

1.9. Avaluar els resultats de la comunicació

1) Copsar les necessitats de comunicació	2) Identificar l'objectiu global (meta)	3) Definir l'estratègia de comunicació	4) Determinar els públics
5) Decidir els missatges	6) Escollir els canals	7) Formular els objectius operatius	8) Proposar accions
			9) Avaluar els resultats de comunicació

Definir un mètode d'avaluació dels objectius i de les accions comunicatives és essencial per conèixer si la comunicació del PLS s'està duent a terme de manera satisfactòria.

Per fer-ho, és imprescindible definir els indicadors d'avaluació, tant per a les accions com per als objectius, així com els resultats desitjats, i determinar els instruments que es faran servir per mesurar aquests indicadors.

Qüestions a tenir en compte en l'avaluació

- Utilitzar **eines de seguiment i anàlisi** adequades per recollir dades sobre les accions i els objectius de comunicació.
- **Quantificar aspectes qualitius** com les actituds, el coneixement o les percepcions de les persones, a través d'enquestes, grups de discussió o entrevistes.
- Avaluar el **retorn de la inversió** de les accions de comunicació, especialment d'accions de màrqueting pagades.
- Considerar tant els **beneficis** tangibles (com l'augment del nombre d'assistents a una sessió) com els intangibles (com la millora de la percepció pública).
- **Analitzar** els resultats, tenint en compte el grau de consecució de les accions i l'assoliment dels objectius.
- **Difondre** els resultats a la ciutadania i a la resta d'actors clau.
- Utilitzar els resultats per dur a terme **millores** o ajustaments en la comunicació del PLS.

Indicadors d'avaluació

Els indicadors d'avaluació són una descripció concreta observable sobre la presència d'un determinat atribut o de l'assoliment d'un objectiu. Es refereixen a allò que es vol mesurar. Són concrets i quantificables, i serveixen per conèixer si les accions s'han dut a terme de manera satisfactòria i quin és el grau d'assoliment dels objectius.

Encara que siguin mesurables numèricament, els indicadors poden referir-se a aspectes **quantitatius** (per exemple, el nombre de participants en un programa de salut) o **qualitatius** (per exemple, la satisfacció dels usuaris amb un servei).

L'elecció de l'indicador o indicadors d'avaluació més adients per a cadascuna de les **accions** ve determinada per allò que interessa monitoritzar. Per exemple, per a una acció que es refereixi a la publicació i difusió d'un butlletí informatiu digital mensual, es podria definir com a indicador el nombre de números publicats, si es vol assegurar que realment es publica un número del butlletí cada mes. Altres indicadors per a aquesta acció podrien ser el nombre d'enviaments del butlletí per correu electrònic realitzats, el nombre d'obertures del correu o el nombre de clics en enllaços continguts en el butlletí.

En el cas dels **objectius**, generalment l'indicador d'avaluació ja està definit en la seva formulació. Per exemple, per a l'objectiu «augmentar un 50 % el nombre de notícies

publicades als mitjans de comunicació locals sobre el PLS durant els propers dos anys», l'indicador d'avaluació és el nombre de notícies publicades als mitjans. Per a l'objectiu «millorar un 30 % la participació mitjana de la ciutadania en els esdeveniments sobre el PLS que se celebrin durant els propers dotze mesos», l'indicador és el nombre de participants als esdeveniments sobre el PLS. En el cas de l'objectiu «fer que d'aquí a dos anys el 40 % de la població més gran de 16 anys se senti satisfeta o molt satisfeta amb les polítiques de salut pública que es duen a terme al municipi», l'indicador d'avaluació és el grau de satisfacció de la població amb les polítiques de salut pública.

La definició dels indicadors està condicionada per la capacitat de mesurar-los. Per exemple, si no es disposa de cap eina per conèixer el nombre d'obertures d'un correu electrònic, no tindrà sentit utilitzar aquest indicador per a l'avaluació del butlletí informatiu digital.

Resultats desitjats

Els indicadors d'avaluació serveixen per determinar si s'estan aconseguint els resultats desitjats i per identificar àrees que necessiten millora.

