

■ OBJETIVO. V.1.4 FOMENTAR LAS RELACIONES CON NUESTROS EGRESADOS, AVANZANDO EN EL PROGRAMA ALUMNI

En este curso se ha dado un gran paso en divulgación del Programa. Al estar incluido en el contrato Programa, son muchos los Centros que se han comprometido con este objetivo, toda vez que han visto una oportunidad más de dar visibilidad a su Facultad/Escuela, ese espacio en el que sus egresados disfrutaron de unos años inolvidables para cualquier estudiante universitario. Estos previsible resultados positivos se verán en curso que viene.

Este curso también ha sido crucial para mejorar una herramienta, la TUI, ya que daba muchos errores en el proceso de inscripción, optimizándose este procedimiento, así como el de la de inscripción de nuestro colectivo alumni mundi.

Por otro lado, se ha finalizado la creación de la Red Social ALUMNI UGR que permitirá a nuestros egresados localizar a sus antiguos compañeros de aula, esos a los que nos encantaría reencontrarnos con el paso de tantos años. Se encuentra en fase de pruebas y veremos cumplidas las expectativas el curso próximo.

ALUMNI UGR está constantemente realizando programas de captación. Seguimos intentando concienciar de que siempre que se realicen actos en nuestra Universidad cuyo colectivo implicado sean los egresados, debe estar ALUMNI UGR.

Es cierto que con la Pandemia producida por el COVID19 no han podido realizarse actividades presenciales previstas como cursos relacionados con el empleo, orientación, mentorización... pero nos hemos reinventado para dar un servicio on line con formación en todas esas áreas y colaborando con todas esas unidades, e incluso con otras como la de emprendimiento o centro de lenguas modernas y como siempre participando en las jornadas de recepción de estudiantes en su formato on line.

La divulgación, además de la edición de nuestro boletín cuatrimestral, hemos tenido que centrarla en redes sociales donde hemos volcado noticias constantemente de nuestra UGR, así como realizado concursos, entrevistas, Somos conocedores de que son nuestros egresados alumni Junior y alumni UGR menores de 30 los que más nos siguen en este tipo de medios, con lo que no hemos querido decaer en ningún momento y hemos ido publicando, durante el confinamiento debido a la pandemia covid 19, campañas continuamente.

Seguimos en contacto estrecho con otras entidades nacionales e internacionales así como la Conferencia Internacional ALUMNI y ALUMNI ESPAÑA, las dos entidades que existen en España que aglutinan los programas ALUMNI de distintas Universidades, si bien han quedado afectadas las actividades presenciales que deseábamos realizar debido a la pandemia.

En el ámbito internacional, aunque se tenían muy avanzadas las conversaciones para crear la primera Embajada ALUMNI UGR en Bruselas, la situación derivada de la pandemia COVID 19 frenó esta actividad.

■ Evolución en las Plataformas de Redes Sociales de Alumni UGR

Seguimos enfocando la gestión, creación de contenido y publicaciones en las plataformas de redes sociales en la comunicación de:

- Qué es el programa Alumni UGR.
- Sentimiento de "volver a sentirse Universidad de Granada".
- Qué beneficios aporta inscribirse en Alumni UGR.
- Dar visibilidad a nuestro colectivo ALUMNI UGR.
- Visibilizar los servicios del programa y actualizaciones de estos.

Diseño e impacto visual

Para tener impacto en las publicaciones en las plataformas de Redes Sociales se trabaja con una línea de estructura, colores y disposición homogénea que hace mucho más fácil la visual, la lectura de los diferentes elementos y lo que de verdad queremos destacar.

