

INFORME DE ANALÍTICA EN REDES SOCIALES

Ejemplo 1.
Informe por
canales
ÍNDICE

- **Twitter**
 - **Notoriedad**
 - **Engagement**
 - **Captación**
- **Facebook**
 - **Notoriedad**
 - **Engagement**
 - **Captación**
- **Instagram**
 - **Notoriedad**
 - **Engagement**
 - **Captación**
- **Instagram**
 - **Notoriedad**
 - **Engagement**
 - **Captación**
- **Conclusiones & Recomendaciones**

TWITTER - Notoriedad

En abril, bajan las impresiones en Twitter un 30% respecto al mes anterior.

Esto puede depender de una bajada en el volumen de tweets publicados respecto al mes pasado.

También los horarios en que se han publicado afectan, ya que podemos publicar en los horarios con más actividad por parte de nuestros seguidores.

El tweet con que registra más interacciones es sobre un contenido de Domestika, donde probablemente mencionar a su perfil, nos ha ayudado a conseguir más alcance, con un total de 820 impresiones y 19 interacciones.



TWITTER - Engagement

Las interacciones se mantienen en niveles del mes anterior

Sigue la tendencia positiva de engagement en Twitter, con un total de 150 interacciones, solo 2 en menos respecto a marzo.

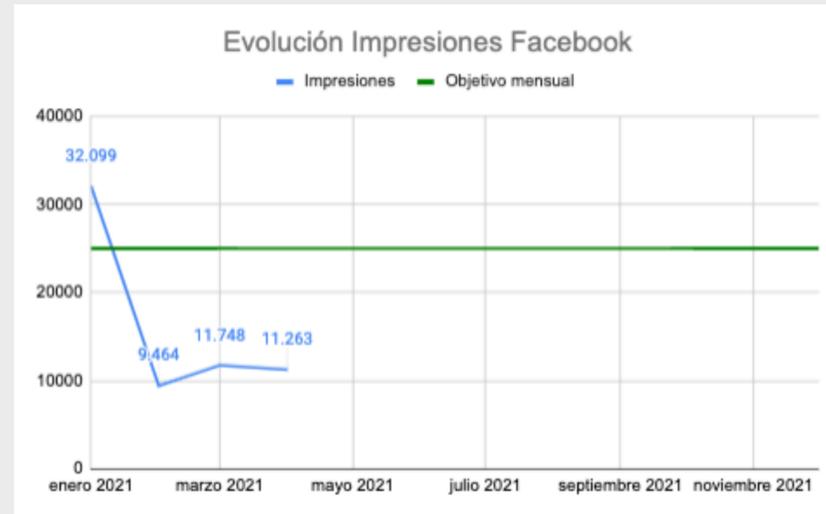
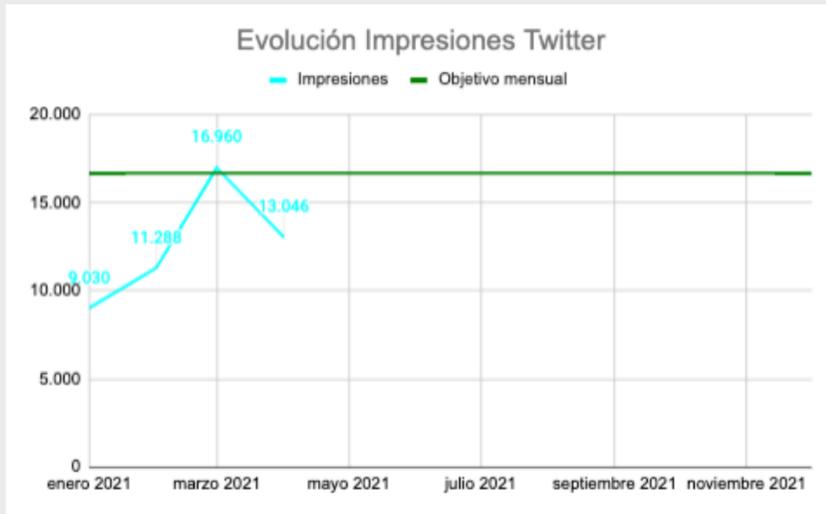
El mayor volumen de interacción viene de los likes, señal que nuestros contenidos están gustando a nuestros seguidores. El tweet con más interacciones (60) es una foto irónica sobre un RulerCooler.

Contenidos espontáneos son los que mejor acogida tienen en el canal ya que los usuarios están acostumbrados a interactuar con publicaciones más divertidas.



