



**Servei de
Desenvolupament
Empresarial**

Quina és la millor xarxa per a una empresa cultural?

Sílvia Llobart Monner
silviallm@lasembra.cat
www.lasembra.cat
Twitter: @sllombart
Instagram: @silviallombart

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?



JAN 2021

SOCIAL MEDIA USE

USE OF SOCIAL NETWORKS AND MESSENGER SERVICES, WITH DETAIL FOR MOBILE SOCIAL MEDIA USE



SPAIN

⚠️ DATA ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS DUE TO CHANGES IN DATA SOURCES. USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS.

TOTAL NUMBER OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS*



we are social

37.40
MILLION

SOCIAL MEDIA USERS AS A PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION



comscore

80.0%

ANNUAL CHANGE IN THE NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS



statista

+27.6%
+8.1 MILLION

NUMBER OF SOCIAL MEDIA USERS ACCESSING VIA MOBILE PHONES



statista

36.54
MILLION

PERCENTAGE OF TOTAL SOCIAL MEDIA USERS ACCESSING VIA MOBILE



97.7%

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 trànsit 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**
 - **Altres?**



Públic objectiu

- **Quin és el perfil del teu públic? A qui et dirigeixes?**
- **Preguntes:**
 - **Edat**
 - **Sexe**
 - **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 dispo?**
- **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?**



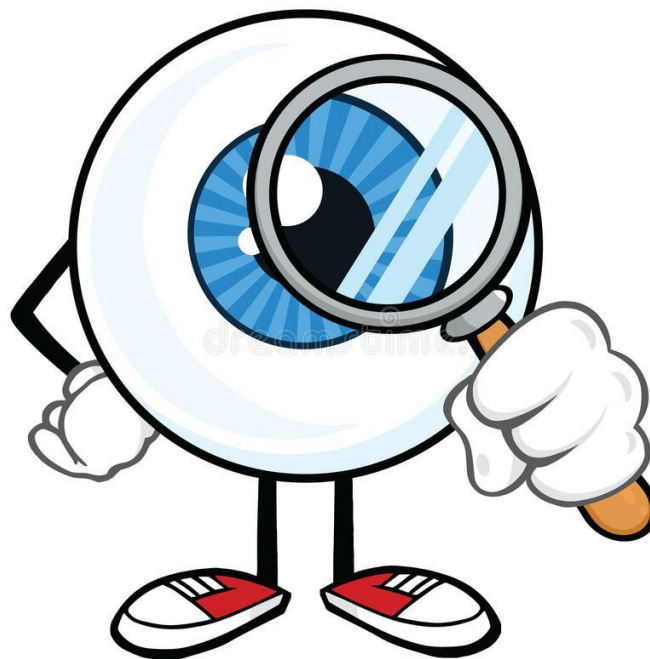
Tenim respostes a totes les preguntes?

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?



