



rumpelstinski

La agencia difícil de nombrar, fácil de recordar

ESCUCHA ACTIVA EN REDES SOCIALES

¿Por dónde empezamos? Aquí tienes un checklist que te explica qué debes monitorizar en redes sociales (más allá del nombre de tu marca) y por qué.





TU EMPRESA

¿Qué monitorizar?

- Los nombres de **productos** o **servicios SIN** el nombre de tu empresa.
- Eslóganes.**
- Anuncios** o **campañas.** Hashtags de la marca, personajes de los anuncios, etc.
- Personas relevantes** de tu empresa:
 - Tu CEO.
 - Fundador(es).
 - Editores, periodistas, etc.
 - Cualquiera que pueda tener un **seguimiento mediático.**



TU EMPRESA

¿Por qué monitorizar a tu empresa?



Productos / servicios SIN nombre de empresa

No todo el mundo usará el nombre de tu marca cuando hable de ti; no debes perderte información importante sobre lo que la gente piensa sobre tus productos y servicios.



Anuncios y campañas

Evalúa la **efectividad** de tus esfuerzos en marketing y publicidad. ¿Cómo se está recibiendo tu mensaje y posicionamiento?



Eslóganes

Imagen de marca. ¿Está el público asociando tu producto y tu marca? ¿Por qué?



Personas relevantes

Gestión de otras cuestiones. Tu marca puede que no sea lo único que obtiene atención. Mantén el monitoreo sobre las personas relevantes de la empresa para estar alerta sobre cualquier posible tendencia o tema que te afecte.



LA COMPETENCIA

¿Qué monitorizar?

- 🌀 **Marca y nombre** de la(s) empresa(s).
- 🌀 Nombres de **productos** o **servicios SIN** el nombre de la empresa.
- 🌀 **Eslóganes.**
- 🌀 **Anuncios** o **campañas.** Hashtags de la marca, personajes de los anuncios, etc.
- 🌀 Tus **productos** o **marca CON** tus competidores.



LA COMPETENCIA

¿Por qué monitorizar a la competencia?



Productos / servicios SIN nombre de empresa

Descubre que temas son **populares** entre tus competidores (y tu público objetivo).



Anuncios y campañas

Define futuras **estrategias** y **campañas** de marketing.



Eslóganes

Localiza **oportunidades** de marketing en tiempo real.



Tus productos o marca CON tus competidores

Comprueba dónde te has quedado atrás con respecto a tus competidores y **ajusta** productos y servicios.





TU SECTOR

¿Qué monitorizar?

Es importante entender la actualidad en el espacio en el que operas. No puedes escuchar todo lo que se dice en redes sociales, así que **escoge las áreas que son aplicables a tu marca.**

-  **Tu industria.** ¿Eres una empresa farmacéutica? Entonces debes escuchar todas las conversaciones sobre el sector sanitario.
-  **Subcategorías de tu sector.** Céntrate en temas específicos, como medicamentos genéricos por ejemplo.
-  **Eventos relevantes para tu sector.** Debes seguir congresos nacionales e internacionales y otros eventos relevantes.



TU SECTOR

¿Por qué monitorizar a tu sector?



Entender la actualidad

Para tomar **decisiones estratégicas** en marketing, desarrollo de productos y servicios, etc.



Céntrate en temas específicos

Participa en la **conversación correcta** y destaca como **líder** en tu sector.



Tu industria. Escuchar las conversaciones

Conoce las **tendencias** del mercado.



Eventos relevantes

Encuentra personas que estén buscando activamente tus productos o servicios, y **oportunidades de marketing** en tiempo real.





rumpelstinski

La agencia difícil de nombrar, fácil de recordar

DIRECCIÓN

C/Castillo de Fuensaldaña, 4
P. Baja Oficina 14.
28232 Las Rozas

CONTACTO

(+34) 91 056 56 82
contacto@rumpelstinski.es
www.rumpelstinski.es

