

Montserrat Peñarroya

Aprender a escuchar al teu públic a través de les xarxes socials

Novembre 2021





Montserrat Peñarroya

Especialista en Negocis Digitals

Ajudo a empreses i a territoris a desenvolupar les seves economies a través de la digitalització.

Directora de Quadrant Alfa, S.L. Empresa dedicada a la digitalització de PIMES i territoris.

Profesora d'eBusiness, eCommerce i Digital Analytics en el Grau de ADE i en el Grau de Digital Business a La Salle-URL

Doctoranda a LaSalle-URL. Fent recerca sobre Business Model Adaptation.

Innovació vs Adaptació

BUSINESS MODEL INNOVATION

- Crear nous models de negoci que fins ara no eren al mercat.
- Busca disrompre el mercat.

BUSINESS MODEL ADAPTATION

- Com adaptem el nostre model de negoci quan algú ha disromput el mercat.



Adaptar un Model de Negoci no és fàcil



Representació gràfica d'un Model de Negoci

Business Model Canvas

<https://www.strategyzer.com/canvas>

Business Model Generation

Oscarwalder & Pigneur, 2010



Què veurem avui?

1. Introducció a l'escolta online
2. Eines per escoltar
3. Recerca per escoltar
4. "Marketing Guerrilla" per escoltar
5. Conèixer millor als nostres usuaris

Introducció a l'escolta online (*Social Listening*)



L'escolta social

L'escolta social és la tècnica per la seguim les converses de les xarxes socials relacionades amb la nostra marca, **a la cerca d'oportunitats comercials.**

Es fa en 2 processos:

- 1) **Monitorització** dels canals socials
- 2) **Analisi de la informació** de manera que ens permeti actuar.

Comunicació a les xarxes socials

- Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, Pinterest, són algunes de les plataformes més populars per publicar-hi missatges, **expressar les opinions** i per mantenir el contacte entre amics i coneguts.
- Algunes, com Twitter són una barreja de xarxa social i **diari online creat pels propis usuaris**.
- Altres com LinkedIn estan **especialitzades en B2B**.

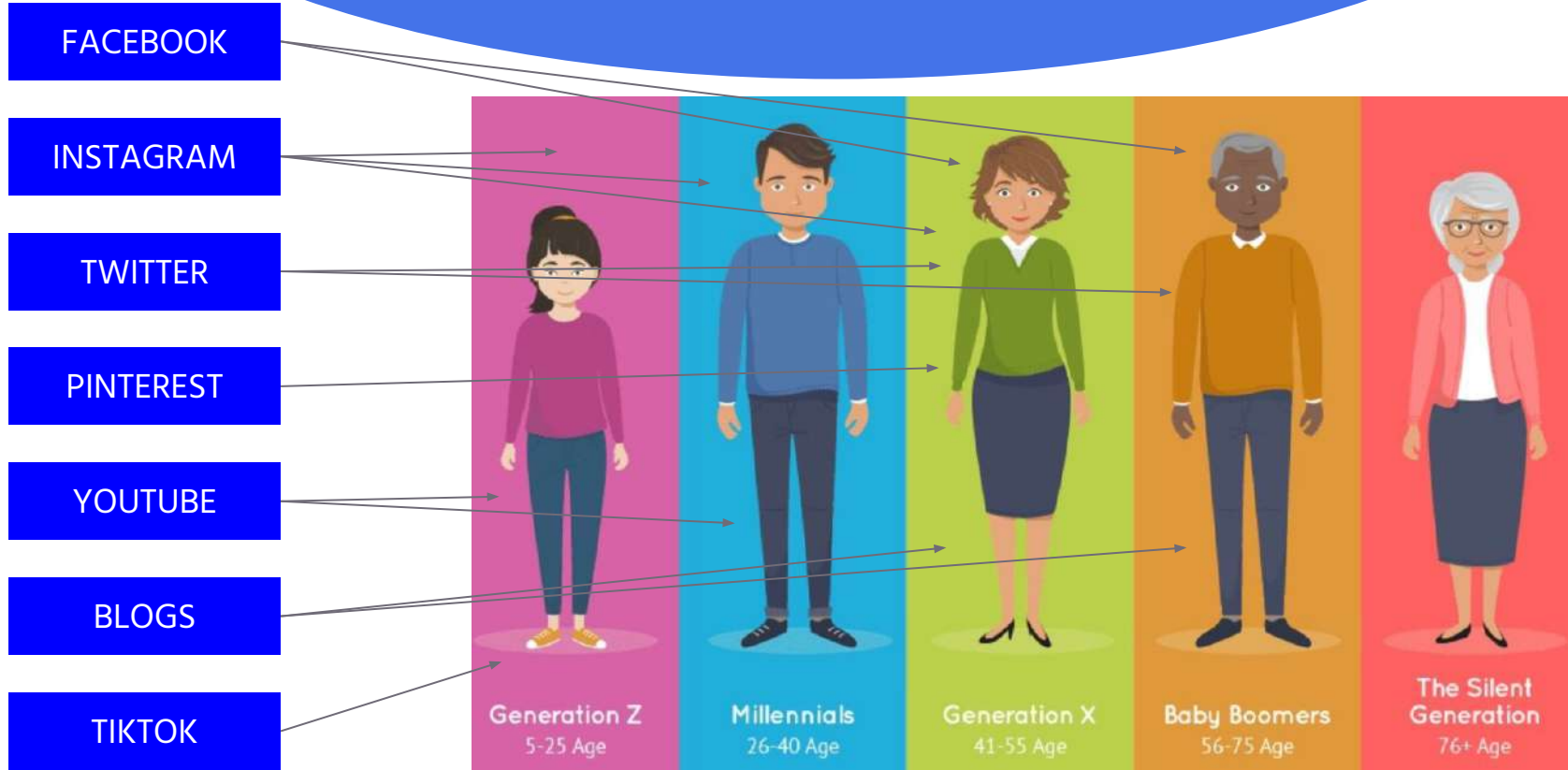
- Molts usuaris han passat dels mitjans tradicionals online com blogs i llistes de correu, als espais que ofereixen les **xarxes socials**.
- Tant per escoltar l'opinió dels nostres usuaris, com per mantenir el contacte amb ells, necessitem utilitzar les eines que ens ofereix internet.

Avui veurem algunes d'aquestes eines i també les mètriques que hem de seguir.