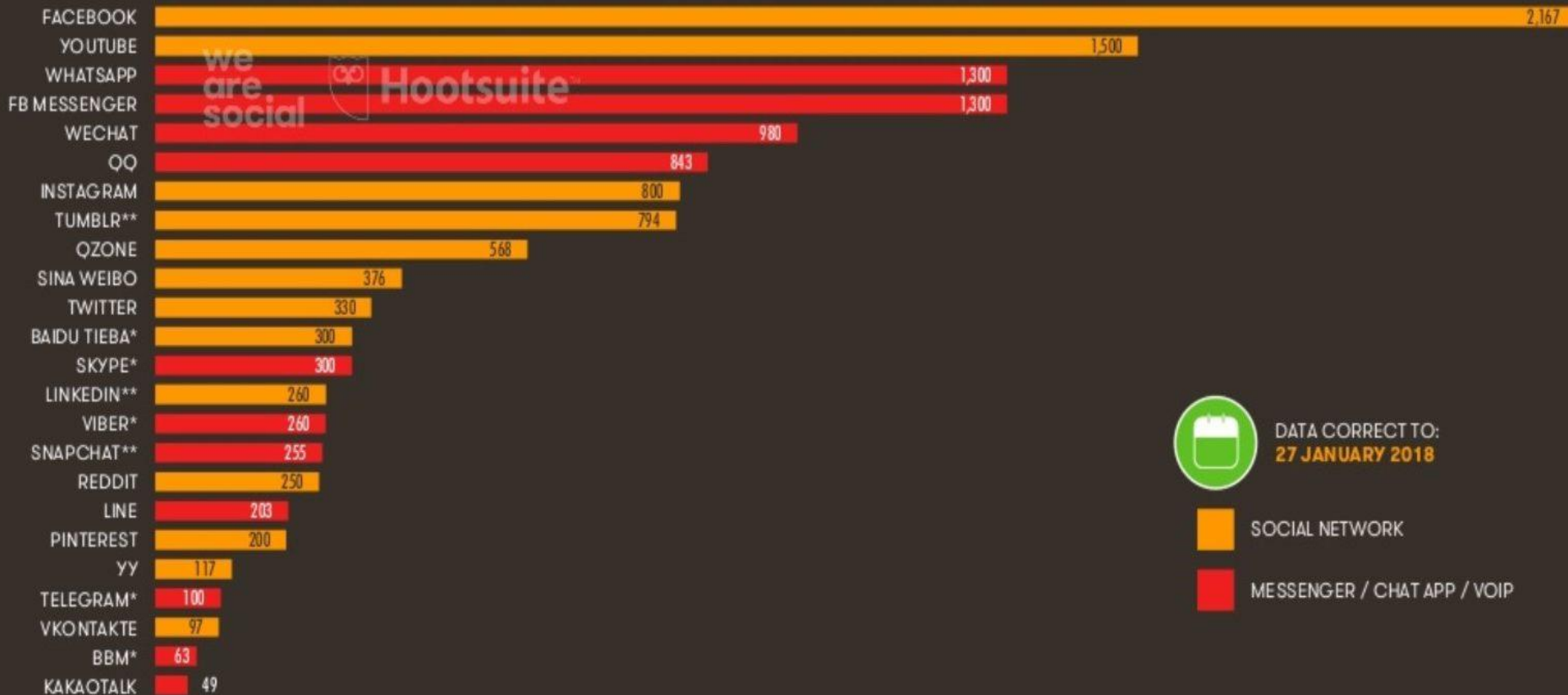
Anàlisi de les principals xarxes

- Quanta gent hi ha a cada xarxa?
- Dades globals mundials.

