

AREANDINA

Fundación Universitaria del Área Andina

GESTIÓN DEL CONTENIDO
LAURA ISABEL SANTANA MARTÍNEZ

ÍNDICE

4

Objetivos.

5

Logros.

6

Publicaciones destacadas.

10

Tiempos de actividad.

12

KPI's

ÍNDICE

14

Objetivos para el nuevo ciclo.

15

Conclusiones y recomendaciones

OBJETIVOS

- Cuantificar los diferentes tipos de interacción en cada una de las publicaciones que se han hecho durante el periodo.
- Analizar los resultados obtenidos de la cuantificación de las interacciones y alcance de acuerdo a las estrategia y tácticas planteadas.
- Hacer recomendaciones sobre el análisis y las estrategias planteadas.



LOGROS

Facebook

17 de Junio al 16 de Agosto



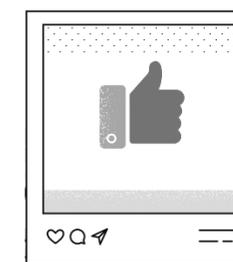
729 MIEMBROS



6 COMENTARIOS



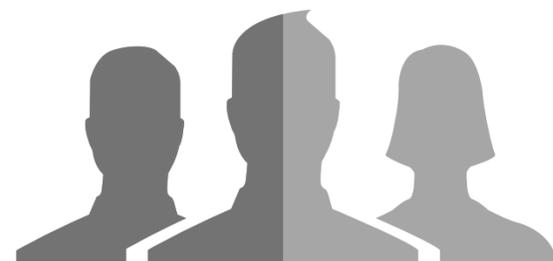
640 REACCIONES



54 PUBLICACIONES

Instagram

9 de Agosto al 23 de Agosto



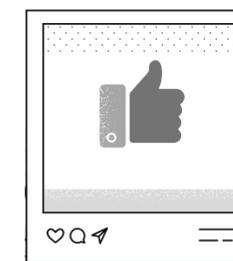
50 MIEMBROS



0 COMENTARIOS



62 LIKES



09 PUBLICACIONES



PUBLICACIONES DESTACADAS

Publicación destacada en el periodo del 17 de Junio al 14 de Julio en el grupo de Facebook; hace parte de las tácticas que se han venido trabajando los días viernes con el hashtag #ViernesDeMemes, generando gran acogida.



Alcance: 567



Interacción: 230



Me divierte: 29



Me gusta: 8



Me entristece: 2



Commu Nity

• 18 jun. •

#ViernesDeMemes ❤️



🤔👍😞 Tú, Ginna Ruizz y 37 personas más

PUBLICACIONES DESTACADAS

Publicación destacada en el periodo del 20 de Julio al 16 de Agosto en el grupo de Facebook; haciendo referencia a la acreditación de alta calidad recibida en la Universidad.



Alcance: 508



Interacción: 76



Me encanta: 18



Me gusta: 20



Commu Nity compartió un enlace.

28 jul. •

[#OrgulloAreandino](#) ¡Queremos compartir esta gran noticia con ustedes! Área Andina ha recibido la acreditación en alta calidad a nivel institucional por cuatro años.



UNIVERSIDAD.EDU.CO

Tras una gestión innovadora, Area Andina se acredita institucionalmente

Tú, Ginna Ruizz y 36 personas más

3 comentarios

INSTAGRAM

← mypareandina_estudiantes



0 Publicaciones 3 Seguidores 7 Seguidos

Mercadeo y Publicidad
Somos un grupo para estudiantes activos de Mercadeo y publicidad de la sede de bogotá, ve a seguirmos a Facebook, te enterarás de contenido genial
Ver traducción
www.facebook.com/groups/MercadeoAreandinaBog/?ref=share

Editar perfil



Esta cuenta es privada

Sigue esta cuenta para ver sus fotos y videos.

mypareandina_estudiantes



9 Publicaciones 50 Seguidores 7 Seguidos

Mercadeo y Publicidad
Somos un grupo para estudiantes activos de Mercadeo y publicidad de la sede de bogotá, ve a seguirmos a Facebook, te enterarás de contenido genial
www.facebook.com/groups/MercadeoAreandinaBog/?ref=share

Editar perfil



La actividad en esta red social inició el pasado 9 de Agosto, desde ese momento se han realizado 9 publicaciones, se ha aumentado en un 94% el número de seguidores.



