



El Tsunami Digital Llegó a Tafirol !

AGENDA

- I: Presentación
- II: Tsunami Digital
- III: Multiplataforma y Redes Sociales



PRESENTACIÓN KEIRETSU: SIGNIFICADO

系列 **Keiretsu**
consultancy services

#tafirelnonstop



TOYOTA



HONDA



**MITSUBISHI
MOTORS**



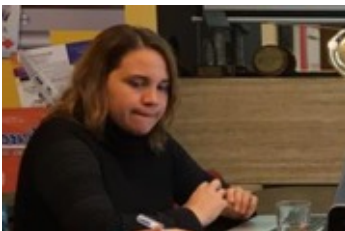
PRESENTACIÓN KEIRETSU: METODOLOGÍA



PRESENTACIÓN KEIRETSU: EQUIPO



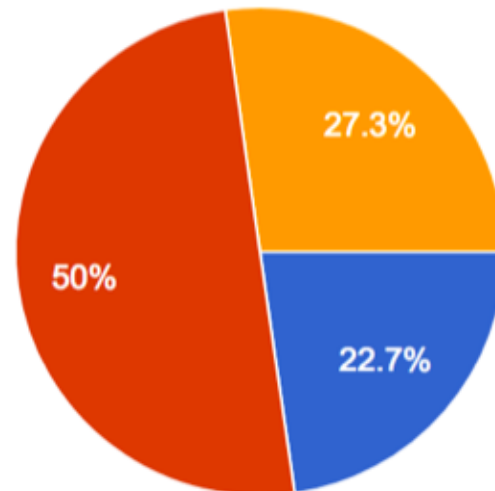
#tafireInonstop



PRESENTACION TAFIREL

1. De acuerdo a su edad... ¿En qué categoría está?

22 responses



- Baby Boomers (1946-1964) 50 a 68 años aprox.
- Generación X (1965-1980): 37 a 49 años aprox.
- Millennials o Generación Y (1981-2000): 18 a 36 años
- Nativo Digital (menos de 18 años)

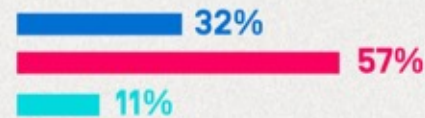
THE GENERATIONS IN THE WORKPLACE

BASED ON A SURVEY OF 1,200 WORKERS ACROSS DIFFERENT GENERATIONS MEASURING THEIR STRENGTHS & WEAKNESSES

EXECUTIVE PRESENCE



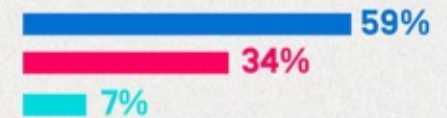
GENERATING REVENUE



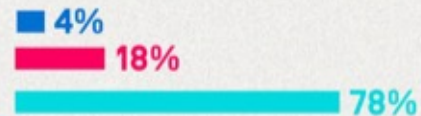
ADAPTABILITY



COST-EFFECTIVENESS



TECH SAVVINESS



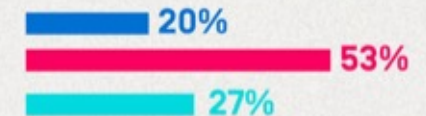
RELATIONSHIP BUILDING



PROBLEM SOLVING



COLLABORATION



BABY BOOMERS

BORN: <1963

PROS: Productive, hardworking, team players, mentors

CONS: Less adaptable, less collaborative



GEN X

BORN: 1963-1980

PROS: Managerial skills, revenue generation, problem solving

CONS: Less cost-effective, less executive presence



MILLENNIALS

BORN: 1980-1995

PROS: Enthusiastic, tech-savvy, entrepreneurial, opportunistic

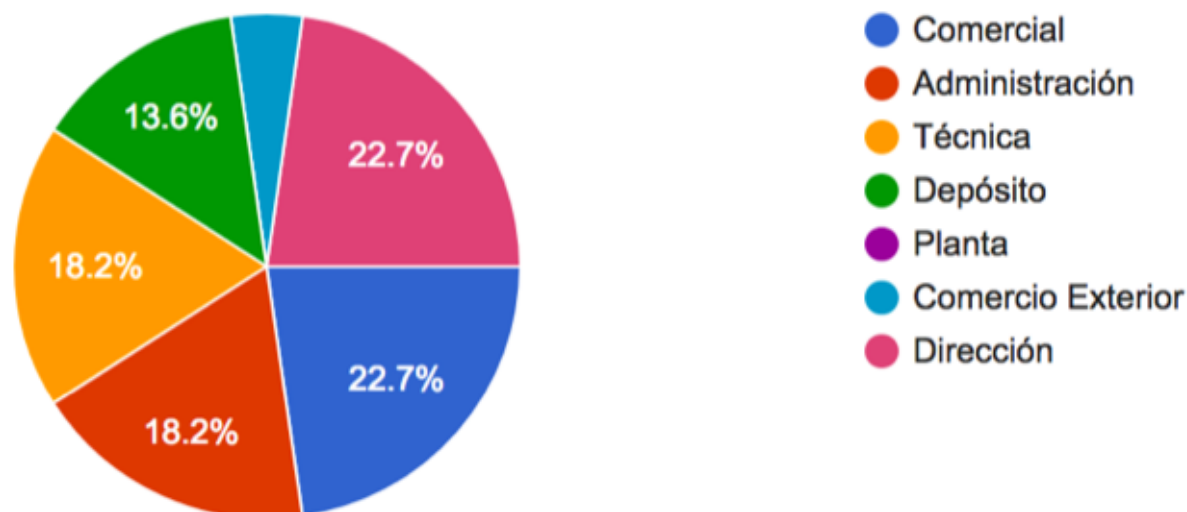
CONS: Lazy, unproductive, self-obsessed



PRESENTACION TAFIREL

2. ¿En qué área trabaja? (si trabaja en más de una, indique el área a la cual dedica mayor parte de su tiempo)

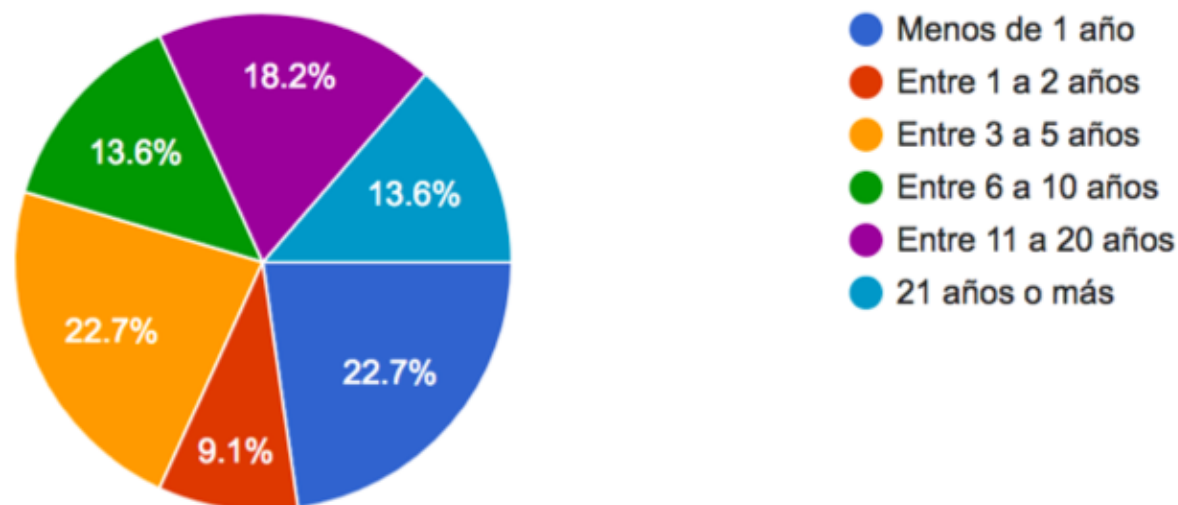
22 responses



PRESENTACION TAFIREL

3. ¿Cuántos años hace que está en la empresa?

22 responses

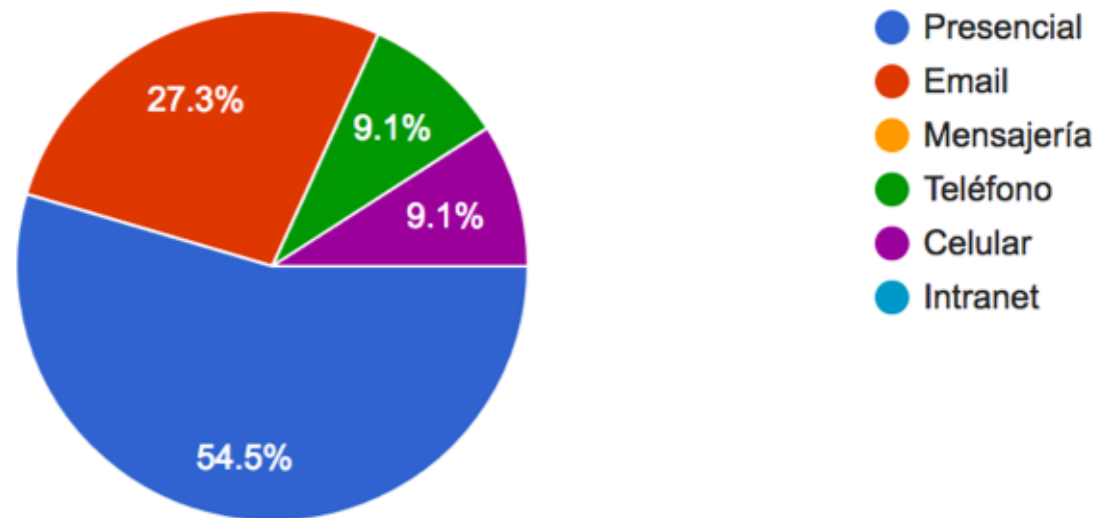


***El 70% tiene menos de 10 años
en la empresa***

PRESENTACION TAFIREL

4. ¿Cuál es mi canal de comunicación preferido para conectarme con mis compañeros de trabajo?

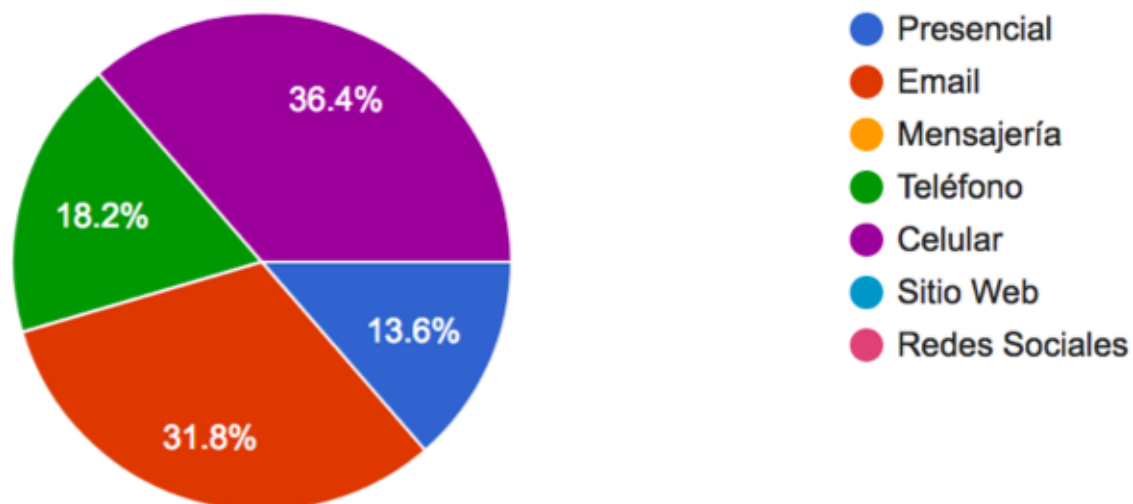
22 responses



PRESENTACION TAFIREL

5. ¿Cuál considero que es el canal más efectivo para que los clientes de TAFIREL se comuniquen con la empresa?

22 responses





ESTRATEGIA

***“Trabajar muy cercano
al productor
y traer muy rápido,
productos nuevos”.***



TSUNAMI DIGITAL



¿Por qué Tsunami Digital?

#tsunami



Bea @B_Silva_Alfaro · 4h

#PuntadelEste #Tsunami así está ahora



Cheli Werner™ @CheliWerner · 5h

Un #Tsunami no puede entrar a este país xq tendría que pagar impuestos - Tsunami inteligencia



31

45



Cris @migales_cris · 1h

En serio hicieron que #Tsunami sea tendencia en el país? Eso significa que, realmente nos merecemos uno 🌊🌊🌊

2

3

9



bocha... @BoschiMauricio · 1h

#Tsunami ta ya salieron a decir que no es que se retiro el agua, sino que el país está creciendo



Pelado #61496 @NicoLaviano · 4h

Al parecer se viene el #Tsunami pero como a Uru todo llega tarde, esperemoslo para dentro de 3 o 4 semanas capaz...



10

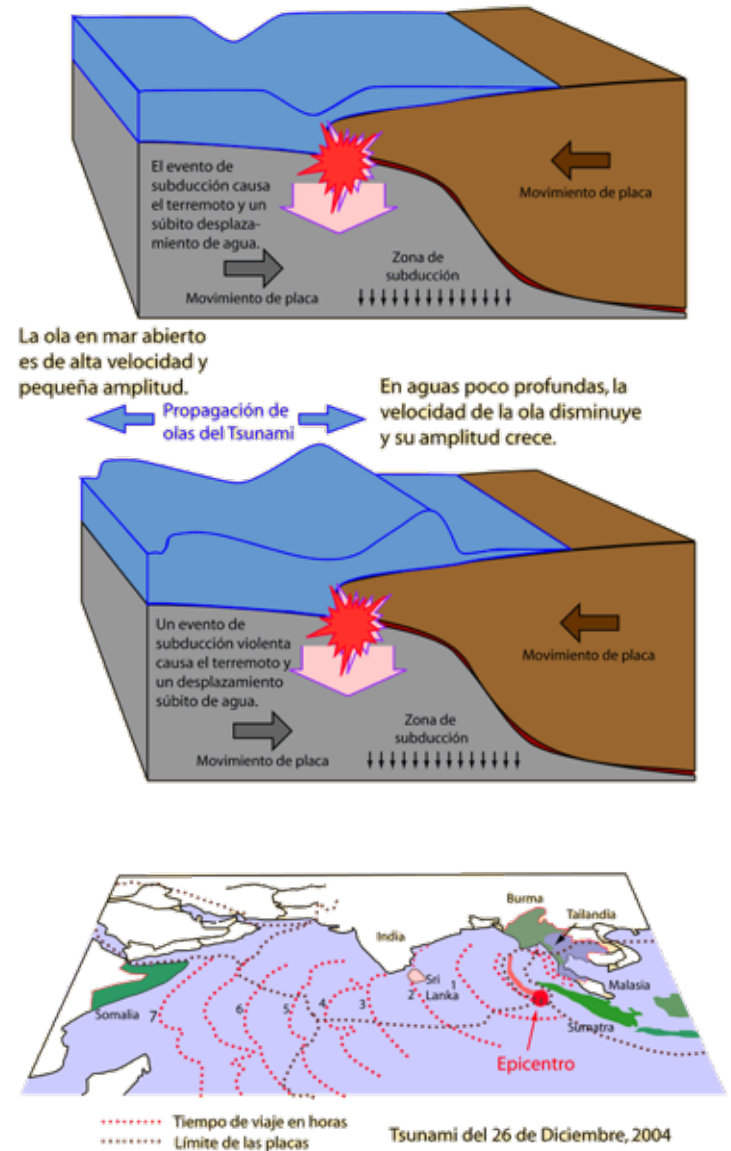
14



Tsunami... Definición:

Un **tsunami** es un evento complejo que involucra un grupo de olas de gran energía y de tamaño variable que se producen cuando algún fenómeno extraordinario desplaza verticalmente una gran masa de agua.

