
Análisis de la presencia en línea: caso práctico

PID_00262475

Nuria Mañé Montañé
Patricia Comesaña Comesaña

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 3 horas



Nuria Mañé Montañé

Patricia Comesaña Comesaña

El encargo y la creación de este recurso de aprendizaje UOC han sido coordinados por la profesora: Eva Ortoll Espinet (2019)

Primera edición: febrero 2019
© Nuria Mañé Montañé, Patricia Comesaña Comesaña
Todos los derechos reservados
© de esta edición, FUOC, 2019
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Diseño: Manel Andreu
Realización editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.

Índice

Introducción.....	5
1. Análisis de la presencia en línea del cliente.....	7
1.1. Posicionamiento en Google	7
1.2. Reputación en línea	10
1.3. Página web, aplicación y blog	11
1.4. Redes sociales	18
1.4.1. Facebook	18
1.4.2. Twitter	24
1.4.3. YouTube	26
1.4.4. Pinterest	29
1.4.5. Instagram	29
1.4.6. Google+	30
1.4.7. LinkedIn	31
1.4.8. Otras redes sociales	32
2. Análisis de competidores y referentes.....	33
3. DAFO de la presencia en línea.....	35

Introducción

El análisis de la presencia en línea es una fase inicial e imprescindible para cualquier empresa, proyecto o persona que quieran definir e implementar una estrategia de comunicación en el ecosistema de los medios sociales. Es una etapa de investigación y análisis comparativo en la cual establecemos una metodología para observar, documentar y extraer conclusiones y aprendizaje de una serie de actores:

- La propia empresa (marca, producto o servicio), proyecto o marca personal, al que podemos denominar **cliente**. En el caso de que se trate de una empresa o proyecto sin presencia en línea, obviamente no lo incluiremos en el análisis.
- **Competidores:** aquellas empresas, proyectos o marcas personales que operan directamente en el mismo segmento de mercado y, por lo tanto, buscan impactar al mismo público que nuestra empresa. Pueden ser directos (aquellos que ofrecen soluciones similares a la que ofrece nuestra empresa) o indirectos (que buscan satisfacer las mismas necesidades con productos o servicios sustitutivos).
- **Referentes:** son aquellas empresas, proyectos o marcas personales que, sin necesidad de operar en el mismo segmento de mercado (ni geográficamente ni en cuanto a sector), nos interesa analizar por sus buenas prácticas y por el modo en que conectan con sus audiencias en medios sociales.

Para un análisis completo, se recomienda identificar un mínimo de 2 o 3 competidores y de 1 o 2 referentes. En el momento de elegir a los competidores, se recomienda analizar a los que tengan una presencia más activa y una comunidad más relevante en el ecosistema de medios sociales, ya que serán aquellos de cuyos aciertos y errores más podremos aprender y extraer conclusiones.

Para cada uno de ellos, tenemos que analizar su presencia en línea siguiendo este esquema, que empieza por la presencia más amplia (posicionamiento), hasta lo más concreto (acciones o campañas):

- Posicionamiento web en buscadores (Google).
- Reputación en línea.
- Aplicación / página web y blog.
- Redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube, Google+, Pinterest, etc.
- Acciones o campañas concretas (en el caso de que existan).

Antes de empezar el análisis, deberemos determinar las herramientas que usaremos y los indicadores principales que analizaremos para cada plataforma, y utilizar el mismo esquema para todos, ya que no hay una sola manera de hacerlo. Podemos analizar al cliente con mayor detenimiento, los competidores con cuadros comparativos de los principales indicadores y los referentes mediante ejemplos de buenas prácticas o acciones interesantes. Se recomienda hacer un análisis a partir de la observación de los perfiles, para sacar conclusiones, pero también podemos usar herramientas (la mayoría tienen una versión gratuita básica y otras de pago más completas). En este estudio de caso, veremos algunas herramientas, pero podéis encontrar más en blogs de marketing y redes sociales. En el caso de que el cliente no tenga o tenga poca presencia en línea, reforzaremos el análisis con más competidores y referentes. A partir del análisis, elaboraremos un documento con capturas de pantalla, indicando periodos analizados (en lo que respecta a las publicaciones) y fechas de consulta (ya que son datos muy variables), cuadros comparativos, recomendaciones y conclusiones.

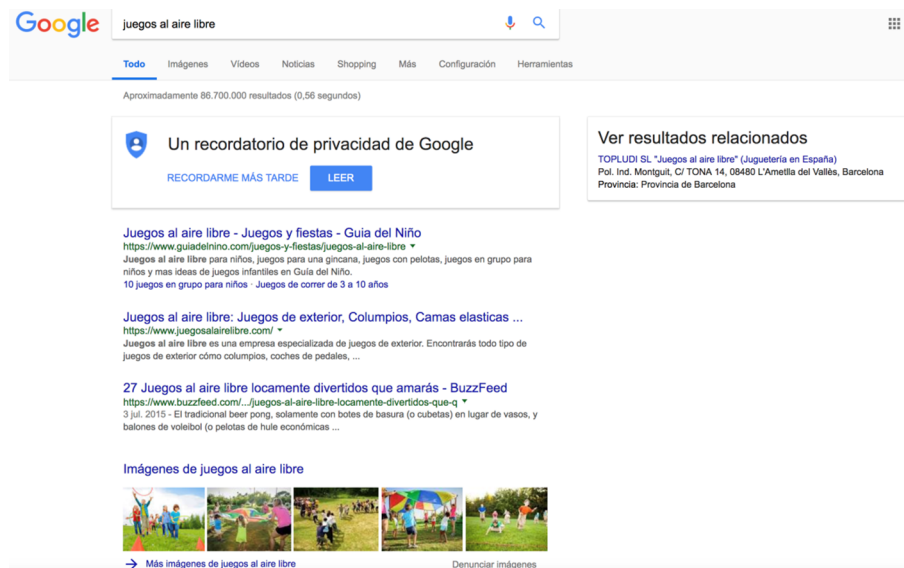
Para este caso, analizaremos la empresa de juegos de exterior y juegos activos TOPLUDI, que cuenta con la web juegosalibre.com, el blog topludiblog.com y con presencia en Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest, Instagram, Google + y LinkedIn.

1. Análisis de la presencia en línea del cliente

1.1. Posicionamiento en Google

En primer lugar, determinaremos las principales palabras clave para nuestro cliente (aquellos términos por los que nos gustaría aparecer en los principales buscadores). Pueden ser palabras *long tail*, es decir, formadas por varias palabras. Una vez que las hayamos determinado, iremos a Google y haremos búsquedas en modo incógnito para evitar que Google nos muestre resultados según nuestras búsquedas anteriores. Podemos crear un cuadro en el que indiquemos en qué puesto aparece nuestro cliente, y si se trata de anuncios pagados (SEM) o de posicionamiento natural (SEO). A través de las búsquedas, también podemos detectar competidores.

En la búsqueda «juegos al aire libre», aparece en la segunda posición y como resultado relacionado.



The screenshot shows a Google search for "juegos al aire libre". The search bar contains the text "juegos al aire libre" and a microphone icon. Below the search bar, there are tabs for "Todo", "Imágenes", "Videos", "Noticias", "Shopping", "Más", "Configuración", and "Herramientas". The search results show approximately 86,700,000 results in 0.56 seconds. A privacy notice banner is visible at the top. The first result is a link to "Un recordatorio de privacidad de Google" with buttons for "RECORDARME MÁS TARDE" and "LEER". To the right, there is a box for "Ver resultados relacionados" listing "TOPLUDI SL 'Juegos al aire libre' (Juguetería en España)" with its address in Montiguil, TONA, Barcelona. Below this, there are three organic search results: 1. "Juegos al aire libre - Juegos y fiestas - Guía del Niño" with a URL and a snippet. 2. "Juegos al aire libre: Juegos de exterior, Columpios, Camas elasticas ..." with a URL and a snippet. 3. "27 Juegos al aire libre locamente divertidos que amarás - BuzzFeed" with a URL and a snippet. At the bottom, there is a section for "Imágenes de juegos al aire libre" showing five small images of children playing outdoors, with a link to "Más imágenes de juegos al aire libre" and a "Denunciar imágenes" button.






En la búsqueda «columpios», aparece en la segunda y tercera posición orgánica (los dos primeros resultados son anuncios) y como resultado relacionado.

Google

Todo Imágenes Shopping Maps Vídeos Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 7.590.000 resultados (0,56 segundos)

Ver columpios

 MASGAMES KIBO doble co... 189,00 € ManoMano.es ★★★★ (7) De Productaster	 ColorBaby - Columpio infant... 47,95 € ManoMano.es De Productaster	 ColorBaby - Columpio doble... 109,95 € ManoMano.es Envío gratuito De Productaster	 Set de columpios 204x154x210 c... 173,99 € ManoMano.es ★★★★ (44) De Productaster	 Asiento de Bebé Caucho... 139,00 € ManoMano.es De Google
---	---	---	--	---

Compra Columpios en Amazon | Descubre las últimas novedades
Anuncio www.amazon.es/Juguetes
Todos los Juguetes de las Mejores Marcas. ¡Envío gratis con Amazon Prime!
Muñecas y accesorios · Juegos de construcción · Actividades creativas · Juguetes de exterior

Comprar Columpios | Juguetes El Corte Inglés | ElCorteIngles.es
Anuncio www.elcorteingles.es/Juguetes/Columpios
Haz Realidad sus Sueños con Nuestra selección de Columpios. ¡Entra y Descubre! Servicios adicionales: Ofertas Mensuales, Ideas para Regalar, Museo del Coleccionista.

Columpios de madera | Comprar ahora al mejor precio | Wickey.es
<https://www.wickey.es/columpios.html>
★★★★ Valoración: 4,3 - 630 votos
Columpios de madera para el jardín · Columpio de Wickey con tobogán & pared de escalada
Gran selección de · Dispositivos de juego al aire libre para ...

