

# Quina és la millor xarxa per a una empresa cultural?



## Continguts de la sessió d'avui

- **Hem de ser a les xarxes socials?**
- **Beneficis i perills**
- **Com triem les xarxes? Estratègia**
- **Anàlisi de les principals xarxes**
- **Conclusions pràctiques**
- **Dubtes i preguntes**





**Comencem!**





**Hem de ser a les xarxes socials?**





## Hem de ser a les xarxes socials?

- **Actualment, a l'Estat espanyol: més de 40 milions d'usuaris.**
- **Cada any creix.**
- **Molts dels teus usuaris/clients/públic estan en alguna xarxa.**
- **I també els potencials.**



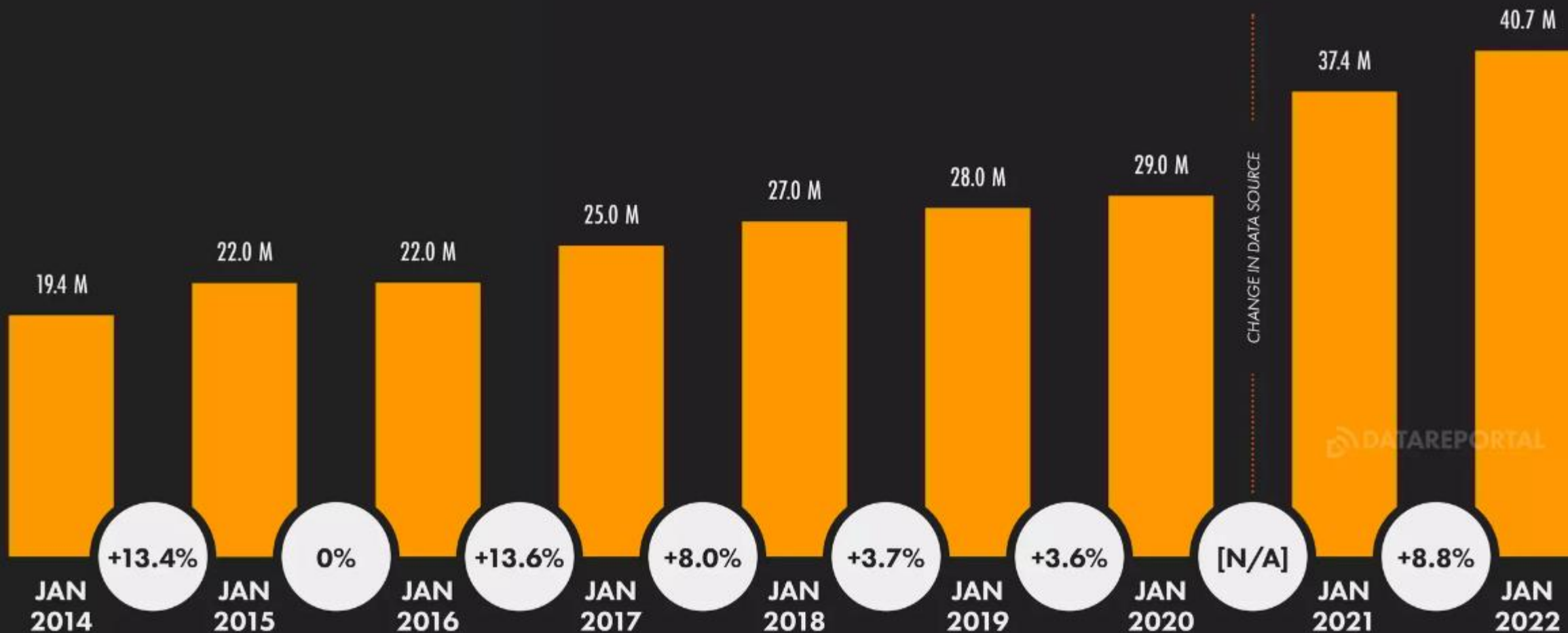
FEB  
2022

# SOCIAL MEDIA USERS OVER TIME

NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS AND YEAR-ON-YEAR CHANGE



SPAIN



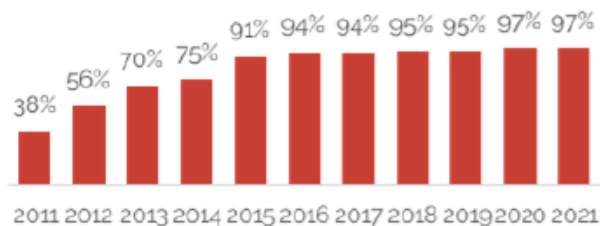
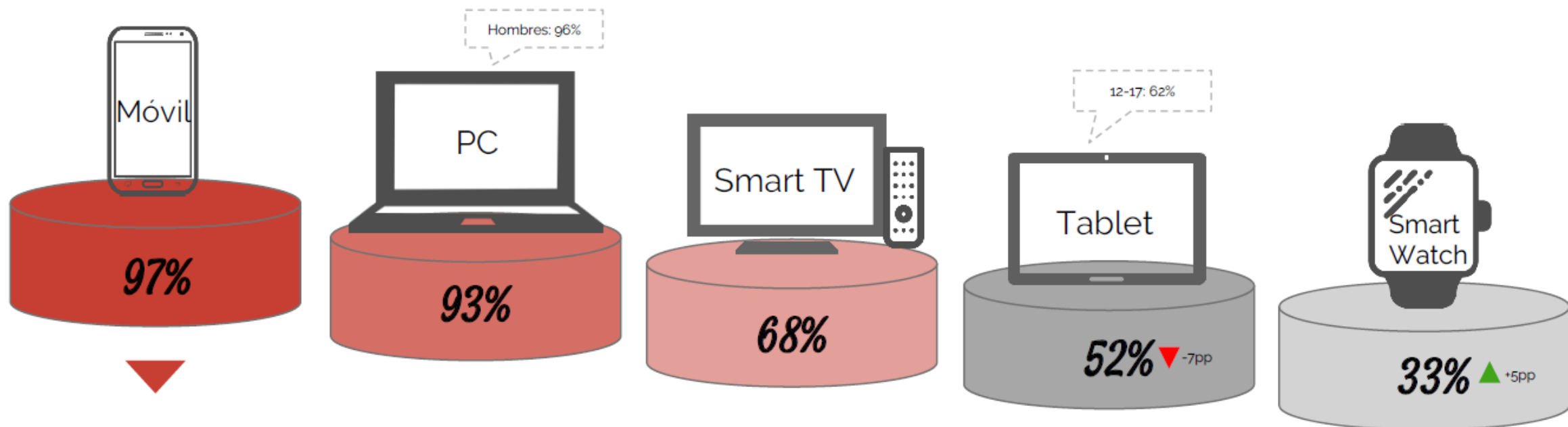
CHANGE IN DATA SOURCE

