

Planificación & Gestión de Redes Sociales CAPACITACIÓN



#IDCRRSS

AGENDA

9 a 10:30

RRSS: Historia y Actualidad

10:30 a 11

Break

11 a 12:30

6 RRSS y su aplicación a las Cooperativas

12:30 a 13:30

Break mediodía

13:30 a 15:00

Gestión RRSS y Contenidos.

15 a 15:30

Break

15:30 a 17

Herramientas para la Gestión y Conclusión final.





RRSS

Historia & Actualidad

Usuarios por redes sociales que se conectan

- 2 REDES SOCIALES 24 %
- 3 REDES SOCIALES 16 %
- 4 REDES SOCIALES 8 %
- 5 REDES SOCIALES 4 %

INTRODUCCION GENERAL

- Nuestra vida sin Google
 - Nuestra vida sin Internet
 - Nuestra vida antes de la redes sociales
-
- A diferencia de lo que ocurría con los viejos soportes físicos, las redes sociales en línea nos permiten conocer y eventualmente acceder a los contactos de nuestros amigos, así como descubrir a personas con intereses, objetivos o gustos afines.
 - Las redes sociales en línea permiten reconstruir o mantener, en el mundo virtual, los vínculos que alguna vez se establecieron en el mundo físico: compañeros de una promoción, colegas profesionales, asistentes a un evento, alumnos, compañeros de trabajo y amigos.

INTRODUCCION GENERAL

¿Qué son pues las redes sociales?

- Las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad, pero también funcionan a modo de sistema de filtro y de alerta en la medida en que permiten un ajuste del flujo de información que recibimos en función de nuestros intereses y de los intereses de aquellos en quienes confiamos.
- Además de los particulares, también las empresas y los medios de comunicación han desembarcado en las redes sociales.
- A las empresas, su presencia en las redes sociales les permite integrarse en ambientes en red de conversación al tiempo que ocupan los espacios que correspondan a la denominación de la marca y de sus productos.

INTRODUCCION GENERAL

¿Qué es lo que lo que los medios y los anunciante hacen?

Los medios proyectan su identidad de marca y ofrecen servicios (como titulares, encuestas y concursos) en las redes sociales abiertas y dan soporte a redes sociales propias como estrategia de fidelización e interactividad con los usuarios.

Los anunciantes están encontrando en las redes sociales el más sofisticado mecanismo de estudio y segmentación de mercados que jamás hubieran imaginado.

El usuario ya no se contenta con poder acceder a información actualizada, ahora exige poder hacer algo con ella: comentarla, valorarla, remitirla a filtros sociales , guardar el enlace en sus favoritos en línea , enviarla por correo electrónico a un amigo, compartir el enlace en su propia red social o republicar y comentar la noticia en su blog.



En definitiva:

La web entera se ha convertido en una gigantesca máquina social capaz de producir resultados tan sorprendentes como la Wikipedia, Twitter, Flickr o YouTube.

Así como el uso habitual de la web originaria consistía en acceder a información publicada por otros mediante sistemas más o menos rudimentarios de búsqueda, lo propio de la Web 2.0 es compartir información con otros usuarios, publicar contenidos propios, valorar y remezclar contenidos de terceros, cooperar a distancia y, en definitiva, apoderarse de la tecnología para convertirla en parte de nuestra vida.

• **Hoy la realidad de la red muestra con elocuencia que, finalmente, los usuarios se han hecho con el control de la herramienta y la están convirtiendo en una palanca para mover el mundo.**

• Y no sólo el digital.



Wikipedia

Son sitios de Internet formados por comunidades de individuos que comparten intereses o actividades, como ser amistad, parentesco, trabajo, hobbies, y que permiten intercambio de información. No necesariamente los integrantes se tienen que conocer previamente, sino que pueden hacerlo a través de ella.^{[1](#)}

Redes Sociales en Internet

Las **redes sociales** en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común.

- Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos.
- Internet es un medio propicio para hacer este tipo de conexiones y, contrario a la creencia popular, la primera red social disponible en Internet no es [Facebook](#) (2004), sino una página llamada [Classmates.com](#) (que todavía existe), creada en 1995.



Redes Sociales

- Las **redes sociales** se basan en una gran medida en la teoría conocida como **seis grados de separación** (publicada en 1967), que básicamente dice que todas las personas del mundo estamos contactados entre nosotros con un máximo de seis personas como intermediarios en la cadena.
- Por ejemplo: tu conoces a alguien que a su vez conoce a alguien que a su vez conoce a alguien que conoce a tu artista favorito, formando una cadena de seis o menos personas de por medio. Esto hace que el número de personas conocidas en la cadena crezca exponencialmente conforme el número de conexiones crece, dando por resultado que sólo se necesita un número pequeño de estas conexiones para formar una red que nos conecta a todos, haciendo teóricamente posible el hacerle llegar un mensaje a cualquier persona en el mundo (se necesitan precisamente seis niveles de conexiones – o grados de separación– para conectar un billón de personas si se asume que cada persona conoce a cien personas en promedio).

Marketing en Redes Sociales:

- Dado que las redes sociales son de fácil acceso a quienes cuentan con una conexión a Internet, surgen los programas de **marketing en redes sociales**.
- Estos programas básicamente tienen como objetivo el crear contenido que además de atraer la atención de la gente también la incite a compartir dicho contenido. Este contenido, en teoría, debe tener un mayor impacto en la gente que lo recibe porque proviene de una fuente confiable (como amigos y familiares).
- La creación de páginas de productos y compañías –por ejemplo en Facebook–, permiten que la gente interactúe con dichos productos y compañías, creando una relación que se percibe como personalizada.
- Estas páginas permiten además que los productos y compañías envíen mensajes e incluso tengan conversaciones, creando mayor lealtad hacia la marca.

Tipos de Redes Sociales:

¿Qué tipos de Redes Sociales hay?

- **HORIZONTALS: Público genérico.**
Centrada en contactos. Interrelación general.
- **VERTICALES: Tienden a la especialización:**
 - Temática: profesional, viajes, aficiones
 - Actividad: microblogging, geolocalización, juegos
 - Contenido: fotos, video, música, presentaciones

Redes Sociales: Ranking (Wikipedia)

RED SOCIAL	TIPO	Nº USUARIOS (millones)
Facebook	General	1650
YouTube	Vídeos	1000
Whatsapp	Mensajería	1000
QQ	Mensajería	829
WeChat	Mensajería	700
Qzone 629	General	629
Linkedin	Negocios	433
Weibo 400	Mensajería	400
Instagram	Foto/Vídeo	400
Google+	General	343
Twitter	Mensajería	310
Line	Mensajería	300
Tagged	General	300
Haboo 250	General	250
hi5	General	200
Tumblr	General	200
SoundCloud	Música	200
Badoo 200	Contactos	200
Snapchat	Mensajería	100

Tipos de Redes Sociales:



Explicación resumida del social media

-  Estoy bebiendo #tequila
-  Me gusta el tequila
-  Mi mayor cualidad: beber tequila
-  Aquí es donde bebo tequila
-  Mira como bebo tequila [HD]
-  Foto vintage de mi tequila
-  Bebo tequila (Aunque nadie lo lea)
-  Una adorable receta de tequila
-  Bebo tequila y quiero sexo
-  Escuchando música de Tequila
-  Album de fotos de mi tequila
-  Beviendo tekila a lo lokoh!!

Explicación resumida del social media

Redes Sociales: Ranking 1er lugar

- Facebook es la red social más usada en el mundo, con 1.800 millones de usuarios.
- Twitter es la más usada en [Japón](#), siendo el único país del mundo donde ocupa el primer lugar.
- QZone, similar a Facebook en la cual se pueden hacer publicar textos, fotos y videos, cuenta con 645 millones de usuarios y es la favorita en [China](#).
- [Vkontakte](#) se impone en [Rusia](#) con 410 millones de usuarios, la cual permite compartir publicaciones de todo tipo y está disponible en 83 idiomas



Redes Sociales: Ranking 2do lugar

- [Instagram](#) lidera el segundo puesto de las preferencias a nivel mundial
- [Odnoklassniki](#) en las preferencias de Rusia y [Alemania](#) y cuenta con 16,5 millones de usuarios en todo el mundo.
- [Reddit](#) en [Nueva Zelanda](#), [Australia](#), [Noruega](#) y [Canadá](#).
- En la mayor parte de Europa y en [Estados Unidos](#), el segundo puesto le corresponde a Twitter en Japón, Facebook y en [India](#), LinkedIn.⁹



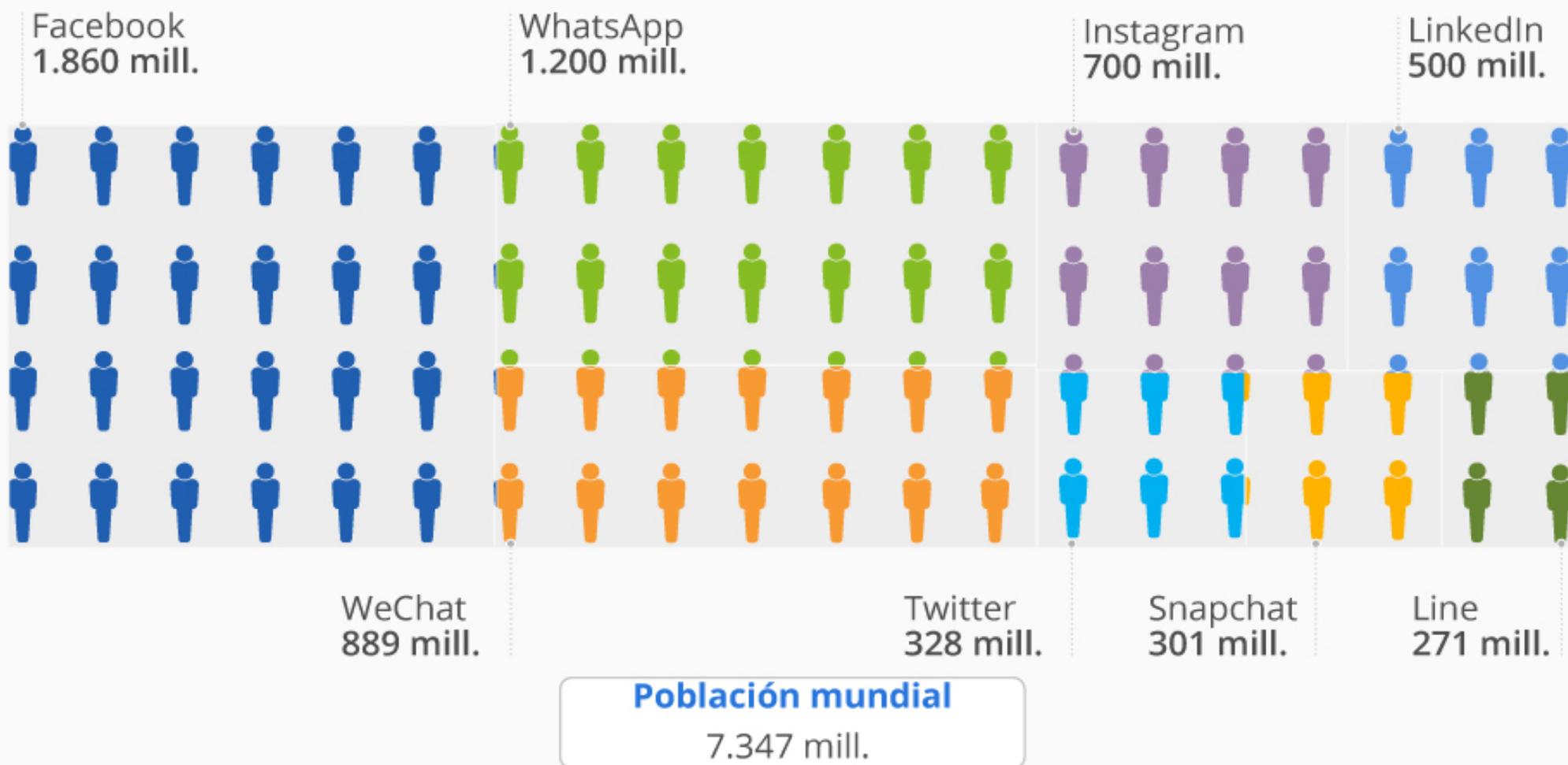
2017: ¿Qué sucede en internet durante 60 segundos?



Fuentes: Email: 2014-2016: Radicati; Facebook: 2015 Qmee; 2016 Wishpond; Google: 2014 Statista; 2015 AdWeek; 2016 Internet Live Stats; Instagram: 2014 Tech Crunch; 2015 Nuke Suite; 2016 Instagram; Twitter: 2014 Internet Live Stats; 2015 Internet Live Stats; 2016 Tech Insider; Wordpress: 2014 Wordpress; 2015 Wordpress; 2016 Internet Live Stats; WhatsApp: 2014 Pierce Mobile IT; 2015 Slash Gear; 2016 Expanded Ramblings; Youtube: 2014 Youtube Global Blog; 2015 Reel SEO.
Una idea original de: Smart Insights (www.smartinsights.com).

Los usuarios de redes se acercan a la población mundial

Número de usuarios mensuales mundiales de distintas redes sociales en 2017*



* Incluidos servicios de mensajería. Datos de diciembre de 2016 a abril de 2017 excepto los referentes a la población mundial (2015). Todos los usuarios son mensuales con excepción de LinkedIn.

Las mejores redes sociales para los jóvenes

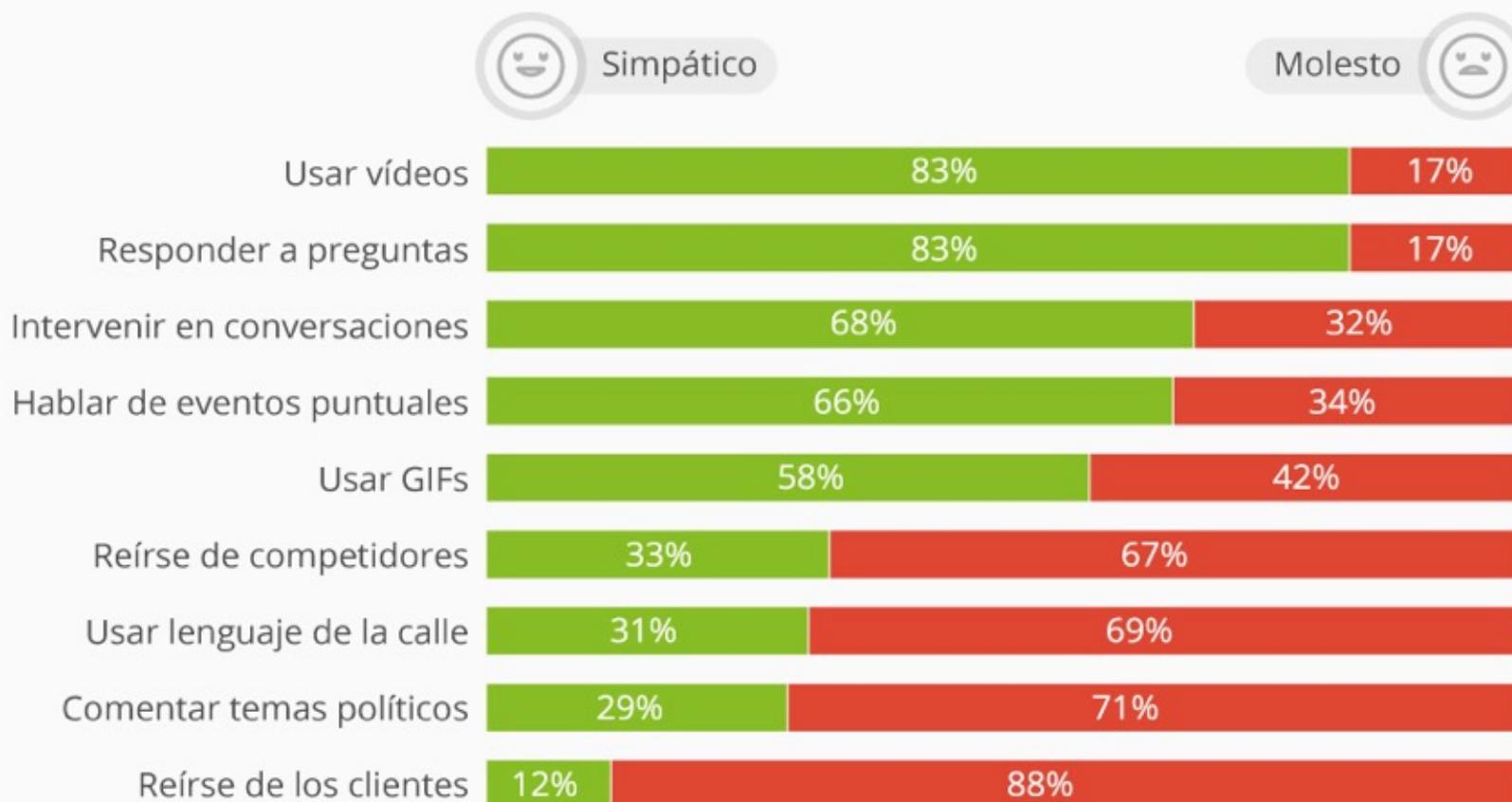
Redes sociales según su influencia en la salud mental de los jóvenes



* En la encuesta participaron 1.479 jóvenes de entre 14 y 24 años residentes en Reino Unido. En esta, realizada a principios de 2017, se trataron temas como la depresión, la ansiedad, la sensación de soledad, la evaluación del propio cuerpo, etc.

Perfiles sociales de empresa: lo que se puede y lo que no

Percepción de los consumidores sobre la comunicación de las marcas en redes*



La importancia de utilizar contenido Visual en las Redes Sociales

La imagen es de fácil comprensión, es accesible a todo el mundo. Es inmediata, se dirige a la emotividad, a lo que se ve o lo que se quiere ver; es decir, la interpretación.

Cada red social encaja mejor con un tipo de formato

Horizontal



Vertical



Cuadrado

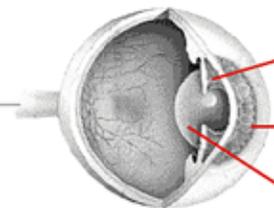


Gracias al branding, los espectadores pueden encontrar el canal y los videos más fácilmente.

94%
de sentimiento positivo

Instagram es la plataforma "fast view" por excelencia y en la que se genera un sentimiento más positivo hacia las marcas.

nervio óptico



El ojo humano realiza de manera permanente, movimientos voluntarios e involuntarios ante los estímulos visuales, luego el cerebro los discrimina, elimina y elige lo que más le interesa dentro de un campo visual para integrarlos a su memoria.

700

videos de Youtube son compartidos vía Twitter cada minuto

El contenido visual es procesado más rápidamente en el cerebro que los textos.



90%
de la información transmitida al cerebro es visual

Aumento de interacciones

Un tuit con contenido visual puede llegar a tener

+50%
de RT

que un tuit sin imagen

+300%
de interacción



En Facebook, la incorporación de imágenes en las publicaciones cobra especial importancia en cuanto a la consecución de un mayor enlace.

Cuando los textos vienen acompañados de imágenes o videos, las posibilidades de lectura aumentan un **+80%**

y el engagement se incrementa

+50%

d@to

Se denomina engagement al grado de compromiso entre una marca y sus usuarios/clientes.

AT>-PICA



Las publicaciones con videos atraen **3** veces más frente a las que sólo tienen texto.



Se suben a Facebook más de **350** millones de fotografías al día.



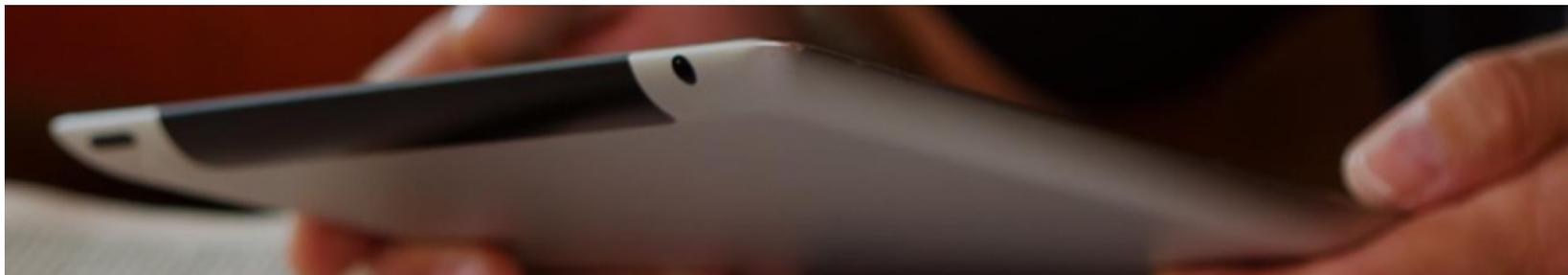
En Instagram se suben más de **45** millones de imágenes cada día.



