

Resultados

En esta primera encuesta han participado 71 personas.

De los resultados obtenidos cabe destacar que **Facebook es la red social que se muestra como la más relevante**, tanto en percepción de su importancia para llegar a los usuarios (47,9%) como para llevar tráfico a la web (69,7%).

La principal herramienta de trabajo sigue siendo el ordenador de mesa (55,4%) a pesar de que cada vez vivimos en un mundo más móvil.

En cuanto al tono de comunicación con los seguidores, la opción más señalada (46,7%) es la 'corrección'. Ni lo institucional ni lo demasiado amistoso son opciones preferidas.

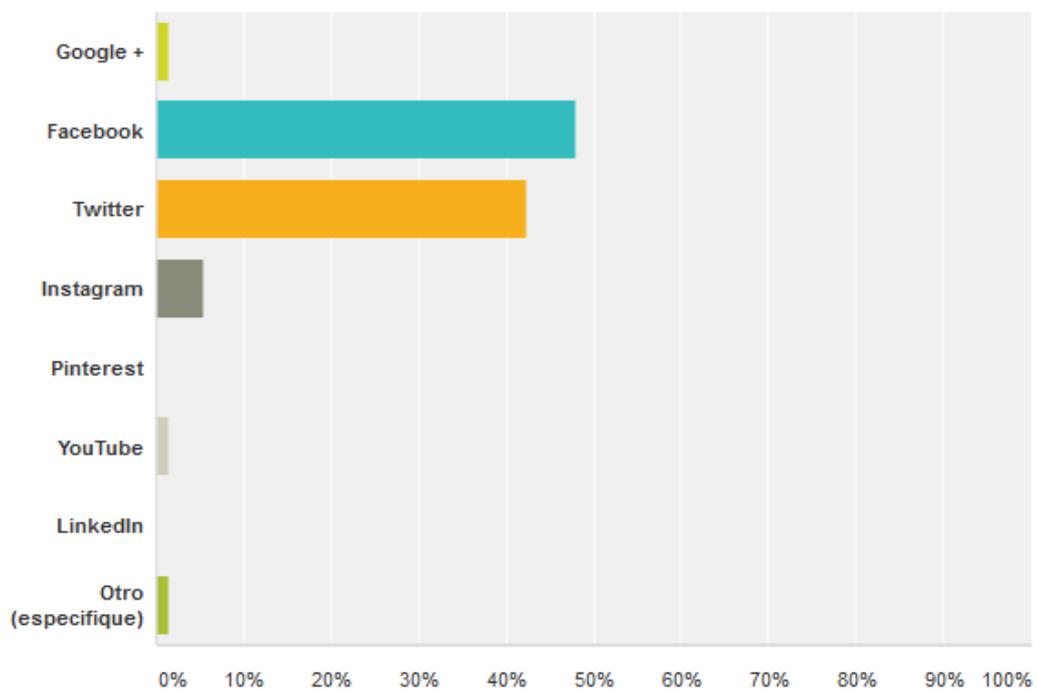
Por otro lado, llama la atención que una amplia mayoría trabaje sin manual de crisis (54,1%), por lo que es de suponer que la profesionalidad está siendo suficiente en estos casos; si bien nunca está de más tener unas pautas fijas para resolver problemas concretos.

Por último, **la estrategia es la base de toda la labor de comunicación (31%)**, por encima de la creatividad, el tipo de mensaje o la diferencia con respecto a los demás. Esto demuestra que toda labor de comunicación en RRSS se sustenta en un plan preparado de antemano, y no en la improvisación.

