



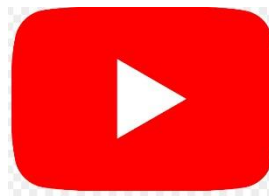
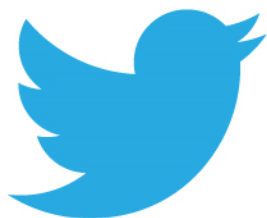
## ¿Qué es una auditoría?

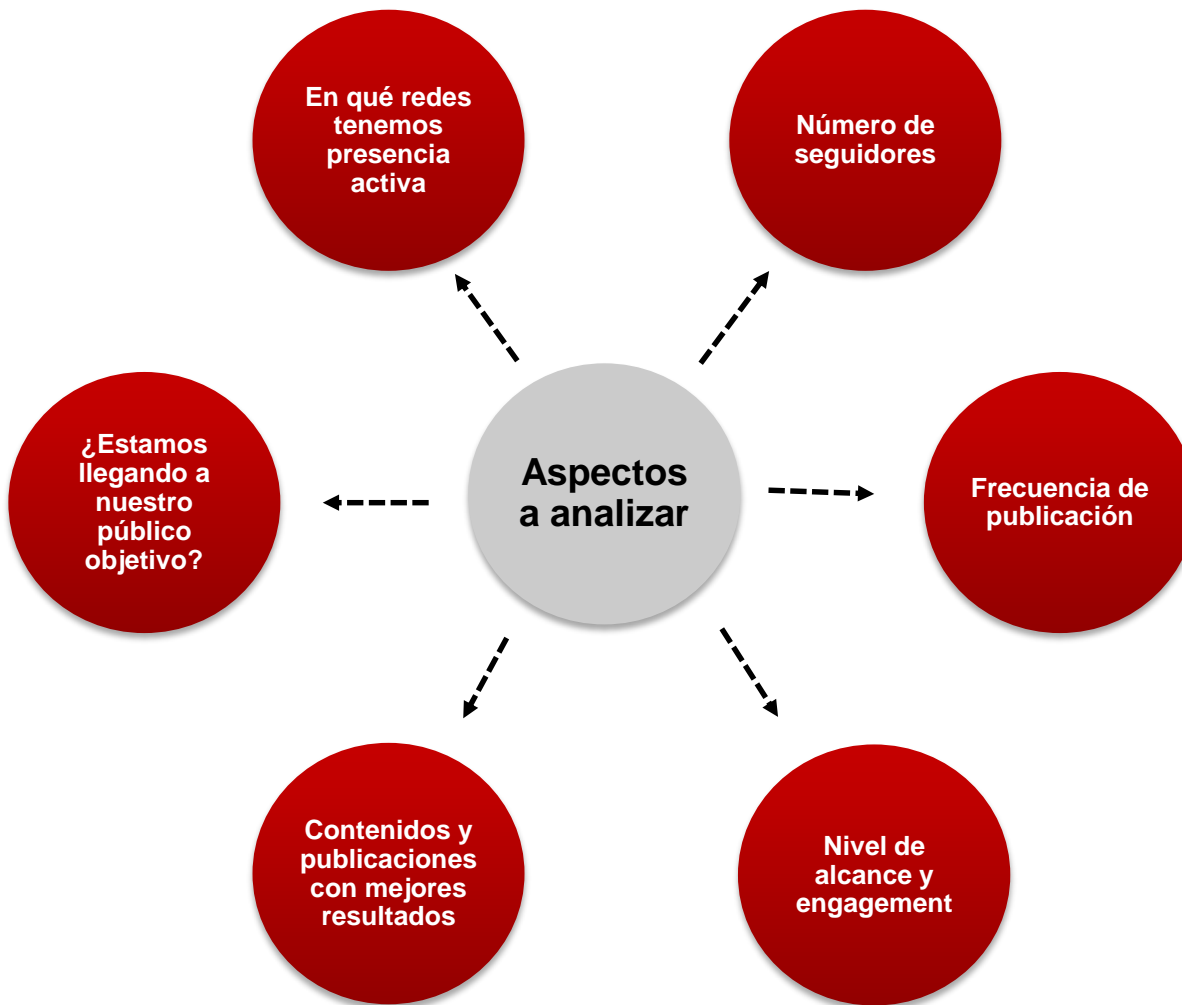
Es el **primer paso** antes de gestionar un nuevo desafío en gestión de redes sociales. Consiste en realizar una recopilación y análisis de datos de **nuestro proyecto** y de nuestro sector o **competencia**.