JAN 2018

ACTIVE USERS OF KEY GLOBAL SOCIAL PLATFORMS

BASED ON THE MOST RECENTLY PUBLISHED MONTHLY ACTIVE USER ACCOUNTS FOR EACH PLATFORM, IN MILLIONS



DATA CORRECT TO:
27 JANUARY 2018



SOCIAL NETWORK

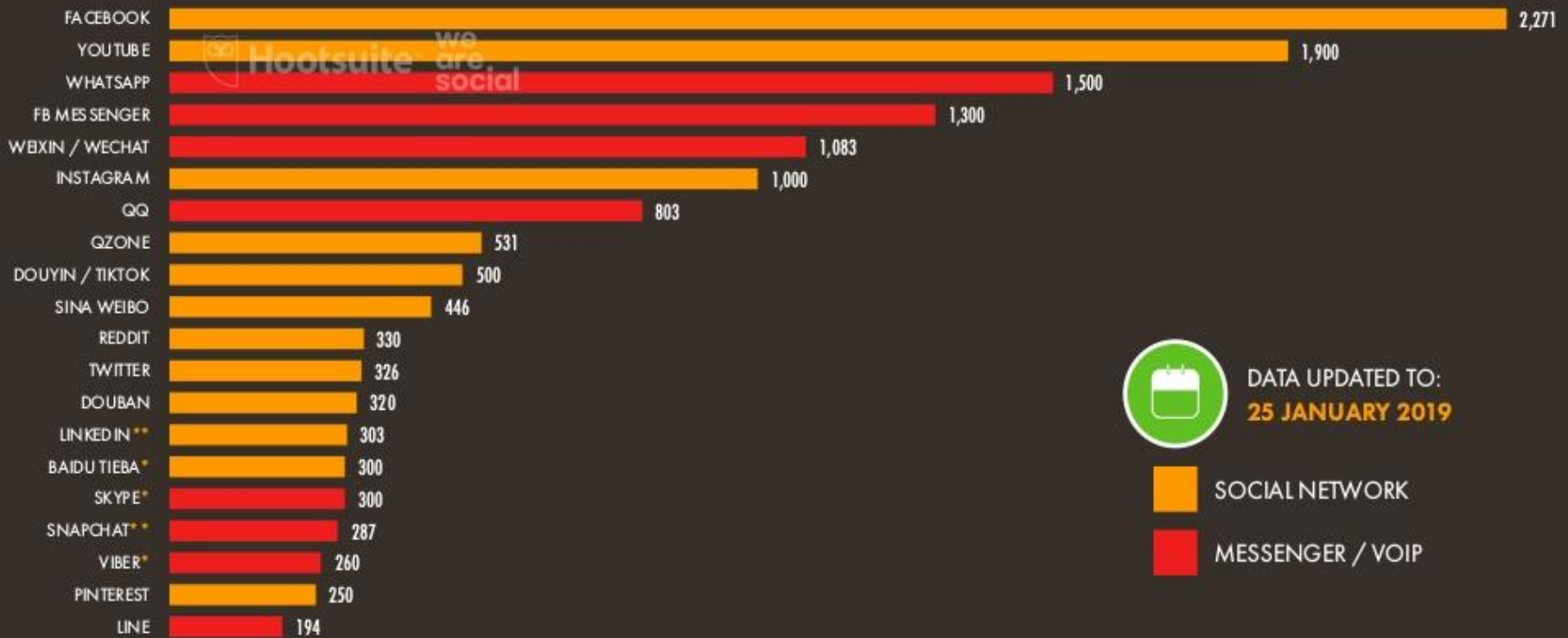


MESSENGER / CHAT APP / VOIP