Columpios de jardín para niños - TOPLUDI - Juegos al aire libre
<https://www.juegosalibre.com/columpios>
Columpios infantiles para jardines y/o parques infantiles. Columpios homologados y certificados para la seguridad de los niños. De madera o metálicos, ...

Columpios - Topludi
<https://www.juegosalibre.com/columpios-columpio>
Columpios de madera y metálicos para su jardín. Columpios de las mejores marcas al mejor precio. Tenemos también accesorios de columpios como por ...

En la búsqueda «camas elásticas», aparece en la cuarta posición orgánica (los cuatro primeros resultados son anuncios).

Google

Todo Shopping Imágenes Vídeos Maps Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 7.810.000 resultados (0,57 segundos)

Camas Elásticas en Amazon | Descubre los más populares
Anuncio www.amazon.es/Juguetes/Exterior
Amplia gama de juegos para todas las edades. Envío gratis con Amazon...
Juegos de construcción · Juegos de mesa · Juguetes de exterior · Los m...

Camas Elásticas | Mejores De España Alta Calidad | AlicesGarden.es
Anuncio www.alicesgarden.es/camas-elasticas
Desde De 99€ 180cm 250cm 305cm 370cm 430cm 490cm, Varios Colores
Entrega Gratis. Calidad al Mejor Precio. Mejores Precios de la Web...
N°1 en Camas Elásticas · Castillos hinchables
Cama elástica Pluton - 124,00 € - 245cm · Soporta 150kg · Más -
★★★★ (148)
De Google










Jump'in Camas Elásticas | Jump'in Spain | cama-elastica.com
Anuncio www.cama-elastica.com/Venta
Todos los Tamaños y Tipos Online. ¡Envío Gratuito y Entrega Rápida!
Entrega Gratuita. Servicio Post Venta. Garantía de hasta 5 años. Pago 3...
Desde 179,90€ · Accesorios Cama Elástica · Cama Elástica Calidad

Amplia gama de camas elásticas | Resistentes al sol y lluvia.
Anuncio www.cochedepedales.com
Envíos gratis a España peninsular. Somos especialistas en juegos de exterior. Tienda Online. Cobertura Internacional.
Gastos de envío · Ofertas puntuales · Formas de pago · Contacta con ...




Comprar camas elásticas y trampolines online | Decathlon
<https://www.decathlon.es/C-1018677-camas-elasticas>
Toda la oferta de camas elásticas para niños y adultos en Decathlon desde 29,99€. Elige el trampolín que mejor se adapte a tu espacio. 5 tamaños.
Antes: 149,99 € DOMYOS ... · Antes: 199,99 € DOMYOS ...

Amazon.es: camas elasticas
<https://www.amazon.es/camas-elasticas/s?..i%3Aaps%2Ck%3ACamas%20elastica>
Ultrasport Tienda para cama elástica de jardín Ultrasport Jumper azul y rosa (modelos a partir de mayo 2014) / tienda de juego para cama elástica, como techo ...

Ver camas elásticas

 Trampolin / Cama... 209,00 € ManoMano.e ★★★★ (148) De Google	 MASGAMES DELUXE... 395,00 € ManoMano.e De Google	 Camas elasticas... 122,00 € ManoMano.e ★★★★ (252) De Google
 ColorBaby - Cama... 129,95 € ManoMano.e Envío grat... De Google	 Camas elasticas... 122,00 € Alices's Gard Envío grat... De Google	 Trampolin / cama... 224,00 € ManoMano.e Envío grat... De Google
 Cama elastica 398 cm x 260 cm con red 314,95 € Juguetlandia Envío gratuito De Google	 Cama elastica de... 189,00 € Alices's Gard Envío grat... De Google	 Trampolin con red de... 170,99 € ManoMano.e ★★★★ (197) De Produc...

Videos

 EL MAYOR PARQUE DE TRAMPOLINES!! **CAMAS ELASTICAS** Nil Ojeda YouTube - 15 mar. 2016	 LLENAMOS MI CASA DE CAMAS ELASTICAS!! **LOCURA... tekendo YouTube - 26 nov. 2017	 ¡SUPER ESCONDITE en PARQUE DE TRAMPOLINES! - CAMAS... Nil Ojeda YouTube - 22 oct. 2017
---	--	---

Amazon.es: Camas elásticas pequeñas
<https://www.amazon.es/Camas-elasticas...s?..i%3Aaps%2Ck%3ACamas%20elasticas%...>
Ampel 24, Red de seguridad con funda para zapatos integrada para cama elástica 183 cm | evita que animales o niños pequeños pasen por debajo del ...

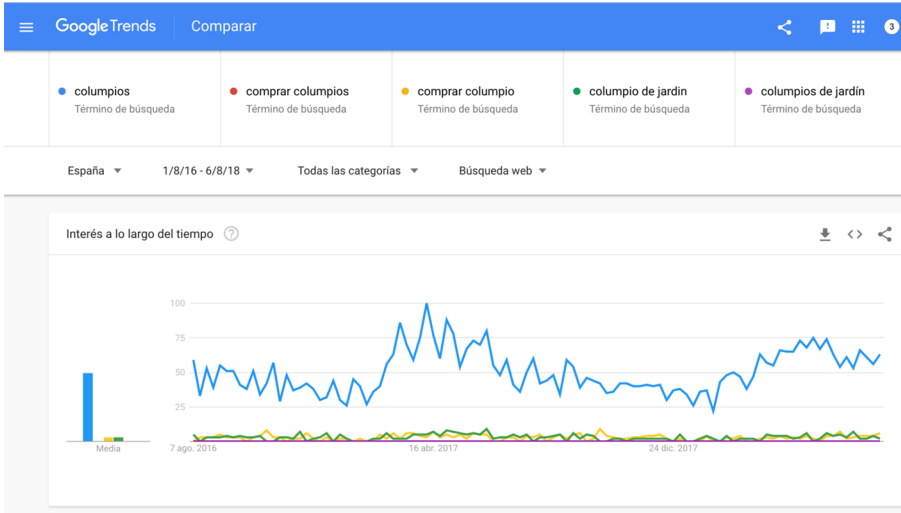
Camas Elásticas de Jardín - TOPLUDI - Juegos al aire libre
<https://www.juegosalibre.com/camas-elasticas>
Gran oferta de cama elástica infantil o camas elásticas niños. Todo tipo de camas elásticas de jardín: redondas, económicas, cuadradas... además de los ...

TOPLUDI aparece posicionado en las primeras búsquedas de sus principales palabras clave. Podríamos ampliar y refinar esta búsqueda utilizando herramientas como Google Trends (para comparar distintas palabras clave y ver cuáles son las más utilizadas), Keyword Tool o Ubersuggest.

Ved también

Más información sobre herramientas para encontrar palabras clave:

<https://blog.hubspot.es/marketing/7-mejores-herramientas-gratuitas-para-buscar-keywords>



The screenshot shows the Keyword Tool interface for the keyword 'columpios' in Spain. It displays 329 unique keywords. A table lists several related keywords with their search volume, trend, CPC, and competition. A pop-up message is overlaid on the table.

Keywords	Search Volume	Trend	CPC	Competition
columpios	95,000	95%	0.00	0.00
columpios infantiles	95,000	95%	0.00	0.00
columpios para bebés	95,000	95%	0.00	0.00
columpios de madera	95,000	95%	0.00	0.00
columpios para niños	95,000	95%	0.00	0.00
columpios para jardín	95,000	95%	0.00	0.00
columpios ball	95,000	95%	0.00	0.00
columpios tibidabo	95,000	95%	0.00	0.00
columpios en catalan	95,000	95%	0.00	0.00
columpios segunda mano	95,000	95%	0.00	0.00
columpios niños	95,000	95%	0.00	0.00

Do You Need This Information? Keyword Tool Pro Provides Search Volume Data For Spanish Keywords. Try It Now!

Ubersuggest Web

Palabra clave: **columpios**

VOLUME	6600	CPC	€0.66	COMPETITION	1.0
--------	-------------	-----	--------------	-------------	------------

948 Ideas de Palabras Clave Encontradas Para columpios

KEYWORD SUGGESTIONS	PALABRA CLAVE	VOLUMEN DE BÚSQUEDAS	CPC	COMPETENCIA
<input type="checkbox"/>	accesorios columpios	20	€ 0.35	1.0
<input type="checkbox"/>	accesorios columpios infantiles	10	€ 0.53	1.0
<input type="checkbox"/>	accesorios columpios jardin	10	€ 0.49	1.0
<input type="checkbox"/>	accesorios para columpios	20	€ 0.28	1.0
<input type="checkbox"/>	accesorios para columpios infantiles	10	€ 0.81	1.0
<input type="checkbox"/>	accesorios para juegos infantiles	10		
<input type="checkbox"/>	accesorios parques infantiles	40	€ 0.49	1.0
<input type="checkbox"/>	adaptador columpio bebe	10	€ 0.22	1.0

1.2. Reputación en línea

Para analizar la reputación en línea de una empresa, podemos hacer búsquedas de opiniones en buscadores, foros y redes sociales. Existen herramientas, pero sus versiones gratuitas arrojan pocos resultados. En este caso, buscaremos por el nombre de la empresa junto con las palabras «opiniones», «mal», «bien» o similares. Analizaremos con detalle las reseñas de Google y las opiniones de Facebook.