1. Si sólo pudieras usar una de estas herramientas para la comunicación con tu audiencia, ¿cuál elegirías?

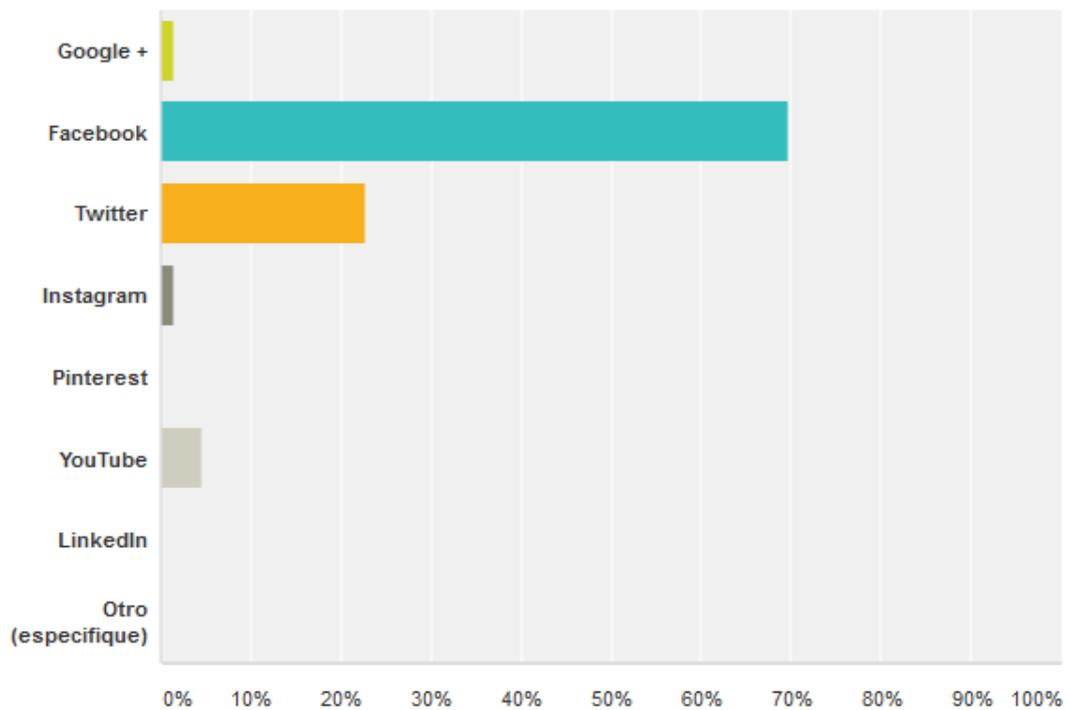


Opciones de respuesta	Respuestas
Google +	1,37% 1
Facebook	47,95% 35
Twitter	42,47% 31
Instagram	5,48% 4
Pinterest	0,00% 0
YouTube	1,37% 1
LinkedIn	0,00% 0
Otro (especifique)	1,37% 1
Total	73



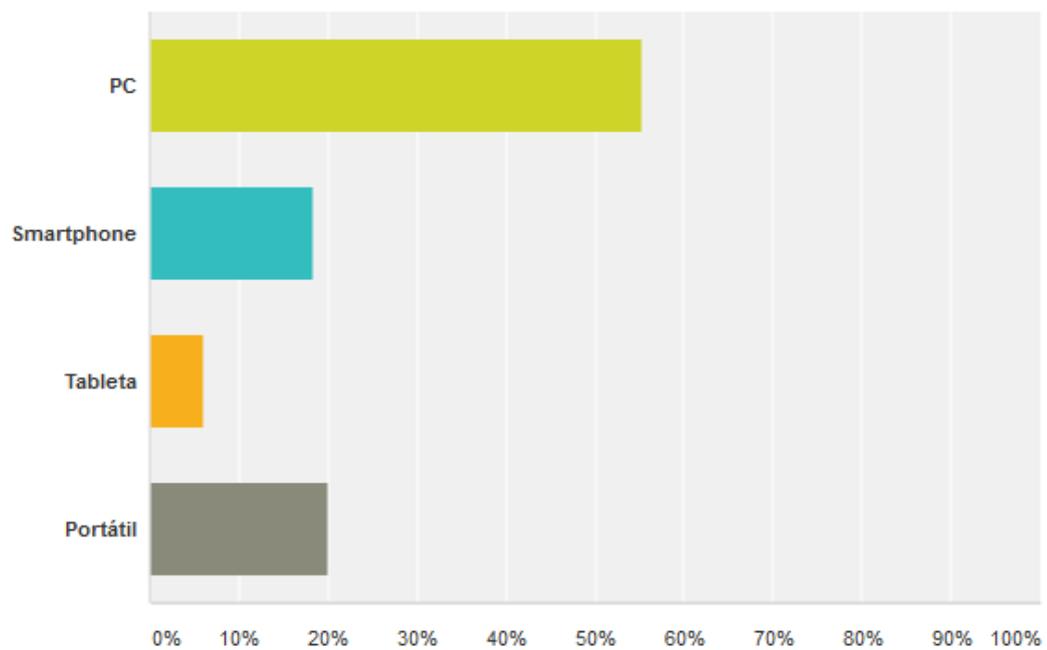
2. ¿Cuál de estas redes sociales lleva más tráfico a la web?