JAN 2019

SOCIAL PLATFORMS: ACTIVE USER ACCOUNTS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, USER ACCOUNTS, OR UNIQUE VISITORS TO EACH PLATFORM, IN MILLIONS



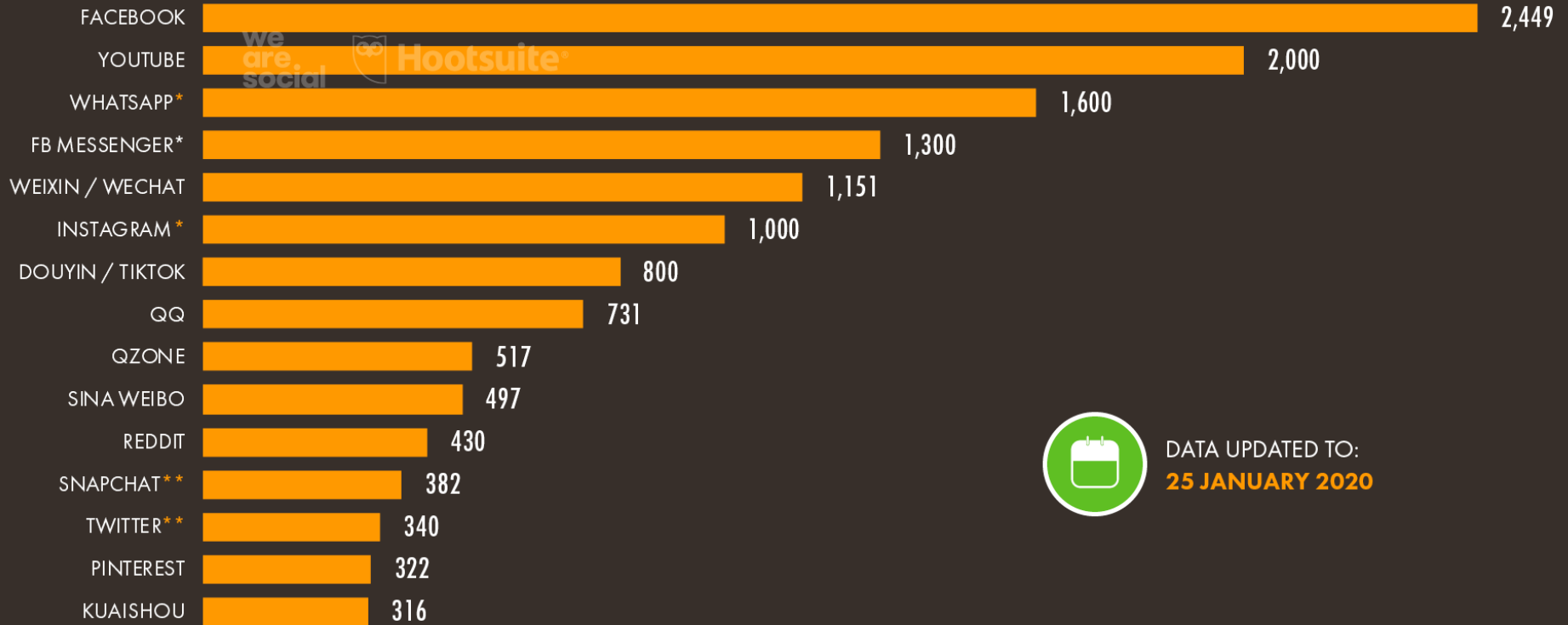
DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2019

