



Plan de Medios Sociales

2
9
16
23
30

**VAMOS
A
PONERNOS
CARA 🙄...**



Alicia López

Apasionada de la comunicación y de su componente creativo. Su Pinterest ha dejado de ser personal y solo tiene tableros de paletas de colores e inspiración de marcas.

"Espérate que te hago un mockup rápido" puede ser la frase que más repita.



Elena Herrera

Periodista especializada en comunicación corporativa. Le apasionan los retos, lo que más le motiva es la solución de crisis...¿Cómo afrontamos esto de forma creativa? Es la frase que se repite cada día.



Paola Ruíz

Profesional del mundo de la comunicación corporativa. Le caracteriza su visión estratégica a la hora de afrontar retos de reputación. "El futuro será digital o no será", es su lema.



Espacio RES acompaña a las startups a crear un modelo de negocio **disruptivo**, **sólido** y **rentable** a largo plazo. A través de las nuevas tecnologías, el programa de aceleración y una amplia red de contactos.

Lideran iniciativas de **Innovación Abierta** en el tejido empresarial. Espacio RES es el nexo de unión entre las startups y las grandes corporaciones.



Marco Estratégico de Trabajo

1

RESULTADO
ALCANZABLE

OBJETIVOS

- ¿Cuáles son los objetivos de negocio?
- ¿Cuáles son los objetivos de marketing y/o comunicación?
- ¿Cómo pueden los medios sociales alcanzar dichos objetivos?

2

INVESTIGACIÓN
Y ANÁLISIS

KEY FINDINGS

- ¿Qué caracteriza la **cultura** y el entorno en materia de medios sociales?
- ¿Qué podemos aprender de nuestros **competidores**?
- ¿Cuál es la situación de la **compañía** en el ámbito digital?

3

PÚBLICO
OBJETIVO

INSIGHTS CONSUMIDORES

- ¿A quiénes nos vamos a dirigir?
- ¿Qué "dicen" nuestros públicos?
- ¿Cómo utilizan los medios sociales?
- ¿Qué les aportará valor?
- ¿Quiénes son los líderes de opinión?

4

PLATAFORMA
ESTRATÉGICA

ESTRATEGIA

- ¿Qué ideas o ideas vamos a establecer como plataforma para construir nuestra estrategia?

Plan
de contenido

Plan
de activación

5

PLAN DE
ACCIÓN

TÁCTICAS

- ¿Qué plataformas vamos a poner en marcha?
- ¿Qué acciones vamos a realizar en base a nuestra estrategia?

6

MEDICIÓN Y
EVALUACIÓN

KPIs

- ¿Cómo mediremos el éxito de nuestras acciones?
- ¿Cómo adaptamos nuestra estrategia y acciones a las lecciones aprendidas?

Marco Estratégico de Trabajo

1 RESULTADO ALCANZABLE

OBJETIVOS

- ¿Cuáles son los objetivos de negocio?
- ¿Cuáles son los objetivos de marketing y/o comunicación?
- ¿Cómo pueden los medios sociales alcanzar dichos objetivos?

2 INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

KEY FINDINGS

- ¿Qué caracteriza la **cultura** y el entorno en materia de medios sociales?
- ¿Qué podemos aprender de nuestros **competidores**?
- ¿Cuál es la situación de la **compañía** en el ámbito digital?

3 PÚBLICO OBJETIVO

INSIGHTS CONSUMIDORES

- ¿A quiénes nos vamos a dirigir?
- ¿Qué "dicen" nuestros públicos?
- ¿Cómo utilizan los medios sociales?
- ¿Qué les aportará valor?
- ¿Quiénes son los líderes de opinión?

4 PLATAFORMA ESTRATÉGICA

ESTRATEGIA

- ¿Qué ideas o ideas vamos a establecer como plataforma para construir nuestra estrategia?

Plan
de contenido

Plan
de activación

5 PLAN DE ACCIÓN

TÁCTICAS

- ¿Qué plataformas vamos a poner en marcha?
- ¿Qué acciones vamos a realizar en base a nuestra estrategia?

6 MEDICIÓN Y EVALUACIÓN

KPIs

- ¿Cómo mediremos el éxito de nuestras acciones?
- ¿Cómo adaptamos nuestra estrategia y acciones a las lecciones aprendidas?



Objetivos
Operacionales

NOTORIEDAD

INTERÉS

DESEO

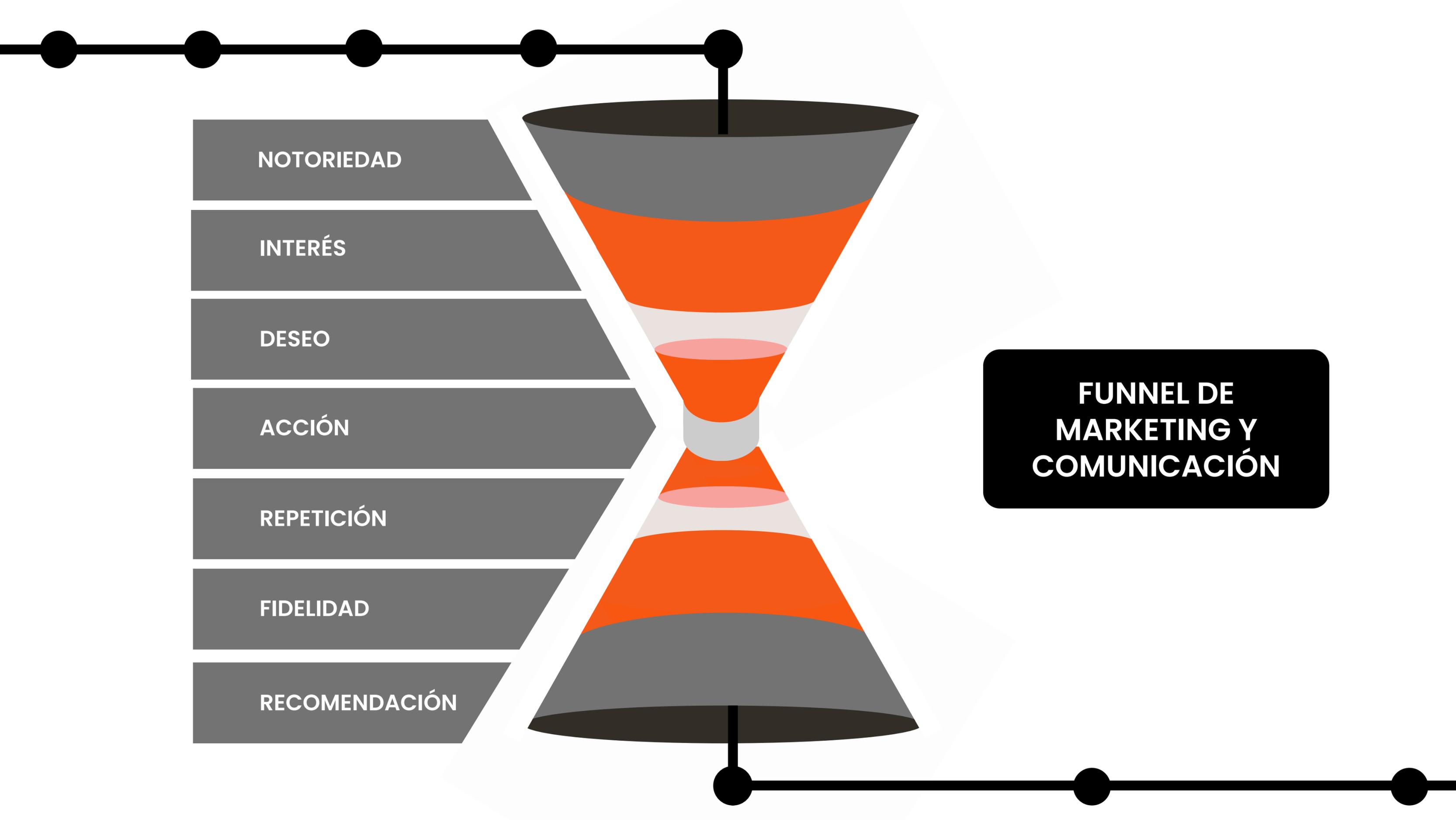
ACCIÓN

REPETICIÓN

FIDELIDAD

RECOMENDACIÓN

**FUNNEL DE
MARKETING Y
COMUNICACIÓN**



NOTORIEDAD

INTERÉS

DESEO

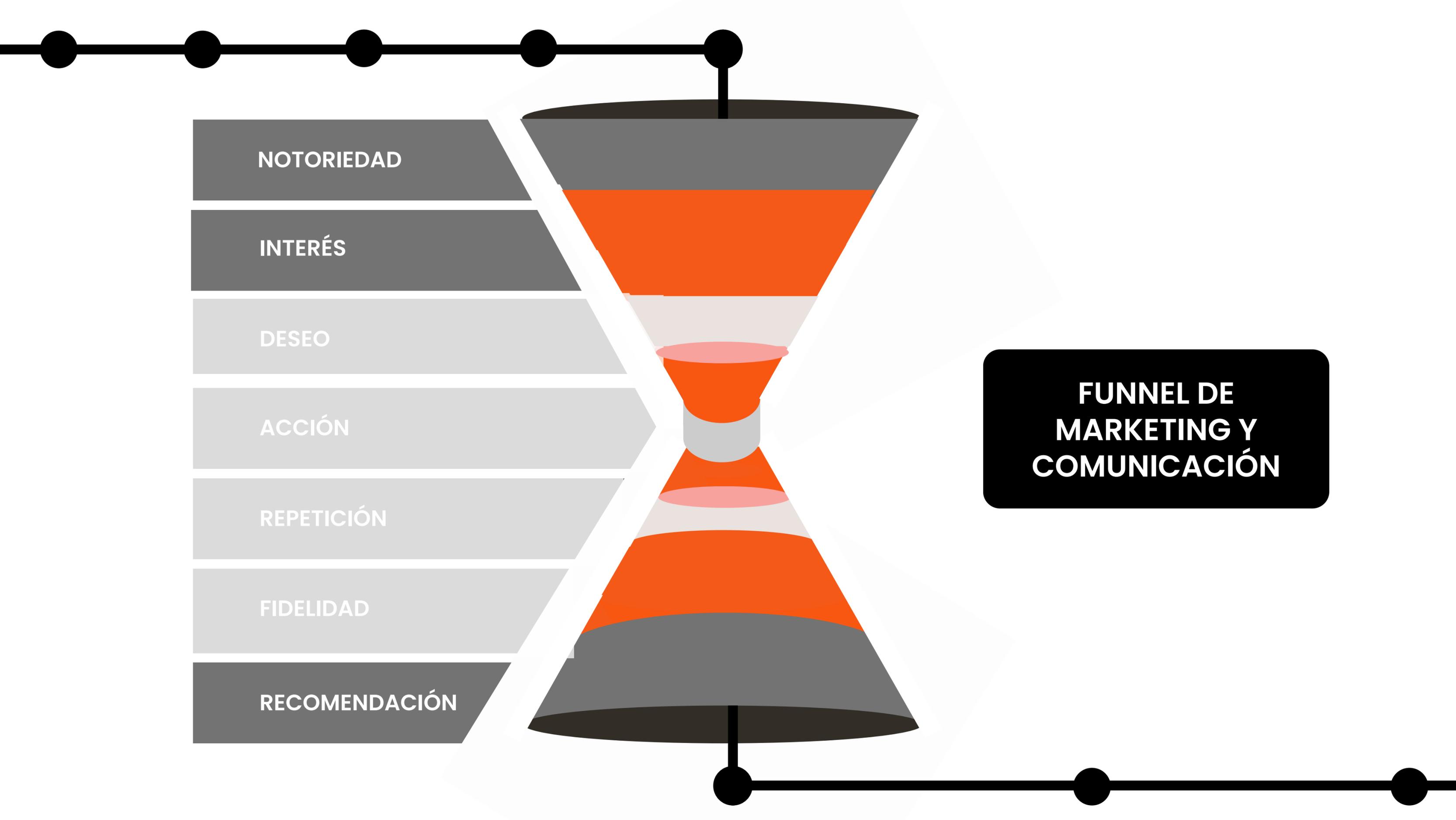
ACCIÓN

REPETICIÓN

FIDELIDAD

RECOMENDACIÓN

**FUNNEL DE
MARKETING Y
COMUNICACIÓN**





Notoriedad

El éxito de cada proyecto reside en las personas

Queremos que Espacio Res esté en la delantera de las aceleradoras de startup de España: ¡No solo aceleramos tus proyectos, en RES lo más importante son las personas que hay tras ellos! Pretendemos potenciar tus proyectos empresariales basándonos en la responsabilidad social, por eso es importante que nos conozcan.

A close-up photograph of a person's hand with the index finger pointing at a smartphone screen. The phone is lying flat on a light-colored wooden surface. The background is blurred, showing a person's torso in a dark blue shirt. The right side of the image features a solid orange vertical bar.

Interés

A ver...¿en qué andarán metidos los de Espacio Res!

¿Ya nos conoces, no? No basta con eso, ¡queremos que te pongas en contacto con nosotros y estés impaciente por estar al día de nuestros proyectos! ¿Quién sabe si en algún momento te pica el gusanillo de emprender y nos necesitas? Mantén el ojo puesto en nuestra newsletter.



Fidelización-Recomendación

¡Sin ellos no hay éxito!

Queremos que cuando tus amigos hablen de crear una empresa, te acuerdes de cuando te acompañamos en el proceso de montar la tuya. Si tus clientes están complacidos, no dudarán en decirles a todos lo genial que eres. Y cuando acudan a nosotros, ¡nada nos gustará más que ayudarlos y verlos crecer!



Objetivo Estratégico

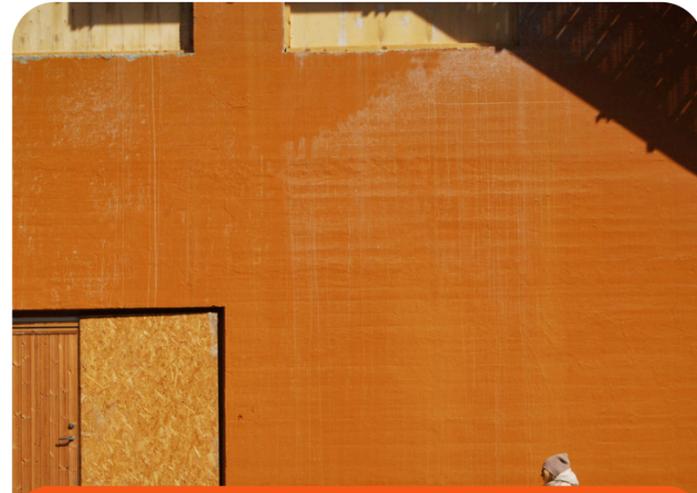


Posicionamiento en redes sociales



**¿Qué queremos para
Espacio RES?**

Notoriedad



Interés



Fidelización



Recomendación



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Marco Estratégico de Trabajo

1

RESULTADO
ALCANZABLE

OBJETIVOS

- ¿Cuáles son los objetivos de negocio?
- ¿Cuáles son los objetivos de marketing y/o comunicación?
- ¿Cómo pueden los medios sociales alcanzar dichos objetivos?

2

INVESTIGACIÓN
Y ANÁLISIS

KEY FINDINGS

- ¿Qué caracteriza la **cultura** y el entorno en materia de medios sociales?
- ¿Qué podemos aprender de nuestros **competidores**?
- ¿Cuál es la situación de la **compañía** en el ámbito digital?

3

PÚBLICO
OBJETIVO

INSIGHTS
CONSUMIDORES

- ¿A quiénes nos vamos a dirigir?
- ¿Qué "dicen" nuestros públicos?
- ¿Cómo utilizan los medios sociales?
- ¿Qué les aportará valor?
- ¿Quiénes son los líderes de opinión?

4

PLATAFORMA
ESTRATÉGICA

ESTRATEGIA

- ¿Qué ideas o ideas vamos a establecer como plataforma para construir nuestra estrategia?

Plan
de contenido

Plan
de activación

5

PLAN DE
ACCIÓN

TÁCTICAS

- ¿Qué plataformas vamos a poner en marcha?
- ¿Qué acciones vamos a realizar en base a nuestra estrategia?

6

MEDICIÓN Y
EVALUACIÓN

KPIs

- ¿Cómo mediremos el éxito de nuestras acciones?
- ¿Cómo adaptamos nuestra estrategia y acciones a las lecciones aprendidas?



Investigación



Key Findings

Cultura



Competidores

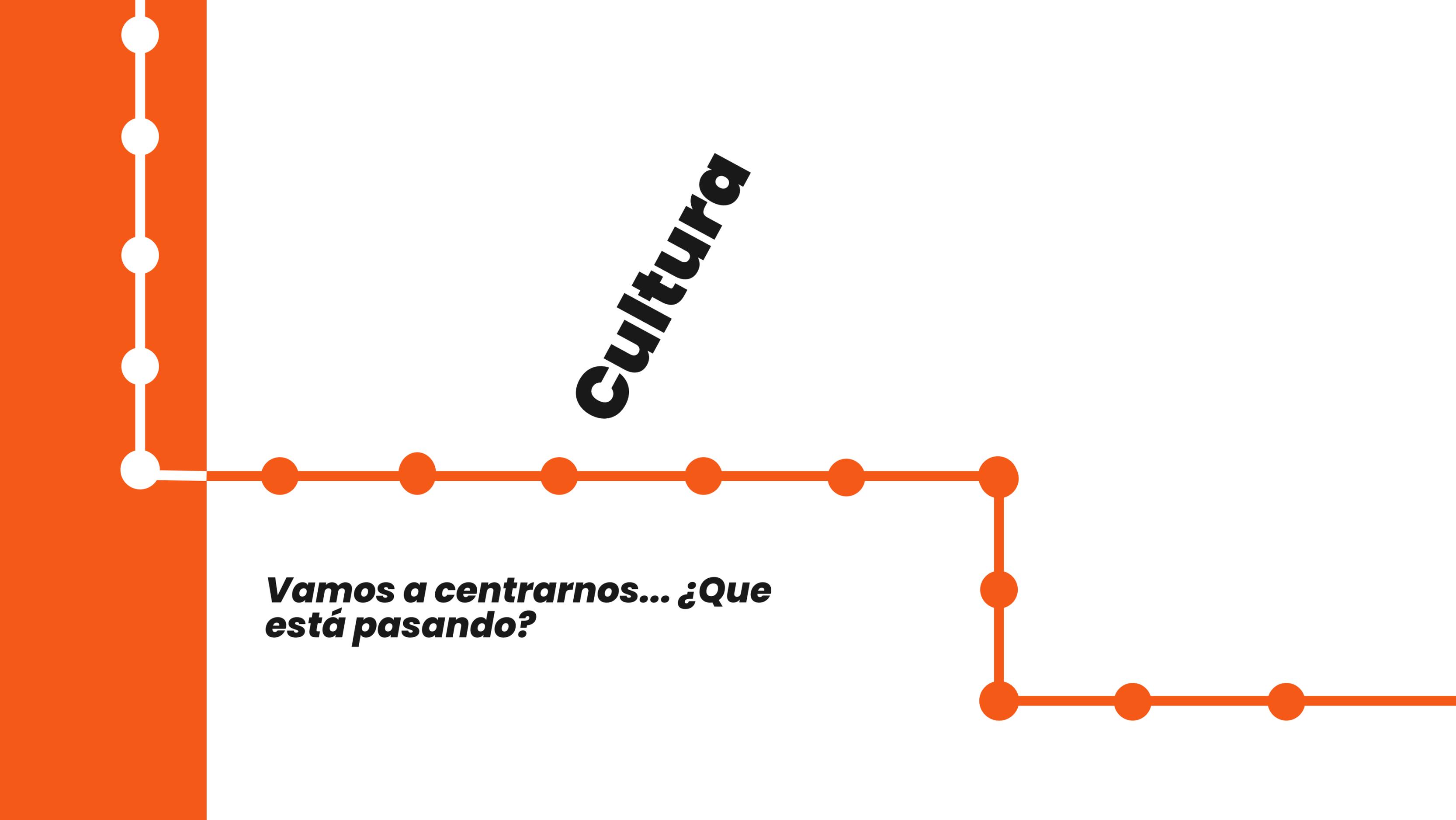


Compañía



Cultura

Vamos a centrarnos... ¿Que está pasando?