Las ondas de los **tsunamis** tienen gran velocidad (500km/h en promedio) y gran longitud (más de 100km de extensión) en aguas profundas.



Tsunami

“Fenómenos que lo Originan”

Terremotos

Activaciones
volcánicas



Meteoritos

Explosiones
bajo el nivel
del mar

Tsunami Digital

“Fenómenos que lo Originan”

social media



E-commerce



Publicidad
Digital



content



plataformas



métricas & KPIs



¿Por qué Tsunami Digital?



EASY TAXI



iTunes



Spotify

De lo físico a lo digital....

CONVENIENCIA

¿Por qué Tsunami Digital?

NO VOY EN TAXI



JUEVES 19 DE NOVIEMBRE



CONVENIENCIA

Tsunami Digital... Ondas de cambio...



JC Penney, cadena de tiendas departamentales, anunció que cerrará 140 tiendas en 2 meses para competir mejor contra la amenaza de los retailers online.

Tsunami Digital... Ondas de cambio...



Best Buy está reduciendo sistemáticamente su base de tiendas en los Estados Unidos, para ser más eficientemente en la era de las compras digitales.

¿Por qué Tsunami Digital?

系列 KeireTsu
consultancy services

#tafirelnonstop



De lo digital a lo físico....

EXPERIENCIA

¿Por qué Tsunami Digital?

系列 KeireTsu
consultancy services

#tafirelnonstop

**"A todos nos va a llegar
nuestro Uber"
Avaro Moré.**



**mercado
pago**

 **bitcoin** 



MVDCOBROS



airbnb

NETFLIX

kindleunlimited

UBER



SOMOS

PRIMERA PLATAFORMA
DE ACOMPAÑANTES



RPA MEDIA PLACE

PROGRAMMATIC ADVERTISING

SINERGIA

C O W O R K M V D

PREGUNTA:

¿Le llegó el UBER



Tsunami Digital

“Fenómenos que lo Originan”

social media



E-commerce



Publicidad
Digital



content



plataformas



métricas & KPIs



PLATAFORMAS



El dispositivo desde el cual
nos conectamos

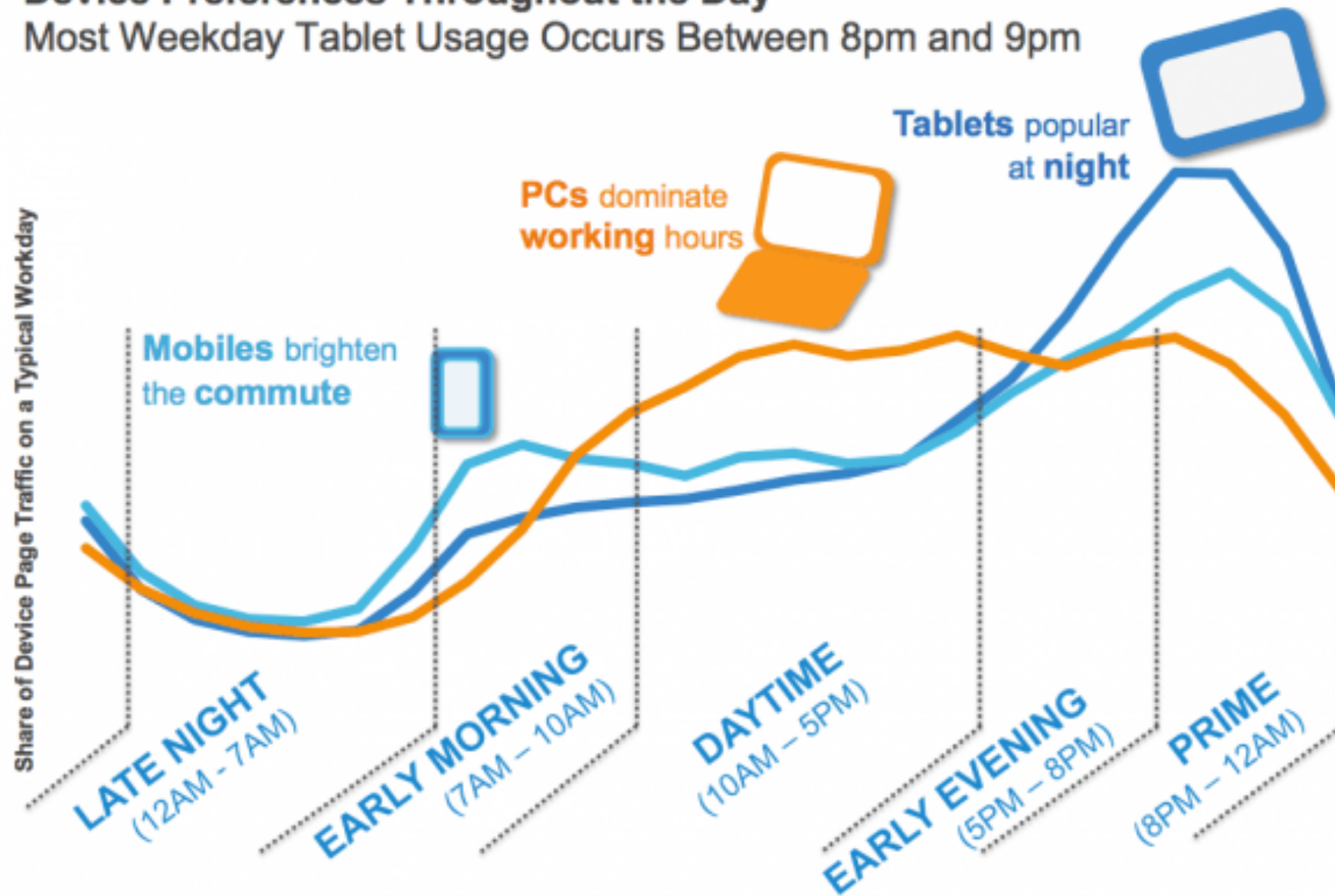
Plataformas

“Always on”



Device Preferences Throughout the Day

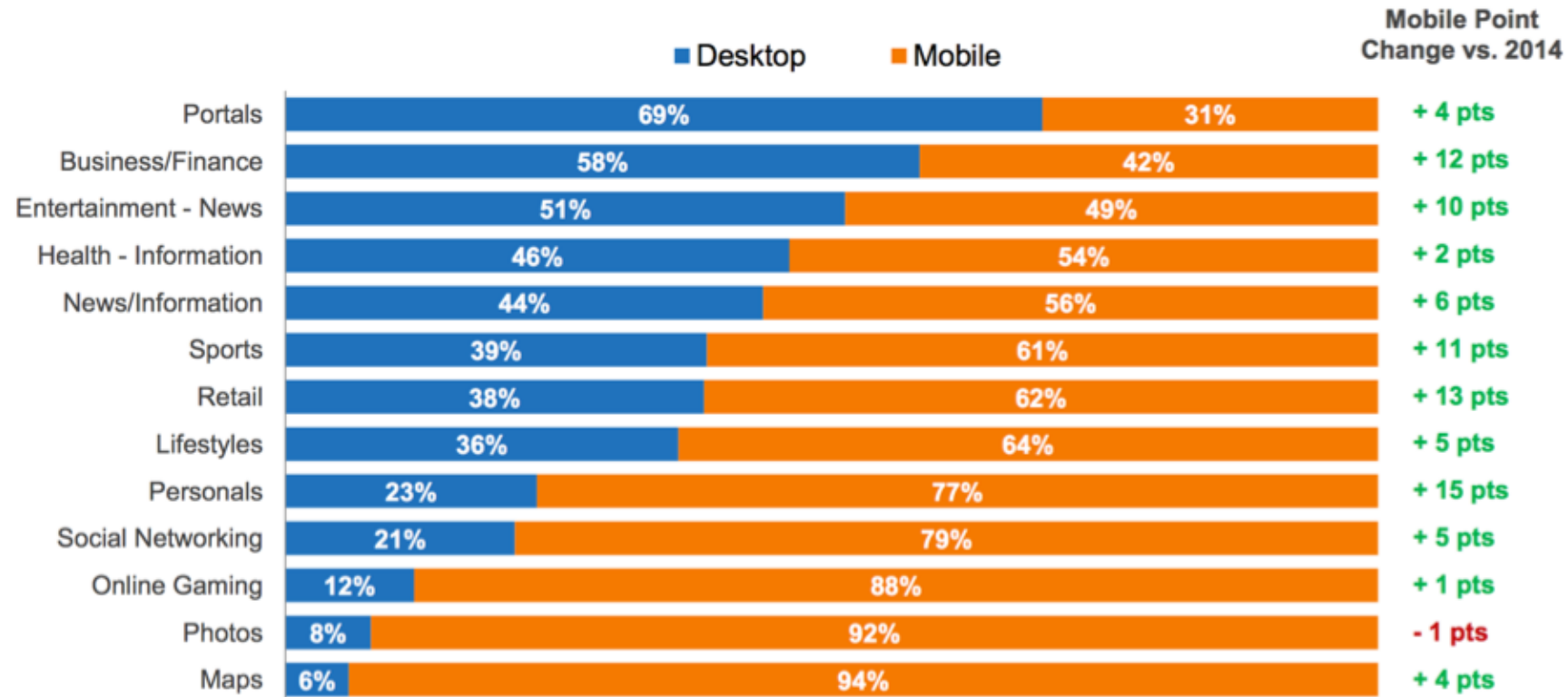
Most Weekday Tablet Usage Occurs Between 8pm and 9pm



Plataformas: ¿Qué hacemos?

Share of Content Category Time Spent by Platform

Source: comScore Media Metrix Multi-Platform, U.S., Dec 2015



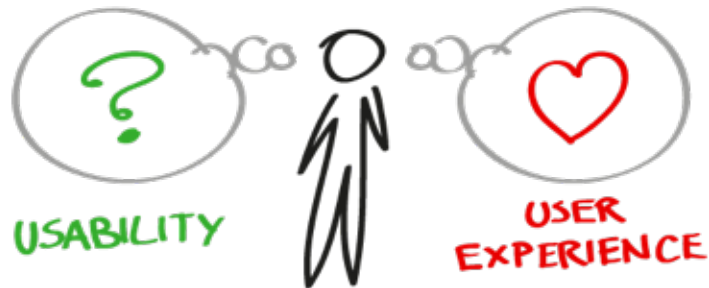
El consumo es mayor en móviles.
Hay categorías como el “retail” y “medios”
que también ahora son móviles!



WEB



1. Responsive Design



2. Usabilidad



3. SEO

Responsive Design



Responsive Design

El diseño web adaptable
es una filosofía de diseño y desarrollo
cuyo objetivo es adaptar la apariencia de las
páginas webs al dispositivo
(TVs, PCs, notebooks, tablets, smartphones, etc)
que se esté utilizando para visitarlas.

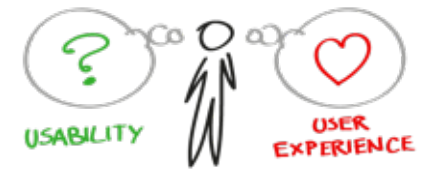


Usabilidad

**La usabilidad es como el oxígeno,
nunca se sabe dónde está,
hasta que te hace falta.**



Usabilidad



La Usabilidad se refiere a la facilidad con que las personas pueden utilizar una herramienta particular o cualquier otro objeto fabricado por humanos con el fin de alcanzar un objetivo concreto.

En interacción persona-ordenador, la usabilidad se refiere a la claridad y la elegancia con que se diseña la interacción con un programa de ordenador o un sitio web.



SEO



SEO es una sigla que procede de la expresión inglesa **Search Engine Optimization**.

Se trata de la técnica que consiste en optimizar un sitio web para que alcance el **mejor posicionamiento posible** en los **buscadores de Internet**.



SEO / SEM

alquiler de autos cerca al aeropuerto



All

Maps

Images

News

Videos

More

Settings

Tools

About 12,600,000 results (0.64 seconds)

Alquiler de Auto en SDC - Aeropuerto. El Mejor Precio - rentalcars.com

(Ad) www.rentalcars.com/Aeropuerto/SDC

4.3 ★★★★★ rating for rentalcars.com

Compara entre 900 Proveedores. Encuentra el Coche Adecuado, al Mejor Precio

Marcas: Audi, BMW, Fiat, Ford, Hyundai, Mercedes, Peugeot, Renault, Toyota, Volkswagen

Tipos: Económico, Mini, Compacto, Minivan, Intermedio, Premium, 4X4, Familiar, SUV, Descapotable

Budget en SDC Aeropuerto

Dollar en SDC Aeropuerto

Avis en SDC Aeropuerto

Enterprise SDC Aeropuerto

Alquiler De Auto En Chile - Aeropuerto. 51% Ahorran Muchísimo

(Ad) www.economycarrentals.com/Chile

El Mejor Servicio Al Mejor Precio.

Alquile Ahora Desde €17/Día. - Ahorre Rentando en Albania

(Ad) www.carflexi.com/Alquiler-Auto/en-Albania

4.8 ★★★★★ rating for carflexi.com

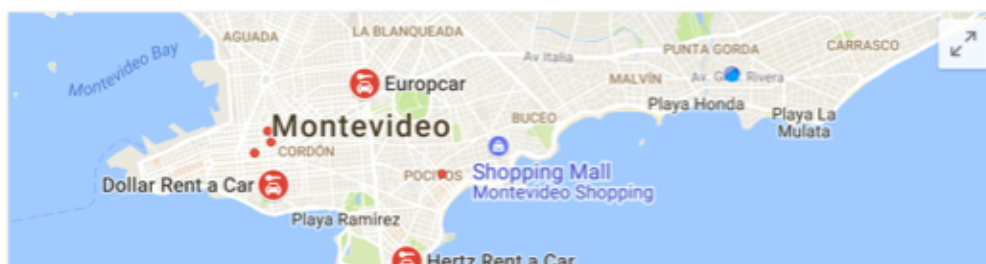
Busque, Compare y Ahorre Usando la Mayor Agencia de Alquiler de Auto del Mundo

Tipos: Mini, Económicos, Automáticos, SUV, 7 Plazas, 4x4, Minivan, Lujo

Alquiler Transporte - Traslados, Excursiones, Paseos

(Ad) www.busesdalfa.com.uy/

Ómnibus todas las capacidades, Tel.: 22098708 Whatsapp 098529829



Alquiler de coches en Montevideo Aeropuerto - Sixt rent a car

<https://www.sixt.com> > Sucursales > Uruguay > Montevideo > Translate this page

Welcome to Sixt in Montevideo. We are happy to serve your mobility needs. Sixt Montevideo Airport operates as a Meet & Greet branch. A Sixt employee will ...

Dollar Rent a Car Uruguay: Alquiler de autos en Montevideo, Colonia ...

www.dollar.com.uy/ > Translate this page

Dollar Rent a Car, empresa líder en autos de alquiler, cuenta con vehículos de ... Contamos con sucursales en Montevideo, Aeropuerto de Carrasco, Punta del ...

Europcar Uruguay: Alquiler de Autos, Rent a car

www.europcar.com.uy/ > Translate this page

Si necesita alquilar un Auto o Camioneta en Uruguay, Europcar le ofrece la mas variada seleccion de modelos, al mejor precio del mercado en Montevideo y ...

Alquiler de coches Aeropuerto De Carrasco - Avis - Oficina Avis

<https://www.avis.es/...alquiler-de-coches/.../aeropuerto-de-carrasco> > Translate this page

Consigue ofertas especiales y descuentos en vehículos de alquiler en el aeropuerto De Carrasco |

Alquiler de coches Avis - Alquiler de vehículos al reservar ...

Alquiler de coches automáticos en Montevideo Aeropuerto, Uruguay ...

www.rentalcars.com > Inicio > Uruguay > Montevideo > Translate this page

Alquiler Coches - Rentalcars.com ... Buscar Auto de alquiler ... Búsquedas similares; Cerca de Montevideo Aeropuerto; Ciudades populares en Uruguay ...