Opciones de respuesta	Respuestas	
Google +	1,52%	1
Facebook	69,70%	46
Twitter	22,73%	15
Instagram	1,52%	1
Pinterest	0,00%	0
YouTube	4,55%	3
LinkedIn	0,00%	0
Otro (especifique)	0,00%	0
Respuestas		
Total		66



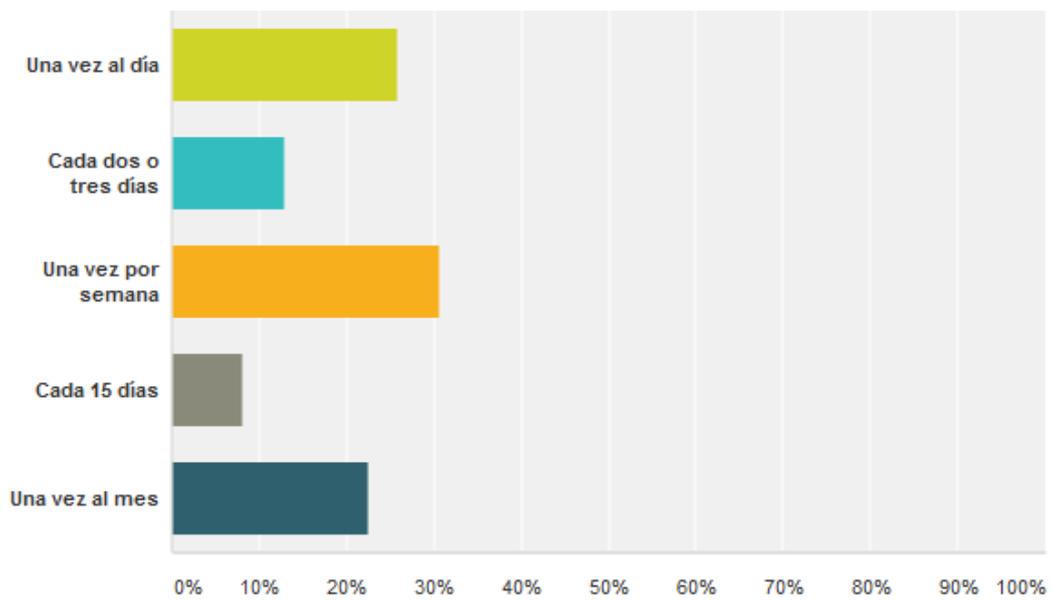
3. ¿Qué dispositivo utilizas para trabajar con mayor regularidad?

Opciones de respuesta	Respuestas	
PC	55,38%	36
Smartphone	18,46%	12
Tableta	6,15%	4
Portátil	20,00%	13
Total		65