Ejemplo 2. Informe por objetivos. ÍNDICE

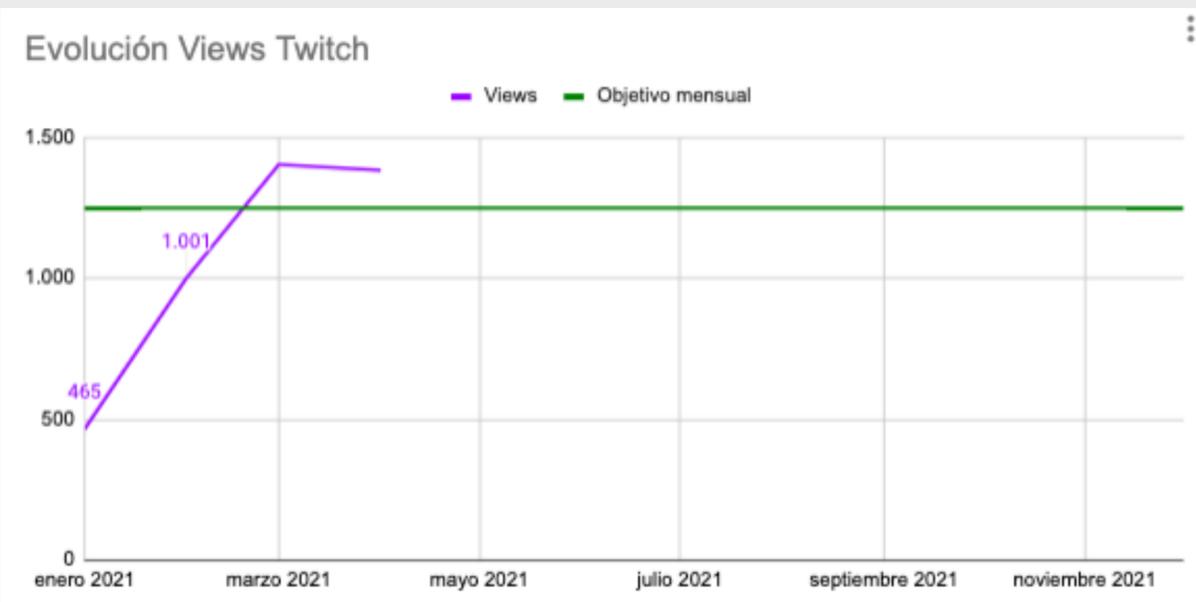
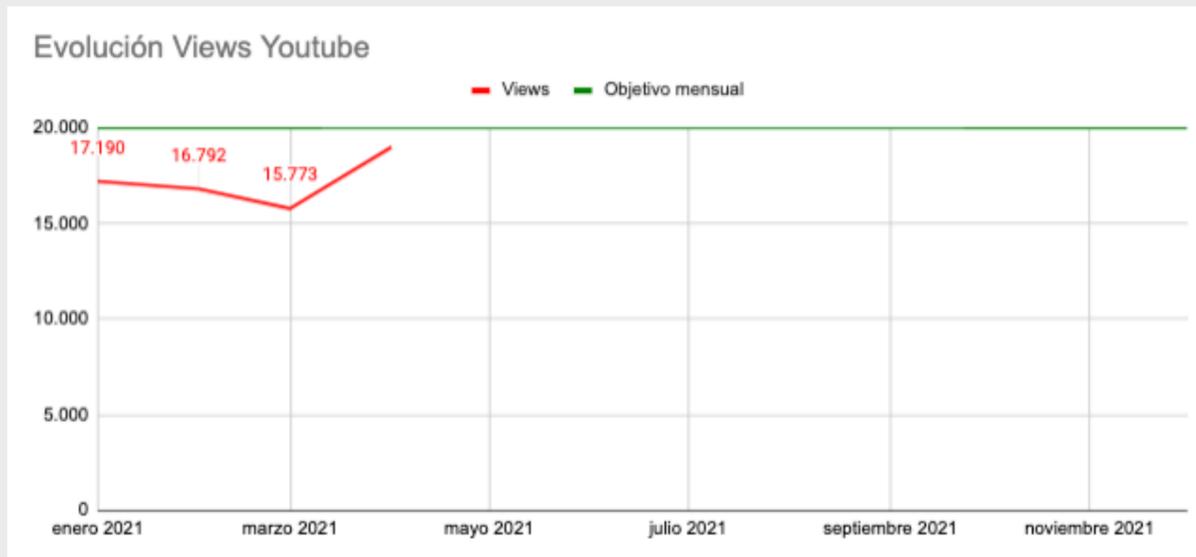
- **Resultados mensuales:**
 - **Notoriedad**
 - **Engagement**
 - **Interacciones**
 - **Views**
 - **Mejores publicaciones de cada canal**
 - **Captación**
 - **Comunidad**
 - **Visitas a la web**
- **Análisis de la competencia**
- **Conclusiones & Recomendaciones**



Las impresiones disminuyen en todos los canales, excepto en Instagram.