Rentadoras - Aeropuerto de Carrasco - Montevideo Uruguay

www.aeropuertodecarrasco.com.uy/rentadoras/ct_25/es/ > Translate this page

En Uruguay, viva la mejor experiencia alquilando un auto en Europcar. ... Europcar, galardonados como 'la Empresa de Alquiler de coches de Ocio Líder ...

Montevideo Aeropuerto alquiler de Coches desde 160 EUR / 190 ...

uruguay.rentalcargroup.com > ... > alquiler de coches Montevideo > Translate this page

★★★★★ Rating: 9.3/10 - 3 reviews

Montevideo Aeropuerto Comparador de alquiler de Coches desde 160 EUR / 190 USD por semana - alquile su coche en ... Cerca Montevideo Aeropuerto.

AVIS | Home

www.avis.com.uy/ > Translate this page

Inicio · Tarifas y Reservas · Ofertas · Flota · Oficinas · Contacto. ES. PO. EN. Reservar en Uruguay. Ver / Modificar / Cancelar ...

SEO / SEM

agroquimicos



[All](#) [Images](#) [News](#) [Maps](#) [Videos](#) [More](#) [Settings](#) [Tools](#)

About 1,250,000 results (0.48 seconds)

Por extensión, se conoce como **agroquímico** a la sustancia química que utiliza el ser humano con el objetivo de optimizar el rendimiento de una explotación agrícola. Dichos productos suelen utilizarse para luchar contra las plagas que afectan los cultivos y para favorecer un crecimiento más rápido de las plantas.



[Definición de agroquímicos - Qué es, Significado y Concepto](#)
[definicion.de/agroquimicos/](#)

About this result Feedback

[Definición de agroquímicos - Qué es, Significado y Concepto](#)
[definicion.de/agroquimicos/](#) [▼ Translate this page](#)

La agroquímica es la especialización de la química que consiste en el uso de sustancias orgánicas en el marco de una industria y en la aplicación de productos ...

[Agroquímica - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Agroquímica> [▼ Translate this page](#)

La agroquímica o química agrícola es la parte de la ciencia química y bioquímica que estudia las causas y efectos de las reacciones bioquímicas que afectan al ...

[Agroquímicos: un sector marcado por la regulación - El Observador](#)
www.elobservador.com.uy/agroquimicos-un-sector-marcado-la-reg... [▼ Translate this page](#)
Oct 14, 2014 - Una consecuencia de esta expansión agrícola fue la intensificación en la utilización de agroquímicos. Mientras que en 2005 el país importaba ...

[Agroquímicos - El Observador](#)
www.elobservador.com.uy/agroquimicos-a334 [▼ Translate this page](#)
Agroquímicos : Reciclaje eficiente: claves para empezar en casa,Otra caída en la agricultura,

fertilizantes



[All](#) [Images](#) [News](#) [Maps](#) [Videos](#) [More](#) [Settings](#) [Tools](#)

About 13,800,000 results (0.47 seconds)

[Fertilizante - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Fertilizante> [▼ Translate this page](#)

Un fertilizante o abono es cualquier tipo de sustancia orgánica o inorgánica que contiene nutrientes en formas asimilables por las plantas, para mantener o ...
[Fertilizantes o abonos ...](#) · [Clasificación de los ...](#) · [Clases de abonos o ...](#)

Images for fertilizantes



[→ More images for fertilizantes](#)

[Report images](#)

[Guía: ¿Qué es un fertilizante? : :: Hydro Environment :: Hidroponia en ...](#)
hydroenv.com.mx/catalogo/index.php?main_page=page&id... [▼ Translate this page](#)

Objetivo: mostrar de manera sencilla que es un fertilizante, los tipos y sus características generales.
Los fertilizantes o abonos son sustancias de origen animal, ...

[Fertilizantes - ISUSA](#)
isusa.com.uy/categorias/fertilizantes [▼ Translate this page](#)

Fertilizantes. Superconcentrado (0-40/41-0+ 3 S + 11 Ca). Ampliar · Supertriple (0-46/47-0). Ampliar · Fosforita natural (0-10/29-0). Ampliar · 20-40/40-0

[Fertilizantes](#)
www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/terminos/Fertilizant.htm [▼ Translate this page](#)

Fertilizantes. Son sustancias que contienen elementos o compuestos químicos nutritivos para los vegetales, en forma tal que pueden ser absorbidos por las ...

MOBILE



1. Naturaleza



2. Consumo

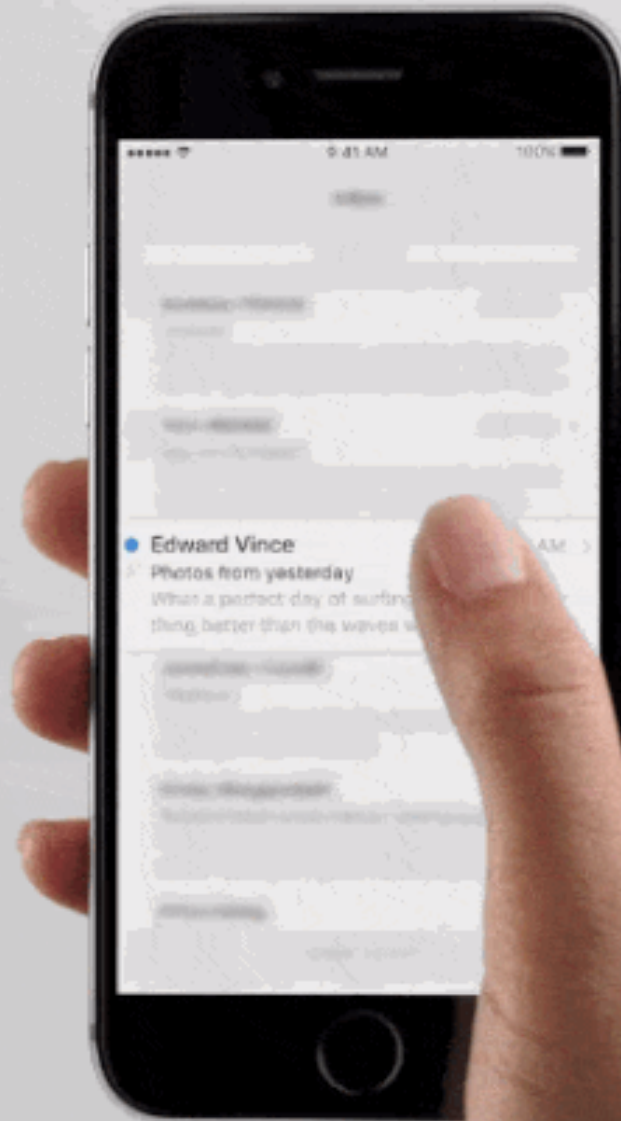


3. APPs



Naturaleza de los móviles

1. Vertical
2. Touch
3. Visual
4. Multimedia
5. Social
6. Móvil (geo)
7. Notificaciones



Consumo por Medio



Average Time Spent per Day with Major Media by UK Adults, 2012-2018

hrs:mins

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Digital	2:55	3:29	4:06	4:33	4:58	5:17	5:33
Mobile (nonvoice)	0:53	1:22	1:54	2:18	2:40	2:57	3:11
—Smartphone	0:36	0:55	1:13	1:29	1:46	1:59	2:09
—Tablet	0:10	0:20	0:35	0:43	0:49	0:53	0:57
—Feature phone	0:06	0:07	0:07	0:06	0:06	0:05	0:05
Desktop/laptop*	2:02	2:07	2:11	2:15	2:18	2:20	2:22
TV**	3:17	3:14	3:12	3:10	3:08	3:06	3:04
Radio**	1:29	1:26	1:24	1:24	1:23	1:22	1:22
Print**	0:22	0:21	0:20	0:19	0:18	0:18	0:17
Total	8:02	8:30	9:02	9:26	9:47	10:03	10:16

Note: ages 18+; time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of multitasking; for example, 1 hour of multitasking on desktop/laptop while watching TV is counted as 1 hour for TV and 1 hour for desktop/laptop; numbers may not add up to total due to rounding; *includes all internet activities on desktop and laptop computers; **excludes digital

Source: eMarketer, April 2016

208187

www.eMarketer.com

Growth of Average Time Spent per Day with Major Media by UK Adults, 2012-2018

% change

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Digital	20.2%	19.4%	18.0%	11.1%	8.9%	6.6%	4.9%
Mobile (nonvoice)	73.5%	54.3%	40.1%	20.7%	15.5%	10.9%	7.8%
—Smartphone	64.3%	51.3%	33.0%	22.8%	18.3%	12.7%	8.6%
—Tablet	313.7%	93.8%	73.3%	21.3%	13.9%	9.6%	7.3%
—Feature phone	6.4%	6.7%	-2.2%	-5.4%	-12.2%	-11.5%	-6.0%
Desktop/laptop*	6.1%	4.2%	3.7%	2.8%	2.1%	1.6%	1.2%
Radio**	-2.9%	-2.6%	-2.4%	-1.0%	-0.8%	-0.7%	-0.6%
TV**	-0.9%	-1.4%	-1.1%	-1.0%	-1.1%	-1.1%	-0.7%
Print**	-4.3%	-4.3%	-3.5%	-4.2%	-4.5%	-4.0%	-4.1%
Total	5.2%	5.8%	6.4%	4.4%	3.7%	2.8%	2.1%

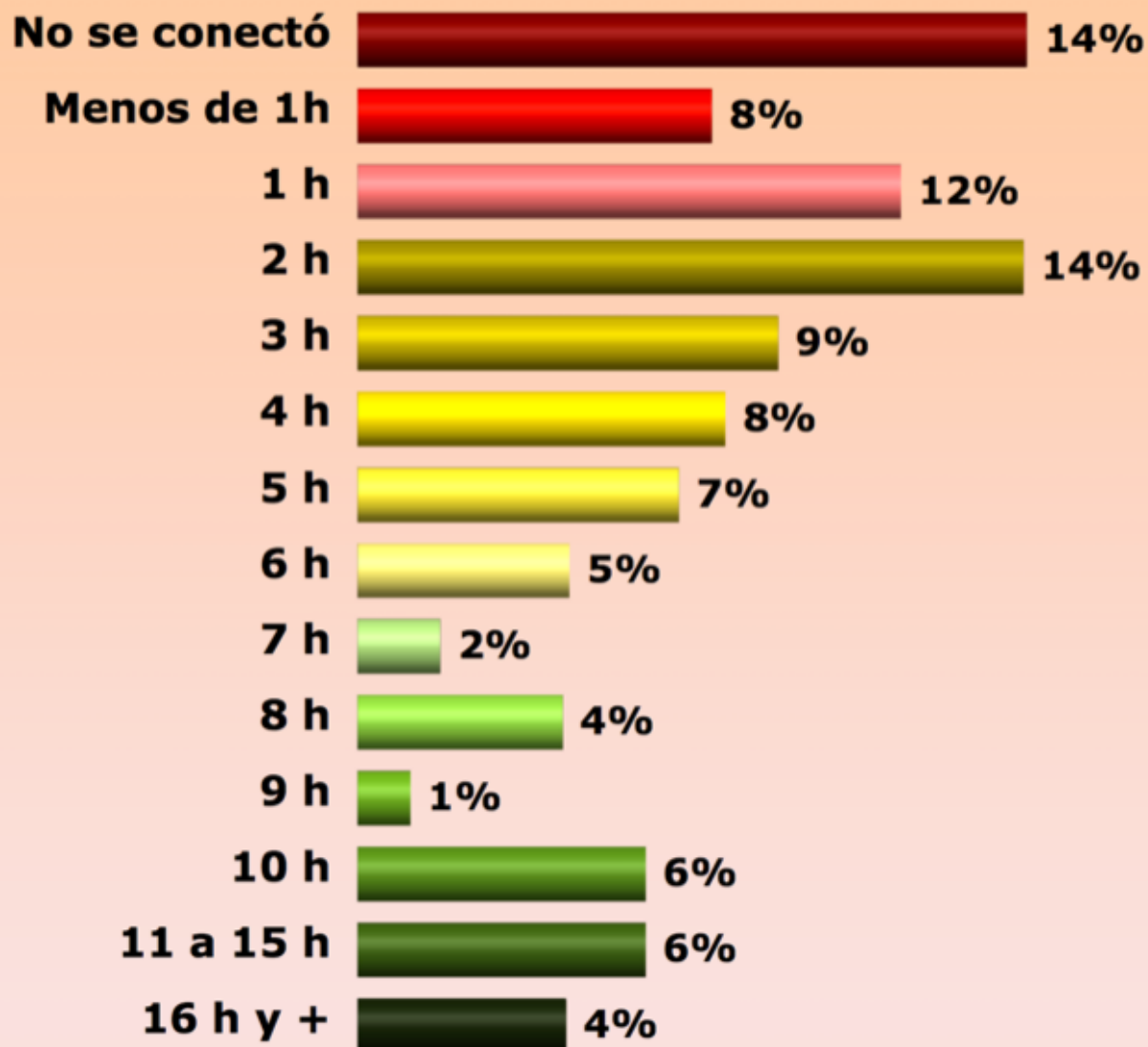
Note: ages 18+; time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of multitasking; for example, 1 hour of multitasking on desktop/laptop while watching TV is counted as 1 hour for TV and 1 hour for desktop/laptop; numbers may not add up to total due to rounding; *includes all internet activities on desktop and laptop computers; **excludes digital

Source: eMarketer, April 2016

208190

www.eMarketer.com

Consumo de Internet: URU en las últimas 24hs



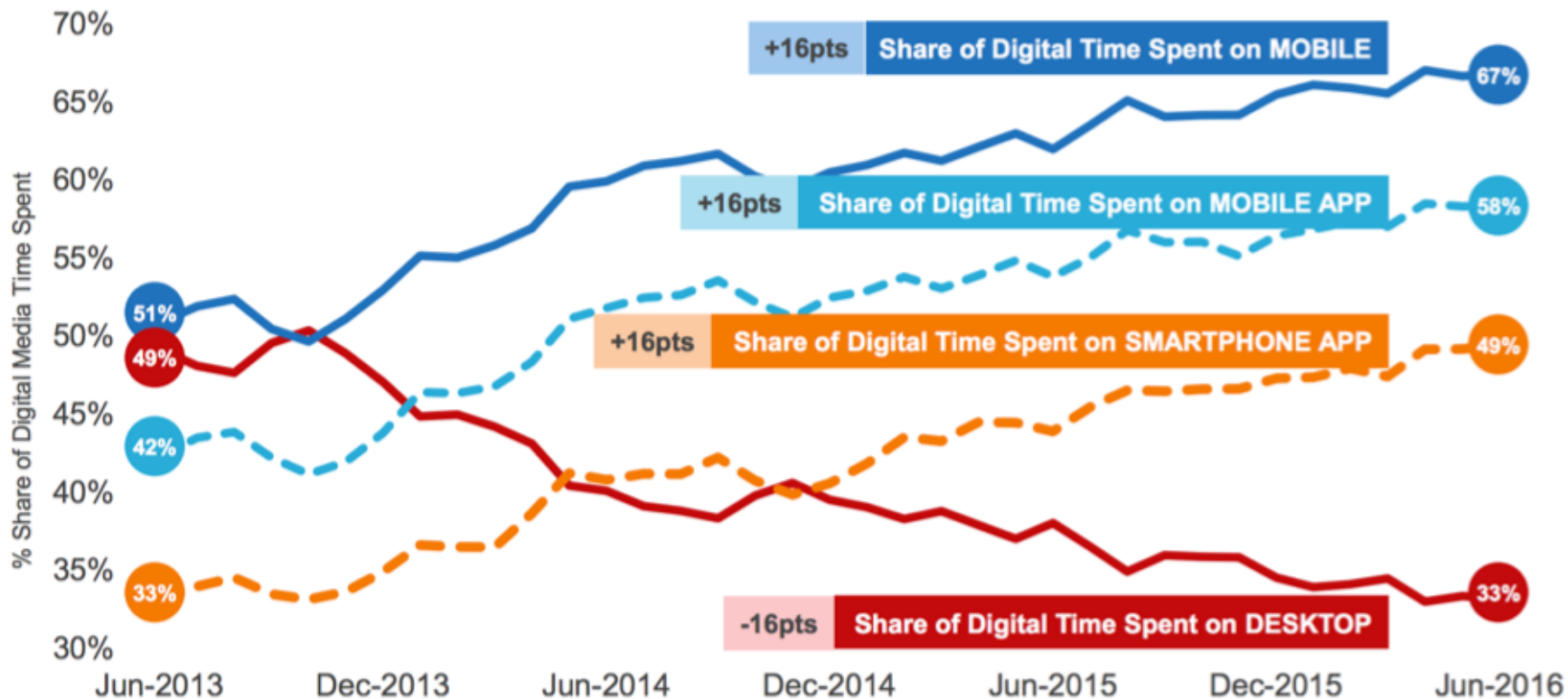
Bajos usuarios:
Menos de 2 horas
de conexión
diaria, son el 33%
y consumen el 4%
de las horas