Per a cada indicador s'ha de fixar un resultat. En les **accions**, moltes vegades n'hi ha prou amb determinar si es duen a terme o no. En altres casos, es pot plantejar un resultat més específic. En l'exemple anterior, referent al butlletí informatiu digital mensual, el resultat desitjat per a l'indicador «nombre de butlletins publicats» seria de 12 en un any (la publicació d'un butlletí cada mes). Si s'assoleix aquesta xifra quan hagi passat l'any, l'acció s'haurà complert. Tot i així, si no s'han pogut publicar tots, potser interessaria indicar que s'ha assolit un resultat parcial.

Per fer-ho, pot ser útil quantificar cada acció. Aquesta quantificació es pot ponderar segons la importància que se li atorgui a cadascuna. Així, es pot fer servir una escala de l'1 al 3, en què 1 equivaldria a una importància baixa; 2, a una importància mitjana, i 3, a una importància alta. Si, posem per cas, s'ha considerat que l'acció anterior té una prioritat mitjana (2 punts), s'atorgaran a l'acció el 100 % del seu valor (2 punts) si quan acabi l'any es publiquen 12 números del butlletí, però també es podria decidir que, si només s'acaben publicant 11 o 10, es valorarà l'acció amb el 75 % (1,5 punts), si es publiquen 9 o 8, amb el 50 % (1 punt), si només es publiquen 7, amb el 25 % (0,5 punts) i si se'n publiquen menys, es considerarà que l'acció no ha estat assolida (0 punts).

En els **objectius**, el resultat esperable ja s'apunta en la seva formulació: «augmentar un 50 % el nombre de notícies publicades als mitjans de comunicació locals sobre el PLS durant els propers dos anys», «millorar un 30 % la participació mitjana de la ciutadania en els esdeveniments sobre el PLS que se celebrin durant els propers dotze mesos» o «fer que d'aquí a dos anys el 40 % de la població més gran de 16 anys se senti satisfeta o molt satisfeta amb les polítiques de salut pública que es duen a terme al municipi». En tots els casos, és necessari conèixer quin és el punt de partida. Així, en els exemples anteriors, cal conèixer prèviament quin és el nombre de notícies que han publicat els mitjans locals, el nombre de participants als esdeveniments sobre el PLS i l'índex de satisfacció de la població més gran de 16 anys amb les polítiques de salut pública.

Instruments d'avaluació

Per poder conèixer els resultats dels indicadors, cal fer servir eines o mètodes específics. Poden ser qüestionaris, enquestes, entrevistes, observacions directes i altres tècniques de recollida de dades.

Molts canals de comunicació, com el web, les xarxes socials o les eines de *mailing*, ja disposen d'eines per mesurar els seus principals indicadors.

Indicadors i instruments d'avaluació per a les accions proposades

A partir de les accions esmentades anteriorment, es proposen indicadors d'avaluació i les eines que es faran servir per mesurar-los.

Acció	Indicador d'avaluació	Instrument d'avaluació
Disseny d'una identitat visual pròpia: marca gràfica i lema	Nivell de reconeixement i record de la marca. Percentatge de la ciutadania que identifica correctament la marca i el lema, així com la seva associació positiva amb els objectius del PLS.	Enquestes de percepció de marca. Qüestionaris en línia i distribuïts en punts d'atenció municipal, en què es preguntari a la ciutadania sobre la seva capacitat per reconèixer la nova marca i lema del PLS.
Infografia informativa que resumeix el PLS	Percentatge de comprensió del PLS. Proporció de participants que demostrin una comprensió clara dels objectius i accions del PLS després de veure la infografia.	Grups de discussió. Celebració de sessions amb persones representatives de la comunitat per discutir la claredat i comprensió de la infografia.
Vídeo del PLS	Nombre de visualitzacions i temps de visualització mitjà. Nombre total de vegades que el vídeo ha estat vist i el percentatge de visualitzacions completes.	Mètriques de visualització de vídeo (de plataformes com YouTube). Anàlisi del nombre de visualitzacions, temps de visualització mitjà i la taxa de retenció de l'audiència.
Sessió informativa amb personal expert i tècnic	Nivell de satisfacció i utilitat percebuda. Percentatge de participants que valoren la sessió com a útil i rellevant per a la seva comprensió del PLS.	Enquestes. Qüestionaris distribuïts als assistents després de la sessió per recollir les seves opinions sobre la utilitat i claredat de la informació proporcionada.
Impacte als mitjans de comunicació	Nombre de mencions als mitjans de comunicació i sentiment associats a les notícies. Quantitat de mencions i el sentiment associat (positiu, negatiu, neutre) de les notícies publicades sobre el PLS.	Monitoratge de mitjans (recull de premsa). Recopilació i anàlisi de mencions del PLS en mitjans escrits i digitals, televisió i ràdio.