TIK TOK...THE NEW ERA

TikTok ha introducido varias herramientas útiles para los negocios, incluyendo perfiles de negocio, anuncio y un gran mercado de creadores. Por ello, las marcas acudirán en masa a desarrollar sus estrategias en esta plataforma.

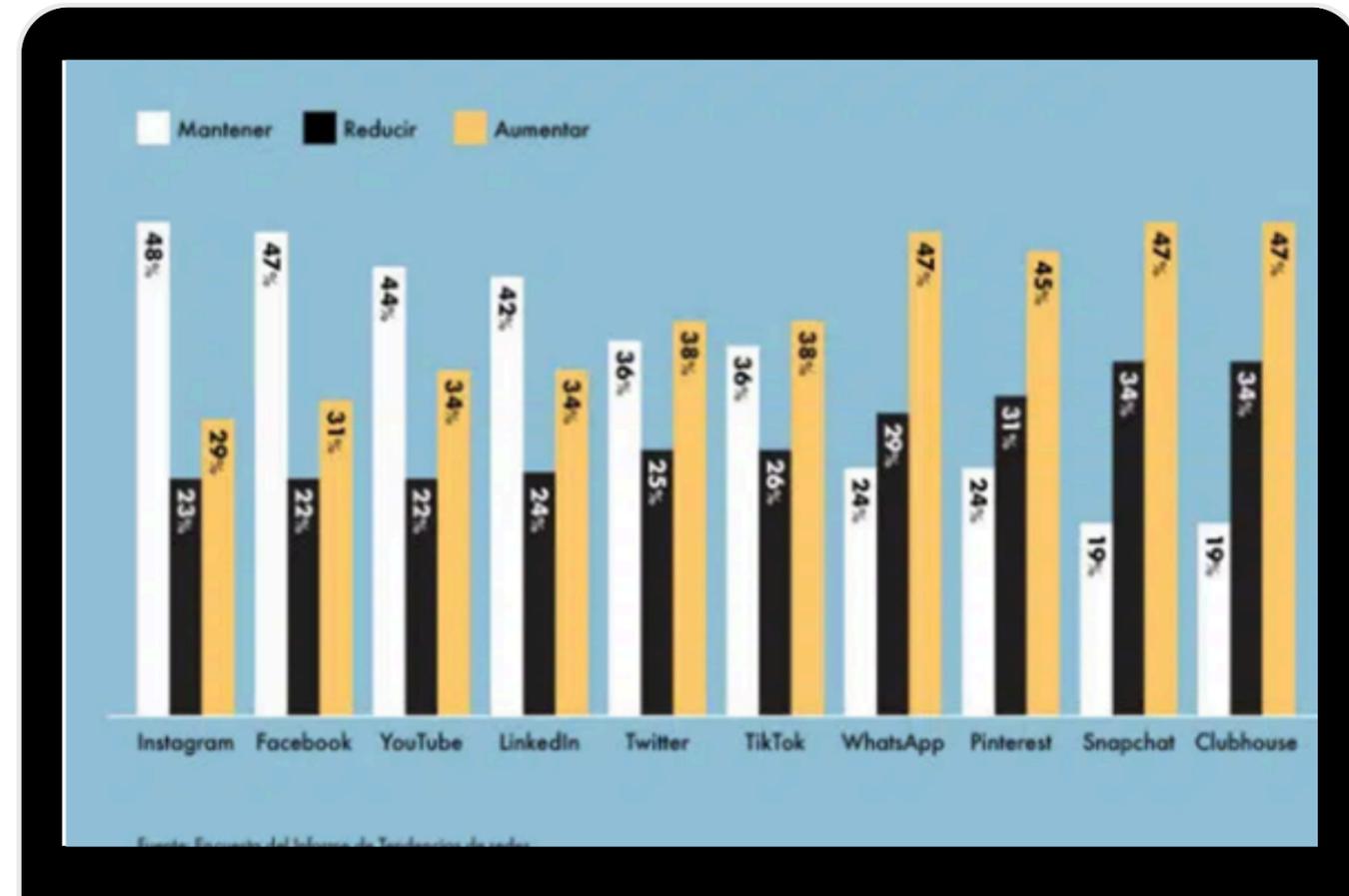
En septiembre de 2021, TikTok sobrepasó el **billón de usuarios** y se convirtió en la séptima red social más popular del mundo.

Excluyendo las plataformas de mensajería, Tiktok es la cuarta red social más popular después de instagram.



AUMENTAR, DISMINUIR O MANTENER INVERSIÓN EN LAS SIGUIENTES PLATAFORMAS EN 2022:

En el último año, la demanda de búsquedas de TikTok ha crecido un **173%**, mientras que la en Instagram Reels solo ha crecido un 22% y ha disminuido un 33% para las Historias de Instagram.



ADIÓS A DESCOLGAR EL TELÉFONO

Los consumidores tienen más preguntas urgentes que nunca, y han descubierto que pueden obtener respuesta a estas preguntas de forma más cómoda usando las redes sociales.

En una encuesta de Nielsen, encargada por Facebook, el **64%** de la gente dijo que **prefería enviar un mensaje** en lugar de llamar a una empresa.

Según Gartner, el **60%** de todas las solicitudes de atención al cliente se gestionarán a través de **canales digitales** en 2023.





Según una encuesta de Atención al Cliente 2022 realizada por Hootsuite muestra que el **71%** de las organizaciones aún **no** han empezado a **invertir en atención al cliente** en las redes sociales, o no tienen previsto invertir en absoluto.

Y El **59%** de los encuestados está de acuerdo en que la **atención** social al **cliente** ha aumentado su **valor** para su organización.

BYE BYE! VIDEOS LARGOS

Con la llegada de IGTV y Facebook Watch, hubo un momento en el que todos pensamos que los vídeos largos eran el futuro.

YouTube, conocido por sus vídeos educativos de larga duración, premiaba los vídeos que superaban los 10 minutos. Y Facebook quería competir en el mismo terreno.

Las empresas se apresuraron a hacer “series de televisión” para sus plataformas sociales. Parecía que Facebook no solo iba a enfrentarse a YouTube, sino también a las cadenas de televisión por cable.

FUENTE: META





Instagram ha desaprovechado IGTV. Nadie habla ya de Facebook Watch. Incluso YouTube, ha introducido un nuevo formato: YouTube Shorts.

El **éxito de Reels y TikTok** sigue al éxito de Stories (otro formato de vídeo de formato corto), que experimentó una rápida aceptación por parte de los usuarios entre 2018 y 2020.

Sea cual sea el motivo, la encuesta de Hootsuite sobre tendencias sociales en 2022 muestra que las empresas también prefieren los vídeos cortos.

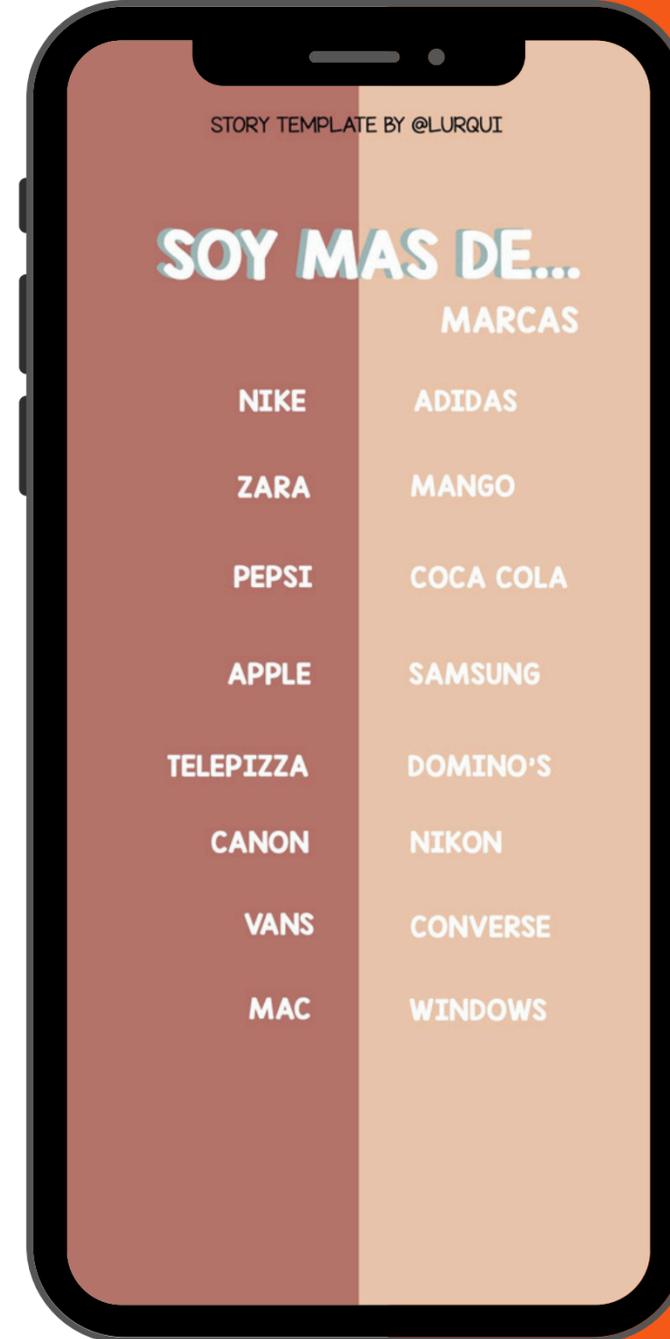
FUENTE: HOOTSUITE, INFORME DE TENDENCIAS.

ESCUCHEMOS A NUESTROS USUARIOS

Durante la pandemia de COVID-19, muchas compañías experimentaron por primera vez la escucha en redes sociales. Respondían en tiempo real a preguntas y conversaciones de sus clientes.

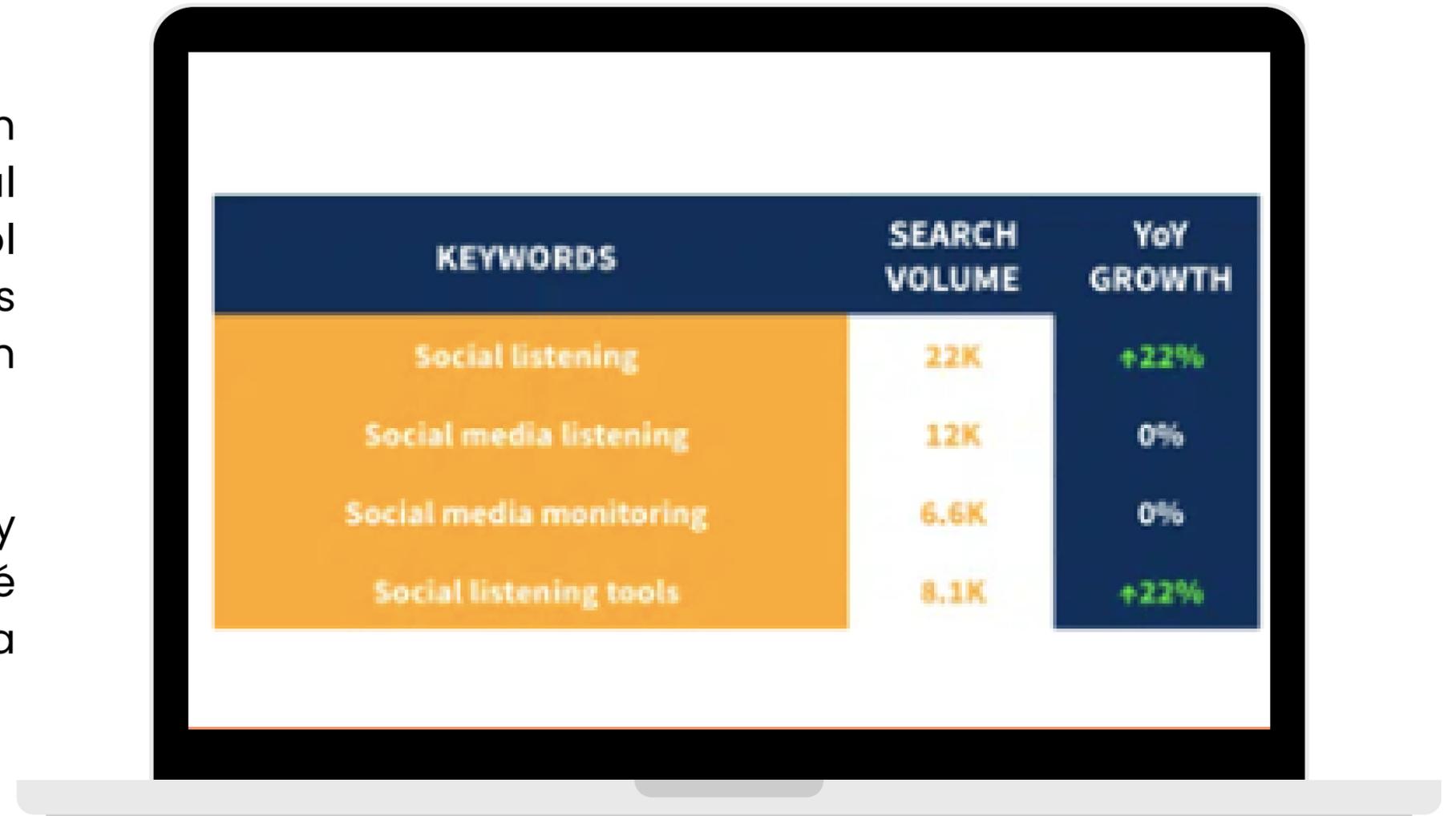
Se hizo evidente que la escucha en redes sociales podía ayudar a las compañías a entender las preferencias de su público y anticiparse a posibles crisis.

Según una encuesta realizada por Hootsuite sobre tendencias de redes sociales 2022, la mayoría de los encuestados dijeron estar totalmente de acuerdo en que la escucha en redes sociales había aumentado el valor para su organización en el último año.



Podemos ver que las búsquedas en Google de keyfindings como social listening o social listening tool (herramientas de escucha en redes sociales) ha amentado un 22% de un año a otro.

Esto se traduce en que cada vez hay más personas que quieren saber de qué se trata o comprar una herramienta para su empresa.



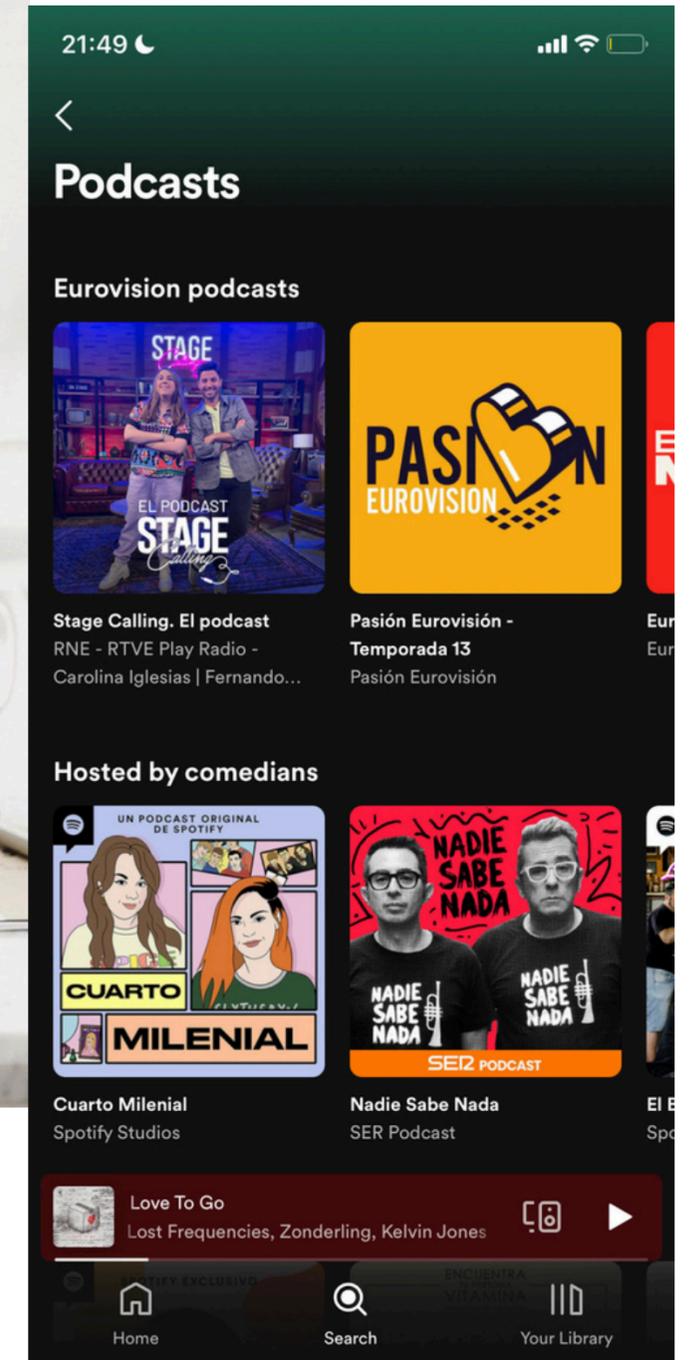
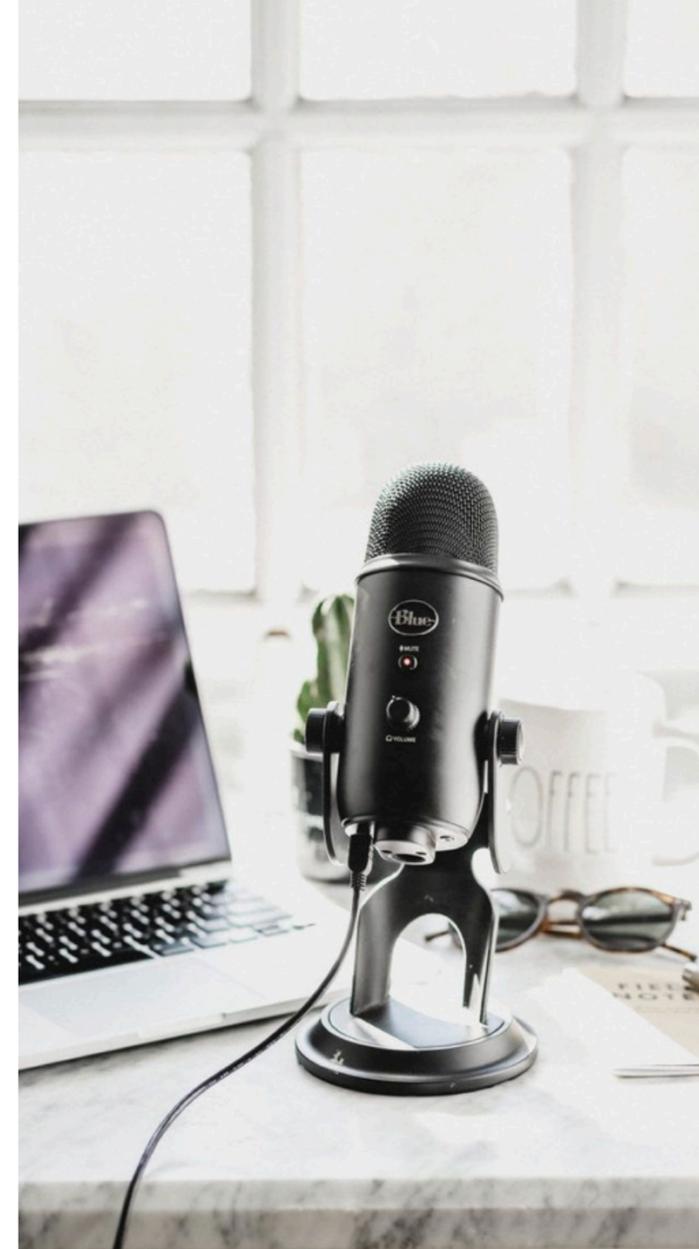
KEYWORDS	SEARCH VOLUME	YoY GROWTH
Social listening	22K	+22%
Social media listening	12K	0%
Social media monitoring	6.6K	0%
Social listening tools	8.1K	+22%

PODCAST, ¿LA NUEVA MODA?