DATA REPORTAL

**SOURCES:** KEPIOS ANALYSIS, COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND EARNINGS ANNOUNCEMENTS. **NOTE:** WHERE LETTERS ARE SHOWN NEXT TO FIGURES ABOVE BARS, "K" DENOTES THOUSANDS (E.G. "123 K" = 123,000), "M" DENOTES MILLIONS (E.G. "1.23 M" = 1,230,000), AND "B" DENOTES BILLIONS (E.G. "1.23 B" = 1,230,000,000). WHERE NO LETTER IS PRESENT, VALUES ARE SHOWN AS IS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** CHANGES TO DATA SOURCES AND SIGNIFICANT BASE REVISIONS IN SOURCE DATA MAY MEAN THAT FIGURES ARE NOT COMPARABLE BETWEEN CERTAIN YEARS.

# Dispositivos de conexión

- El móvil sigue siendo el principal dispositivo para conectarse a Redes Sociales (97%), seguido del PC (93%) y el Smart TV (68%). La Tablet es el dispositivo que cae este año (-7pp vs. 2021), mientras que el Smart Watch es el dispositivo que más crece respecto al año pasado (+5pp vs 2021).



PATROCINADO POR:



• ¿Accedes a Redes Sociales a través de...?

▲ ▼ Diferencias vs 2021

Base usuarios RRSS: 887

ELABORADO POR:





## Hem de ser a les xarxes socials?

- **La resposta per tant és...**
- **Sí...**
- **... però amb cap i estratègia.**







## Beneficis i perills





## Beneficis i perills

- **Beneficis:**
  - **Coneixement de marca/producte/servei.**
  - **Construcció d'una identitat diferenciada/reputació.**
  - **Contacte directe amb la clientela/públic actual o potencial.**





## Beneficis i perills

- **Beneficis:**
  - **Redirecció de tràfic cap a la web.**
  - **Ajuden a crear confiança.**
  - **Possibilitat de fer campanyes molt segmentades.**





## Beneficis i perills

- **Perills:**
  - **No publicar-hi amb assiduitat.**
  - **Publicar-hi continguts no adequats o no adaptats a la xarxa social en qüestió.**
  - **No dedicar-hi prou temps (planificació i execució de continguts).**





## Beneficis i perills

- **Perills:**
  - **No respondre els usuaris.**
  - **No mesurar els resultats.**
  - **Oblidar el web.**





## Com triem les xarxes? Estratègia





## Com triem les xarxes? Estratègia

1. **Producte / servei**
2. **Objectius**
3. **Públic objectiu**
4. **Competència**
5. **Temps**
6. **Pressupost**





## Producte / servei / relat

- Quina és l'activitat, producte o servei que vull difondre?
- En què consisteix?
- Qui soc
- Qui dic que soc
- Què entén/diu la gent que soc







# Objectius

- **Quins són els teus objectius? (no són excloents):**
  - **Visibilitat**
  - **Atenció al client**
  - **Fidelització**
  - **Vendes / conversió**
  - **Diferenciar-me de la competència**
  - **Altres?**





## Públic objectiu

- **Quin és el perfil del teu públic? A qui et dirigeixes?**
- **Preguntes:**
  - **Edat**
  - **Gènere**
  - **Estil de vida / Interessos**
  - **Altres**





# Competència

- **Què fa la teva competència a les xarxes socials?**
- **Dada MOLT important.**
  - **En quines xarxes?**
  - **Tipus de contingut?**
  - **Regularitat?**
  - **Likes/retuits?**





# Temps

- **De quin temps disposo?**
- **Error molt comú: estar a un munt de xarxes perquè és gratis.**
  - **Quant val el temps que hi inverteixes?**
  - **Tens aquest temps?**
  - **Surt a compte el temps que hi inverteixes?**





## Pressupost

- **Publicitat**
- **Vull invertir?**
- **Puc invertir?**
- **Quant? Quan?**





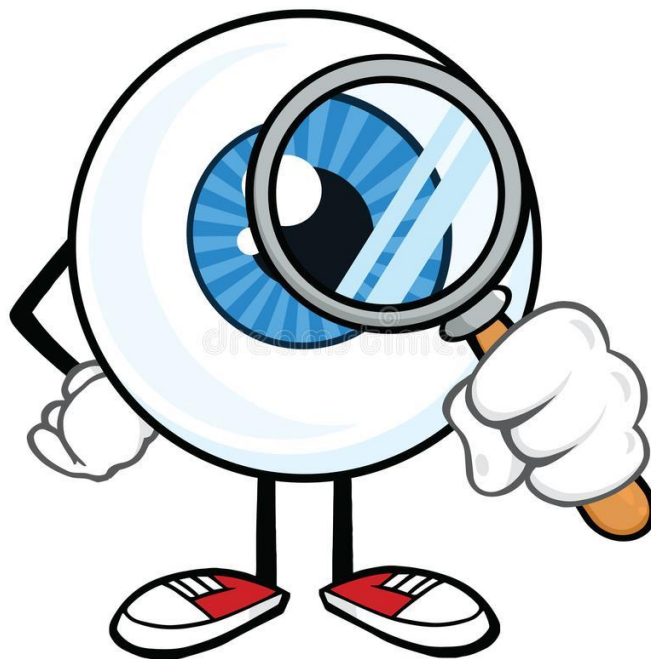
## Tenim respostes a totes les preguntes?

1. **Producte / servei**
2. **Objectius**
3. **Públic objectiu**
4. **Competència**
5. **Temps**
6. **Pressupost**
  
7. **Doncs seguim endavant!**





# Anàlisi de les principals xarxes





## Anàlisi de les principals xarxes

- Quanta gent hi ha a cada xarxa?
- Dades Estat espanyol.





