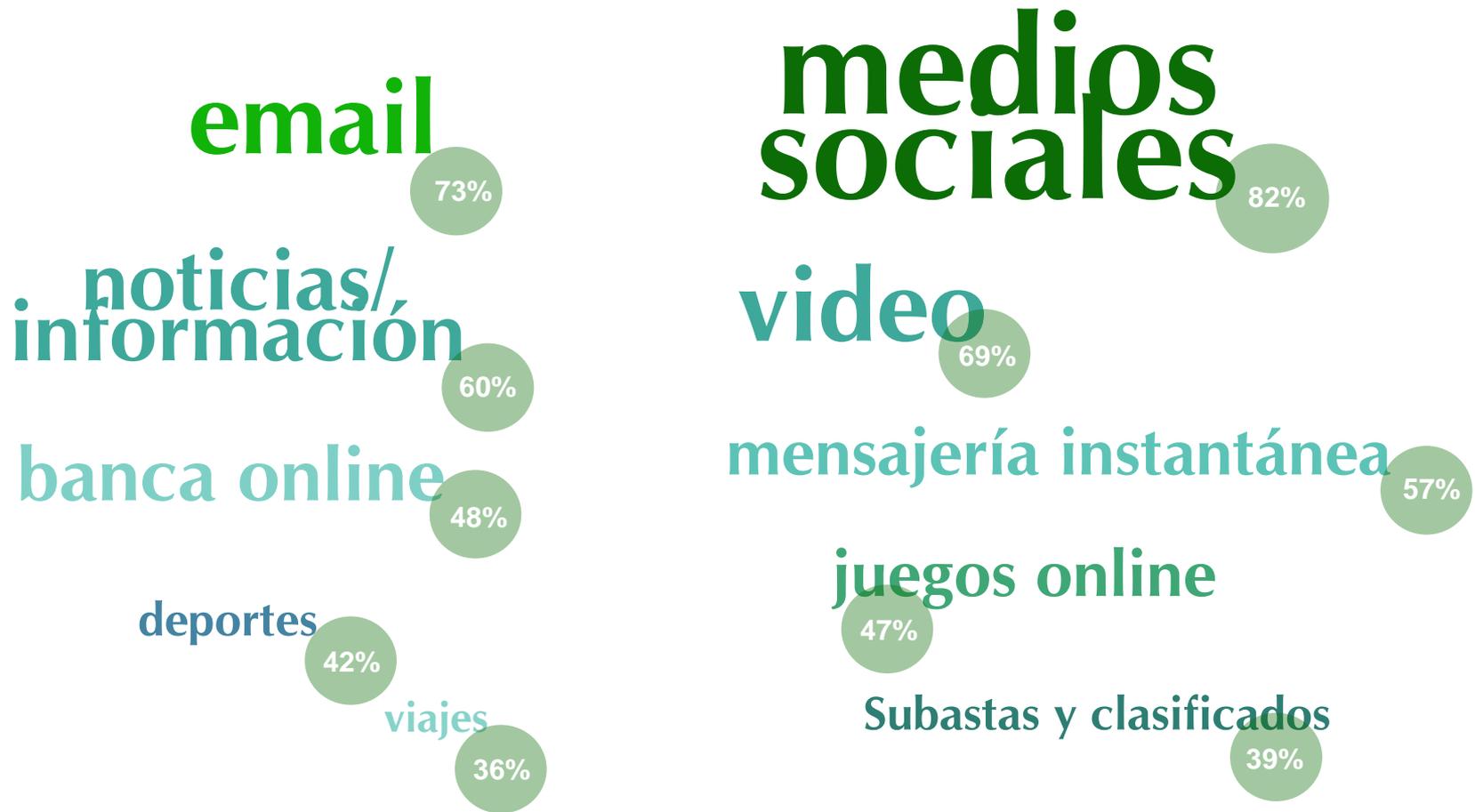


The Social Media View **from Spain**



Los españoles son fundamentalmente “sociales”: la cobertura se ha disparado en las redes sociales y los blogs