Mètriques que hauriem de seguir

1. Mencions de la nostra marca.
2. Mencions dels nostres productes o serveis.
3. Mencions dels noms dels nostres directius.
4. Ús dels hashtags que creem nosaltres o que són rellevants per a la nostra organització.
5. Mencions de la marca dels nostres competidors/referents.
6. Tendències de la nostra indústria (paraules clau i frases clau que són rellevants)

Llocs que hauríem de monitoritzar



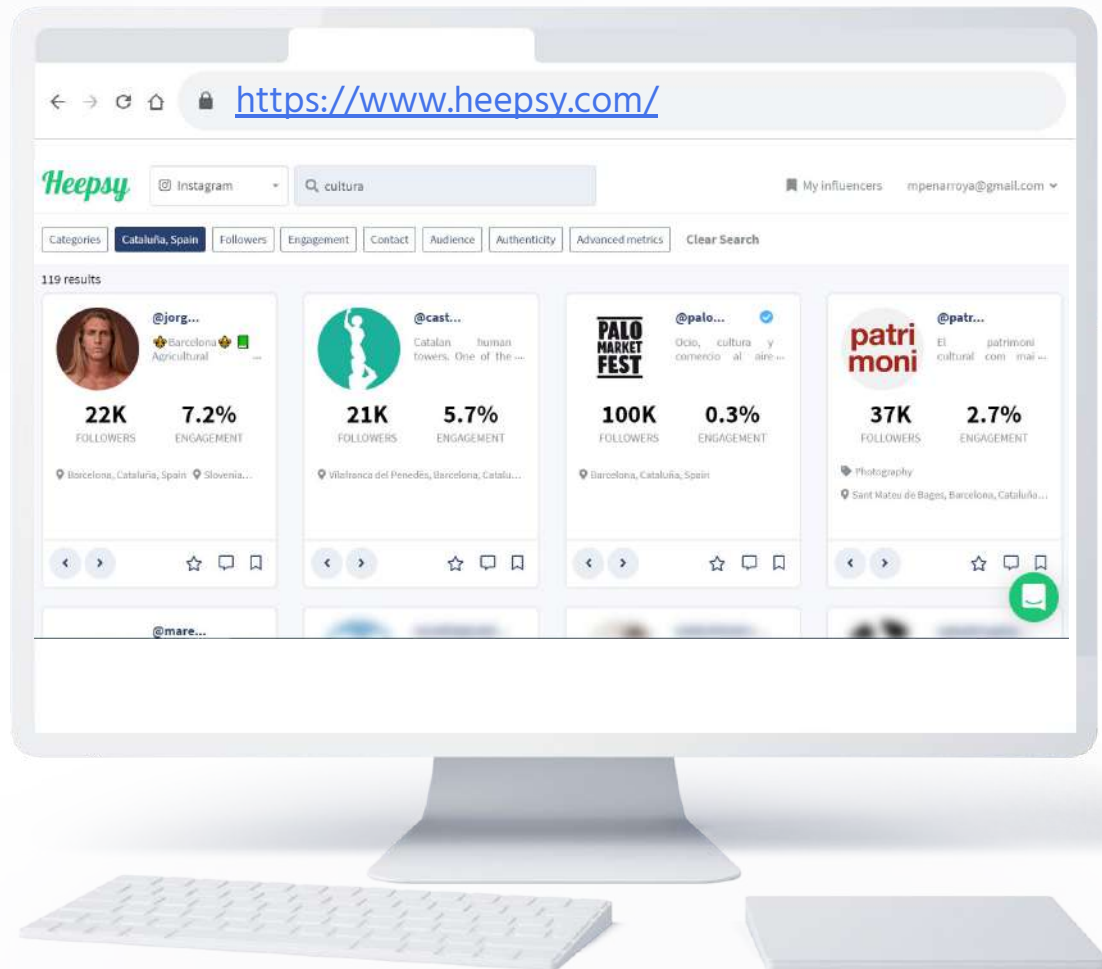
Eines online per monitoritzar xarxes socials



Eina per detectar influencers

Analitza Instagram
i Youtube. Per
temes.

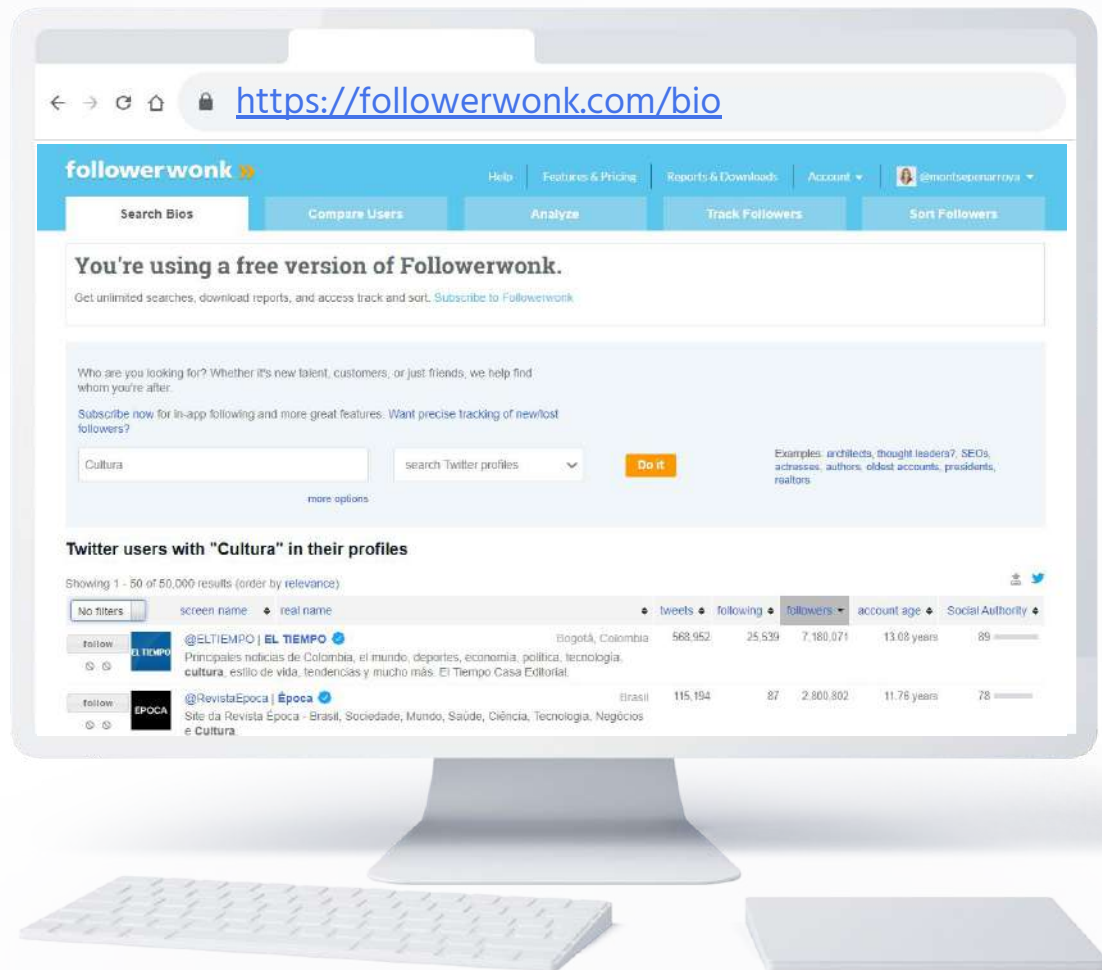
Té una versió
gratuïta amb els
resultats limitats.



