

Enero 2022

Informe Anual Métricas Redes Sociales

Subdepartamento de Comunicaciones

Abstract

En el siguiente documento presentamos **el informe de métricas anual de Redes sociales** el cual contiene: desglose por plataforma, mejores contenidos, hallazgos y mejoras para el 2023.

El presente informe tiene como **objetivo mostrar las métricas del 2022 y tomar en cuenta los principales hallazgos y las oportunidades de mejora para la estrategia de comunicación y marketing digital del año entrante.**

Los siguientes son los resultados del año:



sproutsocial

ProChile 

General Comparativo

1/1/2022 – 30/12/2022

Impresiones

2.506.647 ↗ 28,2%

Engagements

126.051 ↗ 108,8%

Clics a enlaces de publicaciones

62.779 ↗ 107,1%

Índice de engagement (por impresión)

5% ↗ 83,3%

Perfil	Audiencia	Crecimiento neto de la audiencia	Publicaciones realizadas	Impresiones	Engagements	Índice de engagement (por impresión)	Reproducciones de videos
Periodo de informe	182.123	13.079	1.845	2.506.647	126.051	5%	158.008
 ProChile	43.634	6.062	356	955.195	75.881	7,9%	45.621
 ProChile	29.544	1.890	521	582.324	24.298	4,2%	17.587
 @ProChile	84.636	340	570	398.718	14.749	3,7%	32.913
 prochilecl	24.309	4.787	398	570.410	11.123	2%	61.887

Crecimos de forma orgánica en los principales KPI . Se realizaron **1.845 publicaciones** y tenemos **182.123 seguidores** en todas nuestras redes



Facebook

1 / 1 / 2022 - 30 / 12 / 2022



Impresiones

582.324 ↗ 39,7%

Engagements

24.298 ↗ 7%

Clics a enlaces de publicaciones

903 ↗ 2,3%

Índice de engagement (por Impresión)

4,2% ↗ 63,5%

Métricas de audiencia

Totales % de cambios

Audiencia total

29.544 ↗ 8,8%

Crecimiento neto total de la audiencia

1.890 ↗ 231%



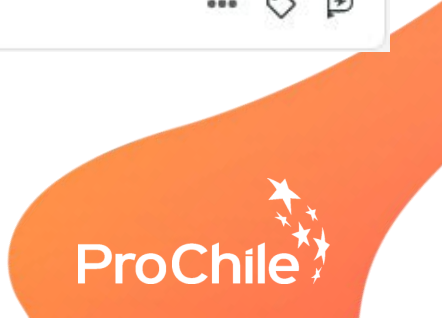
Aumentamos casi un 40% nuestras impresiones, y **nuestra audiencia creció en 1890 nuevos seguidores**

Mejores Contenidos Por impresiones

Fecha y Hora	Impresiones	Contenido
mar. 15/2/2022 9:41 -03	12.965	Comenzamos el día con una gran noticia 🤗. El cómic chileno encuentra en Francia un país donde es admirado por sus ciudadano...
dom. 20/3/2022 11:35 -03	6.710	ProChile felicita a Claudia Huaiquimilla por ser elegida para representar a Chile en los Premios Ariel - galardón que entrega...
mar. 20/9/2022 12:47 -03	5.820	Somos el "Harvard" de los vinos 🍷. Tres expertas en vino de Países Bajos recorren viñas de la Región Metropolitana y se...
dom. 10/4/2022 21:00 -04	5.739	[Lo + visto] La semana pasada fue el gran lanzamiento de la plataforma 'Activa Empresarias' que nació gracias al alero de... emprendedoras con grandes empresas



Dos de los cuatro contenidos destacados son noticias en medios, además de un álbum de foto de la visita de vinos de Países Bajos. Es importante destacar que **domingo y martes** son los mejores días para las publicaciones