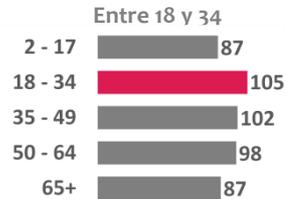


Active Reach de subcategorías sobre total internautas
Fuente: NetView España (Septiembre 2011)

Desempleados y ejecutivos además de usuarios entre 18-34 son los más activos en redes sociales



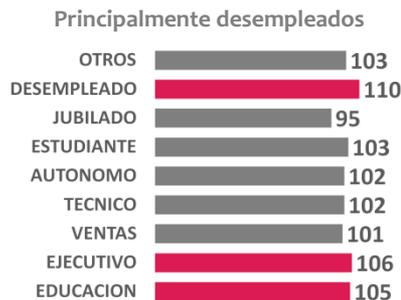
EDAD



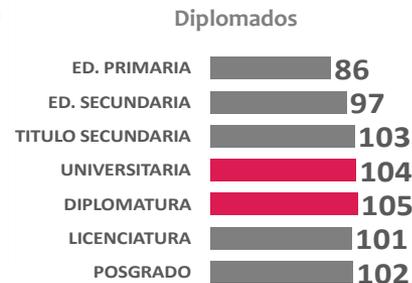
GÉNERO



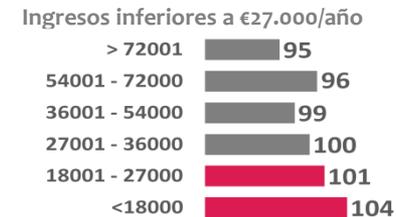
OCUPACIÓN



EDUCACIÓN



INGRESOS



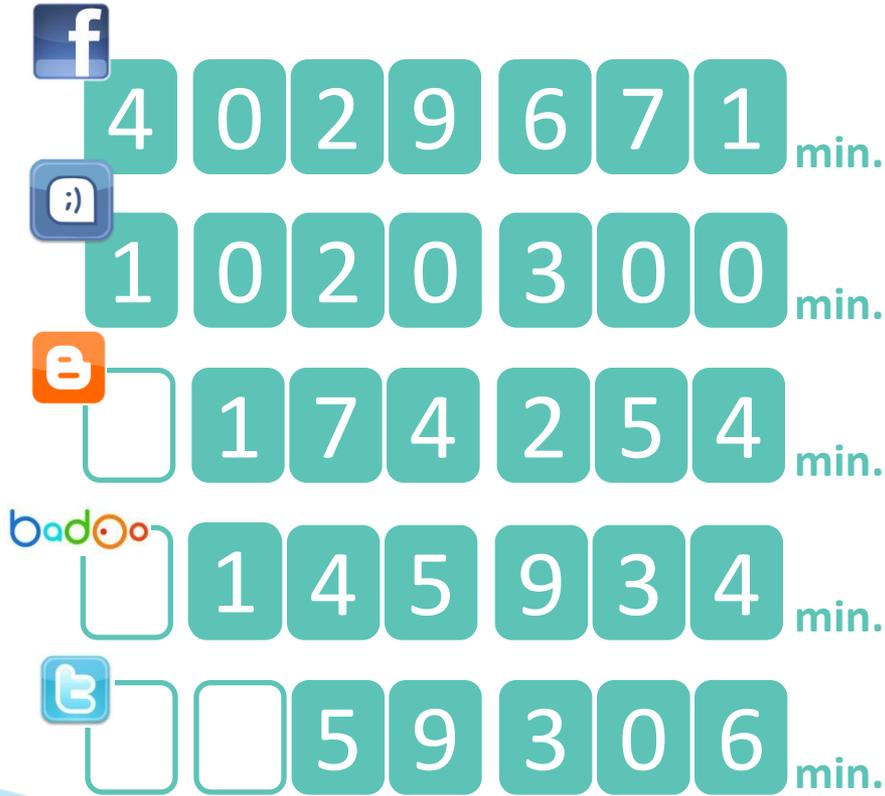
Afinidad a medios sociales por perfiles sociodemográficos
Fuente: NetView España (Septiembre 2011)