Anàlisi a Twitter

Analitza usuaris de Twitter. Pots filtrar per relació (serveix també per conèixer millor als teus)

Té una versió gratuïta.

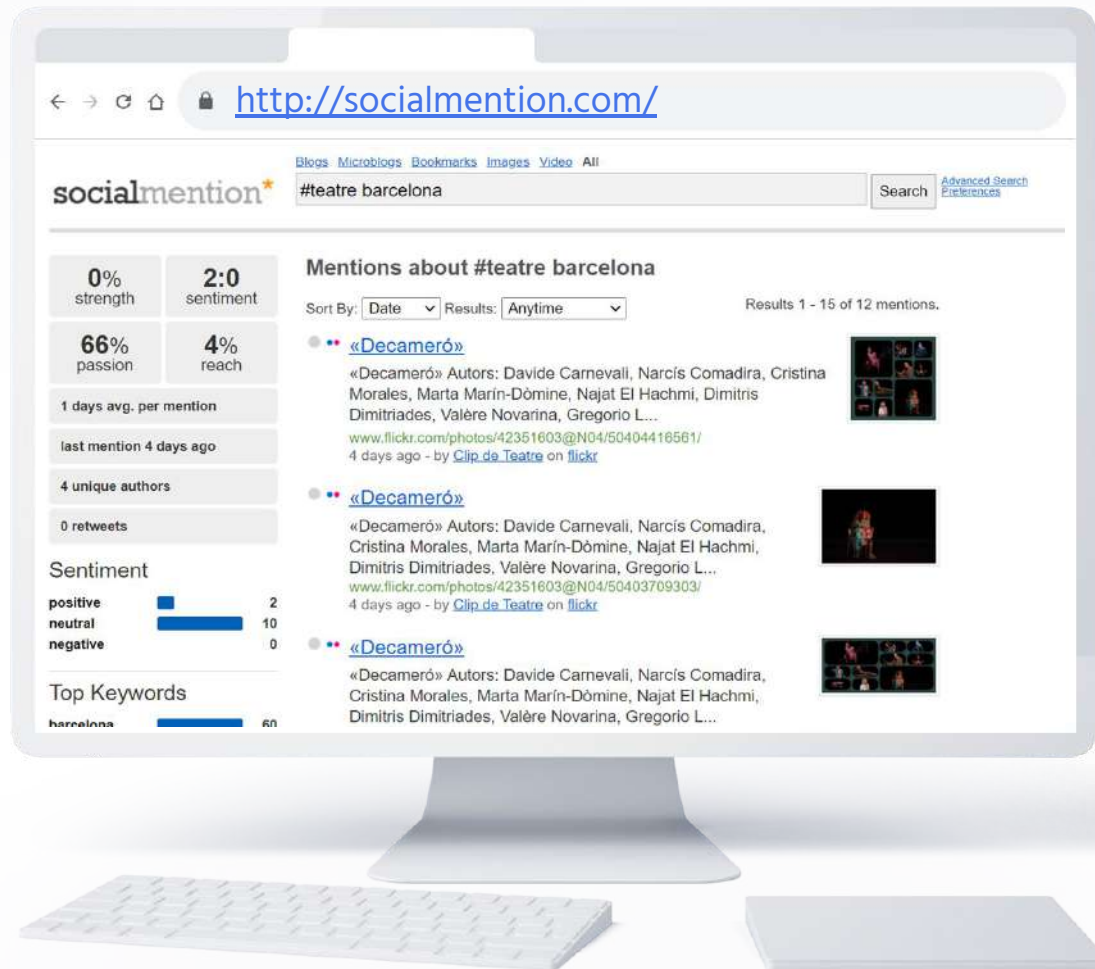


Analitzar blogs i altres

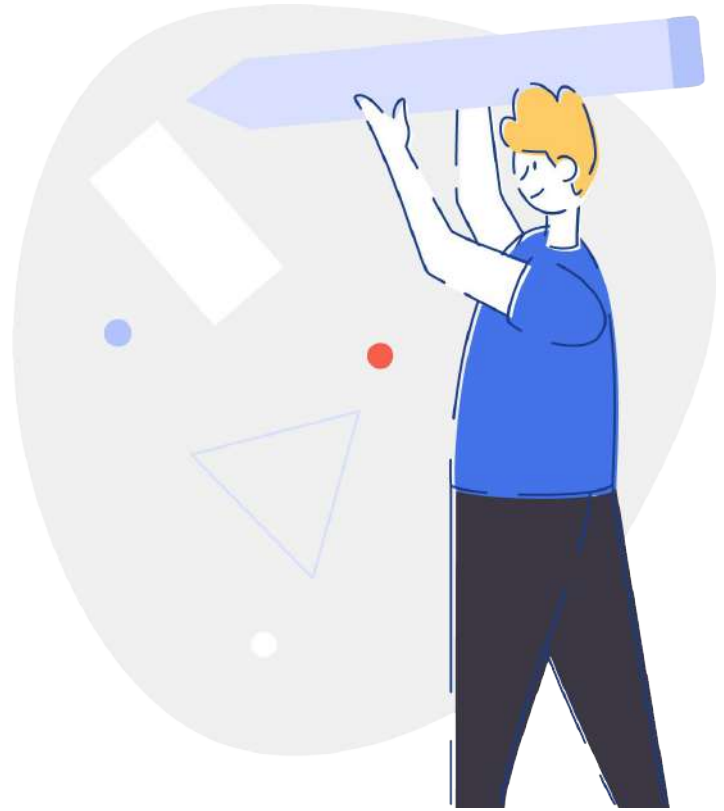
Analitza blogs, i
altres eines (no
Twitter/Instagram/
Fb).