Se tuitean más imágenes que videos en un **361%** de las veces.

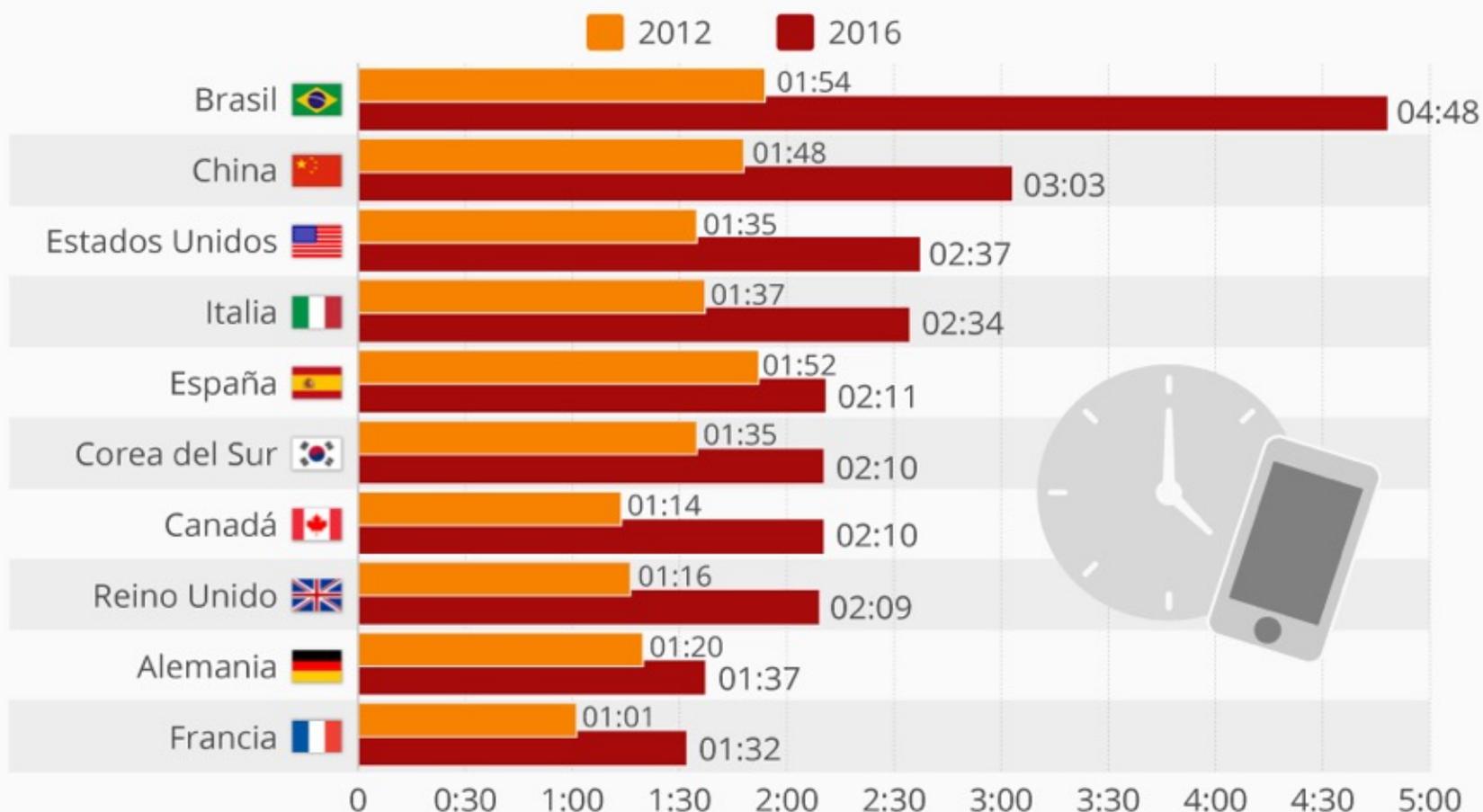


El **61%** del contenido compartido son utilidades. El **43%** son imágenes graciosas.



El uso diario de smartphones en el mundo

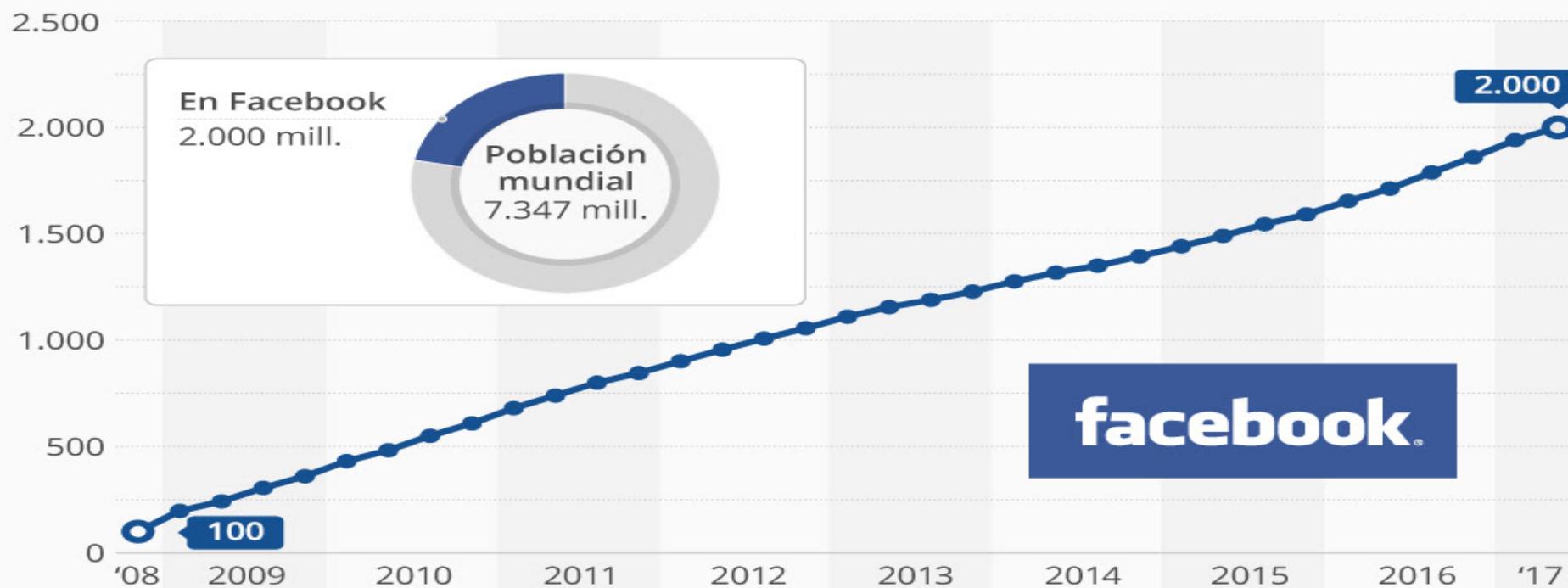
Horas de navegación diarias en Internet a través de dispositivos móviles, por usuario





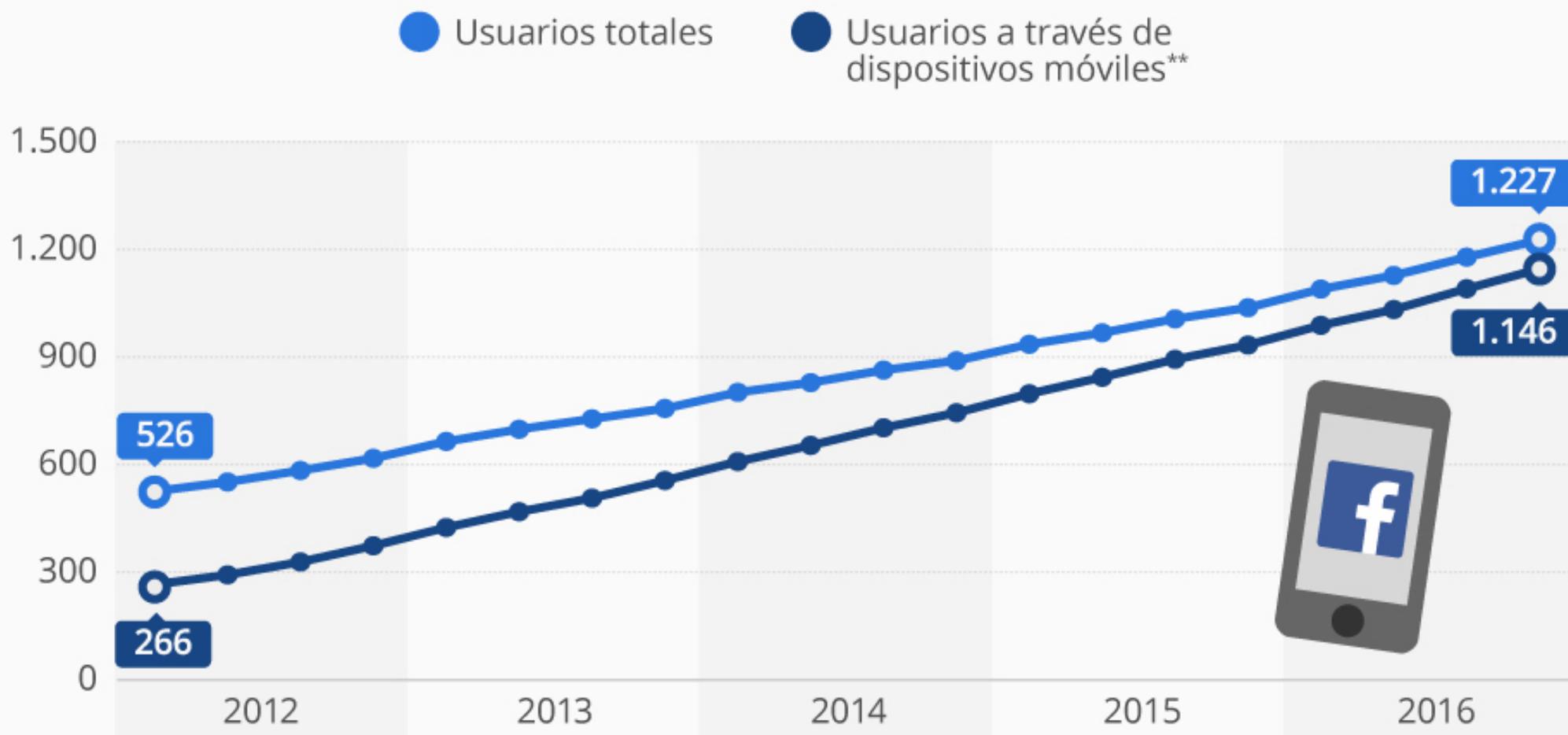
Facebook alcanza los 2.000 millones de usuarios

Usuarios activos mundiales de Facebook (en millones)*



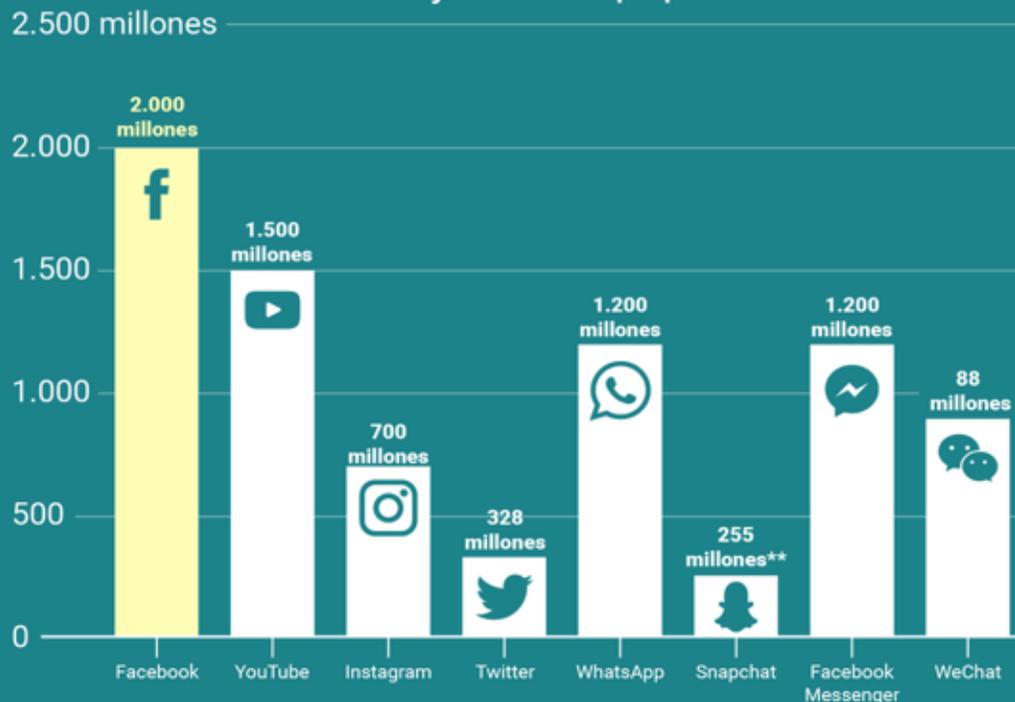
Facebook se va al móvil

Usuarios activos diarios totales y a través de dispositivos móviles de Facebook (en mill.)*

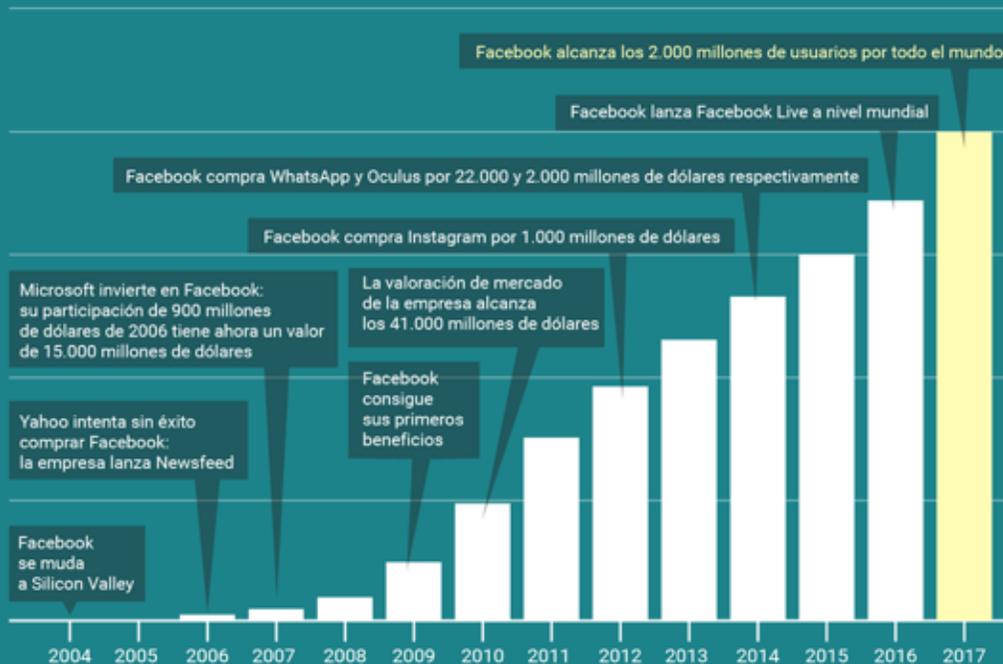


Facebook ha alcanzado oficialmente los 2.000 millones de usuarios

Usuarios de las redes sociales y servicios de mensajería más populares*



Cómo ha crecido el público de Facebook

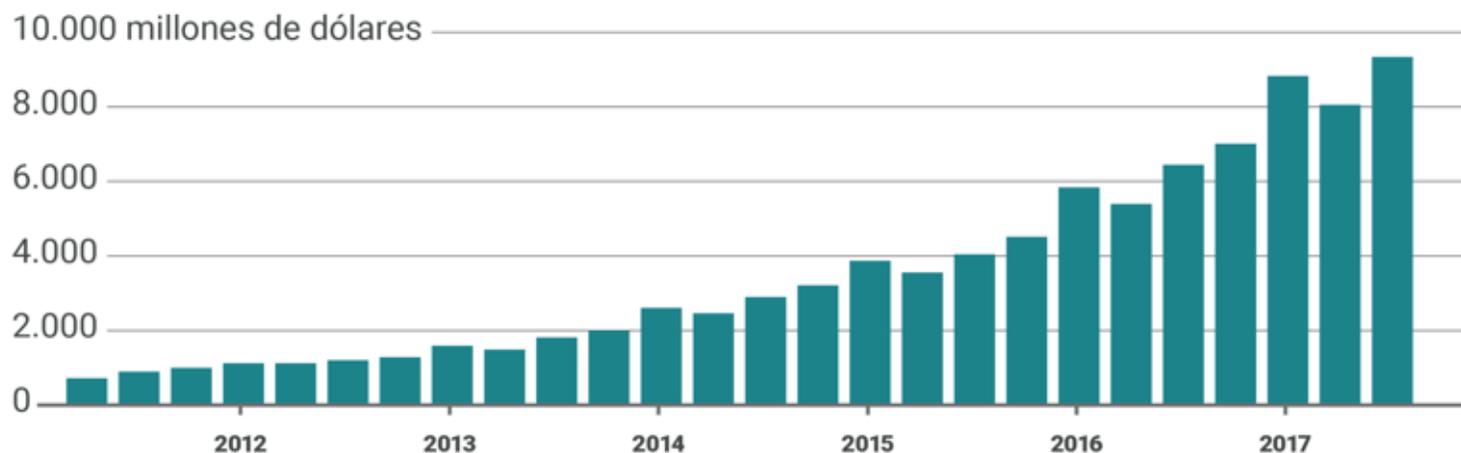


* Basado en los informes de la empresa emitidos entre diciembre de 2016 y junio de 2017

** aproximadamente
Fuente: TechCrunch

El negocio de Facebook acabará perdiendo impulso, pero ese día todavía no ha llegado

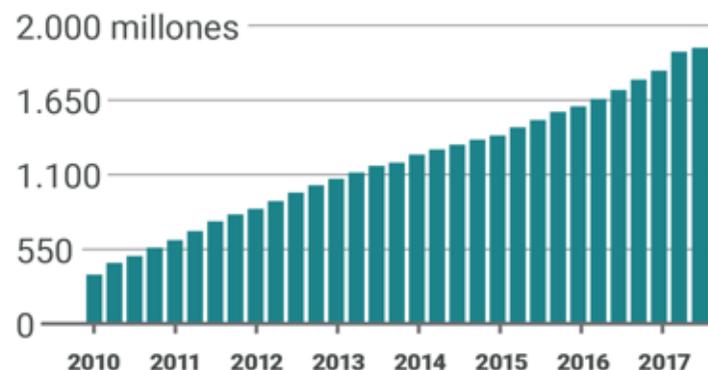
Los ingresos trimestrales de Facebook siguen aumentando