No hay mejor forma que expresar emociones en este formato, ¿o no eres un adicto a las notas de voz de Whatsapp?

No es ningún secreto que las redes sociales van a ir adaptándose al audio durante el 2022.

La explosión del podcast, la popularidad de plataformas como ClubHouse o el lanzamiento de Twitter Spaces, la plataforma de audio de esta red social, son pistas que podríamos aprovechar.



EL SECRETO DE LAS HISTORIAS DE 24H

Una tendencia que está en auge y que seguirá siendo clave en los negocios a futuro. Y es que los famosos *stories* no son simples fotografías o vídeos que duran tan solo un día. Guardan mucho más. Sirven como impulso para las marcas a la hora de conectar con el usuario generando **contenido, visitas y seguidores.**



LOS VALORES SIGUEN AL PIE DEL CAÑÓN

Temas como la sostenibilidad, inclusión, diversidad, valores y transparencia, se convierten en el **core** del discurso de las empresas y es que el consumidor ya no concibe una relación con las marcas sin una conexión de por medio.

En esa nueva era, la conexión será mutua o no será.



KEY FINDINGS

¡EEEY! NI EL INSPECTOR GADGET SE HABRÍA DADO CUENTA DE QUE...

**UN MOMENTO...
¿Y SI LES PREGUNTAMOS A
LOS USUARIOS?**

Algo tan sencillo como es **escuchar** puede ser determinante en el negocio de las empresas. Tenemos acceso directo al usuario ¿y si generamos una conversación con él/ella y creamos contenido en base a sus necesidades?

**NO MÁS DE 10 MIN DE
VÍDEO, PORFAVOR**

Llegan nuevas plataformas para revolucionar el sector del vídeo. TikTok parece que le toma la delantera a Youtube y es allí donde las empresas comienzan a volcar sus estrategias...y esto es sólo el comienzo.

**THE PODCAST
ERA**

Las redes sociales se adaptan al audio y surge una explosión del podcast. Todos tenemos al menos un amigo que sigue cientos a la vez...pues, ¡todo un visionario!

KEY FINDINGS

**¡EEEY! NI EL INSPECTOR GADGET SE HABRÍA
DADO CUENTA DE QUE...**

**DIME TUS VALORES
Y TE DIRÉ QUIÉN ERES**

Y sobre todo, ¡quién te consume!
El nuevo consumidor no concibe una
relación con las marcas sin una
conexión real de por medio.



Competidores

Y...¿Qué aprendo yo de todo esto?



programaminerva

El Programa Minerva es nuestro principal competidor.

Es una aceleradora de empresas de base tecnológica situada en Sevilla, respaldada por la Junta de Andalucía y Vodafone.

Trabajan para impulsar el emprendimiento **TIC** y para ayudar a las empresas a consolidar su negocio en Andalucía.

PRESENCIA EN REDES





WEB

- La web es sencilla y fácil de utilizar. En la home están presentes todos los servicios de la empresa: el programa, el equipo, contacto, FAQs, startups, blog, newsletter, ecosistema, etc.
- Ofrece los contactos de cada miembro del equipo en LinkedIn.
- Tienen el enlace directo a todas sus redes sociales desde la home de la web.
- Página web puramente informativa o comercial, no encontramos el propósito de Programa Minerva, ni misión, ni visión, ni valores.

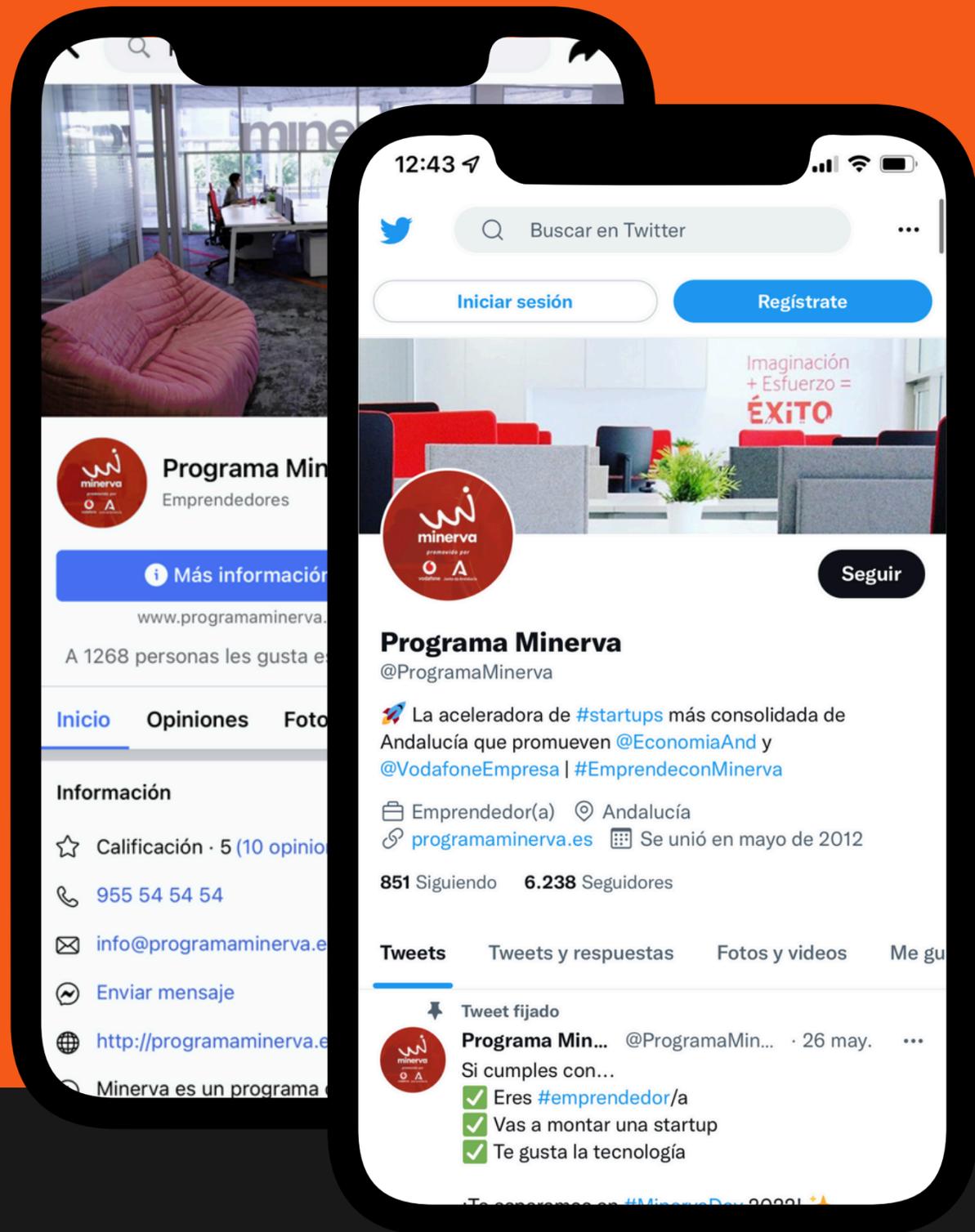


1360 SEGUIDORES

INSTAGRAM

- Usan instagram para mostrar su forma de trabajo, para comunicar sus alianzas con las startups y sobre todo para dar "tips" y de forma educativa, explicando conceptos específicos relacionado con las startups.
- Muestran sus cursos y formaciones.
- Tienen 3 historias destacadas que son: Q&A, Entrevistas y Lecturas.
- Todo el contenido es orientado a conceptos técnicos del mundo de las startups.
- Mantienen al día a sus seguidores de las actividades que realizan.





1.435
SEGUIDORES

FACEBOOK

- Está vinculado con la página web y el blog.
- Lo usan para informar de todas las actualizaciones y nuevos artículos, entrevistas, reportajes e informes.
- Tienen un tono más profesional.
- Publican de forma diaria.



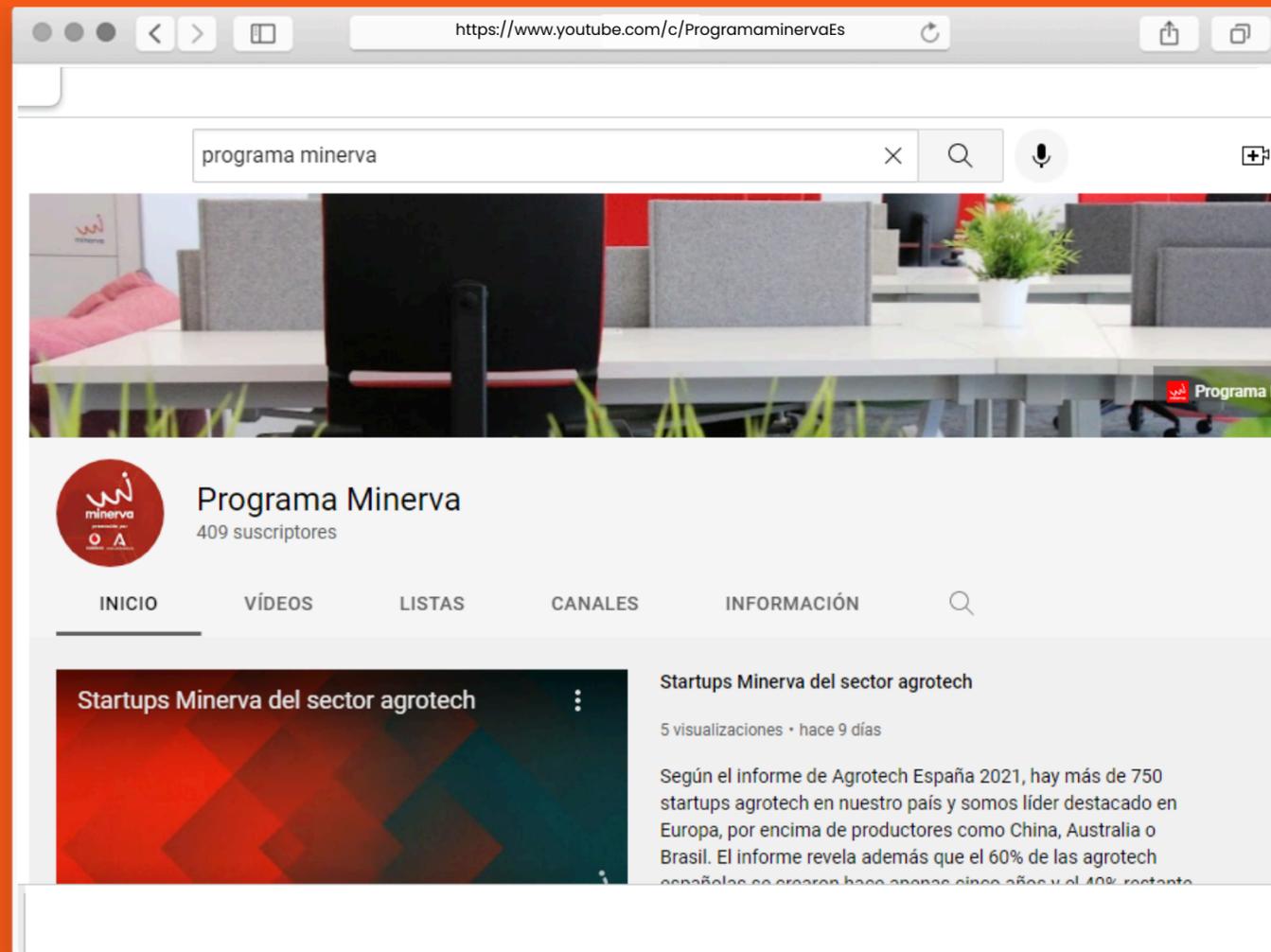
6.238
SEGUIDORES

TWITTER

- Publican a diario.
- El contenido se basa en artículos, entrevistas, y casos de éxito. Es bastante similar al contenido de facebook.
- Comparten constantemente contenido de las startups con las que trabajan.

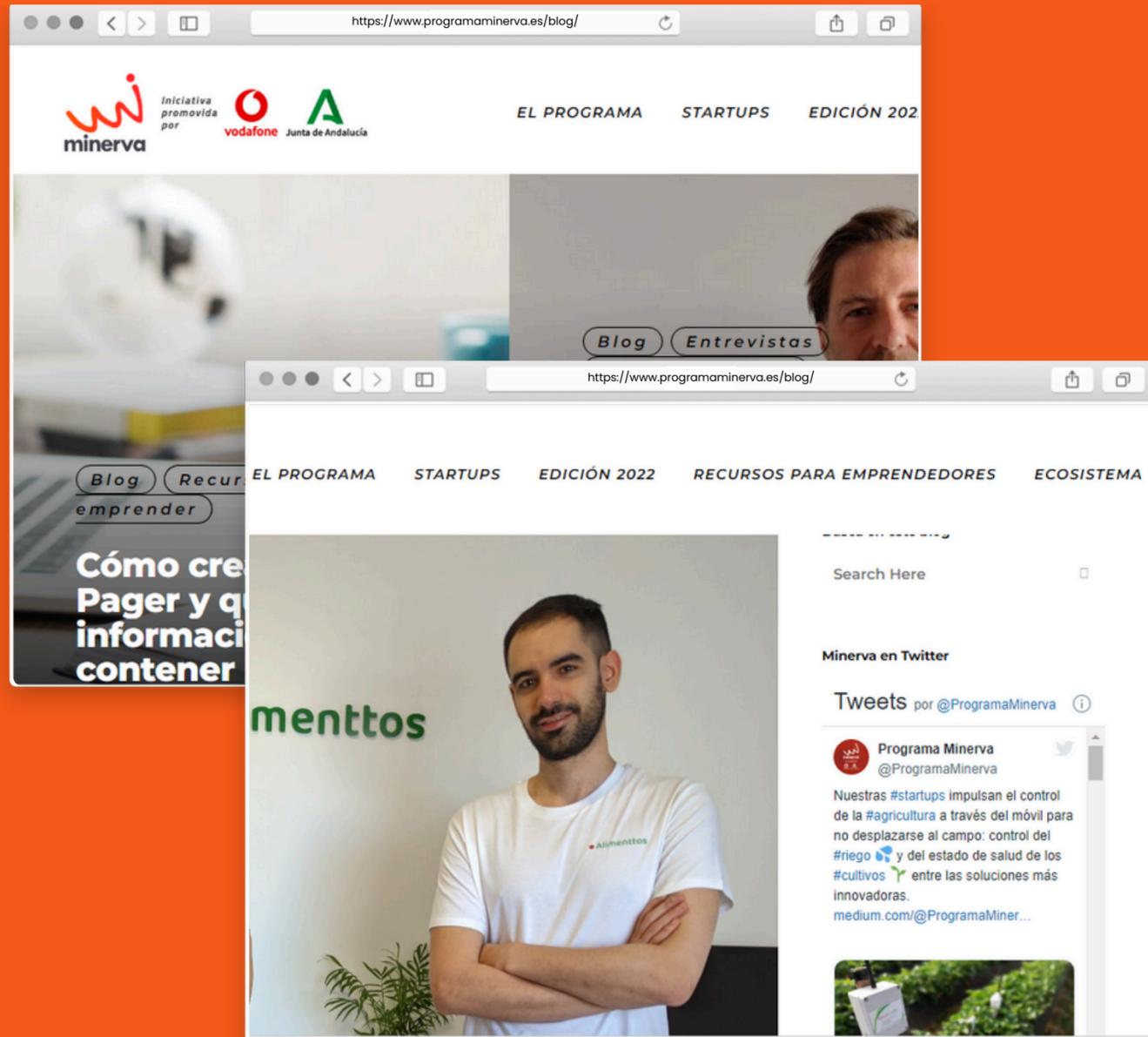


409
SUSCRIPTORES



YOUTUBE

- Pitches de las startups aceleradas por Minerva.
- Videos coportativos de Programa Minerva.
- Videos sobre las apariciones de Minerva en televisión.
- Tips para startups y emprendedores.
- Minerva Academy: charlas y Q&A.
- Minerva Talks: charlas en directo.



BLOG MINERVA

- Entrevistas.
- Artículos.
- Noticias.
- Curiosidades.
- Contenido de valor y publicaciones diarias.
- Cada artículo está enlazado a twitter, mostrando desde el blog los tweets que acompañan la información.



2.043
SEGUIDORES

https://www.linkedin.com/company/programa-minerva/

Buscar Inicio Mi red Empleos Mensajes Notif

Programa Minerva
Somos la aceleradora de empresas TIC de referencia en Andalucía con +200 startups seleccionadas. Servicios de TI y consultoría de TI · Sevilla, Sevilla · 2043 seguidores
Ver los 13 empleados en LinkedIn

+ Seguir Más información Más

Inicio Acerca de Publicaciones Empleos Personas Eventos Más

Acerca de
Minerva es un programa de emprendimiento, promovido por la Junta de Andalucía y Vodafone, para el impulso de proyectos empresariales del sector tecnológico en la región andaluza. El principal objetivo de Minerva es apoyar a

LINKEDIN

- Las publicaciones son las mismas que en Facebook y Twitter.
- También comparten en LinkedIn el mismo contenido audiovisual que en Youtube.
- Eventos.
- Enlaces directos a cada LinkedIn de cada empleado.