Google

Todo Shopping Noticias Maps Imágenes Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 3.320 resultados (0,53 segundos)

Topludi
<https://www.juegosalibre.com/> *
 Juegos al aire libre es una empresa especializada de juegos de exterior. Encontrarás todo tipo de juegos de exterior como columpios, coches de pedales, ...
 Catálogos · Columpios · Cajas · Camas Elásticas

Topludi - 1144 fotos - 28 opiniones - Empresa de productos deportivos ...
<https://es-es.facebook.com/> · Lugares · La Ametlla · Parque *
 ★★★★★ Valoración: 4.4 · 28 votos
 Topludi, La Ametlla. 15.269 Me gusta · 57 personas están hablando de esto · 2 personas han estado aquí. Especialistas en juegos al aire libre o de...

Opiniones Topludi | Opiniones para comprar online | Mefio.es
www.mefio.es/tienda/235-Topludi *
 Mefio. Encuentra las mejores opiniones sobre Topludi escritas por usuarios como tú para comprar online.

Juegos al aire libre | El blog de TOPLUDI
topludiblog.com/ *
 28 jun. 2018 · Columpios, camas elásticas, coches de pedales, hinchables, balancines, toboganes, balines y futbolines, especialistas en juegos de jardín.

TOPLUDI Juegos al aire libre en Amazon.es:
<https://www.amazon.es/s?ie=UTF8&me=A31VVG0R6LCB4Z&page=1> *
 Compra online entre un amplio catálogo de productos en la tienda TOPLUDI Juegos al aire libre.

Perfil de vendedor de Amazon.es: TOPLUDI Juegos al aire libre
https://www.amazon.es/sp?_encoding=UTF8&asin..._isCBA... *
 TOPLUDI (www.juegosalibre.com) es una empresa especializada en Juegos de Exterior, Juegos Activos y Karts de campo. Seleccionamos productos de ...

Videos

Topludi: Quiénes somos

Topludi: Quiénes somos YouTube · 19 oct. 2010

Trolina de jardín YouTube · 13 jul. 2017

Mesa multijuegos 12 en 1 eléctrica plegable YouTube · 5 oct. 2017

TOPLUDI (www.topludi.com) | Juguetes - Tiendas de Bebés
tiendasdebebes.república.com/topludi/ *

Topludi
 Sitio web · Cómo llegar · Guardar
 4.3 ★★★★★ 17 reseñas de Google
 Tienda de juegos en España
 Dirección: Camer Tona, 14, 08480 L'Ametlla del Vallès, Barcelona
 Horario: Cerrado · Abre a las 9:00 los mar. *
 Provincia: Provincia de Barcelona
 Teléfono: 902 10 66 30
 Sugerir un cambio

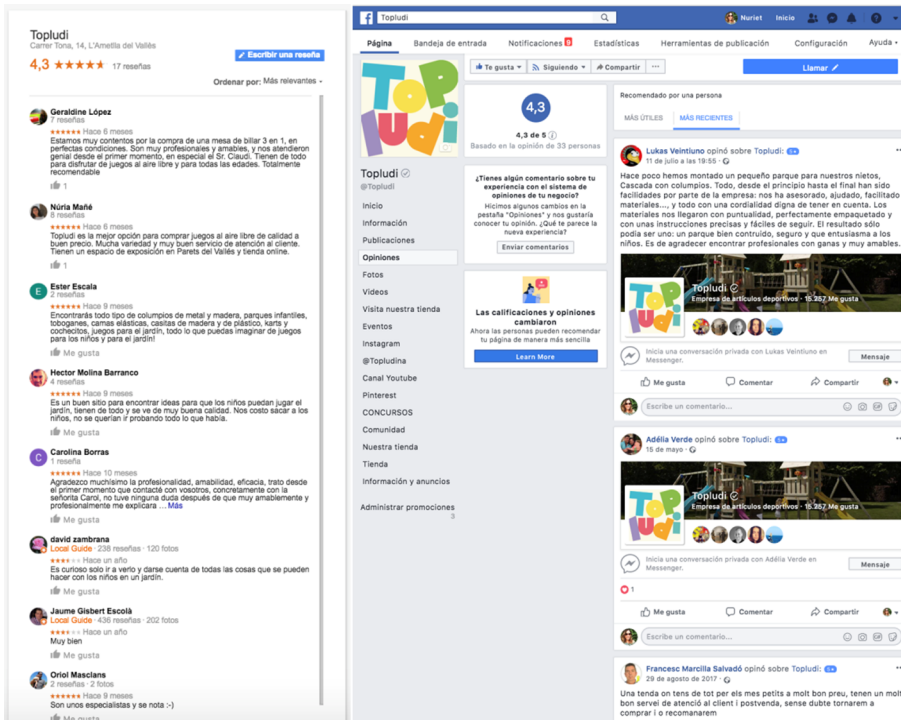
Preguntas y respuestas
 P: Oí feliz em falar com vocês... como é que fasso pra comprar udas baik familia á voces tó perdida...
 (Ninguna respuesta)
 Ver todas las preguntas (1)

Reseñas de la Web
 4,4/5 Facebook · 28 votos

Reseñas
 Escribir una reseña · Añadir una foto
 "Mucha variedad y muy buen servicio de atención al cliente."
 "Totalmente recomendable"

Ver todas las reseñas de Google

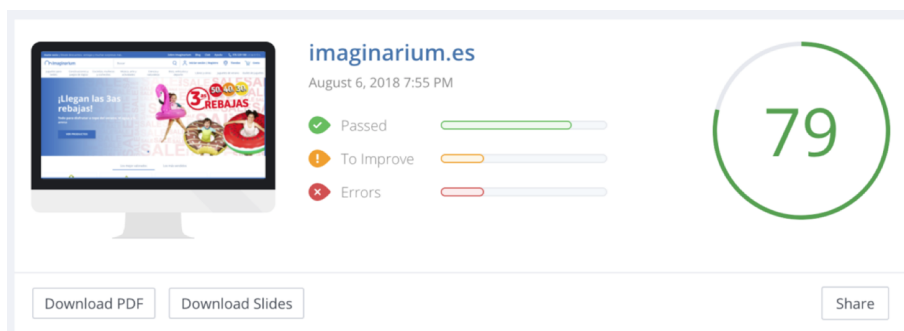
Otras personas también buscan
 Ver otros 10
 MASGAM... Active Toys S.L. · Fabrica
 ToysRUs BabiesR... Juguetes
 Garden House Madera · Fabricante de casas de madera
 Juegos Kompani SA · Parque infantil
 Planeta Mágica · Ludoteca



1.3. Página web, aplicación y blog

Para analizar la página web y su posicionamiento, podemos utilizar distintas herramientas con versión gratuita y de pago. Estas herramientas nos permiten comparar la puntuación entre el cliente y los competidores, y nos dan información sobre aspectos para mejorar el SEO y errores de la web. Podéis elegir la herramienta que os parezca más completa para cada caso.

Woorank:



Contenido complementario

Para ver un ejemplo de la herramienta Woorank, analizaremos el competidor Imaginarium, ya que la web www.juegosalibre.com está alojada en un servidor que no permite acceder a algunos de los datos que rastrea esta herramienta.

Nibbler:

Report for www.juegosalibre.com

Overall
7.9 The overall score for this website.

Accessibility
7.9 How accessible the website is to mobile and disabled users.

Experience
5.4 How satisfying the website is likely to be for users.

Marketing
6.3 How well marketed, and popular the website is.

Technology
7.6 How well designed and built the website is.

Nibbler tested a sample of 5 pages from this website at 19:56 on 6 Aug 2018 (CEST).

Overview

Facebook page	0.0
Twitter	0.0
Printability	0.0
Mobile	3.0
Popularity	6.7
Social Interest	6.8
Server behaviour	7.0
Internal links	8.5
Headings	9.0
Images	9.5
Amount of content	9.6
Domain age	10
URL format	10
Meta tags	10
Incoming links	10
Page titles	10
Analytics	10
Freshness	10
More features	+
5 pages tested	

Metricspot:

Análisis Web de www.juegosalibre.com

Descargar PDF | Seguimiento | Historial

PUNTUACIONES

Autoridad SEO:	38.6%	SEO Básico:	63.6%
Contenido:	14.3%	Usabilidad:	68.7%
Aspectos Técnicos:	65.7%	Redes Sociales:	26.9%

Analiza la estrategia de tus competidores con nuestro análisis comparativo de webs. ¡Desmárcate de la competencia!

Análisis Comparativo (Pro)

Para comparar el tráfico y ranking de distintas páginas web y sus fuentes de tráfico, podemos utilizar la herramienta similarweb:

SimilarWeb Sign In

Enter any website to get started

Our Products | Resources | Company | Plans & Pricing | Go PRO

Juegosalibre... vs. Cama-elastica.com

Global Rank
Worldwide

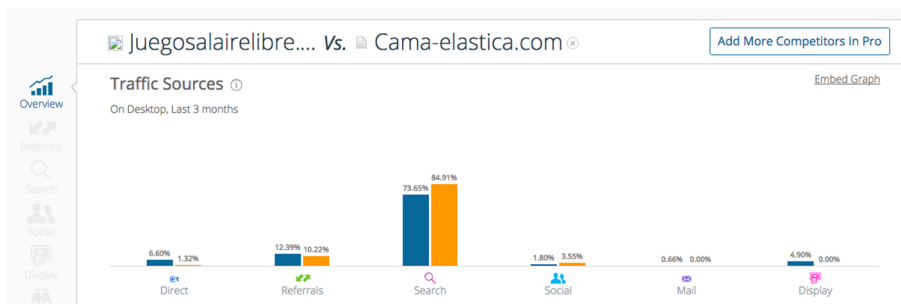
Juegosalibre...	#999,997 ↑
Cama-elastica.com	#3,155,043 ↓

Country Rank
Spain

Juegosalibre...	#43,356 ↑
Cama-elastica.com	#233,138 ↓

Category Rank
Games > Video Games

Juegosalibre...	#21,863 ↑
Cama-elastica.com	N/A



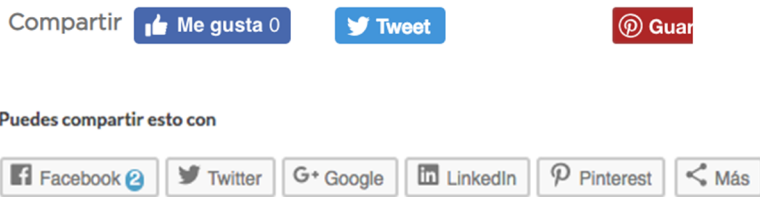
Además de pasar alguna de estas herramientas, entraremos en la web y analizaremos con detalle y de manera cualitativa los siguientes puntos: usabilidad, diseño, si se trata de una web responsiva, idiomas, si existe un buscador interno, si hay la opción de suscribirse al boletín de información o recibir notificaciones, menú de la web, secciones de contenidos estáticos y contenidos dinámicos. Si es un comercio electrónico, seguiremos procesos de compra para valorar la experiencia de usuario, formas de pago y condiciones.