Ingresos trimestrales medios por usuario, por región



Facebook tiene más de 2.000 millones de usuarios mensuales



El imperio Google en cifras



2.000

millones de dispositivos Android al mes

Más de 1.000 millones de usuarios



Google

800 millones de usuarios



Google Drive

500 millones de usuarios



Google Photos

100

millones de dispositivos con Google Assistant

82.000

millones de Apps fueron descargadas de Play Store

Las personas ven



1.000

millones de horas de vídeo cada día en Youtube



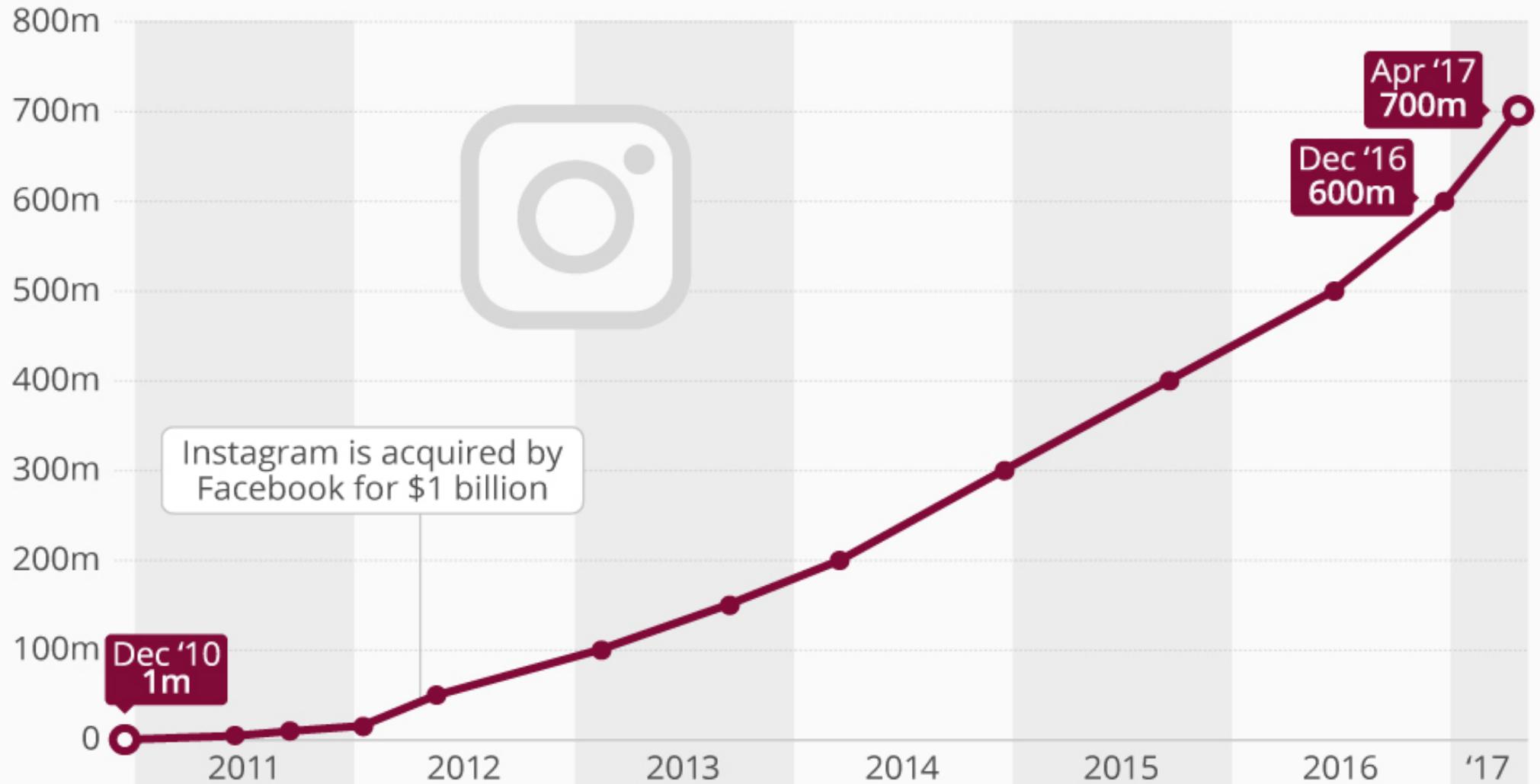
@Statista_ES

Fuente: Google

statista

Instagram Is Growing Faster Than Ever

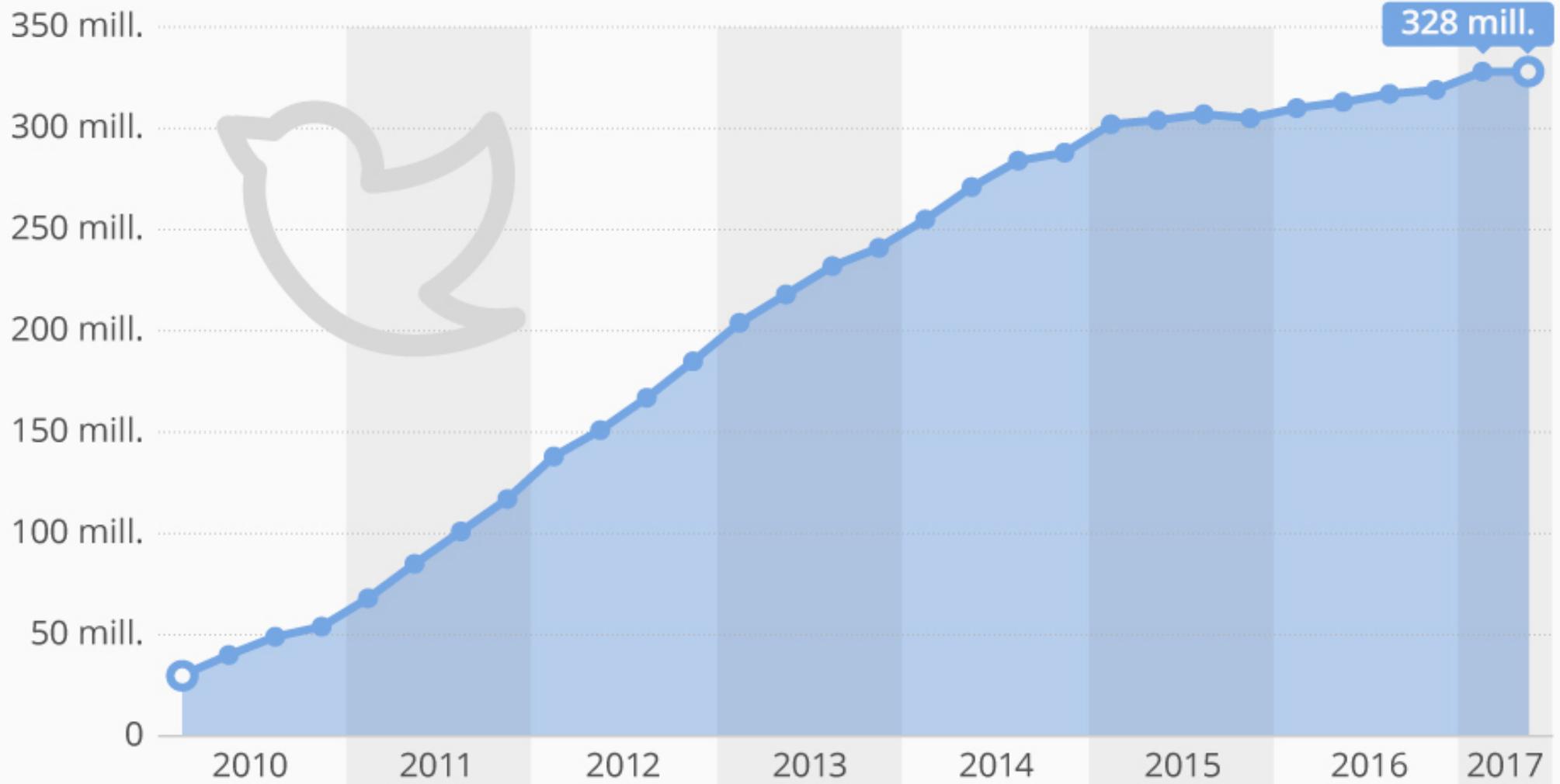
Instagram's worldwide monthly active users



@StatistaCharts Source: Instagram

Twitter se estanca

Usuarios activos mensuales de Twitter en todo el mundo



@Statista_ES

Fuente: Twitter

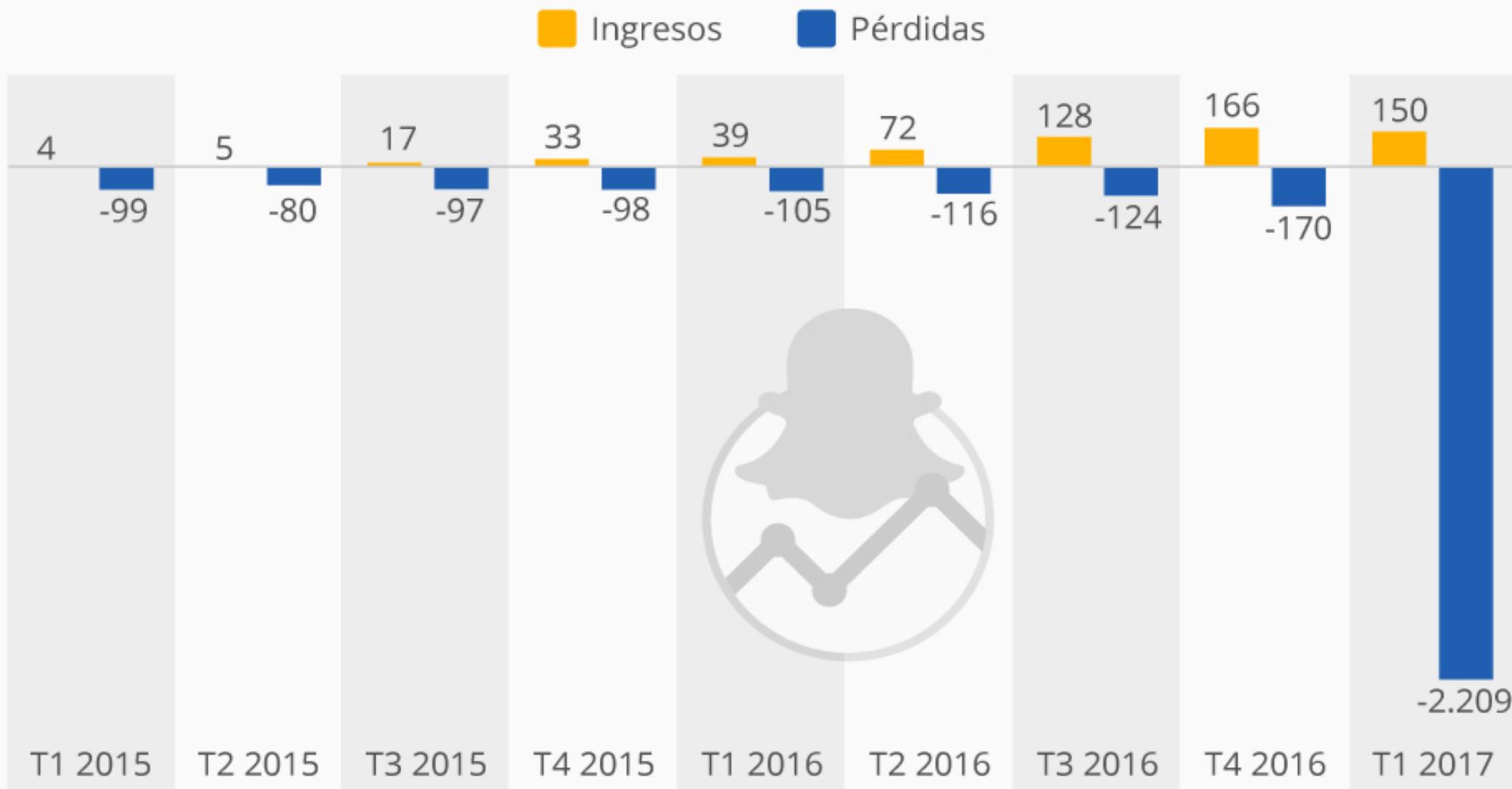
Twitter Profiles Stats in Uruguay

		Followings	Followers
1	 Luis Suarez (@LuisSuarez9)	54	10 248 267
2	 Diego Forlan (@DiegoForlan7)	158	5 237 711
3	 Edi Cavani Oficial (@ECavaniOfficial)	51	1 494 943
4	 Nando Muslera (@1_Muslera_25)	283	1 457 298
5	 Pichu Straneo (@Pichustraneo67)	1 181	946 284
6	 MÁRAMA 🍹 (@Marama_Oficial)	13 400	894 141
7	 Víctor Hugo (@VHMok)	961	891 967
8	 No Te Va Gustar (@ntvgoficial)	76	852 545
9	 ROMBAI 🌟 (@rombai_)	1 235	707 544
10	 Agustín Casanova (@Marama_Agustin)	131	707 415



Resultados de Snapchat

Ingresos y pérdidas netas de Snap (en millones de dólares)



WhatsApp en cifras



2009: Lanzamiento



2014: Adquisición por Facebook

Usuarios activos diarios



1.000 millones

Usuarios activos mensuales



1.300 millones



Mensajes enviados al día

55.000 millones



Fotos compartidas al día

4.500 millones



Vídeos compartidos al día

1.000 millones



60 Lenguas de soporte



Usuarios de 180 países



@Statista_ES

Datos de julio de 2017

Fuente: WhatsApp

Redes Sociales:



Las redes sociales en Uruguay

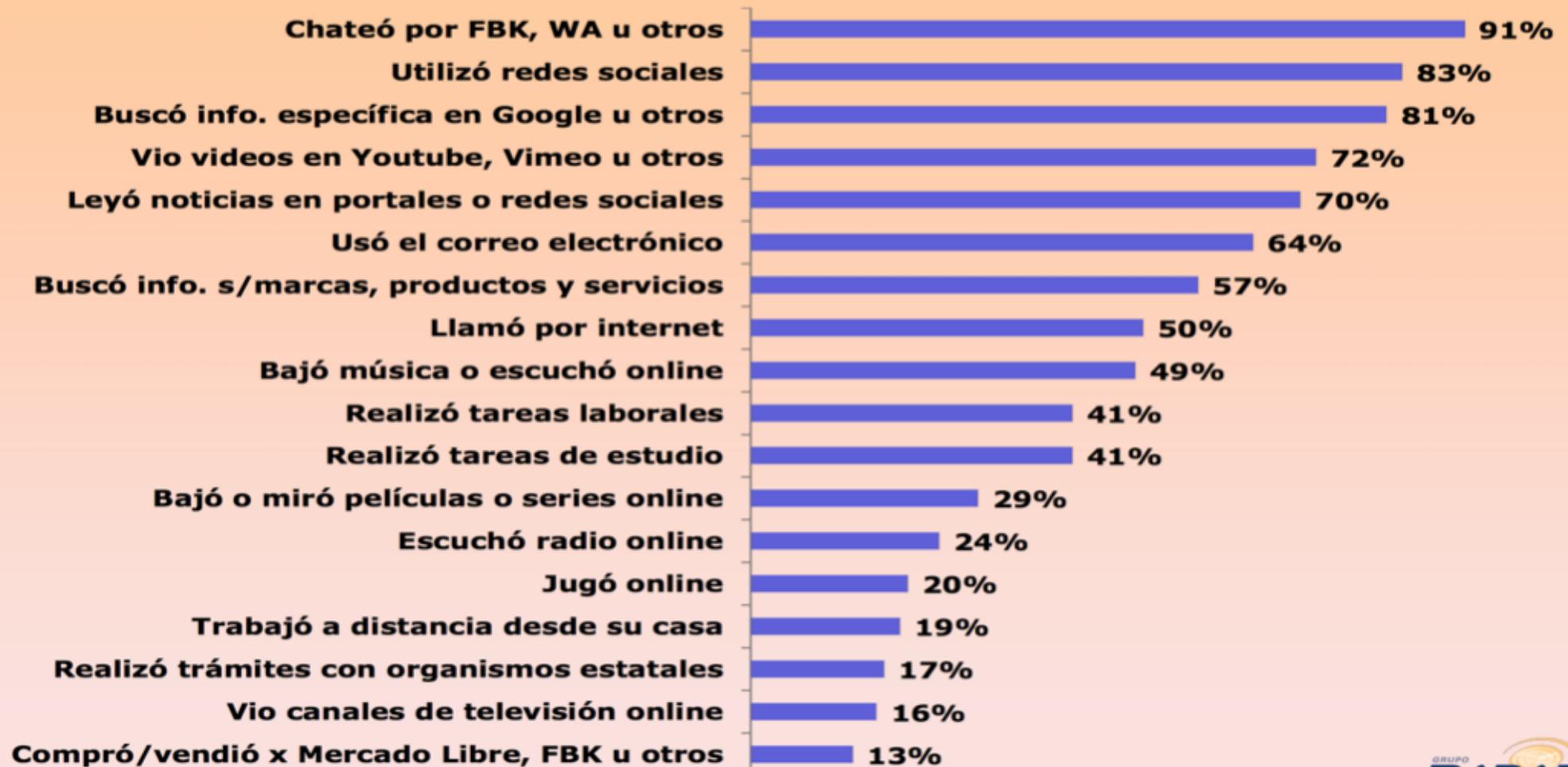
(universo: 2.263.000 usuarios de internet mayores de 12 años)

Redes Sociales:



Chat, redes sociales y buscar información en Google son los usos mencionados por más personas

¿Qué usos le dio a internet en la última semana? (lista pre-determinada, base: 1361 que usaron internet en la última semana)

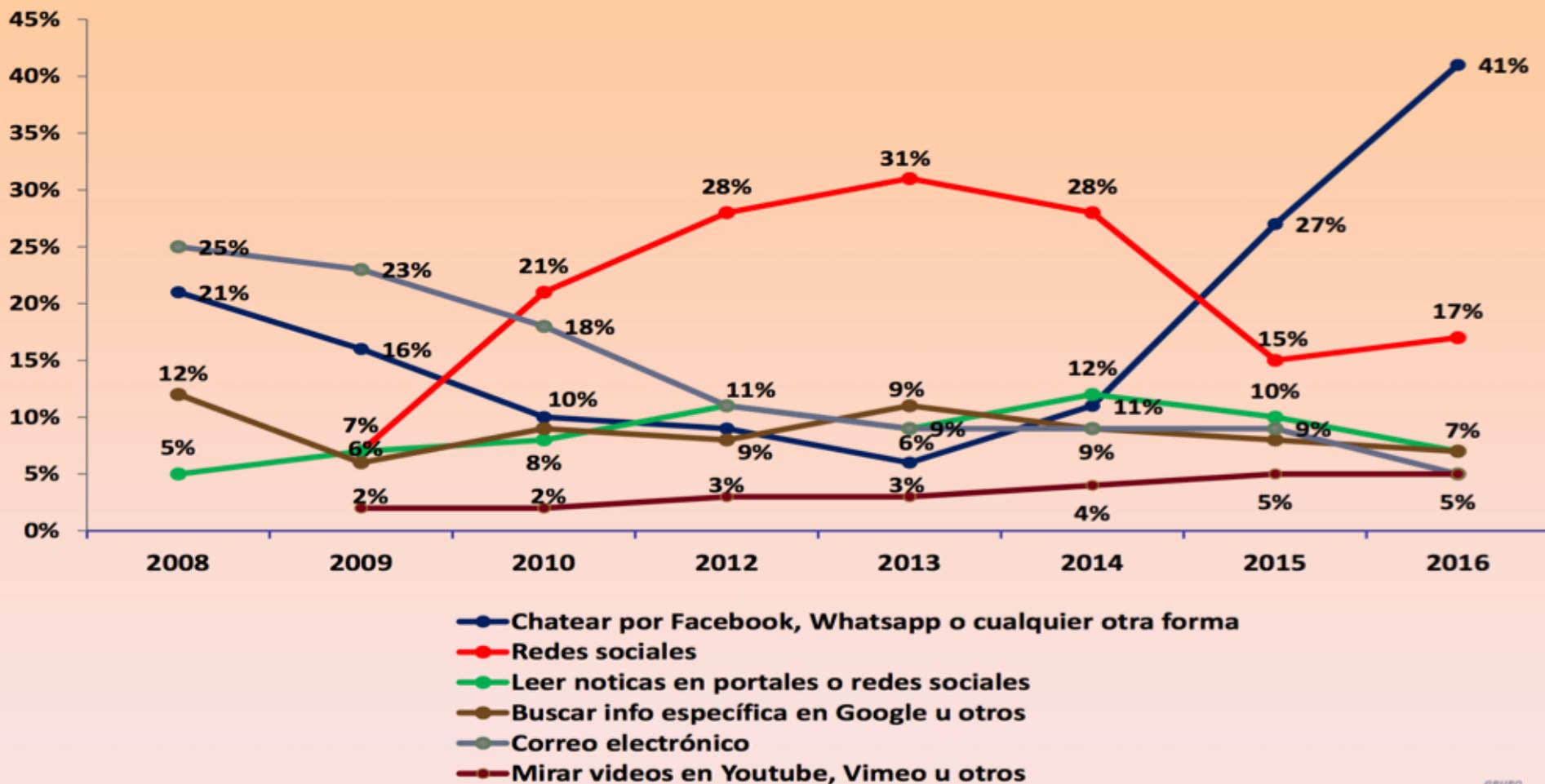


Redes Sociales:



El chat se impuso como el uso al que más internautas mencionan como principal, desplazando a las redes sociales

¿Cuál es el principal uso que le da a Internet? (base: 1361 que usaron internet en la última semana)