- SOCIAL NETWORK
- MESSENGER / VOIP

JAN 2020

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, ACTIVE USER ACCOUNTS, ADVERTISING AUDIENCES, OR UNIQUE MONTHLY VISITORS (IN MILLIONS)

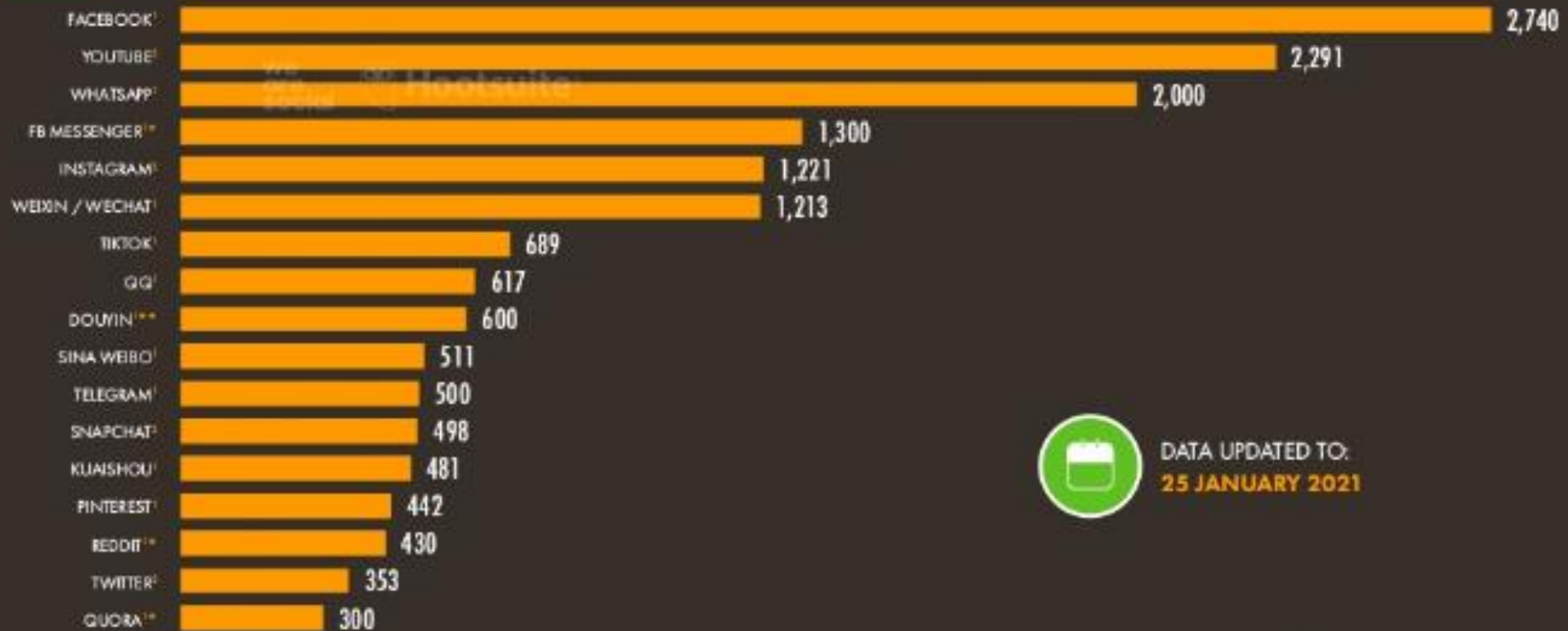


DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2020

JAN 2021

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS*



DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2021

SOURCES: KEROS ANALYSIS (JAN 2021), BASED ON DATA PUBLISHED IN: (1) COMPANY STATEMENTS AND EARNINGS ANNOUNCEMENTS; (2) PLATFORMS' SELF-SERVICE AD TOOLS.
NOTES:** PLATFORMS IDENTIFIED BY (1) HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER NUMBERS IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES WILL BE LESS RELIABLE. () FIGURE FOR DOUYN USES THE REPORTED DAILY ACTIVE USER FIGURE, SO MONTHLY ACTIVE USER FIGURE IS LIKELY HIGHER.