PUBLICACIÓN DESTACADAS

Esta red social se está manejando bajo una cuenta privada, lo que dificulta la obtención de estadísticas de la cuenta, es por esto, que solo se conocen los likes que se obtienen.

Esta publicación hace parte de la táctica de #DatoCurioso pues en las encuestas se evidencio que este contenido es de gran interés para la comunidad.

 Likes: 13

 mypareandina_estudiantes



 Le gusta a **lu_velascol** y **12 personas más**

mypareandina_estudiantes #DatoCurioso La conexión que sientes con un producto se fortalece a través del branding. 😊
Una marca es cualquier característica distintiva de los productos o servicios de un vendedor, tales como logos, nombres, tipografías y slogans, de acuerdo con la American Marketing Association. El branding te indica por qué un producto es diferente de otro. 🤔🤔

•
•
•
•

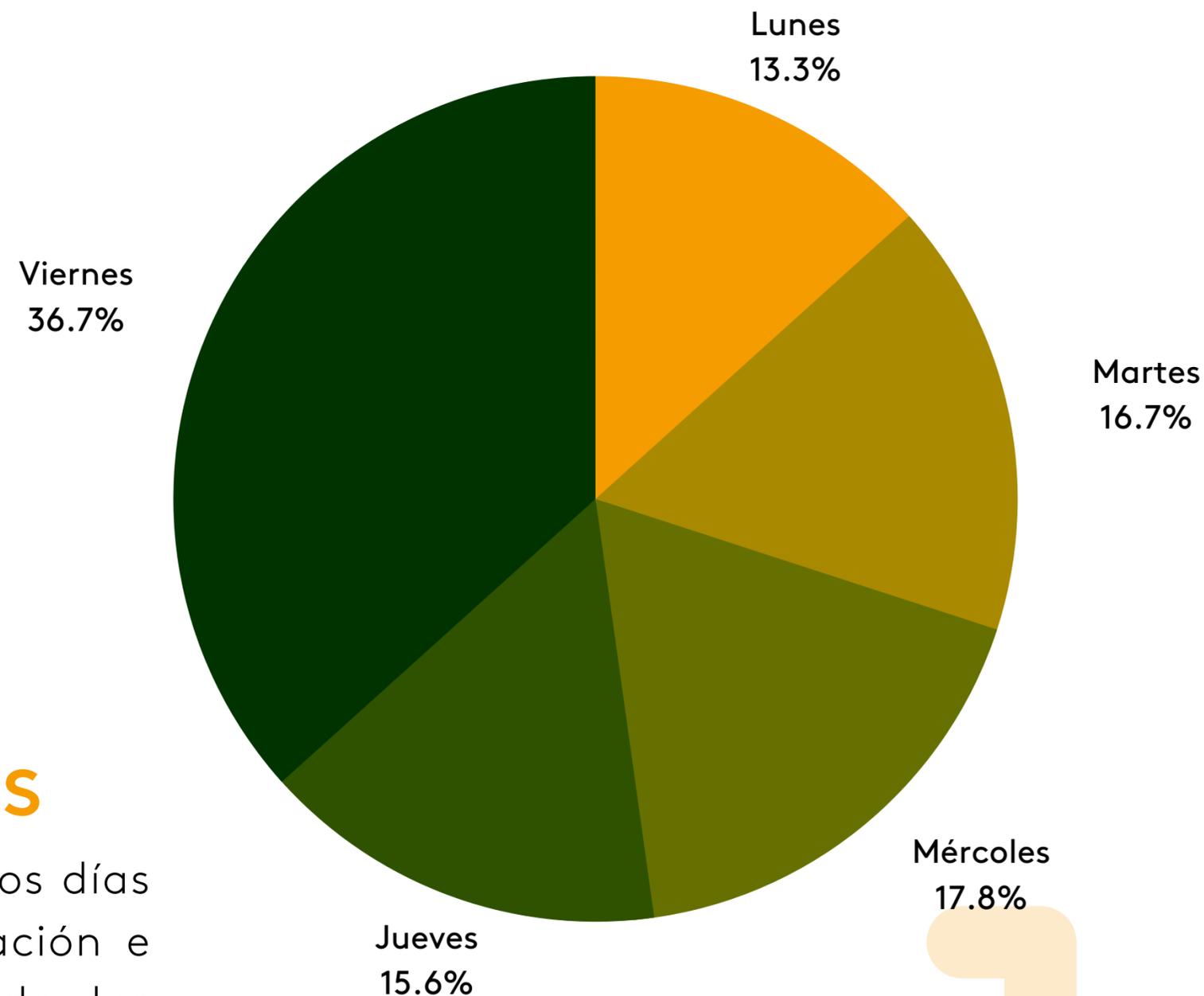
#Branding #MyPareandina

Hace 1 día · Ver traducción

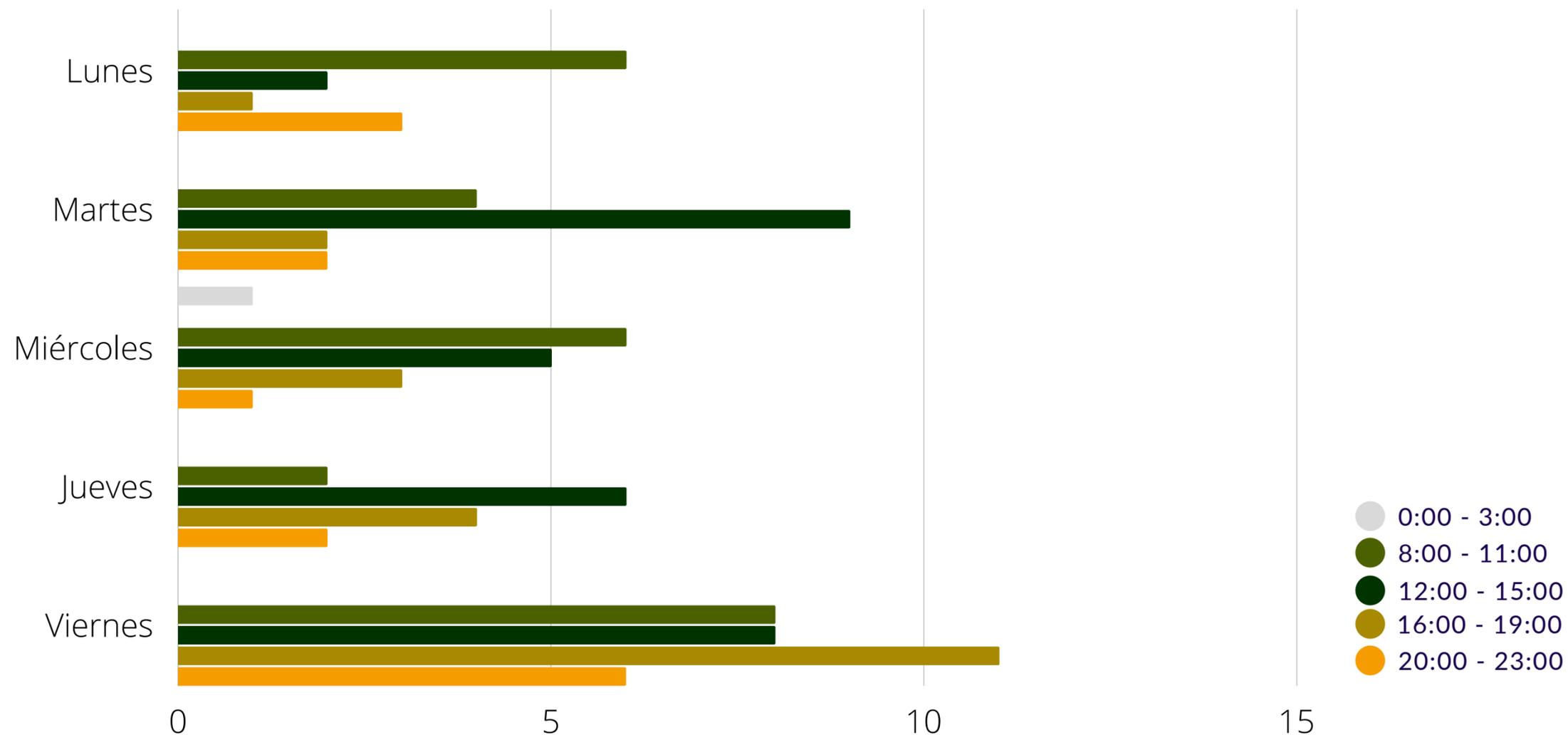
TIEMPOS DE ACTIVIDAD

Días más activos

En Facebook, se evidencia que los días viernes es donde más participación e interacción existe por parte de los usuarios con un 36.7% seguido de los días miércoles con un 17.8% del total de la actividad.



TIEMPOS DE ACTIVIDAD



Horas más activas