Usuarios medios:
2 a 6 horas de
conexión diaria,
son el 42% y
consumen el 34%
de las horas

Altos usuarios:
7 horas y + de
conexión diaria,
son el 24% y
consumen el 62%
de las horas

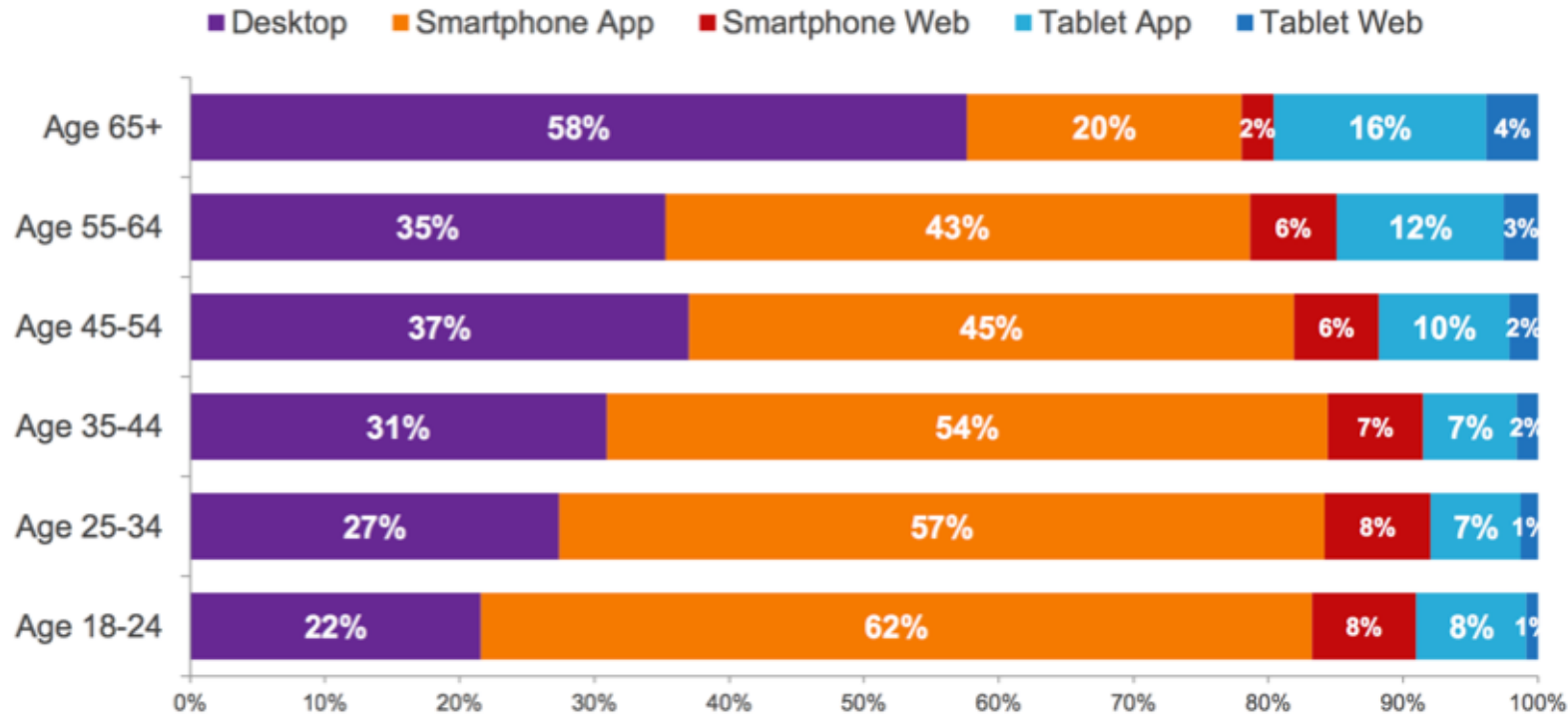
El tiempo de uso promedio es de 4,5 hs x día.

Consumo por plataforma



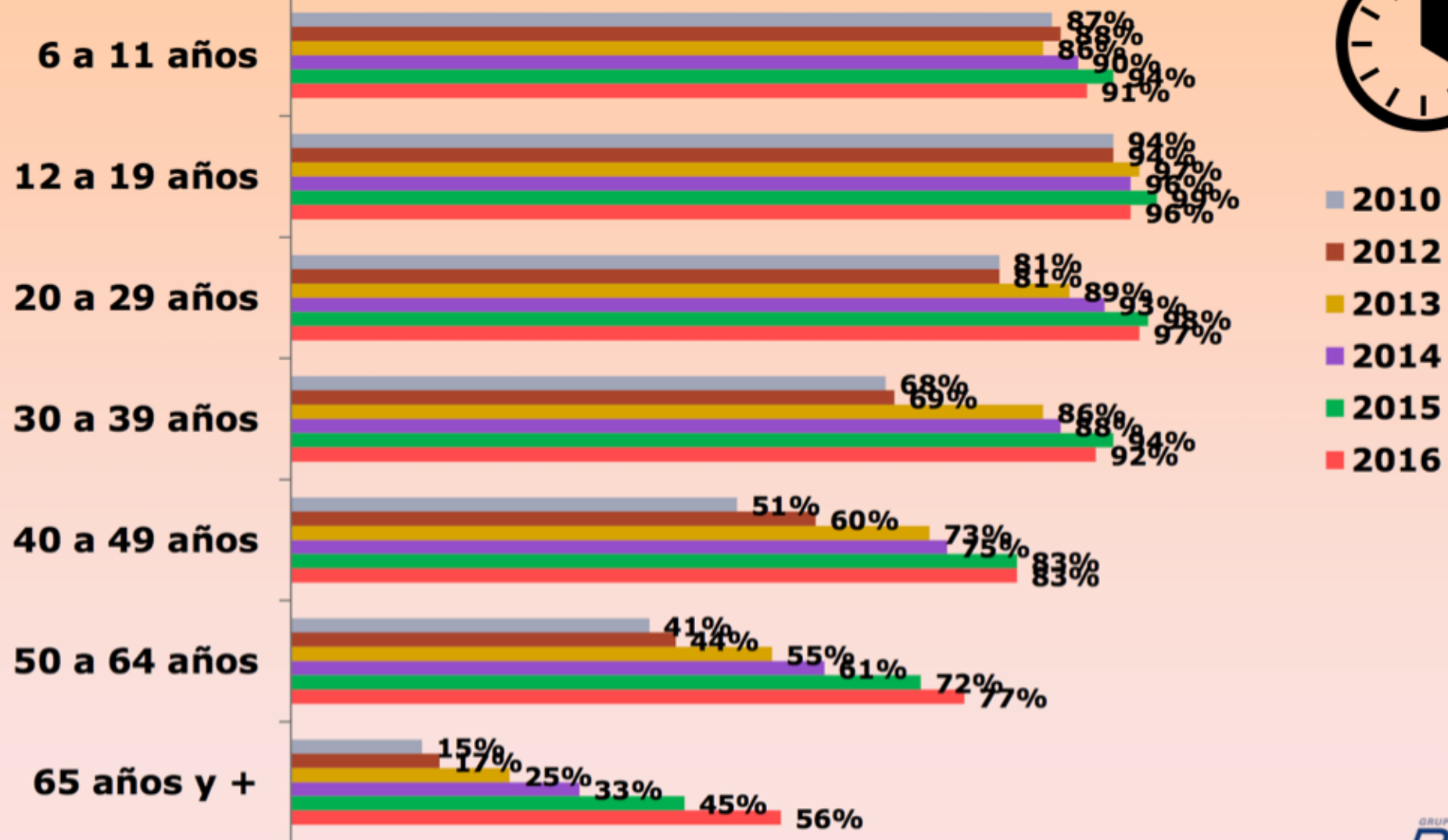
En USA, el consumo de internet desde móviles representa 2/3 del total.

Consumo por edad



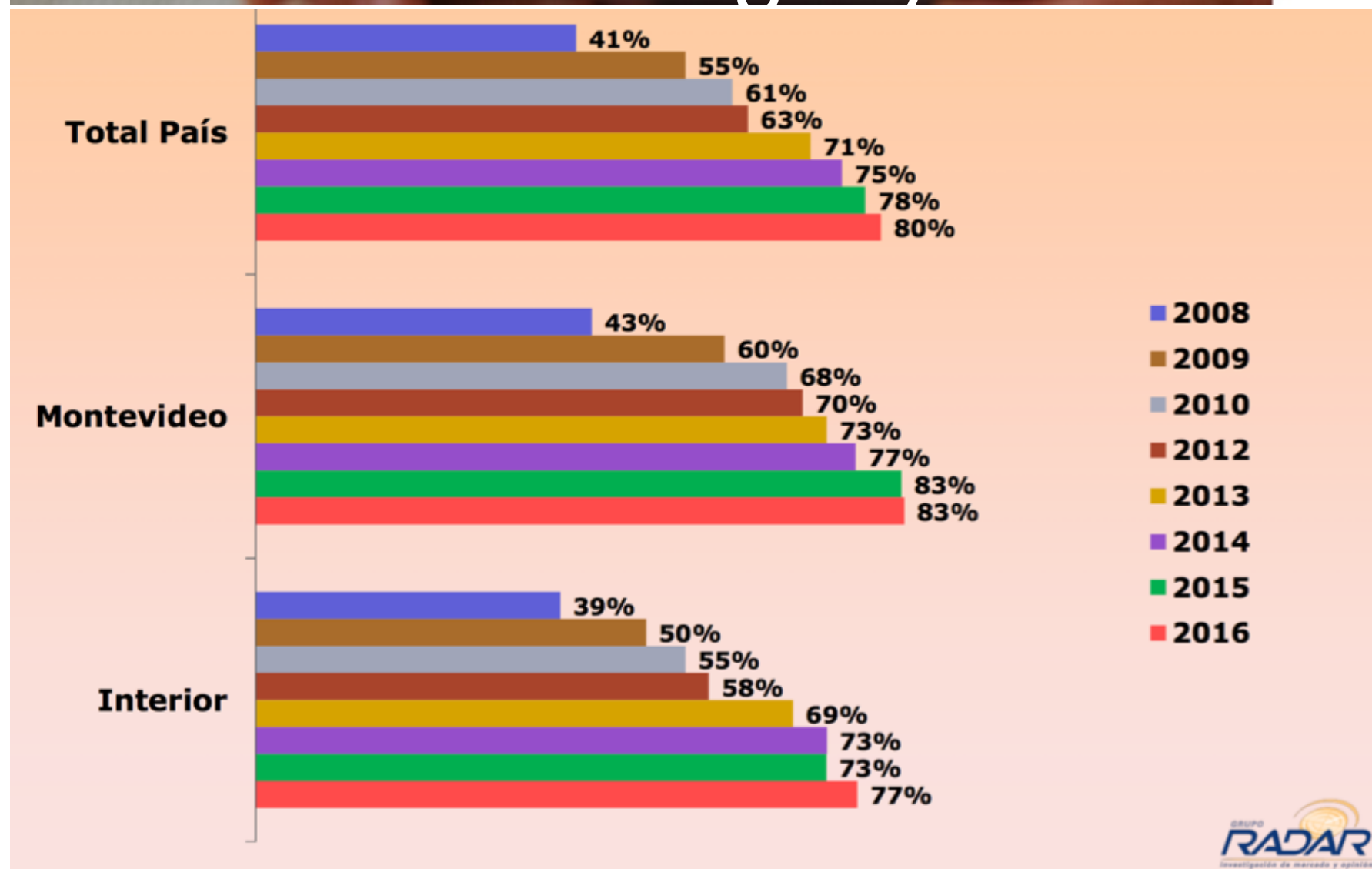
El uso de las aplicaciones tiene correlación negativa con la edad: a menor edad, mayor uso de las aplicaciones.

Consumo por edad: Internauta Uruguayo 2016



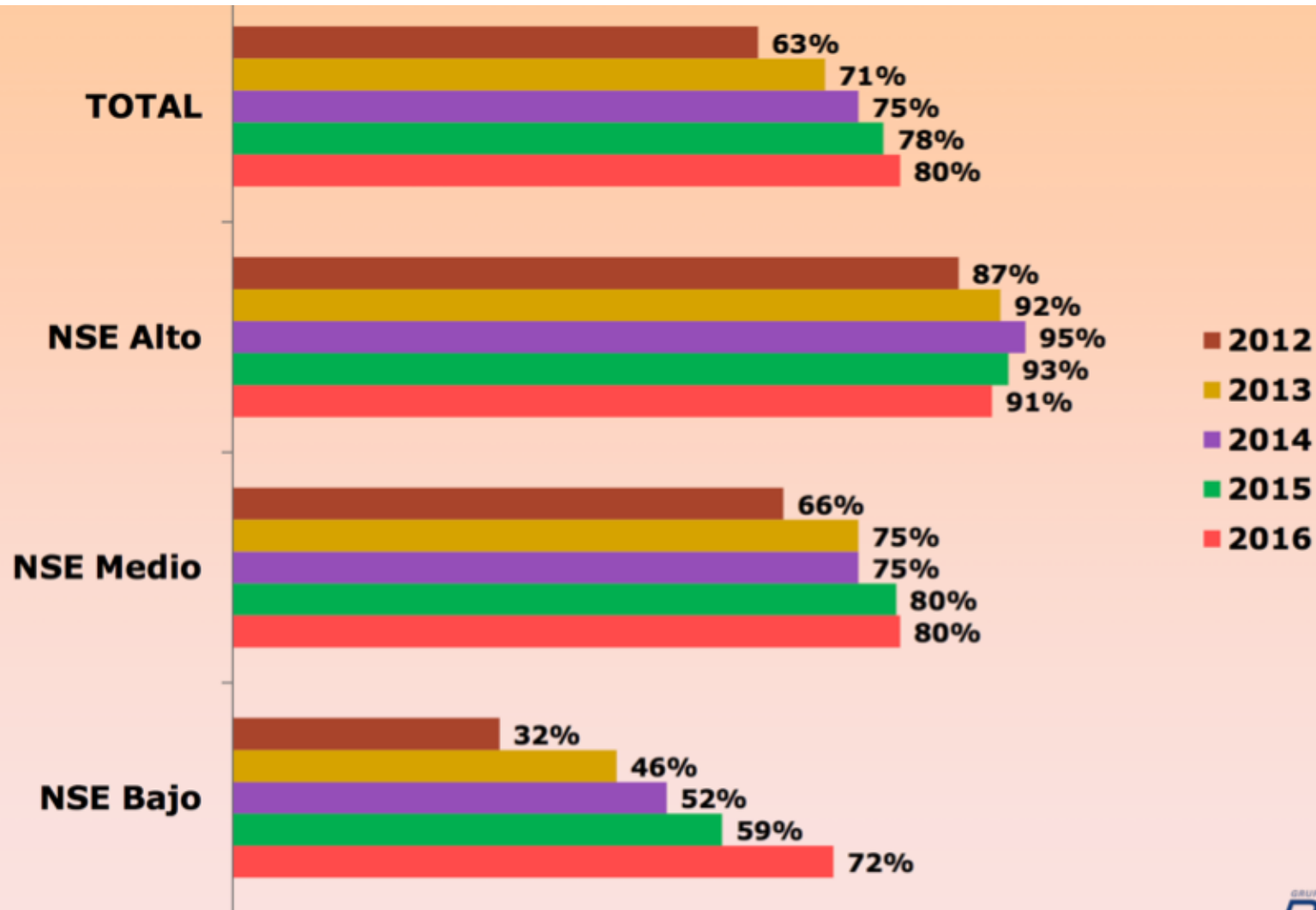
A mayor edad, mayor crecimiento del número de usuarios.