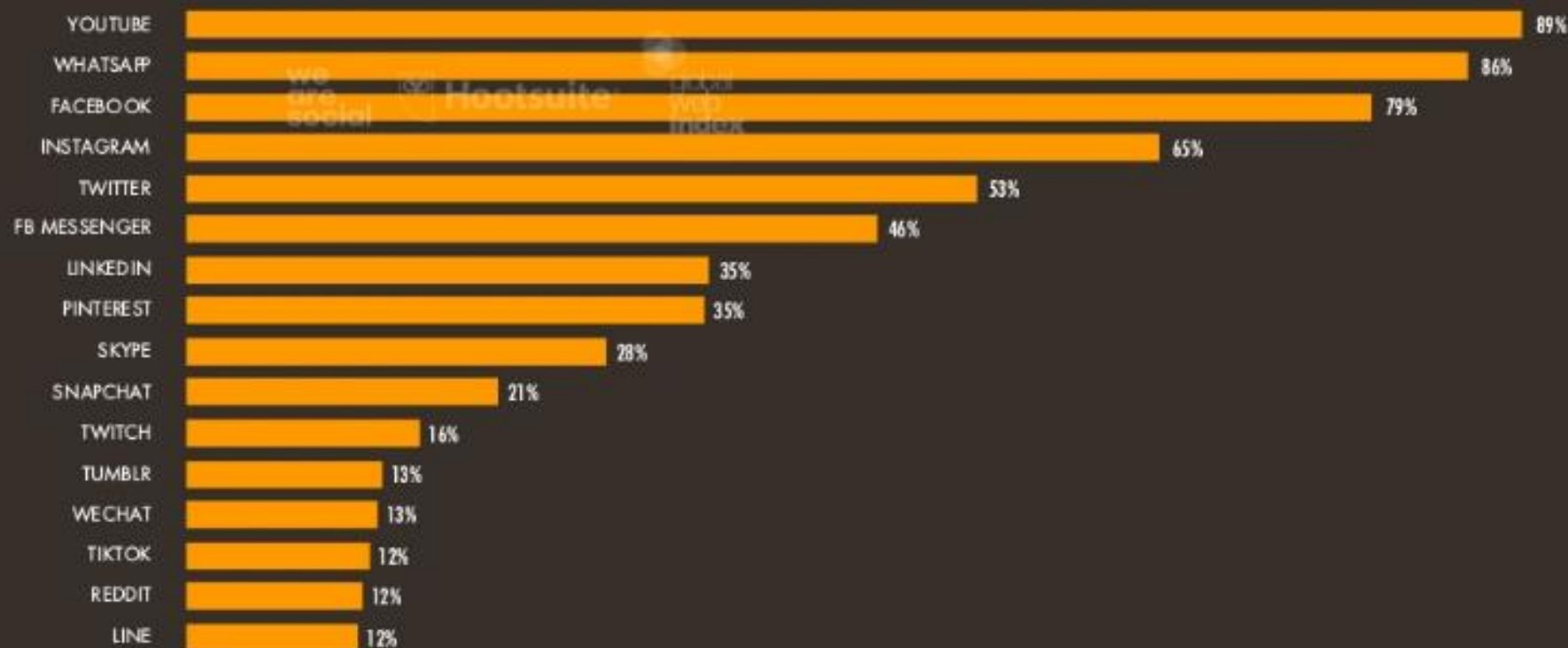
JAN  
2020

## MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



SPAIN



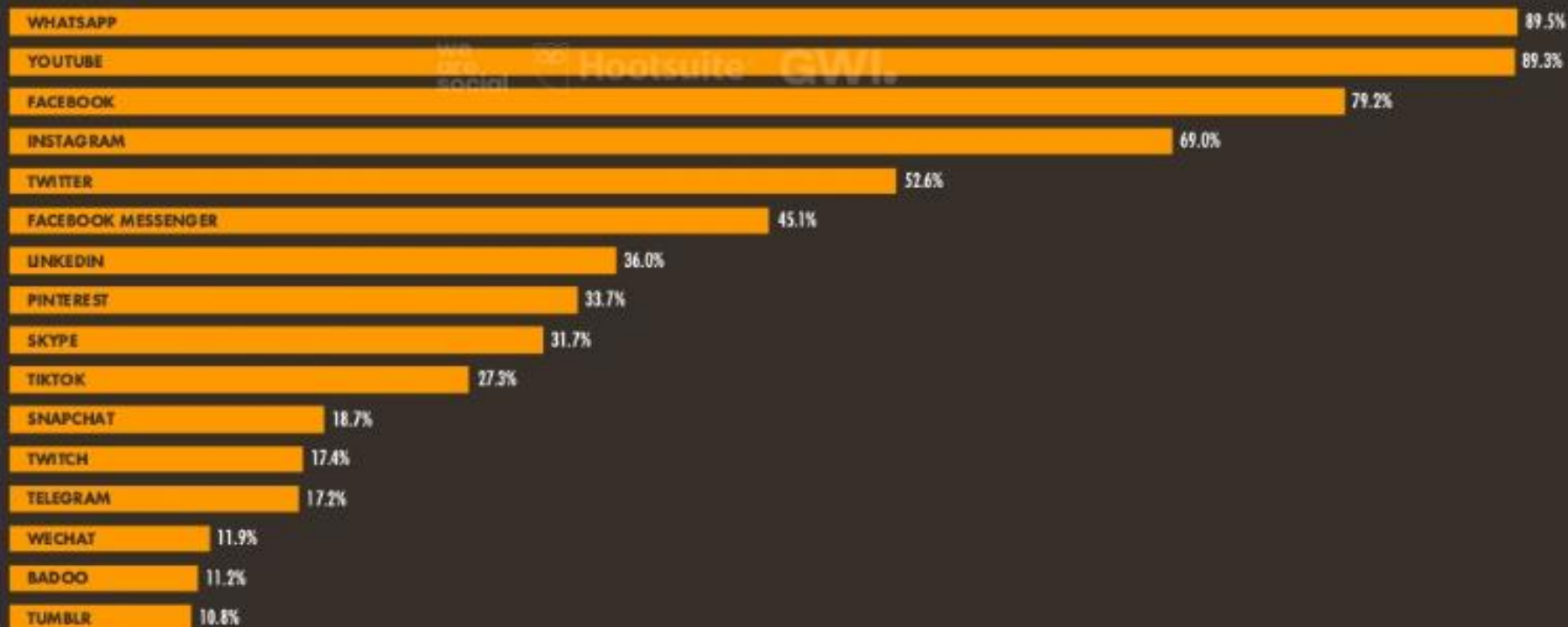
JAN  
2021

## MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT HAS USED EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



SPAIN



47

SOURCE: GWI (Q3 2020). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GLOBALWEBINDEX.COM](https://www.globalwebindex.com) FOR MORE DETAILS.