Anàlisi de les principals xarxes

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

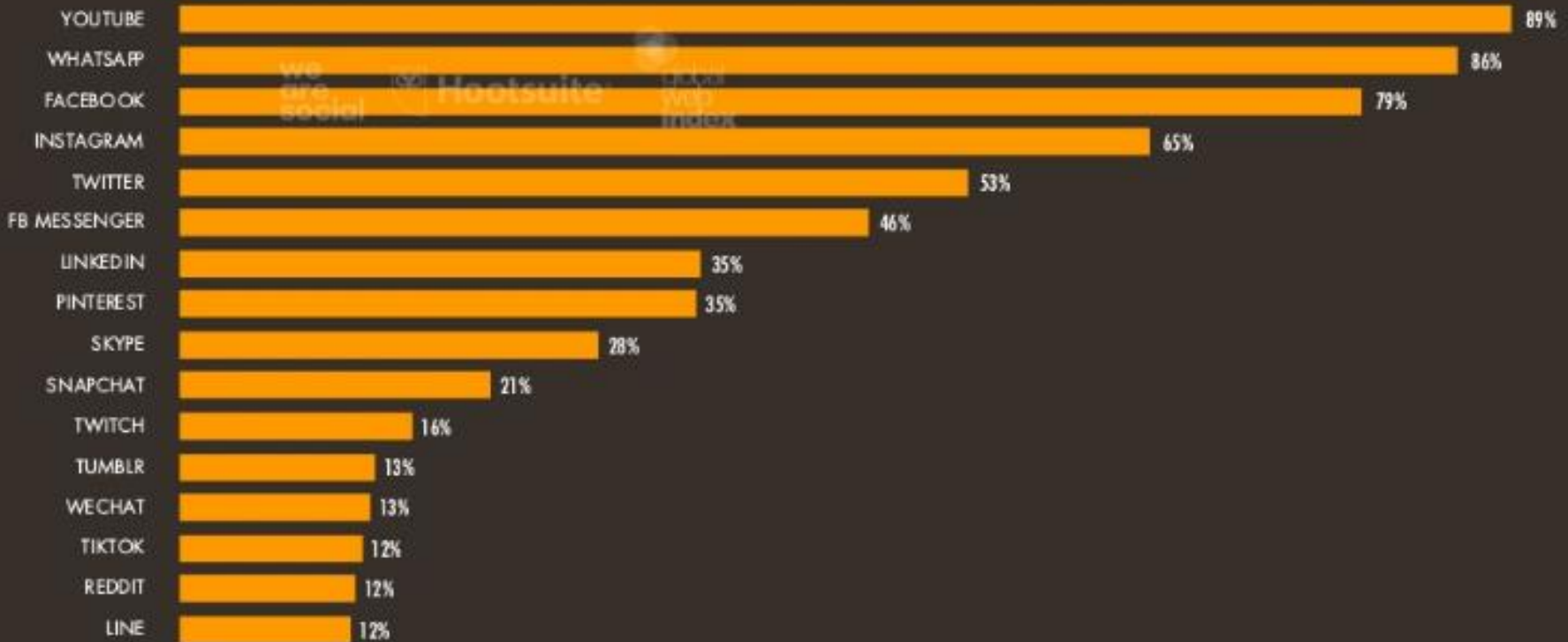
JAN 2020

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

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



SPAIN



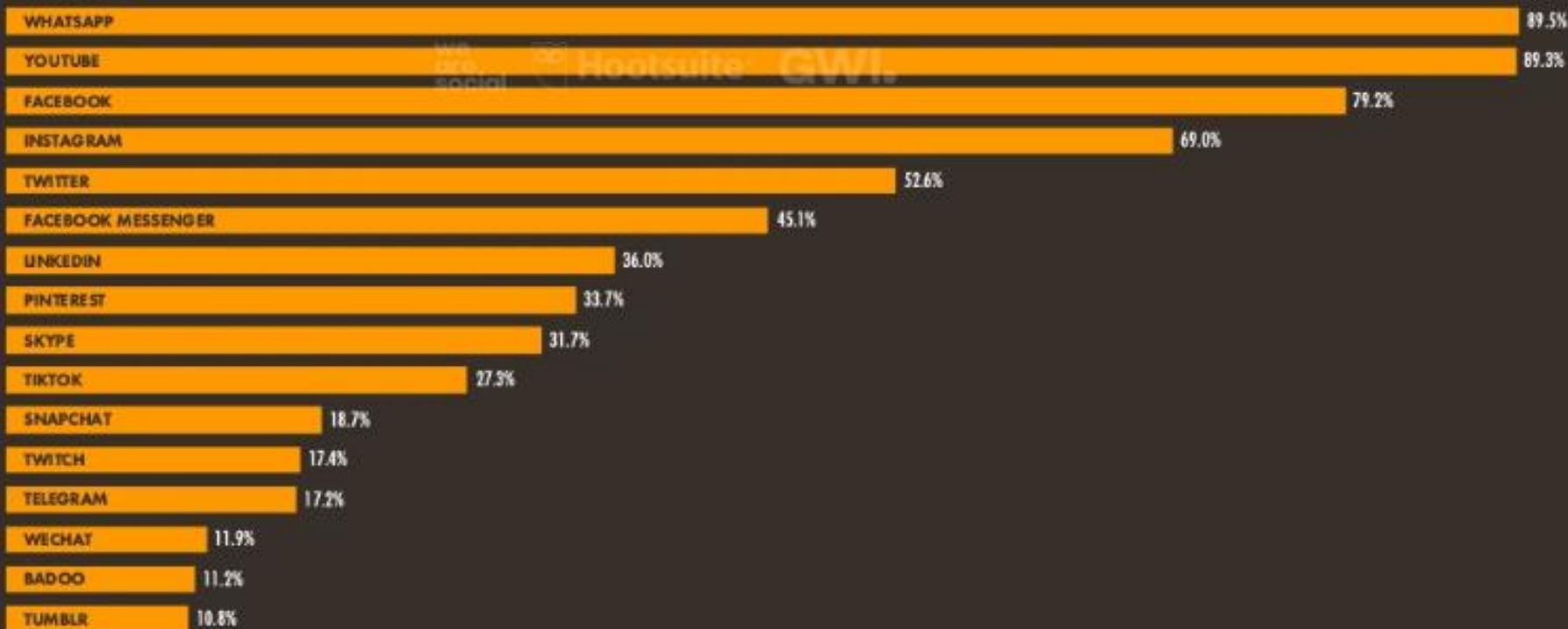
JAN 2021

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.