Diu si parlen en
positiu o negatiu.

Té versió gratuïta.



Empreses que fan recerca en dades



Vivencial Value

Amb seu a Barcelona.
Especialitzats en
informes turístics sobre
territoris.



La Salle URL

Ex: Twitter i les eleccions
2019

- Anàlisi d'1,7 milions de piulades les 3 setmanes prèvies a les eleccions.
- Tecnologia d'anàlisi de Big Data.



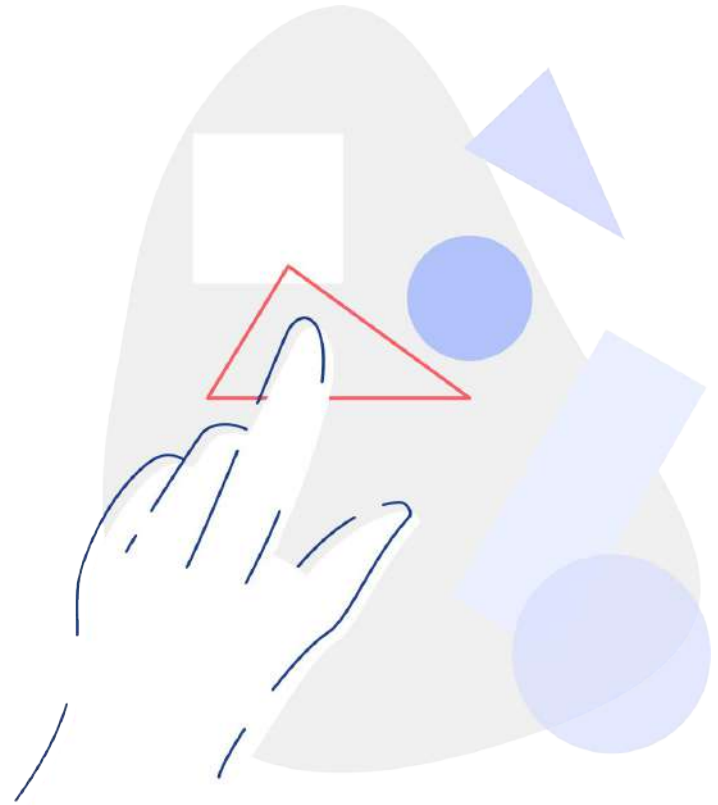
La Salle URL

ANÀLISI DE SENTIMENTS

Anàlisi de les paraules utilitzades en els comentaris a la cadena Hilton a Tripadvisor.



Marketing Guerrilla



Eina bàsica per monitoritzar la nostra marca

Google

Alertas

Supervisa la Web para encontrar nuevos contenidos interesantes

🔍 Crear una alerta sobre...

Mis alertas (5)



"Business model adaptation"



"business model innovation"



"Montse Peñarroya"



"Montserrat Peñarroya"



mpenarroya@gmail.com

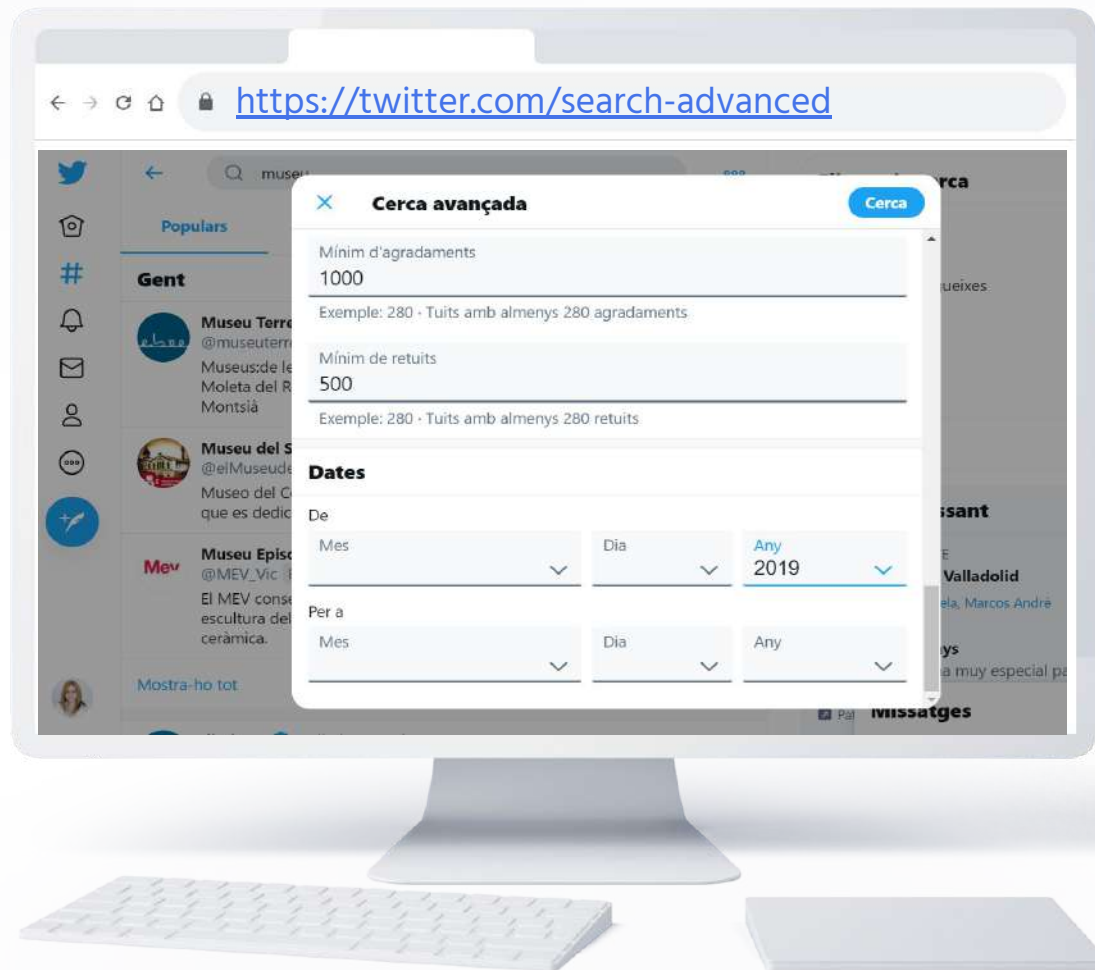


Escoltant les xarxes

La cerca avançada

TROBAR INFLUENCERS

Podem cercar gent, # i piulades amb més de 1.000 likes i al menys 500 repiulades (per exemple) → descobrim influencers i piulades interessants.