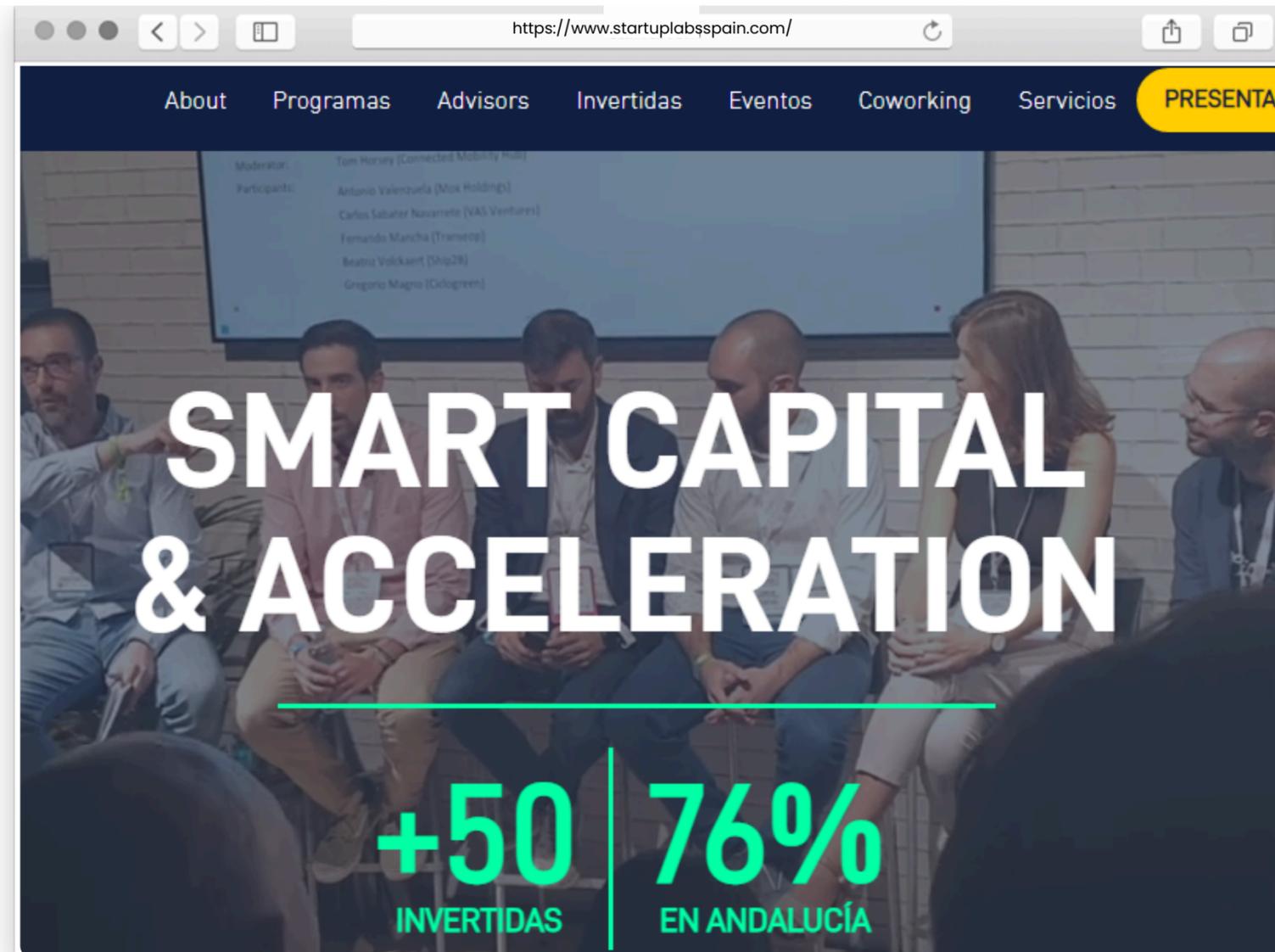
startuplabsspain

Es una aceleradora de startups enfocada a resolver problemas en su primera etapa de lanzamiento. Tiene más de 50 startups invertidas, la mayoría de ellas andaluzas pero también están en el mercado nacional e internacional.

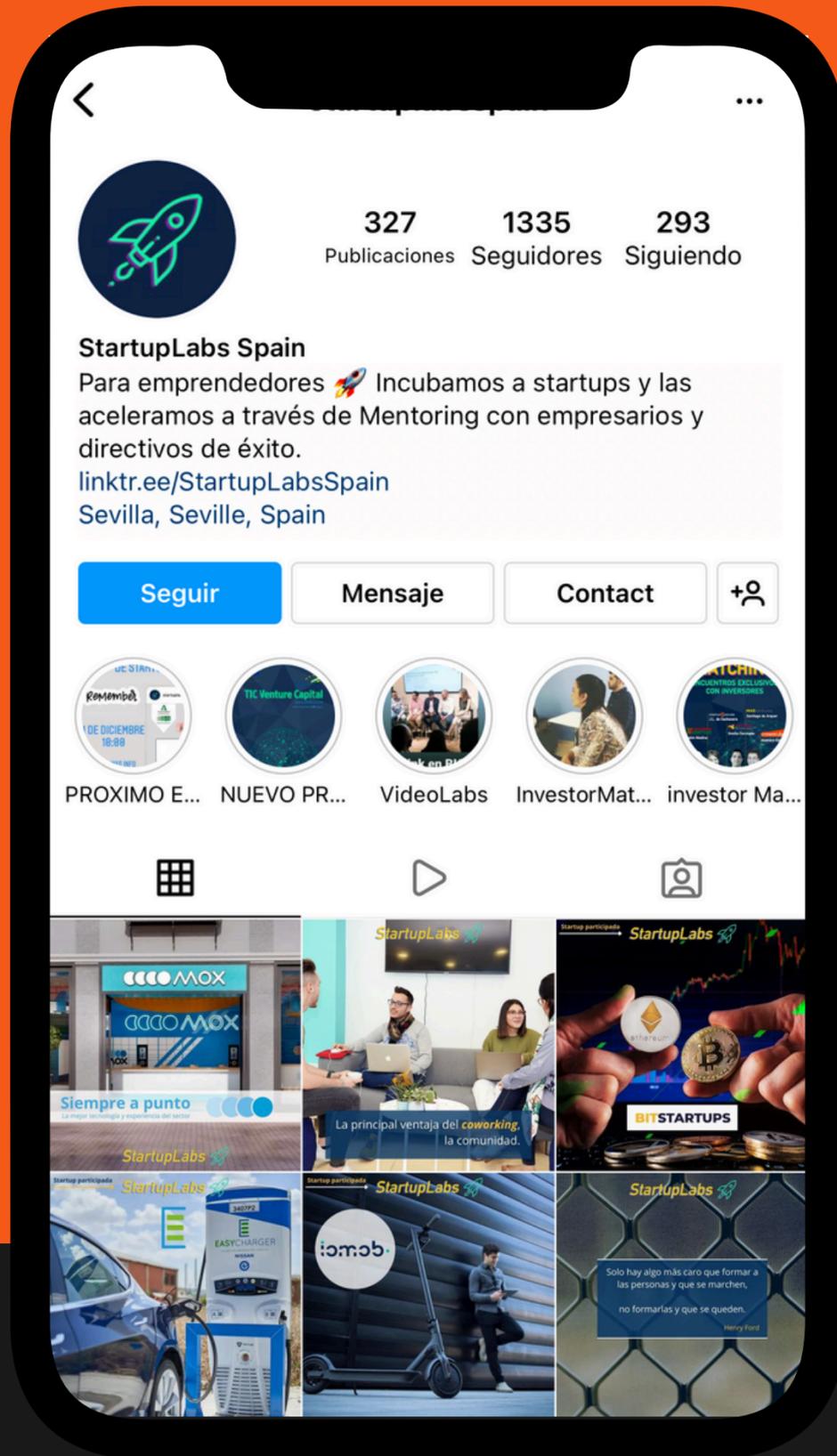
PRESENCIA EN REDES



WEB



- La web es sencilla y fácil de utilizar.
- En la home podemos encontrar la misión y el propósito de Startuplabs.
- Conócenos más de cerca: video corporativo en el que participan los miembros de la empresa.



1331
SEGUIDORES

INSTAGRAM

- Usan Instagram para enseñar principalmente sus casos de éxito.
- Tips y consejos para startups y emprendedores.
- Tienen demasiadas istorys destacadas, que no siguen ningún orden.
- Falta contenido creativo y audiovisual.



253
SEGUIDORES

FACEBOOK

- Casos de éxito.
- Eventos Online.
- Artículos.
- Noticias sobre startups con las que trabajan.



TWITTER

- Artículos.
- Casos de éxito.
- Contenido escaso.



611
SEGUIDORES

YOUTUBE

- Investor Matching.
- Q&A en directo.
- Tips.
- Entrevistas con emprendedores.



63
SUSCRIPTORES



4282
SEGUIDORES



LINKEDIN

- Las publicaciones son las mismas que en Facebook y Twitter.
- Eventos.
- No muestran a los empleados en ningún lado.



lanzadera.es

Lanzadera es una empresa más internacional y a mayor escala.

Es una aceleradora e incubadora de empresas que tienen mucho que ver con nosotros, ya que su equipo lo forman todas las startups y empresas, mentores, directores de proyectos, partners.. Trabajan de esta forma una inteligencia colectiva.

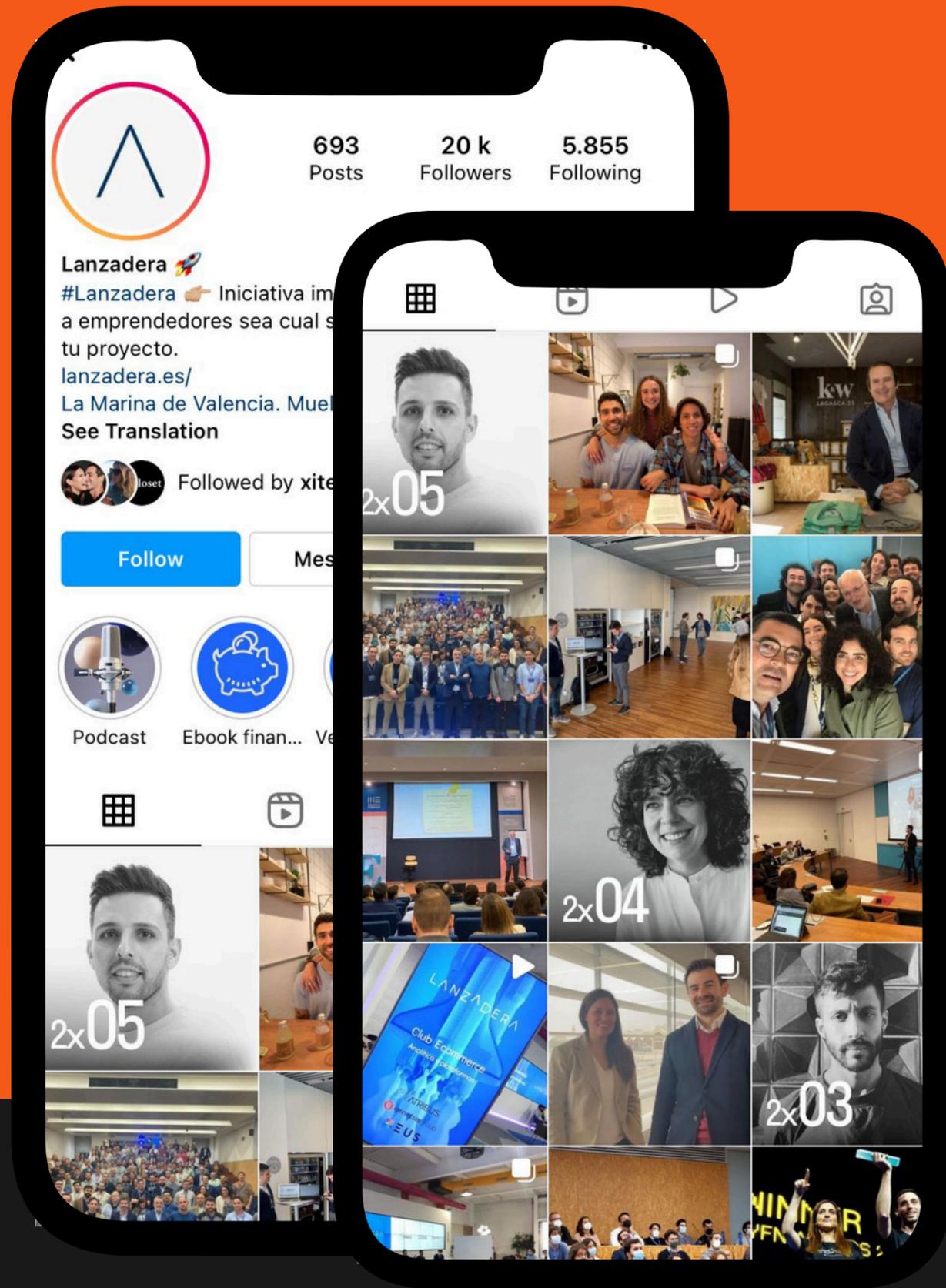
PRESENCIA EN REDES





WEB

- La web es muy funcional. Hay bastante información acerca de la empresa.
- Se puede ver de forma clara cada servicio que ofrecen.
- No muestran el propósito de la empresa, ni misión, visión y valores.
- En la home hay un buscador de artículos sobre startups.
- Stories: cuentan historias sobre los emprendedores de cada startup a modo motivacional.
- Podcast.



20.1 K

INSTAGRAM

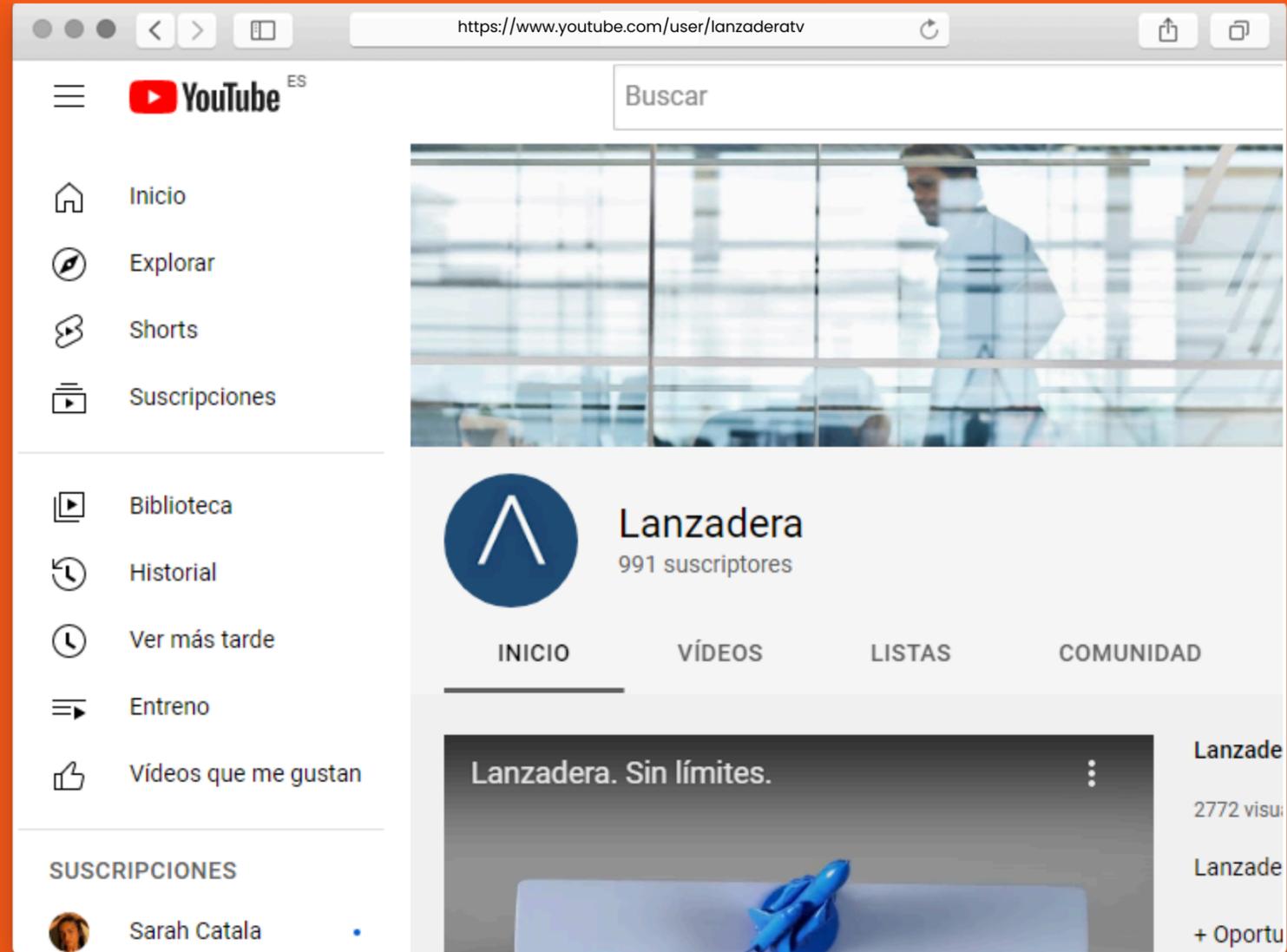
- Usan Instagram para enseñar principalmente sus casos de éxito.
- Eventos.
- Equipo.
- Podcast.
- Inspiración para emprendedores.



**26 912
SEGUIDORES**

FACEBOOK

- Comparten el mismo contenido que en instagram.



TWITTER



29.2 K

- Tips y artículos.
- Podcast.
- Eventos.
- Presentación de startups.

YOUTUBE



**991
SUSCRIPTORES**

Listas de reproducción

- Podcast Lanzadera.
- Accelerats.
- Experiencia de emprendedores.
- Lanzadera te busca.



BLOG

https://www.youtube.com/user/lanzaderatv

LANZADERA

DESTACADO

Cómo mejorar la logística de tu ecommerce

| ⌚ 3 min.

Descubre cómo la logística de tu ecommerce impacta en las ventas y qué puedes hacer para mejorarla.

