

Càritas Diocesana de Barcelona, premi FAD 2019 a la millor web d'entitat social

- 📄 El jurat va destacar-ne la “fàcil navegació, la informació actualitzada i les zones diferenciades de consulta” per atorgar aquest guardó a Càritas Diocesana de Barcelona en el marc del 30è aniversari d'aquests premis a la qualitat en diferents àmbits d'institucions sanitàries i socials
- 📄 L'entitat va dur a terme una transformació digital durant el 2017 que posa a les persones ateses per Càritas al centre de l'estratègia comunicativa
- 📄 La nova “acollida digital” per correu electrònic i Facebook ha fet augmentar un 400% el nombre de peticions socials que es reben través d'aquests canals

Barcelona, 10 de gener de 2019 – Càritas Diocesana de Barcelona va rebre ahir el premi FAD (de la Fundació Avedis Donabedian) a la millor web d'entitat social. L'acte va tenir lloc ahir dimecres a les 20 h al palau de la Música i va comptar amb l'assistència de diverses personalitats del món sanitari. En l'àmbit institucional, van fer acte de presència Pere Aragonès, **vicepresident del Govern de la Generalitat i conseller d'Economia i Hisenda**, així com la **ministra de Sanitat, Consum i Benestar Social**, María Luisa Carcedo.

Transformació digital integral

L'any 2017 Càritas Diocesana de Barcelona va posar en marxa la transformació digital de l'entitat, no només a través d'una nova pàgina web, sinó també a partir d'una **transformació que afecta a tota l'entitat**. Aquesta transformació ha permès passar de comunicar les propietats de la “marca” Càritas a explicar millor la missió, els valors i la identitat de l'entitat, basada en l'*Inbound Marketing*, on els continguts de qualitat són l'eix vertebrador de l'atracció comunicativa.

La prioritat del nou espai web ha estat crear un **ecosistema digital que posa al centre l'usuari de Càritas i les seves necessitats gràcies a tres sites: [web corporativa](#), [blog](#) i [campanyes de captació de socis i donants](#)**. L'objectiu dels tres sites és explicar tot el que fa l'entitat, oferir contingut de qualitat útil i plantejar diferents formes de col·laboració.

Posar la persona al centre

Les persones en risc d'exclusió social són el centre d'aquest nou ecosistema digital, ja que en **totes les pàgines web l'estratègia digital està enfocada a aquest col·lectiu**. En tots els sites, la primera opció del menú és "Necessites ajuda?". D'aquesta manera, **un usuari que estigui cercant ajuda la pot trobar ràpidament**, es podrà posar en contacte directament amb l'entitat i obtindrà resposta per part de Càritas Diocesana de Barcelona en un termini màxim de 48 hores laborables.

Els participants dels diferents programes de l'acció social de Càritas s'han convertit també en generadors de contingut per mitjà d'escrits, del seu testimoniatge o de la seva opinió. Càritas els ofereix una oportunitat i un espai per expressar-se i que siguin escoltats. També se'ls encoratja a que, per mitjà de la seva experiència, puguin ajudar a altres persones que pateixen una situació social o personal similar.




Acollida digital

Càritas Diocesana de Barcelona s'ha adaptat al món digital, i un bon exemple d'això són les "acollides digitals" al moment a través de Facebook o per correu electrònic.

L'entitat acull unes 40 persones mensualment per Facebook (de forma privada) i unes 200 persones al mes per correu electrònic.

En els últims sis mesos del 2018 Càritas ha vist com **augmentaven un 400% el nombre de peticions socials que reben través d'aquest canal**. Això evidencia que l'estratègia digital centrada en aquest col·lectiu funciona.

Algunes dades bàsiques

-  60.000 seguidors a Facebook, és la Càritas diocesana amb més seguidors de tot l'estat.
-  S'ha passat de 30.279 usuaris web/any (2016) a 183.839 usuaris web/any (2018).
-  S'ha passat de 3.300 seguidors a Facebook (setembre 2016) a 60.000 seguidors a Facebook (gener 2019).

Càritas s'actualitza cap a una nova versió 3.0 de si mateixa