Consumo: Geografía: Internauta Uruguay 2016



El mayor crecimiento se da el interior.

Consumo: por NSE: Internauta Uruguay 2016



La brecha entre NSE es cada vez menor.

Consumo e Inversión

Share of Average Time Spent per Day with Select Media by UK Adults vs. UK Ad Spending Share, 2016-2018

% of total

	2016		2017		2018	
	Time spent share	Ad spending share	Time spent share	Ad spending share	Time spent share	Ad spending share
Digital	50.7%	56.7%	52.6%	58.8%	54.0%	60.7%
—Mobile (nonvoice)	27.2%	28.8%	29.4%	34.5%	31.0%	40.1%
—Desktop/laptop*	23.5%	27.9%	23.2%	24.3%	23.0%	20.6%
TV**	32.0%	26.3%	30.8%	25.2%	30.0%	24.3%
Radio**	14.1%	2.3%	13.6%	2.2%	13.3%	2.1%
Print**	3.1%	14.8%	2.9%	13.8%	2.7%	12.9%

*Note: ages 18+; time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of multitasking; for example, 1 hour of multitasking on desktop/laptop while watching TV is counted as 1 hour for TV and 1 hour for desktop/laptop; numbers may not add up to total due to rounding; *time spent includes all internet activities on desktop and laptop computers; **excludes digital*

Source: eMarketer, April 2016

Reino Unido
aprendió la
lección:

Hay una
correlación
positiva entre la
inversión dedicada
a digital
y la inversión
publicitaria que
hacen en dicho
medio.



PREGUNTA:

¿Cuál es la APP
más descargada del
mundo?

¿y la segunda?



PREGUNTA:

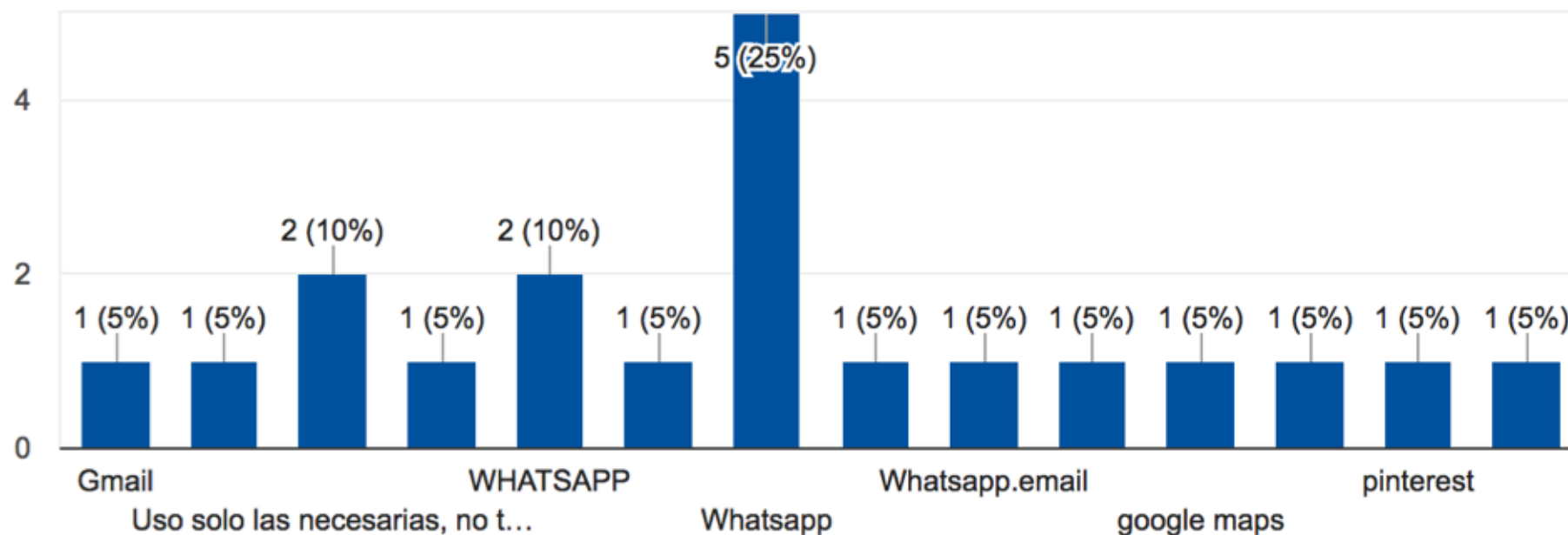
¿Cuántas aplicaciones
tiene en el celular?

¿y cuántas
son pagas?

APPs Preferidas

7. Si usa aplicaciones en su celular, comente cuál es su App preferida?

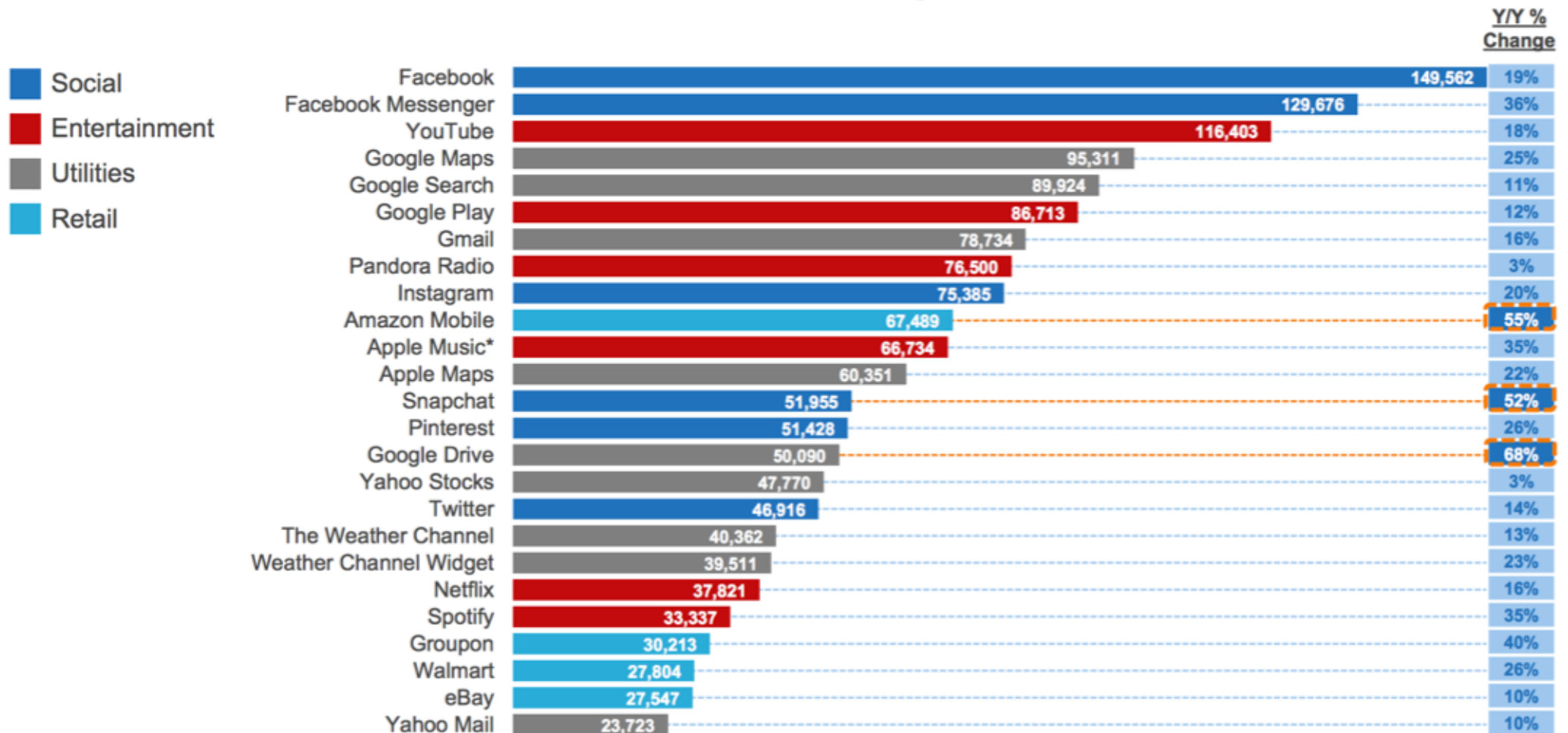
20 responses



APPs (Top 25)

Top 25 Mobile Apps by Unique Visitors (000) with Y/Y Growth

Source: comScore Mobile Metrix, U.S., Age 18+, June 2016

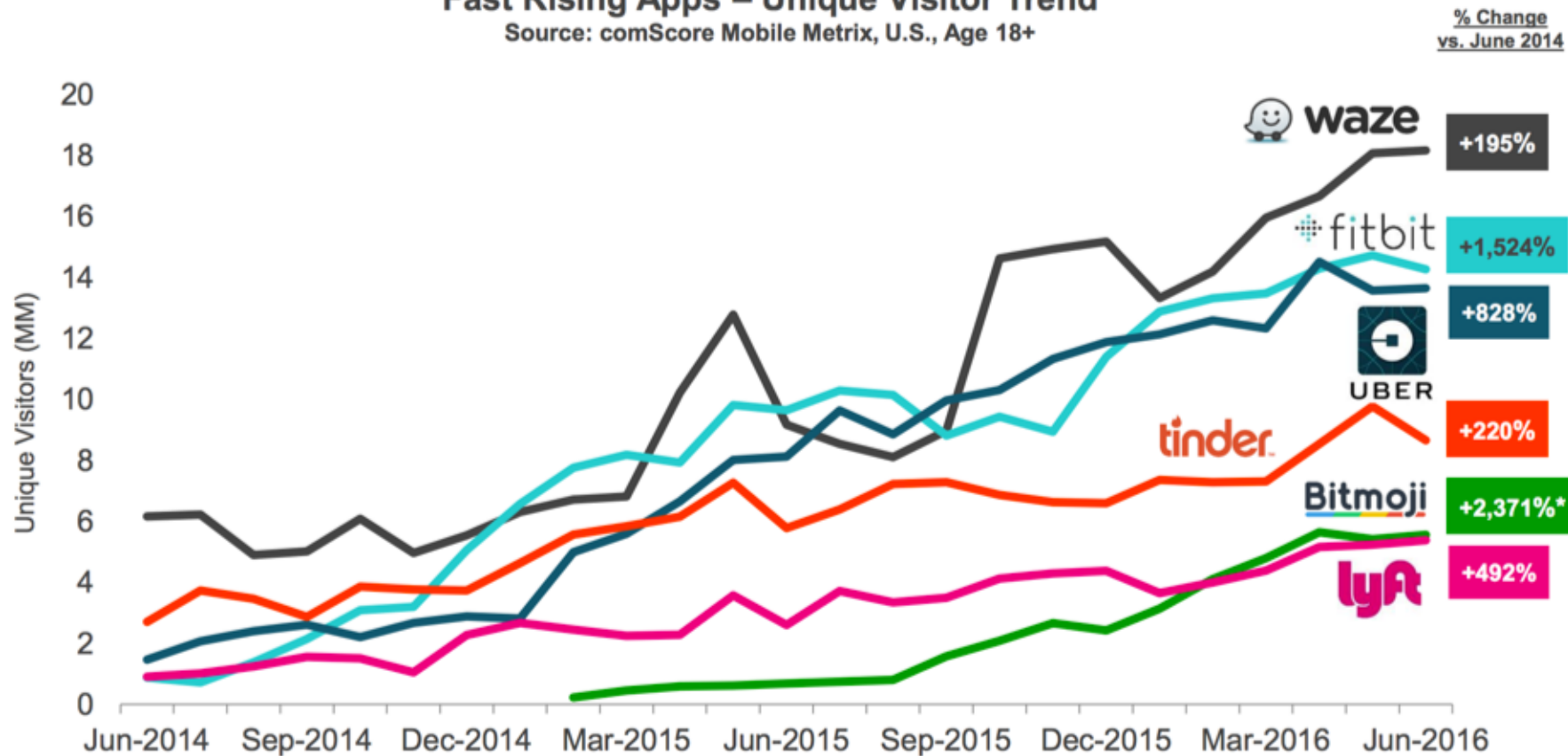


De las principales 9 APPs, 8 son propiedad de Google y FB.

Apps

Fast Rising Apps – Unique Visitor Trend

Source: comScore Mobile Metrix, U.S., Age 18+



El crecimiento más rápido en APPs se da en servicios que simplifican y ayudan en la vida real: transporte, ejercicio, citas.

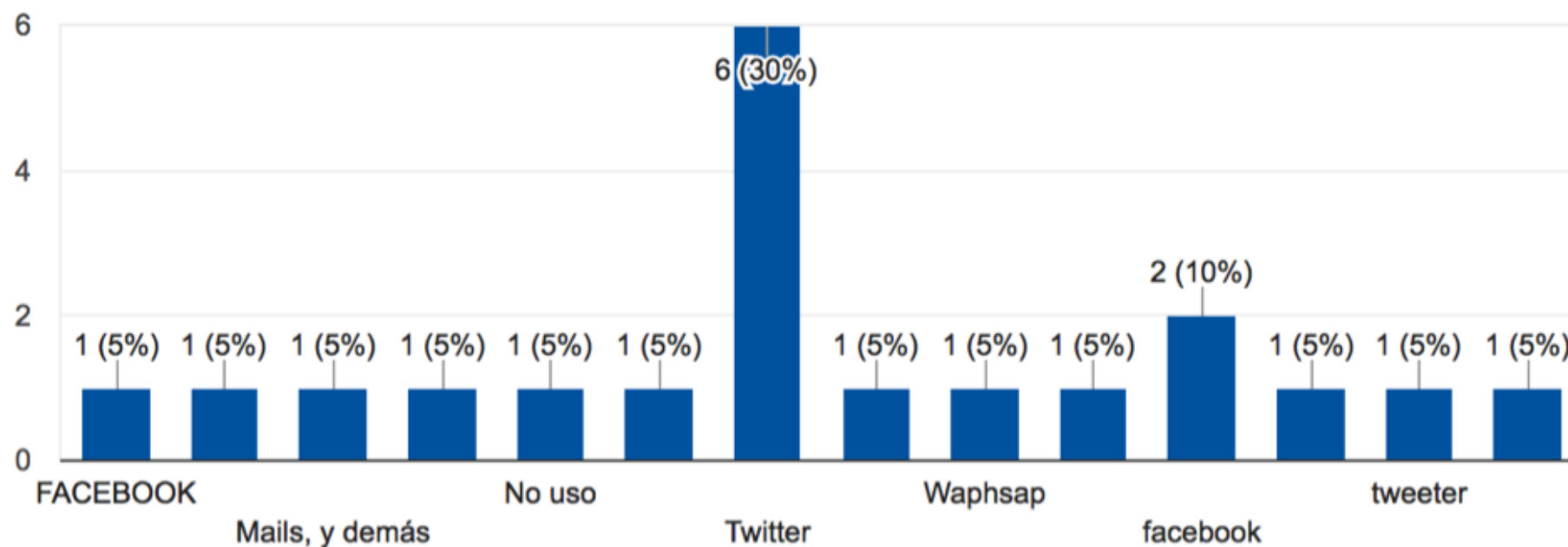


Las redes sociales son la forma en que las personas y las empresas comunican y sociabilizan actualmente.

Redes Sociales preferidas

8. Si usa redes sociales, cuál es su red social preferida?

20 responses





PREGUNTA:

¿Cuántos
tienen Facebook?

¿y Whatsapp?