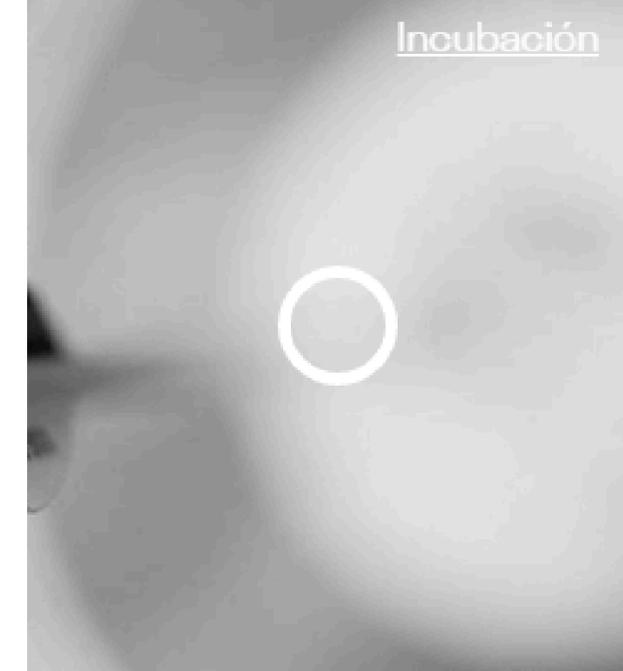
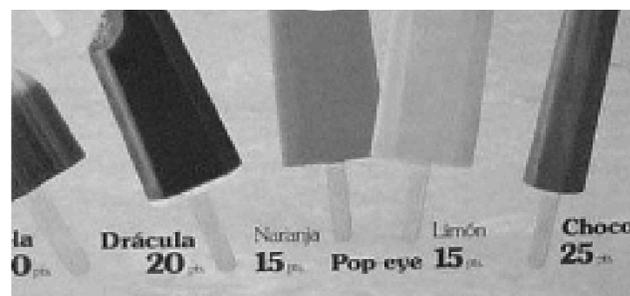
BLOG LANZADERA

El blog está en la home de la página web con el concepto de "Academy".

Contenido

- Artículos.
- Noticias.
- Podcast.
- Inspiración (historias reales).
- Biblioteca.
- Curiosidades para tí.

lanzadera.es



| ⌚ 2 min.
¿Qué helado de los 80 eres?

| ⌚ 2 min.
[CHECKLIST] Cómo escribir el post perfecto

| ⌚ 4 min.
¿Cómo hacer la nota de prensa perfecta? [+EJEMPLOS]

| ⌚ 2 min.
Canales de marketing para que tu startup crezca

| ⌚ 3 min.
33 películas perfectas para emprendedores (aunque nunca lo dirías)

ROBA COMO UN ARTISTA

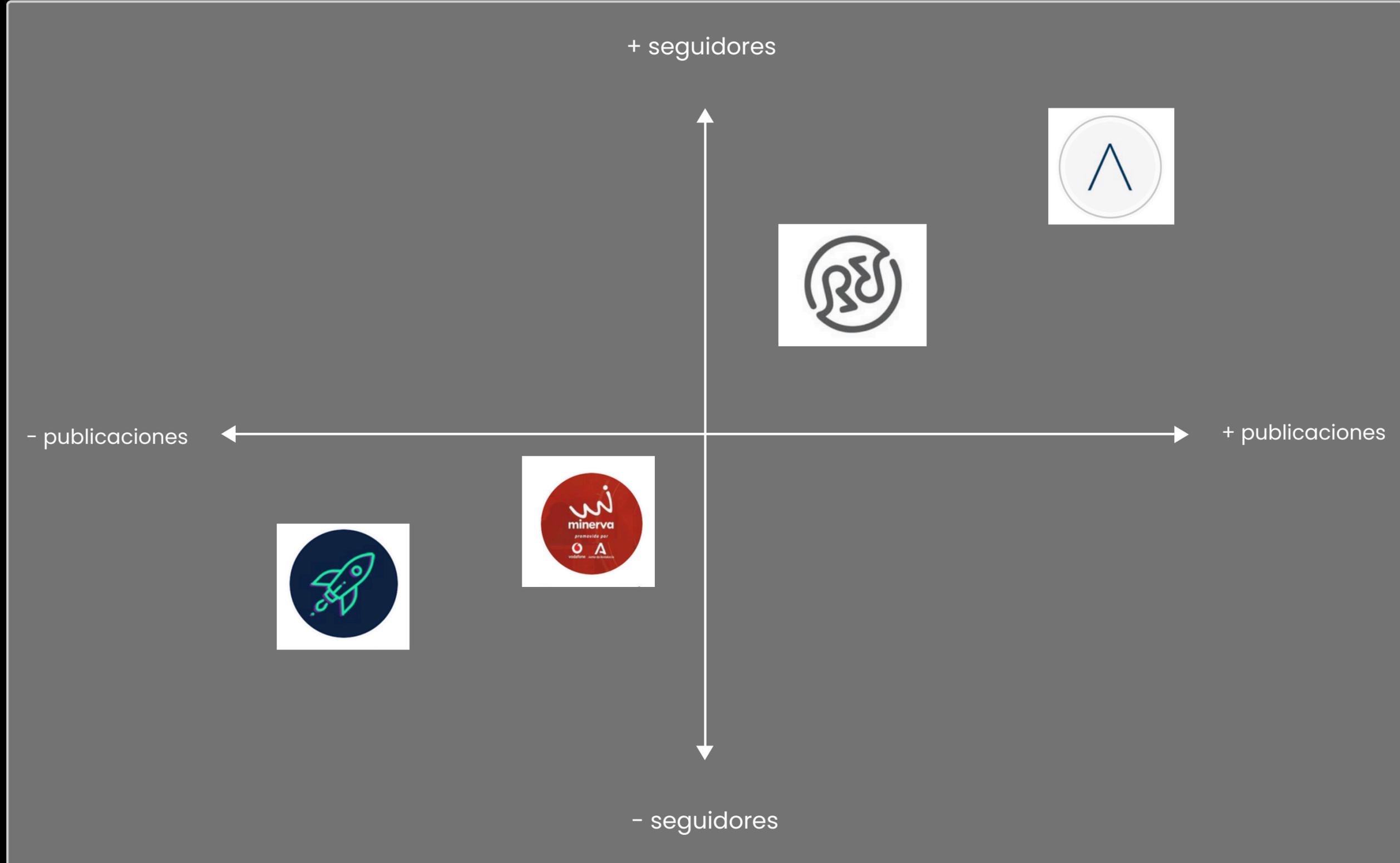
Consideramos que Lanzadera es un caso de éxito, ya que ha sabido usar los medios sociales, generar reputación, conversación entre su público objetivo y crear contenido de valor.

¿QUÉ APRENDEMOS DE ELLO?

Vemos muy importante llevar a cabo una estrategia de humanizar la marca, en sus redes sociales, muestran al equipo que conforma la empresa, y en muchos casos son ellos mismos los que hablan a cámara dando tips y consejos para emprendedores.

Por ello, queremos llevar esta estrategia a ESPACIO RES. Pretendemos aumentar el número de seguidores en redes sociales, generar engagement y posicionarnos como empresa líder.

MAPA DE POSICIONAMIENTO



KEY FINDINGS

¡EEEY! NI EL INSPECTOR GADGET SE HABRÍA DADO CUENTA DE QUE...

PONGÁMONOS CARA...

Vemos una oportunidad en mostrar al equipo y cómo trabajan, así humanizaríamos la compañía y esto acercaría más Espacio Res al cliente.

HUÍMOS DE TEXTOS INFUMABLES

Creemos que es fundamental crear contenido dinámico y audiovisual, y es importante hacer creativities para darle un valor añadido a nuestro perfil.

¡TENEMOS QUE ESTAR PRESENTES! SÍ, PERO CON CABEZA

Establecer un calendario de planificación, y no publicar de forma aleatoria.



Compañía

¿Cómo nos movemos en el entorno digital?



espacio_RES

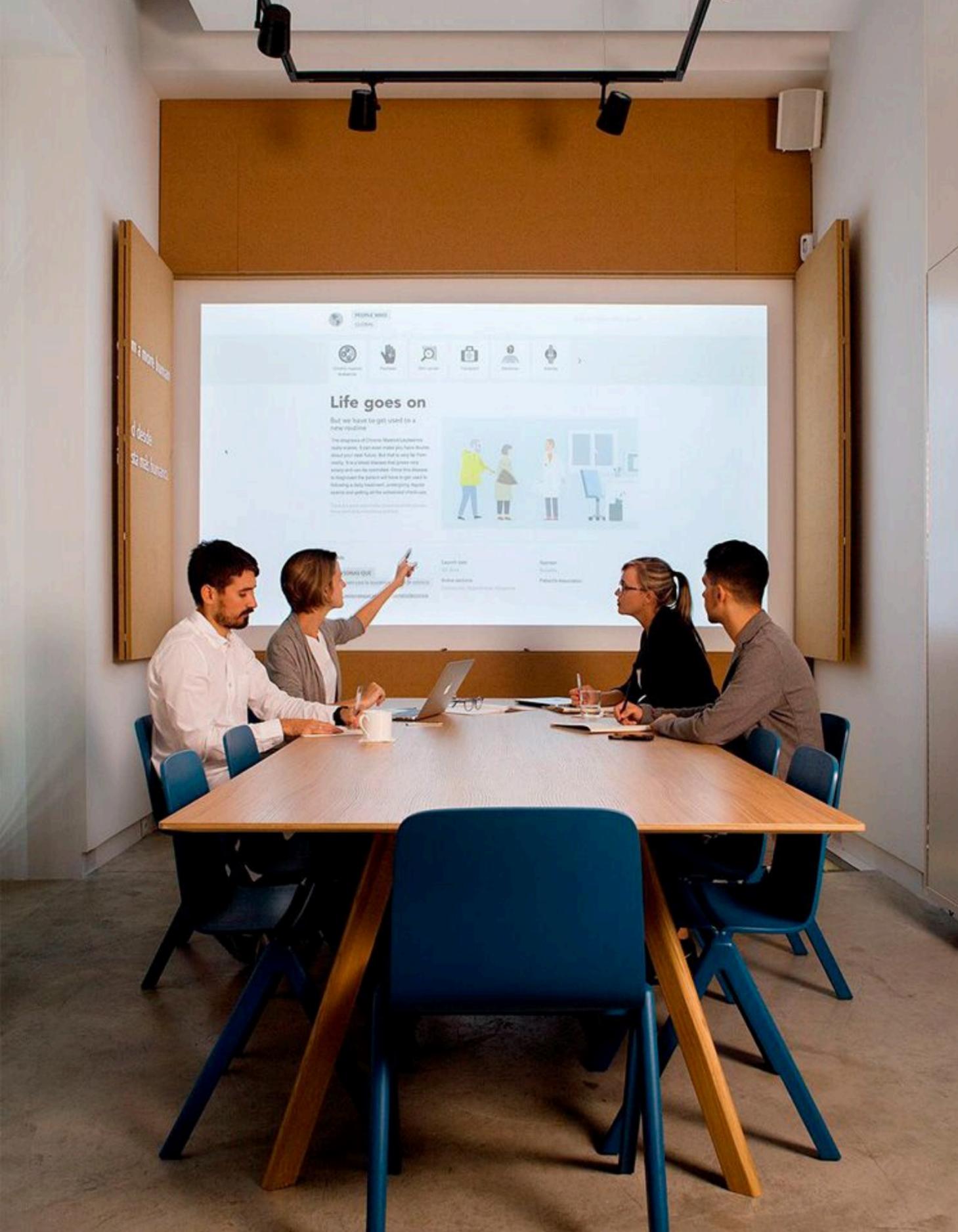
[universo de resiliencia creativa]

Espacio Res es una aceleradora e incubadora de startups y empresas pequeñas que ayuda a potenciar las ideas o proyectos de los demás.

Se trata de un espacio en el que se encuentran en un ecosistema de emprendedores, inspirándose los unos a los otros y dirigido por una red de mentores fundadores que ayudan a cada una de las empresas durante todo el proceso.



Cabe destacar la importancia del trabajo en equipo de todas las organizaciones ya que, encontrándonos en un mundo del todo innovador, contar con la experiencia de otros y manteniendo estas conexiones inevitablemente se llegará más lejos y se potenciará más la buena relación.



La idea surgió como suelen surgir la gran mayoría de ideas repentinas, entre una conversación con amigos en 2013.

Se dieron cuenta de la horrible situación económica del país y de la falta de oportunidades para la población y sobre todo para la gente joven y con iniciativa.

Por otro lado, conocían la mayor oportunidad de empleo que tenían otras ciudades españolas y por ello pensaron que crear esto en Sevilla "De Sevilla para el mundo", podría lograr que en Andalucía no solo se viviese bien, sino también se trabajase bien.



Resiliencia

Una palabra clave...

Una de las bases de la compañía es la resiliencia. Por este motivo el nombre de la marca, espacio RES.

¿Qué quiere decir esto? La capacidad de personas a adaptarse a situaciones adversas y complicadas y desde este camino afrontarlo y lograr una mejora en todos los aspectos.

Sin duda esto es lo que espacio RES quiere de sus empresas, que aún no conociendo la situación actual, esta ayude a la mayor concentración, esfuerzo y dedicación de todos para conseguir los objetivos de todas y cada una de ellas.

Claves en Espacio Res



Innovación



Trabajo en equipo



Capacidad de aprender



Colaboración con otras empresas



Ideas compartidas



ANÁLISIS DE LOS MEDIOS SOCIALES



INSTAGRAM

ESPACIO RES

821 post

¡NOS ENCANTA!

Contenido publicado: de gran interés y actualidad.

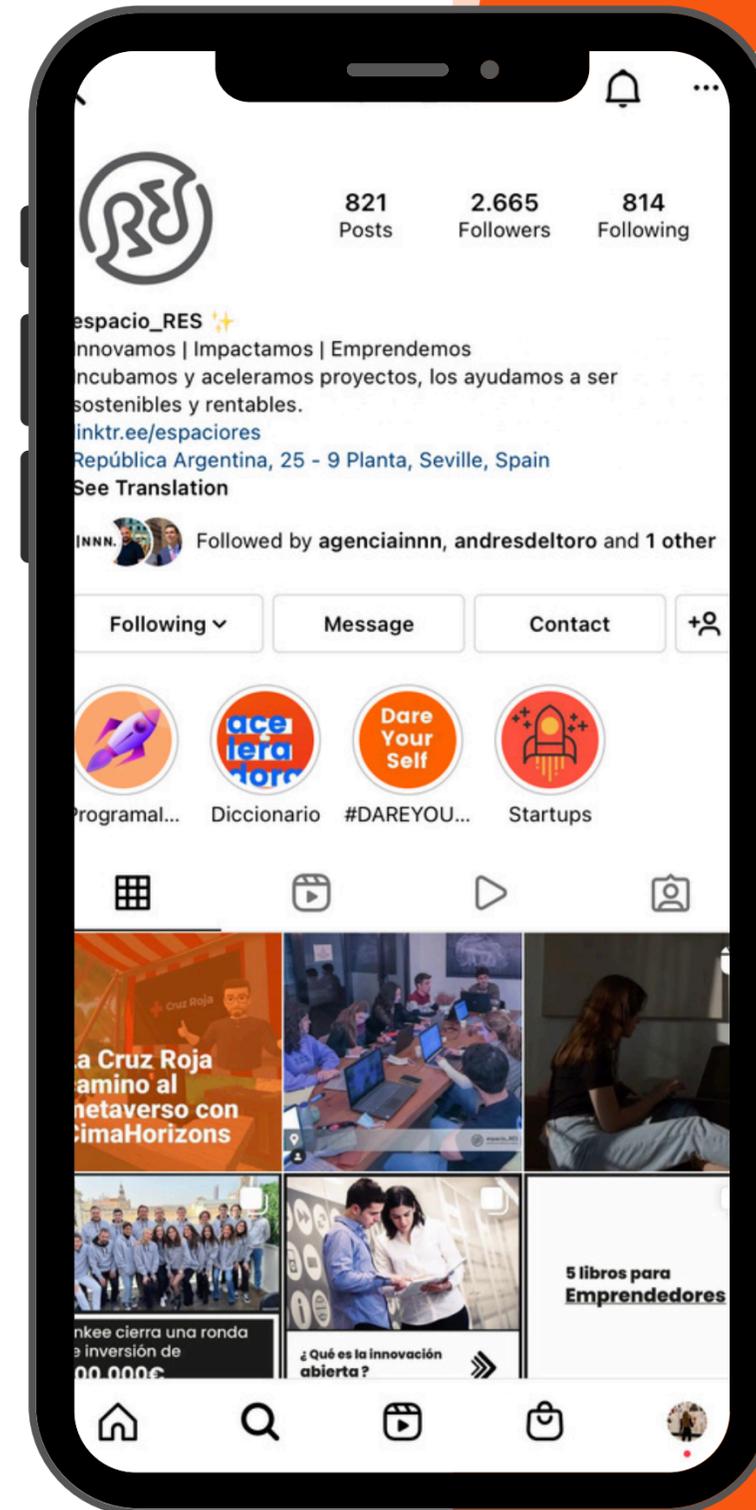
Línea estética. Muy acorde con la imagen del Espacio

Estilo creativo

POTENCIAREMOS

La interacción de los usuarios. La estrategia irá dirigida a aumentar la notoriedad e interacción de la comunidad.

Crearemos un plan de contenidos para aumentar la actividad en redes sociales.



2.666 SEGUIDORES

LINKEDIN

ESPACIO RES

¡NOS ENCANTA!

El contenido. Y cómo se aprovecha este para aumentar el tráfico a la web.



Que se compartan casos de éxito. Espacio Res es y ha sido esencial a la hora del lanzamiento de proyectos ¡qué se sepa!

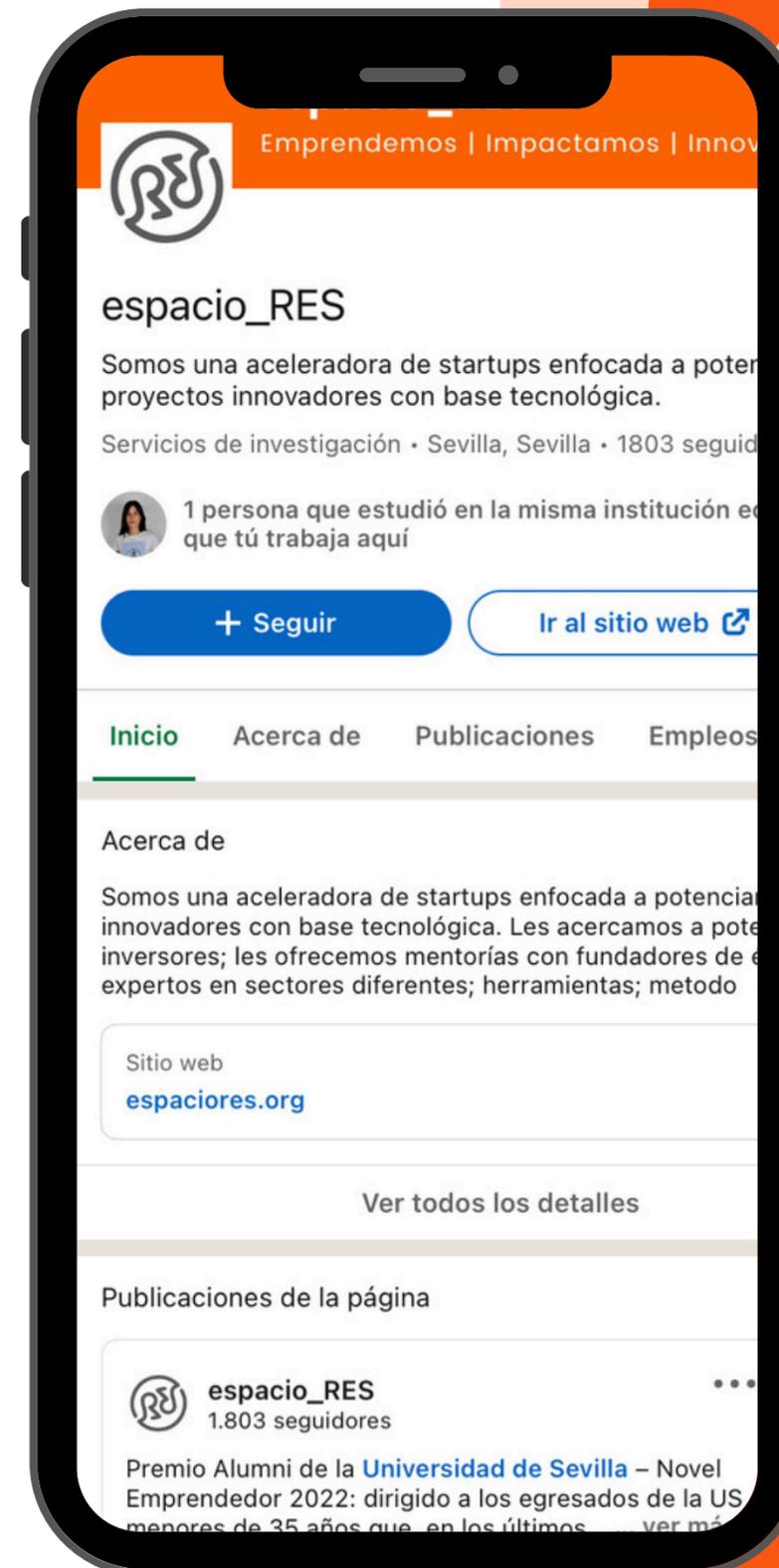


Contenido informativo actual sobre el mercado, emprendimiento, mundo startup, etc.