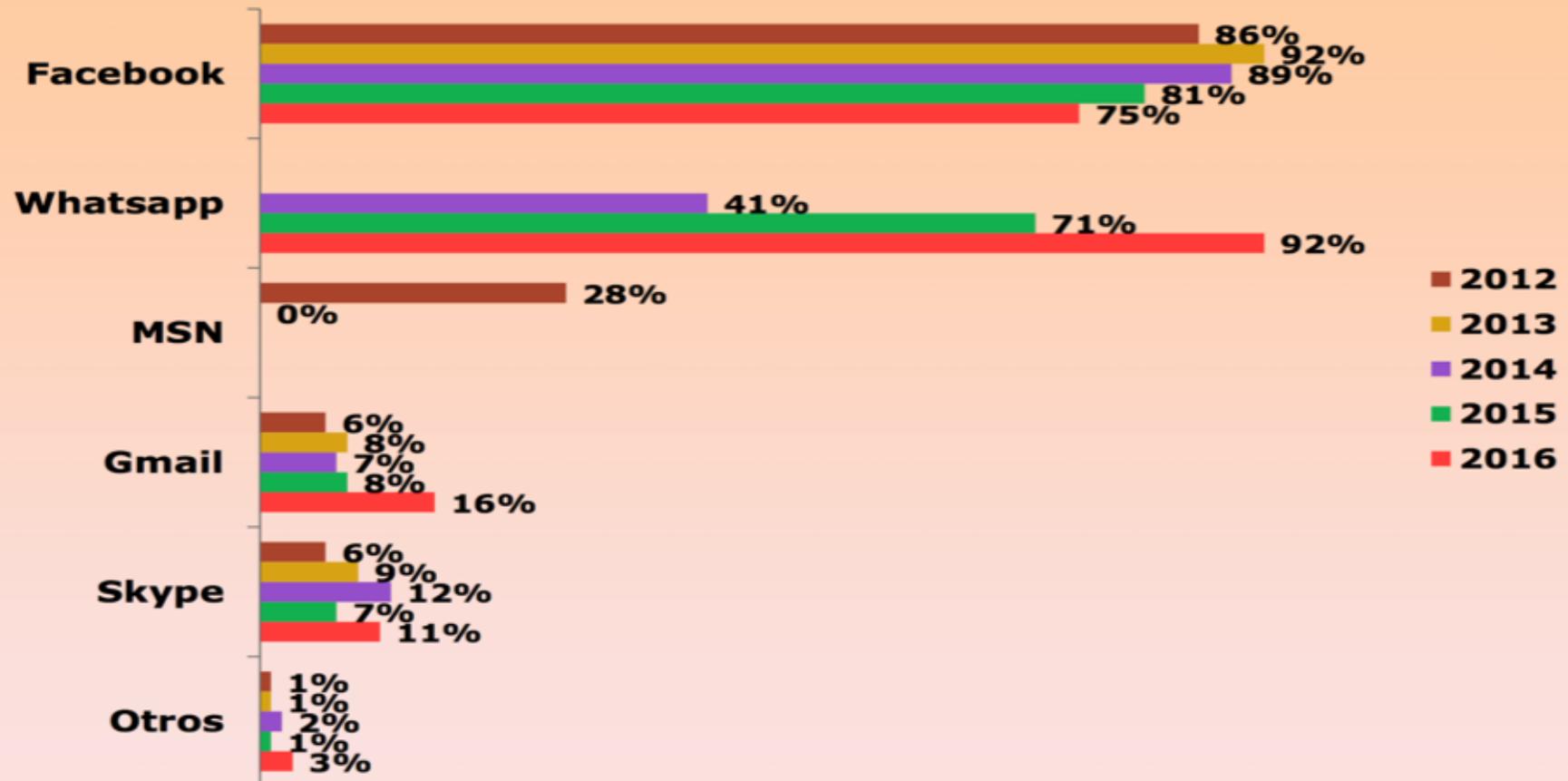


Redes Sociales:



Whatsapp superó a Facebook como opción para chatear

¿Qué utilizás habitualmente para chatear, ya sea desde la computadora o el celular?
(base: 2047 que chatean)

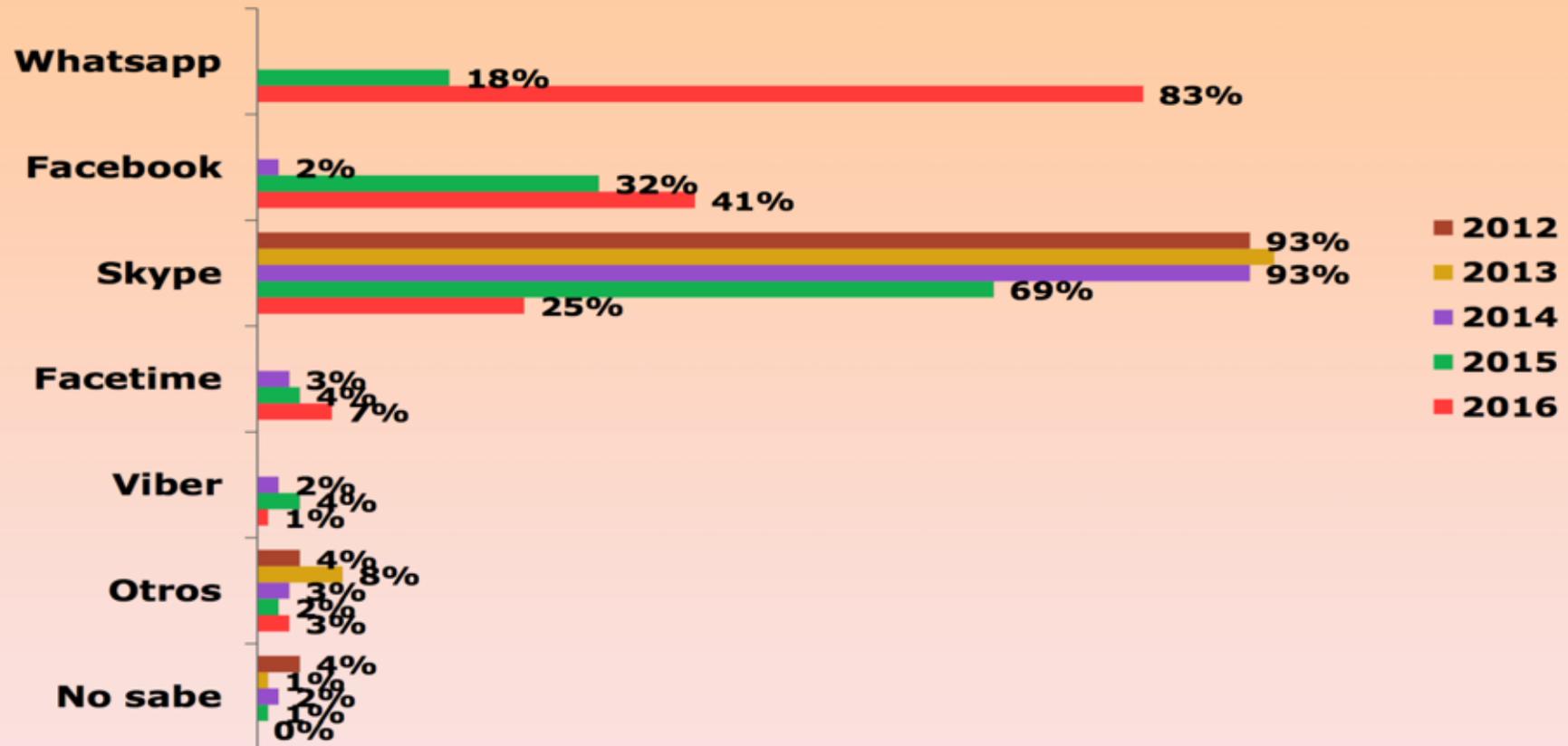


Redes Sociales:



En dos años Whatsapp se impuso como la plataforma más usada para hablar por internet

¿Qué programas usas habitualmente para hablar por internet? (base: 1312 que hablan por internet)

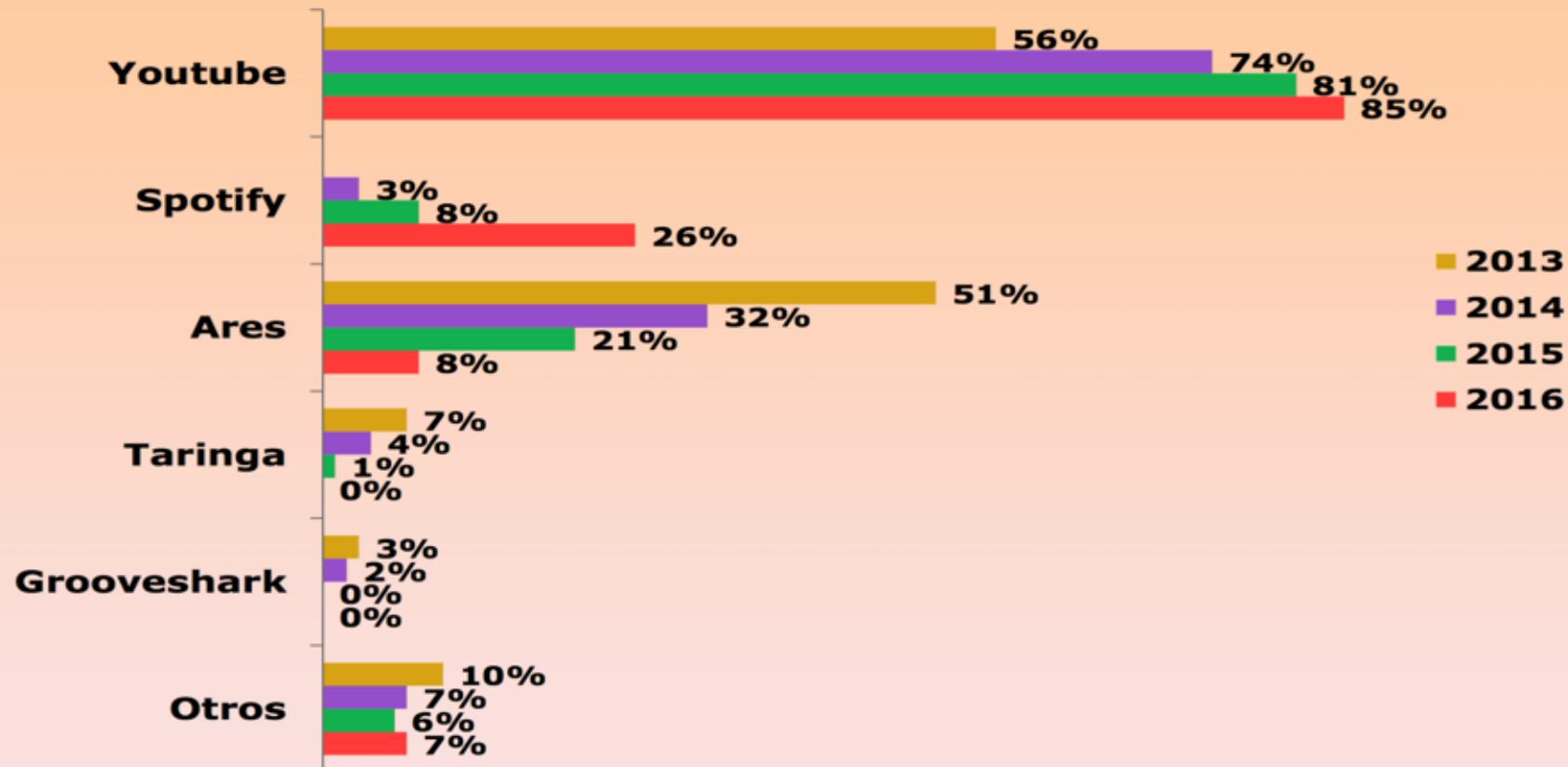


Redes Sociales:

You **Tube**

Youtube sigue liderando como opción para escuchar o descargar música, Spotify reemplaza a Ares como la segunda

¿Qué utilizás habitualmente para bajar música o escuchar online? (base: 1509 que bajan música o escuchan online)



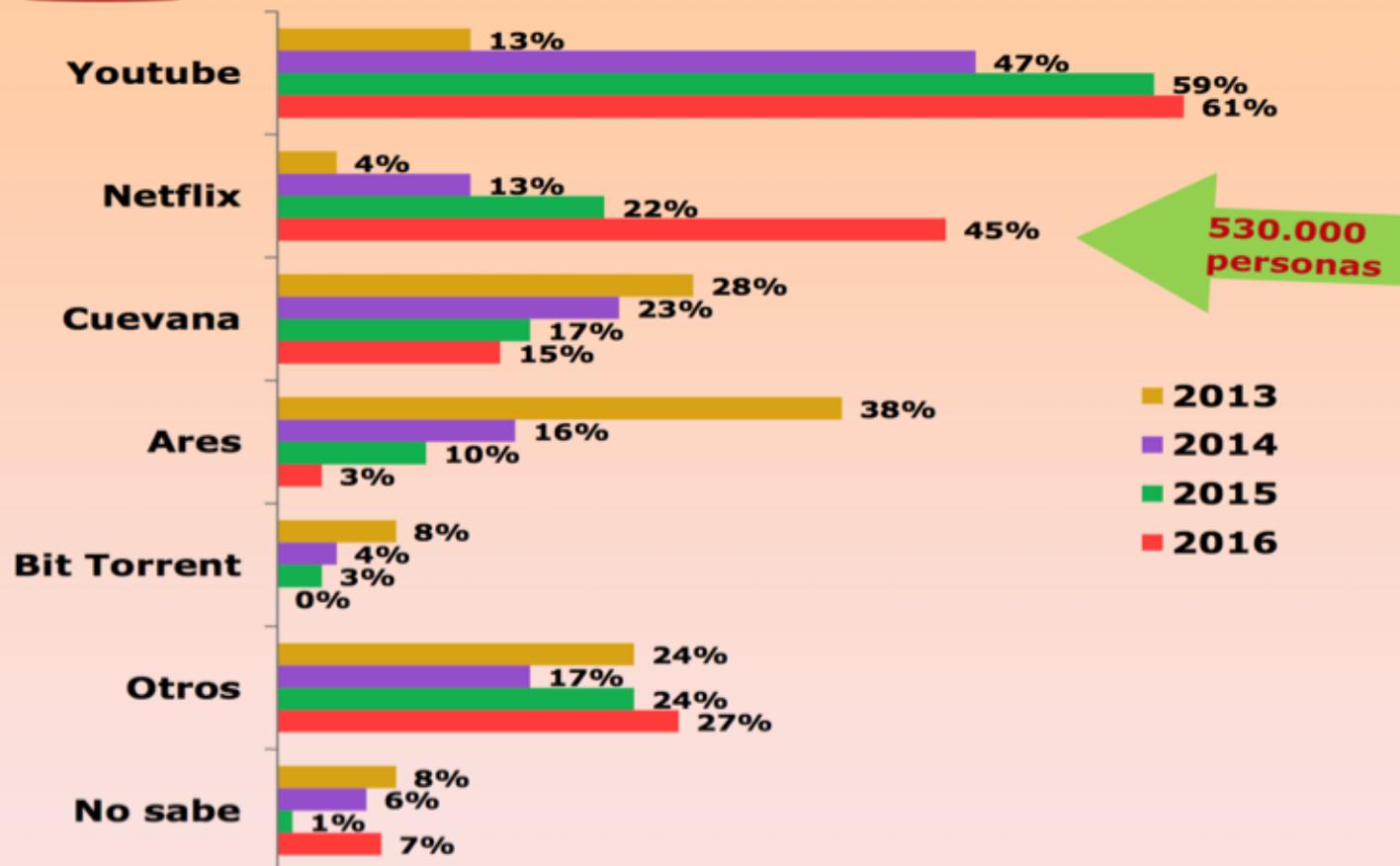
Redes Sociales:

NETFLIX

You Tube

Netflix alcanza rápidamente a Youtube como opción para mirar películas o series online

¿Qué utilizás habitualmente para bajar películas/series o mirarlas online? (base: 1152 que bajaron películas o miraron online en el último mes)



530.000
personas

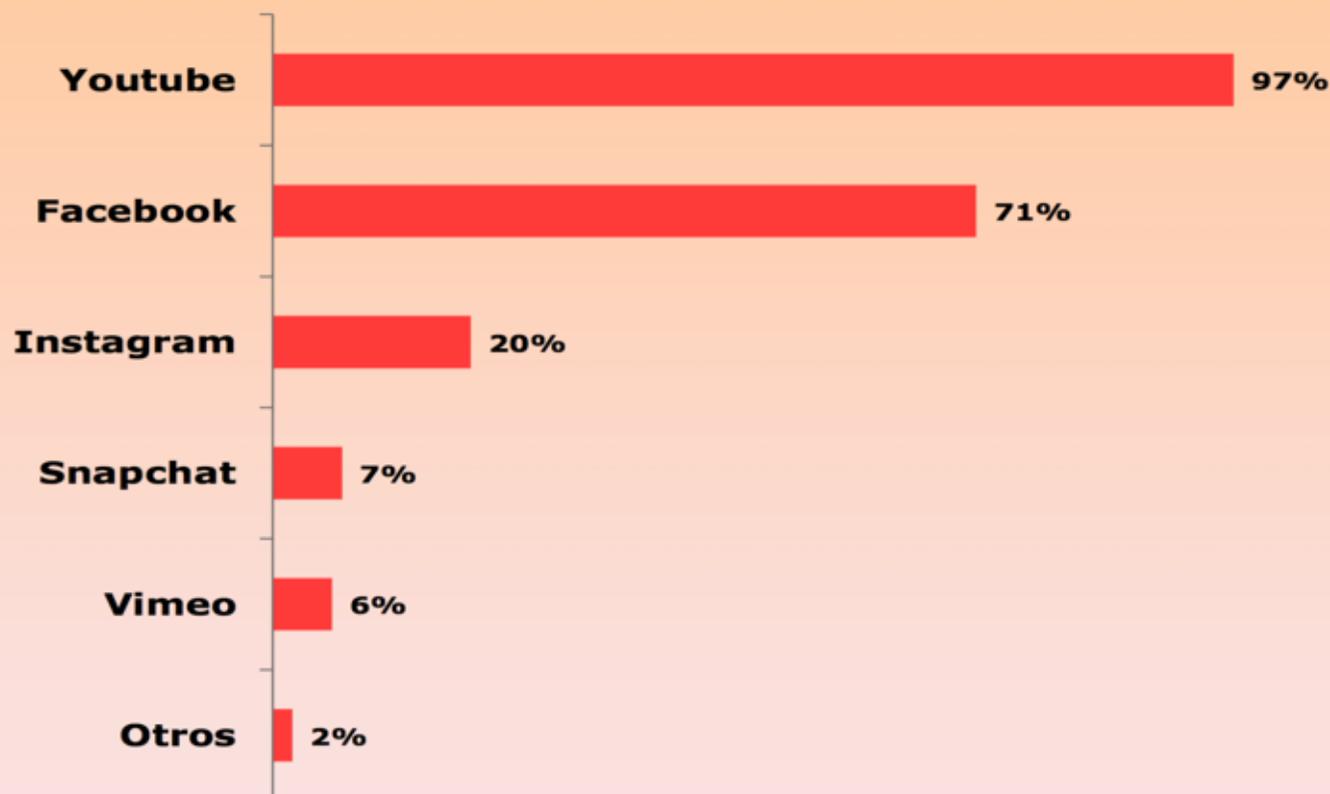
2013
2014
2015
2016

Redes Sociales:



Los videos se ven en Youtube, pero también en Facebook y cada vez más en Instagram (especialmente entre los más jóvenes)

¿En qué sitios has visto videos en internet? (base: 1869 que vieron videos online en el último mes)

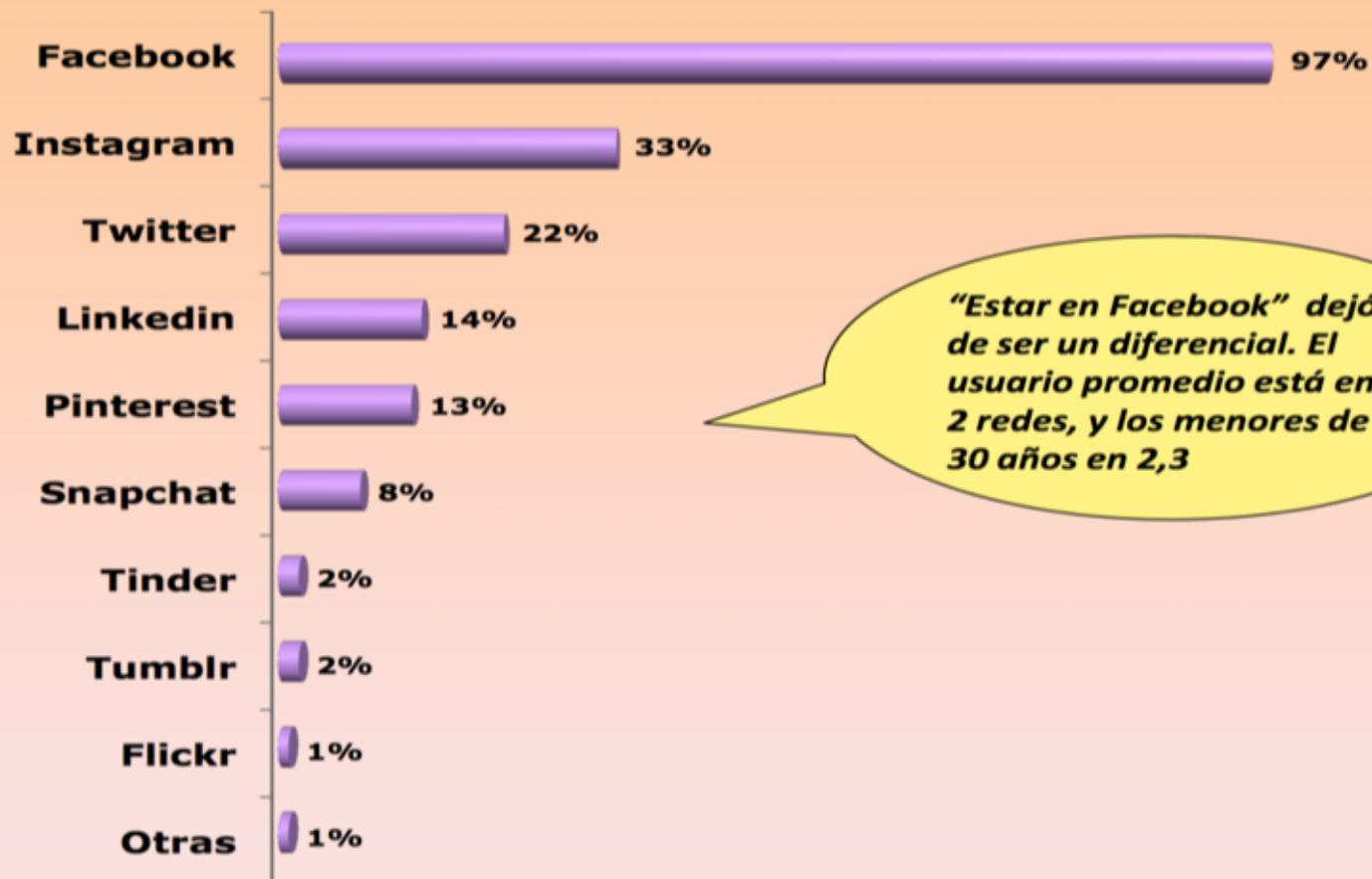


Redes Sociales:



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

¿Qué redes sociales usa habitualmente? (base: usuarios habituales de redes sociales)



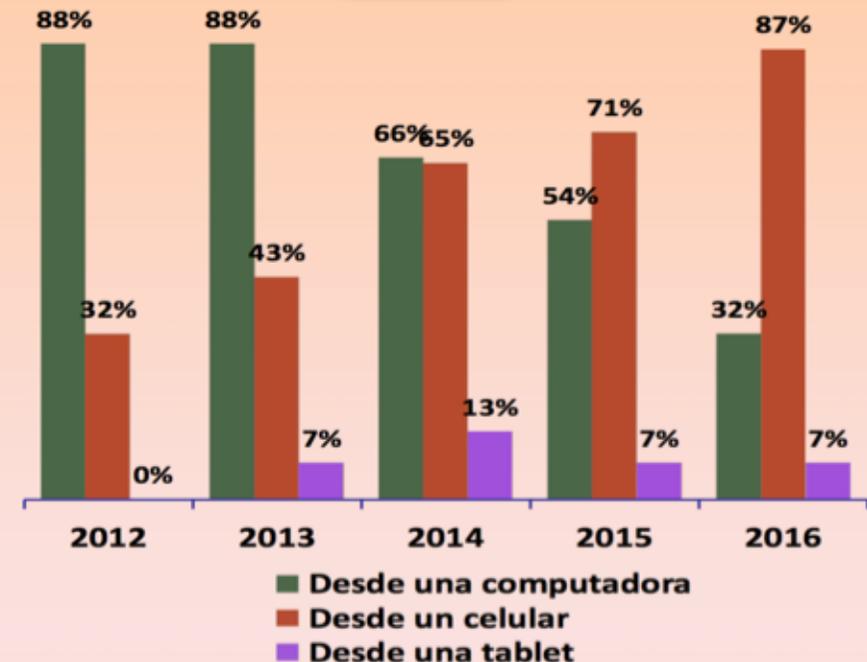
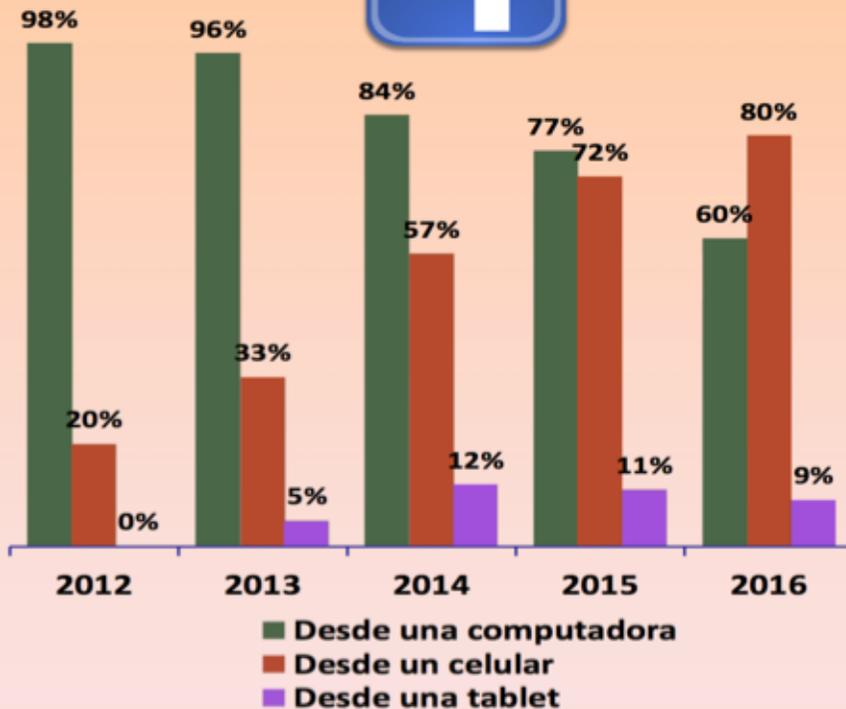
"Estar en Facebook" dejó de ser un diferencial. El usuario promedio está en 2 redes, y los menores de 30 años en 2,3

Redes Sociales:



Los móviles siguen ganando terreno sobre las computadoras para el uso de redes sociales

¿Desde dónde utilizás Facebook habitualmente, desde una computadora, desde un teléfono celular, desde una tablet? (base: 2012 usuarios de Facebook). ¿Y Twitter? (base: 445 usuarios de Twitter)

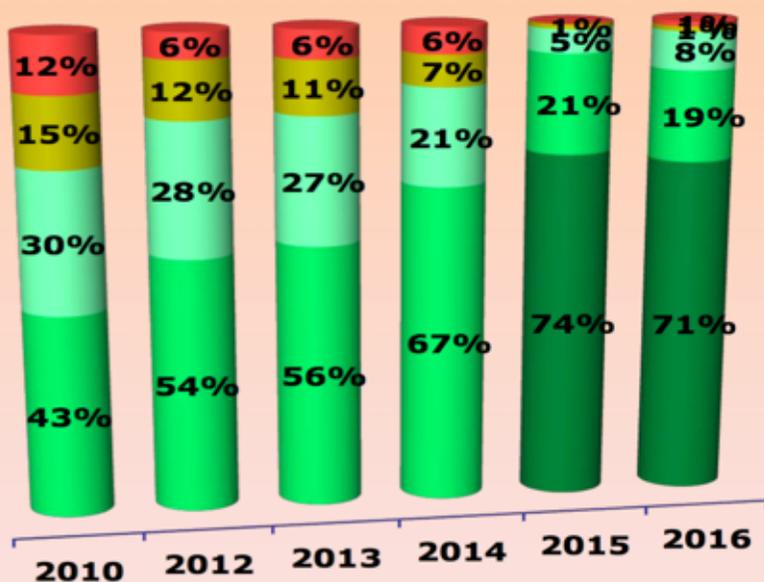


Redes Sociales:

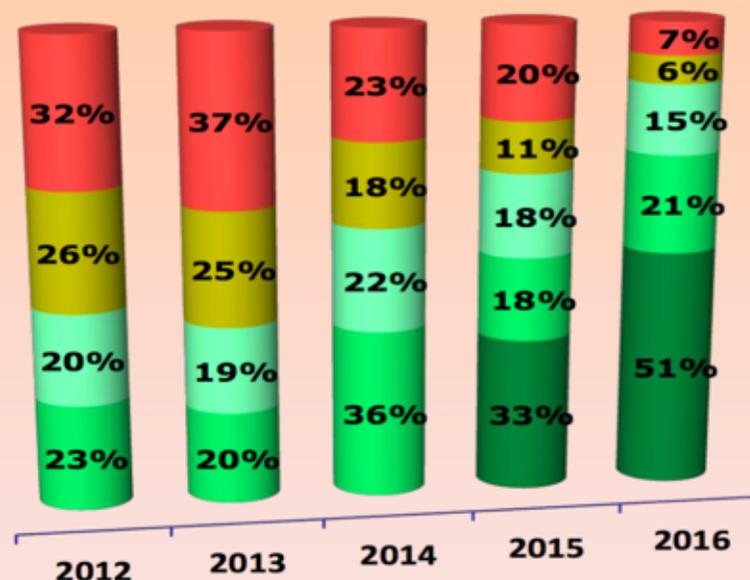


Tiende a estancarse la frecuencia de uso de Facebook y sigue creciendo la de Twitter

¿Con qué frecuencia usás Facebook? (base: 2012 usuarios de Facebook) ¿Y Twitter? (base: 445 usuarios de Twitter)



- Varias veces por día
- Todos los días
- Cada 2 ó 3 días
- 1 vez x semana
- Menor frecuencia



- Varias veces por día
- Todos los días
- Cada 2 ó 3 días
- 1 vez x semana
- Menor frecuencia

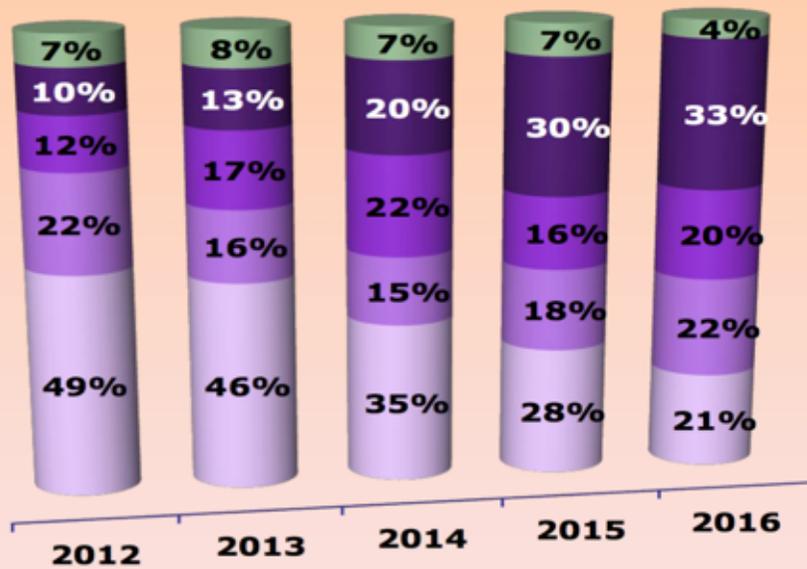


Sigue creciendo el número de cuentas interconectadas: más "siguiendo" y más "seguidores"

¿A cuántos contactos seguís en Twitter aproximadamente? ¿Y cuántos te siguen?
(base: 445 usuarios de Twitter)

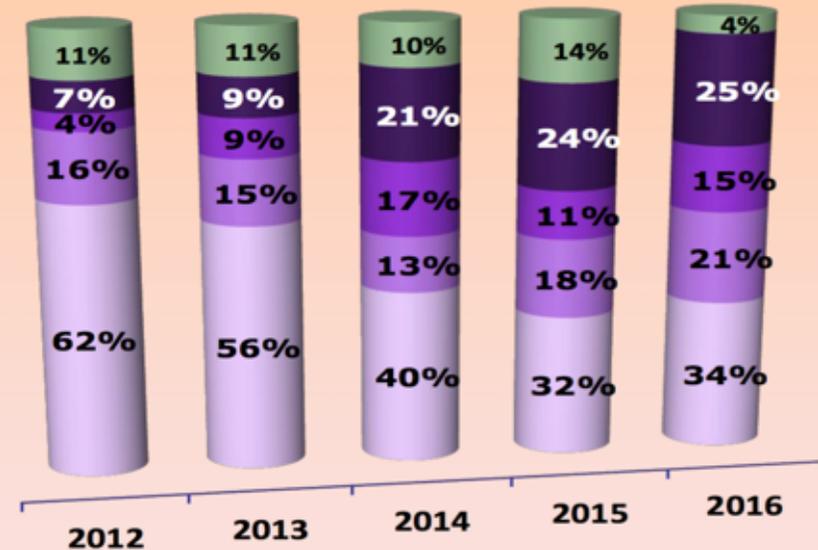


"Siguiendo"



0 a 50
 51 a 100
 101 a 200
 + de 200
 No sabe

"Seguidores"

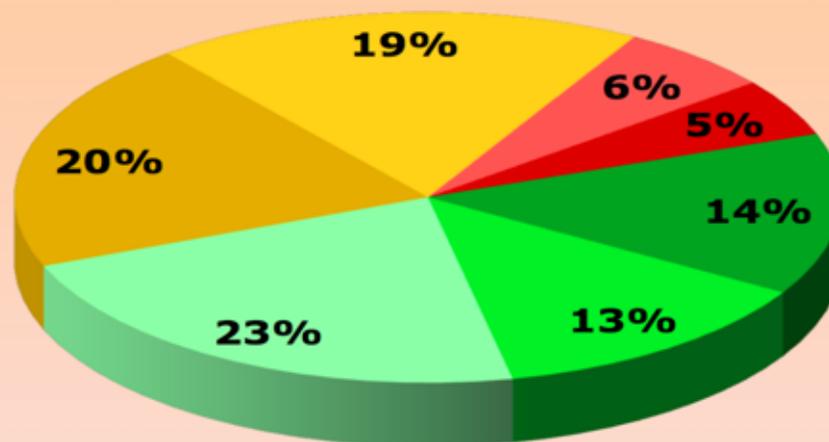


0 a 50
 51 a 100
 101 a 200
 + de 200
 No sabe



La mitad de los usuarios de redes sociales admite ser bastante a totalmente adicto a las mismas

¿En una escala del 1 al 7 en la que 1 es "nada dependiente" y 7 es "totalmente adicto/a", ¿cómo te autodefinirías en cuanto al uso de las redes sociales? (base: usuarios de redes sociales)

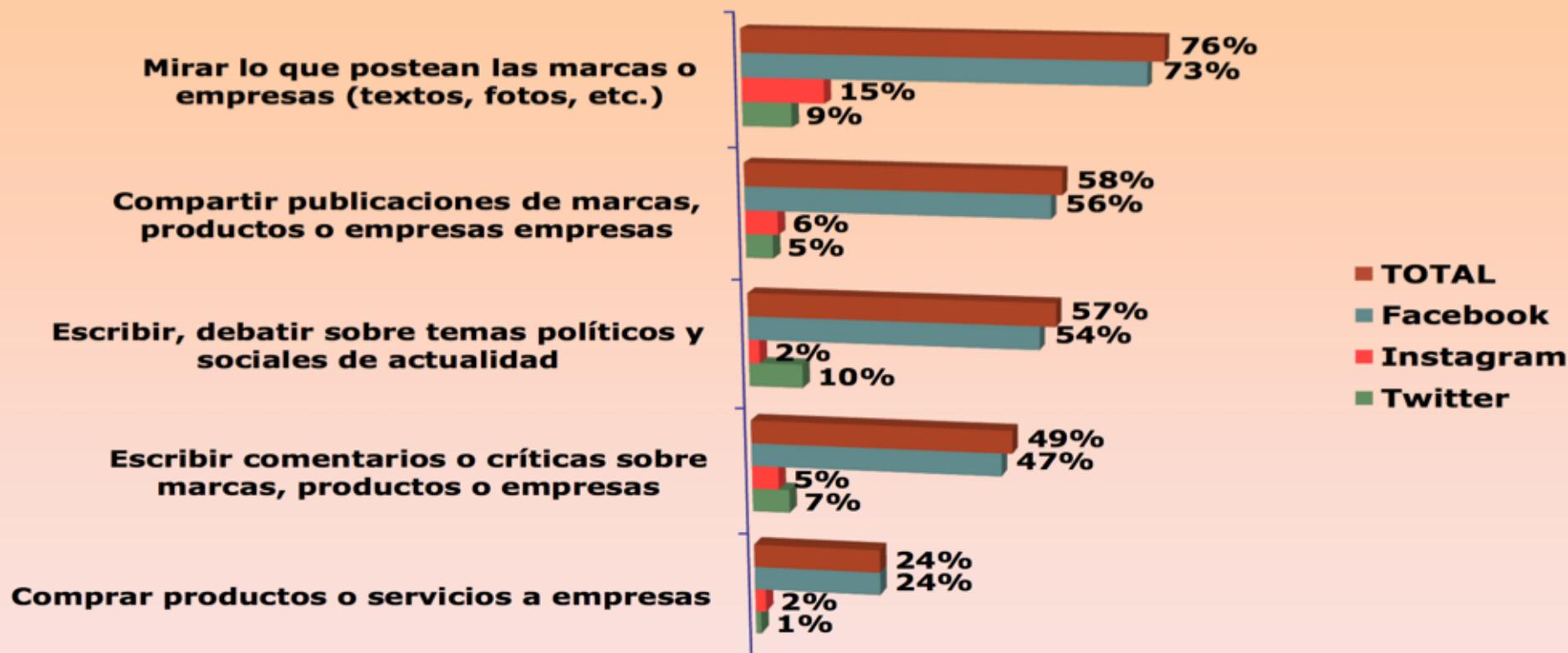


■ 1="nada dependiente" ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7="totalmente adicto"



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

¿En qué redes sociales hacés cada una de las siguientes actividades?
(base: 2071 usuarios de redes sociales)

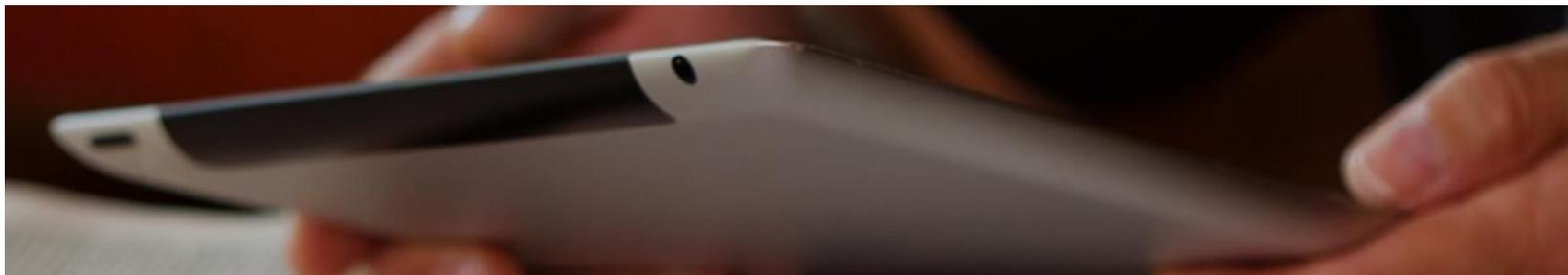




Quienes buscan información sobre marcas y empresas ya lo hacen más en las redes sociales que en los propios sitios web "oficiales"

¿Dónde buscás o leés esa información? (base: 1867 que buscan información sobre marcas y empresas en internet)





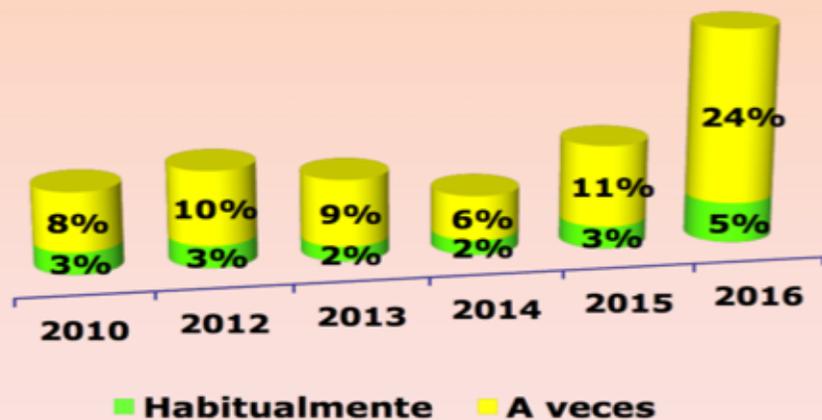
14% de los internautas escribe comentarios sobre marcas, 53% lee lo que escriben otros



