

III índice digitalización sector autocuidado

SOBRE EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES

VALORACIÓN DE LAS REDES SOCIALES SEGÚN EL OBJETIVO A ALCANZAR

MUY ÚTIL



PARA MEJORAR LA REPUTACIÓN DE LA MARCA



PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN CON EL CIUDADANO

ÚTIL



PARA AUMENTAR LA SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO, FIDELIZARLO Y AUMENTAR LA REPUTACIÓN DE LA COMPAÑÍA

VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES



PERFILES PÚBLICOS QUE HA DESARROLLADO TU COMPAÑÍA EN REDES SOCIALES DURANTE 2016



Aumenta el número de perfiles públicos por compañía respecto a 2015, en que menos de un 50% había desarrollado más de 1 perfil

VALORACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS SEGUIDORES DE LA COMPAÑÍA EN LAS REDES SOCIALES



LAS RRSS SE CONSIDERAN EL ÁREA DE MAYOR CRECIMIENTO, POR DELANTE DE PR DIGITAL, MOBILE MARKETING, BLOGS Y FOROS



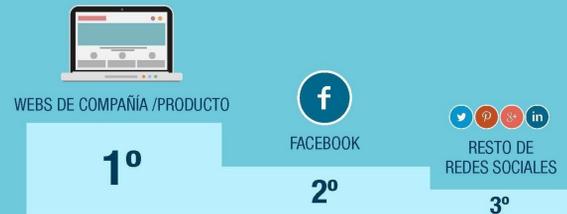
En cuanto al futuro digital, bajan las Apps como tendencia de futuro y ganan posiciones PR digital y blogs, además de marketing mobile

SOBRE LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL

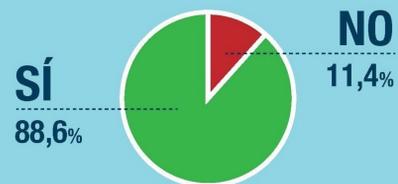
HERRAMIENTAS Y ACCIONES DIGITALES MÁS UTILIZADAS EN 2016



VALORACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LOS DIFERENTES CANALES ONLINE PARA TU EMPRESA



¿DISPONE DE ALGUNA HERRAMIENTA DE MONITORIZACIÓN?



Nº DE APPS QUE HA DESARROLLADO TU COMPAÑÍA EN 2016



SOBRE EL DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL

EMPRESAS CON DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL

SÍ
77,2%

NO
22,9%



Encuesta a 35 compañías asociadas a anefp. Datos 2016



Autocuidado de la Salud

www.anefp.org

Junio 2017