



**INFORME DE
TENDENCIAS**



**¿QUÉ ESTÁN
HACIENDO LAS
MARCAS EN
#SOCIAL MEDIA?**

</////>



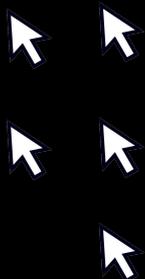
/////>

Junto con **OH! Pannel** se realizó un estudio cuantitativo online dirigido a ejecutivos de empresas de Argentina para conocer **cómo es el uso actual de las nuevas plataformas** de social media por parte de las marcas y cuáles son las perspectivas a futuro.

<//////////>

SOCIAL MEDIA

METODOLOGÍA

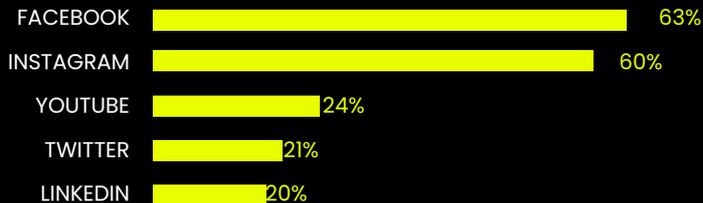


- **TIPO DE ESTUDIO**
Encuesta por muestreo
- **TARGET**
Ejecutivos de empresas, usuarios de internet
- **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN**
Cuestionario estructurado con preguntas abiertas, cerradas y escalas de opinión. Duración (media) del cuestionario: 10 minutos.
Extensión: 25 preguntas
- **TÉCNICA DE RECOLECCIÓN**
Entrevista online, utilizando la **PLATAFORMA OH!** y operando sobre la **Comunidad OH!** y redes sociales
- **MUESTRA**
300 Casos
- **ACTIVIDAD DE CAMPO**
22 al 28 de Abril de 2021

PLATAFORMAS TRADICIONALES

61%

Eligió a **Facebook** e **Instagram** como las plataformas más utilizadas por sus marcas



NUEVAS PLATAFORMAS



60%

Afirma conocer cómo funciona las nuevas plataformas de **Social Media**

Pero sólo un

21%

Efectuó campañas en nuevas plataformas

SOCIA MEDIA

**¿QUÉ DICEN LAS MARCAS QUE
YA EXPERIMENTARON
CON NUEVAS PLATAFORMAS?**



Tik Tok es una de las nuevas plataformas más utilizada por las marcas que innovaron en **Social Media**.

EL 59% COMENZARON A UTILIZARLAS EN PANDEMIA

36%

Las utilizaron como **herramientas publicitarias**

Para campañas con **influencers** a través de éstos canales

18%

Realizó la apertura de un **canal propio** en estas redes

14%

¿POR QUÉ DECIDIERON UTILIZAR NUEVAS PLATAFORMAS DE SOCIAL MEDIA?

Para innovar en **nuevos canales** de comunicación

65%

35%

considera que en esas plataformas está su **público target**.

94%

Considera que las **campañas** tuvieron **buenos resultados** y hubo una gran receptividad de los usuarios

+65%

Asegura que **continuará utilizando** estas **nuevas plataformas**

25%

Está dispuesto a asignar **más presupuesto** de lo que se destina a otras plataformas de Social Media

</////>

SOCIAL MEDIA

**¿QUÉ DICEN LAS MARCAS QUE
TODAVÍA **NO UTILIZAN** ESTAS
NUEVAS PLATAFORMAS?**

/////>

/////>

54%

**AFIRMÓ QUE SU MARCA ESTÁ
DISPUESTA A PROBAR *NUEVAS*
PLATAFORMAS DE SOCIAL MEDIA**

</////////

SOCIAL MEDIA



Tik Tok es la plataforma **más elegida** por las marcas que desean innovar en Social Media.

**¿POR QUÉ CONSIDERARÍAN
UTILIZAR NUEVAS PLATAFORMAS
DE SOCIAL MEDIA?**

58%

De las marcas considera que es **una tendencia** y un gran momento para experimentar.

44%

Creen que estas plataformas **ampliarían el alcance** de los contenidos de la marca

33%

Afirma que existe un **público target** en las nuevas plataformas.

6 DE CADA 10

consideran **crear contenidos exclusivos** en estos canales.

//////>

CONCLUSIONES



<////////>

SOCIAL MEDIA

CONCLUSIONES

- El **uso de redes sociales** se **focaliza** principalmente en las **redes sociales tradicionales**, lideradas por **Facebook e Instagram**.
- Los entrevistados consideran que conocen las nuevas plataformas de social media, pero solo un **21%** realizó campañas en el último año. Se encuentran en una **FASE DE EXPERIMENTACIÓN Y APRENDIZAJE**.
- **Tik Tok** es una de las plataformas que **más interés despierta** por parte de los ejecutivos de las marcas. La satisfacción con la red es elevada y promueve continuar su uso en el **futuro**.
- El *presupuesto a invertir* en las nuevas plataformas segmenta al target entre **CONSERVADORES** (invertirán un monto similar al aplicado a las redes ya masificadas) y **PROMOTORES** (consideran incrementar el presupuesto actual de Social Media).
- Entre los *no usuarios* actuales de nuevas plataformas, **54% considera utilizarlas en un próximo futuro**.