NOTE: FIGURES ON THIS CHART REPRESENT INTERNET USERS' SELF-REPORTED SOCIAL MEDIA BEHAVIOURS, AND MAY NOT CORRELATE WITH THE FIGURES CITED ELSEWHERE IN THIS REPORT FOR EACH PLATFORM'S ADVERTISING AUDIENCE REACH, OR THE ACTIVE USER FIGURES PUBLISHED BY INDIVIDUAL SOCIAL MEDIA PLATFORMS.

we  
are  
social



Hootsuite®

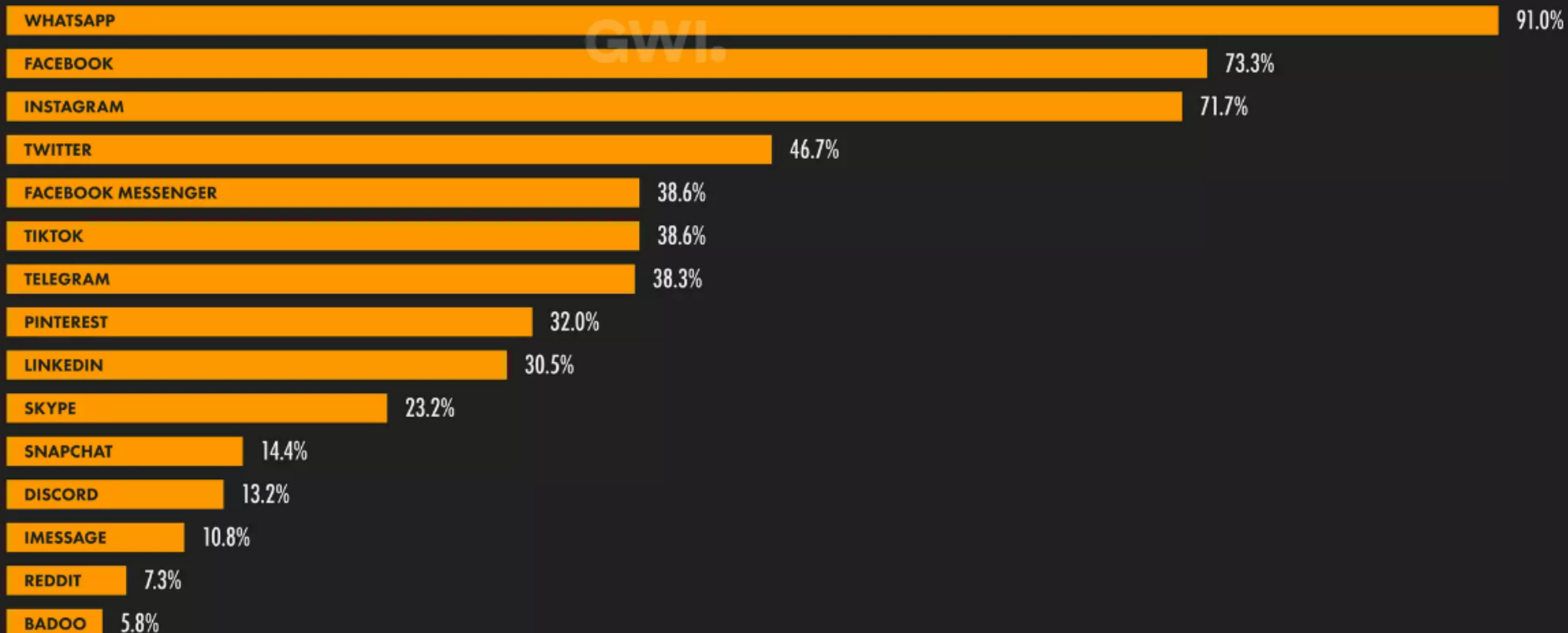
FEB  
2022

# MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH



SPAIN



54

**SOURCE:** GWI (Q3 2021). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTE:** YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES NOT INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION, WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