Si existe una aplicación también la analizaremos, así como las opiniones en Play Store o Apple Store. Haremos distintas capturas junto con los comentarios, observaciones o conclusiones que vayamos llevando a cabo.

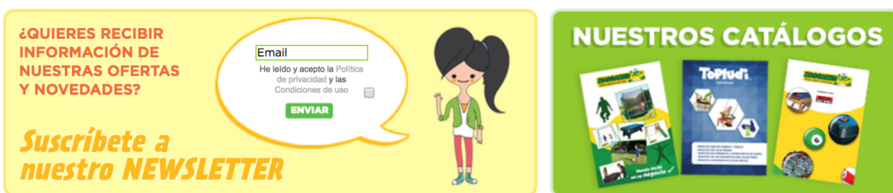
Buscaremos si hay presencia de iconos de redes sociales. En este caso, se abren en una nueva pestaña, lo que hace que no se pierda la navegación de la web principal. Buscaremos también si los contenidos susceptibles de ser compartidos tienen los *plugins* de *share* instalados y si existe caja de *feed* de noticias de redes sociales.



Ejemplos de *plugins de share* o de compartir:



Suscripción al boletín de noticias y descarga de catálogos en PDF:



También podemos usar herramientas para ver qué tecnología se ha utilizado para construir la web, identificar *plugins* o herramientas instaladas (como el píxel de Facebook, los *plugins de share*, etc.) o para detectar si se ha usado una plantilla de Wordpress.

Builtwith:

Ved también

Encontraréis más herramientas en el siguiente artículo: <https://www.webempresa.com/blog/como-averiguar-que-cms-plantilla-y-plugins-utiliza-una-web.html>

Log In - Signup for Free

builtwith Tools Features Plans & Pricing Customers Resources Website, Tech, Keyword **Lookup**

Home / juegosalibre.com Technology Profile

JUEGOSALIBRE.COM

Technology Profile Detailed Technology Profile Meta Data Profile Relationship Profile

Analytics and Tracking

Google Conversion Tracking
 Google Conversion Tracking Usage Statistics - Download List of All Websites using Google Conversion Tracking
 This free tool in AdWords can show you what happens after customers click your ad (for example, whether they purchased your product, called from a mobile phone or downloaded your app).
 Conversion Optimization

Google Analytics
 Google Analytics Usage Statistics - Download List of All Websites using Google Analytics
 Google Analytics offers a host of compelling features and benefits for everyone from senior executives and advertising and marketing professionals to site owners and content developers.
 Application Performance - Audience Measurement - Visitor Count Tracking


- Google Analytics Classic**
 Google Analytics Classic Usage Statistics - Download List of All Websites using Google Analytics Classic
- Google Universal Analytics**
 Google Universal Analytics Usage Statistics - Download List of All Websites using Google Universal Analytics

Facebook Pixel
 Facebook Pixel Usage Statistics - Download List of All Websites using Facebook Pixel
 Facebook Pixel is Facebooks conversion tracking system for ads on Facebook to websites.

Facebook Signal
 Facebook Signal Usage Statistics - Download List of All Websites using Facebook Signal
 Journalists use Signal to surface relevant trends, photos, videos and posts from Facebook and Instagram for use in their investigations and reporting.

Profile Details

Last technology detected on 3rd August 2018. We know of 38 technologies on this page and 24 technologies removed from juegosalibre.com since 5th April 2012. [Link to this page.](#)


 Add BuiltWith to Chrome for free! Get lookups easily and quickly.
[Add to Chrome](#)

Recent Lookups

yetarone.com	akujly-zhi-sustavr.ru
nowanatrix.biz	premier-ortho.com
msisapppliedsciences.com	metrisonicenergy.com
bogotta.gov.co	beljingan.com
mtplus.biz	ltsbusiness.com
mojry.com	fierr.com
montessoritofcorona.com	moow-wear.com
boozeman.co.ke	can-dipape.com
youfiz.com	mtca.co
najou.net	muahroomship.co.uk
	pooflyweddings.co.uk

WPThemeDetector:



Site to check: [Experience the magic of WPTD!](#)


The site <http://juegosalibre.com> does not seem to be using WordPress.



Site to check: [Experience the magic of WPTD!](#)

The WP Theme used by this site seems to be called **hemingway-child**, but no detailed information about it is available at <http://topludiblog.com>.
[Check the details of the suggested probable theme below](#)

This site is probably using the following theme:



Hemingway-Child

Newest version detected for this theme: 0.1.0

Author: [Alice Paul](#)

Parent Theme: [hemingway](#)

Description: Child theme for the Hemingway

[More Details and Demo](#)

[Child Theme](#)

Si existe un apartado de **blog** dentro de la web o un blog externo, también lo analizaremos. Cuando está dentro de la web, podemos encontrar este apartado bajo distintos nombres: noticias, magazín, etc. Se trata de un apartado de contenidos dinámicos que ayudan a posicionar de manera natural (SEO).

En este caso, el blog está alojado fuera de la web principal, con un dominio propio: topludiblog.com/.



Coches de pedales, preguntas frecuentes

26/06/2018 / TOPLUDI / SIN COMENTARIOS

Somos especialistas en coches de pedales, por esto representamos a BERG en España, el mejor fabricante de cuadríciclos del mercado. La gama de karts de pedales es muy extensa y a veces los clientes se pierden entre tantos modelos y características. En este artículo te respondemos a las preguntas más frecuentes que nos hacen los clientes cuando quieren comprar un coche de pedales.

¿Qué coche de pedales es para mi hijo según la edad y altura?

La edad recomendada en el coche de pedales BERG es uno de los parámetros a tener en cuenta, pero no es el mejor para decidir el modelo que mejor se adaptará a una persona, ya que la altura media de las personas es bastante diferente según los países y en Holanda, de donde se diseñan los cuadríciclos BERG, son los más altos del mundo. Por este motivo indicamos también la altura mínima y altura máxima de cada tipo de vehículo para que puedas escoger el vehículo según la altura de la niña o el niño. BERG Go2 es de 10 a 30 meses y de 70 a 100 cm de altura. BERG Buzzy es de 2 ...

Seguir leyendo

Formulario de búsqueda **BUSCAR**

TOPLUDI INTERNACIONAL

Castellano [Juegos al aire libre](#)

Italiano [Giochi da giardino](#)

Français [Jeux de plein air](#)

Português [Jogos de exterior](#)

Català [Jocs a l'aire lliure](#)

SIGUENOS EN FACEBOOK



Se el primero de tus amigos en indicar que te gusta.

Una vez identificada la ubicación del blog, llevaremos a cabo un análisis detallado del mismo: diseño, usabilidad, secciones, contenidos (temas y subtemas), línea editorial, idiomas, si existen contribuyentes o personas que firman los artículos, frecuencia de publicaciones, comentarios, nube de *tags* o etiquetas, hipervínculos, conexión con redes sociales (*plugins* de *share*), caja de noticias de redes sociales, etc.

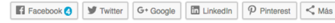
SÍGUENOS EN FACEBOOK



SÍGUENOS EN TWITTER



Puedes compartir esto con



General

ENTRADA ANTERIOR
Gincana para fiestas infantiles (2ª parte)

Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada.

Empty text area for writing a comment.

Form fields for 'Nombre', 'Correo electrónico', and 'Web'.

Publicar comentario

Recibir un email con los siguientes comentarios a esta entrada.

