

Capítulo 7
Analyze this!

Contenido

1. Introducción
2. Analítica
3. Twitter
4. Facebook
5. LinkedIn
6. Google Analytics
7. Resultados por enlaces
8. Informes personalizados
9. Etiquetas
10. Resumen

1. Introducción

En Social Media tan malo es no tener una estrategia, como tenerla y no comprobar si está dando resultados. Como es lógico, si una empresa invierte recursos materiales, personal, tiempo... para darse a conocer en las redes o efectuar una campaña específica, necesitará saber si las acciones que lleva a cabo dan resultado o no.

Para llegar a una conclusión, es necesario estudiar la evolución o el comportamiento de diferentes métricas o indicadores, que pueden coincidir o no según las redes sociales.

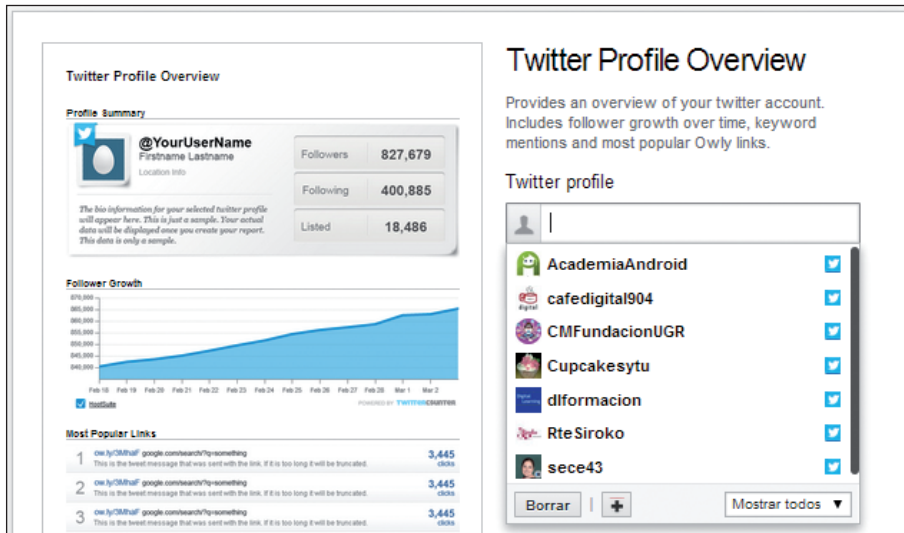
Como ya es habitual, *Hootsuite* facilita esta tarea poniendo a disposición del usuario distintos informes de resultados que, a buen seguro, servirán de orientación a la hora de tomar decisiones y que se tratarán a continuación.

2. Analítica

Tal y como se acaba de exponer, *Hootsuite* incorpora diferentes plantillas de informes, adaptables a los perfiles definidos por el usuario y a diferentes fechas, pero también existe la posibilidad de crear documentos personalizados.

En cualquier caso, para acceder a todas las posibilidades habrá que acceder a la opción **Analítica**, identificada con un pequeño gráfico de columnas, desde la barra lateral izquierda.

Salvo alguna excepción, que se tratará más adelante, la creación de un informe a partir de un modelo plantilla siempre comienza de la misma forma, con un clic en cualquiera de las opciones que aparecen bajo el literal **Plantillas** del menú lateral. Entonces, *Hootsuite* pedirá al usuario que escoja el perfil correspondiente entre la lista disponible.



Listado de perfiles disponibles

Tras seleccionar uno de los perfiles de la lista desplegable y pulsar el botón **Crear informe**, *Hootsuite* presentará en pantalla los datos oportunos.

En la parte superior del resultado aparecerá un cuadro con las fechas tomadas como referencia; afortunadamente, la aplicación da la posibilidad de modificarlas para adaptarse a las necesidades del momento.



Opciones para escoger fechas



Consejo

No se preocupe si no ve ningún botón para guardar el informe recién creado, ya que *Hootsuite* lo hace de manera automática, y lo mantiene en la lista **Todos los informes** hasta ser eliminado.

Sea cual sea el informe escogido, en la parte superior de la pantalla anterior, o al seleccionarlo en la vista **Todos los informes** cuando se pulsa esta opción en el menú lateral, *Hootsuite* pone a disposición del usuario una serie de herramientas comunes.

Todos los informes		
<input type="checkbox"/>	Título	
<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter Engagement - Detailed - cafedigital904	3:07 pm
<input type="checkbox"/>	Facebook Page Overview - Café Digital	3:07 pm
<input type="checkbox"/>	Ow.ly Click Summary - cafedigital904	3:07 pm

Opciones para informes

La opción **Compartir** se utiliza para enviar el informe a uno o varios usuarios con la posibilidades **Puede ver** o **Puede editar**.

Ajustes de compartir [X]

Título del informe: Facebook Page Overview - Cupcakes a tu gusto

Permisos

Cupcakes a tu gusto (Tú) <cupcakesatugusto@gmail.com> Propietario/a

Añadir usuarios

luciahootsuite@gmail.com [Puede ver] [Añadir]

Introduce los correos de las personas con las que quieres compartirlo. Separa múltiples correos con coma.

[Cerrar]

Opciones para compartir un informe

Tras incluir los correos electrónicos pertinentes y pulsar el botón **Añadir**, los documentos escogidos pasarán a estar disponibles para los usuarios invitados.