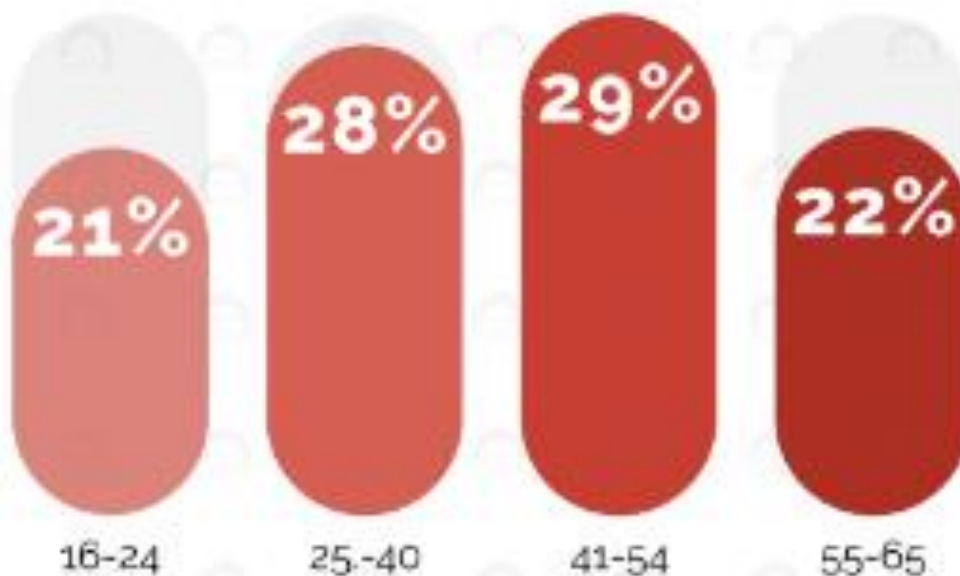


Anàlisi de les principals xarxes

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

Edad

Edad promedio: 40 años



PENETRACIÓ PER GÈNERO I EDAT



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%**



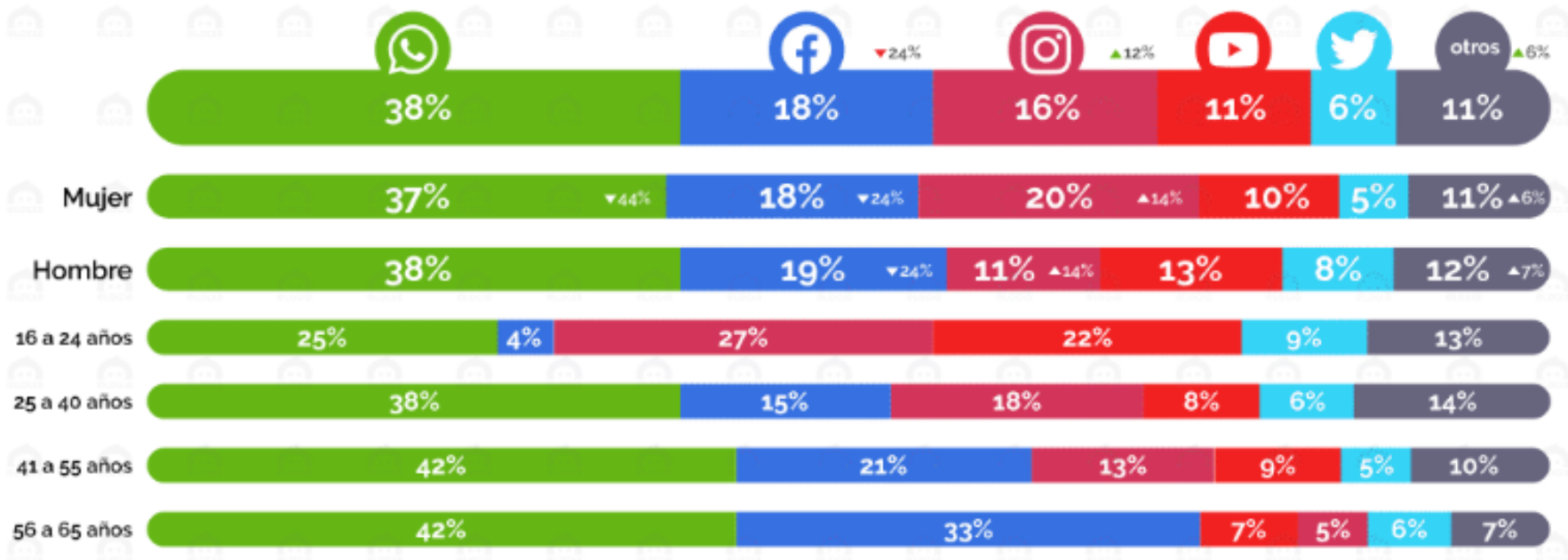
ESTAS SON NUESTRAS REDES PREFERIDAS

 **Whatsapp** sigue siendo la red preferida de los usuarios desde 2017.

 **Facebook** continúa en segunda posición pero va perdiendo fuerza e Instagram cada vez gana más adeptos, sobre todo entre las mujeres y los más jóvenes.

 **TikTok** destaca por ser la red con mayor incremento este 2020





CONTENIDO EN RRSS

¿QUÉ BUSCAN LOS USUARIOS EN LAS REDES?



96%

Amigos,
familiares y
conocidos

56%

Influencers

52%

Marcas

41%

Medios de
comunicación

19%

Partidos
políticos

CONTENIDOS MÁS POPULARES

Las cuentas que más siguen los usuarios de Redes Sociales son las de su entorno próximo, seguido de Influencers y marcas.

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: 54'5% dones – 45'5 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**



JAN
2021

FACEBOOK ACCESS BY DEVICE

THE DEVICES THAT FACEBOOK USERS USE TO ACCESS THE PLATFORM



SPAIN

PERCENTAGE OF FACEBOOK
USERS ACCESSING VIA ANY
KIND OF MOBILE PHONE



97.7%



PERCENTAGE OF FACEBOOK
USERS ACCESSING VIA LAPTOP
OR DESKTOP COMPUTERS ONLY



2.3%



PERCENTAGE OF FACEBOOK
USERS ACCESSING VIA BOTH
PHONES AND COMPUTERS



20.4%

we
are
social

PERCENTAGE OF FACEBOOK
USERS ACCESSING VIA
MOBILE PHONES ONLY



77.3%

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, esdeveniments, etc.**



Facebook

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



Instagram



Instagram

- **53'7% dones – 46'3% 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.**

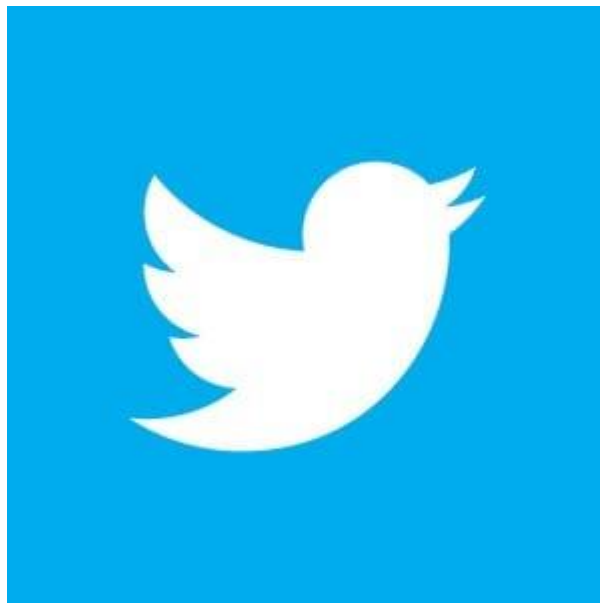


Instagram

- **Desavantatges:**
 - **No conversió des de posts.**
 - **També té algorisme. Cal tenir moltes interaccions.**

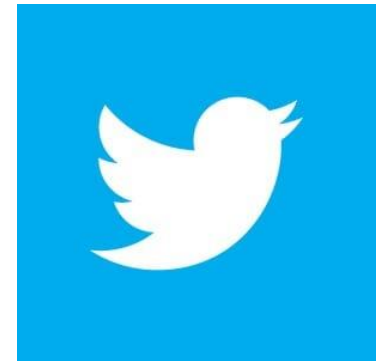


Twitter



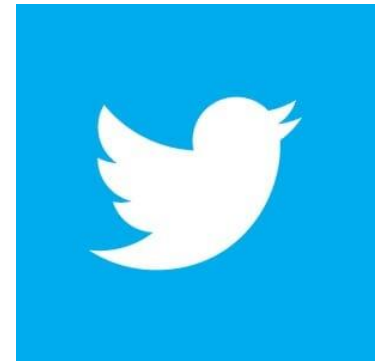
Twitter

- **37'2% dones– 62'8% 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**



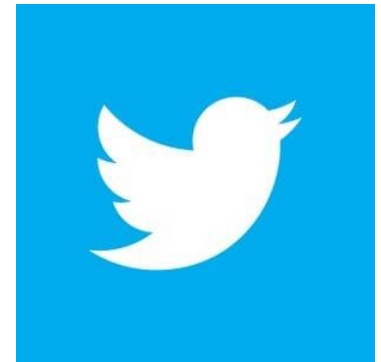
Twitter

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



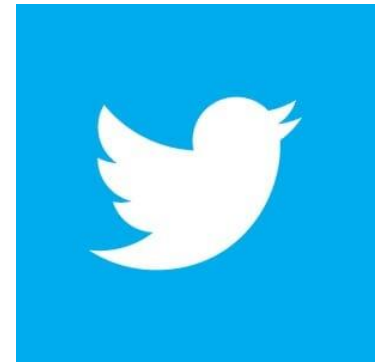
Twitter

- **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.**
 - **Fàcil generar tràfic a la web.**



Twitter

- **Desavantatges:**
 - **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 hi és.**
- **Per atenció al client 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

- **50'3% dones– 49'7% 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

- **Cada cop més es fa servir més com a cercador.**
- **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

- **46'5% dones– 53'5% 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.



Altres xarxes

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



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: @sllombart

Instagram: @silviallombart

SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Sergi Orobitg - sorobitg@gencat.cat

Laia Sanahuja - lsanahuja@gencat.cat

Lala Boldú - eboldu@gencat.cat

Tel. 935.565.199

sde.icec@gencat.cat

www.sde.cultura.gencat.cat



Generalitat de Catalunya
Departament
de Cultura



Institut Català de les
Empreses
Culturals



Servei de
Desenvolupament
Empresarial