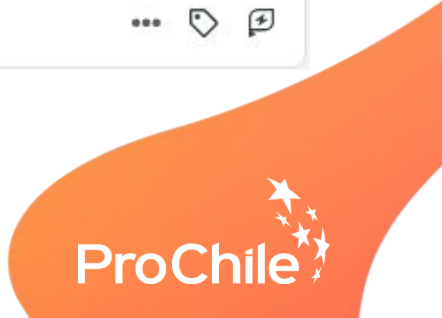


Mejores Contenidos Por Engagement

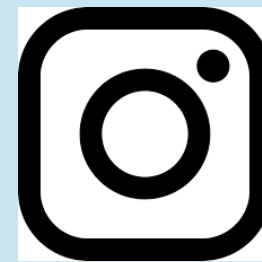
Fecha y Hora	Contenido	Impresiones
mar. 15/2/2022 9:41 -03	Comenzamos el día con una gran noticia 🌟. El cómic chileno encuentra en Francia un país donde es admirado por sus ciudadano...	12.965
dom. 20/3/2022 11:35 -03	ProChile felicita a Claudia Huaquimilla por ser elegida para representar a Chile en los Premios Ariel - galardón que entrega...	6.710
mar. 20/9/2022 12:47 -03	Somos el "Harvard" de los vinos 🍷. Tres expertas en vino de Países Bajos recorren viñas de la Región Metropolitana y se...	5.820
dom. 10/4/2022 21:00 -04	[Lo + visto] La semana pasada fue el gran lanzamiento de la plataforma 'Activa Empresarias' que nació gracias al alero de... emprendedoras con grandes empresas	5.739



Al igual que la lámina anterior, los mejores contenidos son noticias en medios y los mejores días para publicar son similares.



Instagram



Resumen de rendimiento

Visualiza las métricas de rendimiento más importantes de tu perfil en el periodo del informe.

<u>Impresiones</u>	<u>Engagements</u>	<u>Clics a enlaces de publicaciones</u>
576.211 –	11.216 ↗ 43,6%	– –

Índice de engagement (por impresión)

1,9% –



En Instagram tenemos data solo desde que comenzamos a trabajar con Sprout el 1 de junio, por ende, no podemos contar con comparaciones de periodos anteriores.

Mejores contenidos Alcance

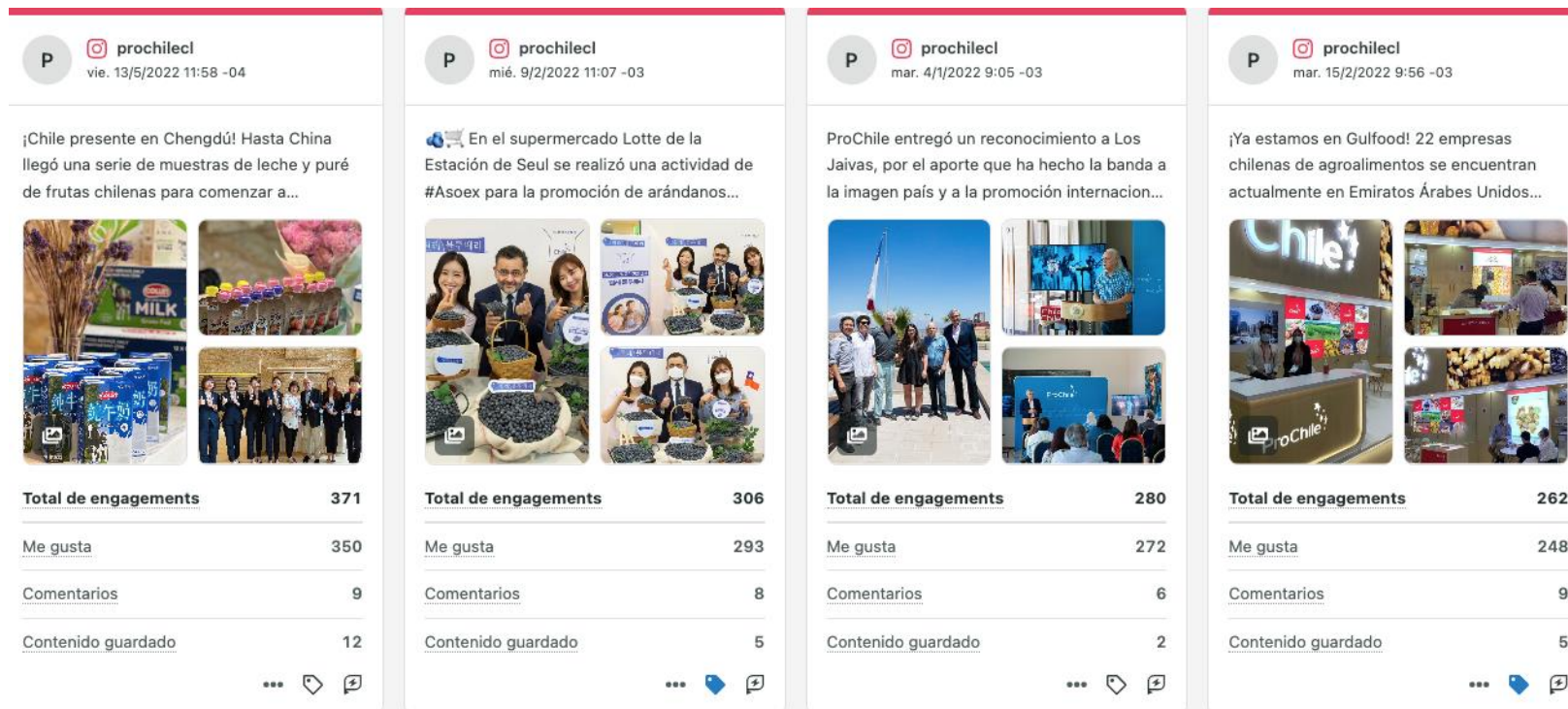
The image displays four Instagram posts from the account 'prochilecl'. Each post includes a profile picture, a post icon, the account name, a timestamp, a caption, a grid of images, and engagement metrics (Impresiones).

- Post 1:** Posted on 13/5/2022 at 11:58. Caption: '¡Chile presente en Chengdú! Hasta China llegó una serie de muestras de leche y puré de frutas chilenas para comenzar a...'. Images show milk cartons and people. Engagement: 5.832 Impresiones.
- Post 2:** Posted on 9/2/2022 at 11:07. Caption: 'En el supermercado Lotte de la Estación de Seul se realizó una actividad de #Asoex para la promoción de arándanos...'. Images show people with blueberries. Engagement: 5.253 Impresiones.
- Post 3:** Posted on 11/10/2022 at 14:55. Caption: '¿Sabías que Chile se posiciona como el mayor proveedor mundial de 26 productos? De acuerdo con un informe realizado en...'. Images include a ranking chart and a boat. Engagement: 5.156 Impresiones.
- Post 4:** Posted on 4/1/2022 at 9:05. Caption: 'ProChile entregó un reconocimiento a Los Jaivas, por el aporte que ha hecho la banda a la imagen país y a la promoción internacion...'. Images show a group of people and a presentation. Engagement: 4.615 Impresiones.

En Instagram los principales contenidos por alcance fueron **actividades, ranking exportador y Enexpro Industrias creativas con la participación de Los Jaivas**, esto debido a lo llamativo de las imágenes y sus contenidos. Asimismo, la publicación de ranking son muy **viralizables en redes**.



Mejores contenidos Interacciones



En Instagram los principales contenidos **por interacciones son actividades, el ranking exportador y Enexpro Industrias creativas**, igual que la lámina anterior. Esto se genera porque cuando hay mayor interacción, el alcance se dispara, aumentan los likes y la acción de compartir, por ende, más personas ven nuestro contenido.



Twitter



Resumen de rendimiento

Visualiza las métricas de rendimiento más importantes de tu perfil en el periodo del informe.

Impresiones

399.019 ↗ 1,1%

Engagements

14.741 ↘ 54,5%

Clics a enlaces de publicaciones

1.120 ↘ 46,1%

Índice de engagement (por impresión)

3,7% ↗ 55,8%

Métricas de audiencia

Audiencia total

Totales % de cambios

84.634 —

Crecimiento neto total de la audiencia

338 —

Crecimiento neto de seguidores en Twitter

338 —

En twitter mantuvimos casi el mismo alcance, lo que es una muy buena noticia porque en general los alcances de twitter se han derrumbado los últimos dos años.

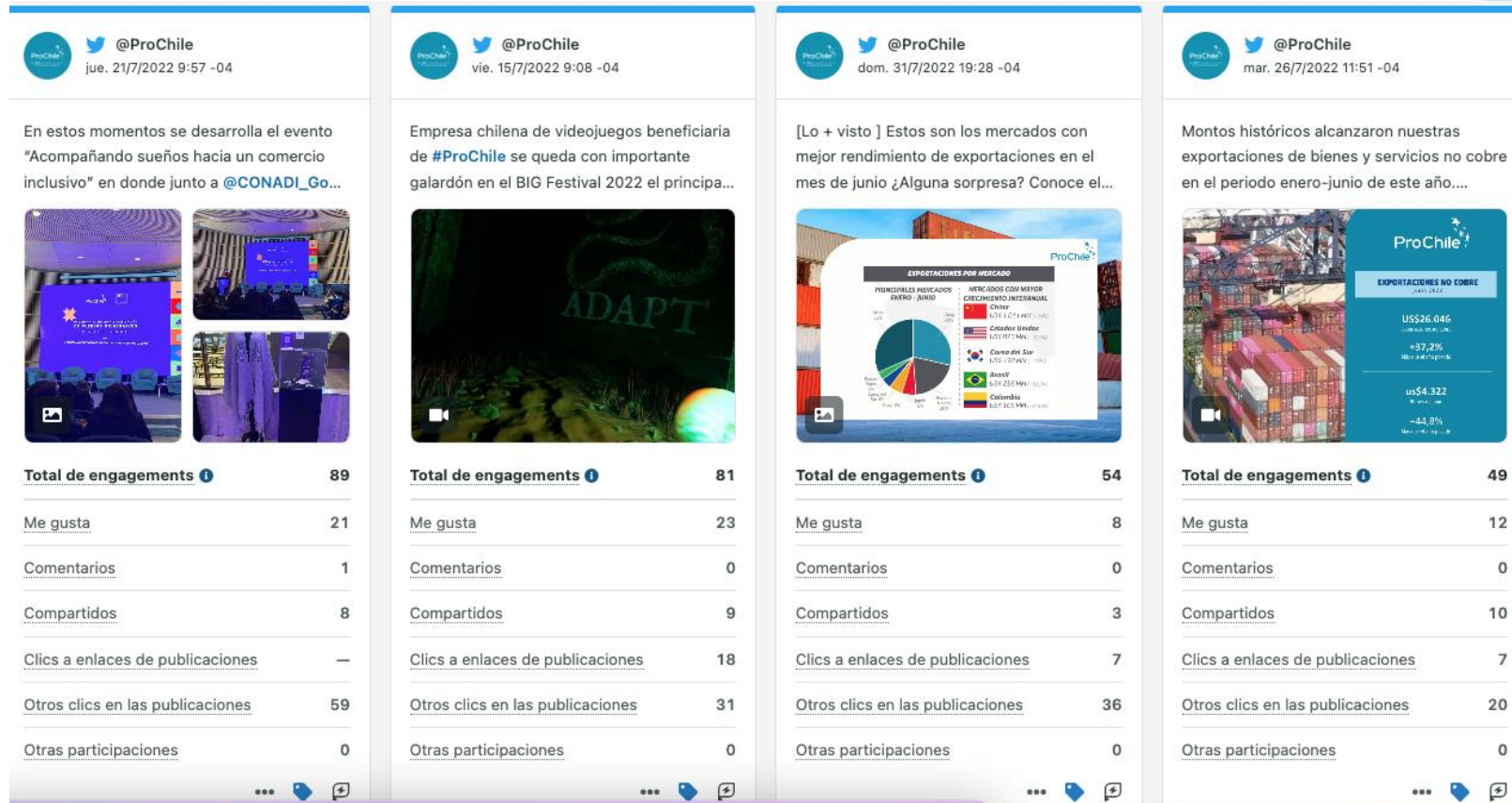


Mejores contenidos Alcance



Las actividades en terreno ('está pasando'), innovación y las efemérides fueron las temáticas con mejor alcance durante el año.

Mejores contenidos interacciones



En el kpi interacciones destacaron las actividades en terreno ('está pasando') y números de exportaciones.



Resumen de rendimiento

Visualiza las métricas de rendimiento más importantes de tu perfil en el periodo del informe.

<u>Impresiones</u> 957.376 ↗70,9%	<u>Engagements</u> 76.102 ↗180,8%	<u>Clics a enlaces de publicaciones</u> 60.945 ↗218,7%
---	---	--

Índice de engagement (por impresión)

7,9% ↗64,3%

Métricas de audiencia

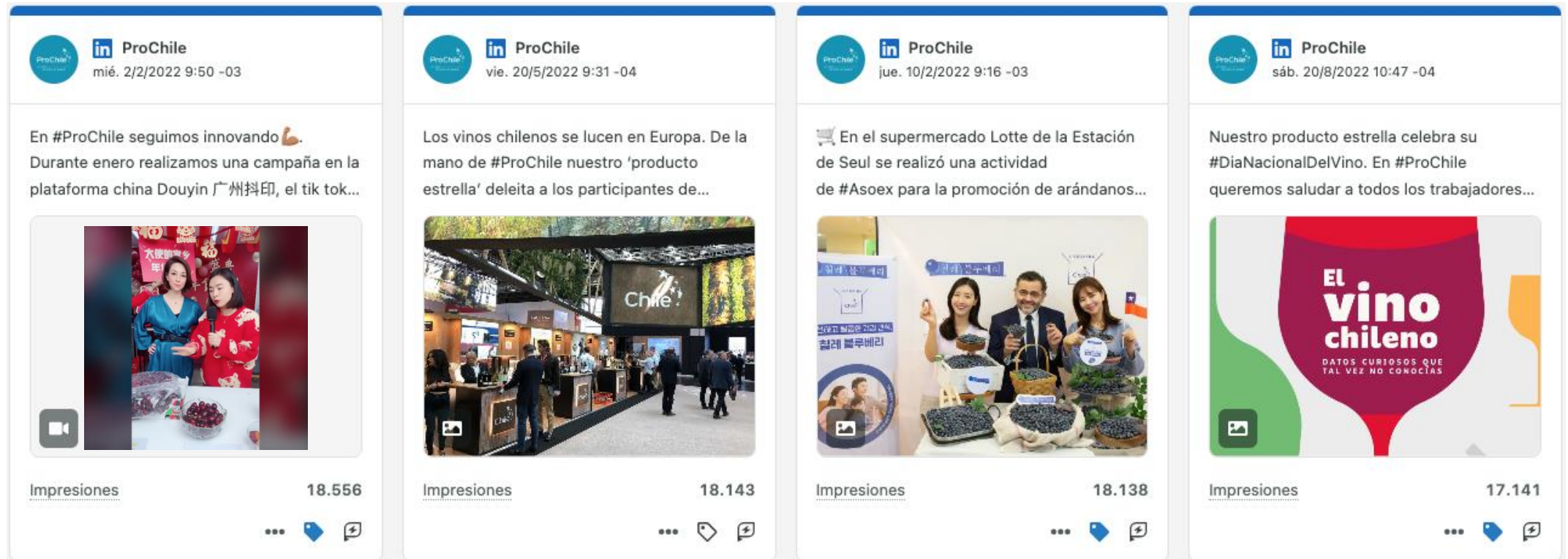
	Totales	% de cambios
<u>Audiencia total</u>	43.634	—
<u>Crecimiento neto total de la audiencia</u>	6.083	↗77,5%
<u>Crecimiento neto de seguidores en LinkedIn</u>	6.083	↗77,5%

LinkedIn se consolida como nuestra red social más fuerte con casi 1M de cuentas alcanzadas. También se destaca el crecimiento de la audiencia con más de 500 nuevos seguidores mensuales, llegando a **6.083 nuevos seguidores durante el 2022.**



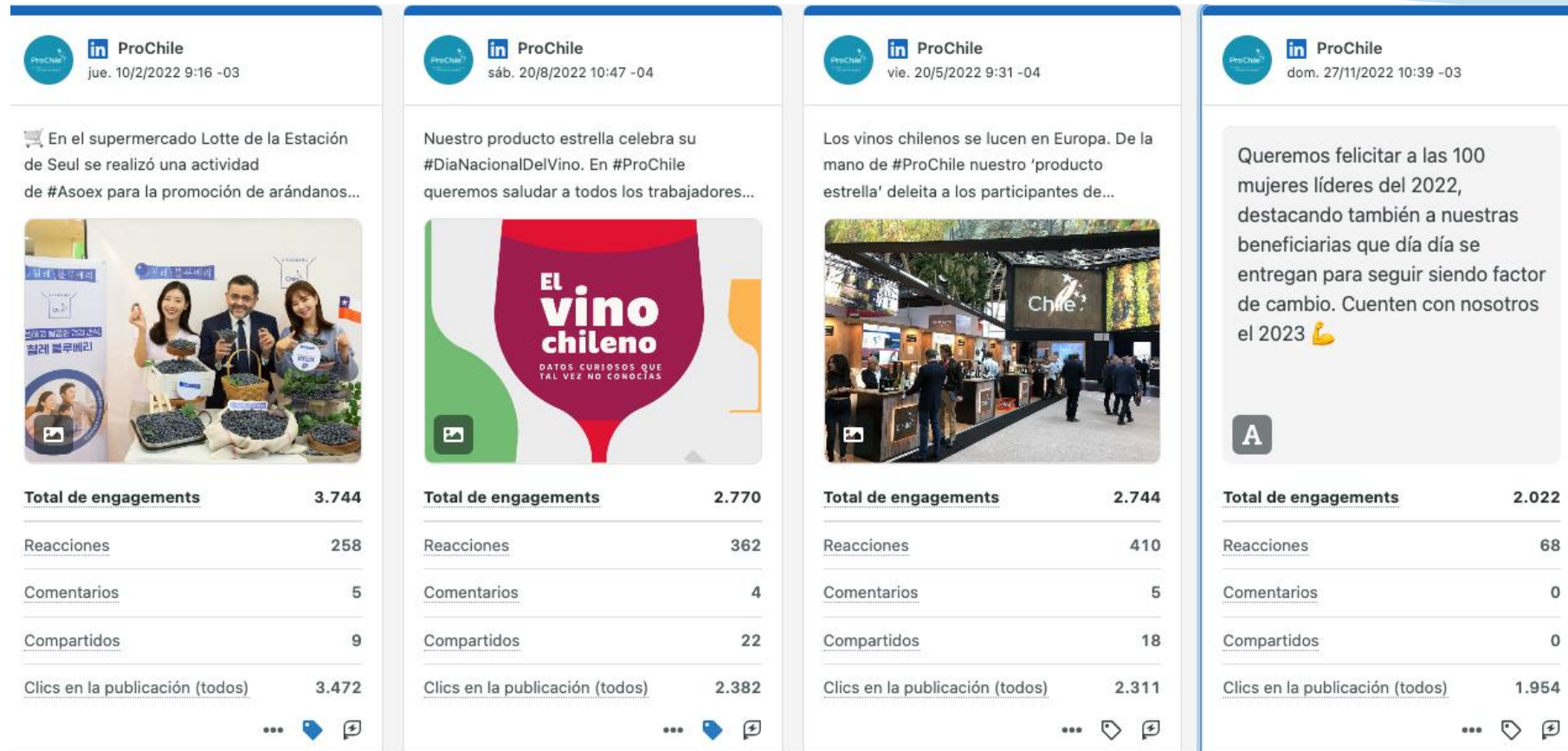
Mejores contenidos

Alcance



Las actividades de nuestras Oficinas Comerciales y ferias fueron los contenidos con mayor alcance en LinkedIn.

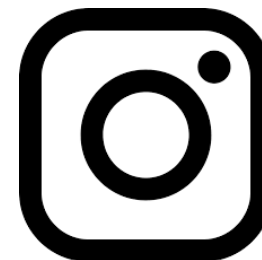
Mejores contenidos Engagement



Nuevamente **las actividades y efemérides** marcaron más interacciones en LinkedIn durante el año. Algo para tomar en cuenta, es que los videos no son los mejores contenidos para esta plataforma, sino que el contenido gráfico.



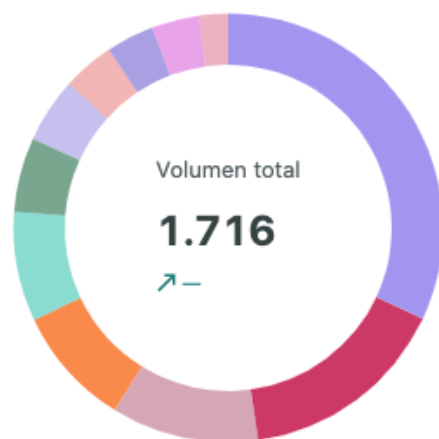
Resultados Generales



Categorías

Volumen de publicación

Volumen de publicaciones etiquetadas



Actividades y ferias	15,9%
video	11,1%
Alimentos	9,1%
Convocatorias	8,3%
Industrias Creativas	5,6%
Mujeres y PPOO	4,9%
Servicios	3,9%
Destacado en Prensa	3,6%
Efemérides	3,6%
Nota Web	2,2%
Todas las demás etiquetas	31,9%

Medir con Sprout nos permitió ir manejando la pauta, para darle prioridad a las temáticas que mejores resultados iban teniendo.

Los contenidos con mayor cantidad de publicaciones fueron: **Actividades y ferias**



Por impresiones/alcance

Volumen de publicación

Impresiones de publicaciones realizadas por etiqueta

Totales

Total de impresiones

1.226.181

Actividades y ferias	468.530
Alimentos	283.925
video	193.775
Convocatorias	127.318
Industrias Creativas	126.640
Efemérides	96.615
Destacado en Prensa	86.828
Mujeres y PPOO	78.371
Nota Web	60.716
Servicios	59.526
ProChile en terreno	51.542
chileweek	45.039



Tal cómo vimos en las mejores publicaciones por cada Red, **actividades, Ferias y alimentos son los contenidos con mayor alcance.**

Por Interacciones

Volumen de publicación

Participaciones totales de publicaciones realizadas por etiqueta

Totales

Total de engagements

i 70.982

Actividades y ferias	35.955
Alimentos	21.512
video	7.208
Industrias Creativas	7.095
Efemérides	6.500
Destacado en Prensa	5.016
Convocatorias	4.401
ProChile en terreno	3.482
Nota Web	3.332
chileweek	2.971
Contenido a/b testing	2.904
Mujeres y PPOO	2.809

Después de nuestras actividades y alimentos, los videos nos aumentan las interacciones, **excepto en LinkedIn, donde los videos no generan importantes interacciones.**



Hallazgos

- **El monitorear, medir, probar, equivocarse y acertar, fue la clave para el aumento de nuestros KPI durante el año.** Al partir del 1 de junio, Sprout nos permitió mejorar nuestra gestión en redes sociales.
- Mejores días para publicar **martes, miércoles y fines de semana.**
- **Las actividades, ferias, efemérides e informes de exportaciones** son los contenidos con mejores performance.
- **LinkedIn es nuestra red social con mayor crecimiento, mejor alcance, interacciones y un público dentro del CORE de ProChile.**



Próximos pasos

- Este 2023 es la consolidación. Ya tenemos los hallazgos y conclusiones que logramos de forma orgánica. Ahora, de la mano de **la inversión publicitaria** debemos ser capaces de **duplicar todos los KPI logrados este año.**
- Además de la inversión publicitaria, el desafío está en **seguir mejorando e innovando en materia de contenidos.** Clave es la **creación de un comité creativo** que, de la mano del monitoreo de Redes Sociales, **pueda ser capaz de generar contenidos de calidad acorde a los algoritmos y el gusto de la audiencia.**
- **Generar más contenidos con links** para generar más tráfico al sitio (no es nuestro principal KPI), pero debemos mejorar.
- **Trabajar con marketing en más contenido genérico de herramientas, subdepartamentos, marcas etc.** En el sitio hay mucho contenido de interés, pero tenemos muy poco material de apoyo.