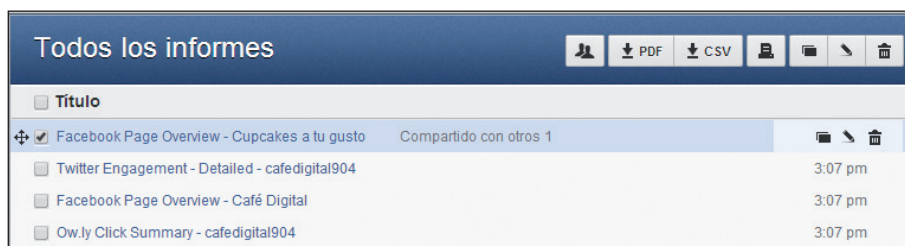





Todos los informes		
<input type="checkbox"/> Título		
<input type="checkbox"/> Facebook Page Overview - Cupcakes a tu gusto	Compartido con otros 1	7:37 pm
<input type="checkbox"/> Twitter Engagement - Detailed - cafedigital904		3:07 pm
<input type="checkbox"/> Facebook Page Overview - Café Digital		3:07 pm
<input type="checkbox"/> Ow.ly Click Summary - cafedigital904		3:07 pm

Informe compartido

Exportar a PDF o **Exportar a CSV** permite guardar el documento generado en un formato fácilmente transportable, e **Imprimir** sirve para obtener una copia impresa.

Duplicar es muy útil cuando, por ejemplo, hay que generar el mismo tipo de informe para varios clientes, mientras que **Editar** remite al **Creador de informes** que se verá posteriormente, y **Borrar** lo elimina de forma definitiva. Estas tres opciones también aparecen en la misma línea del nombre del informe cuando este está seleccionado.



Todos los informes		
<input type="checkbox"/> Título		
<input checked="" type="checkbox"/> Facebook Page Overview - Cupcakes a tu gusto	Compartido con otros 1	  
<input type="checkbox"/> Twitter Engagement - Detailed - cafedigital904		3:07 pm
<input type="checkbox"/> Facebook Page Overview - Café Digital		3:07 pm
<input type="checkbox"/> Ow.ly Click Summary - cafedigital904		3:07 pm

Opciones rápidas para informe

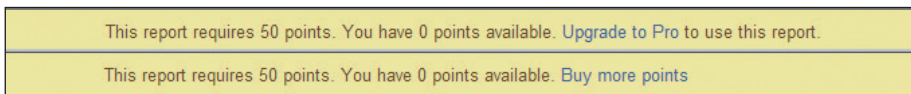
Si se presta atención a la imagen, a la izquierda del primer informe es posible apreciar la marca de flecha cuádruple, que indica que el orden de los documentos dentro de la lista es modificable pinchando y arrastrando dicho signo.

Aunque se acaba de exponer el funcionamiento general, en los siguientes apartados se comentarán documentos para redes específicas así como otras particularidades a tener en cuenta.

2.1. Sistema de puntos

Hootsuite asigna a los usuarios Pro 50 puntos que pueden utilizarse y reutilizarse para acceder a informes más completos o crear documentos personalizados que incluyan módulos específicos.

Si el usuario tiene puntos disponibles, *Hootsuite* generará el informe sin más, pero en el caso contrario, aparecerá en la parte superior de la pantalla uno de estos mensajes:



Avisos del sistema de puntos

En el primer caso, si se quiere utilizar algunos de estos documentos, la solución pasa por mejorar la cuenta a la modalidad Pro. En el segundo, si se decide comprar más puntos, el pack de 50 cuesta 50\$/mes, un precio que, siendo realistas, pocas empresas o profesionales freelance pueden pagar.

Entonces, ¿cómo se puede resolver esta situación? Sencillo, si es Pro y no tiene puntos, basta con eliminar alguno de los informes especiales para volver a tenerlos disponibles.



Actividades

1. Desde una cuenta Gratis, revise la lista de plantillas y compruebe qué informe relacionado con *Facebook* cuesta 30 puntos.
-

3. Twitter

En relación a esta red social, *Hootsuite* ofrece cuatro plantillas con distintas analíticas y más o menos nivel de detalle, aunque el último solo está disponible para la modalidad Enterprise y por lo tanto no se tratará en este material.



Informes para Twitter

3.1. Vista general de perfil de *Twitter*

Este informe muestra en relación al usuario escogido y las fechas que se establezcan, el número de seguidores, perfiles que se están siguiendo y listas en las que se está incluido.



Resumen del perfil

A continuación, incluye un gráfico de crecimiento y la lista con los cinco tuits más populares del periodo, ordenados de mayor a menor número de clics recibidos.

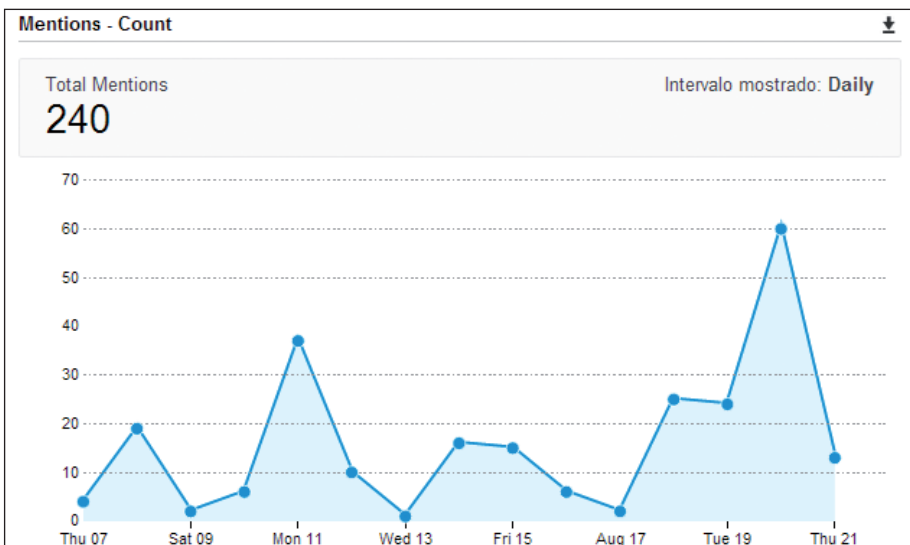


Actividades

- Suponga que en los últimos 7 días ha decidido incrementar su número de publicaciones y ahora quiere ver si esa estrategia se ha traducido en un aumento de seguidores e interacciones. Para comprobarlo, genere un Resumen de perfil de *Twitter*, y adapte la fecha con la opción **Last 7 days**.

3.2. Engagement de *Twitter* Resumen

Informe que requiere 50 puntos y muestra tres gráficos que reflejan el crecimiento del número de seguidores, así como las menciones y los retuits recibidos para un perfil y un periodo.



El resumen del engagement de Twitter incluye el número de menciones



Definición

Engagement

Es una expresión de uso común en los medios sociales que se utiliza para indicar el grado de compromiso que un usuario tiene hacia un perfil.

3.3. Engagement de Twitter en detalle

Prácticamente igual al anterior, la diferencia reside en que este informe incluye además de los gráficos, dos listas con los tuits que generan más menciones y retuits. Este modelo también requiere 50 puntos.



Gráfico de menciones y tuits que las provocan

El listado para menciones aparece ordenado por fecha de más reciente a más antigua, pero haciendo clic en la barra que aparece justo encima, es posible clasificarlo en función del usuario, el texto o la puntuación Klout.



Actividades

3. Genere el informe Engagement de *Twitter* en detalle para una de sus cuentas de *Twitter* y ordene la lista de menciones según el factor *Klout* para detectar posibles influencers.
-

4. Facebook

De manera similar a *Twitter*, *Hootsuite* ofrece tres informes para *Facebook*, el primero accesible para todos, el segundo con puntos y el tercero solo para cuentas Enterprise.

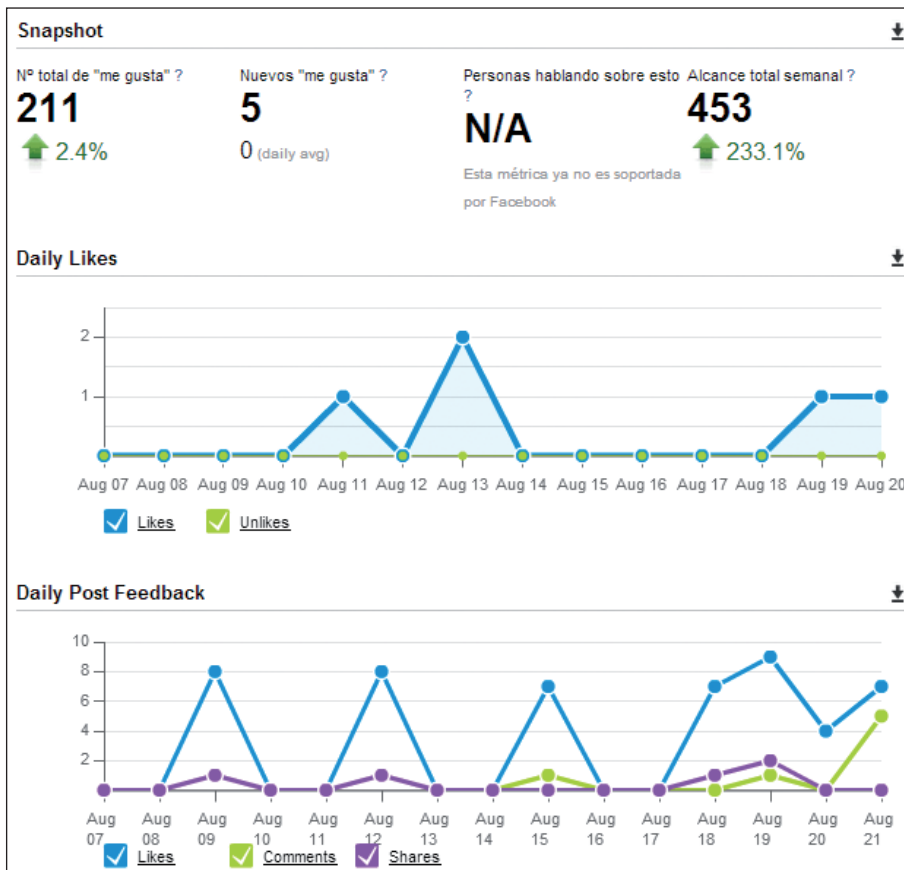
Plantillas
Vista general de perfil de Twitter
Engagement de Twitter. Resumen.
Engagement de Twitter. En detalle
Valores totales de Twitter
Perfil página de Facebook
Facebook Insights
Valores totales de Facebook
Insights de página de LinkedIn
Google Analytics
Resumen de clics Ow.ly
Estadísticas de clics de URL. Ow.ly

Plantillas disponibles para Facebook

4.1. Perfil página de Facebook

Como bien dice el título, ofrece estadísticas solo para páginas de Facebook, no perfiles ni grupos. El resultado contiene la siguiente información:

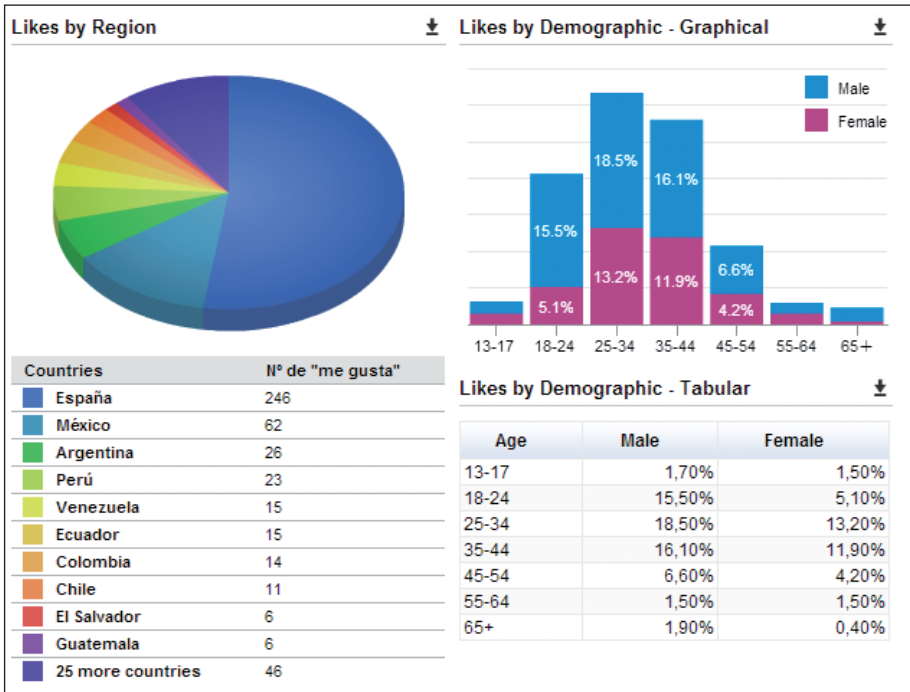
- Instantánea (Snapshot) con el N° total de **Me gusta**, nuevos **Me gusta** y Alcance total semanal.
- **Me gusta** (Likes) y **No me gusta** (Unlikes) de la página.
- **Me gusta** (Likes), Comentarios (Comments) y N° de veces que se comparten (Shares) los posts.



Estadísticas generales para fanpages

4.2. Facebook Insights

Este informe, que requiere 30 puntos, presenta las métricas más importantes que se pueden encontrar en la página de Estadísticas de cualquier *fanpage* de Facebook, pero *Hootsuite* las muestra con un toque infográfico.



Facebook Insights incluye gráficas por región y demográficas



Actividades

4. Genere un informe del tipo *Facebook Insights* para una de las páginas de Facebook que controle y compruebe de qué tres idiomas provienen la mayoría de los **Me gusta** que recibe.

5. LinkedIn

Para esta red profesional, *Hootsuite* solo dispone del informe **Insights de página de LinkedIn** que necesita 20 puntos y solo es apto para páginas de empresa.

En el resultado aparece información relacionada con los Seguidores, Impresiones y Engagement, así como una lista con las actualizaciones que más compromiso generan en la audiencia.

The screenshot displays the LinkedIn Page Insights interface. On the left, a 'Snapshot' section shows four key metrics: Year Followers (4,444), New Followers (345, +7.7%), Impressions (156,549, +96.6%), and Engagement (579, -9.4%). Below this is a 'Company Update Engagement' table listing recent posts with their dates, content, and engagement statistics (Likes and Comments).

Date	Update	Likes	Comments
Feb 1, 17:02	How social media and mobile devices are changing the travel industry: http://ow.ly/9j8w	12	21
Feb 1, 14:02	Your greatest brand advocates are right under your nose: http://ow.ly/9j8w	18	4
Jan 30, 17:02	Pleased to release HoodSuite in Korean. Enjoy! http://ow.ly/9j8w	7	0
Jan 30, 17:02	Pleased to release HoodSuite in Korean. Enjoy! http://ow.ly/9j8w	3	5
Jan 30, 16:02	3 social media tips for online marketers on the go: http://ow.ly/9j8w	12	17
Jan 28, 17:02	You just found your second Super Bowl screen: http://ow.ly/9j8w Super Bowl social media tracker	9	11
Jan 28, 16:06	Have you wished your CM a happy Community Manager Appreciation Day? http://ow.ly/9j8w	21	7
Jan 28, 16:06	Have you wished your CM a happy Community Manager Appreciation Day? http://ow.ly/9j8w	15	12
Jan 27, 22:01	5 free resources for building a winning community: http://ow.ly/9j8w	6	4
Jan 27, 8:30	Instagram, YouTube, Tumblr - Have you installed these apps in HoodSuite? http://ow.ly/9j8w Learn how in a free webinar	21	6

On the right, the 'LinkedIn Page Insights' section includes a descriptive text: 'How is your LinkedIn Company Page performing? Which LinkedIn Company update is the most engaging? This template includes a summary snapshot for the most recent month (Followers, Impressions and Engagement) and update engagement.' Below this is a 'LinkedIn Company Page' section with a dropdown menu labeled 'Haz clic para seleccionar una red social' and a green 'Crear informe' button.

Hootsuite también incluye informes para páginas de empresa

6. Google Analytics

Tener que utilizar diferentes herramientas para monitorizar tanto redes sociales como webs, puede convertirse en una tarea tediosa, laboriosa e incluso complicada.

Hootsuite de nuevo acude en ayuda del usuario al incorporar una plantilla con las métricas de *Google Analytics*, con un coste de 50 puntos, y así ser capaz de monitorizar datos provenientes de varios canales.

Hay que comenzar por hacer clic en la categoría *Google Analytics*, después añadir una cuenta de *Google* para así seleccionar la web a revisar. Aunque no es obligatorio, si se desea, también se puede indicar un perfil de *Twitter*, de esta forma *Hootsuite* enlazará los datos de tráfico con los tuits emitidos al día.



Importante

Para poder solicitar este tipo de informe, es necesario previamente estar dado de alta en Google Analytics (<<http://www.google.es/intl/es/analytics/>>) y tener asociada y verificada al menos una página web o blog.

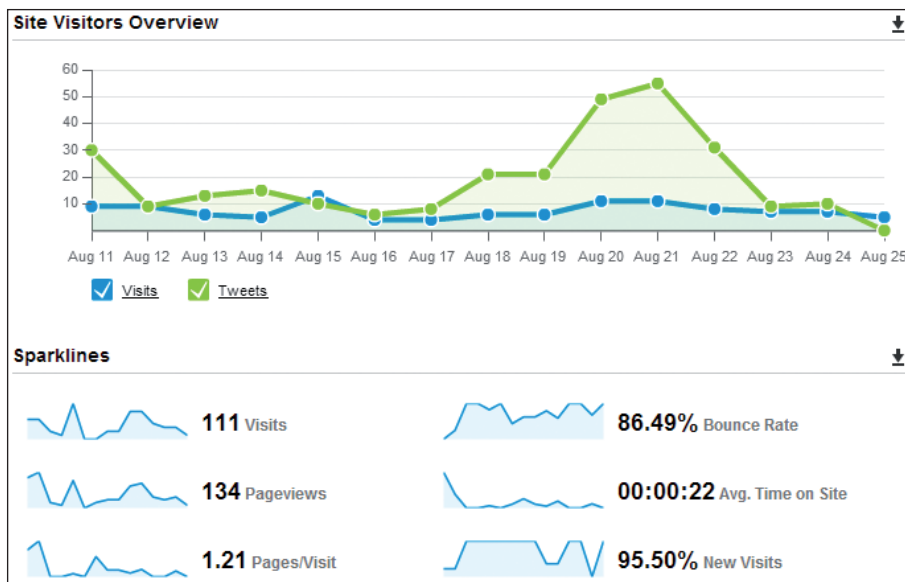
Tras pulsar el botón **Crear informe**, la aplicación mostrará el resultado para el rango de fechas que se indique, incluyendo:

- Visitas por día y tuits emitidos (si corresponde).
- Minigráficos (Sparklines) con la visión general de la web.
- Tráfico al sitio por países.
- Fuentes de tráfico hacia la web.
- Mejores entradas.



Actividades

5. Reflexione acerca de las ventajas que, para una empresa, presenta conocer de qué países provienen las visitas a su sitio web.
-



Relación Visitas-Tuits y visión general

7. Resultados por enlaces

A pesar de haber visto las posibilidades que ofrece *Analytics*, *Hootsuite* da un paso adelante y permite analizar el rendimiento de los enlaces que se publican en *Twitter*. De esta forma, es posible ver qué tipo de mensajes o entradas tienen mejor resultado entre la audiencia.



Ejemplo

Café Digital (<<http://cafedigital.es/>>), cada vez que lanza un nuevo artículo en su web crea plantillas en Hootsuite acortando la URL con Ow.ly y asignando distintas entradillas.

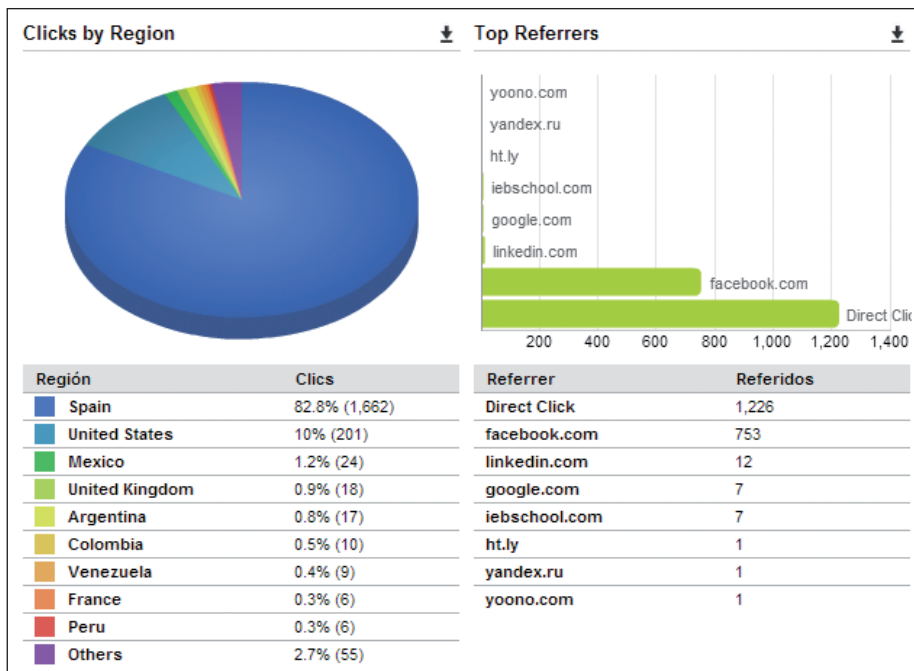
Así, consigue llegar a público diferente y descubre cuál es la mejor manera de llegar a sus seguidores, analizando qué enlaces han recibido más clics.

7.1. Resumen de clics

En la lista de plantillas se encuentra el informe gratuito **Resumen de clics Ow.ly** que ofrece al usuario el rendimiento de los enlaces que ha compartido en *Twitter* durante un periodo determinado.

Para ver la información, solo es necesario elegir el perfil de *Twitter*, pulsar el botón **Crear informe** y establecer las fechas de referencias. *Hootsuite* mostrará los datos generados:

- Clics recibidos por día.
- Clics por país.
- Referentes.
- Enlaces más populares.



Resultados por país y fuente de tráfico



Actividades

6. Durante una semana comparte al menos dos enlaces diarios en Twitter y después solicite el resumen de clics. Compruebe qué día sus tuits tuvieron más aceptación, qué tres países interactuaron más y, finalmente, qué enlace ha tenido más éxito.

7.2. Estadísticas de clics de URL Ow.ly

El informe anterior se centraba en el uso de *Twitter*, pero si se lanza el mismo enlace en diferentes redes, puede ser muy interesante ver dónde se obtiene mejores resultados, para lo cual la plantilla a emplear será la última de la lista, **Estadísticas de clics URI. Ow.ly**.



Consejo

Este informe también puede ser muy útil si se emplea el mismo enlace acertado mediante Ow.ly, Ht.ly o URLs personalizadas, acompañándolo con diferentes textos. De este modo, podrá comprobarse qué tipo de mensajes o tonos gustan más a su audiencia.

La pantalla que presenta *Hootsuite* al pulsar sobre la denominación del modelo, ofrece dos formas de trabajar: por un lado, es posible escribir o pegar un enlace ya existente; por otro, si se selecciona un perfil de *Twitter Hootsuite* mostrará en la parte inferior los enlaces disponibles para analizar.

The screenshot shows a web interface with two main sections. On the left, there is a form titled 'Introduce una url Ow.ly/Ht.ly o tu propia url personalizada' with a text input field and an 'Aplicar' button. On the right, there is a section titled 'O puedes buscar una url ow.ly desde tu cuenta de Twitter' with a dropdown menu showing '@sece43' and a list of tweets. The tweets are:

- 5:50pm: ¿Va a llover o va a hacer sol? Las mejores aplicaciones para consultar el tiempo - ow.ly/ABfmQ
- 4:27pm: RT @libromorado: Esta semana vuelven los webinar de #HootsuitePro con @HootChiara y @iciarsil: Facebook, G+ e Instagram para empresas http:ow.ly/AgHti
- 3:05pm: ¿A qué te suena París? ow.ly/ABf14
- 2:05pm: (No text visible)

Lista de links para monitorizar

Tras hacer clic en el enlace que se quiera estudiar, *Hootsuite* lo copiará al cuadro de la izquierda y ya solo restará pulsar el botón **Aplicar** para ver el resultado en la parte inferior.



Actividades

7. A través de *Twitter*, difunda el mismo enlace durante tres días, utilizando diferentes acompañamientos de texto. Al cuarto día, solicite el informe de Estadísticas de clics para comprobar qué día obtuvo mejores resultados para dicho enlace.
-

Introduce una url Ow.ly/Ht.ly o tu propia url personalizada

O puedes buscar una url ow.ly desde tu cuenta de Twitter

Aug 20, 8:05pm
#techno Twitter eliminará imágenes de fallecidos y mostrará tuits de cuentas no seguidas ow.ly/2M6r6X

Aug 20, 6:02pm
¿Por qué tenemos contratar mantenimiento para nuestra página web? ow.ly/AqKIV

Aug 20, 5:23pm
RT @cafedigital904: Ahora todos nuestros contenidos organizados por temas, etiquetas o autor. Tú eliges!! ow.ly/Aw8wM

Click Stats ↓

<http://ow.ly/zKgnS>
<http://excel-experience.blogspot.com...>
Created: Jul 30, 2014 12:25 PM
Total Clicks: 9

Date	Clicks
Jul 25	0
Jul 30	2
Aug 04	1
Aug 08	2
Aug 10	1
Aug 11	1
Aug 13	1
Aug 14	0
Aug 19	0
Aug 24	0

<http://ow.ly/zKgnS>

Resumen de clics para el último mes

8. Informes personalizados

A pesar de la variedad de informes que se han tratado hasta ahora, *Hootsuite* también posibilita crear informes personalizados, que se adapten a las necesidades específicas del usuario.



Ejemplo

El Community Manager de @UOCSevilla es además el encargado de otras cuentas territoriales de la UOC en *Twitter*, periódicamente, tiene que presentar un informe conjunto con el seguimiento de dichos perfiles. Con la opción **Informe personalizados** de *Hootsuite* puede crear un único documento con las métricas de todas las cuentas que necesite.

Este tipo de análisis es completamente adaptable, pudiendo mostrar información no solo de varias cuentas de un mismo origen, sino también perfiles procedentes de distintas redes sociales.

Para configurar un documento propio, hay que empezar presionando el botón **Crear informe personalizado**. Aunque *Hootsuite* muestra varias plantillas entre las que escoger, la opción seleccionada será **Empezar desde cero**.

En primer lugar se puede comenzar por personalizar la cabecera, pulsando en **Subir imagen** y/o seleccionando los textos situados a la derecha y modificándolos. También es aconsejable sustituir el literal **Escribe un encabezado aquí**.

THINK
LEARN
SHARE
WORK!

[Cambiar]

▲ Ocultar cabecera personalizada

Lucía Montero Rodríguez
luciahootsuite@gmail.com
 Freelance
 (954) 000-000
<http://www.luciamonterorodriguez.com>

Informe mensual de resultados

+

Añadir módulos de informe

Cabecera personalizada para informe



Nota

La zona derecha de la cabecera personalizada no puede dejarse en blanco, si así lo hiciera, *Hootsuite* generaría un error al pulsar **Guardar como borrador o Crear informe**.

Ahora toca decidir qué módulos incluir en el documento, a partir de los disponibles en la zona inferior del menú lateral izquierdo, teniendo en cuenta que cada uno tiene un coste asociado en puntos.

The screenshot displays the 'Módulos de análisis estadístico' (Statistical Analysis Modules) menu on the left side of the Hootsuite interface. The menu includes a search bar and several categories of modules, each with a plus sign indicating it can be added to a report. The categories and their items are:

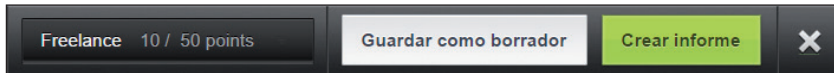
- Twitter
- LinkedIn
- Facebook
- Google Analytics
- Message Tagging
- Team
- Click Stats (Owly)
 - Estadísticas de clics (+)
 - Estadísticas abreviadas (+)
 - Clics por región (+)
 - Top de referrers (+)
 - Todos los links (+)
 - Links más populares (+)
 - Comparar estadísticas resumidas (+)
- Google+
- General

On the right side, a preview of a report is shown, featuring a line chart with three data series: 'Ades' (blue), 'Mts' (green), and 'Sales' (purple). The chart shows data points from Feb-15 to Feb-28. Below the chart, a text box explains the module's function and its cost:

Comparar clics desde todos los links enviados a través de múltiples perfiles de Twitter en un periodo específico de tiempo
25 puntos

Elementos disponibles para informes personalizados

Para incorporar un módulo al informe, solo será necesario hacer clic sobre el botón verde situado a la derecha y escoger el perfil que corresponda y, en caso de computar puntos, la barra de título superior mostrará su saldo en todo momento.



Puntos utilizados y disponibles

En relación a estos elementos, conviene destacar que *Hootsuite* permite utilizar el mismo módulo más de una vez; de esta forma, es posible mostrar las mismas métricas para distintas cuentas.



Nota

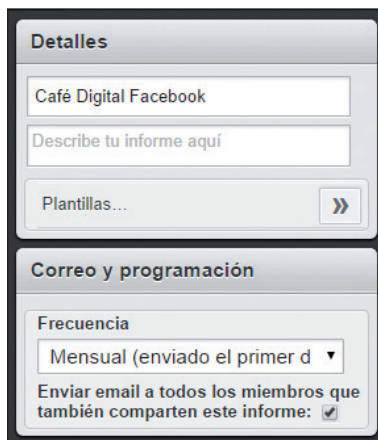
Los módulos incluidos no presentarán información real en la pantalla de creación del documento personalizado. Los resultados se generarán tras pulsar el botón **Crear informe**.

Si en algún momento tiene que abandonar *Hootsuite* sin haber terminado el informe es aconsejable pulsar el botón superior **Guardar como borrador**. Más tarde, podrá recuperarse desde la pantalla de **Analítica**, seleccionándolo desde la opción **Borradores** para volverse a **Editar**.

Ahora bien, cuando se hayan incorporado las secciones necesarias al informe, en el cuadro **Detalles** situado en la zona superior izquierda de la página hay que asignar un título (obligatorio) y una descripción (opcional).

Además, en el cuadro inmediatamente inferior al anterior, **Correo y programación**, es posible implantar una frecuencia de generación periódica y que se

reenvíe de manera automática a los integrantes de un equipo, en caso de ser un informe compartido.



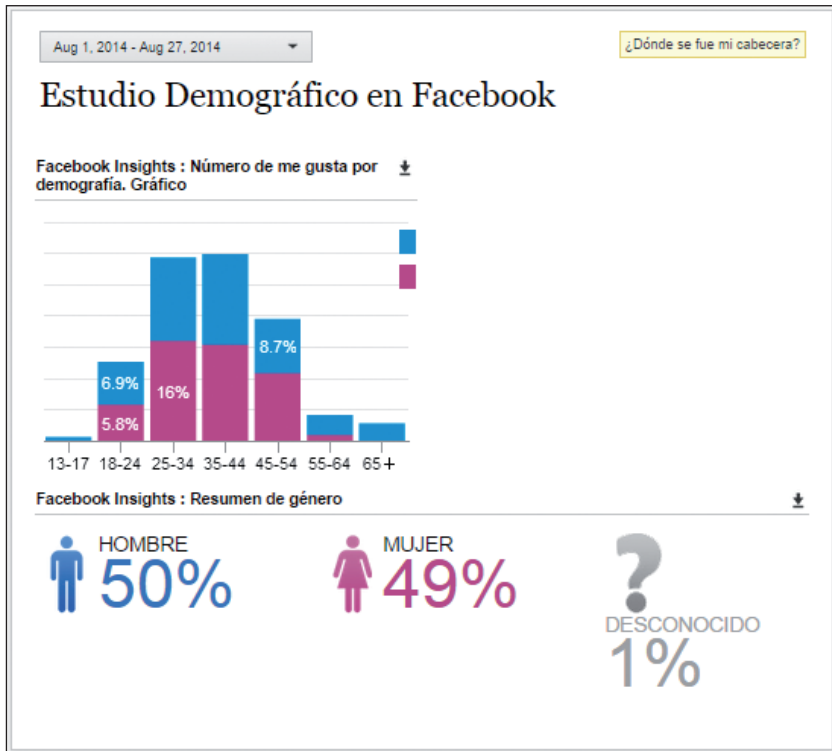
Asignar un título y establecer una frecuencia puede ser de gran ayuda para el usuario



Ejemplo

Una tienda de viajes online lanza cada semana de febrero una promoción distinta, así que programa Hootsuite para recibir un informe semanal y ver qué estrategia comercial ha dado mejor resultado.

Tras pulsar el botón **Crear informe** aparecerá el resultado pudiendo modificar en cualquier momento el rango de fechas tomado como referencia. Sin embargo, la cabecera no se mostrará, ya que solo aparecerá al imprimir el documento o exportarlo como PDF.



Informe personalizado con datos demográficos



Aplicación práctica

El director de Marketing de Enersur, empresa perteneciente al sector de la energía con presencia en Latinoamérica y España, con el objetivo de planificar las próximas campañas y dar a conocer nuevos servicios, encarga al departamento de Redes Sociales la elaboración de un informe de los últimos 30 días en formato PDF que contenga los siguientes datos relacionados con las cuentas de la firma en *Twitter* y *LinkedIn*:

- I Cantidad de menciones en *Twitter*.
- I Crecimiento del número de seguidores en *Twitter*.
- I Grado de compromiso de las actualizaciones en *LinkedIn*.

Continúa en página siguiente >>

<< Viene de página anterior

Dado que usted es el responsable de generar dicha información, cree un documento personalizado que pueda dar respuesta a la solicitud realizada, teniendo en cuenta que en la cabecera solo debe aparecer el nombre de la empresa y, tanto el título como el encabezado mostrarán *Análisis Precampaña*.

SOLUCIÓN

Tras acceder al área de **Analítica**, hay que pulsar el botón **Crear informe personalizado** donde se cerrará el cuadro de las plantillas disponibles.

En la zona de la cabecera personalizada, se debe seleccionar el texto que aparece y sustituirlo por Enersur. De manera similar, el texto “Escribe un encabezado aquí” tiene que ser reemplazado por “Análisis Precampaña”.

En el menú lateral izquierdo, se cambiará el literal “Informe sin título” por “Análisis Precampaña” y, dado que es un estudio ocasional, en la lista de Frecuencia se escogerá **No email**.

Para dar contenido al documento, en la categoría de módulos para *Twitter* se insertarán tanto *Nº de menciones* como *Crecimiento de seguidores*: número, especificando el perfil correspondiente.

A continuación, dentro de *LinkedIn* el elemento a escoger será *Engagement de la actualización*, asignando la página de empresa a tal efecto.

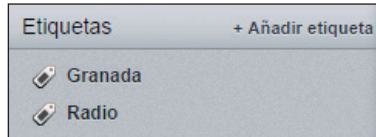
Tras especificar todo lo necesario, se pulsará el botón **Crear informe**. Entonces, en la zona dedicada a las fechas habrá que escoger *Month to date*.

Llegado este punto, ya solo quedará presionar el botón **PDF** y enviar al director de Marketing el archivo generado.

9. Etiquetas

A medida que el número de informes creados aumenta, puede resultar interesante clasificarlos de alguna forma, asignándoles una etiqueta o categoría, para así poder localizarlos rápidamente.

Antes de poder llevar a cabo la clasificación, es obligatorio crearlas pulsando el botón **Añadir etiqueta** en el menú lateral de **Analítica**.



Ejemplo de etiquetas para informes

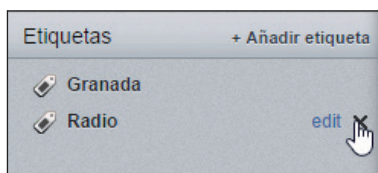
Para efectuar una asignación, hay que hacer clic en la opción **Todos los informes** y arrastrar el documento hasta la etiqueta que se quiera catalogar.

Todos los informes			
Titulo			
<input type="checkbox"/>	Café Digital Facebook	6:03 pm	
<input type="checkbox"/>	Informe sin título	5:29 pm	
<input type="checkbox"/>	Twitter Profile Overview - AcademiaAndroid	Aug 25	
<input type="checkbox"/>	Facebook Page Overview - Cupcakes a tu gusto	Aug 20	tros 1

El informe de Academia Android es asignado a la categoría Granada

Tras efectuar esta operación las veces necesarias (incluso asignando un mismo informe a varias categorías), a partir de ahora, al pulsar en cada una de las etiquetas, *Hootsuite* mostrará en pantalla los informes asignados, pudiendo localizar la información requerida con mayor facilidad.

Un último apunte, si fuera necesario modificar o eliminar una etiqueta ya creada, hay que situar el puntero del ratón por encima para que se activen los botones correspondientes.



Las etiquetas se pueden modificar o eliminar en cualquier momento



Importante

Aunque una etiqueta sea eliminada, los documentos asociados permanecerán inalterables, pudiendo acceder a los mismos a través de la opción **Todos los informes**.



Actividades

8. Imagine que en su empresa suelen requerir informes específicos por redes sociales, y cree las etiquetas *Twitter* y *Facebook*. A continuación, asigne un informe a la primera y compruebe que el documento siga estando disponible en la lista general.
-

10. Resumen

Además de facilitar la tarea de publicar y programar mensajes en las distintas redes sociales, *Hootsuite* proporciona múltiples informes que permiten comprobar el rendimiento de las cuentas gestionadas.

A través de un sistema de puntos, el usuario puede acceder a documentos más o menos detallados, en los que encontrará métricas para *Twitter*, *Facebook* y *LinkedIn*, así como información específica para comprobar qué enlaces son más eficaces, ya sea analizando directamente los links publicados o bien, a través de las estadísticas de *Google Analytics*.

Por lo demás, la aplicación también da la posibilidad de crear informes adaptables y personalizados que puedan dar respuesta específica a necesidades concretas.

En cualquier caso, tanto unos como otros análisis pueden agruparse bajo etiquetas que permitan una mejor clasificación y acceso a los documentos.



Ejercicios de repaso y autoevaluación

1. Complete con los términos que faltan.

De forma general, cualquier informe se puede exportar a formato _____
o _____.

2. Los informes relacionados con *Facebook* sirven para analizar *Perfiles, Páginas y Grupos*.

- Verdadero
- Falso

3. Especifique al menos dos diferencias existentes entre los informes *Perfil página de Facebook* y *Facebook Insights*.

4. Los usuarios de *Hootsuite* con modalidad Pro, ¿cuántos puntos reciben?

- a. 10.
- b. 25.
- c. 50.
- d. 100.

5. Suponiendo que tenga un informe denominado *Twitter Latam* y una etiqueta con el nombre Internacional, explique brevemente cómo asignar al documento dicha categoría.

6. ¿Cuál de estas métricas NO aparece en el informe Insights de página de *LinkedIn*?

- a. Comentarios.
- b. Recomendaciones.
- c. Engagement.
- d. Nuevos seguidores.

7. Complete la frase.

Hootsuite incorpora plantillas para analizar datos de las redes sociales *Twitter*, _____ y _____.

8. Marque la respuesta correcta.

En Resumen de clics es posible ver los clics recibidos por...

- a. ... país.
- b. ... ciudad.
- c. ... tipo de dispositivo.
- d. ... Sistema Operativo.

9. Si necesita un informe que muestre al mismo tiempo datos generales de dos páginas de *Facebook*, ¿cuál debo escoger? Argumente la respuesta

10. Un informe personalizado permite crear una cabecera con el logotipo y la página web de la empresa.

- Verdadero
- Falso