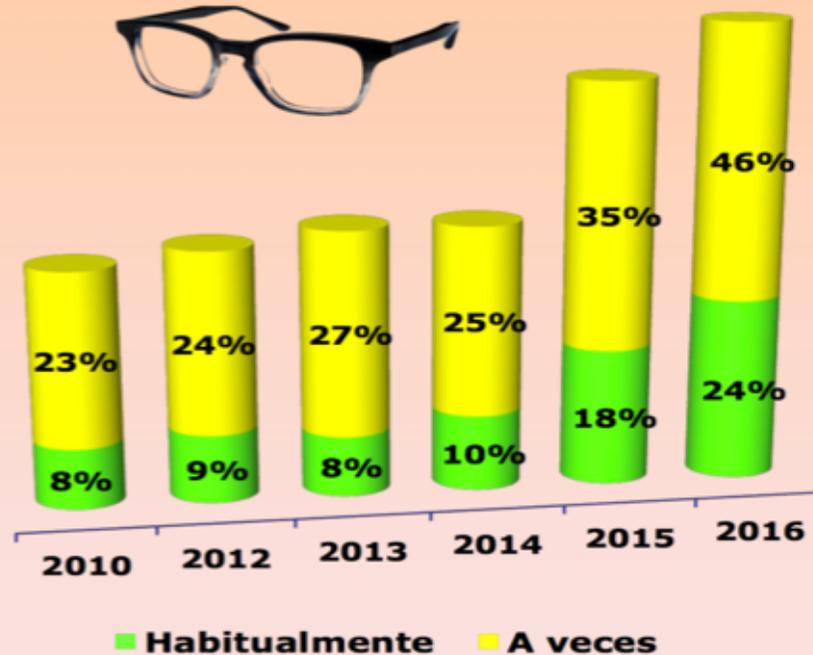
¿Escribís comentarios sobre marcas comerciales en redes sociales, blogs, o foros?
(base: 2202 usuarios de internet)

¿Lees lo que otras personas escriben sobre marcas comerciales en redes sociales, blogs, o foros? (base: 2202 usuarios de internet)

Escriben sobre marcas



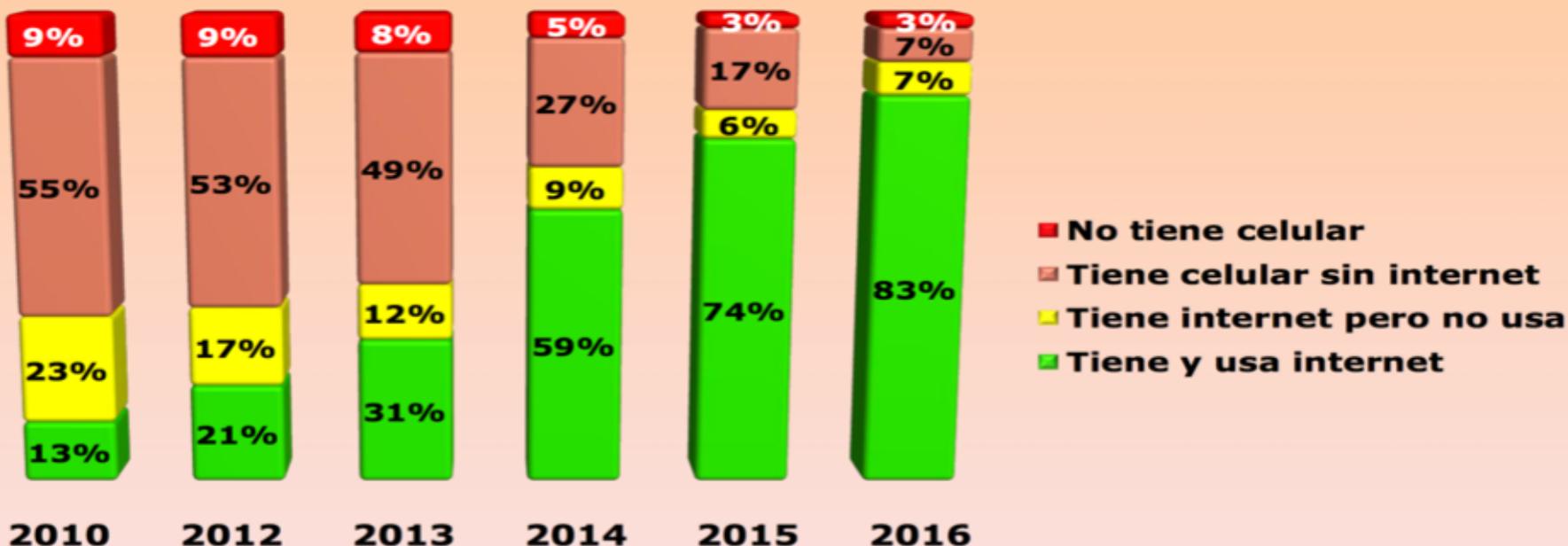
Leen lo que otros escriben





Más de 4 de cada 5 usuarios de internet ya se conectan desde su móvil

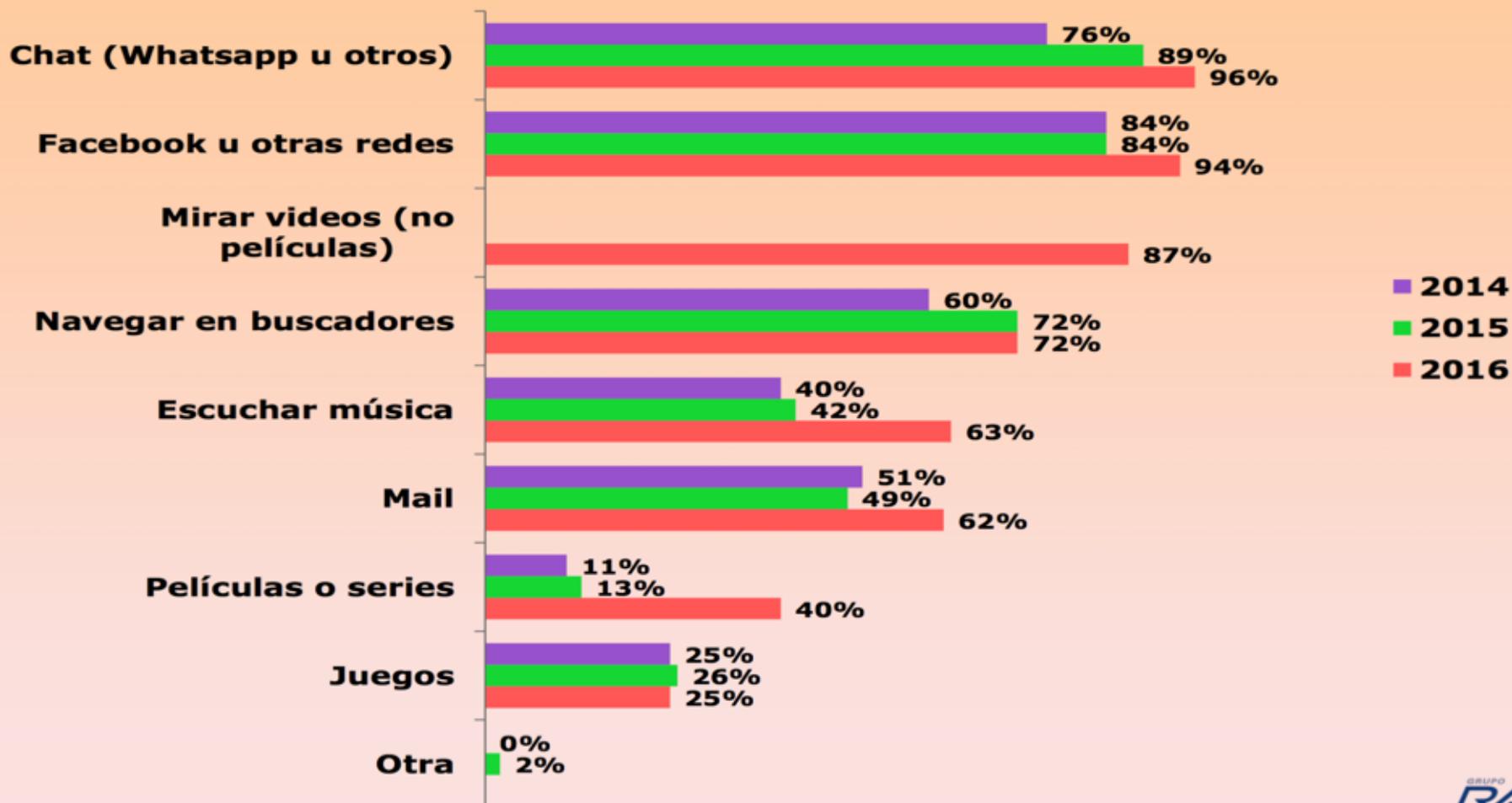
¿Tenés teléfono celular? (base: 2202 usuarios de internet)
 ¿Tenés acceso a internet desde ese celular?
 ¿Usás internet desde tu celular?





Más de 1.8 millones de personas chatean por el celular

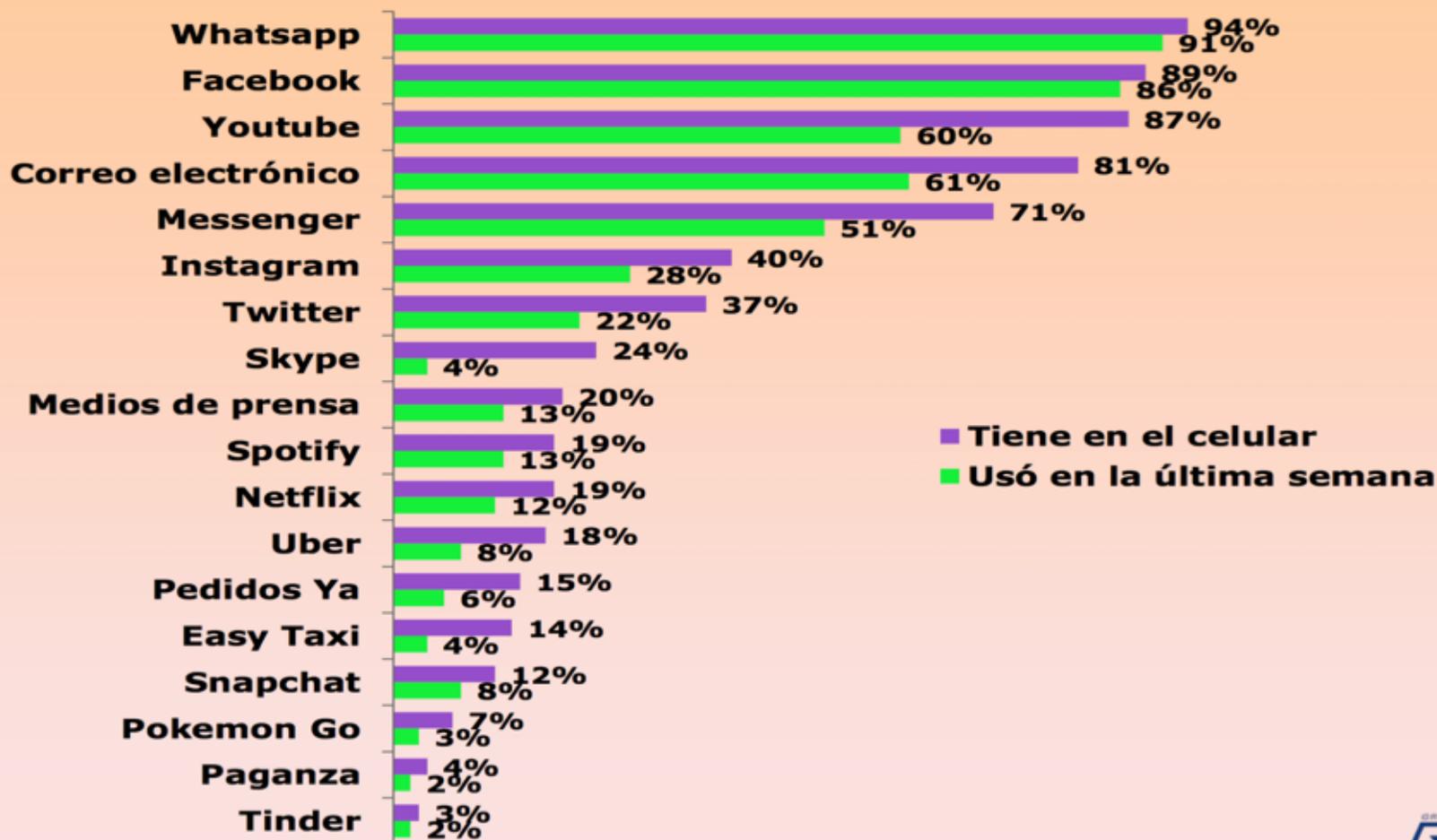
¿Qué usos le das a Internet en tu celular? (lista predeterminada, base: 1836 que usan internet desde su celular)





Whatsapp, Facebook, Youtube, correo electrónico y Messenger son las aplicaciones más frecuentes en los celulares

¿Qué aplicaciones tenés en tu celular? ¿Cuáles has usado en la última semana?
(base: 1836 que usan internet en el celular)



COOPERATIVAS EN RRSS

- Informar
- Obtener información y opiniones
- Captar nuevos clientes
- Fidelizar
- Generar tráfico y posicionamiento en Buscadores
- ¿Qué más?

Status Uruguay digital 2016:

<https://www.youtube.com/watch?v=0huwHswjEgM>



**6 REDES SOCIALES
Y SU APLICACIÓN A LAS COOPERATIVAS**

WhatsApp



Top Redes Sociales | WhatsApp



Notoriedad espontánea

15%

5º lugar

Funnel salud de marca

Notoriedad sugerida

93%

96%

Uso

89%

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)

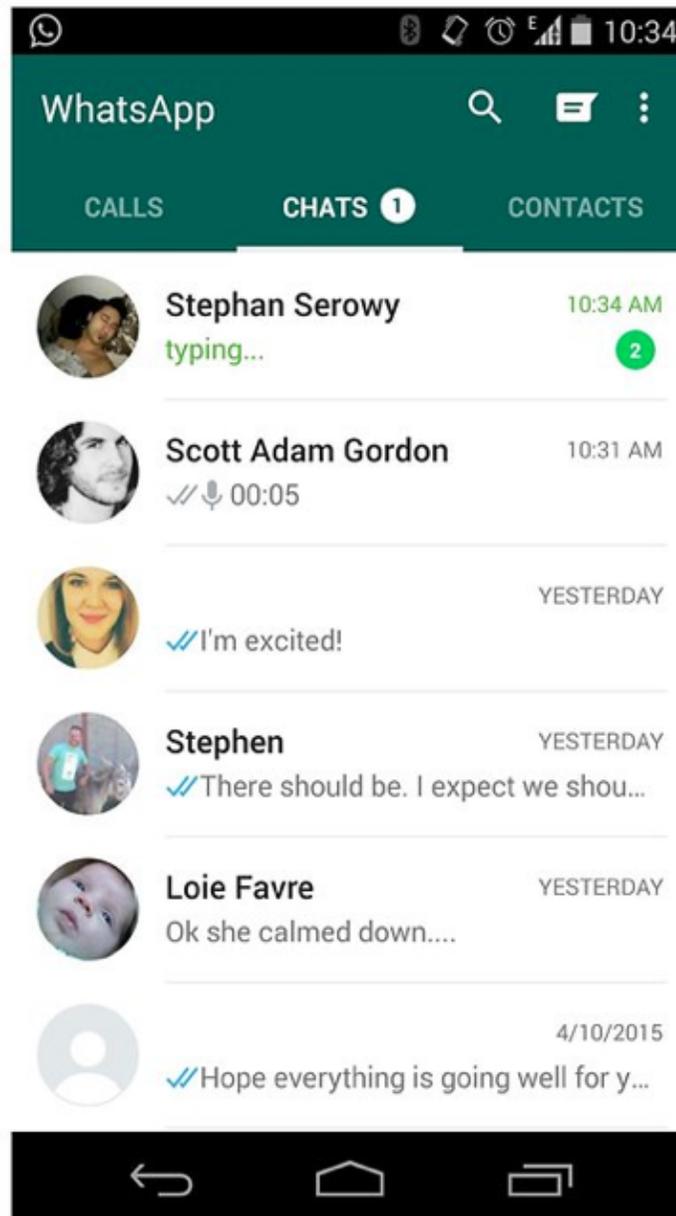
Percepción espontánea

Comunicación/Comunicativa

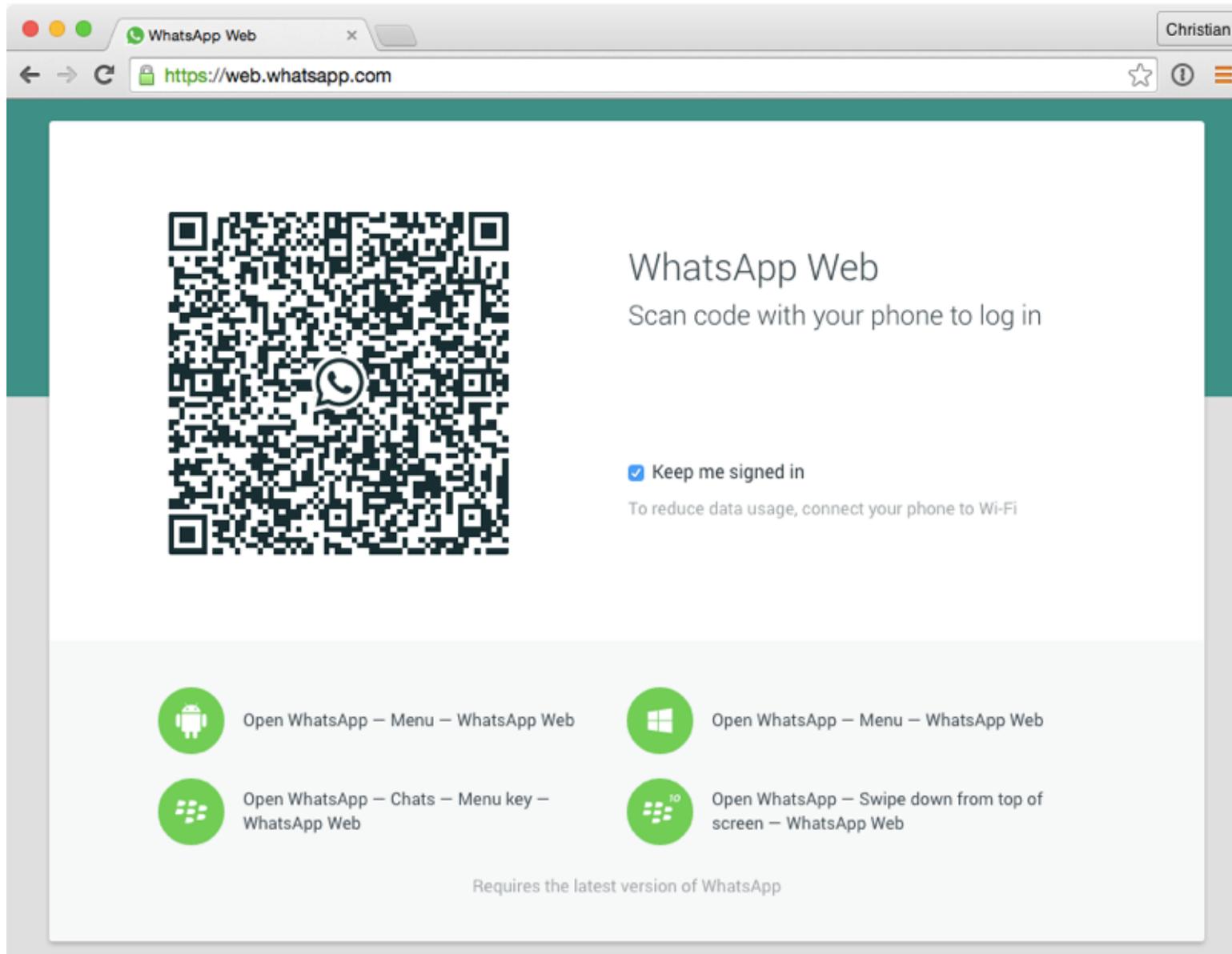
Amigos/Amistad
Práctica

Útil

WhatsApp: APP



WhatsApp: APP & WEB

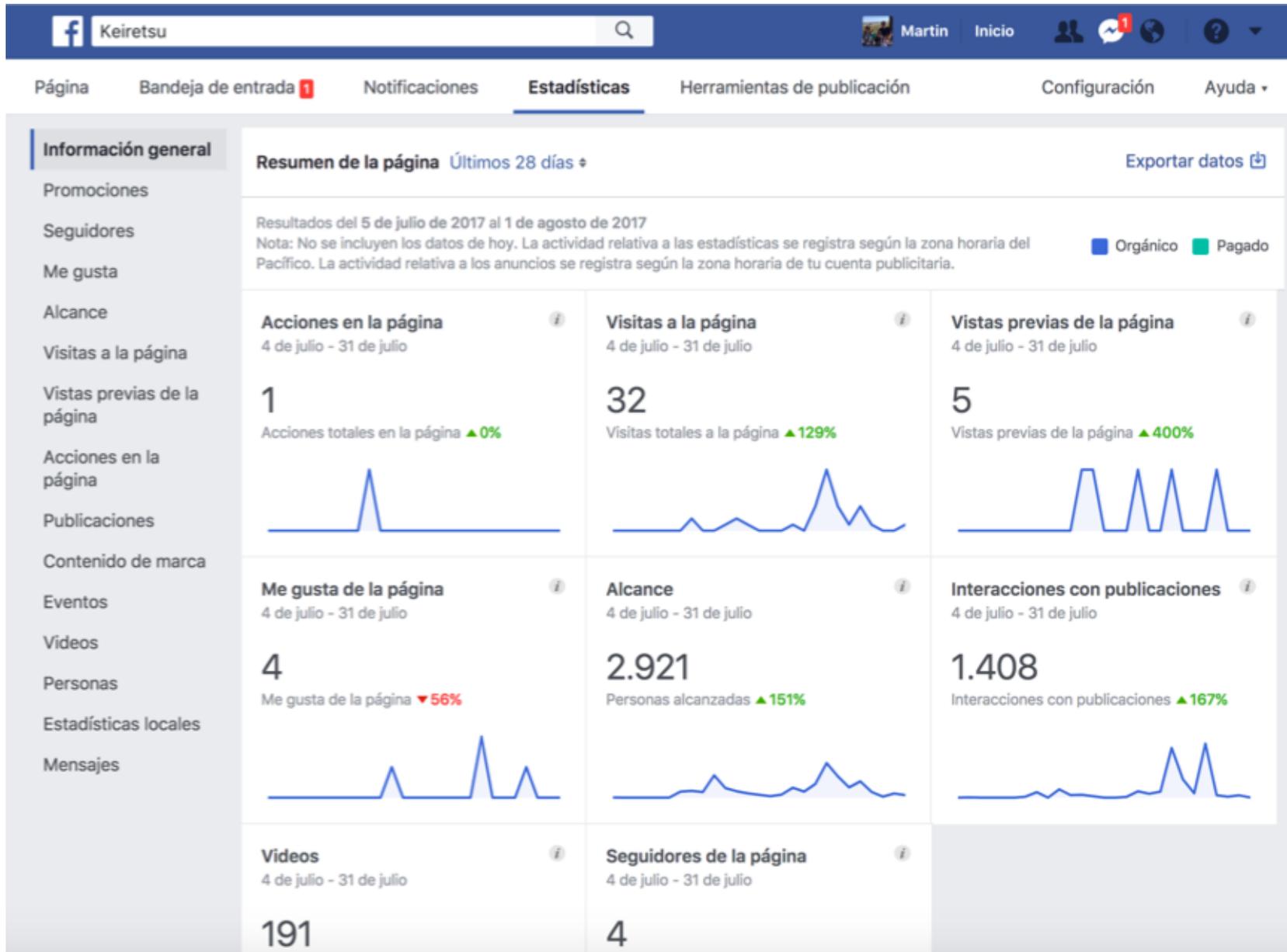


WhatsApp:

5 Aplicaciones para las Cooperativas

1. Servicio de Mensajería Interno (Grupos de Trabajo): mensajería y multimedia (fotos, audios, videos).
2. Atención al Cliente: responder consultas por esa vía.
3. Grupos de Afinidad: para brindar información específica.
4. Herramienta de comunicación ida y vuelta con los usuarios.
5. Mensajería multimedia (vs SMS) que es sólo de IDA.