Categorías, etiquetas y archivo:

CATEGORÍAS

- Areneros
- billares
- Camas elásticas
- casitas infantiles
- coches de pedales
- columpios
- Columpios de jardín
- correpasillos
- croquet
- deportes
- futbolines
- General
- Hinchables
- Juegos al aire libre
- Juegos de jardín
- karts de pedales
- mesas de air hockey
- mobiliario infantil
- Patinetes
- piscinas
- porteras de fútbol
- toboganes
- tractores de pedales
- trineos
- vallas de exterior

ESTE BLOG DE JUEGOS AL AIRE LIBRE TRATA SOBRE

- amigos de topludi
- anclajes para columpios
- asientos de columpios
- balancines
- berg buddy
- berg buddy ferrari
- berg rally
- berg toys
- bergtots
- billares
- billares americanos
- cama elástica
- camas elasticas
- camas elásticas
- carrera de coches de pedales
- carrera de karts de pedales
- casitas de madera
- casitas feber
- casitas infantiles
- coche de pedales
- coches de pedales
- coches de pedales ferrari
- columpios de madera
- consejos
- cuadriciclos
- el hormiguero
- feber
- futbolines
- hudora
- kart de pedales
- karts a pedales
- karts de pedales
- la festa dels súpers
- les 24 hores de lliçà
- masgames
- naturaleza
- ofertas
- parques infantiles
- patinete
- patinetes
- patinetes hudora
- soulet
- toboganes
- topludi
- trineos

ARCHIVO DEL BLOG DE TOPLUDI

- ✓ Elegir mes
- Agosto 2017 (1)
- Junio 2017 (1)
- Mayo 2017 (2)
- Marzo 2017 (2)
- Febrero 2017 (1)
- Enero 2017 (2)
- Diciembre 2016 (2)
- Noviembre 2016 (2)
- Septiembre 2016 (1)
- Agosto 2016 (1)
- Julio 2016 (3)
- Junio 2016 (2)
- Mayo 2016 (1)
- Marzo 2016 (1)
- Febrero 2016 (1)
- Enero 2016 (1)
- Diciembre 2015 (1)
- Noviembre 2015 (1)
- Octubre 2015 (2)
- Agosto 2015 (4)
- Julio 2015 (2)
- Junio 2015 (1)
- Marzo 2015 (2)
- Enero 2015 (3)
- Noviembre 2014 (6)
- Octubre 2014 (1)
- Septiembre 2014 (2)
- Agosto 2014 (1)
- Julio 2014 (1)
- Junio 2014 (1)
- Mayo 2014 (1)
- Abril 2014 (1)
- Febrero 2014 (1)
- Enero 2014 (3)
- Diciembre 2013 (2)
- Noviembre 2013 (4)
- Octubre 2013 (6)
- Septiembre 2013 (3)
- Agosto 2013 (4)
- Julio 2013 (1)
- Junio 2013 (3)
- Mayo 2013 (3)
- Abril 2013 (2)
- Marzo 2013 (1)
- Febrero 2013 (3)

1.4. Redes sociales

A continuación, analizaremos las redes sociales de la empresa o cliente. Primero lo haremos a partir de los iconos que encontremos en la web, pero también comprobaremos si existen perfiles en las redes sociales que no estén enlazadas, por si han sido creadas después de la web y no se han añadido los iconos.

En este caso, analizaremos principalmente las redes sociales que tienen más complicación en cuanto al análisis. El resto deberán ser analizadas de igual modo, siguiendo los principales indicadores que veremos a continuación, como el número de seguidores, el *engagement rate* y la frecuencia de publicaciones (media de publicaciones mensual o semanal), categorías y formatos de contenidos y respuesta a los seguidores.

1.4.1. Facebook

Buscaremos el icono de Facebook en la web y visitaremos la página de empresa. En caso de que la empresa tenga un perfil de persona, deberemos especificarlo, ya que no es correcto y tendremos que recomendar la creación de una página de empresa.

The screenshot shows the Facebook profile of 'Topludi' (@Topludi). The page layout includes a blue header with the Facebook logo and login fields. The profile picture is a colorful logo with the text 'TOP ludi'. The cover photo shows a playground with slides and swings. The main content area features a post from Topludi, dated 21 hours ago, with a photo of two children on a swing set. The post text reads: 'La imaginación de los peques no tiene límites. ¿Hacemos una prueba? Pregúntales donde colocarían un columpio, seguro que te sorprenderán 😊'. Below the post, it says 'A Mari Martínez, Ignacia Álvarez, Isabel Josa Teran y 12 personas más les gusta esto.' The right sidebar contains the 'Comunidad' section, which shows 'A 15 257 personas les gusta esto' and '15 011 personas siguen esto'. Below this is the 'Información' section, which includes the address 'Carrer Tona, 14 (58,84 km) 08480 La Armetlla', phone number '902 10 66 30', website 'www.topludi.com', and hours 'Siempre abierto'. At the bottom of the sidebar, there is a 'Personas' section showing a 5-star rating and '15 257 Me gusta' and '2 visitas'. Red circles highlight the navigation menu on the left, the 'Comunidad' section, and the 'Me gusta' count in the 'Personas' section.

Indicaremos número de seguidores y visitas. Calcularemos el *engagement rate* (ratio de interacciones) del último mes. Consideramos interacciones a los comentarios, reacciones (me gusta, me encanta, sorpresa, enfado) y compartidos. Lo calculamos de la siguiente forma cuando no tenemos acceso a las estadísticas y en el caso de que, aun teniéndolas, queramos comparar los datos con otras páginas a las que no tenemos acceso como administradores.

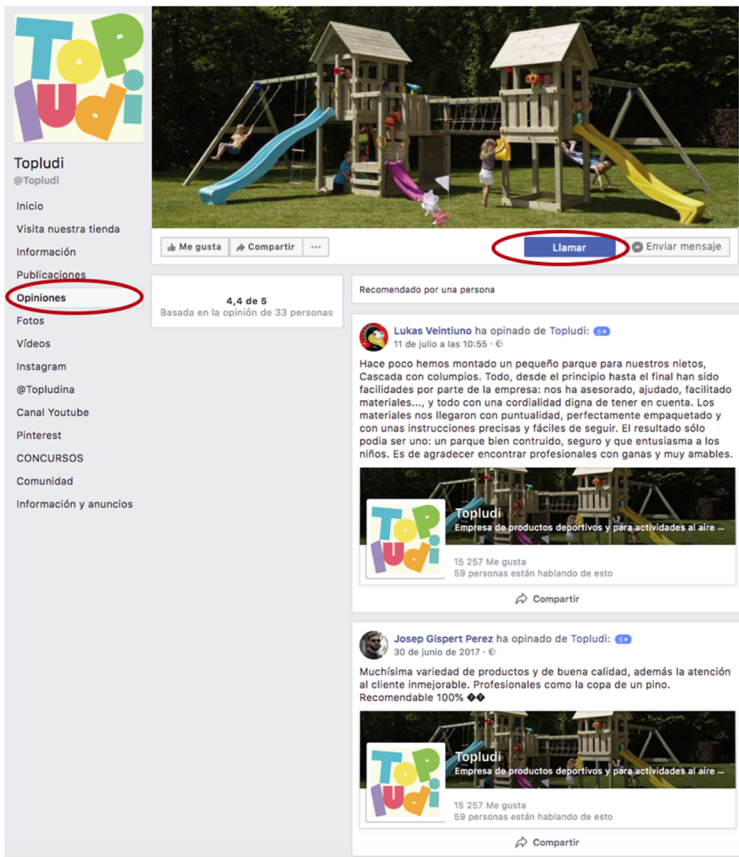
ER = media de interacciones por publicación × 100 / número de seguidores

Este porcentaje nos permite la comparación entre páginas con distinto número de seguidores. En el caso de tener acceso a las estadísticas, y no buscar la comparación con otras páginas, lo calcularíamos sobre el alcance de las publicaciones en lugar de sobre el número total de seguidores, y tendríamos en cuenta como interacción también los clics en la publicación y en el enlace. Estos datos solo son visibles para administradores, editores y analistas de páginas de empresa.

Analizaremos opiniones y publicaciones de usuarios (si es que la página las permite).

The screenshot shows the Facebook profile of 'Topludi'. The profile picture is a colorful logo with the text 'TOP ludi'. The cover photo is a blue and white abstract design. The main content area shows a public post by Josefina Perez asking for help with a cancelled order. Below it, there are two more posts: one from Topludi apologizing for a shipping error and another from Josefina Perez thanking the page. The right sidebar shows statistics: 15,257 likes and 15,011 total followers. The bottom of the page features an advertisement for 'Juegos para disfrutar al aire libre - Mammaproof Barcelona' with a photo of children playing.

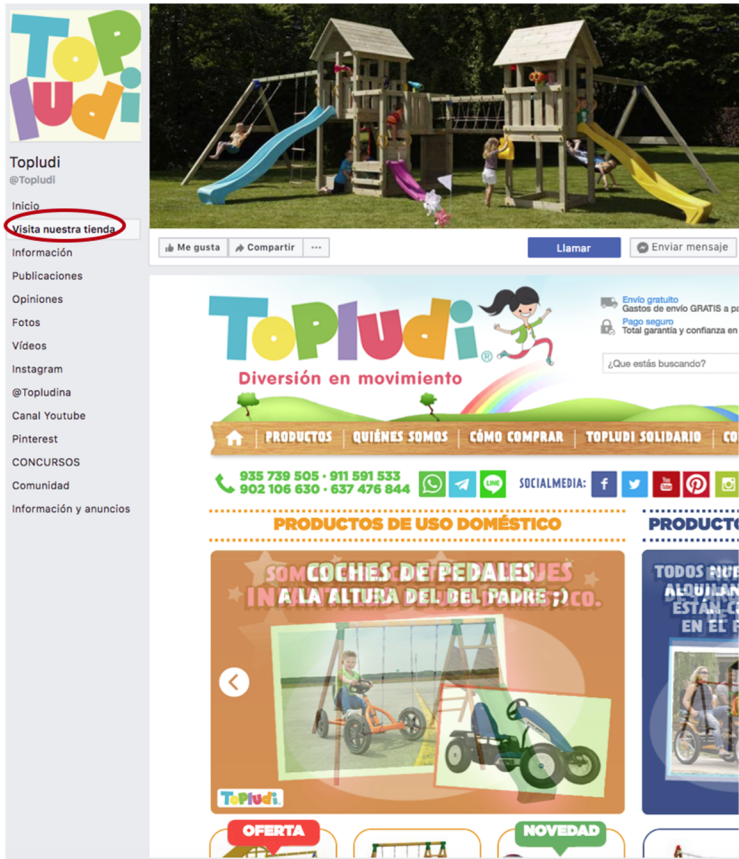
También indicaremos si hay llamada a la acción: llamar (como vemos en este caso), mensaje o visitar web.