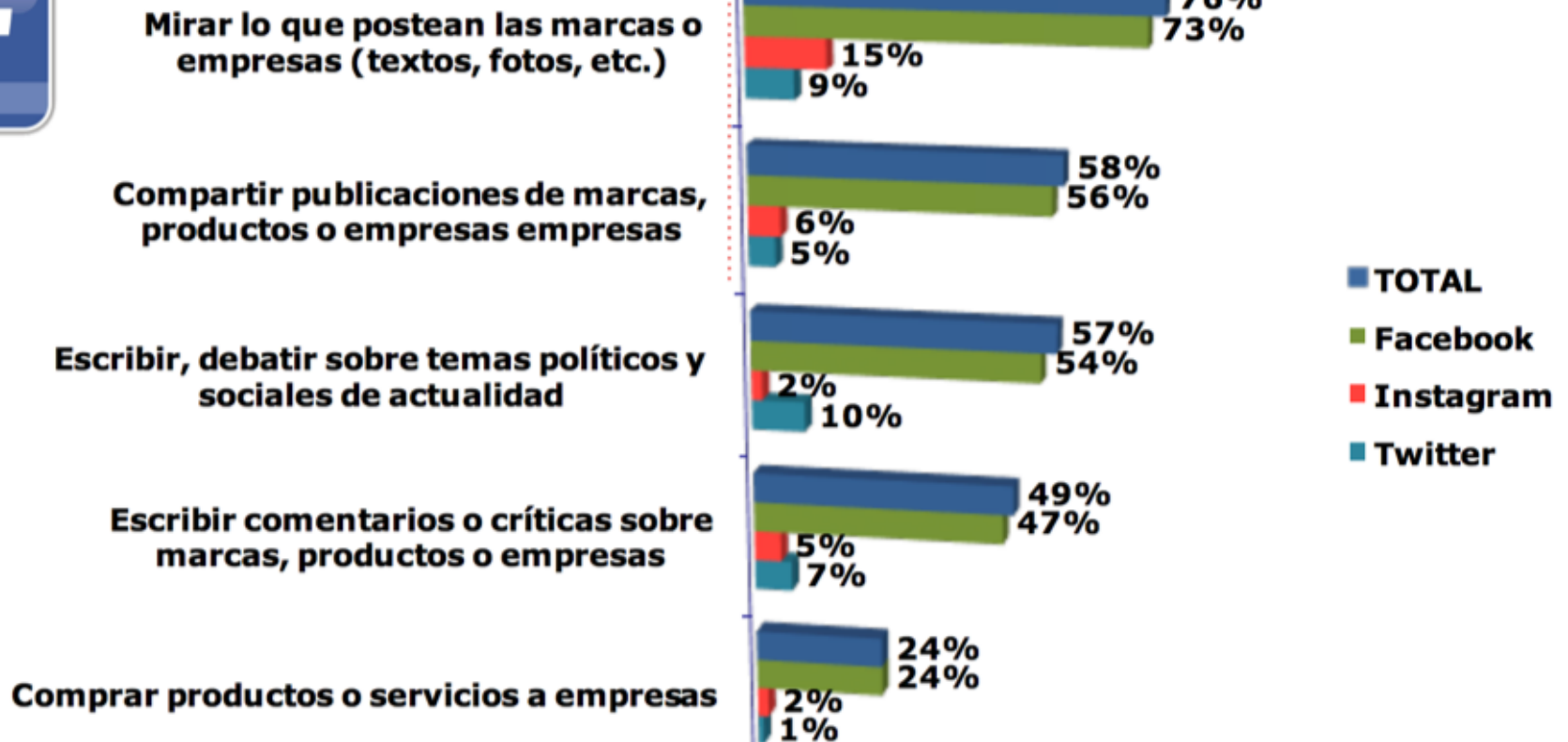
¿y Twitter?

¿e Instagram?

¿y LinkedIn?

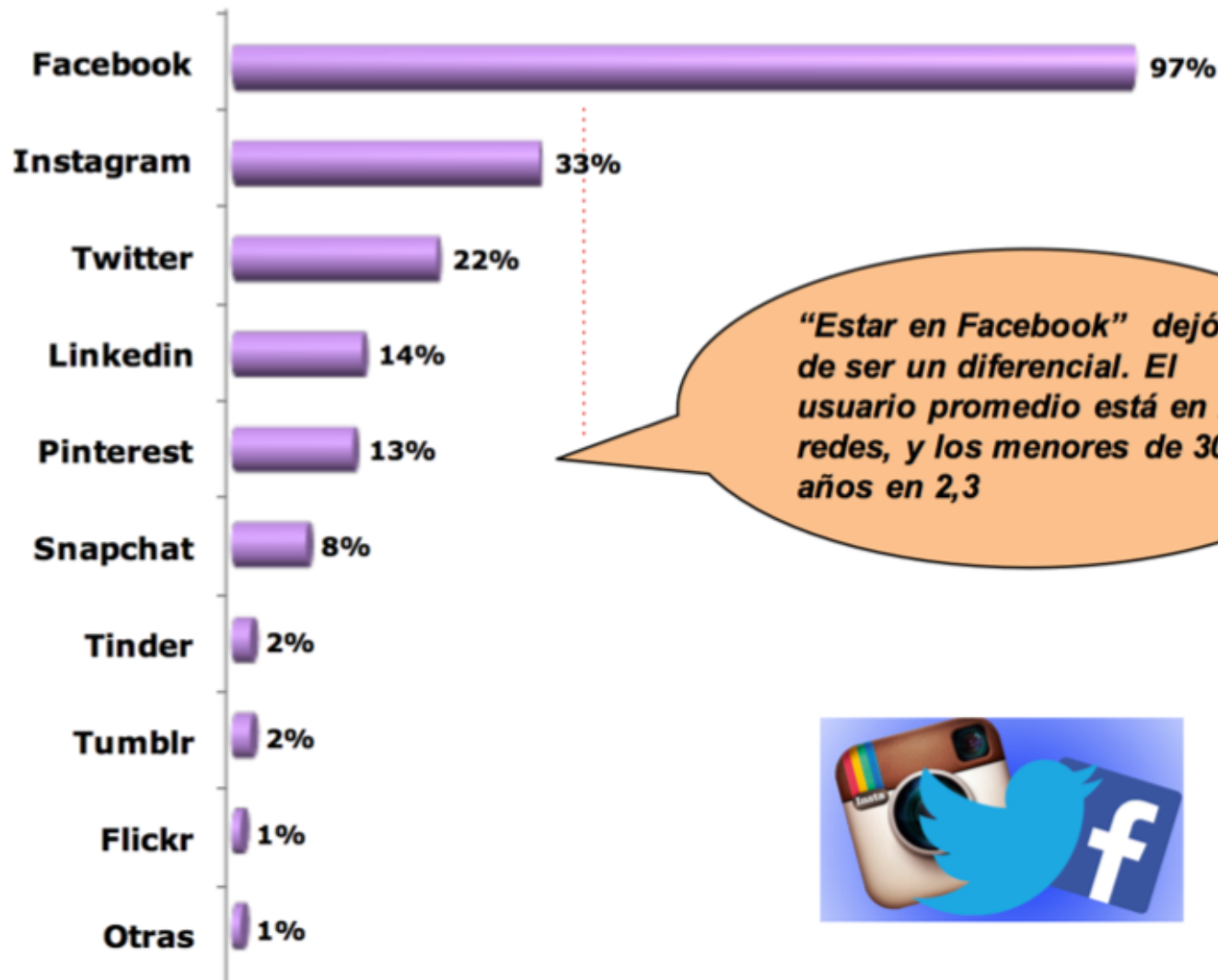
Redes Sociales: Usos

Las redes sociales son un formidable canal de difusión de información sobre empresas, marcas e instituciones



Redes Sociales: Usos

Facebook sigue siendo la red “universal”. Instagram ya supera a Twitter.



“Estar en Facebook” dejó de ser un diferencial. El usuario promedio está en 2 redes, y los menores de 30 años en 2,3



¿Cuáles son las características de cada red social?

						
Viralidad	Presencia más dinámica	Mostrar tus productos	Networking	Mostrar visualmente tus productos	Mejorar el posicionamiento en Google	Dialogar con los usuarios de tú a tú
Tener presencia web	Complemento audiovisual	Crear comunidad	Relacionarte con otras marcas y profesionales	Viralidad	Obtener visibilidad web	Saber qué se dice de tu marca
Fidelizar clientes	Contenidos de calidad	Atención al cliente de tú a tú	Crear imagen corporativa	Captar nuevos clientes	Crear comunidad	Atención al cliente
Hacer concursos y promos		Promociones				Tips cortos a tiempo real
Atención al cliente						
						

Cada red social funciona con una dinámica diferente, y por lo tanto, los mensajes deben ser diferentes

Redes Sociales: Usos

1. El principal uso se da desde las APPs de los móviles
2. En promedio las personas están en 2 redes sociales

3. Hay redes para los adultos:



4. Hay redes para los Millenials:



WhatsApp



Top Redes Sociales | WhatsApp



Notoriedad espontánea

15%

5º lugar

Funnel salud de marca

Notoriedad sugerida

93%

Uso

89%

96%

Valoración

8,3

1º lugar
(Promedio: 7,3)

Preferencia



Perfil usuario



50%

50%



32% 16 - 30

40% 31 - 39

29% 40 - 55



hr/sem

5h 13m

(Promedio: 2h 40m)

Duplicación



92%



75%

Uso

- 70% Chatear/Enviar mensajes
- 60% Ver vídeos, música
- 47% Ver qué hacen mis contactos
- 39% Adquirir conocimiento
- 37% Publicar/colgar contenidos
- 32% Seguir cuentas



días/sem

6,8

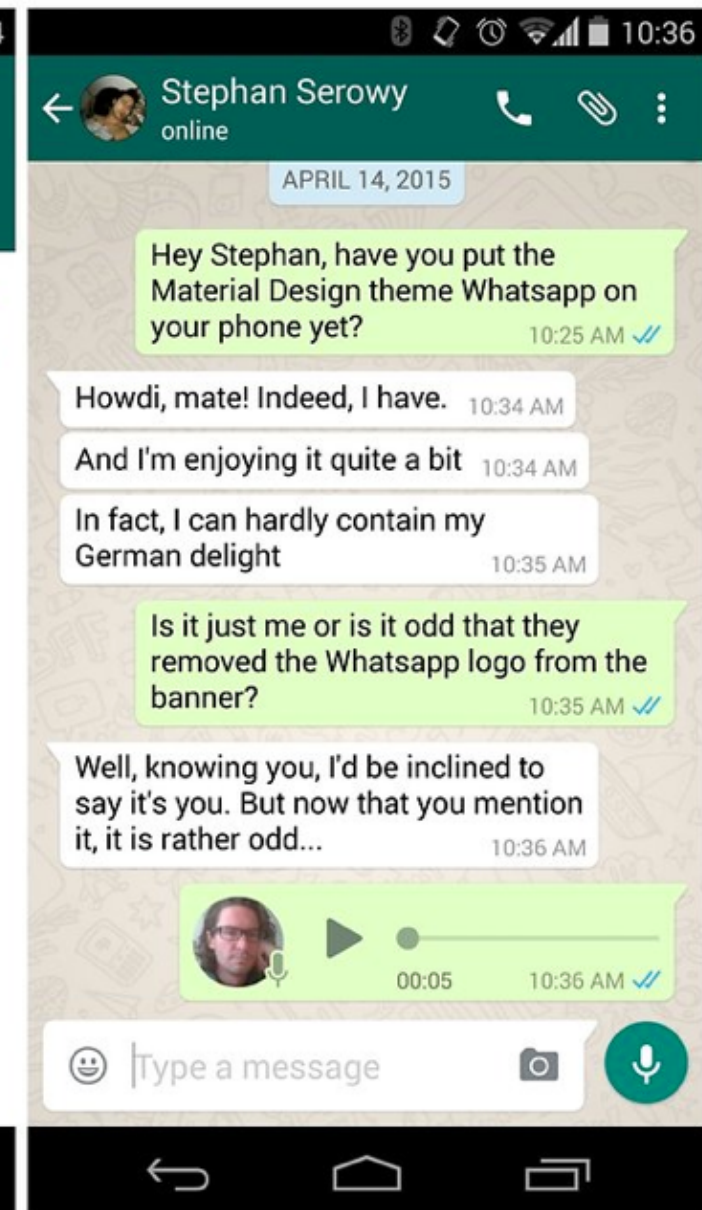
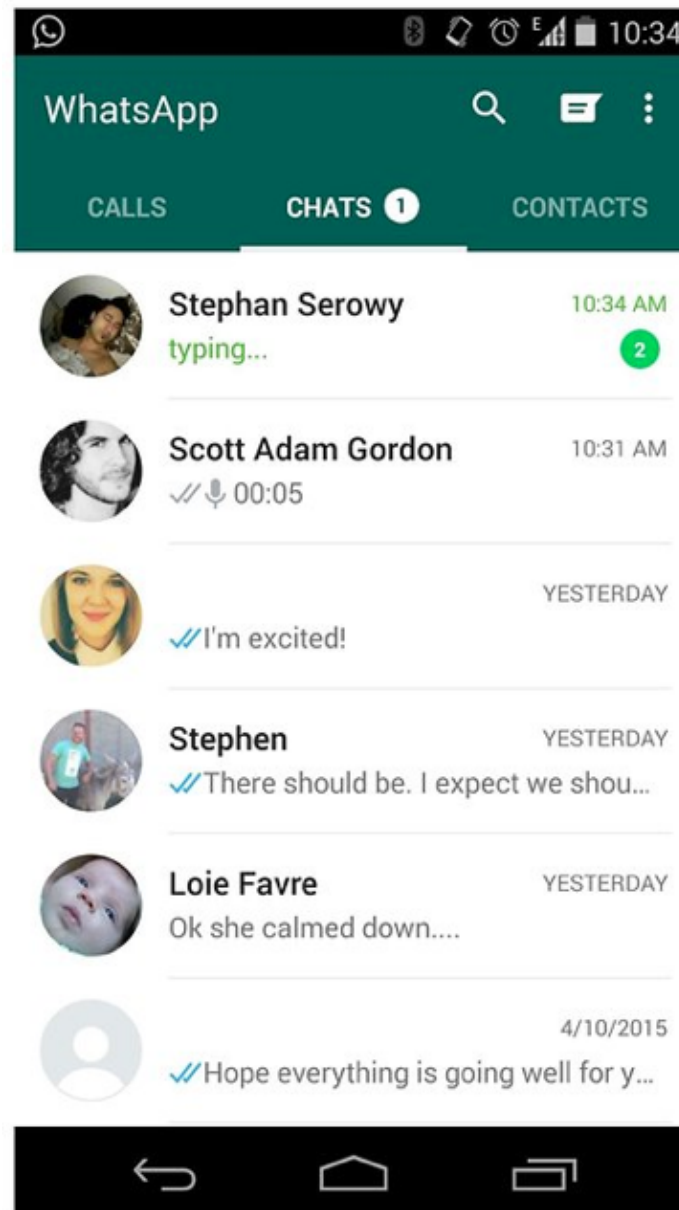
(Promedio: 4,0)