Facebook



Facebook

Facebook interface showing the 'Herramientas de publicación' (Publishing Tools) section. The page is for 'Keiretsu' and is viewed by 'Martin'. The navigation bar includes 'Página', 'Bandeja de entrada', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'.

The 'Publicaciones realizadas' (Published Posts) section is active, displaying a table of posts with their respective reach and engagement metrics.

Publicaciones	Alcance	Clics/acciones	Publicadas
<input type="checkbox"/> Keiretsu actualizó su foto de portada.	35	0	31 de julio de 2017 a las...
<input type="checkbox"/> Compartimos esta infografía con los principales números de la 5a Edición...	143	2	30 de julio de 2017 a las... Martin Gonzalez Castro
<input type="checkbox"/> #felizdiadelamigo a nuestros amigos de Paraguay. Compartimos este video de...	125	4	30 de julio de 2017 a las...
<input type="checkbox"/> Keiretsu actualizó su foto de portada.	27	0	30 de julio de 2017 a las...
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Compartimos un álbum de fotos de la 5a edición del #SMDUY #HUMANIDAD20...	540	51	27 de julio de 2017 a las... Martin Gonzalez Castro
<input type="checkbox"/> Compartimos esta nota de Mundo Marketing http://bit.ly/2uZmMz4...	80	2	26 de julio de 2017 a las... Martin Gonzalez Castro
<input type="checkbox"/> Te presentamos un reel de la cobertura audiovisual que podemos hacer, tanto...	194	8	24 de julio de 2017 a las...
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Otro argentino llega al #SMDUy Ariel Benedetti y el "detrás de escena de la...	164	4	24 de julio de 2017 a las... Florencia Lepre Britos

Facebook

Facebook interface showing the configuration settings for a page named "Keiretsu".

Navigation: Página, Bandeja de entrada 1, Notificaciones, Estadísticas, Herramientas de publicación, **Configuración**, Ayuda +

Category	Setting Name	Description	Action
General	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
	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			

Facebook

7 Aplicaciones para las Cooperativas

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, movidas.
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%

41% 16 - 30

41% 31 - 39

55%

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 para el compartir visual. Fundada por Kevin Systrom y Mike Krieger, en el 2010, la aplicación creció rápidamente en popularidad.
- La aplicación 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: Creación de una cuenta

Instagram es una aplicación para celulares que se puede descargar en teléfonos y tabletas con [iOS y Android](#), así como en Windows Phone 8 y versiones posteriores. Ten en cuenta que solo puedes [compartir fotos y videos](#) desde la aplicación para celulares.

Para crear una cuenta de Instagram desde la aplicación:

1. Descarga la aplicación de Instagram para iOS en la [App Store](#), para Android en [Google Play Store](#) o para Windows Phone en la [Tienda de Windows Phone](#).
2. Una vez instalada la aplicación, toca  para abrirla.
3. Toca **Registrarte**, escribe tu dirección de correo electrónico y toca **Siguiente**. También puedes tocar **Iniciar sesión con Facebook** para registrarte con tu cuenta de Facebook.
4. Si te registras con tu dirección de correo electrónico, crea un [nombre de usuario](#) y una contraseña, completa la información de tu perfil y toca **Cerrar**. Si te registras con Facebook, se te pedirá que inicies sesión en tu cuenta de Facebook si aún no lo hiciste.

Para crear una cuenta de Instagram desde la computadora:

1. Ve a [Instagram.com](#).
2. Escribe tu dirección de correo electrónico, crea un [nombre de usuario](#) y contraseña, o haz clic en **Iniciar sesión con Facebook** para registrarte con tu cuenta de Facebook.
3. Si te registras con un correo electrónico, haz clic en **Registrarte**. Si te registras con Facebook, se te pedirá que inicies sesión en tu cuenta de Facebook si aún no lo hiciste.



Instagram

Instagram

Buscar



hotel_bahamas Editar perfil

72 publicaciones 1.249 seguidores 2.560 seguidos

Hotel Bahamas Estamos en Avenida al Parque Roosevelt al 900.
www.hotelbahamas.com.uy



hotel_bahamas

hotel_bahamas ¿Viajar te hace feliz? ¡No desaproveches la oportunidad! #MásCerca #MásPositivos #HotelBahamas #juevespositivo👉



30 Me gusta

6 DE JULIO

Añade un comentario...



Instagram

5 Aplicaciones para las Cooperativas

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 1 a 3 min máximo).
5. Hacer PNTs en los videos

Youtube



Top Redes Sociales | YouTube



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

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

Inicio
Tendencias
Historial

LO MEJOR DE YOUTUBE

- Música
- Deportes
- Juegos
- Noticias
- En vivo
- Video en 360*

Explorar canales

Accede ahora para ver tus canales y recomendaciones.

Acceder

Buscar

Acceder

Itaú

Descubra como o Pinocchio se saiu no detector de mentiras e como você pode economizar R\$500,00 por ano com Itaucard.

Itaucard
Surreal é não usar

Facebook

Suscribirse 246,618

Página principal Vídeos Listas de reproducción Canales Debate Acerca de

Itaucard - Pinocchio (completo)
11,238 vistas Hace 1 semana

Já imaginou como o Pinocchio se sairia em um teste com detector de mentiras? A gente já. Descubra como ele se saiu e como você pode economizar R\$500,00 por ano com Itaucard.

Acesse [http://www.itaucard.com.br/...](http://www.itaucard.com.br/) simule a sua economia e descubra um universo de vantagens.

Itaucard. Surreal é não usar.

Canais em destaque

- itauinvesta
Suscribirse
- itaupersonnalite
Suscribirse
- itaucorretora
Suscribirse
- Itaú Cultural
Suscribirse
- Fundação Itaú Social
Suscribirse

Canais relacionados

- Turma da Mônica
Suscribirse
- McDonald's Brasil
Suscribirse

Itaúcard
Surreal é não usar 1:01

Itaúcard
Surreal é não usar 0:31

Itaúcard
Surreal é não usar 0:31

QUINHENTÃO
1:15

Youtube

5 Aplicaciones para las Cooperativas

1. Canal para presentar todos los comerciales en TV.
2. Canal para hacer tutoriales (cómo sacar un préstamo, hacer un trámite)
3. Canal para promocionar obras sociales (impacto de la cooperativa)
4. Canal para dar tips de finanzas / tips de ahorro.
5. Canal para subir los videos institucionales.

Youtube

OFFICIAL MISSION

THE [REDACTED] SECRET STORY OF
MARIJUANA [REDACTED] LEGALIZATION



DATOS SUJETOS A EXTREMA
CONFIDENCIALIDAD //30-7-2008

[Handwritten signature]



Twitter



Top Redes Sociales | Twitter



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



57%

43%

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

Actual/Actualidad Noticias Rápida

Twitter

All-time Top 10 Hashtags related to #Prestamos



Top Recent Media



Save as Bundle

Copy

Compare

Filter:

Hashtag	Popularity	Correlation	Weekly Trend	Monthly Trend
#Prestamos	38.9	100%	0.0	-9.0
#Dinero	66.3	44.2%	-0.3	-2.4
#Créditos	41.9	36.7%	+6.4	-8.7
#Clasificados	59.3	26.8%	+6.1	+1.3
#Creditos	35.4	18.9%	+9.1	-2.5
#bancos	46.0	16.1%	+1.7	-1.3
#ofertas	58.4	14.2%	-4.0	+0.9
#descuentos	53.8	13.0%	-3.2	+3.1
#euro	64.6	10.0%	-2.6	-1.9
#financiamiento	37.2	5.6%	+6.4	-1.2
#SIGUEMEYTESIGO	82.8	3.2%	+0.1	-0.1

EMBED

SHARE



ASAJA Castilla León

@ASAJACyL

#JuntaCyL bonificará los intereses a los #préstamos por #sequía sin aval SAECA, siempre que sean los preferenciales bocyl.jcyl.es/boletines/2017...

4:57 AM - Aug 2, 2017

4 1



ASAJA Castilla León

@ASAJACyL

#JuntaCyL bonificará los intereses a los #préstamos por #sequía sin aval SAECA, siempre que sean los preferenciales bocyl.jcyl.es/boletines/2017...

4:57 AM - Aug 2, 2017

4 1



Banco de Córdoba

@BancodeCordoba

#Bancor ya asistió en el año con casi 20 mil millones de pesos en #préstamos a familias y empresas cordobesas

3:03 PM - Aug 1, 2017

4 10



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/Ujq9Pjy6vl



2 2

JUL 2017 SUMMARY

Tweets

32

Tweet impressions

7,282

Profile visits

429

Mentions

4

New followers

19

Twitter



Audience insights

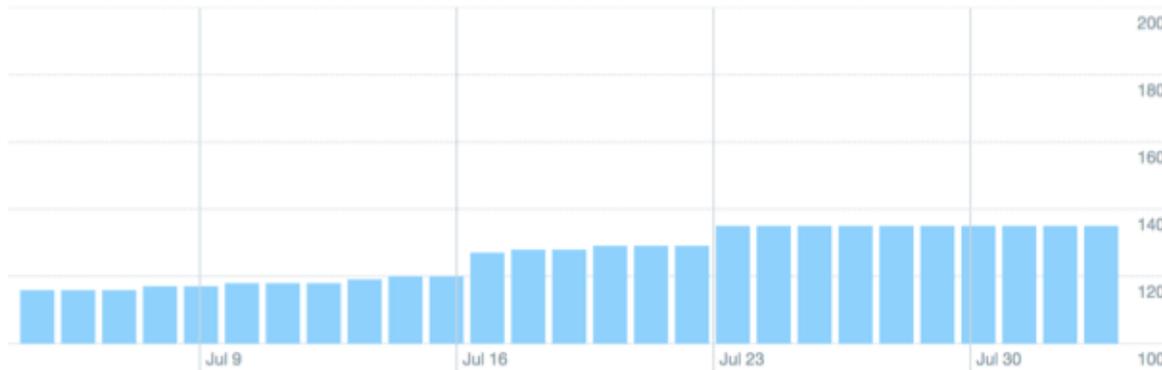
KEIRETSU Consultancy @keiretsubiz

Your followers

+Add comparison audience

OVERVIEW

Top interest
Business and news

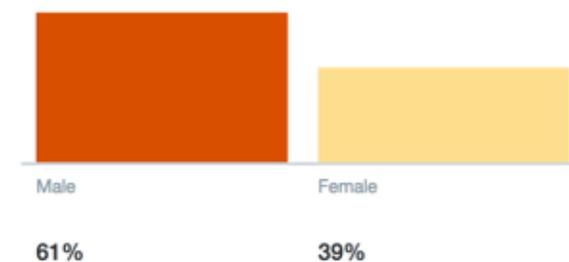


Your current follower audience size is **135**
That's **19** more than the same time 30 days ago. You've gained around 1 new followers per day

Interests

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

Gender



Twitter

5 aplicaciones para las Cooperativas

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 los 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.

LinkedIn



Top Redes Sociales:

LinkedIn

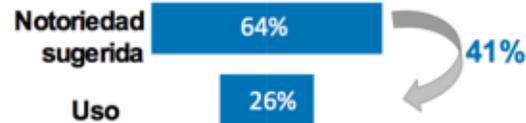


Notoriedad espontánea

25%

4º lugar

Funnel salud de marca



Valoración

7,0
12º lugar
(Promedio: 7,3)

Preferencia



Junto con Spotify

Perfil usuario



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
Útil Laboral
Interesante Práctica

Linkedin

4 Aplicaciones para las Cooperativas

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. Utilizarlo como canal promocional para ofrecer servicios para pymes / profesionales independientes.
4. Captar talento



**GESTION DE REDES SOCIALES
Y CONTENIDOS**

GESTIÓN DE RRSS: 5 PASOS DEL SOCIAL MEDIA MANAGER

1. Crear una **Comunidad**.
2. Establecer un **Propósito**.
3. Facilitar la **Conversación**.
4. Contenidos **Relevantes y Útiles**.
5. Escuchar las **opiniones y propuestas**

GESTIÓN DE RRSS:

“Las marcas tienen que pensar en ellas mismas como invitadas a una fiesta.

Trae algo divertido, escucha, ten una conversación interesante que ofrecer e involúcrate en donde tengas algo que aportar.”

Mike Hoefflinger (Director de Brand Product Marke7ng, Facebook)

8 PASOS DE UNA ESTRATEGIA EN SOCIAL MEDIA

1. Conocer a fondo el producto / servicio y la audiencia.
2. Establecer objetivos.
3. Monitorear y escuchar el buzz o ruido.
4. Diseñar plan de acción en las redes sociales.
5. Crear tu propia voz.
6. Crear listado de personas influyentes que ayuden en la evangelización.
7. Estudiar posibilidad de promocionarse.
8. Medir, medir y medir.

2. ESTABLECER OBJETIVOS

1. Posicionamiento (SEO, SEM, SMO).
2. Tráfico
3. Visibilidad / Notoriedad: grado de conocimiento de la empresa
4. Influencia: número de fans, seguidores, influyentes, suscriptores, clientes.
5. Participación: nivel de interacción con clientes.
6. Proyección de ventas: incremento a corto, mediano y largo plazo.
7. Otros objetivos...



3. MONITOREAR Y ESCUCHAR EL BUZZ O RUIDO



4. DISEÑAR PLAN DE ACCIÓN EN LAS REDES

1. Target
2. Canales
3. Contenido
4. Gestión
5. Medición



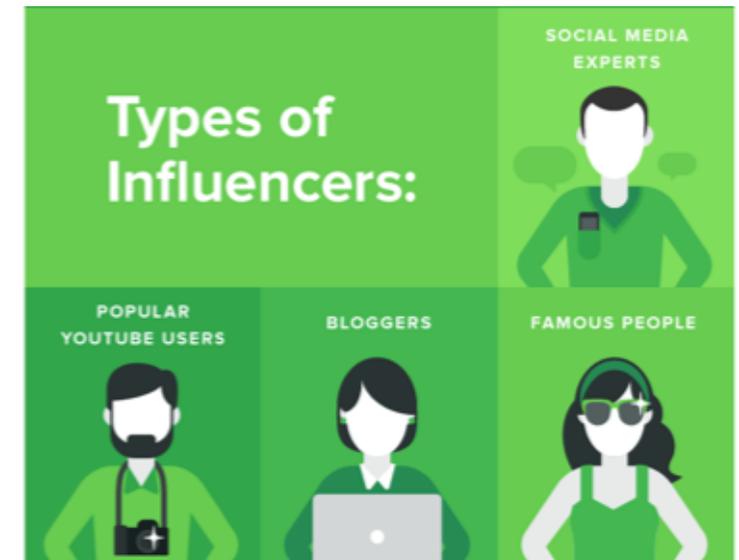
5. CREAR TU PROPIA VOZ



6. CREAR LISTADO DE INFLUENCERS

Twitter Profiles Stats in Uruguay

		Followings	Followers
1	 Luis Suarez (@LuisSuarez9)	54	10 320 560
2	 Diego Forlan (@DiegoForlan7)	158	5 239 750
3	 Edi Cavani Official (@ECavaniOfficial)	51	1 495 852
4	 Nando Muslera (@1_Muslera_25)	283	1 460 857
5	 Pichu Straneo (@Pichustraneo67)	1 182	946 770
6	 MÁRAMA 🍷 (@Marama_Oficial)	13 394	899 486
7	 Víctor Hugo (@VHMok)	965	892 264
8	 No Te Va Gustar (@ntvgoficial)	76	854 005
9	 Agustín Casanova (@Marama_Agustin)	131	713 396
10	 ROMBAI 🍷 (@rombai_)	1 235	713 343



7. ESTUDIAR FORMAS DE PROMOCIONARSE

1. Facebook Ads
2. Twitter Ads
3. Youtube
4. Influencers (tweets)
5. Content Marketing



8. MEDIR, MEDIR Y MEDIR



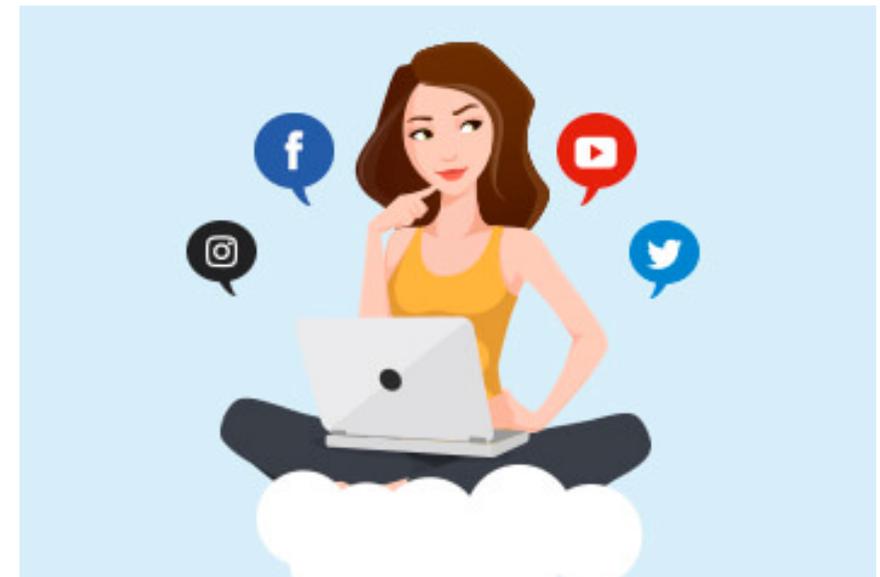
6 BENEFICIOS DEL COMMUNITY MANAGER

1. Comunicación personalizada.
2. Comunicación no intrusiva: la marca está en el lugar y momento en el que el usuario la necesita.
3. Establecimiento de un canal de comunicación directo y ágil.
4. Facilita la recogida de información generada en torno a la marca.
5. Aumento del impacto de la credibilidad de los mensajes corporativos por su adaptación al medio.
6. Creación de una base de datos de usuario afines a la marca y receptivos a sus acciones.