POTENCIAREMOS

Proponemos ser más constantes con las publicaciones.

Tratar de utilizar la red social para aumentar el tráfico en: blog, Instagram y Youtube.



1.803 SEGUIDORES

TWITTER

ESPACIO RES

¡NOS ENCANTA!

El contenido. Contenido de interés para aquellos interesados en invertir o que ya están dentro del mundo.

POTENCIAREMOS

Twitter se trata de una red social de gran potencial que podemos aprovechar para trabajar la estrategia de marca y "humanizarla". Hay personas, como tú, que se han lanzado al mundo del emprendimiento siguiendo su instinto. ¡Vamos a crear una comunidad!

¿Cómo?



Incrementar la publicación de contenido

Interactuar con empresarios / eventos...

Crear hilos

Redireccionar a otras redes sociales como

Youtube, Instagram y la página web.



1.419 SEGUIDORES

YOUTUBE

ESPACIO RES

¡NOS ENCANTA!

Que haya un vídeo principal a modo de presentación de la aceleradora.

El contenido compartido ¡¡y los copys!! 🚀

POTENCIAREMOS

Espacio Res mola y el contenido aún más.
Identificamos una barrera: **poca interacción de los usuarios.**

Toda nuestra estrategia irá destinada a aumentarla.

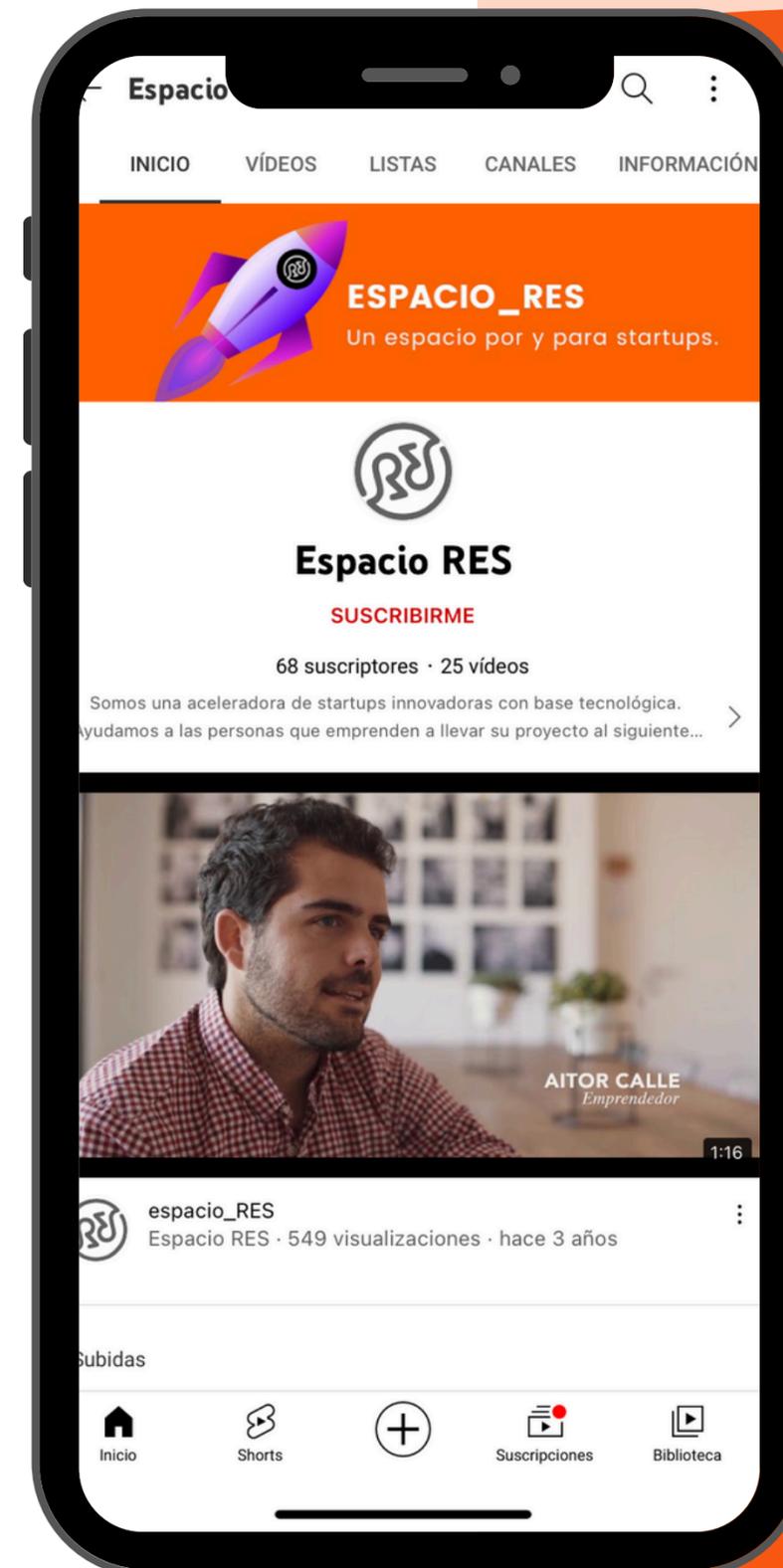


¿Y si LinkedIn se convierte en la red social encargada de impulsarla?

¿Y si Tiktok presenta el comienzo del contenido en su plataforma?.

Y el directo que no te dió tiempo de ver en Instagram...

¿dónde está?,
pues ¡en Youtube!



68 SUSCRIPTORES

WEB

ESPACIO RES

Web sencilla pero elegante que deja muy claro la misión de la aceleradora y sus objetivos. De fácil navegación y clara. Esencial para facilidad la navegación al usuario y que decida o conozca de antemano el tipo de contenido que encuentra en la página web.

Destaca:



La Aceleradora de Startups



Mentores para emprendedores



Programas que ofrecen



Inversión en Startups



Marco Estratégico de Trabajo

1

RESULTADO
ALCANZABLE

OBJETIVOS

- ¿Cuáles son los objetivos de negocio?
- ¿Cuáles son los objetivos de marketing y/o comunicación?
- ¿Cómo pueden los medios sociales alcanzar dichos objetivos?

2

INVESTIGACIÓN
Y ANÁLISIS

KEY FINDINGS

- ¿Qué caracteriza la **cultura** y el entorno en materia de medios sociales?
- ¿Qué podemos aprender de nuestros **competidores**?
- ¿Cuál es la situación de la **compañía** en el ámbito digital?

3

PÚBLICO
OBJETIVO

INSIGHTS
CONSUMIDORES

- ¿A quiénes nos vamos a dirigir?
- ¿Qué "dicen" nuestros públicos?
- ¿Cómo utilizan los medios sociales?
- ¿Qué les aportará valor?
- ¿Quiénes son los líderes de opinión?

4

PLATAFORMA
ESTRATÉGICA

ESTRATEGIA

- ¿Qué ideas o ideas vamos a establecer como plataforma para construir nuestra estrategia?

Plan
de contenido

Plan
de activación

5

PLAN DE
ACCIÓN

TÁCTICAS

- ¿Qué plataformas vamos a poner en marcha?
- ¿Qué acciones vamos a realizar en base a nuestra estrategia?

6

MEDICIÓN Y
EVALUACIÓN

KPIs

- ¿Cómo mediremos el éxito de nuestras acciones?
- ¿Cómo adaptamos nuestra estrategia y acciones a las lecciones aprendidas?



Público

Objetivo



Características



Adultos entre 25 y 45 años



La mayoría son empleados por cuenta propia o tienen horarios de trabajos reducidos



No tienen horarios estrictos



Independientes económicamente



Características



Están a la última en redes sociales y conocen todas las tendencias



Usan las redes sociales de forma profesional y personal



Los podemos encontrar en Instagram, Twitter Y Facebook



Prefieren contenidos relacionados con las tendencias, las TIC y la actualidad

A man wearing a bright yellow hoodie is sitting at a desk, looking at a laptop. The laptop screen shows a video call with two participants: a man in a yellow hoodie and a woman in a red top. The laptop keyboard is visible, and the background is a light-colored, possibly marble, surface. A large orange circle is overlaid on the image, containing the text "Buyer digital".

Buyer
digital

PABLO



EDAD 39
TRABAJO Consultor de comunicación
LOCALIDAD Sevilla

EXTROVERTIDO

PROACTIVO

EMPRENDEDOR

BIO

Pablo es de Murcia, pero vive en Sevilla por trabajo. Trabajaba en una agencia de comunicación, pero lo dejó y ahora está trabajando de consultor de comunicación por cuenta propia. Desde hace varios años está resonando en su cabeza la idea de formar su propio negocio.

OBJETIVOS

Dejar de estresarse tanto por el trabajo y encontrar un pasatiempo que le haga disfrutar. Echa de menos sentarse al sol a descansar mientras charla con sus amigas.

CÓMO ES EN RRSS

Comparte fotografías de sus últimos trabajos y sus viajes.



Le encanta estar al día de la actualidad.



Comparte artículos sobre tendencias y tiene una amplia red de contactos.

MOTIVACIONES

Leer

Surf

Viajar

INTERESES

- Viajar
- Tecnologías
- Arte contemporáneo
- Economía

UNA FRASE

"La vida se trata de tener un impacto, no un ingreso"

A group of business professionals, including men and women in suits, are seated in a meeting room with large windows. A large orange circle is overlaid in the center of the image, containing the word "Audiencia" in white text. The scene is brightly lit, suggesting a professional and positive atmosphere.

Audiencia

NO TE ESPERÁBAMOS

PERO NOS HEMOS DADO CUENTA DE QUE ...

ESTÁS POR DEBAJO DE LA MEDIA

Las personas que reciben nuestros mensajes sin haber sido seleccionados como público objetivo previamente están en un rango de edad entre los 25 y los 35 años.

TENEMOS GUSTOS AFINES

Son bastante activos en Instagram y les gustan los contenidos de actualidad.

¿HEMOS LLAMADO TU ATENCIÓN?

La creatividad y la innovación de nuestras redes, así como la posibilidad de conocer en profundidad el trabajo de Espacio RES y las startups que ha impulsado.

Marco Estratégico de Trabajo

1

RESULTADO
ALCANZABLE

OBJETIVOS

- ¿Cuáles son los objetivos de negocio?
- ¿Cuáles son los objetivos de marketing y/o comunicación?
- ¿Cómo pueden los medios sociales alcanzar dichos objetivos?

2

INVESTIGACIÓN
Y ANÁLISIS

KEY FINDINGS

- ¿Qué caracteriza la **cultura** y el entorno en materia de medios sociales?
- ¿Qué podemos aprender de nuestros **competidores**?
- ¿Cuál es la situación de la **compañía** en el ámbito digital?

3

PÚBLICO
OBJETIVO

INSIGHTS
CONSUMIDORES

- ¿A quiénes nos vamos a dirigir?
- ¿Qué "dicen" nuestros públicos?
- ¿Cómo utilizan los medios sociales?
- ¿Qué les aportará valor?
- ¿Quiénes son los líderes de opinión?

4

PLATAFORMA
ESTRATÉGICA

ESTRATEGIA

- ¿Qué ideas o ideas vamos a establecer como plataforma para construir nuestra estrategia?

Plan
de contenido

Plan
de activación

5

PLAN DE
ACCIÓN

TÁCTICAS

- ¿Qué plataformas vamos a poner en marcha?
- ¿Qué acciones vamos a realizar en base a nuestra estrategia?

6

MEDICIÓN Y
EVALUACIÓN

KPIs

- ¿Cómo mediremos el éxito de nuestras acciones?
- ¿Cómo adaptamos nuestra estrategia y acciones a las lecciones aprendidas?

Plataforma estratégica





PLAN DE
CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO

Creación de contenido visualmente atractivo

Nuestro equipo propone planificar un calendario de contenido creativo dinámico y continuado para guiarle hacia sus objetivos.

Haremos crecer la audiencia social y la base de seguidores en aumento a través de: uso intensivo de palabras clave, compartir noticias relevantes, interacción con nuestros competidores, estar al día de las tendencias dentro del sector y contribuir con nuestro propio contenido único para ampliar el alcance.

Integrar al equipo de Espacio Res en la actividad de RRSS

Las campañas a través de redes sociales son más importantes que simplemente compartir información. Acordaremos un calendario con una serie de publicaciones en las que participarán los miembros de la empresa aportando contenido de valor para mantener despierto el interés de todos los clientes potenciales.

Publicación de actualizaciones de Espacio Res

Nuestro objetivo es atraer a nuestra audiencia de redes sociales compartiendo noticias sobre la empresa, notas de prensa, eventos, noticias destacadas de empleados y más.

También prestaremos una gran atención a las tendencias del sector y las compartiremos. Esto le ayudará a ganar visibilidad en su mercado objetivo.

RESUMEN EJECUTIVO

Supervisión continuada

Es importante mantener de forma regular la actividad en redes sociales para mantener un crecimiento óptimo.

Proponemos supervisar cada canal de forma continua y responder a cualquier pregunta, comentario a primera hora del día y a mitad de tarde. De esta forma podremos asegurarnos de que se transmite información precisa a la persona que hace alguna pregunta o solicita información.

Analítica

Analítica diaria y semanal, tal como: crecimiento de seguidores, alcance, demografía, comentarios, "me gusta", publicaciones compartidas, retuiteos, etc.

Informes: que resuman los diversos resultados y actividades de cada trimestre.



Temáticas



Novedades, curiosidades y noticias de actualidad sobre mundo empresarial y startup



Contenido educativo sobre venta, creatividad, organización, economía, tecnología



Tendencias tecnológicas novedosas a nivel nacional e internacional



Regulaciones, oportunidades de negocio, recaudación monetaria, inversiones,...



ENFOQUE POR RED SOCIAL

INSTAGRAM

¿El objetivo principal?
Generar comunidad.

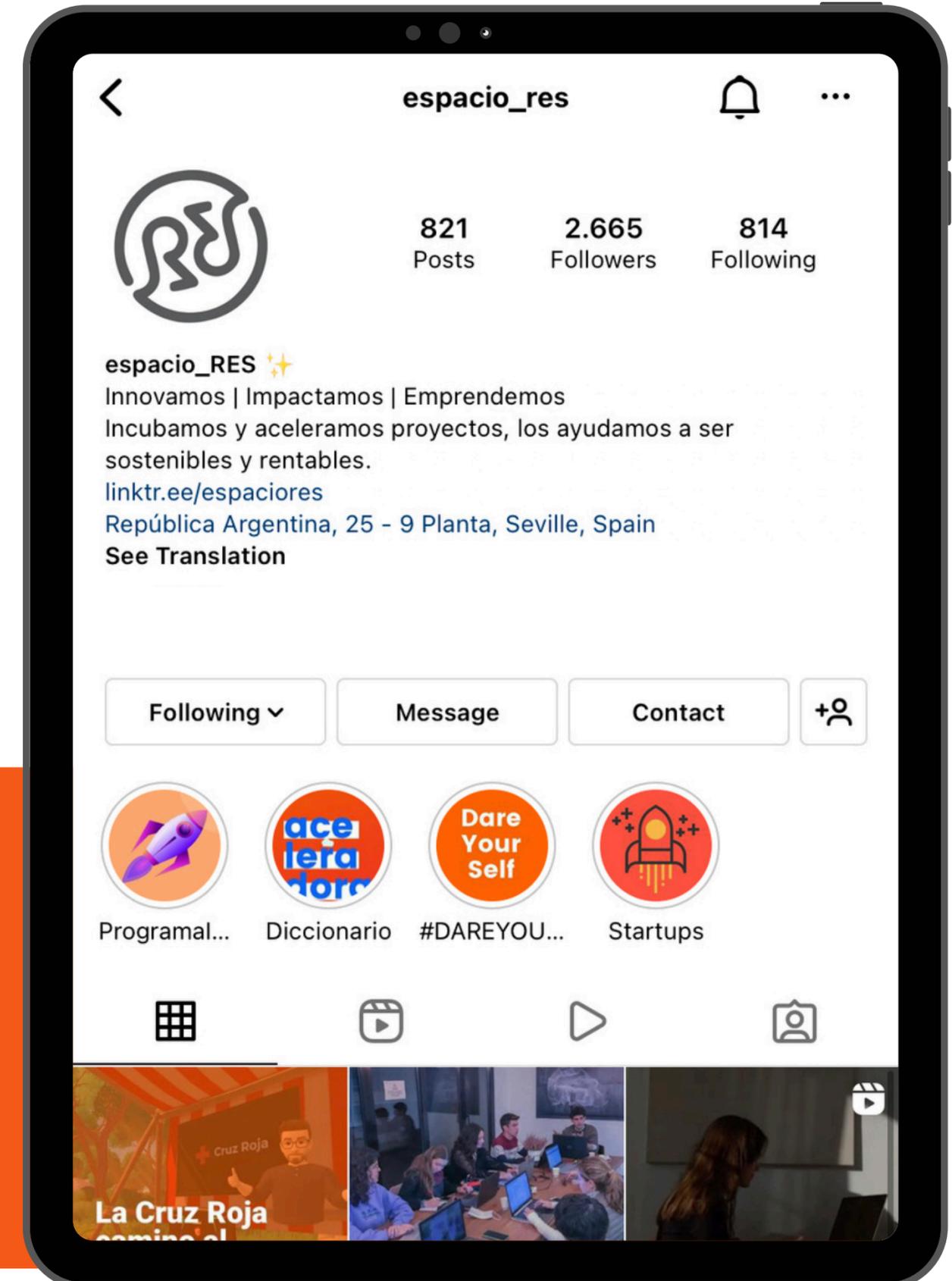
PUBLICACIONES (FEED)

Las publicaciones se clasificarán en función de las **diferentes temáticas** y seguirán la misma línea estética para **facilitarle al usuario el consumo de la inormación** en función de sus necesidades.