we  
are  
social

Hootsuite®

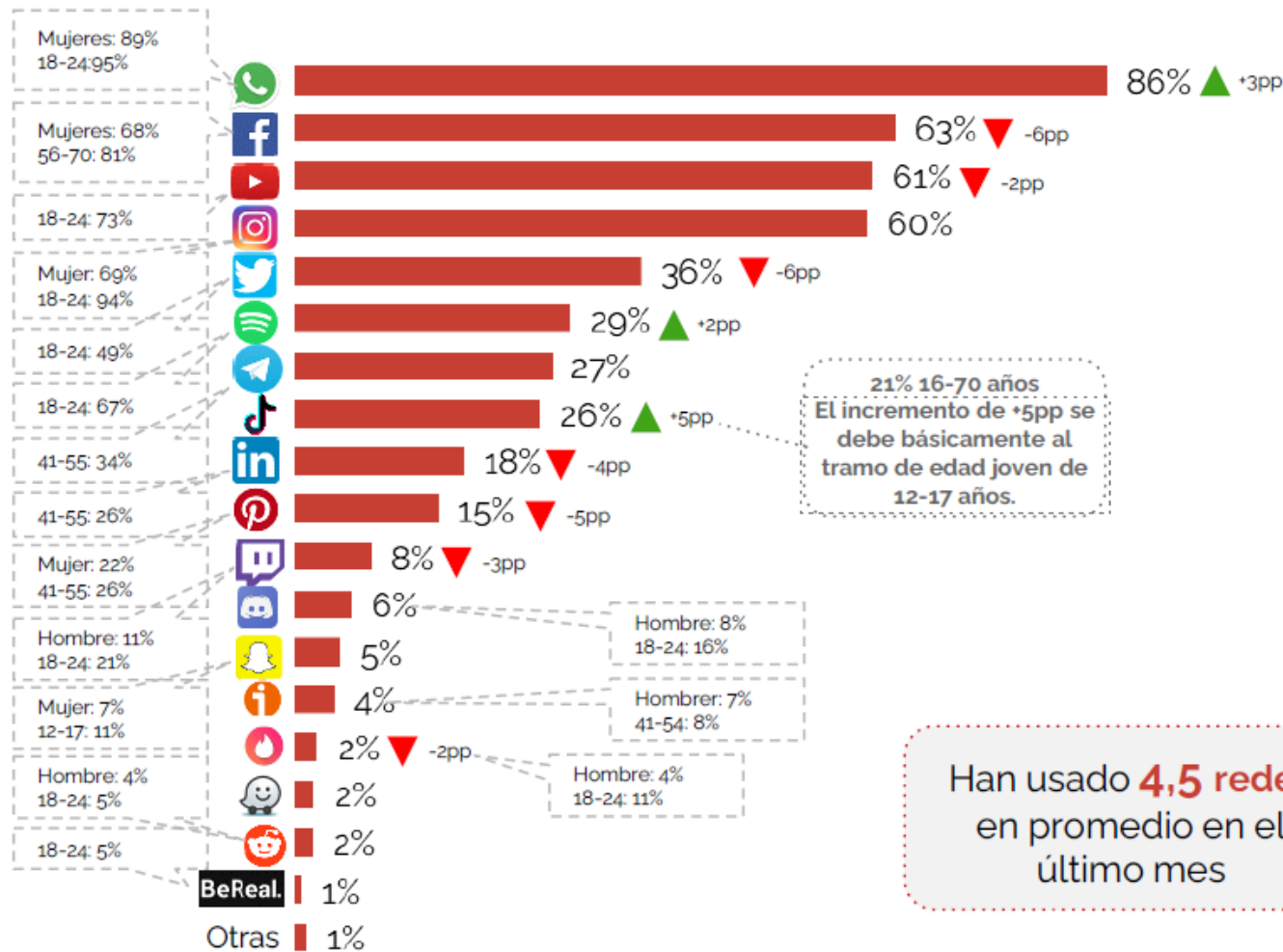
No es va oferir Youtube com a possible resposta



## Anàlisi de les principals xarxes

- **Qui hi ha a les xarxes a l'Estat espanyol?**
- **Estudi 2020 IAB Spain.**

# Uso redes | Último mes

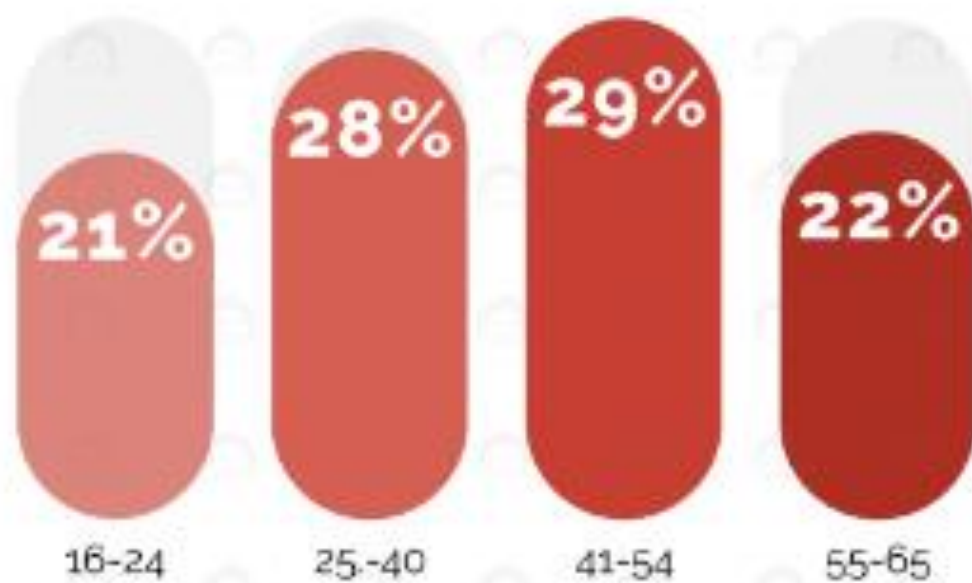


- **WhatsApp, Facebook y YouTube** siguen siendo las redes más utilizadas en el último mes, aunque Facebook (-6pp) y YouTube (-2pp) siguen bajando su penetración, distanciándose más de WhatsApp. Mientras tanto, TikTok aumenta significativamente su uso frecuente (+5pp).
- **WhatsApp, Spotify y TikTok** son las redes que crecen este año en uso de último mes. Como veíamos en las otras gráficas TikTok es la red que aumenta de forma más destacada: +5pp (cuando en 2021 ya aumentó +12pp).
- En este último mes, han visitado 4,5 redes, similar que en la edición anterior (2021: 4,7 redes).