## ¿Por qué son importantes y para qué sirven?

- Permite saber **en qué situación se encuentran nuestras redes sociales** y cuáles son las publicaciones que tienen **mejores resultados**.
- Conocer cuáles son las **prácticas digitales** de nuestra **competencia**.
- Estar al tanto de nuestras **debilidades** para revertirlas e identificar posibles **oportunidades**.
- Establecer las plataformas que tienen **mejores resultados** con nuestro **público objetivo**.
- Define las **bases** para plantearnos la **estrategia** de comunicación digital.







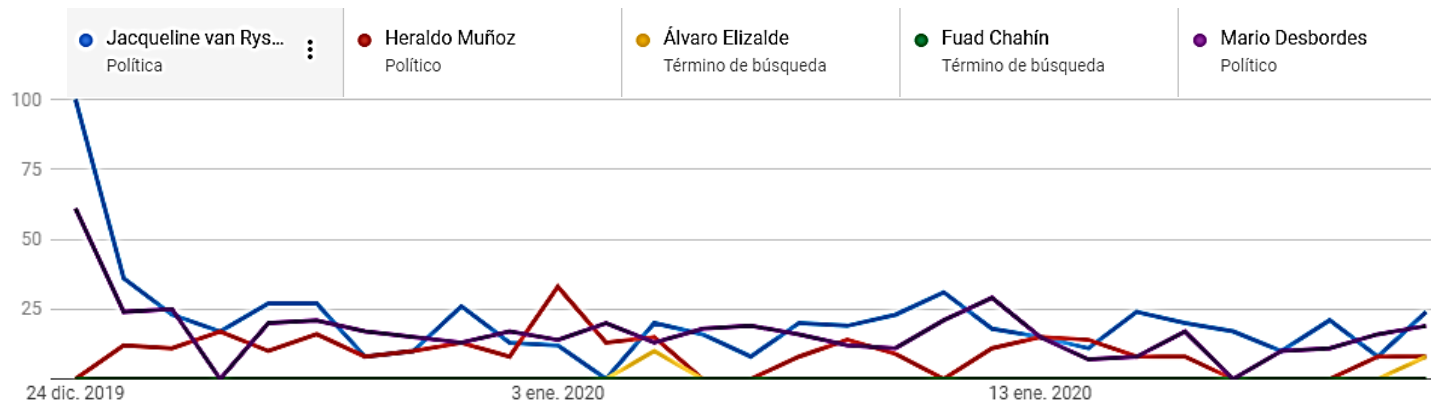
# Google Trends



Herramienta que sirve para conocer las **últimas tendencias** de búsquedas en Internet, pero también para comparar el **número de búsquedas** de distintas sintaxis o conceptos.

## ¿Qué datos revisar?

- Día de **mayor actividad**.
- Interés según **zona geográfica**.



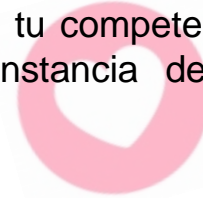


## Facebook

Para analizar los datos de una cuenta a la que tenemos acceso, lo mejor es **Facebook Analytics**, al cual se accede ingresando al *fanpage* y luego a la sección de **estadísticas**. Sólo es posible tener datos fidedignos de una cuenta a través de Facebook, por lo que si quieres analizar la cuenta de tu competencia, puedes hacerlo de forma manual (ver número de seguidores, constancia de sus publicaciones, polaridad de los comentarios, etc.).