Cada contenido seguirá la misma línea estética prpuesta para generar sintonía y armonía.

CONTENIDO PROPUESTO

-  Casos de éxito de startups con las que han trabajado
-  Contenido informativo para emprendedores y startups (tips)
-  Contenido educativo acerca de startups
-  Noticias sobre tendencias actuales en el sector (emprendimiento, innovación, oportunidades, startups y tecnología)



INSTAGRAM

STORIES DESTACADAS

ABOUT

¿Quiénes somos?
Equipo
Misión, visión y valores

WHY RES?

Creatividades con datos exitosos que involucran al espacio

¡Espacio Res es TOP y vamos a comunicarlo!

STARTUPS

Vídeos a cámara rápida presentando las distintas startups con las que han trabajado y/o trabajan

EVENTOS

Fotos y vídeos de los eventos en los que participan
Contenido compartido por los usuarios

PROGRAMA *IMPULSE*

Creatividades para promocionar el programa de aceleración del Espacio Res.



INSTAGRAM

REELS / VÍDEOS

Crear vídeos dinámicos, cortos y creativos



Tips para emprendedores.

Comentados por los propios trabajadores del Espacio REs.



Casos de éxito

Casos destacados de las Startups con las que trabajan o han trabajado, por los propios emprendedores.



LINKEDIN

¿El objetivo principal?
Generar comunidad.



Contenido enfocado en dar a conocer diferentes datos de interés, novedades y últimas noticias en el sector tanto de emprendimiento, startup, como tecnológico.



Compartir el trabajo realizado por las diferentes startups con las que colaboran o han colaborado



Generar conversación con casos puntuales con ánimo de generar ideas, creatividad, comunidad, etc.



TWITTER

¿El objetivo principal?
Generar comunidad.



Contenido enfocado en generar conversación, aportando datos, consejos, novedades, pero de forma más breve que en otra red social.



Interactuar con referentes del sector, compartiendo contenido.



Reutilizar el contenido que se presenta en otras redes sociales pero adecuando el tono a la plataforma.



Presentar los contenidos más educativos en **hilos**.



YOUTUBE

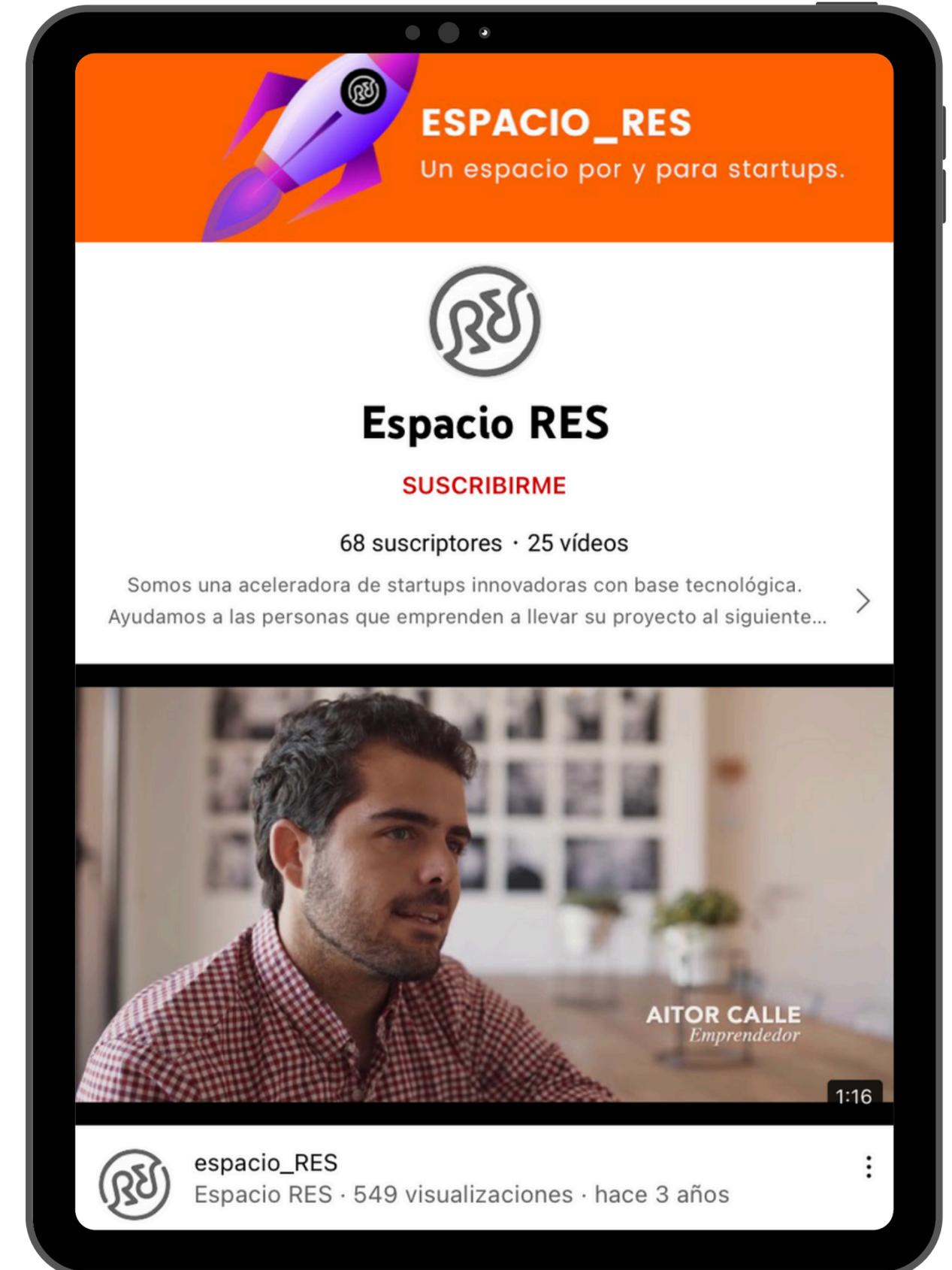
¿El objetivo principal?
Generar comunidad.



Contenido únicamente educativo. Son videos más largos orientados a personas que ya conocen la empresa o a nuevos clientes potenciales.



Proponemos hacer varias listas dentro de nuestro canal: Charlas de expertos, charlas con emprendedores, entrevistas y pitch de las startups.



TIKTOK

¿El objetivo principal?
Generar comunidad.



Contenido enfocado a hablar de la propia empresa y generar interacción. Con un tono menos serio y cercano.



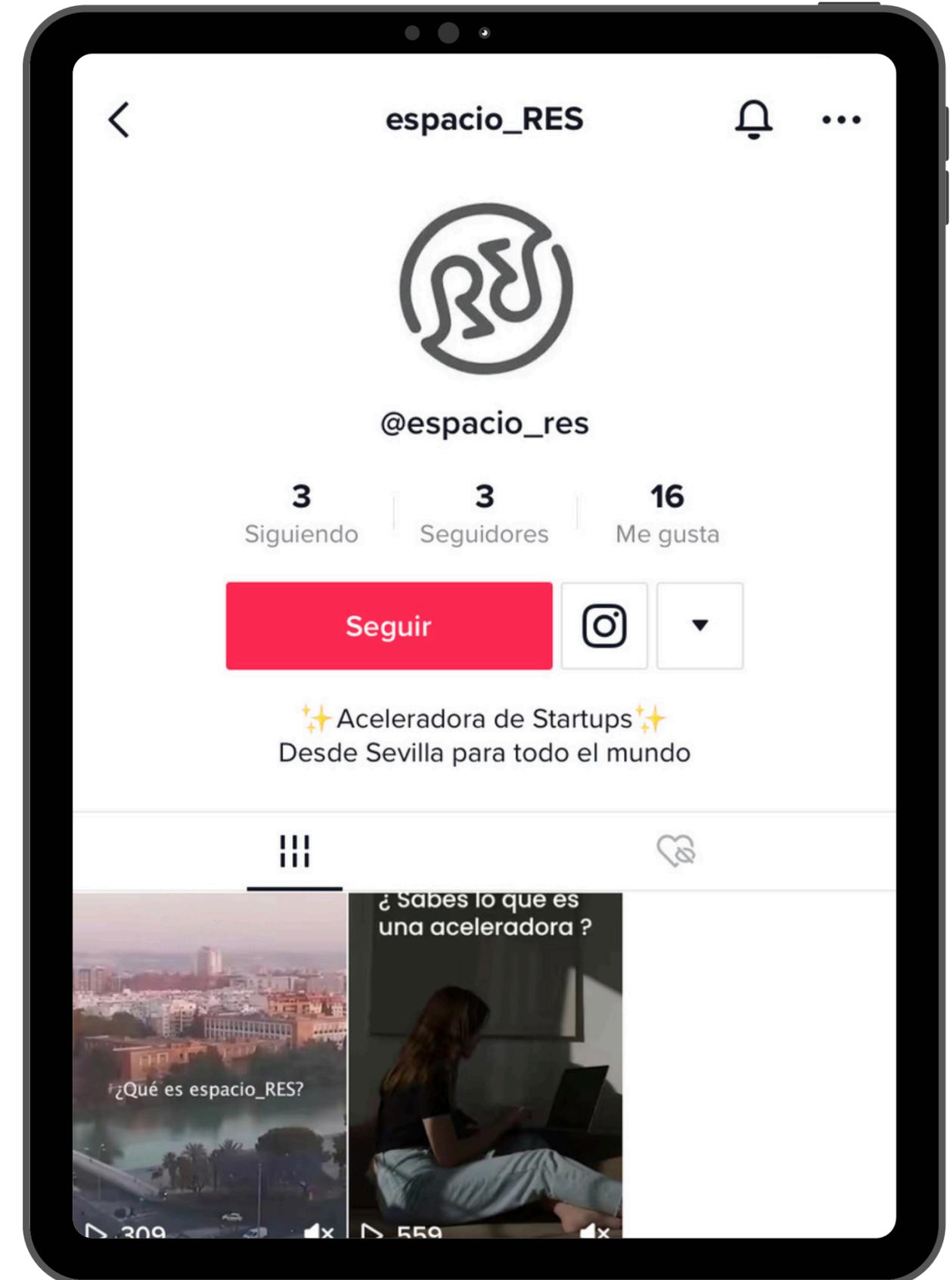
Videos desde la oficina con el personal para crear un ambiente más cercano y acercarnos a los usuarios.



En el contenido debería quedar reflejado el propósito de la empresa: misión, visión y valores.



Hacer publicaciones sobre los diferentes programas que tiene Espacio Res, con el objetivo de llegar a un público más joven que quizás no esté en twitter o LinkedIn. Contenido muy fresco y dinámico,..





CALENDARIO DE CONTENIDO

Feb 2021

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1	2	3	4	5	6
8	9	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27
28					

Junio

1

LUNES

Semana 1



Post
Story
Compartir artículos/tendencias

Semana 2



stories

Semana 3



stories

Semana 4



Stories

Semana 5



Post
Stories

2

Martes



Vídeo
Compartir artículos/tendencias



Vídeo

3

Miércoles



Post
Story



Vídeo. | Post



Compartir artículos/tendencias



Post



Post | vídeo

4

Jueves



Hilo de Twitter



Post
Story



Hilo de Twitter



Hilo de Twitter



Vídeo. | Post

5

Viernes



Reel



Compartir artículos/tendencias



Compartir artículos/tendencias
Post
Story



Reel



Compartir artículos/tendencias

BREVE

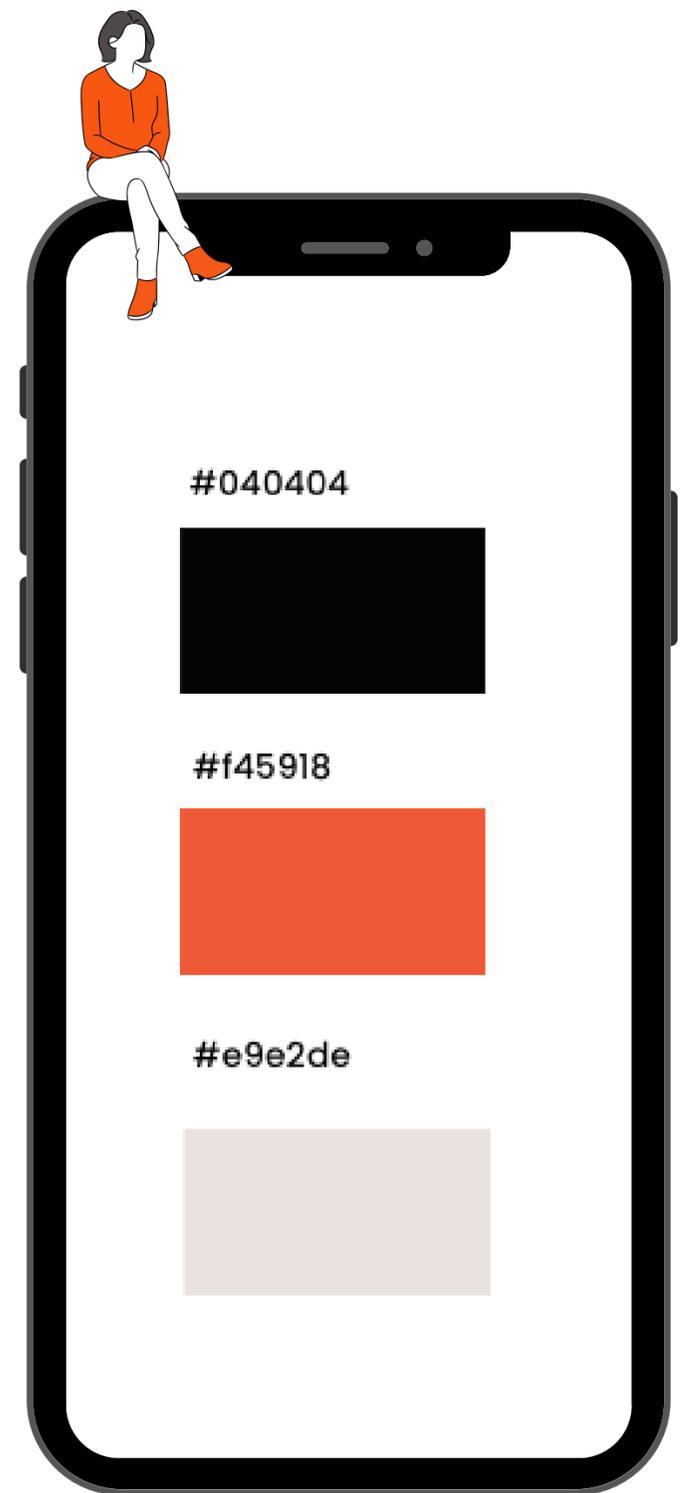
GUÍA DE ESTILO

Tipo de letra empleada denota jovialidad, cercanía, decisión, futuro, transformación y tecnología.

Tono de voz: cercano, amable, directo

Hashtag: #espacios #startups #startuplife #aceleradora #emprendimiento #business #entrepreneurship #entrepreneurlife

Colores corporativos: negro, naranja y gris muy claro.



Herramientas

Estadísticas propias de las redes sociales

Facebook insights, twitter analytics, youtube analytics

Acortadores de URLs

Nos permite trackear la actividad en los links que ponemos en las redes sociales

Google Analytics

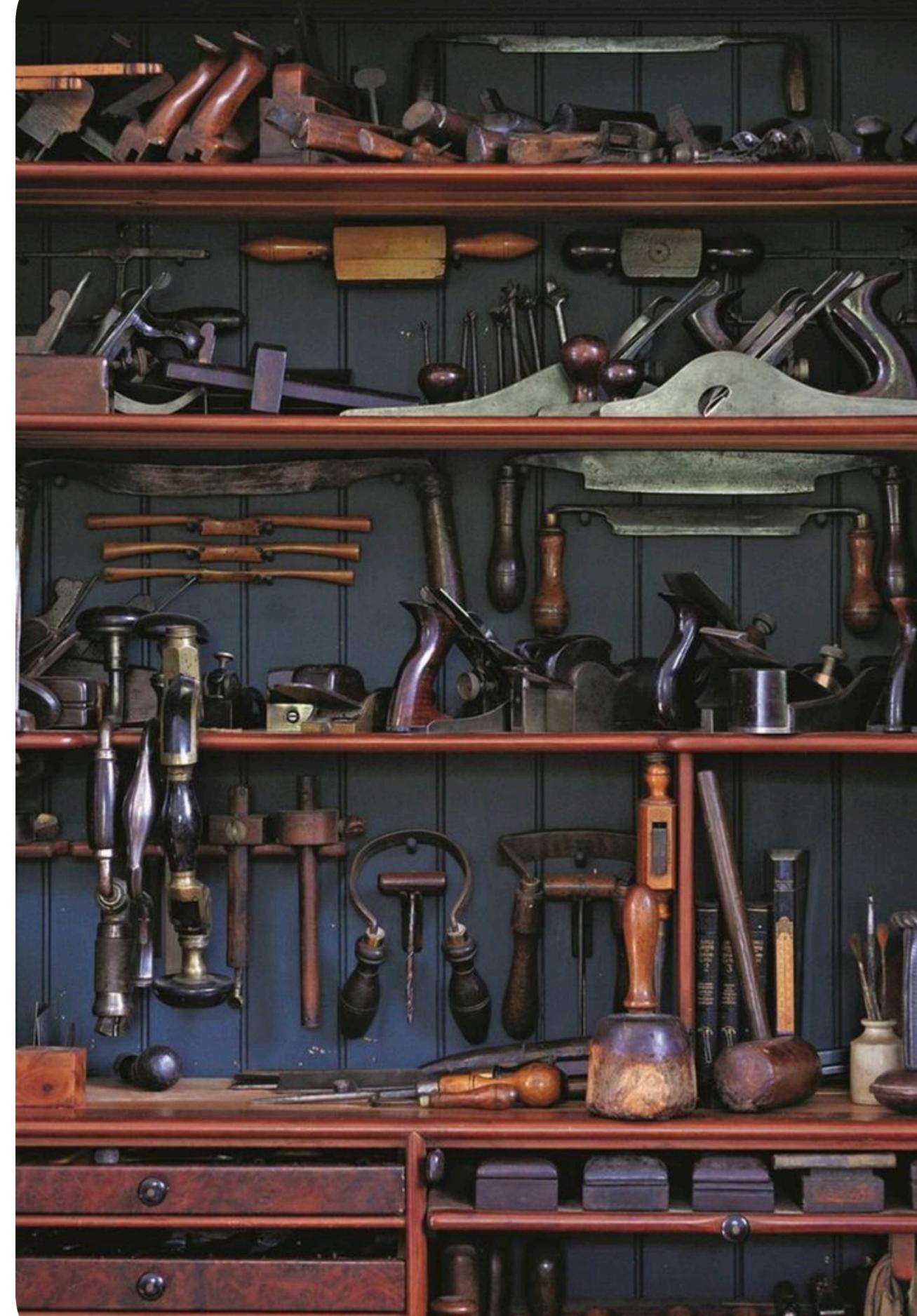
Nos permite monitorizar el tráfico desde redes sociales hasta nuestra web.