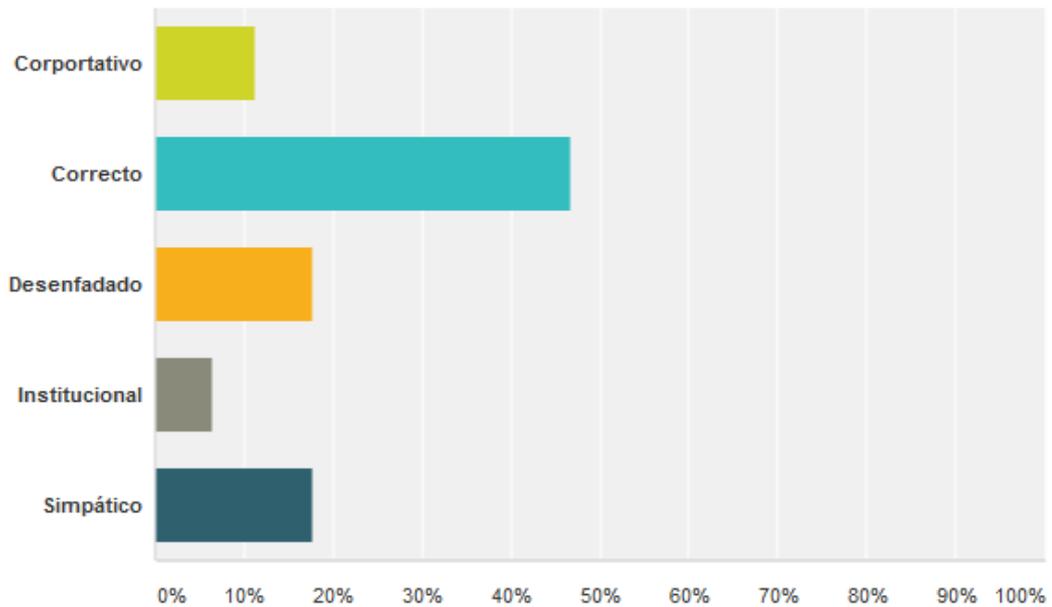
4. ¿Con qué frecuencia haces uso de la monitorización y analíticas?

Opciones de respuesta	Respuestas
Una vez al día	25,81% 16
Cada dos o tres días	12,90% 8
Una vez por semana	30,65% 19
Cada 15 días	8,06% 5
Una vez al mes	22,58% 14
Total	62



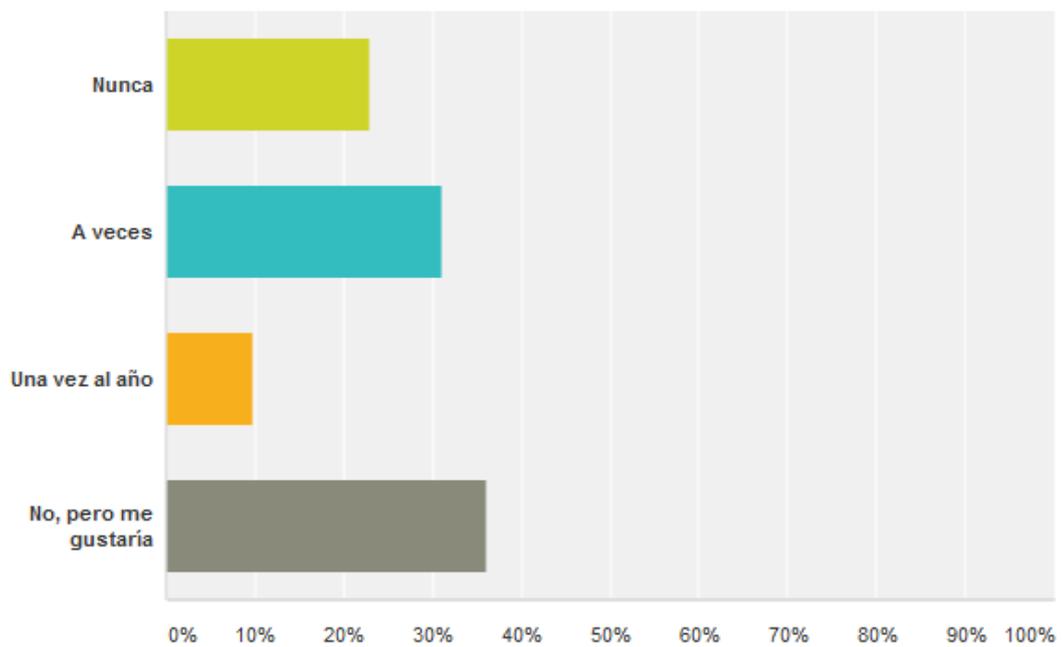
5. Como dirías que es el registro de tu comunicación

Opciones de respuesta	Respuestas	
Corportativo	11,29%	7
Correcto	46,77%	29
Desenfadado	17,74%	11
Institucional	6,45%	4
Simpático	17,74%	11
Total		62