Registramos una bajada en el objetivo de notoriedad en todos los canales. La más pronunciada en LinkedIn donde, conseguimos menos de la mitad de las interacciones que el mes anterior.

Instagram es la que mejor resultados proporciona con un aumento del 25%, debido a un aumento en el número de publicaciones.



Comentarios sobre las views.

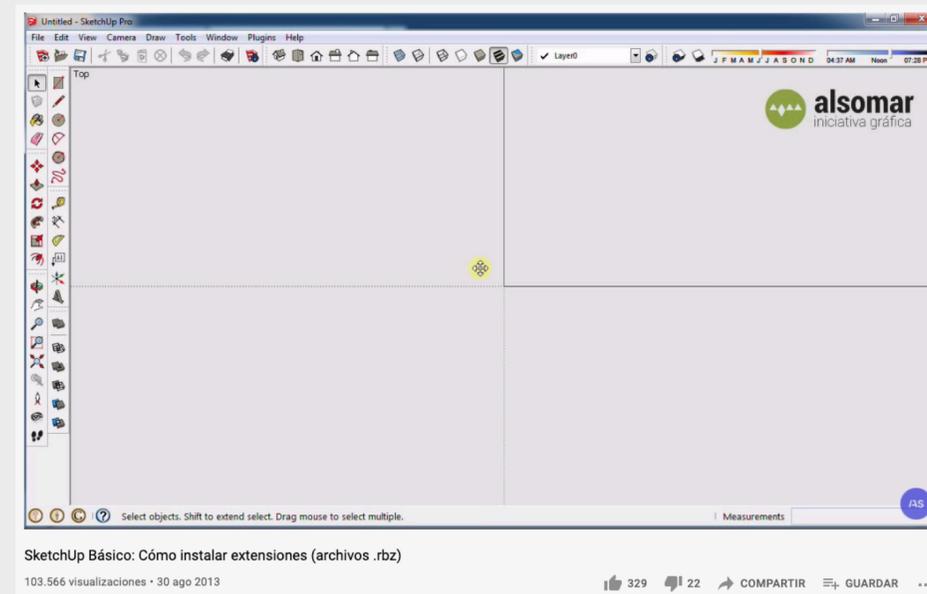
Aumentan las views este mes tanto en Youtube como en Twitch.

Los vídeos live son los que mejor funcionan ya que cuando recibimos el mayor número de visualizaciones es durante los directos.

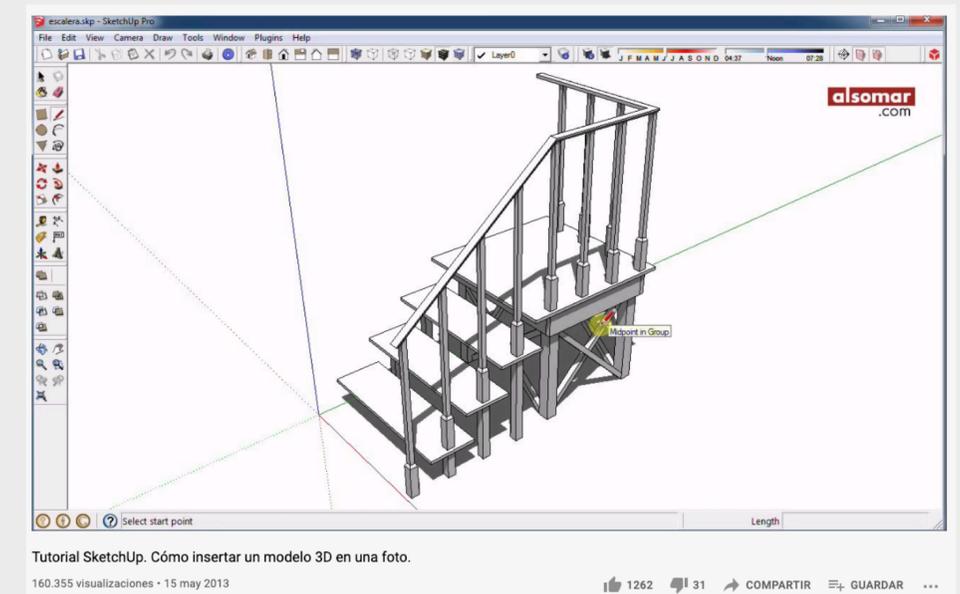
Top 3 vídeos con más views del mes.