Posicionamiento “social”

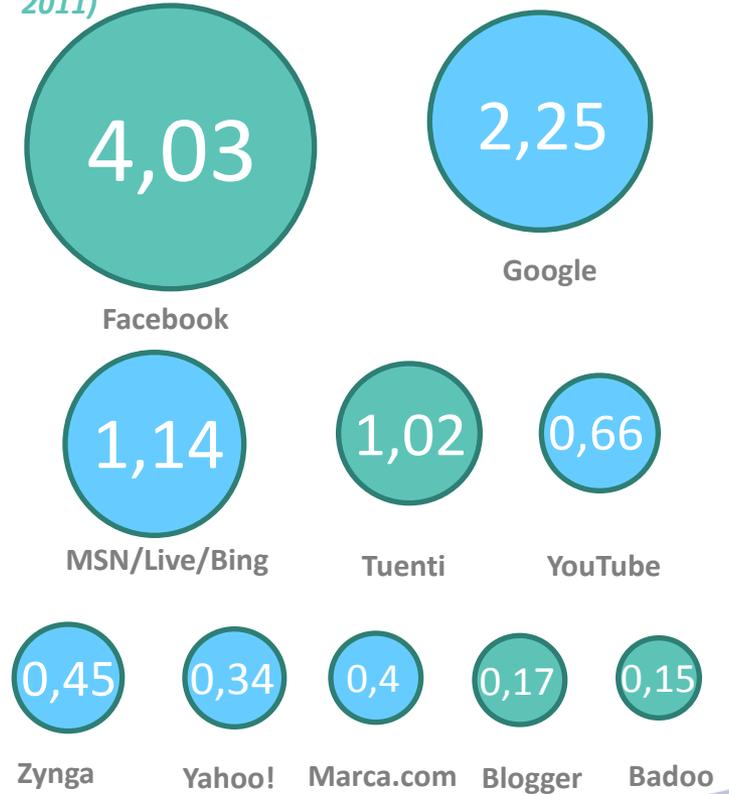
						
18-24	105	99	245	133	112	51
25-34	111	110	106	107	122	119
35-49	104	108	62	111	104	118
+50	95	96	66	95	88	124
Ejecutivo	106	105	61	129	102	229
Comercial	99	98	54	82	122	116
Técnico	102	111	77	108	135	142
Autónomo	107	109	69	126	88	161
Estudiante	100	98	218	131	104	69
Desempleado	119	121	127	150	130	110

Pasan más tiempo en Facebook que en cualquier otro sitio web

Top 5 Redes sociales y Blogs España
Total minutos (000), Home and Work (Septiembre 2011)



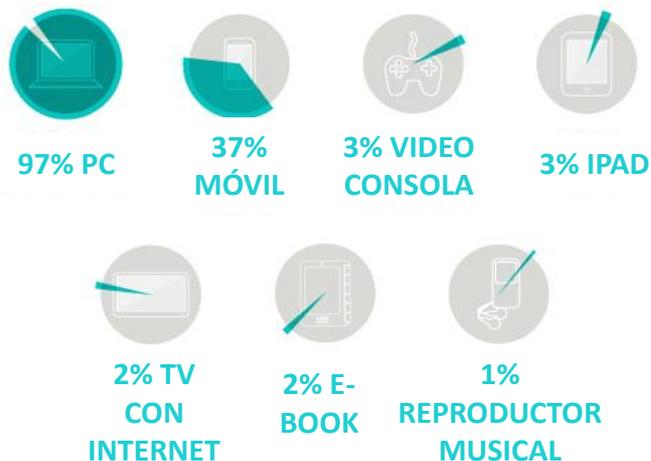
Top 10 MARCAS por Total Minutos
En miles de millones, Home and Work (Septiembre 2011)



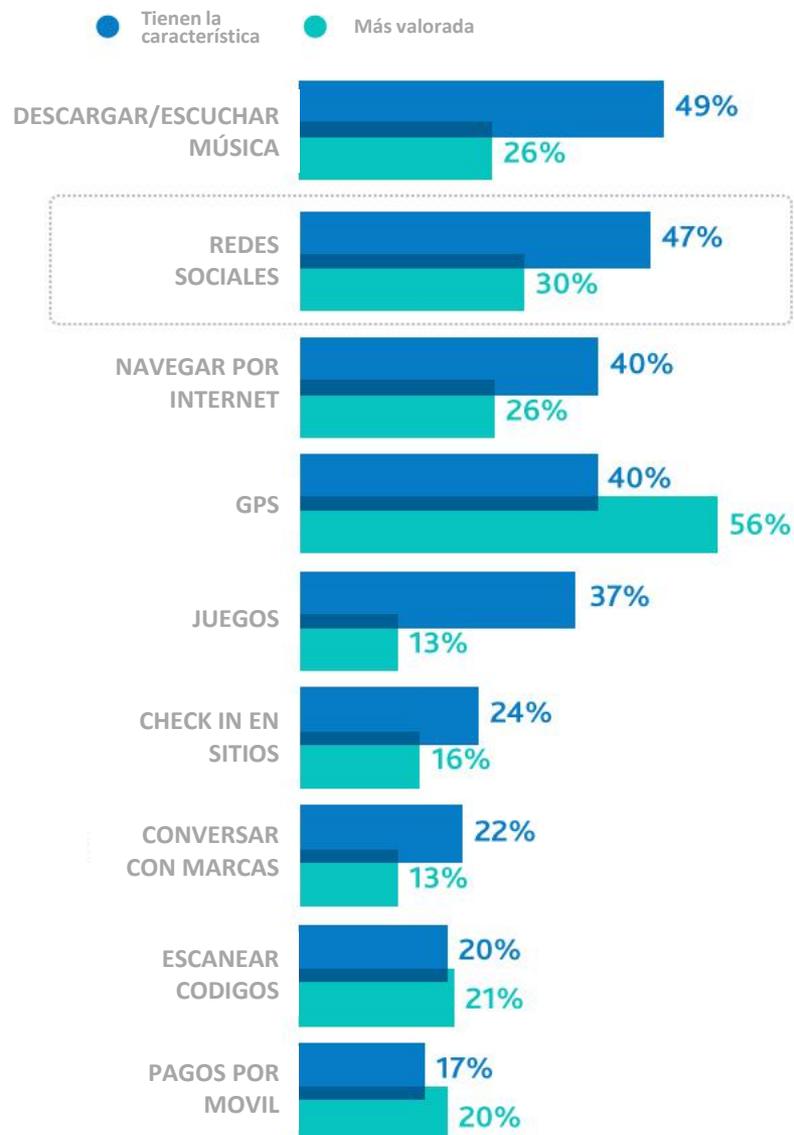
Tiempo de visita
Fuente: NetView España (Septiembre 2011)

El incremento actual del uso de social media es “móvil”

¿Cómo acceden los usuarios a los medios sociales?



