable que el vostre **public deixi de veure alguna de les publicacions**. A [Twitter](#) és diferent, **per l'ordre cronològic**. Però també heu de tenir en compte que si publiqueu massa seguit, **podeu cansar als vostres seguidors**. També és molt probable que no hi hagin dos piulades destacades vostres.

[Instagram](#), amb el canvi de **mostrar les publicacions**, també li passa el mateix que a [Twitter](#). El més recomanable és **deixar un espai de temps considerable** entre publicacions: podeu **provar 2 o 4 hores** a [Facebook](#), 1 hora a [Twitter](#) i [Instagram](#). Tot i fer aquesta prova, **mesureu els resultats** i feu els canvis pertinents.

- **Publicar amb imatge o enllaç?**

És un tema que afecta molt a [Facebook](#). El mateix cas que l'horari de publicació. Trobareu **molts apunts de diferents blogs** que indiquen que és millor publicar amb una imatge que sense, o que amb un enllaç. Però per tenir un criteri, heu de tenir molt clar **l'objectiu de la vostra publicació**.

Si el vostre objectiu és **aconseguir visitants al vostre blog**, aleshores publiqueu amb el format enllaç que us dona la xarxa social. Enganxeu l'enllaç que voleu compartir i Facebook **us proposarà una previsualització** del contingut del vostre enllaç, amb una imatge i una estrofa de text. Mitjançant aquest format Facebook **delimita un espai molt més gran com a enllaç**, i pot permetre **moltes més visites al vostre blog**. No guanyarà **tanta visibilitat i posicionament**, però sí que **guanyareu en visites al vostre blog**. Per tant, si heu de publicar en format enllaços, heu de tenir molt clar de penjar continguts molt rellevants, per posicionar bé les vostres publicacions.



Tecnologia - xarxanet.org

Publicat per Xavi Aranda [?] · 4h · 🌐

Entitats, associacions i ONGs. Necessiteu una web amb totes les funcionalitats 2.0? Demaneu-ne una de gratuïta i amb assessorament aquí! → <http://assessorament.voluntariat.org/>

ENTITAT!
Zona d'enllaç
DEMANA'NS
UN BLOG!

<http://www.xarxanet.org/consulta>

Formularis d'assessorament i acompanyament

Si vols aconseguir més impacte social, ASSESSORA'T! La Direcció General d'Acció Cívica i Comunitària posa a la teva disposició un conjunt de serveis d'assessorament i acompanyament gratuïts. Pots fer la teva sol·licitud a...

ASSESSORAMENT.VOLUNTARIAT.ORG

16 persones d'abast



Promociona la publicació

En canvi **si l'objectiu no és guanyar visites**, sinó **transmetre la missió de la vostra entitat o els valors de la vostra marca**, és molt més recomanable **publicar acompanyat d'una imatge o de diverses imatges**. Quantes més imatges publiquem, **més visibilitat tindrà la vostra publicació a Facebook**.

02/03/2017
14:01



👤 Si sou una entitat i encara no teniu una p



466



0
1

A [Twitter](#) també passa el mateix. És millor **publicar amb imatges que sense imatges**, la interacció amb el públic pot ser major. En cas d'haver-hi major interacció, pot posicionar-se millor a la secció de Twitter, on destaquen les piulades més significatives. A [Instagram](#), lògicament, s'han de fer publicacions amb una imatge [o, amb l'última novetat, amb diverses imatges](#).

- **Vídeos, stories i retransmissions en directe.**

A [Facebook](#), segons sembla indicar [el blog de Wallaroo](#), volen **prioritzar la visualització de les pàgines que penguen vídeos**. Per tant pot ser molt interessant que a la vostra estratègia de continguts a Facebook, incorporeu **penjar vídeos directament a Facebook**. Això farà que es visualitzin directament en bones posicions. També és molt conegut l'avís que emet Facebook als vostres seguidors, quan esteu fent un Facebook Live. Això facilita molt la **visualització del directe** a tots els vostres seguidors i seguidores.

[Twitter](#) també té servei d'emissió en directe, mitjançant l'eina [Periscope](#). Periscope avisa quan algun compte de Twitter **està emeten en directe**. Això assegura **un major nombre de visualitzacions**. Posteriorment, es penja el vídeo sencer a Twitter. Aquest vídeo pot estar destacat en la secció «Potser t'ho has perdut...».

[Instagram](#) també té emissió de **vídeo en directe**. Ho podeu fer mitjançant les opcions de les «stories». Seleccioneu la opció afegir una «storie» i seleccioneu la opció «Live». Això **avisarà als vostres seguidors i seguidores** que esteu emeten en directe. Un cop heu acabat, podeu guardar el directe a les «stories».