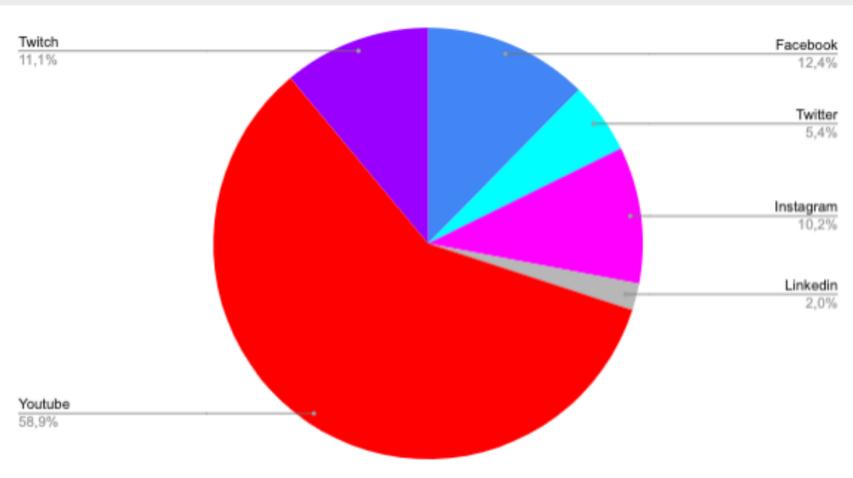
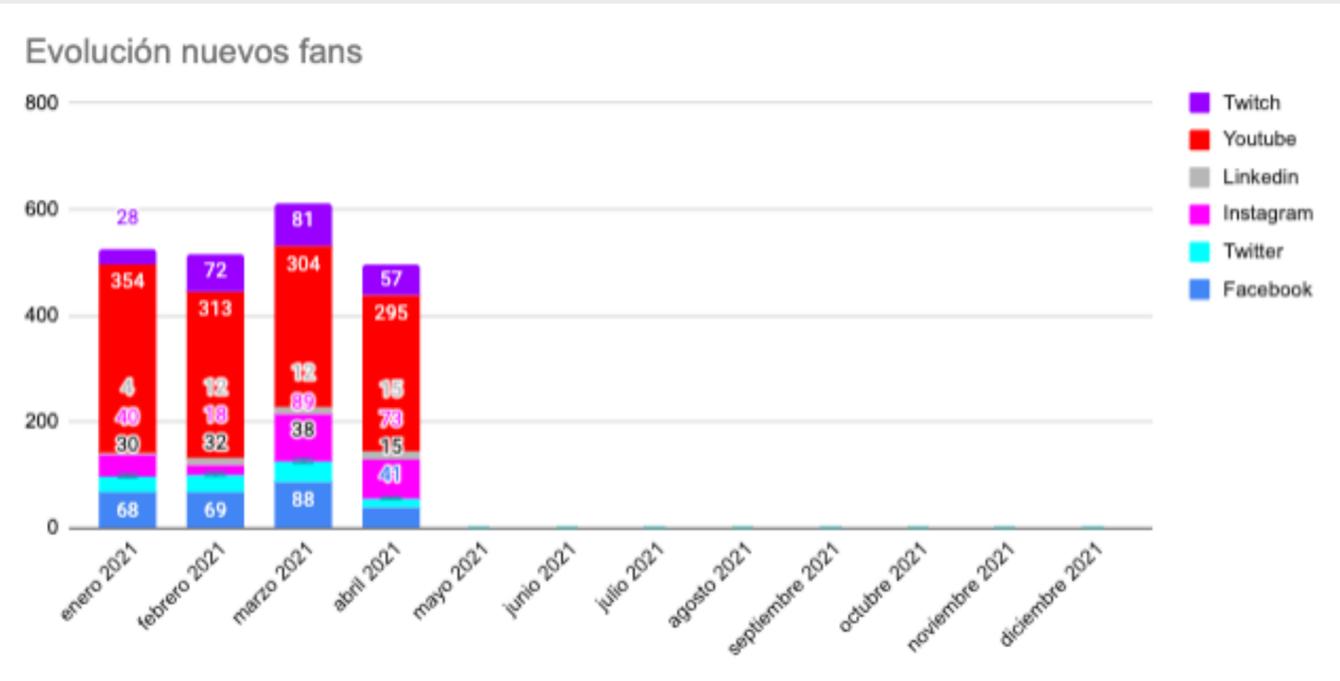
2.199 views



2.000 views



1.555 views



Nuestros seguidores se concentran en YouTube.

Con un total de 9.133 suscriptores, YouTube es el canal en que tenemos la comunidad más alta y por ende más probabilidades de que nuestros contenidos lleguen a un público más amplio, correspondiente al 58,9% de todos nuestros seguidores.

En general en abril sumamos menos nuevos seguidores respecto al mes anterior y donde más crecemos es siempre YouTube con 295 nuevos suscriptores.

El segundo canal con mayor comunidad es Facebook, seguido de cerca por Twitch que crece a un ritmo más elevado que el primero.

DOMĚSTIKA