# Edad

Edad promedio: 40 años





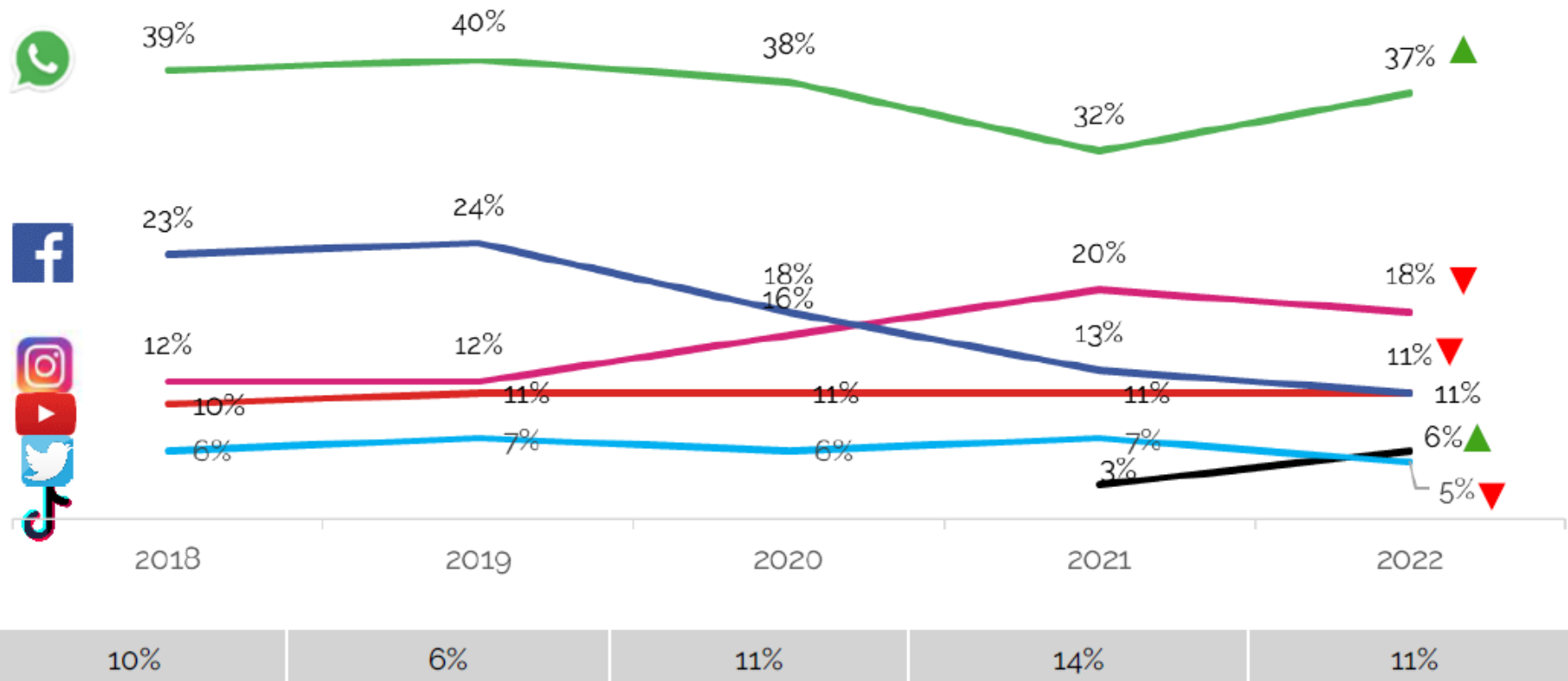
## PENETRACIÓN POR GÉNERO Y EDAD



Total	87%
Mujer	89%
Hombre	84%
16 a 24 años	93%
25 a 40 años	91%
41 a 55 años	84%
56 a 65 años	81%

# Preferencia de redes | Preferencia - Evolución desde 2018

- **Facebook** sigue perdiendo lovers desde 2019; mientras que **TikTok** gana protagonismo y Whatsapp recupera sus niveles de 2020.



Estudio Anual Redes Sociales 2022

PATROCINADO POR:



- *Y, ¿cuál es la que más te gusta?*

Diferencias con 2021 ▲ ▼ Base usuarios RRSS: 887

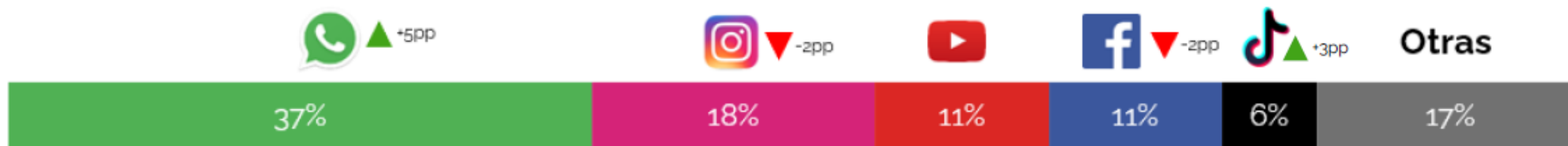
ELABORADO POR:



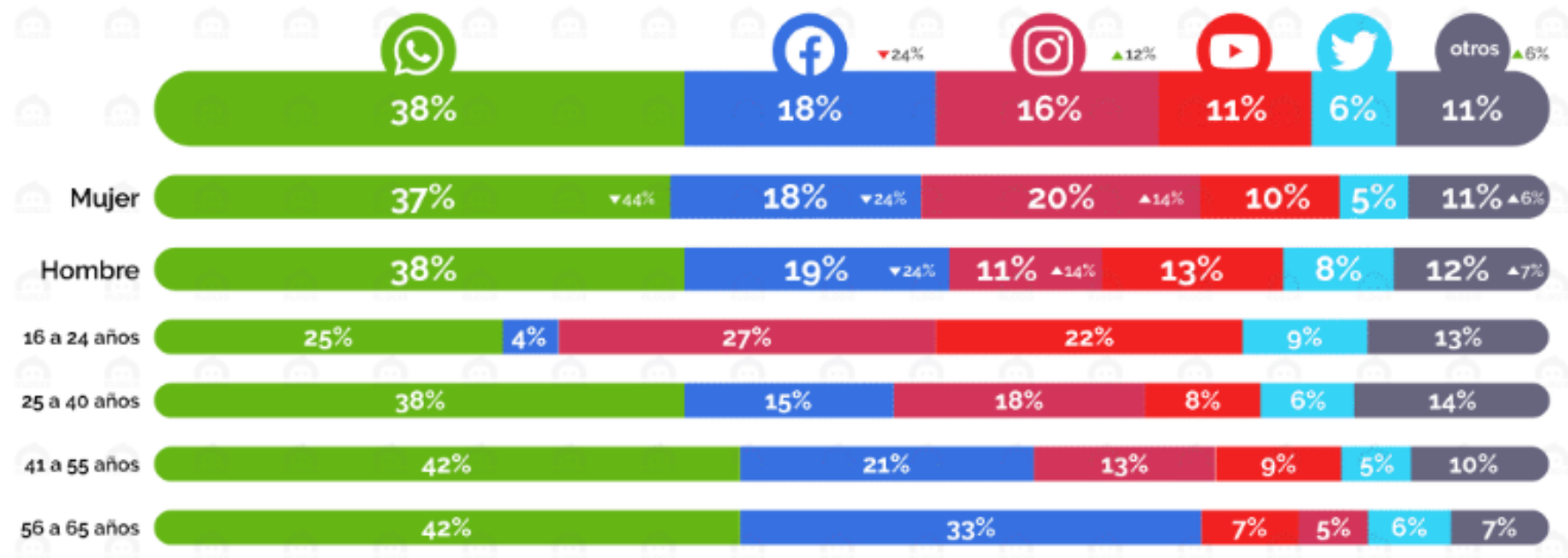


# Conclusiones | Conocimiento, uso y valoración

- **Whatsapp y Facebook siguen** siendo las redes más relevantes en términos de conocimiento y uso. **Instagram mantiene sus usuarios mientras TikTok sigue ganando** (por tercer año consecutivo), al mismo tiempo que **Facebook** continúa perdiendo usuarios. **En términos de preferencia, Instagram sigue por delante de Facebook y YouTube** (después de Whatsapp) y **TikTok consigue la quinta posición** (en sustitución de Twitter).