“Traquejant” els sentiments

A la cerca avançada hi podem afegir icones:

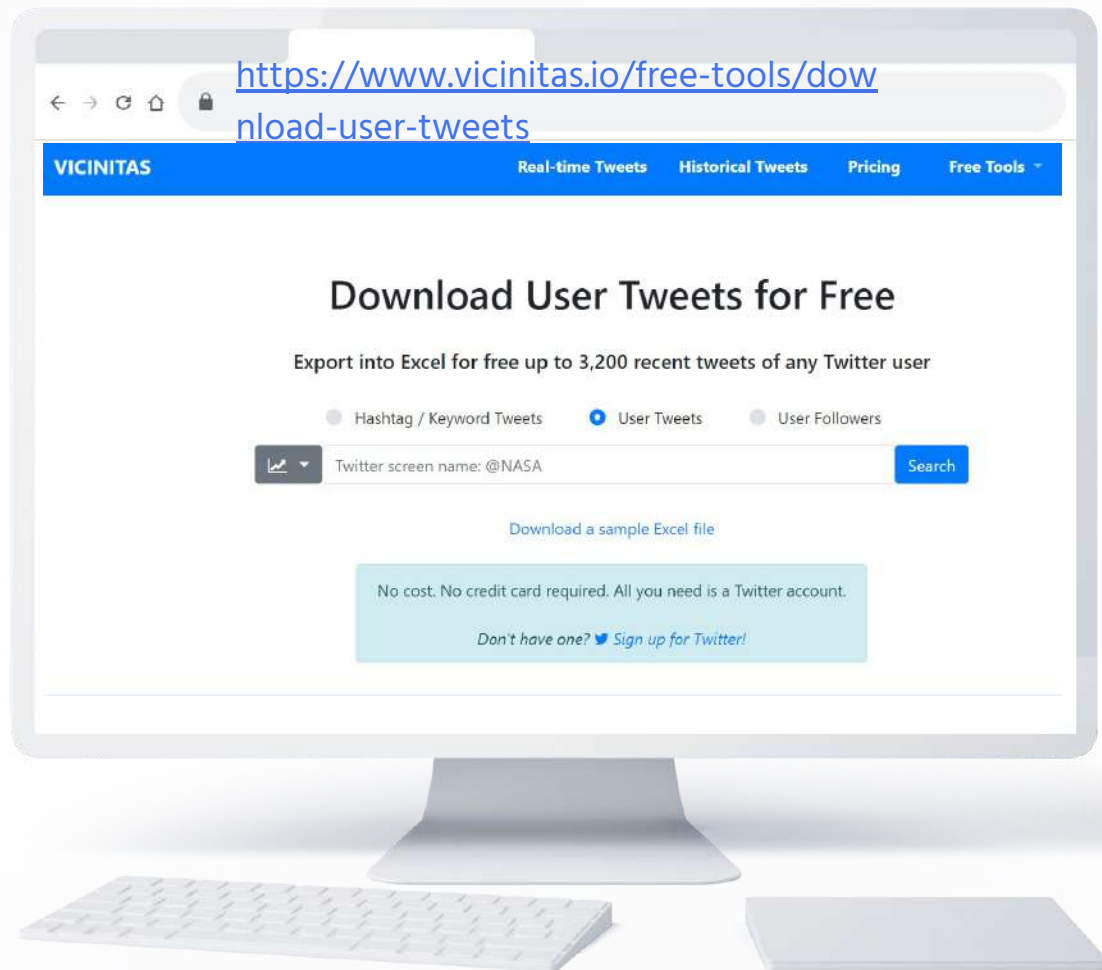
- :-) :-((descobrirem gent contenta o enfadada)
- ? (descobrirem gent que fa preguntes sobre aquell tema i els podem ajudar)



Descarregar piulades gratis

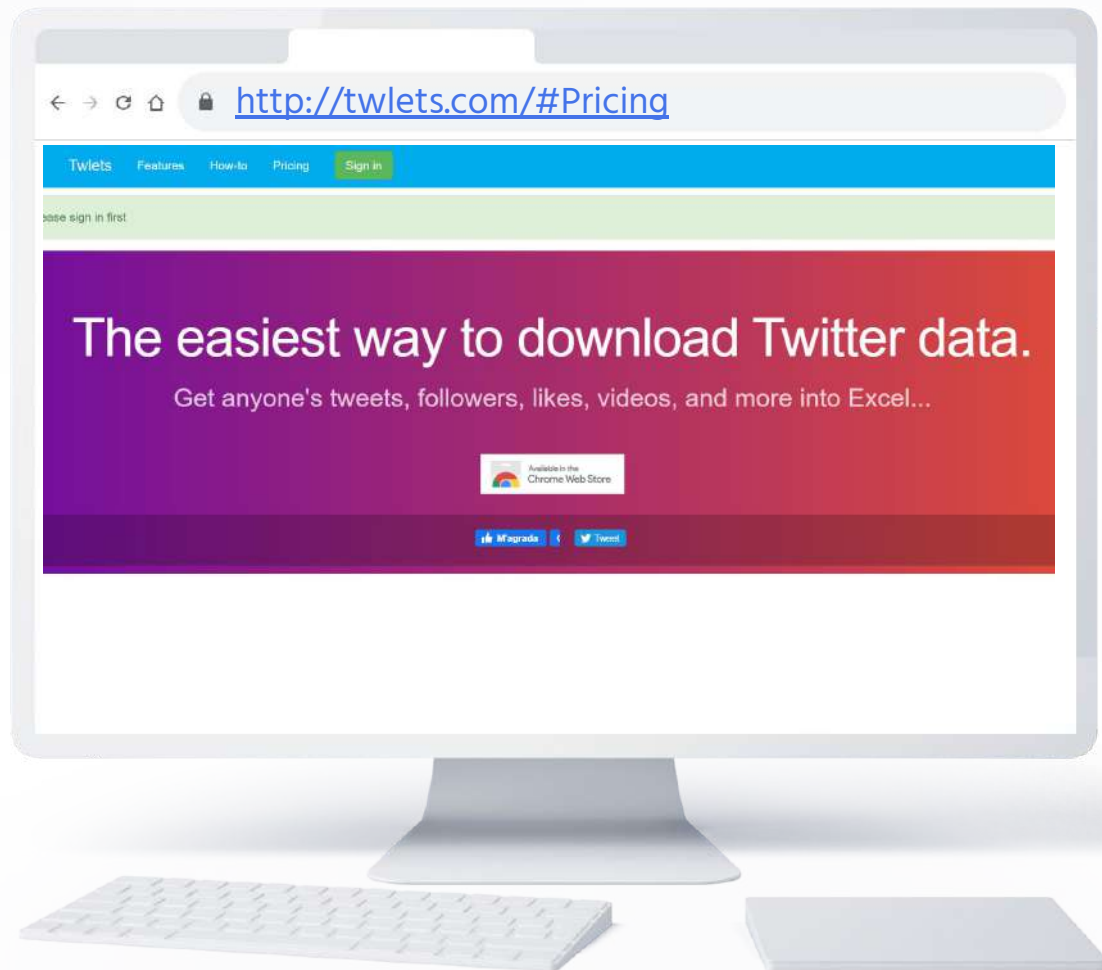
Permet descarregar piulades d'algú o d'un # i llavors analitzar-les des d'un excel.