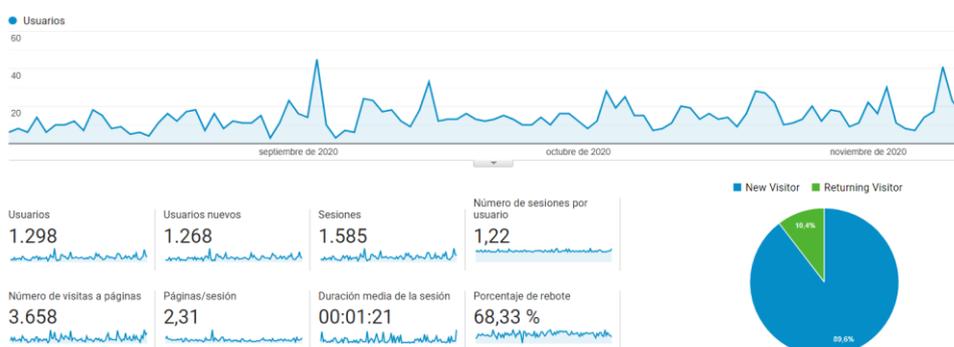
Además, se usa material propio, diseños propios y la coherencia visual con los colores del logo y el programa.

También en nuestra web, blog y redes sociales difundimos actividades de la Universidad de Granada, así como ofertas de empleo, eventos, concursos, conferencias, etc que puedan interesar a nuestra comunidad.

También generamos artículos presentando de forma atractiva los servicios de la Universidad de Granada que ofrecemos a nuestros Alumni UGR (cursos de la Casa de Porras, del Centro Mediterránea, Exposiciones del Hospital Real, ...)

■ Datos de la web alumni.ugr.es

En estas gráficas se reflejan datos de la web de los últimos meses, como el número de usuarios, lugar desde el que visitan la web, tipo de dispositivo con el que visitan la web, etc.



■ Datos evolución en las plataformas de RRSS

En cuanto a la evolución de nuestra comunidad digital, seguimos subiendo con un crecimiento orgánico y continuo que se ve repuntado con cada una de las publicaciones que hacemos. También notamos estos repuntes cuando creamos y compartimos material propio gráfico y audiovisual.

Acciones difundidas

Se han difundido acciones de todo tipo: entrevistas con Alumni de la Universidad de Granada, conferencias, eventos online, eventos culturales, cursos de diversas áreas de la Universidad de Granada,

Campaña #Entretenimiento Alumni UGR

Durante el tiempo de confinamiento desarrollamos esta campaña basada en descubrir y compartir experiencias, intereses, aficiones, ... con personas que habían pasado por la Universidad de Granada.

También seguimos compartiendo contenido creado por la Universidad de Granada y sus diferentes áreas para poder hacerle llegar su contenido a nuestra comunidad.

■ Jornadas de Recepción de Estudiantes

Para estas Jornadas de Recepción de Estudiantes virtuales, tan diferentes a como estamos acostumbrados, se diseñó un programa de conferencias y gamificación que publicamos en el catálogo de actividades principal.

Se diseñó un stand que englobara la visión del programa con carteles que reflejaran de un vistazo la forma de llegar a toda la información del programa.

Además enlazamos mucho material creado como vídeos explicativos del programa, campaña de entrevistas #SoyAlumniUGR, la web, redes sociales, ...

Las actividades durante las jornadas consistieron en una conferencia de presentación del programa Alumni UGR, Sorteos, una mesa redonda con Alumni de diferentes áreas y edades

Gracias a estas acciones concentradas en un día completo pudimos ganar mucha visibilidad en RRSS unido a publicaciones en todos nuestros canales. Uno de los canales por los que más visitantes tuvimos fue Instagram y concretamente en sus stories con los que tuvimos un alcance máximo de 543 personas que los visualizaron en esas 24 horas.

■ Evolución del número de inscritos en el programa Alumni UGR

ALUMNI UGR, esta campaña anual que debido a la pandemia fue divulgativa para nuestra comunidad de Universidad de Granada, ha conseguido elevar el número de inscritos a 3195 repartidos entre los siguientes perfiles, a fecha 15 de Noviembre de 2020:

