



Con consumidores altamente involucrados, ¿cómo están reaccionando las marcas?

EL ÍNDICE DE SPROUT SOCIAL PARA AMÉRICA LATINA

1T DE 2016



sproutsocial

América Latina deja al resto del mundo atrás en participación en las redes sociales

Cuando hablamos de redes sociales, América Latina se destaca y sobrepasa al resto del mundo de varias maneras. Para comenzar, las marcas de América Latina reciben muchos más mensajes entrantes de redes sociales que el resto del mundo (5.444 vs. 2.747). Si bien tiene el doble de mensajes para administrar, un indicio de que los consumidores están muy involucrados, las marcas de América Latina también son mejores a la hora de responder (con una tasa del 12% vs. 10,7%).

Al mismo tiempo, las marcas de América Latina no tienen un enfoque tan equilibrado para enviar actualizaciones promocionales en comparación con respuestas (tasa de 4:1 vs. 3,2:1). Las marcas de América Latina también demoran un poco más en responder (12 horas en promedio vs. 11 horas el resto del mundo).

Indicadores clave de las redes sociales para América Latina

1T de 2016

5.444

MENSAJES
ENTRANTES

(Promedio mundial = 2.747)

11,8%

DE TASA
DE RESPUESTA

(Promedio mundial = 10,7%)

12 horas

DE TIEMPO
DE RESPUESTA

(Promedio mundial = 11)

4,0

PUBLICACIONES
POR RESPUESTAS

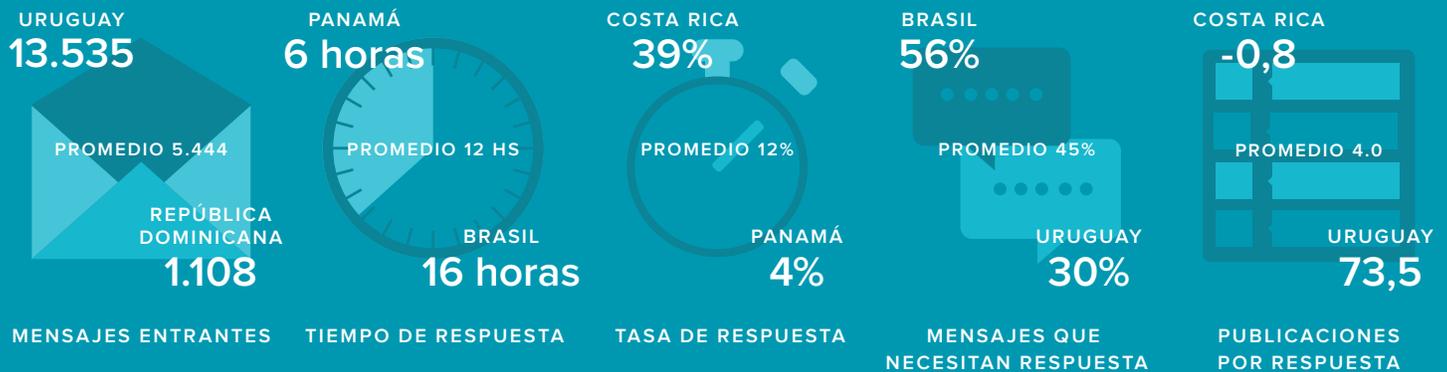
(Promedio mundial = 4,0)

Destacques sociales (para bien o para mal)

¿Quiénes hacen subir estos números y quiénes los bajan? Echemos un vistazo a las industrias y países.

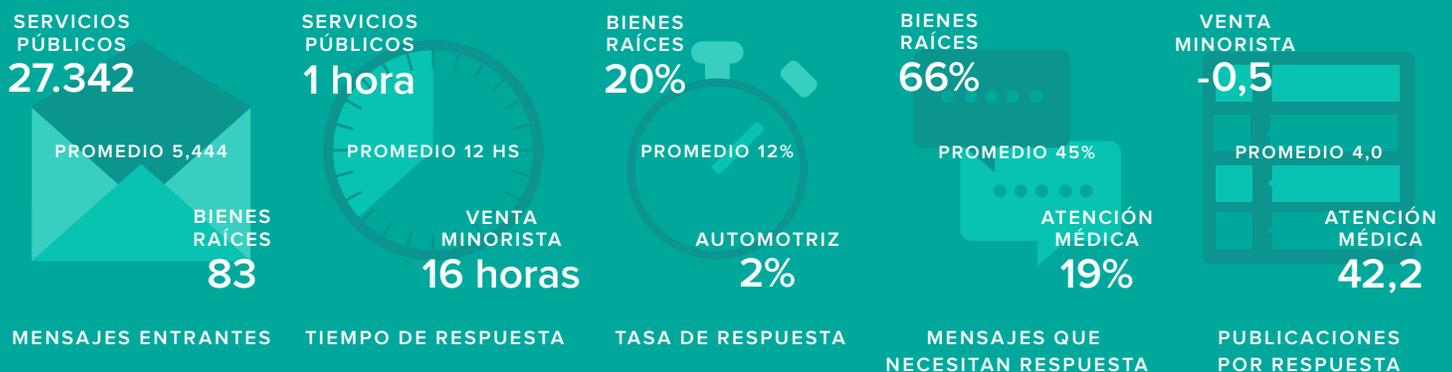
Por país

1T de 2016



Por industria

1T de 2016



Matices nacionales

Además de los aspectos destacados de las redes sociales que se mencionaron anteriormente (para bien o mal), hay mucho de qué aprender de otros mercados principales de América Latina. A continuación, compartiremos algunos que llamaron nuestra atención mientras analizábamos los datos de este trimestre.