→ podem descarregar les mencions de la nostra empresa i analitzar-les.



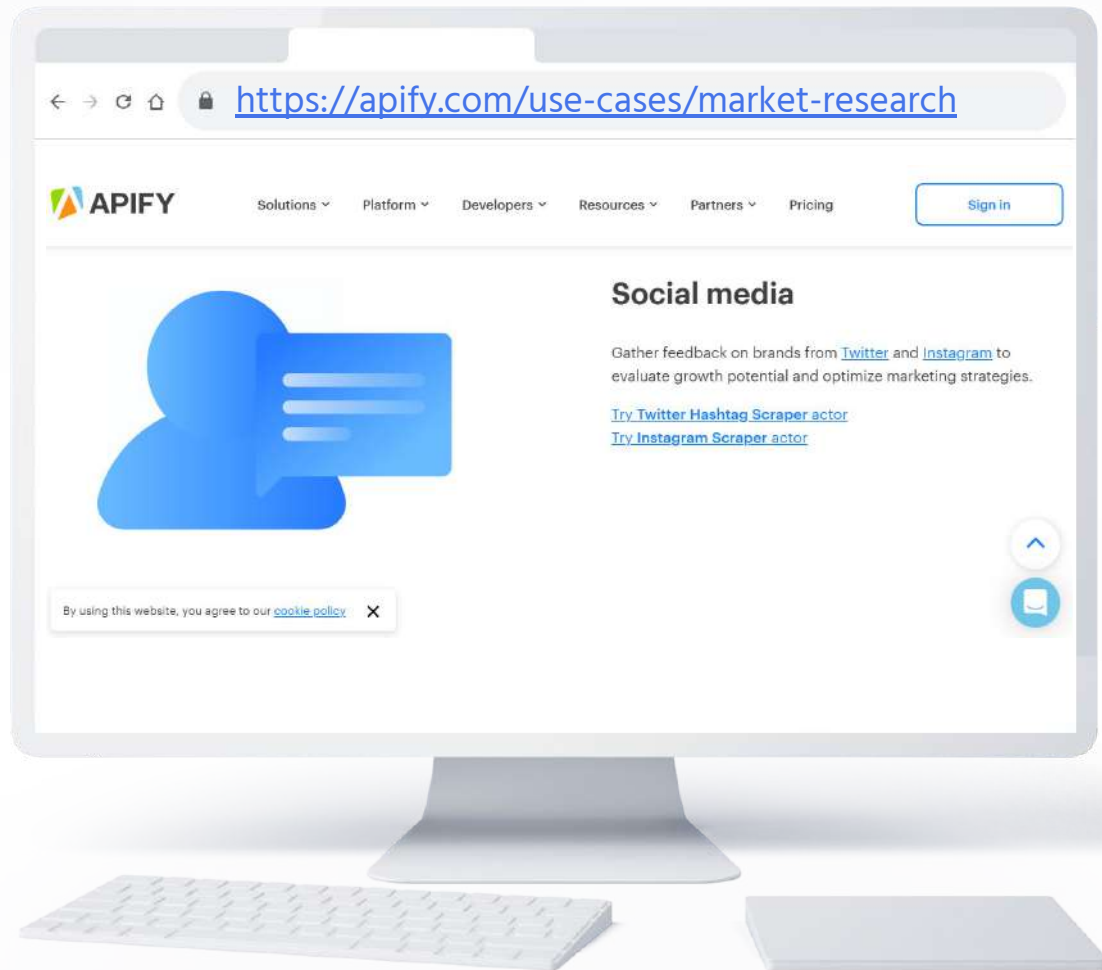
Descàrregar piulades

Deixa descarregar
dades il·limitades
de Twitter durant
tot un dia per
5,95\$



Web Scraping

Eina per escrapejar
qualsevol lloc web.
Tenen robots ja fets i
alguns són gratis.
**En tenen un per
Twitter i un per
Instagram.**