Percepción espontánea

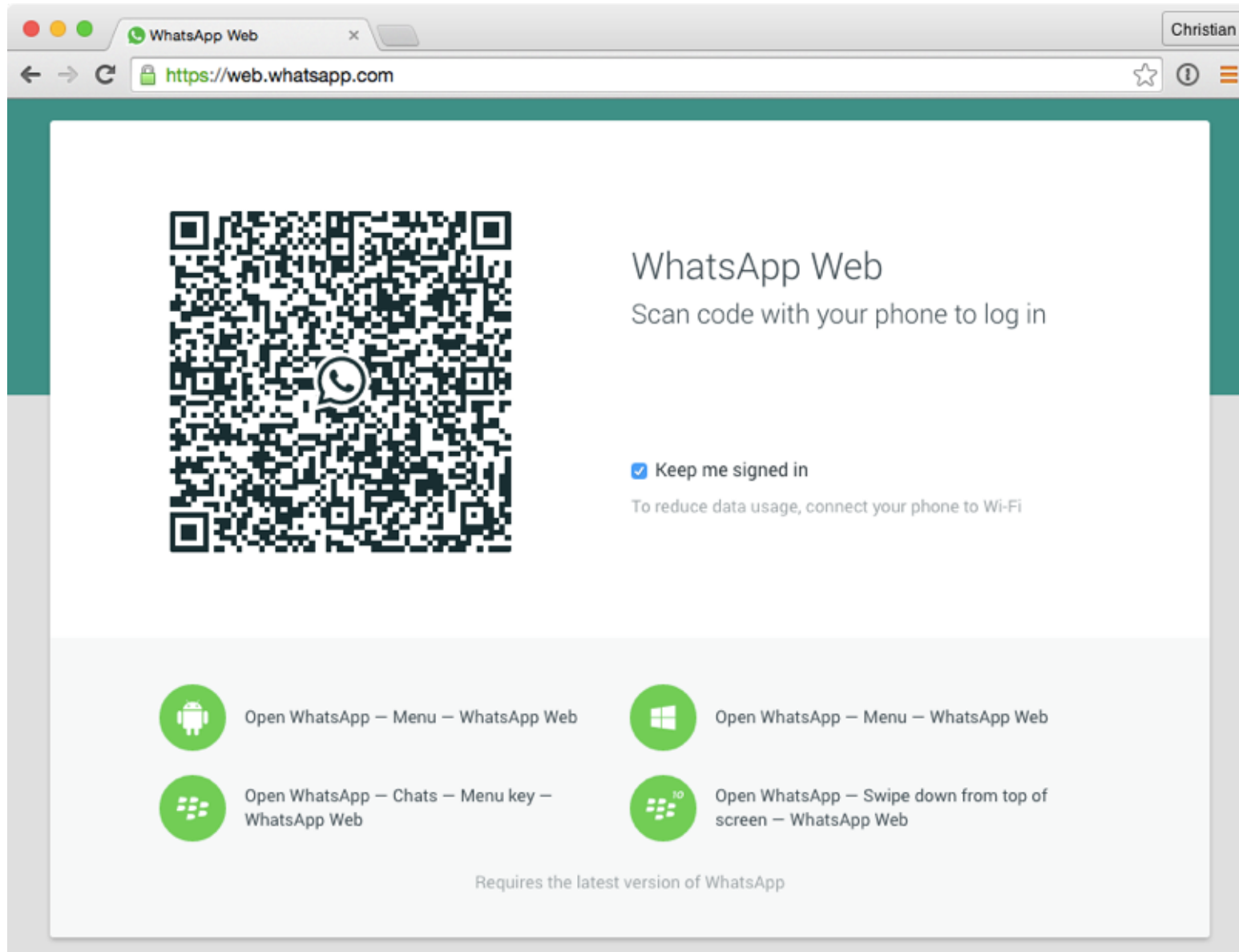
Comunicación/Comunicativa

Útil

WhatsApp: APP



WhatsApp: APP & WEB



WhatsApp:

3 Aplicaciones posibles para TAFIREL

1. Servicio de Mensajería interna (intranet)
2. Atención al Cliente: responder consultas por esa vía.
3. Grupos de Afinidad (canales, grupos de clientes).

**Cuando no se tiene el email de los clientes,
Whatsapp aparece como una herramienta,
mucho más potente y amigable que el sms.**

系列 Keiretsu
consultancy services



iab spania
#IABestudioRRSS



99%

1er lugar

**Notoriedad
sugerida**

97%

94%

Use

91%

7,4

8º lugar
(Promedio: 7,3)



48%

30% 16 - 30

39% 31 - 39

31% 40 - 55

52%



hr/sem

3_h 20_m

(Promedio: 2h 40m)



90%



71%



días/sem

6,0

(Promedio: 4,0)

[illegible]

Estudio Anual Redes Sociales 2017

67% Chatear/Enviar mensajes

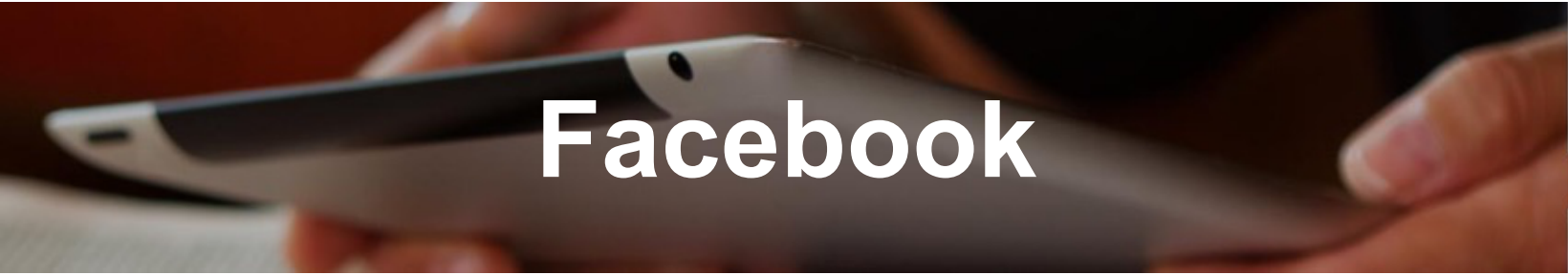
59% Ver vídeos, música

48% Ver qué hacen mis contactos

37% Publicar/colgar contenidos

30% Seguir cuentas

28% **Comentar la actualidad**

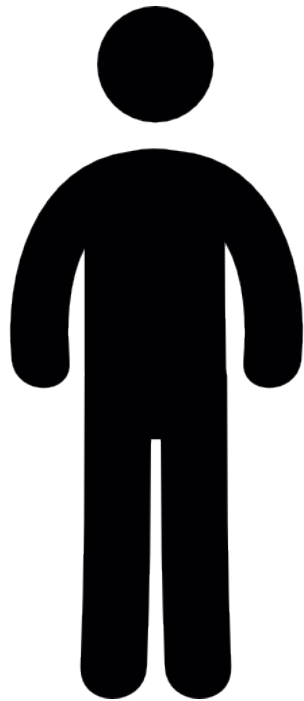


Facebook

1. Es la principal red social en audiencia
2. La preferida por las marcas
3. Le disputa el primer puesto de consumo de video a Youtube.
4. Facebook Live, permite hacer transmisiones en Vivo.
5. El Alcance Orgánico está cayendo estrepitosamente.
6. Las **interacciones** y el **tiempo de respuesta** son los indicadores más importantes actualmente.

Facebook

En Facebook existen 2 tipos de cuentas:

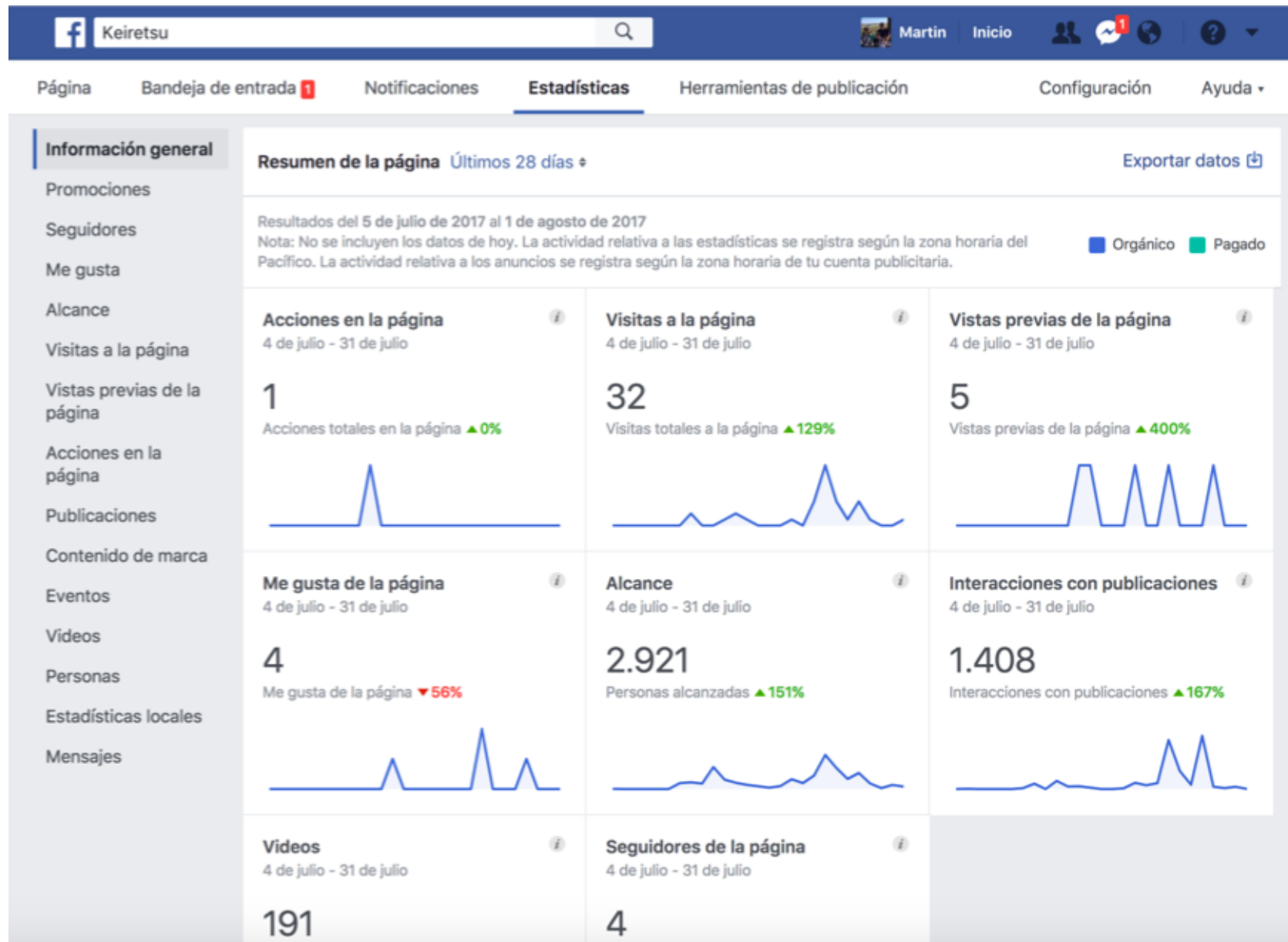


individuos



organizaciones

Facebook



Facebook

f

Keiretsu

Martin Inicio

Página
Bandeja de entrada
Notificaciones
Estadísticas
Herramientas de publicación
Configuración
Ayuda

Publicaciones

Publicaciones realizadas

Publicaciones programadas

Borradores

Publicaciones por caducar

Videos

Videoteca

Videos para varias publicaciones

Empleos

Solicitudes

Formularios de anuncios para clientes potenciales

Biblioteca de formularios

Biblioteca de borradores de formularios

Canvas

Publicaciones realizadas

+ Crear

Buscar... Acciones

☐	Publicaciones	Alcance	Clics/acciones	Publicadas
☐	 Keiretsu actualizó su foto de portada.	35 	0 	31 de julio de 2017 a las...
☐	 Compartimos esta infografía con los principales números de la 5a Edición...	143 	2 	30 de julio de 2017 a las... Martin Gonzalez Castro
☐	 #felizdiadelamigo a nuestros amigos de Paraguay. Compartimos este video de...	125 	4 	30 de julio de 2017 a las...
☐	 Keiretsu actualizó su foto de portada.	27 	0 	30 de julio de 2017 a las...
☐	 Compartimos esta nota de una de las Soluciones #K4K en Ultra High Definiti...	66 	3 	28 de julio de 2017 a las... Martin Gonzalez Castro
☐	 Compartimos un álbum de fotos de la 5a edición del #SMDUY #HUMANIDAD20...	540 	51 	27 de julio de 2017 a las... Martin Gonzalez Castro
☐	 Compartimos esta nota de Mundo Marketing http://bit.ly/2uZmMz4...	80 	2 	26 de julio de 2017 a las... Martin Gonzalez Castro
☐	 Te presentamos un reel de la cobertura audiovisual que podemos hacer, tanto...	194 	8 	24 de julio de 2017 a las...
☐	 Felicitamos a Silvina que fue una de las ganadoras de #k4kchallenge ! #SMDU...	1.3K 	192 	24 de julio de 2017 a las... Martin Gonzalez Castro
☐	 Otro argentino llega al #SMDUY Ariel Benedetti y el "detrás de escena de la...	164 	4 	24 de julio de 2017 a las... Florescia Lepre Britos

Facebook

 Keiretsu 

 Martin Inicio    

[Página](#) [Bandeja de entrada !\[\]\(92ce96eaea0d7284690928c496458da0_img.jpg\)](#) [Notificaciones](#) [Estadísticas](#) [Herramientas de publicación](#) [Configuración](#) [Ayuda !\[\]\(247994d2ad855c6281a2ea7e46db0b1d_img.jpg\)](#)

 **General**

 Mensajes

 Editar página

 Atribución de publicación

 Notificaciones

 Plataforma de Messenger

 Roles de página

 Personas y otras páginas

 Público preferido de la página

 Aplicaciones y servicios de socios

 Contenido de marca

 Instagram

 Destacados

 Usar en varias publicaciones

 Buzón de ayuda de la página

Visibilidad de la página	Página publicada	Editar
Publicaciones de visitantes	Cualquiera puede publicar en la página Cualquiera puede agregar fotos y videos en la página	Editar
Público de la sección de noticias y visibilidad de las publicaciones	La opción para limitar el público potencial para la sección de noticias y limitar la visibilidad de tus publicaciones está desactivada	Editar
Mensajes	Otras personas pueden ponerse en contacto con mi página de forma privada.	Editar
Autorización para etiquetar	Solo las personas que ayudan a administrar mi página pueden etiquetar las fotos publicadas en ella.	Editar
Otras personas etiquetan la página	Otras personas y páginas pueden etiquetar mi página.	Editar
Ubicación de la página para marcos	Otras personas pueden usar la ubicación de tu página para marcos de fotos y videos.	Editar
Restricciones de países	La página es visible para todos.	Editar
Restricciones de edad	La página se muestra a todos.	Editar
Moderación de la página	No se bloquea ninguna palabra de la página.	Editar
Filtro de groserías	Desactivado	Editar
Sugerencias de páginas similares	Elige si quieres que se recomiende tu página a otras personas	Editar
Actualizaciones de la página	Page posts are automatically published when you update Page info, reach milestones, receive reviews and more.	Editar

Facebook

Facebook Pages Stats in Uruguay

		Total Fans
1	 Antel	686 108
2	 Movistar Uruguay	453 110
3	 Tienda Inglesa	388 334
4	 La Oferta Irresistible	375 128
5	 Ta-Ta Supermercados	350 770
6	 SISI Uruguay	348 686
7	 Salus Uruguay	333 028
8	 WoOw Uruguay	309 310
9	 Daniel Cassin	291 317
10	 Toto Uruguay	291 042



TADIUM

555 Fans ↑

Facebook

7 Aplicaciones para Tafirel

1. Generar tráfico para la web.
2. Desarrollar una Comunidad.
3. Canal de Atención al Cliente (FB Messenger, respuestas automáticas).
4. Sociabilizar (Galería de Fotos, etiquetar personas).
5. Transmisiones en Vivo (FB Live): Eventos, activaciones, lanzamientos.
6. Promocionar un producto / servicio. (amplificación audiovisual)
7. Canal de Información

Instagram



Top Redes Sociales | Instagram



Notoriedad espontánea

63%

3º lugar

Funnel salud de marca

Notoriedad sugerida

87%

52%

Uso

45%

Valoración

7,8

5º lugar
(Promedio: 7,3)

Preferencia



Perfil usuario



45%

55%

41% 16 - 30

41% 31 - 39

18% 40 - 55



hr/sem

3h 01m

(Promedio: 2h 40m)

Duplicación



93%



93%

Uso

- 70% Chatear/Enviar mensajes
- 66% Ver vídeos, música
- 55% Ver qué hacen mis contactos
- 45% Publicar/colgar contenidos
- 45% Adquirir conocimiento
- 41% Seguir cuentas



días/sem

4,3

(Promedio: 4,0)

Percepción espontánea

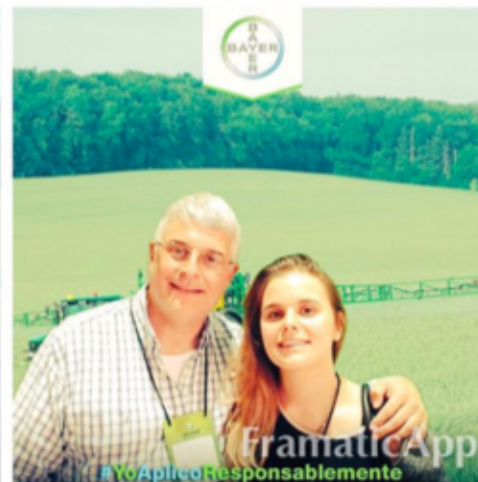
Fotos/Videos/Imágenes



Instagram

- Es una aplicación de redes sociales creada en el 2010 para el “visual sharing”
- Utiliza #hashtags para indexar contenidos
- La APP se utiliza como una plataforma móvil para subir fotos y videos. Las imágenes y videos que se suben, son agregadas al perfil.
- Los Posts subidos por los usuarios son vistos por sus seguidores. Si a los seguidores les gusta lo que ven, le dan like “corazón”, comentan, o re-envían el post.
- En el 2012 fue adquirida por Facebook y hoy tiene más de 700 millones de usuarios (en Uruguay superó a Twitter en la última medición del Internauta Uruguayo).