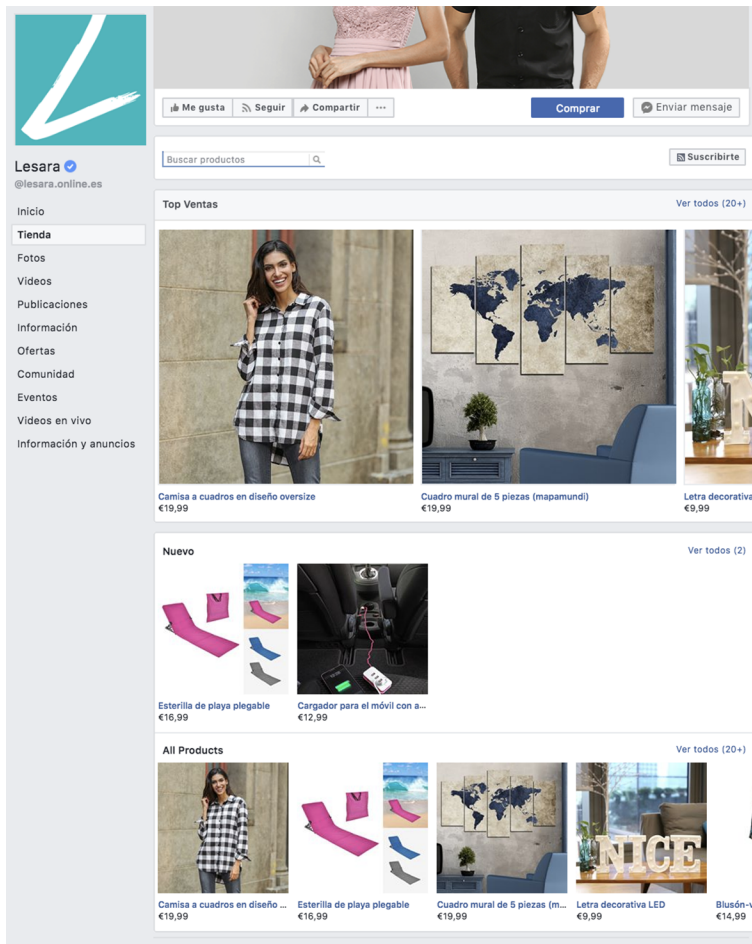
Visitaremos todas las pestañas que encontramos en la columna izquierda, y comentaremos las más relevantes. Si hay pestañas de concursos, también las analizaremos. En los concursos, puede que veamos concursos antiguos o en curso. Puede ser una aplicación de desarrollo propio o una aplicación de terceros (por ejemplo, Easypromos).



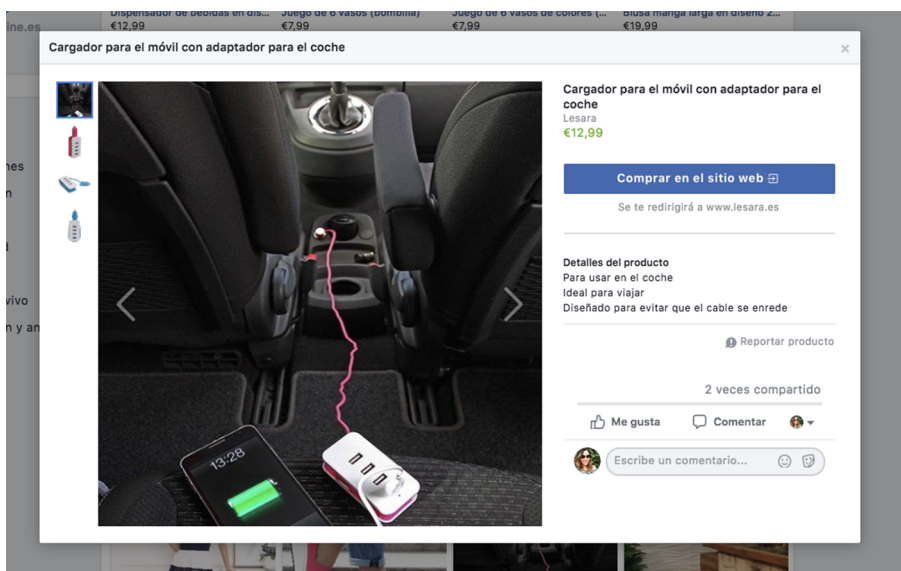
En el caso de la tienda en línea, constataremos si es una réplica a la web (como en este caso) o si es un catálogo de productos.



Veamos otro ejemplo de catálogo de productos dentro de Facebook. En este caso, la compra final también va a la web, pero nos muestra la pestaña de tienda como un catálogo.



The screenshot shows the Lesara online store interface. At the top, there is a navigation bar with options like 'Me gusta', 'Seguir', 'Compartir', 'Comprar', and 'Enviar mensaje'. Below this is a search bar and a 'Suscribirse' button. The main content area is divided into sections: 'Top Ventas' (Top Sales) and 'Nuevo' (New). The 'Top Ventas' section features three products: a checkered shirt (€19,99), a world map mural (€19,99), and a decorative letter 'N' (€9,99). The 'Nuevo' section features two products: a foldable beach mat (€16,99) and a car mobile charger (€12,99). Below these sections is an 'All Products' section showing a grid of various items, including the checkered shirt, beach mat, world map mural, decorative letter, and a blue dress (€14,99).



The screenshot shows a product detail page for a 'Cargador para el móvil con adaptador para el coche' (Mobile charger with car adapter). The main image shows a car's interior with a mobile phone connected to a car charger. The product name is 'Cargador para el móvil con adaptador para el coche' and the price is €12,99. There is a 'Comprar en el sitio web' button and a note 'Se te redirigirá a www.lesara.es'. The 'Detalles del producto' section includes: 'Para usar en el coche', 'Ideal para viajar', and 'Diseñado para evitar que el cable se enrede'. There is also a 'Reportar producto' button and a '2 veces compartido' (shared 2 times) indicator. At the bottom, there are options to 'Me gusta' (like), 'Comentar' (comment), and a text input field for 'Escribe un comentario...' (write a comment).

Otro dato muy relevante, y al que tenemos acceso desde junio del 2018, es el apartado de «Información y anuncios», que nos muestra los anuncios activos de la página en ese momento. Para las páginas internacionales, nos muestra los anuncios de cada país. En este apartado, también podemos ver la fecha de creación de la página y si ha habido cambios de nombre.

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Topludi'. The page layout includes a top navigation bar with a link to the commercial administrator, a profile picture, and a cover photo of a playground. The left sidebar contains navigation links such as 'Inicio', 'Visita nuestra tienda', 'Información', 'Publicaciones', 'Opiniones', 'Fotos', 'Videos', 'Eventos', 'Instagram', '@Topludina', 'Canal Youtube', 'Pinterest', 'CONCURSOS', 'Comunidad', 'Tienda', 'Información y anuncios', and 'Administrar promociones'. The 'Comunidad' link is circled in red. The main content area features an advertisement for 'Anuncios activos de Topludi', a post from 'Topludi Publicidad' with a photo of two children on a swing set, and a right-hand sidebar with 'Información de la página' and language options.

Analizaremos también la pestaña de información, vídeos, eventos, notas, redes sociales, etc. En el inicio, también buscaremos las páginas que le gustan a la página (abajo a la derecha). En algunos casos, podemos encontrar las normas de la comunidad (con varios nombres). Veamos un ejemplo:



Una vez analizados los distintos apartados, analizaremos las publicaciones y contenidos: frecuencia de publicación (media de publicaciones semanal o mensual, indicando el periodo de tiempo analizado, por ejemplo: últimos dos meses), tipos de contenido, temáticas, interacciones, tiempo de respuesta, reputación, etc.

Una vez hecho el análisis a partir de la observación, también podemos pasar alguna herramienta que nos ofrezca más datos, como *likelyzer* o *Fanpage Karma*, e incluir capturas de los datos más relevantes de cliente. Estas herramientas, en su versión gratuita, nos permitirán comparar los principales indicadores respecto a competidores.

1.4.2. Twitter

Analizaremos el número de seguidores; listas (suscrito y miembros); número de *following* o siguiendo; número de tuits y me gusta (antes, favoritos); antigüedad de la cuenta; número de fotos y vídeos; frecuencia de publicaciones (diaria o semanal, indicando periodo de tiempo analizado, por ejemplo: último mes); línea editorial; uso de menciones; RT y *hashtags*. También indicaremos si hacen *lives* (vídeos en directo) o Twitter Moments.

Analizaremos también el número de listas a las que está suscrito (creadas por el mismo usuario o de otros usuarios) y de las que es miembro porque otros usuarios les han añadido a sus listas. Este dato solo aparecerá en el caso de que el usuario haya creado alguna lista, y si no, podemos verlo a partir de alguna herramienta, como comprobaremos a continuación. Las listas son una forma de reconocer la autoridad o el conocimiento de un usuario sobre un tema. Pueden ser públicas o privadas (por ejemplo, para observar a competidores o clientes). Las privadas solo son visibles por el propietario de la cuenta. También son una forma de organizar la lectura por temáticas o de leer a usuarios a los que no seguimos, ya que no es necesario seguir a un usuario para ponerlo en una lista. De cuantas más listas sea miembro un usuario, mayor serán su reputación y relevancia para otros usuarios. El avatar al lado de la lista nos indica quién la ha creado.

Suscrito a	Miembro de
Blogers ;-) por Topladina de TOPLUDI 10 miembros	Empreses i Comerços por ParetsEmpreses 91 miembros
Media/News por Tora Cecilia Lie 63 miembros	Deportes-Ocio por Nexus Informática Deportes-Ocio 40 miembros
algo/se/aprende por Brígida D. López P. para ejercitar el intelecto y ampliar la cultura general!!! 38 miembros	Forex_Traders_92 por FX Lord Ioe Follow me, if you are interested in financial trading. I will follow you back, ASAP! 528 miembros
educaciondehijos por Escuela de Padres medios y especialistas en educación de los hijos 109 miembros	Profesores por Mónica Schweepes Todo sobre educación. 33 miembros
Menuts i moguts por Nòbia València Per seguir a totes aquelles persones que parlen sobre els més moguts de la casa... 46 miembros	Twitter golf list por TeeingGround.com 4811 miembros
Bebes, mamas y mas por Lulá etá 15 miembros	Naturaleza2 por Pedro Martínez Hay tantas personas que luchan por un mundo mejor que he tenido que crear la 2ª :) 184 miembros
Peques y Bebés por Cultivamos Futuro 129 miembros	Playground por Jorge 33 miembros
buenos sitios por Laly Wayar 2 miembros	Design por Jorge 442 miembros
todo sobre bebés por Minerva 9 miembros	Gracias por seguirnos! 5 por Banco Sabadell Estamos a tu disposición las 24h y los 7 días de la semana! Como siempre un placer! ;-) 4823 miembros

Una vez que hayamos hecho el análisis a partir de la observación, podemos pasar también herramientas que nos ofrezcan otros datos o gráficos (como *foller.me* para analizar los principales indicadores, *followerwonk* para comparar cuentas y *fake follower check* o *Twitter Audit* para analizar la calidad de los seguidores de una cuenta), e incluir capturas de los datos más relevantes. Estas herramientas, en su versión gratuita, nos permitirán comparar los principales indicadores respecto a competidores.

1.4.3. YouTube

Analizaremos los distintos apartados del canal: si está personalizado y tiene nombre de usuario personalizado, fecha de creación, canales asociados, comentarios, número de vídeos publicados, listas de reproducción, número de suscriptores y visionados, vídeos más populares, media de visionados por vídeo, número de comentarios y *likes* y *dislikes*.

En la pestaña «Más información», podemos ver la fecha de creación del canal y el número de visualizaciones totales, así como enlaces a páginas web y otros perfiles de RRSS.

También analizaremos los vídeos más populares (por defecto, aparecen por fecha de publicación, pero se pueden reordenar haciendo clic sobre la pestaña).

The screenshot shows the YouTube channel page for 'TOPLUDI'. The navigation bar includes 'INICIO', 'VÍDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'CANALES', 'COMENTARIOS', 'MÁS INFORMACIÓN', 'TENDENCIAS', and 'ESTADÍSTICAS'. A red circle highlights the 'VÍDEOS' tab and a dropdown menu for sorting videos, with options like 'Más populares', 'Fecha de inclusión (más antiguo)', and 'Fecha de inclusión (más reciente)'. The main content area displays a grid of video thumbnails with titles, view counts, and upload dates.

Además del análisis mediante la observación y el cálculo de indicadores, podemos utilizar la extensión de Chrome vidIQ Vision for YouTube, que nos aporta estadísticas en el mismo canal de cualquier cuenta, y nos permite analizar tanto al cliente como a los competidores y referentes. Podemos ver estos datos en la captura anterior (en porcentajes en verde, amarillo y rojo) y en la siguiente.

The screenshot shows the YouTube channel page for 'TOPLUDI' with analytics for subscribers and views. The analytics section displays a line graph for 'vistas' (10,243) and 'suscriptores' (33) over the period 2018/07/08 to 2018/08/07. A bar chart shows 'videos publicados' (0). The analytics section also includes a range of subscribers (2,855,879th to 1,921,612th) and a search bar with tags like 'juegos', 'aire libre', 'topludi', 'jocs', 'taire', 'lliure', 'trampolines', 'pedal', 'go', 'karts', 'berg', 'toys'.

1.4.4. Pinterest

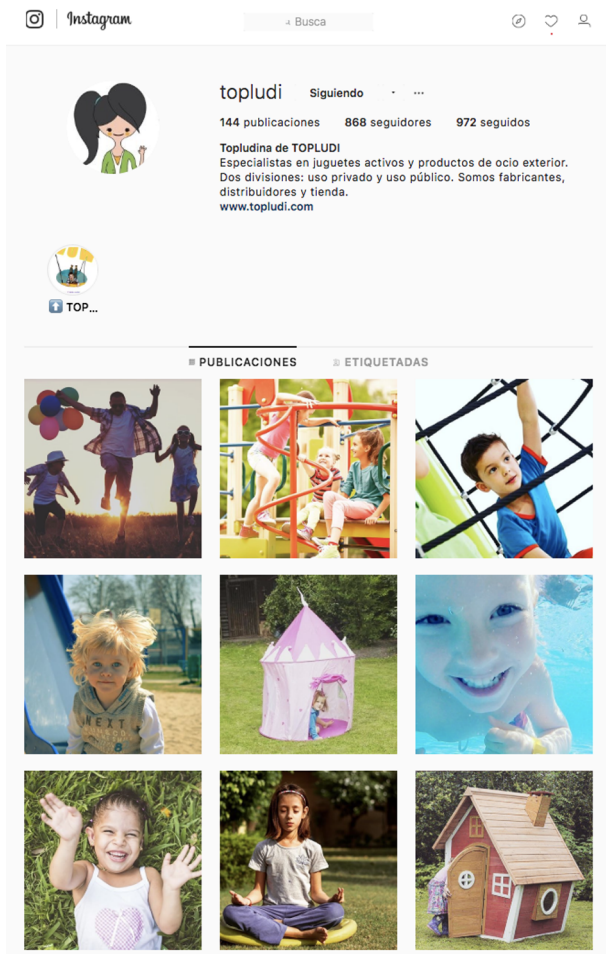
Analizar los datos visibles: número de seguidores, seguidos, número de tableros y de pines y contenido de los tableros.

The screenshot shows the Pinterest profile for 'Topludi Outdoor Games & Active Toys'. At the top, there are buttons for 'Mensaje' and 'Dejar de seguir'. The profile name is 'Topludi Outdoor Games & Active Toys' with 144 seguidores and 48 siguiendo. The website 'www.topludi.com' is listed, along with the location 'Europa' and the company name 'Company of Outdoor Games & Active Toys'. Below the profile information, there are two tabs: 'Tableros' (selected) and 'Pines'. The 'Tableros' section displays a grid of boards:

- Children**: 18 Pines, Dejar de seguir
- Family**: 30 Pines, Dejar de seguir
- Humor & Ni...**: 33 Pines, Dejar de seguir
- Outdoor Ga...**: 20 Pines, Dejar de seguir
- Active Toys ...**: 14 Pines, Dejar de seguir
- Outdoor Ga...**: 11 Pines, Dejar de seguir
- Active Toys ...**: 8 Pines, Dejar de seguir
- TOPLUDI**: 2 Pines, Dejar de seguir

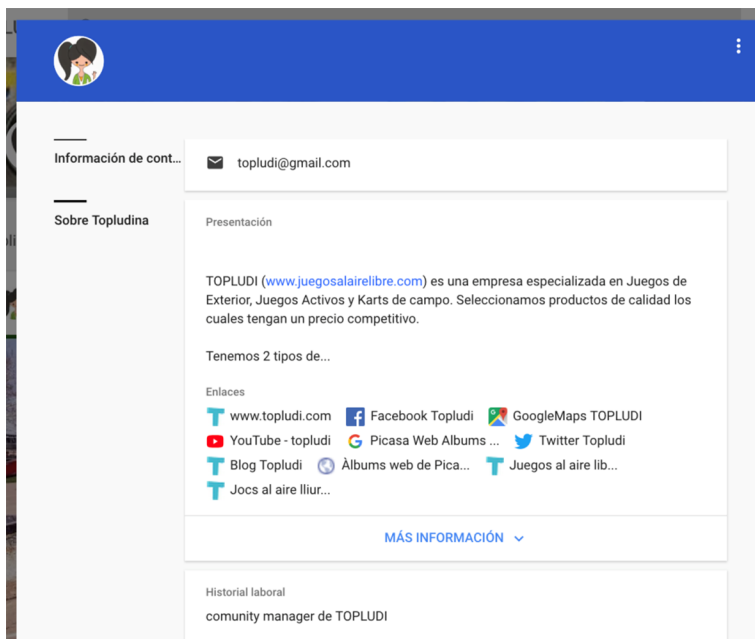
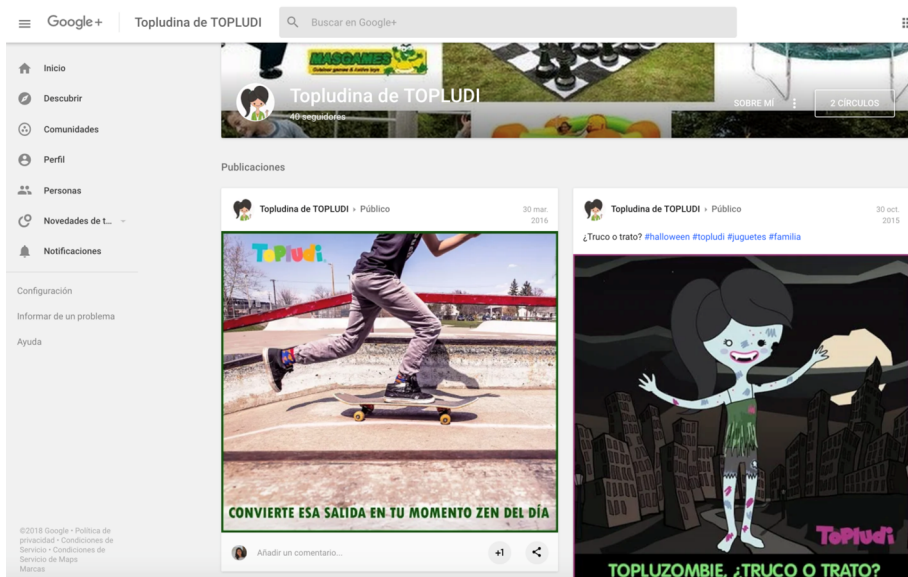
1.4.5. Instagram

Analizar número de publicaciones, seguidos, historias destacadas, *engagement rate* medio de un periodo o número de publicaciones concreto y uso de *hashtags* (propios y genéricos).