Conèixer millor al nostre públic objectiu

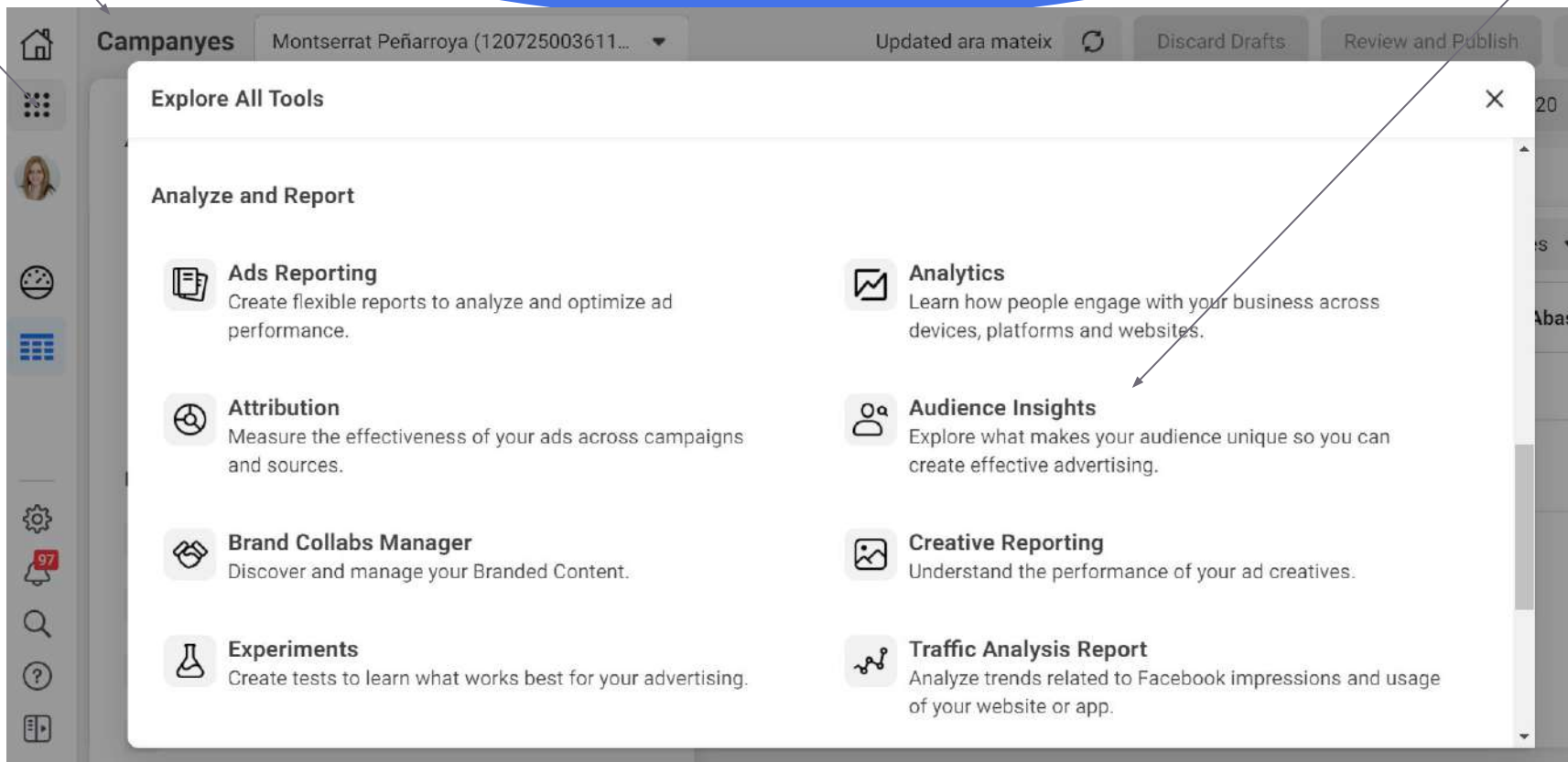
Compilant dades del nostre públic

CAL ANALITZAR BÉ ELS NOSTRES SEGUIDORS A LES XARXES:

- Gènere i Edat
- Localització
- Idioma
- Patrons de consum
- Interessos
- **Coses que els preocupen**
- **Necessitats que tenen**



Facebook Audience Insights



The screenshot shows the Facebook Audience Insights interface. At the top, there's a navigation bar with 'Companies' and a dropdown menu showing 'Montserrat Peñarroya (120725003611...'. To the right, there are buttons for 'Updated ara mateix', 'Discard Drafts', and 'Review and Publish'. Below this is a modal window titled 'Explore All Tools' with a close button (X) in the top right corner. The modal is divided into two columns under the heading 'Analyze and Report'. The left column contains: 'Ads Reporting' (Create flexible reports to analyze and optimize ad performance.), 'Attribution' (Measure the effectiveness of your ads across campaigns and sources.), 'Brand Collabs Manager' (Discover and manage your Branded Content.), and 'Experiments' (Create tests to learn what works best for your advertising.). The right column contains: 'Analytics' (Learn how people engage with your business across devices, platforms and websites.), 'Audience Insights' (Explore what makes your audience unique so you can create effective advertising.), 'Creative Reporting' (Understand the performance of your ad creatives.), and 'Traffic Analysis Report' (Analyze trends related to Facebook impressions and usage of your website or app.). A red notification badge with the number '97' is visible on the left sidebar. A white arrow points from the top left towards the 'Companies' dropdown, and another white arrow points from the top right towards the 'Audience Insights' card.

Companies Montserrat Peñarroya (120725003611... Updated ara mateix Discard Drafts Review and Publish

Explore All Tools

Analyze and Report

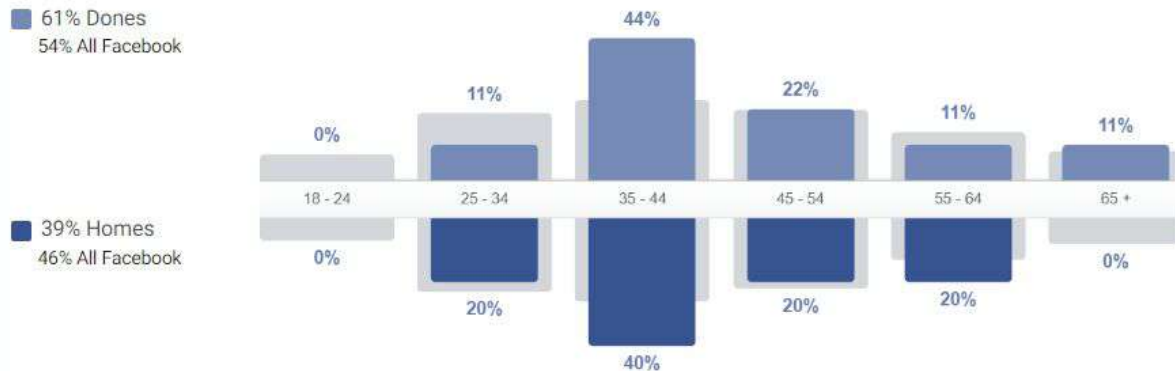
- Ads Reporting**
Create flexible reports to analyze and optimize ad performance.
- Attribution**
Measure the effectiveness of your ads across campaigns and sources.
- Brand Collabs Manager**
Discover and manage your Branded Content.
- Experiments**
Create tests to learn what works best for your advertising.
- Analytics**
Learn how people engage with your business across devices, platforms and websites.
- Audience Insights**
Explore what makes your audience unique so you can create effective advertising.
- Creative Reporting**
Understand the performance of your ad creatives.
- Traffic Analysis Report**
Analyze trends related to Facebook impressions and usage of your website or app.