Instagram



bayeragro
Congreso Aapresid

Seguir

bayeragro Ellos subieron su foto y ya están participando por un iPhone 7. Vos que esperás? #YoAplicoResponsablemente #kairós #Aapresid2017

bernardomartinezribaya 🍌🍌🍌🍌



22 Me gusta

2 DE AGOSTO

Añade un comentario...



Instagram



Instagram

Buscar



25° Congreso Aapresid

1 AL 4 DE AGOSTO



descubrimonsanto

Seguir

descubrimonsanto Del 1 al 4 de agosto visitá nuestro stand en el 25° Congreso AAPRESID que se realizará en el Salón Metropolitano de Rosario, lote 19. ¡Te esperamos a partir de mañana en el evento más importante de referencia tecnológica en el continente! [#MonsantoEnKairós](#) [#CongresoAapresid](#) [#AgriculturaDelFuturo](#)
chinamorena Ustedes destruyen las comunidades



363 reproducciones

31 DE JULIO

Añade un comentario...



Instagram

5 Aplicaciones para Tafirel

1. Canal de comunicación para un público más joven.
2. Más audiovisual (fotos & videos)
3. Identidad de Marca (estética, fotos, videos).
4. Dar Tips en Videos (de 60 segundos).
5. Hacer PNTs en los videos

Youtube



Top Redes Sociales | YouTube

iabspain

#IABEstudioRRSS



Notoriedad espontánea

10%

9º lugar

Funnel salud de marca

Notoriedad sugerida

90%

79%

Uso

71%

Valoración

8,1

2º lugar
(Promedio: 7,3)

Preferencia



Perfil usuario



51%



49%



33% 16 - 30

39% 31 - 39

27% 40 - 55



hr/sem

3h 01m

(Promedio: 2h 40m)

Duplicación



92%



94%

Uso

71% Chatear/Enviar mensajes

68% Ver vídeos, música

50% Ver qué hacen mis contactos

43% Adquirir conocimiento

40% Publicar/colgar contenidos

35% Para fines profesionales o de estudio



días/sem

4,3

(Promedio: 4,0)

Percepción espontánea

Fotos/Vídeos/Imágenes
Entretenida
Música
Divertida
Interesante

Estudio Anual Redes Sociales 2017

Youtube

YouTube Channels Stats in Uruguay

		Subscribers	Total uploaded video views
1	 dosogas	2 952 489	289 877 029
2	 Claro UY	190 894	215 571 874
3	 Yao Cabrera	2 246 297	203 515 727
4	 aprendermagiagratias	717 843	79 961 818
5	 El Observador	8 918	7 932 445
6	 Dove UY	3 362	6 470 066
7	 Teledoce	14 926	5 014 761
8	 Antel detodos	4 283	3 584 958
9	 Knorr Uruguay	1 582	3 410 643
10	 Movistar Uruguay	2 608	2 357 503

Un vlogger es un tipo de critico social pero con un toque humorístico, los vlogger hablan por lo general de temas cotidianos de la vida, de esas cosas de la vida que aunque parezcan pocas nadie habla de ellas, por lo general vemos a los vlogger subir sus videos a Youtube.

Youtube



Incorporando a la vida el potencial de las plantas

Syngenta LASSuscribirse 188

[Inicio](#) [Videos](#) [Listas de reproducción](#) [Canales](#) [Más información](#)

8 de marzo - Día Internacional de la Mujer

8 de marzo - Día Internacional de la Mujer
171 visualizaciones · Hace 5 meses
En el mes de la mujer, te recordamos por qué apoyar el crecimiento de las #MujeresRurales es combatir el hambre mundial. #SyngentaProud
[Leer más](#)

¿Cómo podemos potenciar a las mujeres para

0:01 / 1:30

Institucional



Mirando hacia el futuro
Syngenta LAS
16 visualizaciones · Hace 1 mes



Buscando respuestas para los agricultores del mañana
Syngenta LAS
16.308 visualizaciones · Hace 2 años



Incorporando a la vida el potencial de las plantas
Syngenta LAS
17.005 visualizaciones · Hace 2 años



Comentarios del Presidente de Syngenta sobre la reciente...
Syngenta LAS
4.863 visualizaciones · Hace 2 años

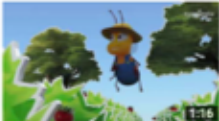


Todos tenemos que alimentarnos
Syngenta LAS
9 visualizaciones · Hace 2 semanas

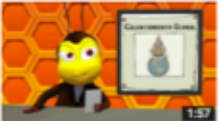
The Good Growth Plan



Abejas - Episodio 9
Syngenta LAS
221 visualizaciones · Hace 7 meses



Abejas - Episodio 8
Syngenta LAS
362 visualizaciones · Hace 8 meses



Abejas - Episodio 7
Syngenta LAS
482 visualizaciones · Hace 9 meses



Abejas - Episodio 6
Syngenta LAS
458 visualizaciones · Hace 10 meses



Abejas - Episodio 5
Syngenta LAS
536 visualizaciones · Hace 1 año

[Iniciar sesión](#)



[Twitter](#) [G+](#)

Suscribirse 2.425

Cámaras

[Suscribirse](#)

[Suscribirse](#)

[Suscribirse](#)

[Suscribirse](#)

[Suscribirse](#)

Youtube

4 Aplicaciones para Tafirel

1. Canal para hacer tutoriales de productos
2. Canal para promocionar obras sociales / campañas sociales
3. Canal para dar tips del cuidado del suelo / rendimiento del suelo.
4. Canal para subir los videos institucionales.

Twitter



Top Redes Sociales | Twitter

iab ^{spain}

#IABEstudioRRSS



Notoriedad espontánea

80%

2º lugar

Funnel salud de marca

Notoriedad sugerida

91%

55%

Uso

50%

Valoración

7,0

10º lugar
(Promedio: 7,3)

Preferencia



Perfil usuario



36% 16 - 30

39% 31 - 39

26% 40 - 55



hrs/sem

1h 32m

(Promedio: 2h 40m)

Duplicación



90%



95%

Uso

- 71% Chatear/Enviar mensajes
- 64% Ver vídeos, música
- 51% Ver qué hacen mis contactos
- 43% Publicar/colgar contenidos
- 41% Adquirir conocimiento
- 41% Seguir cuentas



días/sem

4,6

(Promedio: 4,0)

Percepción espontánea

Información/Informativa

Experiencia Actual/Actualidad Interesante Difícil Rápida Noticias

Twitter

All-time Top 10 Hashtags related to #Monsanto



Top Recent Media



PamelaDrew
@PamelaDrew

Please note Congress knew about [#Monsanto](#) frauds when it loopholed [#gmo](#) into food supply w/o testing [#DyingForProfittheguardian.com/environment/20...](#)

12:13 PM - Aug 13, 2017



13

6



Signs Of The Times
@SOTTnet

Health & Wellness: The Poison business: The [#Monsanto](#) papers reveal media, science, and regulatory collusion [sott.net/article/359152...](#)

6:36 AM - Aug 14, 2017



4

1



Signs Of The Times
@SOTTnet

Health & Wellness: The Poison business: The [#Monsanto](#) papers reveal media, science, and regulatory collusion [sott.net/article/359152...](#)

6:36 AM - Aug 14, 2017



4

1



Twitter

socialmention*

tafirel

Search

Advanced Search
Preferences

0%

strength

0:0

sentiment

0%

passion

18%

reach

1 days avg. per mention

last mention 3 days ago

9 unique authors

8 retweets

Sentiment

positive	0
neutral	9
negative	0

Top Keywords

vegas	9
tradesummit	9
lasvegas	9
international	9
chemicals	9
tafirel	9
presente	9
farm	9
tafireluruguay	8

Top Users

ellianne_mena	1
GIANMARYTAFIR	1
TafirelUruguay	1
NPotrie	1
GisellaPerezS	1
TafirelParaguay	1
AlejandroNauar	1
GPotrie	1
ANADUARTE198	1

Mentions about tafir

Sort By: Results:

Results 1 - 15 of 9 mentions.

- RT @TafirelUruguay: Tafir presente en el Farm Chemicals International en Las Vegas USA. #tradesummit #LasVegas <https://t.co/h9Glnofh9b>
twitter.com/ANADUARTE1984/status/896106898839150593
3 days ago - by @ANADUARTE1984 on [twitter](#)
- RT @TafirelUruguay: Tafir presente en el Farm Chemicals International en Las Vegas USA. #tradesummit #LasVegas <https://t.co/h9Glnofh9b>
twitter.com/TafirelParaguay/status/895774434447020037
4 days ago - by @TafirelParaguay on [twitter](#)
- RT @TafirelUruguay: Tafir presente en el Farm Chemicals International en Las Vegas USA. #tradesummit #LasVegas <https://t.co/h9Glnofh9b>
twitter.com/AlejandroNauar/status/895766725135872004
4 days ago - by @AlejandroNauar on [twitter](#)
- RT @TafirelUruguay: Tafir presente en el Farm Chemicals International en Las Vegas USA. #tradesummit #LasVegas <https://t.co/h9Glnofh9b>
twitter.com/GPotrie/status/895737747402616832
4 days ago - by @GPotrie on [twitter](#)
- RT @TafirelUruguay: Tafir presente en el Farm Chemicals International en Las Vegas USA. #tradesummit #LasVegas <https://t.co/h9Glnofh9b>
twitter.com/GisellaPerezS/status/895736904741773312
4 days ago - by @GisellaPerezS on [twitter](#)
- RT @TafirelUruguay: Tafir presente en el Farm Chemicals International en Las Vegas USA. #tradesummit #LasVegas <https://t.co/h9Glnofh9b>

Twitter

Jul 2017 • 31 days

TWEET HIGHLIGHTS

Top Tweet earned 919 impressions

86% de los gerentes de marketing hacen campañas con influencers @lauraraffo @smdayUY

🔗 2 ❤️ 4

[View Tweet activity](#)

[View all Tweet activity](#)

Top Follower followed by 564K people



Kim Garst ✓

@kimgarst FOLLOWS YOU

Passionate about helping entrepreneurs GROW their biz w/ social & digital media! Keynote speaker, Forbes Top 10 Social Media Influencer. Loves God, FAM & hockey

[View profile](#)

[View followers dashboard](#)

Top mention earned 7 engagements



Social Media Day UY

@smdayUY · Jul 24

@keiretsubiz @UniversidadORT

@bianchi_ch Agradecidos con ustedes por sumarse la 5° edición 🙌🙌🙌

[View Tweet](#)

Top media Tweet earned 761 impressions

Si querés más contacto de #Japón pasá por nuestro stand y participá del #k4kchallenge #SMDUY #HUMANIDAD2020 Te esperamos! pic.twitter.com/Ujq9Pjy6vI



🔗 2 ❤️ 2

JUL 2017 SUMMARY

Tweets

32

Tweet impressions

7,282

Profile visits

429

Mentions

4

New followers

19

Twitter



Audience insights

KEIRETSU Consultancy @keiretsubiz

Your followers ▾

+Add comparison audience

OVERVIEW

Top interest
Business and news

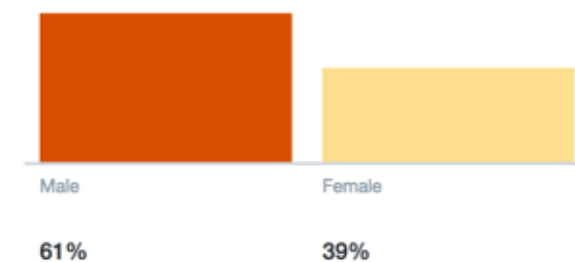


Your current follower audience size is **135**
That's **19** more than the same time 30 days ago. You've gained around 1 new followers per day

Interests

Interest name	% of audience
Business and news	77%
Technology	73%
Business news and general info	73%
Politics and current events	66%

Gender



Twitter

6 aplicaciones para Tafirol

1. Definir un # “hashtag” específico para determinados temas o campañas.
2. Poder amplificar las acciones que se realizan en Facebook.
3. Amplificar los tweets a través de influencers.
4. Poder ser fuente de información para los medios de prensa, periodistas arrobándolos “@medio” “@periodista@
5. Ideal para hacer coberturas en vivo de un evento.
6. Canal de atención al cliente (respuesta).

LinkedIn



Top Redes Sociales:

LinkedIn

iabspain

#IABEstudioRRSS



Notoriedad espontánea

25%

4º lugar

Funnel salud de marca

Notoriedad sugerida

64%

Uso

26%

41%

Valoración

7,0

12º lugar
(Promedio: 7,3)

Preferencia



Junto con Spotify

Perfil usuario



52%

48%



31% 16 - 30

40% 31 - 39

29% 40 - 55



hr/sem

1h 16m

(Promedio: 2h 40m)

Duplicación



95%



95%

Uso

- 72% Chatear/Enviar mensajes
- 64% Ver vídeos, música
- 56% Ver qué hacen mis contactos
- 44% Para fines profesionales o de estudio
- 43% Publicar/colgar contenidos
- 43% Adquirir conocimiento



días/sem

2,7

(Promedio: 4,0)

Percepción espontánea

Trabajo Profesional Diferente

Estudio Anual Redes Sociales 2017

Linkedin

3 Aplicaciones para Tafirel

1. Crear el perfil Empresa, para que los funcionarios puedan indicar que son miembros.
2. Utilizarlo como un canal más corporativo para publicar contenido institucional.
3. Captar talento

6 Tendencias de las Marcas en Redes Sociales

1. Humanización de las marcas.
2. Piensan en Mobile.
3. Publicidad no intrusiva.
4. Video. (Facebook Live, Stories)
5. #hashtag manía.
6. “Brand Ambassadors” (celebrities / influencers)

8 Tips de Keiretsu para definir su estrategia en RRSS

1. Defina para su negocio y sus clientes, cuál es la red más adecuada.
2. Genere contenido / conversaciones relevantes para su audiencia.
3. Invite a participar de las discusiones (sea “provocador moderado”)
4. Gestione las conversaciones difíciles.
5. Invierta en capital humano para gestionar las redes.
6. Invierta en herramientas para analizar las conversaciones
7. Invierta en Publicidad para aumentar el alcance
8. Genere un proceso para incorporar a las redes al flujo de trabajo de su organización (contact center, comercial, etc), una red aislada de la organización, no es una red, es una isla.



Muchas Gracias