Para hacer un mejor análisis de la interacción de los usuarios del grupo de Facebook durante el día, se agruparon los datos en intervalos de tres horas desde las 00:00 hasta las 23:00; se evidencia que la franja horaria donde se presenta mayor reacción es entre las 16:00 y las 19:00 los días viernes, seguido de los días martes en la franja de 8:00 a 11:00.

Tasa de crecimiento promedio

0.82%



Este mide la velocidad a la que aumenta el número de seguidores en las diferentes redes del programa; es decir, que tan rápido se ganan los seguidores.

En el caso de Facebook, este porcentaje puede variar al número de solicitudes aprobadas para ingresar al grupo.

94%



Tasa de interacción promedio

89%



Este es el número de acciones de interacción en este caso las diferentes reacciones y los comentarios que recibe una publicación en relación con el número total de seguidores.

Estos valores corresponden al periodo del 17 de junio al 16 de agosto en la caso de Facebook y del 9 de Agosto al 23 del mismo mes en Instagram.

124%



100

OBJETIVOS PARA EL NUEVO CICLO

- Conseguir una mayor respuesta y participación de los seguidores de la redes del programa mediante la publicación de contenido de interés y de calidad, por medio de las reacciones y comentarios.
- Realizar controles periódicos a lo largo del tiempo para comprobar que los resultados de las acciones realizadas estén en continua mejora.
- Continuar realizando el análisis de los KPI's con el fin de tener una medición de la participación y engagement de las paginas.



CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES

Las estadísticas arrojadas por Facebook, han permitido conocer la participación y la influencia que tiene el contenido publicado para la comunidad, ya que permiten conocer las reacciones, el alcance y la interacción lograda.

La gestión de contenido aplicada, demuestra su eficiencia al estar enfocada al contenido de preferencia de los usuarios, y así mismo permite tener un crecimiento en la influencia de las publicaciones y la visibilidad de los perfiles.

En la caso de Instagram, si bien es evidente el aumento de los seguidores, se recomienda cambiar la configuración a cuenta profesional, ya que de esta manera se tiene acceso a herramientas como estadísticas y rendimientos.

CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES

Es recomendable utilizar herramientas de internet para realizar un mejor control de los resultados y estadísticas que se estén obteniendo en los diferentes canales, por ejemplo Metricool ya que ayuda a unificar los datos de las redes sociales.

Realizar concursos que involucren la participación de los seguidores, con el fin de aumentar la visibilidad de las paginas y de esta manera poder aumentar la comunidad.