Exemple

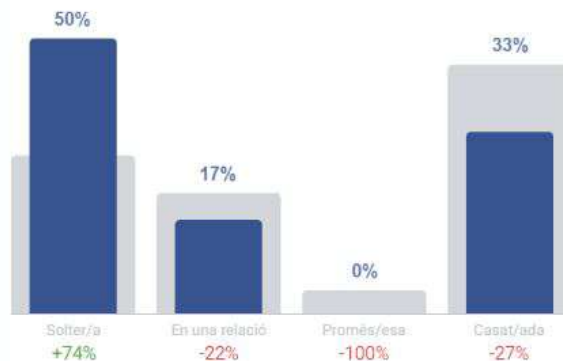
Anàlisi de seguidors del Facebook d'un festival de música.

Anàlisi sociodemogràfic

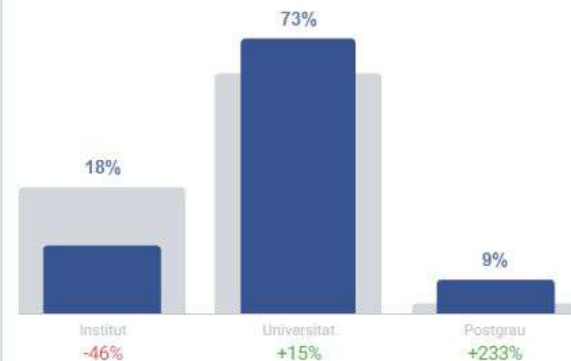
Age and Gender



Estat civil



Education Level



Gent com ells a Facebook

Categories de continguts afins

(New Audience) 2,9 mil people ⓘ **People on Facebook**

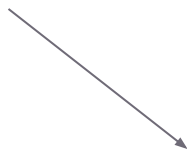
Demographics | **"Magrada" de la pàgina** | Ubicació | Activitat

Top Categories

1	Bar de còctels	New Fizz • Torre Rosa
2	Restaurant	Artte
3	Estudi de producció de música	Taller de Músics
4	Gira de concerts	Sala BCN / Curtcircuit • Festival Mil·lenni • TheProject • Black Music Festival
5	Club de jazz i blues	Soda Acústic • JazzSí Club Taller de Músics • Jamboree Jazz
6	Lloc web d'entreteniment	Teatre Barcelona • PROMENTRADA
7	Restaurant mediterrani	Bistro Helena
8	Galeria d'art	Fabra i Coats: Centre d'Art Contemporani de Barcelona i Fàbrica de Creació
9	Auditori	L'Auditori Barcelona
10	Bar	Heliogàbal • Polaroid Bar Barcelona

Mostra-ho tot

Pàgines de les que són seguidors a més de la nostra.



"M'agrada" de la pàgina				
Pàgina	Relevance <i>i</i> ▾	Públic	Facebook <i>i</i>	Affinity <i>i</i>
Sala BCN / Curtcircuit	1	326	5K	44890x
Músiques Sensibles	2	225	3,6K	43057x
Guitar BCN	3	357	6,3K	39333x
Festival Mil·lenni	4	461	9,7K	33041x
New Fizz	5	444	10,1K	30463x
La Nau	6	339	7,8K	30265x
Artte	7	426	10K	29542x
BACHCELONA	8	320	7,9K	27921x
Festival'Era	9	318	8,6K	25571x
Taller de Músics	10	405	11K	25477x

Veure més

Analitza la teva base de dades

Analitzar la teva base de dades de clients també t'ajudarà a conèixer més als teus clients i per tant, **entendre què necessiten i com mantenir una relació amb ells.**

Intenta classificar els clients en 4 ó 5 segments de mercat i crea "buyer personas" per cada perfil.



Google Analytics també et pot ajudar

Google Analytics ja et proveeix amb info sobre la gent que visita el teu lloc web, però si **marques les URL dels enllaços que venen de les xarxes socials**, encara pot saber més sobre els usuaris que les visiten i llavors entren al teu lloc web.

- Info sobre perquè ens pot ser útil marcar les URL:
<https://blog.hootsuite.com/how-to-use-utm-parameters/>
- Pàgina de Google Analytics on en donarà la URL marcada:
<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

Aprendre com fer-ho

Vídeo de Hootsuite sobre com marcar les URL i per què serveix.

<https://youtu.be/QYZ0JDcTGBw>



ACTUA

Les dades són per actuar

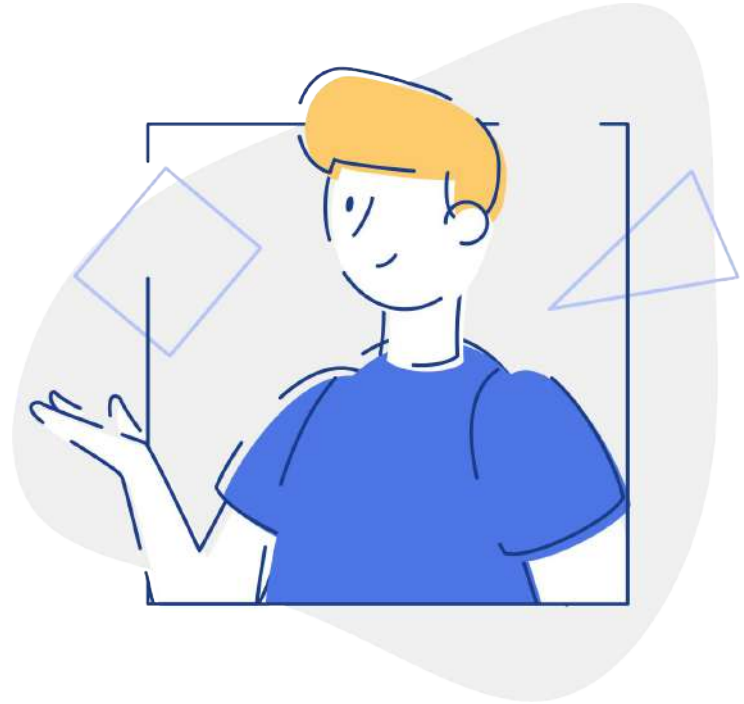
Recorda: si no actues en base als anàlisis, només fas fas monitorització... no escolta social.

L'escolta social no és només mesurar, **és entendre què necessiten els teus clients** o els teus possibles clients.

Intenta trobar patrons al llarg del temps i tendències, no et centris només en comentaris individuals.

PERFECTE
Hem arribat
al final!

Moltes gràcies per la teva
atenció!



El que cal recordar de la sessió

- Monitoritzar les xarxes no és el mateix que escoltar al teu públic. **Cal que prenguis decisions amb les dades que monitoritzis.**
- Hi ha moltes eines que fan exactament el que necessites... però són de pagament.
- El marketing guerrilla és una opció, però et portarà més temps de recollida de dades i d'anàlisi.



Moltes gràcies!
Alguna pregunta?