7 TAREAS DEL COMMUNITY MANAGER

1. **Escuchar**, monitorizar constantemente la red.
2. **Circular la información** obtenida en las redes internamente a los actores adecuados.
3. **Explicar la posición de la empresa a la comunidad**, el CM es la voz de la empresa.
4. **Responder y conversar activamente**
5. **Escribir artículos**
6. **Buscar líderes de opinión.**
7. **Encontrar vías de colaboración** entre la comunidad y la empresa



Ejercicio: Estrategia en Social Media



1. Conocer a fondo el producto / servicio y la audiencia.
2. Establecer objetivos.
3. Monitorear y escuchar el buzz o ruido.
4. Diseñar plan de acción en las redes sociales.
7. Estudiar posibilidad de promocionarse.
8. Medir, medir y medir.

1. Conocer a fondo el producto / servicio y la audiencia.
2. Establecer objetivos.
3. Monitorear y escuchar el buzz o ruido.
4. Diseñar plan de acción en las redes sociales.
7. Estudiar posibilidad de promocionarse.
8. Medir, medir y medir.

GENERACIÓN DE CONTENIDO



TEXTOS



IMÁGENES



GIFs



VIDEOS

TEXTOS

1. “#” Hashtags: incorporar hashtags para indexar los contenidos en todas las redes.
2. 80/20 Los textos no deben estar presentes en las imágenes.
3. Los textos de las publicaciones pueden “@” a usuarios o cuentas.
4. Los textos deben estar vinculados con los “keywords” del sitio, o que la gente busca o valora (intereses).
5. Cada red social tiene una extensión máxima y/o sugerida de caracteres por publicación.
6. Hay herramientas que acortan las URLs como Bitly.



TEXTOS (algunos ejemplos)

 Keiretsu agregó 33 fotos nuevas — con Marcos Sarni y 5 personas más.
Publicado por Martin Gonzalez Castro [?] · 27 de julio a las 8:26 · 🌐

Compartimos un álbum de fotos de la 5a edición del #SMDUY #HUMANIDAD2020 Si estás en la foto etiquetate y compartí! Nos vemos en la próxima edición!



 Hotel Bahamas
Publicado por Florencia Lepre Britos [?] · 31 de julio a las 16:50 · 🌐

Uno de los atardeceres más lindos del país es el de la costanera de Colonia. ¿Te lo vas a perder? Consultanos en Hotel Bahamas sobre esta y otras atracciones turísticas del Uruguay #TurismoenUruguay #HotelBahamas



WWW-HOTELBAHAMAS.COM.UY

IMÁGENES

1. Las imágenes tienen que estar en buena calidad (no pixeladas).
2. Las imágenes tienen que tener el tamaño ideal para cada ubicación y/o plataforma.
3. Las imágenes tienen que estar etiquetadas, para que sea más fácil su clasificación.
4. A mayor calidad de la imagen / foto, mayor el impacto que causará.
5. Todos las publicaciones deberían contener como mínimo imágenes.
6. Hay banco de imágenes pagos y gratuitos, así como herramientas de diseño que utilizan plantillas predefinidas (gratuitas y pagas)



IMÁGENES

Algunos ejemplos



GIFs

1. Los Gifs están de moda y son una alternativa de mayor impacto que las imágenes.
2. Existen varias herramientas que permiten generar GIF a partir de imágenes.



GIFs (algunos ejemplos)



7 Errores Habituales en RRSS

1. Ser excesivamente promocionales
2. No prestar atención a la calidad de las imágenes
3. No postear frecuentemente
4. No capitalizan la popularidad
5. No tienen un un objetivo claro que los guíe.
6. Crecen a partir de la compra de seguidores
7. No utilizan #hashtags, o los que utilizan ya son usados, o son muy complicados de digitar.

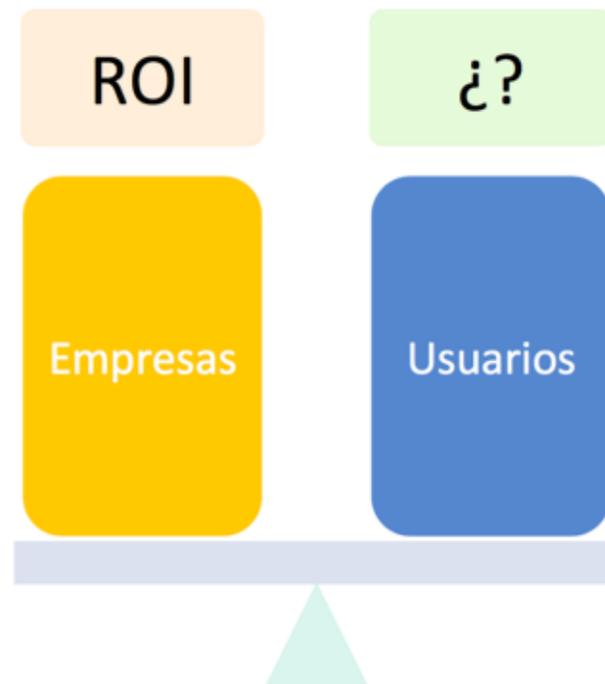
7 Claves en los Contenidos para Desarrollar una Comunidad

1. Consistencia (frecuencia y apariencia)
2. Programar / Agendar los Posts
3. Utilizar Hashtags #
4. Fotos y Videos de buena calidad
5. Compartir contenido generado por los usuarios.
6. Construir relaciones colaborativas (influencers)
7. Engagement (es el más importante)

CLASIFICACIÓN DE INDICADORES

Qué medimos, por qué medimos, cómo lo medimos?

Hablamos de retorno, ¿pero retorno de quién?

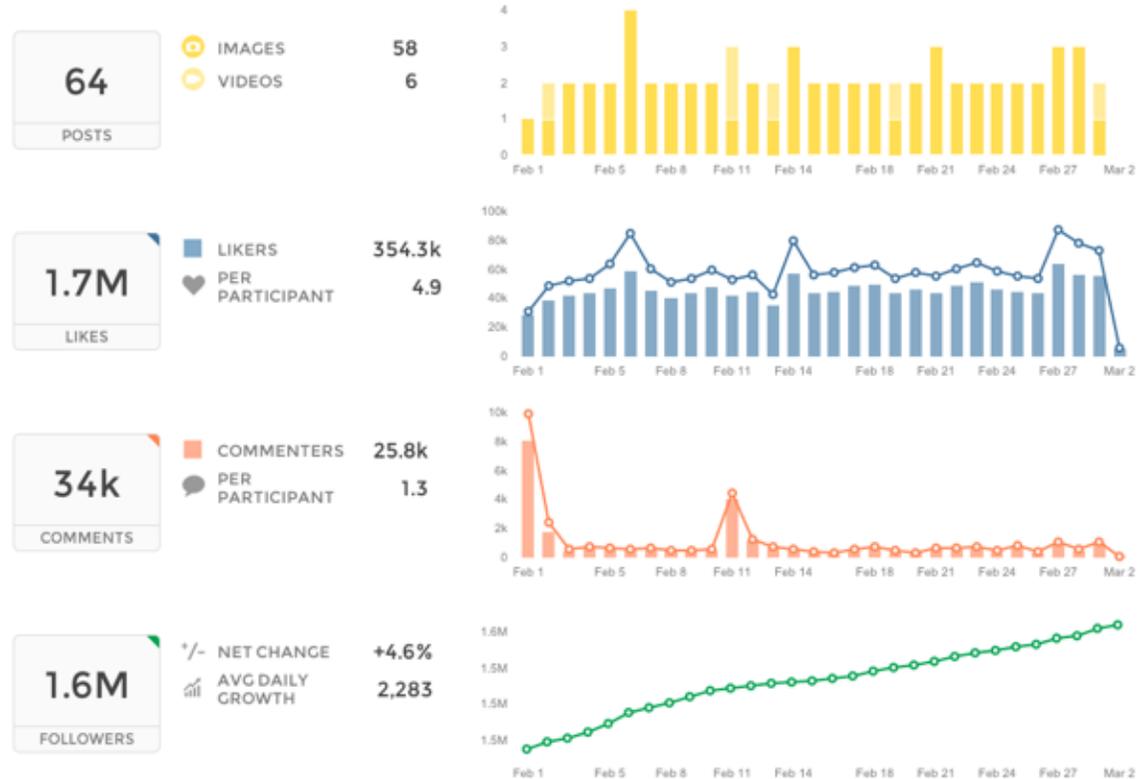


INDICADORES EN FACEBOOK

1. AUDIENCIA: Fans, Seguidores, visitas
2. COMUNIDAD: Demografía, engagement, interacciones, compartir, me gusta, comentarios, % de Respuesta
3. PUBLICIDAD: Alcance, Descargas, me gusta, seguidores, ROI



INDICADORES EN INSTAGRAM



LIKES/POST	COMMENTS/POST	LIKES/DAY	COMMENTS/DAY
27,117	531.5	57,849	1,134

TOP POSTS



Mar 1, 2015, 10:27 AM

Normal

N/A

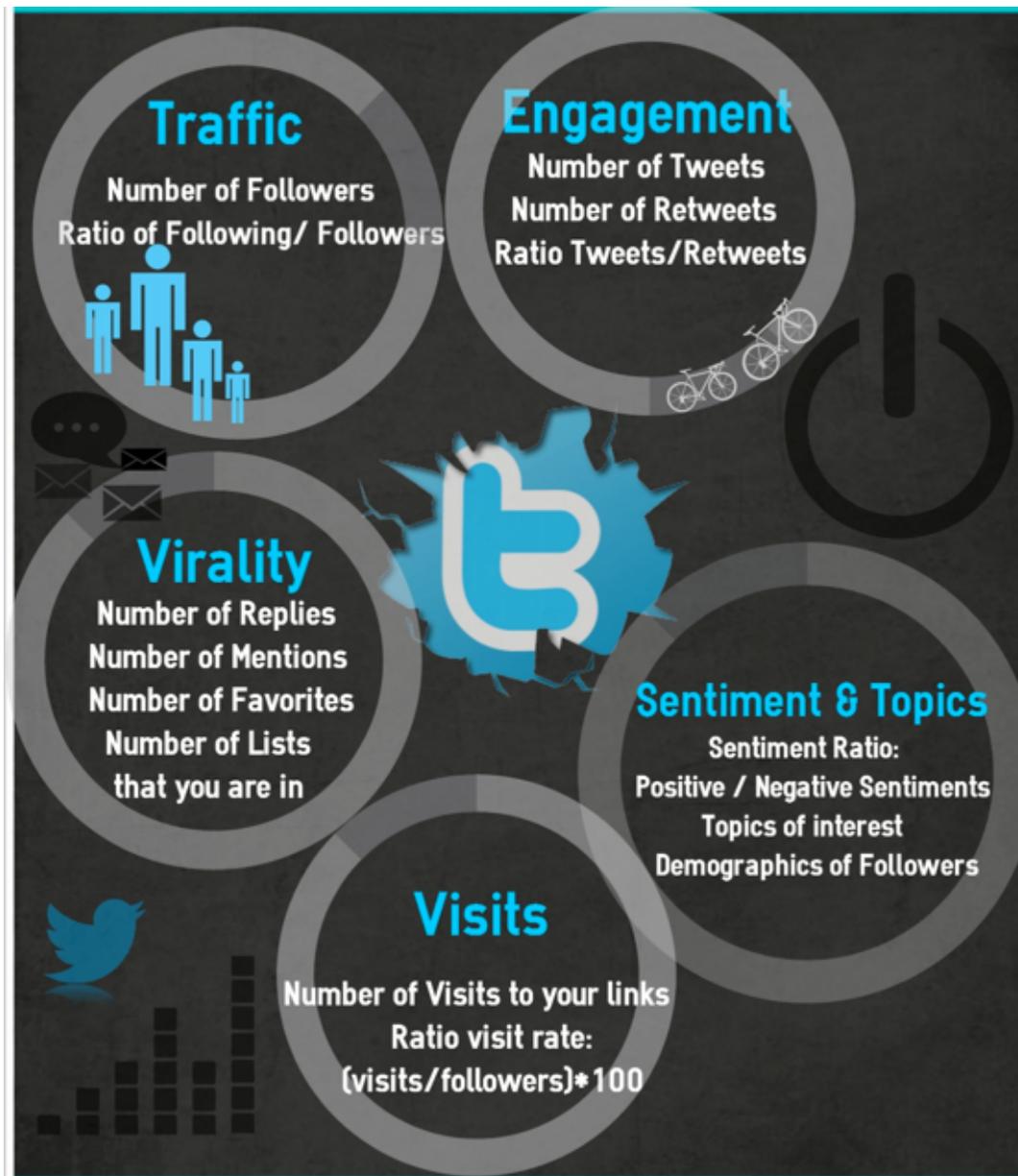
46k **183**

TOP HASHTAGS

#benefit **53** 367.4k 2,820

#rollerlash **13** 354.7k 9,969

INDICADORES EN INSTAGRAM





HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN

PUBLICACIÓN

系列 KeireTsu
consultancy services



hootsuite™

Social Media Dashboard

PUBLICACIÓN



The screenshot displays the Sprout Social dashboard for the KEIRETSU Consultancy account. The interface includes a top navigation bar with icons for messages, tasks, updates, publishing, descending, and reports. The main content area is divided into several sections:

- TENDENCIAS DEL GRUPO:** A summary of activity for the group, dated from July 27, 2017, to August 2, 2017. It includes a table of message counts and a central summary of interactions.
- ESTADÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE LA AUDIENCIA:** Two pie charts showing the gender and age distribution of the audience. The Twitter followers chart shows 65% male and 35% female, with age groups ranging from 18-20 to 65+. The Facebook impressions chart shows 33% male and 67% female, with age groups ranging from 13-17 to 55+.
- PERFILES:** A grid of profile cards for various social media accounts, including Bahamas, Keiretsu, and others.
- MIEMBROS DEL EQUIPO:** A section for team members, currently showing one member (MG) with an "INVITAR" button.
- SEGUIDORES RECIENTES:** A list of recent followers with their profile pictures.

Categoría	Cantidad
Mensajes entrantes	428
Mensajes enviados	24
Nuevos seguidores en Twitter	10
Nuevos fans en Facebook	28

Resumen de Interacciones:

- Tasa de respuesta: 0%
- 432 INTERACCIONES
- POR 310 USUARIOS EXCLUSIVOS
- 31,8k IMPRESIONES

Edad	Seguidores masculinos (%)	Seguidores femeninos (%)
18-20		
21-24		
25-34		
35-44		
45-54		
55-64		
65+		

Edad	Fans masculinos (%)	Fans femeninos (%)
13-17	2%	0%
18-24	15%	17%
25-34	35%	38%
35-44	25%	23%
45-54	11%	10%
55+	9%	9%

DISEÑO

Canva

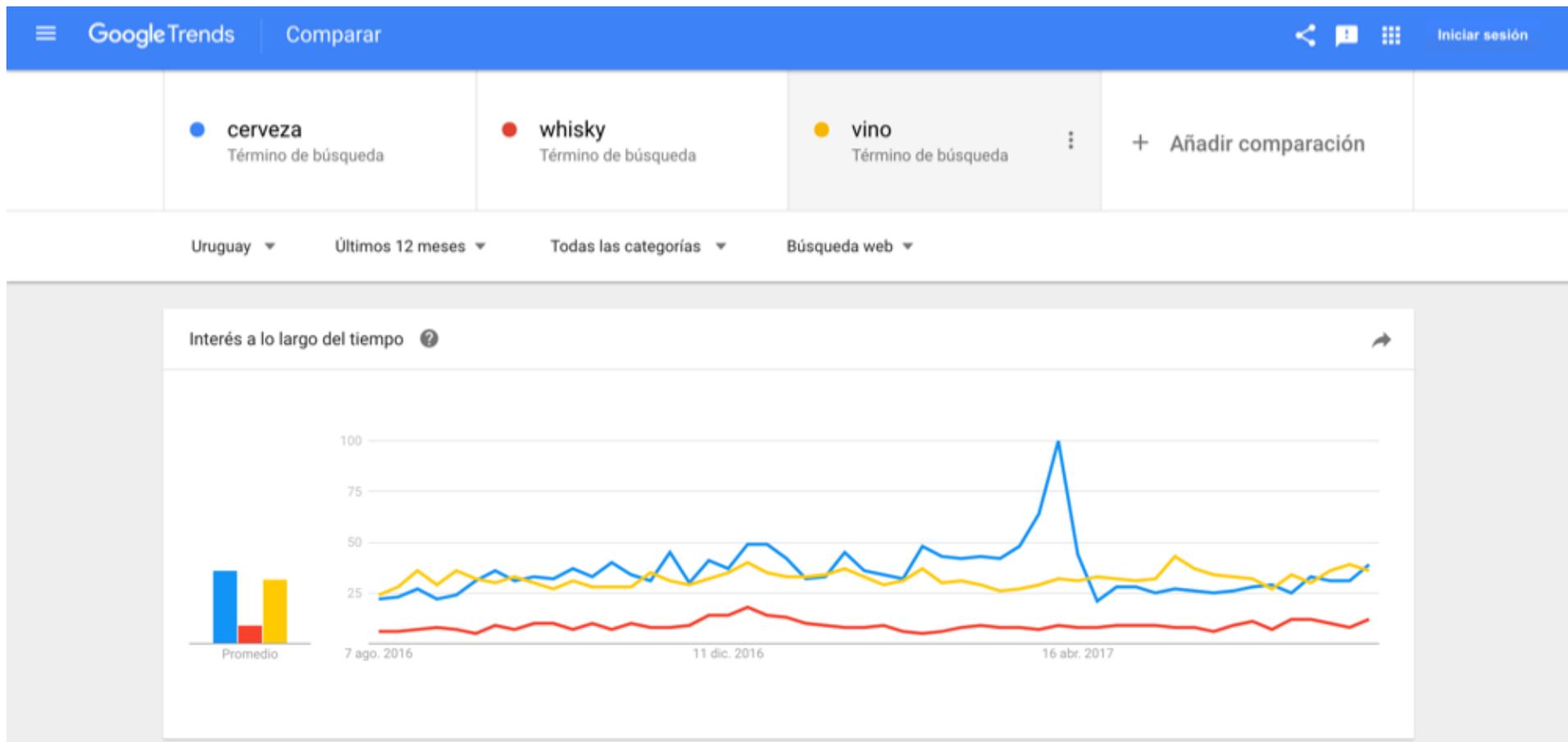
The screenshot displays the Canva design platform interface. At the top, a red navigation bar contains the text "Crear un diseño" and "Usar dimensiones personalizadas". Below this, a grid of design templates is shown, including "Fondo de pantalla", "Redes sociales", "Portada - Facebook", "Collage de fotos", "Infografía", "Trípticos", "Flyer", and "Más...".

The main content area features a grid of design examples. On the left, a large red infographic titled "COMPARTIMOS ESTA INFOGRAFÍA" lists statistics for "Social Media Day Uy": 11 ORADORES, 4 Conferencias internacionales y nacionales, +800 INSCRIPTOS, +2.000 VÍA STREAMING, and +17.000.000 DE IMP. Other examples include "FELIZ DÍA DEL AMIGO", "Portada - Facebook - Diseño sin tit...", "never stop dreaming.", "Dreams don't work unless you do.", "かわい", "Live more. Be more.", and "DEL PADRE".

A sidebar on the left contains the user profile "martin40869" and a menu with options: "Crear un diseño", "Buscar en tus diseños", "Todos tus diseños", "Compartidos contigo", "Crear un equipo", "Tu marca", "Explorar plantillas", "Agregar nueva carpeta", and "Papelera". At the bottom of the sidebar, the Canva logo and tagline "El poder del diseño, al alcance de todos." are visible.

AUDIENCIA

Google Trends



AUDIENCIA



AUDIENCIA

socialmention*



socialmention*

[Blogs](#) [Microblogs](#) [Bookmarks](#) [Images](#) [Video](#) [All](#)

cerveza

Search

[Advanced Search](#)
[Preferences](#)

68%
strength

1:1
sentiment

30%
passion

73%
reach

1 minutes avg. per mention

last mention 5 minutes ago

109 unique authors

0 retweets

Mentions about cerveza

Sort By: [Date](#) Results: [Anytime](#)

Results 1 - 15 of 157 mentions.



5 minutes ago
[photobucket](#)



5 minutes ago
[photobucket](#)

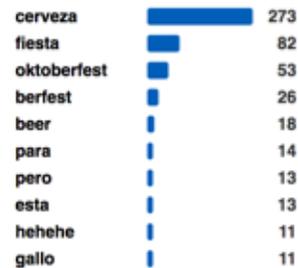


5 minutes ago
[photobucket](#)

Sentiment



Top Keywords



Top Users



3 Conclusiones Finales:

1. Las RRSS son la forma en la que hoy las personas sociabilizan. Es mejor sumarte a la fiesta que no participar.
2. Si bien todas las RRSS tienen usos empresariales, no hay por qué estar en todas.
3. Es un vehículo para gestionar y potenciar el negocio central.



Gracias

