

Granada Hoy Granada Una campaña de la UGR en internet llega a más de 14 millones de personas

Una campaña de la UGR en internet llega a más de 14 millones de personas

La incursión de la Universidad en las redes sociales le reporta unos 5.000 'amigos' en dos meses · La aplicación informática Elvira contesta en la red a 90.000 preguntas realizadas por unos 25.000 usuarios

A. BEAUCHY / GRANADA | ACTUALIZADO 31.07.2010 - 01:00

0 comentarios 0 votos

La estrategia de comunicación que inició la Universidad de Granada hace seis meses es un éxito. El lanzamiento en febrero del primer asistente virtual de universidades de Andalucía, conocido como Elvira, y, en mayo, de una campaña informativa y publicitaria en internet, que supuso el desembarco oficial de la institución en las redes sociales, es ya un paradigma entre las universidades públicas y privadas del país.



Varios jóvenes de la Universidad de Granada consultan internet a través de su portátil.

Por apenas 10.000 euros de inversión, la UGR ha logrado que en dos meses (desde el 20 de mayo al 14 de julio) más de 14 millones de personas vean su anuncio a través de la plataforma Google Adwords y que casi 5.000 internautas incorporen sus perfiles a los portales oficiales que la institución ha creado en las redes de Facebook, Tuenti y Twitter.

Y lo mejor de todo es que el balance publicitario ha tenido un beneficio tangible inmediato para la Universidad. El indicador clave es la matriculación de los nuevos alumnos. Tras concluir la semana pasada el primer plazo de inscripción, el Rectorado ha constatado que "muchas de las carreras que en años anteriores quedaban semidesiertas, ya están cubiertas de peticiones", explica el responsable de Comunicación de los Grados de la UGR, Salvador del Barrio. Efectivamente, de 11.000 plazas que oferta la UGR para primero, apenas quedan vacantes un millar, aunque luego se realiza un ajuste en septiembre.



Consultas al Facebook.

Tras un descenso leve continuado en la matriculación de nuevos estudiantes, la UGR aprovechó el lanzamiento informativo de los nuevos grados para desarrollar una campaña publicitaria de captación de alumnos entre los institutos de secundaria de Andalucía, Ciudad Real y Murcia, que son los orígenes más comunes de la comunidad granadina. Sin embargo, el presupuesto era mínimo, así que se optó por incluir los anuncios en enlaces patrocinados a través del Google-Adwords, donde el coste es muy barato y se abona únicamente por cada consulta.

En un período clave, los meses de mayo, junio y julio, que es cuando los alumnos de Bachillerato concretan a qué universidad van a ir, la UGR apostó fuerte por internet y el resultado ha sido sorprendente. "14.149.000 personas han visto nuestros anuncios y 34.427 se han interesado especialmente en ellos", detalla Del Barrio. Son precisamente estos 34.427 usuarios los que han 'clickeado' en un enlace nuevo (estudiaengranada.es) habilitado para la ocasión en busca de más información y que han contabilizado el gasto real para la UGR.

"Con poco dinero se ha conseguido muy buenos resultados", concluye el responsable, quien afirma que esta estrategia es muy común entre las universidades privadas.

Otra gran satisfacción es el balance que se ha obtenido de las redes sociales. Con 3.388 amigos en la comunidad de Tuenti, 1.088 en Facebook y 432 en Twitter, la Universidad de Granada ha abierto un nuevo canal oficial de información y comunicación con los estudiantes (potenciales, actuales o antiguos). Los tres becarios del Gabinete de Comunicación de la UGR están desbordados atendiendo todas las consultas que realizan los 'amigos' de las redes sociales, pero "no pasan 24 horas sin que contesten a sus dudas", dice Del Barrio.

0 comentarios 0 votos

ASÍ NO HUELGA GENERAL 29-S

Cuenta MÁS Open
para nuevos clientes

Por utilizar tus tarjetas o domiciliar la nómina, pensión o 3 recibos



Pie de foto

"A veces genera más tensión una cabeza rapada que un velo"

Pasar de las páginas de sucesos a las páginas del éxito. Éste es el gran reto del nuevo titular de Educación, Franisco Álvarez de la Chica

"No podemos crear guetos con la libre elección de centros"

52 comentarios



Pie de foto

Moneo diseña una estación mirador para el AVE en un entorno de espacios abiertos