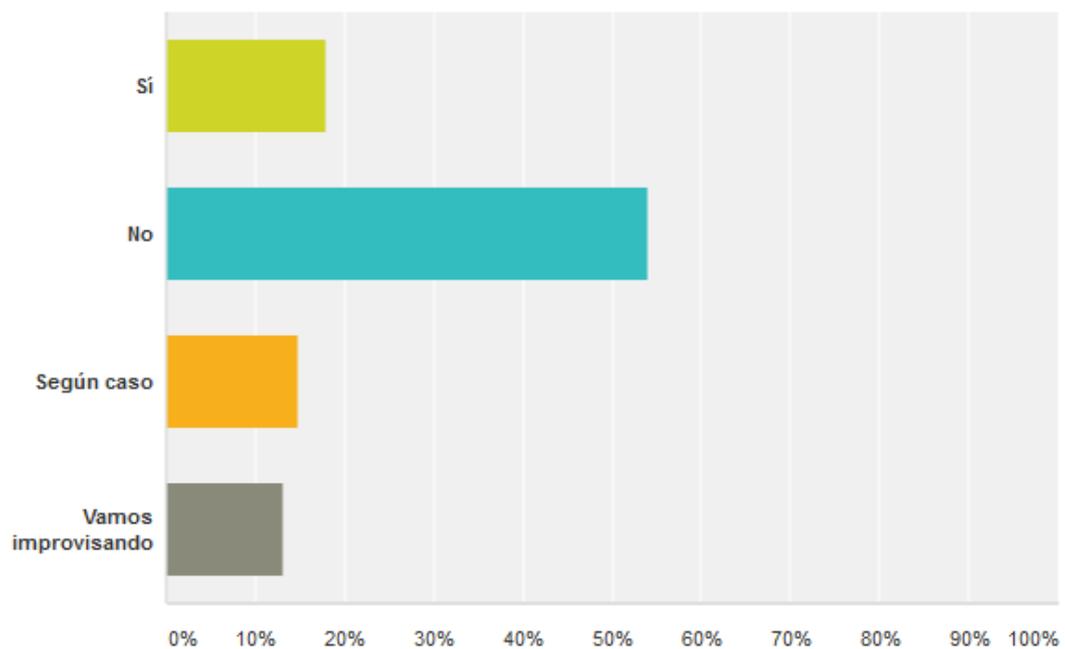
6. ¿Haces encuestas internas para conocer a las audiencias?

Opciones de respuesta	Respuestas	
Nunca	22,95%	14
A veces	31,15%	19
Una vez al año	9,84%	6
No, pero me gustaría	36,07%	22
Total		61



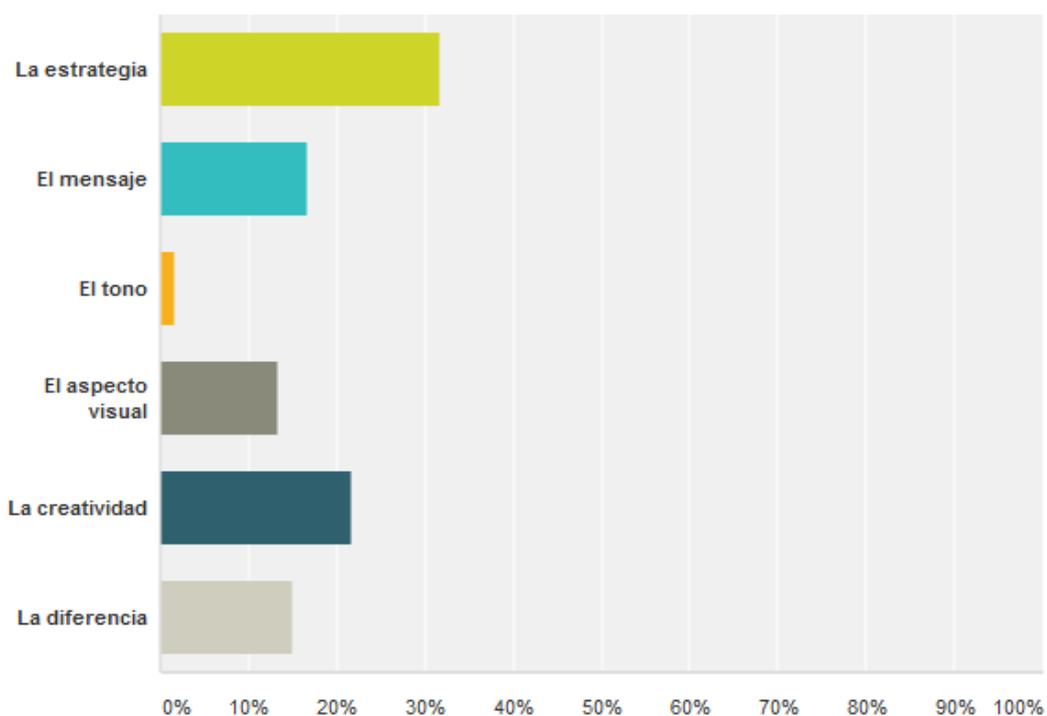
7. ¿Tienes manual de gestión de crisis?