### ¿Qué datos revisar?

- **Seguidores:** Número y descripción de *fans*.
- **Número de publicaciones diarias / semanales**
- **Alcance de las publicaciones:** a cuántas personas llegan los contenidos liberados.
- **Formato de las publicaciones:** Facebook privilegia unos formatos sobre otros, es importante considerar cuáles tienen mejores resultados con nuestros seguidores.
- **Interacciones:** Reacciones, me gusta, clics en la publicación, número de comentarios y compartidos.
- **Polaridad de los comentarios.** Además del número de comentarios por publicación, es importante saber si estos son positivos, negativos o neutrales.





## Twitter

Al igual que en Facebook, si tenemos acceso a la cuenta los datos se encuentran en **Twitter Analytics**. Ingresando al perfil, a la izquierda de la pantalla hacemos clic en “más opciones” y luego en Analytics.

### ¿Qué datos revisar?

- **Seguidores:** Número y descripción.
- **Número de publicaciones diarias / semanales**
- **Alcance de las publicaciones:** permite conocer a cuantas personas llegan los contenidos liberados. Dato exacto en Twitter Analytics, también se puede tener una idea en **TweetReach**.
- **Interacciones.**
- **Polaridad de los comentarios.** Revisar si respuestas a las últimas o más importantes publicaciones son positivas, neutras o negativas.





# Twitter

Otras herramientas

[TweetReach](#): Información referencial, ya que la versión gratuita analiza los últimos 100 *tweets*. Entrega cifras de **impresiones, alcance, actividad y contribuidores**.

[Twitonomy](#): promedio de *tweets* diarios, usuarios con los que hay más **interacción**, **hashtags** más utilizados, días y horas de **más actividad**, entre otros.

[FollowerWonk](#): información sobre seguidores como **horarios** de conexión, **género**, **ubicación** geográfica e **influencia** de los seguidores.







## Instagram

Herramientas aún son limitadas, por lo que los datos certeros se obtienen desde la sección de **estadísticas** del perfil de la cuenta (sólo cuentas que estén configuradas como empresa).

### ¿Qué datos revisar?

- **Seguidores:** Número y descripción.
- **Número de publicaciones diarias / semanales**
- **Alcance**
- **Interacciones.**
- **Polaridad de los comentarios.** Revisar si respuestas a las últimas o más importantes publicaciones son positivas, neutras o negativas.





# YouTube

Los datos se obtienen desde **YouTube Analytics**. Se accede desde YouTube Studio, una vez ahí, en la columna izquierda se selecciona la opción Analytics.

## ¿Qué datos revisar?

- **Suscriptores**
- **Visualizaciones**
- **Tiempo medio de reproducción de los videos**
- **Frecuencia de las publicaciones**

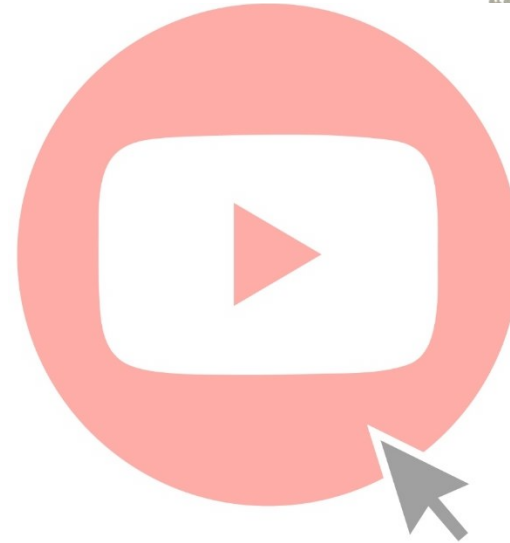




# YouTube

Otras herramientas

SocialBlade: Permite acceder a cifras básicas de un canal, como los **videos** subidos, **suscriptores** y **reproducciones**.



UPLOADS	SUBSCRIBERS	VIDEO VIEWS	COUNTRY	CHANNEL TYPE <sup>?</sup>	USER CREATED
76	9	1,923			May 2nd, 2019



“*Somos una factoría del conocimiento donde pensamos en bits para diseñar soluciones creativas para superar brechas digitales entre empresas y clientes, estados y ciudadanos, corporativos y comunidades, políticos y electores, en definitiva, imaginamos e implementamos estrategias digitales en la era de la sociedad del conocimiento.*”

<bd/>  
brechadigital  
CONSULTORES