Acció	Indicador d'avaluació	Instrument d'avaluació
Contingut digital a través de plataforma web	Nombre de visites a la pàgina i temps mitjà a la pàgina. Nombre total de visites i el temps que la ciutadania passa en la pàgina web.	Anàlisi de tràfic web (amb Google Analytics). Mesura de les visites a la pàgina web del PLS, pàgines visitades i temps de permanència.
Plataforma web de retiment de comptes	Nombre d'interaccions i nivell de satisfacció. Quantitat de visites i la satisfacció general amb la informació proporcionada sobre el grau d'execució del PLS.	Formularis en línia. Formularis que recullen opinions sobre la claredat i utilitat de la informació proporcionada en la plataforma.
Comunicació directa per part de professionals municipals a la ciutadania	Percentatge de la ciutadania satisfeta. Percentatge de respostes positives sobre la qualitat i la comprensió de la informació proporcionada directament pels professionals municipals.	Enquestes de satisfacció a la ciutadania. Qüestionaris distribuïts després de la interacció amb professionals municipals per avaluar la claredat i utilitat de la informació rebuda.
Enquesta i/o qüestionari	Nombre de respostes obtingudes i qualitat de les dades. Nombre de respostes completes i rellevants que permeten avaluar el grau de coneixement i percepció del PLS entre la ciutadania.	Realització de l'acció. Disseny i distribució de l'enquesta per recollir dades sobre el coneixement i percepció del PLS.
Contingut en xarxes socials	Nombre de m'agrada, comparticions, comentaris i compromís total. Quantitat de reaccions, comentaris i comparticions dels continguts publicats a les xarxes socials, així com el compromís general.	Anàlisi de xarxes socials (amb les eines pròpies de cada xarxa o externes). Monitoratge de les interaccions amb els continguts publicats sobre el PLS.
Programa d'ambaixadors	Nombre d'activitats realitzades i nombre de persones impactades. Quantitat d'activitats organitzades pels ambaixadors i el nombre total de persones impactades per aquestes activitats.	Informes de progrés dels ambaixadors. Informes regulars dels ambaixadors detallant les seves activitats i els resultats obtinguts.
Campanya de crowdsourcing	Nombre de contribucions i qualitat de les idees proposades. Quantitat de suggeriments rebuts i el nombre de suggeriments implementats en el PLS.	Anàlisi de les idees i suggeriments recollits. Recollida i anàlisi de les idees proposades per la comunitat a través de la campanya de <i>crowdsourcing</i> .

Acció	Indicador d'avaluació	Instrument d'avaluació
Grups de discussió	Nombre de temes abordats i qualitat de la retroalimentació recollida. Quantitat de temes debatuts i la rellevància i aplicabilitat de la retroalimentació recollida per a la millora del PLS.	Resum dels debats i conclusions dels grups de discussió. Documents resum dels punts clau debatuts i les conclusions extretes de les sessions de discussió.
Pòdcast	Nombre de descàrregues i temps d'escolta mitjà per episodi. Nombre total de descàrregues i el percentatge d'episodis escoltats completament.	Mètriques d'escolta (de cada plataforma de <i>podcasting</i>). Anàlisi del nombre de descàrregues, temps d'escolta i retenció de l'audiència per episodi.
Tríptic / díptic / fullets	Nivell de comprensió i utilitat percebuda. Percentatge de la ciutadania que troba útil la informació proporcionada i que demostra una comprensió clara dels continguts.	Enquestes en punts de distribució. Qüestionaris distribuïts en punts de distribució per recollir opinions sobre la claredat i utilitat dels tríptics, díptics o fulletons.