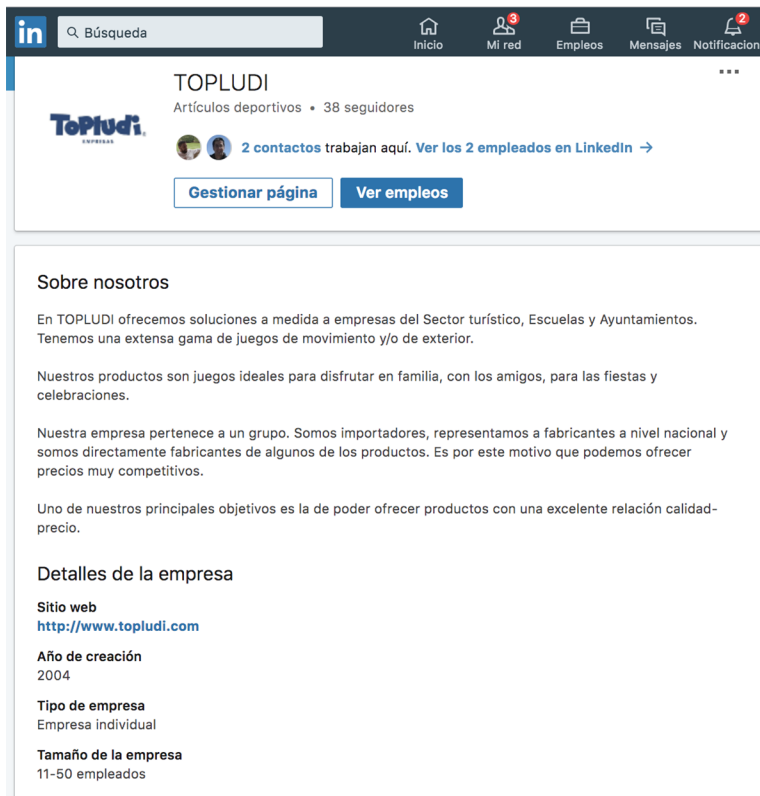
1.4.6. Google+

Analizar número de seguidores, comunidades, frecuencia de publicaciones e información del apartado «Sobre mí», en el que podemos encontrar otros enlaces o perfiles. Esta plataforma suele usarse para mejorar el posicionamiento natural en Google, por lo que es habitual que tenga una frecuencia menor de publicaciones.



1.4.7. LinkedIn

TOPLUDI cuenta con perfil en esta red profesional, ya que una parte importante de su negocio es B2B (*business to business*). Analizaremos la página de empresa: número de seguidores, número de empleados que han enlazado su perfil personal a la empresa, número de empleados de la empresa (tamaño), año de creación, si tiene páginas de producto, si hace publicaciones y si tiene alguna oferta activa de empleo. En este caso, la página está poco trabajada, ya que solo hay 2 empleados que han enlazado su perfil, tiene 38 seguidores, no posee ninguna página de producto y no hace publicaciones.



TOPLUDI
Artículos deportivos • 38 seguidores

2 contactos trabajan aquí. [Ver los 2 empleados en LinkedIn](#) →

[Gestionar página](#) [Ver empleos](#)

Sobre nosotros

En TOPLUDI ofrecemos soluciones a medida a empresas del Sector turístico, Escuelas y Ayuntamientos. Tenemos una extensa gama de juegos de movimiento y/o de exterior.

Nuestros productos son juegos ideales para disfrutar en familia, con los amigos, para las fiestas y celebraciones.

Nuestra empresa pertenece a un grupo. Somos importadores, representamos a fabricantes a nivel nacional y somos directamente fabricantes de algunos de los productos. Es por este motivo que podemos ofrecer precios muy competitivos.

Uno de nuestros principales objetivos es la de poder ofrecer productos con una excelente relación calidad-precio.

Detalles de la empresa

Sitio web
<http://www.topludi.com>

Año de creación
2004

Tipo de empresa
Empresa individual

Tamaño de la empresa
11-50 empleados

1.4.8. Otras redes sociales

Analizaremos el resto de las redes sociales, a partir de los perfiles que tengan enlazados en la web y haciendo búsquedas en otras plataformas en las que pueda tener presencia (Snapchat, Foursquare, Tripadvisor, Yelp, otras redes sectoriales, etc.).

Comparativa Facebook

	CLIENTE	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3	COMPETIDOR 4
Likelyzer Score	80	85	87	69	65
Likes	169.775	924.373	143.910	84.644	59.233
Likes growth	3%	-	-	-	4%
Engagement Rate	5,81%	4,48%	11,34%	1,85%	1,31%
Checkins	-	311.786	53.528	82.131	25.705
Costs per day	2,52	1,91	1,17	1,23	2,08
Likes, comments & shares per post	106	2.670	506	87	20
Cost per type	16.7% 16.7% 33.3%	79.2% 8.3% 12.5%	79.2% 16.7% 4.2%	58.3% 12.5% 29.2%	12.5% 16.7% 70.8%
Hashtags	Not using	Not using	Using	Using	Using
Post by others	Yes	No	Yes	No	No

Fecha consulta: 21 Mayo 2017 (datos del último mes)

2. Análisis de competidores y referentes

Una vez que se haya analizado al cliente en detalle, se analizarán los competidores y los referentes. Para los competidores, podemos elaborar cuadros comparativos con los principales indicadores (cuantitativos y cualitativos). Podéis indicar los mejores resultados de cada indicador en verde, y los peores, en rojo. Para el análisis de referentes, podemos centrarnos en las mejores prácticas, ya que los indicadores cuantitativos puede que estén muy alejados de nuestras posibilidades, y nos darán poca información. A continuación, vemos algunos cuadros comparativos de cliente y competidores a modo de ejemplo:

Comparativa Twitter

	CLIENTE	C1	C2	C3	C4	C5
Tweets	12.955	9.553	43.288	22.253	15.467	25.117
Followers	270.751	10.015	1.102.035	547.417	77.526	132.280
Following	481	389	1.033	2.191	2.907	1.673
Número de Followers por cada Following	562,89	25,75	1.066,83	249,85	26,67	79,07
Listed	719	224	7.082	3.779	1.828	2.411

Herramienta: Foller.me

	CLIENTE	C1	C2	C3	C4	C5
Followers por día	50	3	690	160	32	63

Herramienta: Twittercounter.com
 Datos: 21 de mayo de 2017

Comparativa Instagram

	@cliente	@comp1	@comp2	@comp3	@comp4
Publicaciones	170	79	482	625	624
Seguidores	17.900	89.800	65.400	34.200	18.200
Seguidos	157	78	1.171	1.227	540
Media publicaciones por semana	2,2	4	3	6	6
Media likes por foto	323	3.430	846	339	188
Media comentarios por foto	2	27,5	5,7	1,3	1,6
Engagement Rate	1,8%	3,8%	1,3%	1%	1%
Media views vídeo	973	5.069	3.492	1.448	743
Media comentarios vídeo	4,5	13,3	7	2,2	3,2
Media hashtags por publicación	3	3	13	6	15

ER: media likes + media comentarios x 100 / total seguidores
 Cálculo media likes, comentarios y engagement: sobre últimas 12 publicaciones
 Datos: 21 de mayo de 2017

Comparativa Youtube

	CLIENTE	C1	C2	C3	C4	C5
Suscriptores	-	20.980	2.006	3.495	1.072	1.144
Visualizaciones canal	-	3.005.696	116.026	480.248	51.367	309.194
Listas de reproducción	-	114	10	23	7	13
Views vídeo más visto		230.877	10.215	153.975	5.161	48.299

Datos: 21 de mayo de 2017

3. DAFO de la presencia en línea

Una vez hayamos hecho el análisis y tengamos toda la información, elaboraremos un DAFO de la presencia en línea, en el que indicaremos las debilidades y fortalezas de nuestro cliente (factores internos de la empresa) y las amenazas y oportunidades (factores externos o de mercado). Veamos un ejemplo:

DAFO presencia en línea

<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca frecuencia de publicación en todas las plataformas, que perjudica posicionamiento en línea general • Poca interacción con los usuarios • SEO <i>on-page</i> y <i>off-page</i> nulo 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia en línea muy fuerte • Nuevas herramientas y canales de comunicación que la marca no usa. Ej. Instagram Stories • Pérdida de usuarios activos por falta de respuesta
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y <i>branding</i> de marca • Modelo de negocio general • Aplicación y sitios web actualizados a las tendencias 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abarcar mercados más grandes con segmentación en campañas en línea • Optimización general de canales • Desarrollar contenidos reales para blog

Para un análisis más exhaustivo, se recomienda hacer distintas búsquedas en diferentes periodos de tiempo, para ver la evolución de los principales indicadores.

Finalmente, extraeremos las conclusiones del análisis, que nos permitirán tener una visión del sector como punto de partida para elaborar la estrategia en medios sociales.

Como hemos podido ver, el análisis de la presencia en línea del cliente, competidores (directos e indirectos) y referentes es una herramienta imprescindible para definir e implementar la estrategia de cualquier empresa, proyecto o marca personal en el ecosistema de los medios sociales. Podemos seguir esta metodología o adaptarla al caso concreto (ampliando o reduciendo el análisis con otras herramientas). Si seguimos un proceso, observamos y documentamos, una vez que hayamos completado esta fase estaremos en posición de tomar mejores decisiones, tanto estratégicas como tácticas, que nos permitan cumplir los objetivos que nos hayamos marcado.