- **TikTok es la red con un mayor crecimiento** (siguiendo la inercia desde 2020): aumenta su conocimiento sugerido (de un 73% a un 75%) y uso (de un 25% a un 30% este año).
- El número promedio de redes recordadas (de forma sugerida) y usada se mantiene este año respecto a años anteriores.
- **El 34%** de los usuarios **han abandonado una Red Social** durante el último año. La principal red de abandono es Facebook y la siguiente es Snapchat. El perfil de los abandonadores, de alguna red social es joven (un 31% tiene menos de 25 años).





# CONTENIDO EN RRSS

## ¿QUÉ BUSCAN LOS USUARIOS EN LAS REDES?





# SECTORES MÁS POPULARES EN RRSS



# CONCLUSIONES SEGUIMIENTO MARCAS EN REDES SOCIALES

**Los menores de 40 años son los que utilizan más las RRSS** para seguir mucho o bastante las marcas en este medio.

**1 de cada 3 usuarios declara que las marcas que tienen perfil en Redes Sociales les generan más confianza** (en 2020 33% vs 26% en 2019).





## Anàlisi de les principals xarxes

- **Analitzem xarxa per xarxa a l'Estat espanyol.**





**Facebook**







# Facebook

- **Sexe: 53% dones – 47 homes.**
- **Franges d'edat:**
  - **16/31 anys: 30%**
  - **32/45 anys: 39%**
  - **46/65 anys: 31%**
- **Hores al dia: 1h 13min**
- **Vegades al dia: 3'6**





# Facebook

- **Percepció de la xarxa social:**
- **Utilitat**
- **Entretinguda**
- **Xafarderies**
- **Família i amistats**
- **Seguidors/es**
- **Divertida**
- **Interessant**





## Facebook

- **Segueix sent important en estratègies de màrqueting digital.**
- **Alta conversió.**
- **Funciona en aquells sectors on estem en contacte amb la clientela.**





# Facebook

- **Consumeixen oci i entreteniment.**
- **Serveix per portar tràfic a la web.**
- **Ens dóna visibilitat.**





# Facebook

- **Avantatges:**
  - **Diferents tipus de continguts: text, imatge, vídeo.**
  - **Xarxa social amb més públic i de rangs més diferents.**
  - **Alt poder de segmentació i campanyes de publicitat.**
  - **Podem anar més enllà de la pàgina: grups, etc.**





# Facebook

- **Desavantatges:**
  - **Abast orgànic limitat per l'algorisme.**
  - **Sense invertir en publicitat és difícil créixer.**



FEB  
2022

# FACEBOOK ACTIVITY FREQUENCY

THE NUMBER OF TIMES A "TYPICAL" USER AGED 18+ PERFORMS EACH ACTIVITY ON FACEBOOK



SPAIN

FACEBOOK PAGES  
"LIKED" (LIFETIME)



1

FEMALE MALE

1 1

POSTS "LIKED" IN THE  
PREVIOUS 30 DAYS



7

FEMALE MALE

9 5

COMMENTS MADE IN  
THE PREVIOUS 30 DAYS



3

FEMALE MALE

4 2

POSTS SHARED IN THE  
PREVIOUS 30 DAYS



1

FEMALE MALE

2 1

ADS CLICKED OR TAPPED  
IN THE PREVIOUS 30 DAYS



14

FEMALE MALE

18 12



# Instagram







# Instagram

- **55'2% dones – 44'8% homes**
- **Franges d'edat:**
  - **16/31 anys: 40%**
  - **32/45 anys: 38%**
  - **46/65 anys: 22%**
- **Hores al dia: 1h 06min**
- **Vegades al dia: 3'7**





# Instagram

- **Percepció de la xarxa social:**
- **Vídeos i fotos**
- **Selfies**
- **Divertida**
- **Amistats**
- **Posar**
- **Vanitós**
- **Visual**
- **Xafarderies**
- **Distracció**





# Instagram

- **Tot tipus d'interessos mentre sigui en positiu.**
- **Ens ajuda a obtenir visibilitat.**
- **També a fidelitzar persones usuàries / clientela.**





# Instagram

- **Avantatges:**
  - **Xarxa social en expansió total a casa nostra.**
  - **Continguts frescos i espontanis.**
  - **Ajuda a humanitzar la marca.**
  - **Genera confiança amb la marca.**
  - **Conversió a stories.**
  - **Gamificació.**





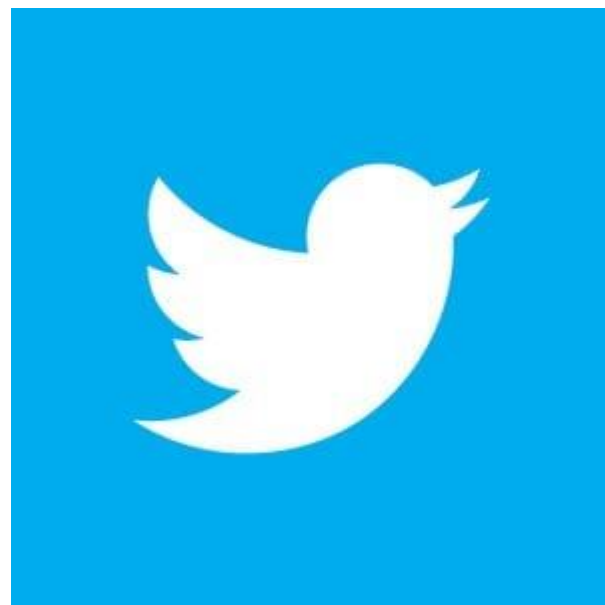
# Instagram

- **Desavantatges:**
  - **No conversió des de posts.**
  - **També té algorisme. Cal tenir moltes interaccions.**
  - **Demana una feinada gran: posts, reels, stories...**