Argentina

Argentina cuenta con la industria de marketing y publicidad que reciben el mayor volumen de mensajes de redes sociales (y el 62% requiere de respuesta). A pesar de esta alta participación de los consumidores, las marcas de marketing y publicidad responden solo el 10% de las veces mientras que envían 5 publicaciones promocionales por cada respuesta.

Brasil

Al igual que Argentina, la industria de marketing y publicidad en Brasil se está quedando atrás. En el último trimestre, las marcas en esta categoría respondieron a solo el 2% de sus clientes. Lo peor fue que estos clientes tuvieron que esperar alrededor de 20 horas para obtener una respuesta.

Chile

En Chile, las marcas de marketing y publicidad demoran alrededor de 11 horas para responder a los clientes (se asemeja al resto del mundo, pero una hora antes que el resto de América Latina). Chile también sigue la tendencia mundial al responder a solo el 11% de los clientes.

Colombia

La industria tecnológica y de Internet se destaca en Colombia por recibir un menor volumen de mensajes de redes sociales en comparación con otras industrias en América Latina. La industria recibe alrededor de 2.600 mensajes por trimestre (50% de los cuales requieren una respuesta). No obstante, responde solo al 8% y se demora sorprendentemente 14 horas para hacerlo.

Costa Rica

En Costa Rica, la industria tecnológica y de Internet obtiene mejores resultados que la mayoría de las industrias en América Latina. Las marcas de esta industria se centran más en las respuestas que en las promociones con una tasa de respuesta sólida del 40%.

República Dominicana

Al igual que Costa Rica, la industria tecnológica y de Internet está trabajando bien a la hora de contactar a los clientes: 30% recibe una respuesta. Aún así, todavía hay lugar para mejorar.

Ecuador

En Ecuador, la industria de entretenimiento y medios recibe la mayor cantidad de mensajes entrantes de redes sociales. A pesar de ello, la industria tiene una tasa pésima de publicación-respuesta, ya que envía 100 mensajes promocionales por cada respuesta al cliente.

México

La industria de entretenimiento y medios está mucho más equilibrada en México que en Ecuador, ya que se publican 10 mensajes promocionales por cada respuesta. Esto es aún peor que en el resto de América Latina y del mundo. Mientras tanto, la industria tecnológica y de Internet se asemeja al promedio global de 11 horas para enviar una respuesta.

Panamá

La industria de entretenimiento y medios en Panamá tiene mucho para mejorar con una tasa de publicación-respuesta de 50:1. El promedio de América Latina es de 4:1 mientras que el promedio global es de 3:1.

Perú

Teniendo en cuenta que el porcentaje de mensajes que requieren una respuesta de la industria tecnológica o de Internet es relativamente baja en Perú (17%), se podría pensar que las marcas tienen una buena capacidad de respuesta para sus clientes. Desafortunadamente, solo el 8% de estos mensajes recibe una respuesta y el tiempo de espera es de 15 horas.

Uruguay

La participación de los consumidores en la industria tecnológica/Internet de Uruguay es inferior al resto de América Latina, ya que solo el 14% de los mensajes requieren una respuesta. La buena noticia es que estas marcas responden el 21% de los mensajes entrantes y se demoran alrededor de 4 horas en promedio para responder.



Posición de Sprout

En general, América Latina tiene mucho de qué enorgullecerse si hablamos de capacidad de respuesta en redes sociales. Aquí los consumidores participan más y las marcas están respondiendo más rápido que el resto del mundo. No obstante, a lo largo de varias industrias y en algunos países clave, algunas marcas aún deben cambiar su manera de pensar con respecto a las redes sociales y comprender que las personas serán más receptivas a las promociones después de que reciban primero respuestas a sus preguntas y preocupaciones. Ten en cuenta esto, según Rosetta Consulting, los consumidores tienen 7 veces más posibilidades de responder a una oferta promocional si sienten que te has comprometido con ellos de manera significativa.

sproutsocial

Sprout Social ofrece una plataforma de participación en las redes sociales, una plataforma para embajadores de la marca y herramientas analíticas para las marcas líderes, entre ellas Hyatt, Nestlé y Movistar. Disponible mediante una aplicación de web, iOS y Android, la plataforma de participación de Sprout ayuda a las marcas a comunicarse más efectivamente mediante los canales sociales. Bambu de Sprout Social, habilita a los empleados a compartir contenido en sus redes sociales para ampliar el alcance y participación de la marca. Con sede en Chicago, Sprout es socio oficial de Twitter, socio de marketing de Facebook, miembro del programa de socios de Instagram, socio de las páginas de empresas de LinkedIn y un socio API de las páginas de Google+. Conoce más en es.sproutsocial.com.

PRUEBA SPROUT POR 30 DÍAS

PRUEBA GRATIS

es.sproutsocial.com