Opciones de respuesta	Respuestas	
Si	18,03%	11
No	54,10%	33
Según caso	14,75%	9
Vamos improvisando	13,11%	8
Total		61



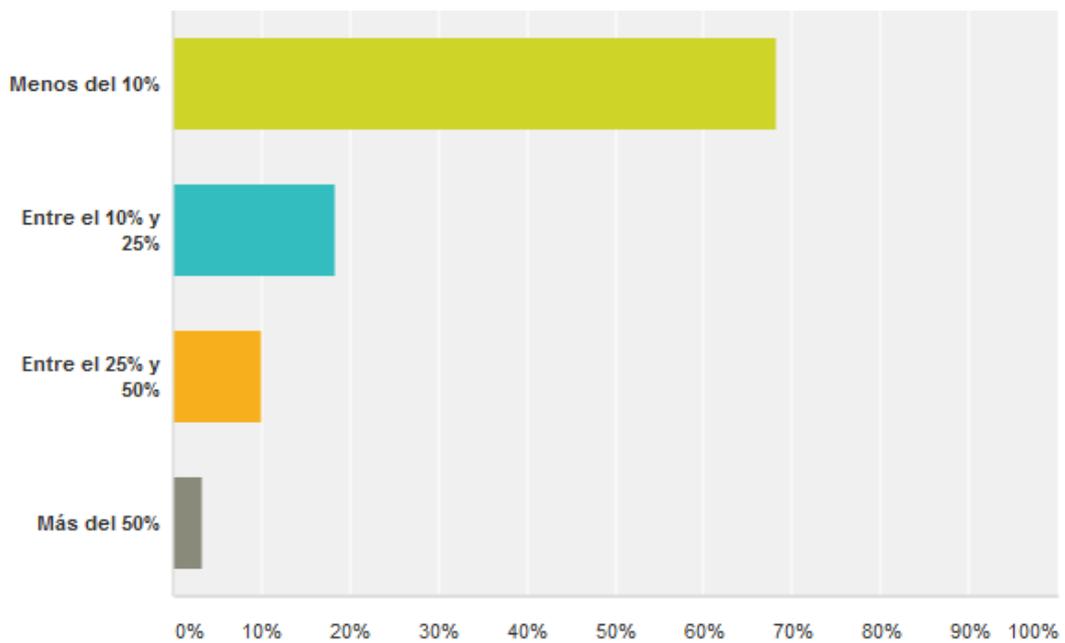
8. ¿Qué crees que es más importante para el éxito de tu comunicación?

Opciones de respuesta	Respuestas
La estrategia	31,67% 19
El mensaje	16,67% 10
El tono	1,67% 1
El aspecto visual	13,33% 8
La creatividad	21,67% 13
La diferencia	15,00% 9
Total	60



9. Del total de presupuesto de marketing y comunicación de vuestra institución, ¿cuánto representa la inversión en social media?

Opciones de respuesta	Respuestas	
Menos del 10%	68,33%	41
Entre el 10% y 25%	18,33%	11
Entre el 25% y 50%	10,00%	6
Más del 50%	3,33%	2
Total		60



10. ¿Qué porcentaje de perfiles similares a tu sector sigues?

Opciones de respuesta	Respuestas	
10%	6,56%	4
25%	14,75%	9
40%	14,75%	9
50%	13,11%	8
65%	6,56%	4
80%	27,87%	17
90%	13,11%	8
100%	3,28%	2
Total		61