# Twitter





## Twitter

- **40% dones– 60% homes.**
- **Franges d'edat:**
  - **16/31 anys: 34%**
  - **32/45 anys: 39%**
  - **46/65 anys: 27%**
- **Hores al dia: 0h 49min**
- **Vegades al dia: 2'5**





# Twitter

- **Percepció de la xarxa social:**
- **Notícies**
- **Instantània**
- **Tendències**
- **Opinió**
- **Limitada**

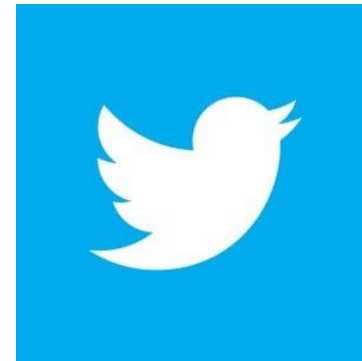






## Twitter

- **Interessos: diversos segons perfil. Però contingut ha de ser senzill i fàcil de digerir (al nostre voltant molta densitat).**
- **Serveix per atenció al client.**
- **Per portar tràfic a la web.**





# Twitter

- **Avantatges:**
  - **Canal de comunicació efectiu amb clientela. Molta gent hi va abans que a correu-e o telèfon.**
  - **Molt fàcil saber què es diu de la teva marca.**
  - **Relativament fàcil generar tràfic a la web.**





# Twitter

- **Desavantatges:**
  - **Elon Musk + algorisme**
  - **Alta taxa d'abandonament.**
  - **Usuaris tenen gran volum d'informació: cal ser diferents.**





# Whatsapp





## Whatsapp

- **52% dones– 48% homes.**
- **Franges d'edat:**
  - **16/31 anys: 30%**
  - **32/45 anys: 40%**
  - **46/65 anys: 30%**
- **Hores al dia: 1h 47min**
- **Vegades al dia: 6**





# Whatsapp

- **Percepció de la xarxa social:**
- **Comunicar**
- **Xat**
- **Bona**
- **Necessària**
- **Utilitat**
- **Família i amistats**
- **Ràpida**





# Whatsapp

- **98% smartphones Estat espanyol la tenen.**
- **La teva clientela/públic hi és.**
- **Per atenció a la clientela és perfecta.**





# Whatsapp

- **Avantatges:**
  - **Rapidesa**
  - **Proximitat**
  - **Fidelització**
  - **Humanització**







# Whatsapp

- **Desavantatges:**
  - **Inversió de temps.**
  - **Si fem difusions, convertir-nos en spam/pesats si no ho fem bé.**





Youtube





# Youtube

- **51% dones– 49% homes.**
- **Franges d'edat:**
  - **16/31 anys: 35%**
  - **32/45 anys: 39%**
  - **46/65 anys: 26%**
- **Hores al dia: 1h 34min**
- **Vegades al dia: 2'6**





# Youtube

- **Percepció de la xarxa social:**
- **Vídeos**
- **Divertida**
- **Música**
- **Informativa**
- **Bona**
- **Entreteniment**





## Youtube

- **Oportunitat per aparèixer en resultats de cerca i tenir visibilitat.**





# Youtube

- **Cal pensar quin tipus de vídeo hi volem fer.**
- **Sabem fer vídeos?**
- **Els hem d'encarregar?**
- **Pagar?**





LinkedIn





## LinkedIn

- **48'1% dones– 51'9% homes.**
- **Franges d'edat:**
  - **16/31 anys: 23%**
  - **32/45 anys: 44%**
  - **46/65 anys: 33%**
- **Hores al dia: 0h 31min**
- **Vegades al dia: 0'82**







## Linkedin

- **Percepció de la xarxa social:**
- **Feina**
- **Professional**
- **Útil**
- **Bona**
- **Contacte**
- **Còmoda**
- **Avorrida**





# Linkedin

- **La xarxa reina en el B2B.**
- **No hi ha tanta gent com a altres xarxes però molt especialitzada.**
- **Important: publicar + networking**





# Pinterest





# Pinterest

- **74'2% dones– 25'8% homes.**
- **Franges d'edat:**
  - **16/31 anys: 31%**
  - **32/45 anys: 42%**
  - **46/65 anys: 27%**
- **Hores al dia: 0h 41min**
- **Vegades al dia: 1'3**





# Pinterest

- **Percepció de la xarxa social:**
- **Imatge**
- **Idees**
- **Tutorial**
- **Útil**
- **Interessant**
- **Gust**
- **Varietat**





# Pinterest

- **Interessant per a sectors com: complements, roba, decoració, cuina, arquitectura...**
- **Porta MOLT tràfic a la web.**
- **La gent hi comença processos de compra.**





# Tiktok

- **Tiktok:**
  - **Xarxa en auge.**
  - **Públic molt jove.**
  - **Però també no tan jove.**
  - **A qui ens dirigim?**





## Tiktok

- Encara no tenim moltes dades.
- Què sabem?
- 13'7 milions de persones usuàries de +18.
- De menors de 18 no sabem número exacte.
- Important:
- 61'1% dones / 38'9% homes.
- Dades en augment.







## Sigui a la xarxa que sigui

- **Cal ser constant.**
- **Cursa a mig i llarg termini.**
- **Cal escoltar la teva comunitat i clientela.**
- **Cal fer moltes proves i fallar i tornar a provar.**
- **Cal mesurar i analitzar per trobar estratègia cap als nostres objectius.**





## On has de ser tu?

- **A quines conclusions heu arribat?**





**Ara, a posar-ho en pràctica!**



Teniu preguntes?





# Moltes gràcies!

**Sílvia Llombart Monner**  
**silviallm@lasembra.cat**  
**www.lasembra.cat**  
**Twitter: @LasembraC**  
**Instagram: @lasembra**