Hootsuite

Servicio con el que conectamos nuestras cuentas de redes sociales para una administración en línea centralizada

Social Mention

Nos permite hacer mediciones sociales en redes y analizar los contenidos, comentarios, fotos, videos, blogs y posts que sean públicos, compartidos por los usuarios en Internet.



PROPUESTA DE ACCIÓN CON INFLUENCIADORES



Influenciadores

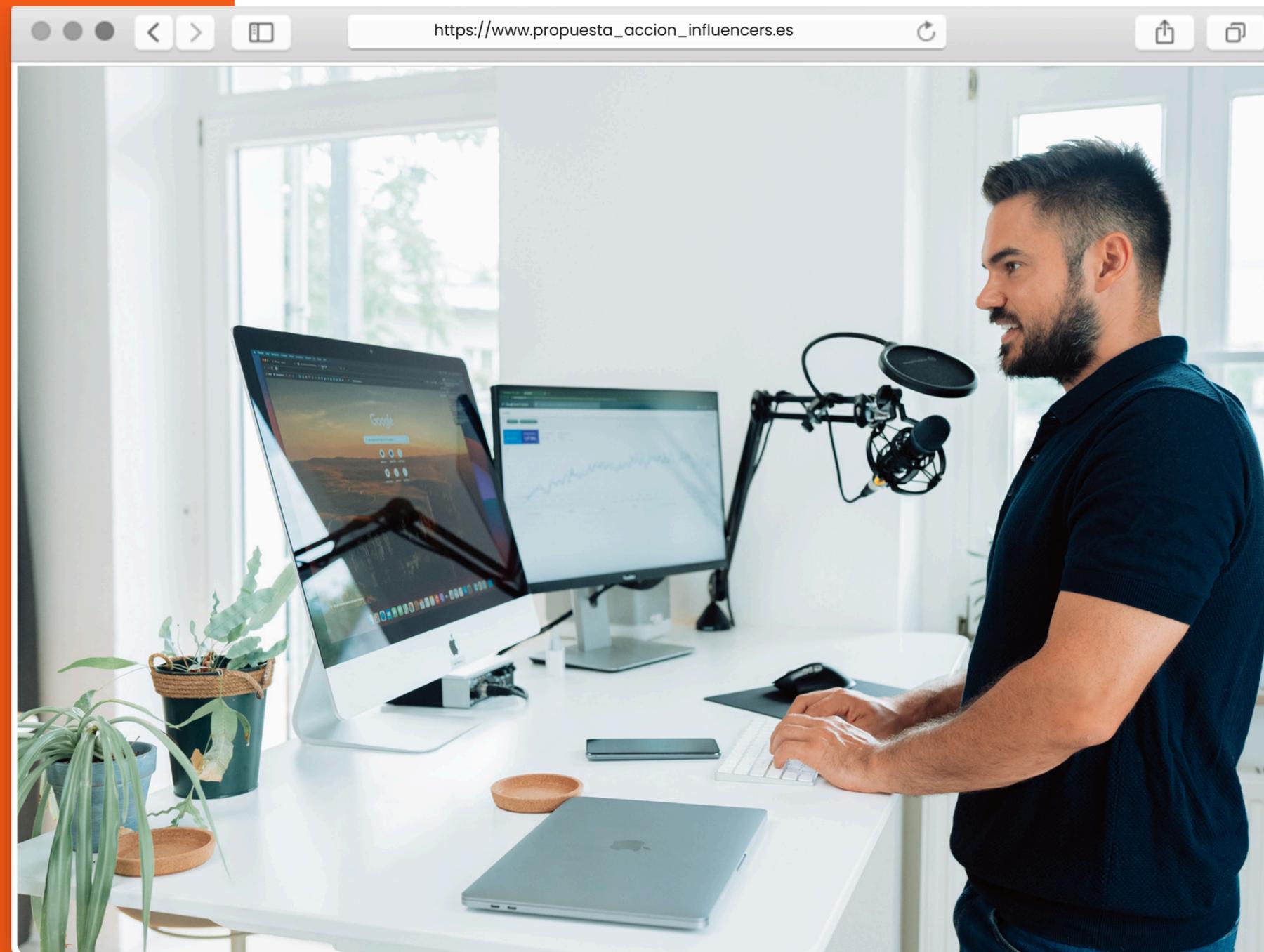
PROPUESTA ACCIÓN

INFLUENCIADORES

@Juanmerodio
@JulioAlonso CEO de Weblogs SL
@Yoriento (Alfonso Alcántara)
@Vilmanunez
@Davidhawkers
@Eduardoarcos

¿COMPARTES LA SEMILLA
DEL DIABLO? 🙄🚀

#AcciónEspacioRes



PROPUESTA DE ACCIÓN

¿COMPARTES LA SEMILLA DEL DIABLO? 🙄🚀

#ACCIÓNESPACIORES

PROPUESTA

Espacio Res crea la **semana de "La semilla del diablo"**, a la cual, los diferentes influencers seleccionados se unen compartiendo en sus redes sociales, qué les motivó a emprender y desde cuándo tiene la "semilla del diablo".

El objetivo es animar a los usuarios a que emprendan en sus proyectos, que escuchen casos de éxito en primera persona, a motivarlos, y a **darle a conocer Espacio Res.**

La idea es que vean Espacio Res como la aceleradora que puede desarrollar esos proyectos que tienen en mente y no se han planteado llevar a cabo.

PUESTA EN ACCIÓN

Directo

2 Instagram stories

1 Post

*La semilla del diablo es esa necesidad de emprender que te entra por el cuerpo y que no puedes evitar. Ay, ay, ay, más que un estilo de vida, es una forma de ser. En espacio res la tenemos....¿y tú? 🙄🚀

Os escuchamos

Es fundamental conocer que opina nuestra audiencia, consideramos que es necesario para saber si vamos por buen camino. Utilizaremos Hootsuite como herramienta de escucha online, ya que no contamos con un gran presupuesto.

Haremos un seguimiento de los siguientes términos:

- Startup
- Emprendimiento
- Sevilla
- Espacio Res
- Aceleradora
- Negocios
- Innovación
- Tecnología



Campaña de publicidad en Medios Sociales



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

RED SOCIAL: INSTAGRAM

PÚBLICO

Mujeres y hombres de entre 25 - 45 años que tienen en mente algún proyecto, o están interesados en los nuevos negocios

VALE, YA NOS CONOCEN... ¿AHORA QUÉ?

Buscamos que nos sigan en la red social y que estén pendientes de nuestras publicaciones. El objetivo principal de la campaña es generar engagement y una comunidad activa en nuestra plataforma.

Y que todas estas acciones les redirijan al resto de redes sociales y página web para que tengan acceso a un contenido 360°

INDICACIONES

Contenido dinámico y creativo.

Humanicemos la marca (pongámonos cara)

Uso de emojis: 🚀, 👁️, 🧑, 💡, ...

Uso de hastags: #EspacioRes #Startup #StartupLife #CoWorking

OBJETIVOS



NOTORIEDAD



ESTRATEGIA DE MARCA



COMUNIDAD



ENGAGEMENT



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

RED SOCIAL: LINKEDIN

PÚBLICO

Mujeres y hombres de entre 30 - 55 años que llevan varios años en el mundo laboral, conocen el mundo de las startups y pretenden invertir en algún proyecto.

VALE, YA NOS CONOCEN... ¿AHORA QUÉ?

Buscamos que nos sigan, que interactúen en nuestras publicaciones, recomendándonoslas a sus usuarios para aumentar el alcance y compartan.

También, queremos generar conversación e invitarles a que comenten con ánimo de generar conversación.

INDICACIONES

Contenido de éxito sobre las startups con las que trabajan / han trabajado.
Contenido de superación sobre startups que no han tenido tanto éxito pero que se han superado con creces.

Videos de Pitch de cada startup

Interactuar con nuestros seguidores (dándoles a me gusta y comentando)

Uso de emojis: 🚀, 👁️, 💻, 💡

OBJETIVOS



REPUTACIÓN



INFORMAR



COMUNIDAD



INTERACCIÓN



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

RED SOCIAL: TWITTER

PÚBLICO

Mujeres y hombres de entre 25 - 45 años que tienen en mente algún proyecto, o están interesados en los nuevos negocios

VALE, YA NOS CONOCEN... ¿AHORA QUÉ?

Buscamos que nos sigan en la red social y que estén atentos a nuestro contenido en formato de: hilos, tweets y contenido compartido sobre las startups con las que trabajamos.

Red social orientada a redirigir a nuestros usuarios al blog y a youtube. Compartir contenido y generar conversación.

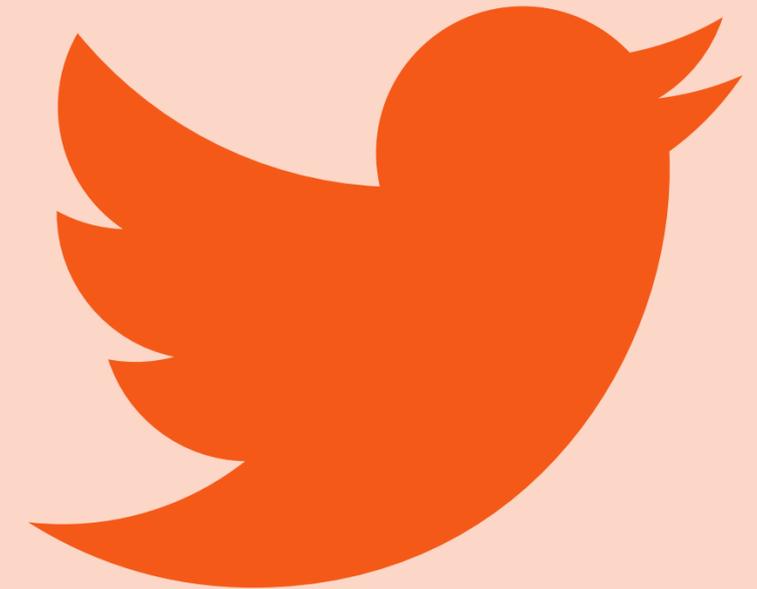
INDICACIONES

Contenido dinámico y creativo.

Humanicemos la marca y quitémosle hierro al asunto (seamos divertidos, cercanos y formales, no son incompatibles)

Uso de emojis: 🚀, 👁️, 🧑, 💡, ...

Uso de hastags: #EspacioRes #Startup #StartupLife #CoWorking



OBJETIVOS



EDUCAR



HUMANIZAR LA MARCA



COMUNIDAD



ENGAGEMENT

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

RED SOCIAL: TIKTOK

PÚBLICO

Mujeres y hombres de entre 25 - 35 años que tienen en mente algún proyecto, o están interesados en los nuevos negocios

VALE, YA NOS CONOCEN... ¿AHORA QUÉ?

Tiktok servirá como eje central para redirigir a todos los usuarios que nos sigan al resto de redes sociales. Se publicará un contenido mínimo pero dinámico, creativo y divertido que les dejará con ganas de ¡más!

INDICACIONES

Contenido dinámico, creativo y de calidad.

Hacer uso de challenges

Videos desde la oficina ¿Cómo trabajamos?

Uso de emojis: 🚀, 👁️, 🧑💻, 💡, ...

Uso de hastags: #EspacioRes #Startup #StartupLife #CoWorking



OBJETIVOS



VIRALIDAD



NOTORIEDAD



ESTRATEGIA DE MARCA



COMUNIDAD

PROPUESTA VISUAL:



INSTAGRAM



Conversación entre amigos para publicar en stories.



Tono divertido



Tiene el IDEÓN pero no lo lleva a cabo por la falta de financiación u desconocimiento. Se lo cuenta a un amigo y este le descubre su solución: ESPACIO RES.



POST INSTAGRAM



INSTAGRAM STORIES



TWITTER



Espacio Res es una empresa que funciona como un cohete! ayudamos a los demás y tratamos de conseguir los mejores resultados para ellos, y lo demuestran nuestras cifras.



Usarlas para un tweet en el que invitamos a los clientes a contar con nosotros



TIKTOK



TikTok es la red social de los videos, en ella el contenido debe ser dinámico y atrayente



Nuestra idea es lanzar un video o varios, en el que enseñamos nuestras instalaciones, ESPACIO RES POR DENTRO!!! Todos sus entresijos y salas.



Por otro lado, presentar a todos nuestros compañeros/as! Contar nuestras mejores anécdotas y transmitir nuestro buen rollo a toda la plataforma



Copy sencillo y llamativo:
¿Nos conoces? Adéntrate en nuestra ofi...

WHY RES

+3M
fondos captados

77%
ratio de supervivencia

+120
startups

Espacio_RES ha acelerado a diferentes proyectos que se han convertido en startups de éxito y referencia. Algunas internacionales.

WHY RES

+120
startups aceleradas

Marco Estratégico de Trabajo

1

RESULTADO
ALCANZABLE

OBJETIVOS

- ¿Cuáles son los objetivos de negocio?
- ¿Cuáles son los objetivos de marketing y/o comunicación?
- ¿Cómo pueden los medios sociales alcanzar dichos objetivos?

2

INVESTIGACIÓN
Y ANÁLISIS

KEY FINDINGS

- ¿Qué caracteriza la **cultura** y el entorno en materia de medios sociales?
- ¿Qué podemos aprender de nuestros **competidores**?
- ¿Cuál es la situación de la **compañía** en el ámbito digital?

3

PÚBLICO
OBJETIVO

INSIGHTS
CONSUMIDORES

- ¿A quiénes nos vamos a dirigir?
- ¿Qué "dicen" nuestros públicos?
- ¿Cómo utilizan los medios sociales?
- ¿Qué les aportará valor?
- ¿Quiénes son los líderes de opinión?

4

PLATAFORMA
ESTRATÉGICA

ESTRATEGIA

- ¿Qué ideas o ideas vamos a establecer como plataforma para construir nuestra estrategia?

Plan
de contenido

Plan
de activación

5

PLAN DE
ACCIÓN

TÁCTICAS

- ¿Qué plataformas vamos a poner en marcha?
- ¿Qué acciones vamos a realizar en base a nuestra estrategia?

6

MEDICIÓN Y
EVALUACIÓN

KPIs

- ¿Cómo mediremos el éxito de nuestras acciones?
- ¿Cómo adaptamos nuestra estrategia y acciones a las lecciones aprendidas?



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE MEDIR?

**(LÍNEA Z APUESTA POR NO MEDIR SUS PALABRAS,
PERO SIEMPRE MEDIR KPIS)**

¿Qué medimos?

Es muy muy muy importante la medición en nuestro trabajo.

Vamos a utilizar los indicadores de desempeño para medir y dar seguimiento de las acciones que vamos a llevar a cabo, y así conseguir nuestros objetivos planteados

Branding: Número de compartidos

Conversiones: Número de "clicks" en una url

Engagement: Número de comentarios

Fidelización: Número de visitantes recurrentes a nuestra web

¿Por qué lo medimos?

Es fundamental conocer las métricas de tus redes sociales, poder saber qué acciones están consiguiendo relevancia e interacción y por el contrario cuáles se están quedando en el olvido es un PLUS para todos, los usuarios disfrutarán del contenido y nosotros de las muchas y muchas visitas!



KPI's Dashboard



KPIs DASHBOARD

NOTORIEDAD

Reach, número de personas a las que hemos llegado

Volumen de menciones en redes sociales

Tasa de interacción (likes, retweets, comentarios)

Porcentaje entradas a la web vía redes sociales

INTERÉS

Tiempo dedicado a página web

Relación entre medios owned y earned

Tasa de conversión

Analíticas propias redes sociales

FIDELIZACIÓN

Porcentaje de visitantes de conocidos

NPS: Net Promoter Score

Vuelta a nosotros tras lo conseguido.

Empresas que comparten su experiencia

RECOMENDACIÓN

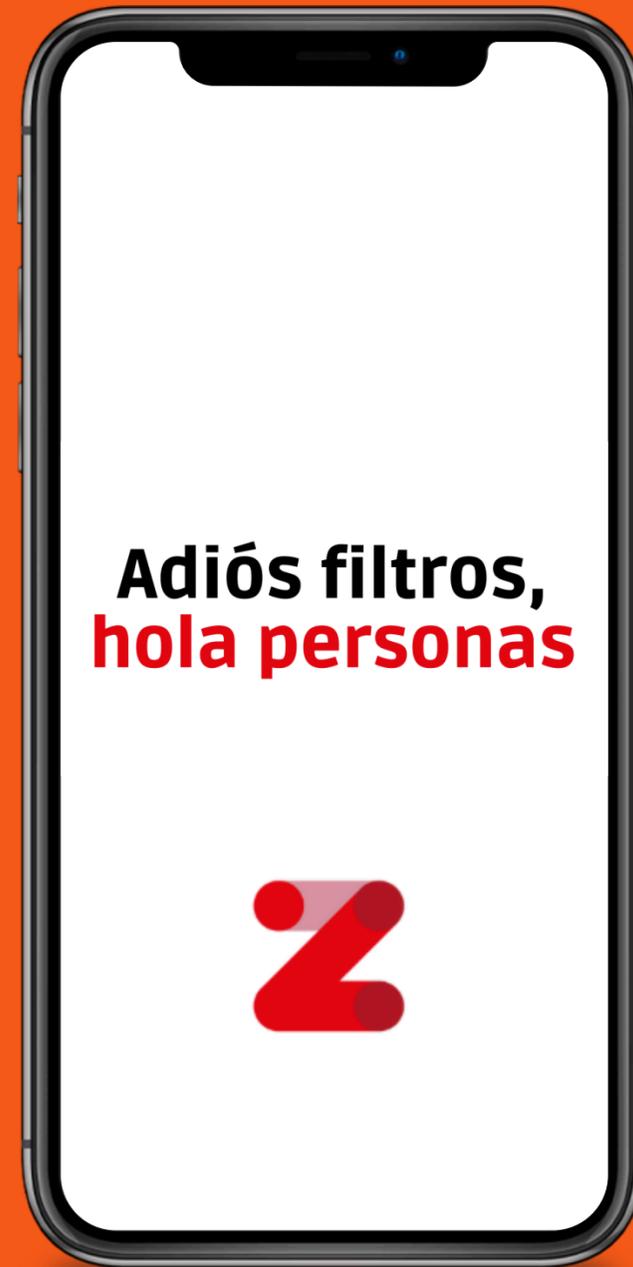
Uso de hashtags

Post compartidos

Nuevos usuarios que vienen por contenido compartido/visitas

Historias, perfiles o publicaciones compartidas

**¡EEYYY,
HASTA EL**



@lineaz_---



@lineaz_---



@Lineaz



**Avda. de las Universidades
S/N. 41704, Dos Hermanas
Sevilla.**

**PRÓXIMO
DESTINO!**

Línea z

#AQUÍSEHABLACOMOSEES

¡GRACIAS!