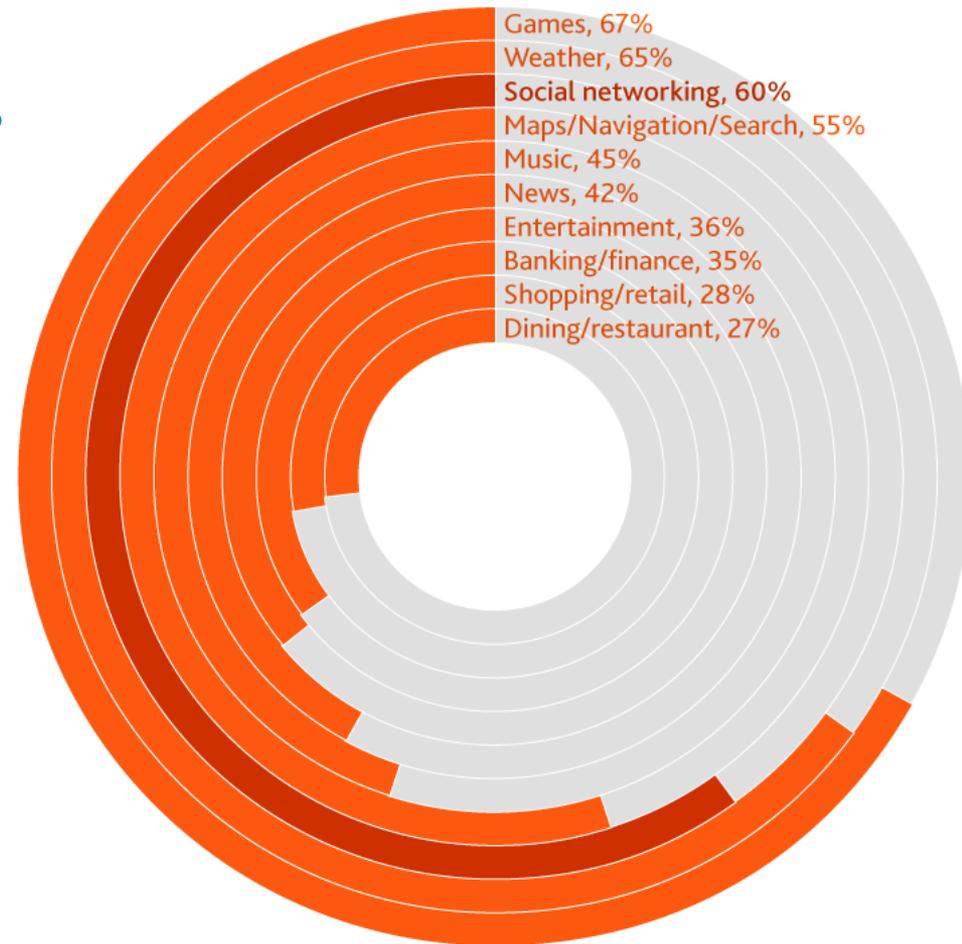
¿Cómo se compara el acceso a medios sociales en el móvil vs. otras características? ¿Cuáles valoran más?



Uso de Social Media a través de móvil
Fuente: NM Incite, State of Social Media Survey US (Abril 2011)

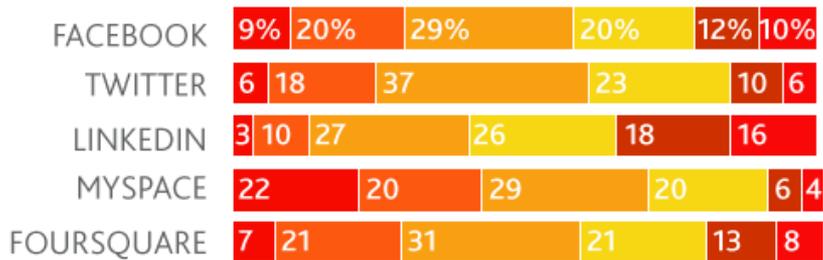
En Estados Unidos, el 60% de usuarios de smartphones descargan aplicaciones relacionadas con los medios sociales

Top 10 categorías de aplicaciones usadas por propietarios de smartphones que descargan aplicaciones



Distribución por edades de los usuarios de redes sociales

● 13-17 ● 18-24 ● 25-34 ● 35-44 ● 45-54 ● 55+



Uso de Social Media a través de móvil
Fuente: NM Incite, State of Social Media Survey US (Abril 2011)

Los usuarios activos en medios sociales son influyentes en el entorno offline

CUANDO SE COMPARA CON LA MEDIA DE USO DE INTERNET, LOS USUARIOS ADULTOS ACTIVOS SON...

19%

Están más predispuestos a atender un evento deportivo profesional

26%

Están más predispuestos a dar su opinión sobre política y temas de actualidad

33%

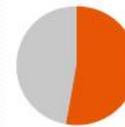
Están más predispuestos a opinar sobre programas de TV

45%

Están más predispuestos a tener una cita

18%

Están más predispuestos a ir al gimnasio



53%

de los usuarios activos de redes sociales sigue una marca



32%

de los usuarios activos de redes sociales sigue a una celebrity

75%

Están más predispuestos a gastar más dinero en música

47%

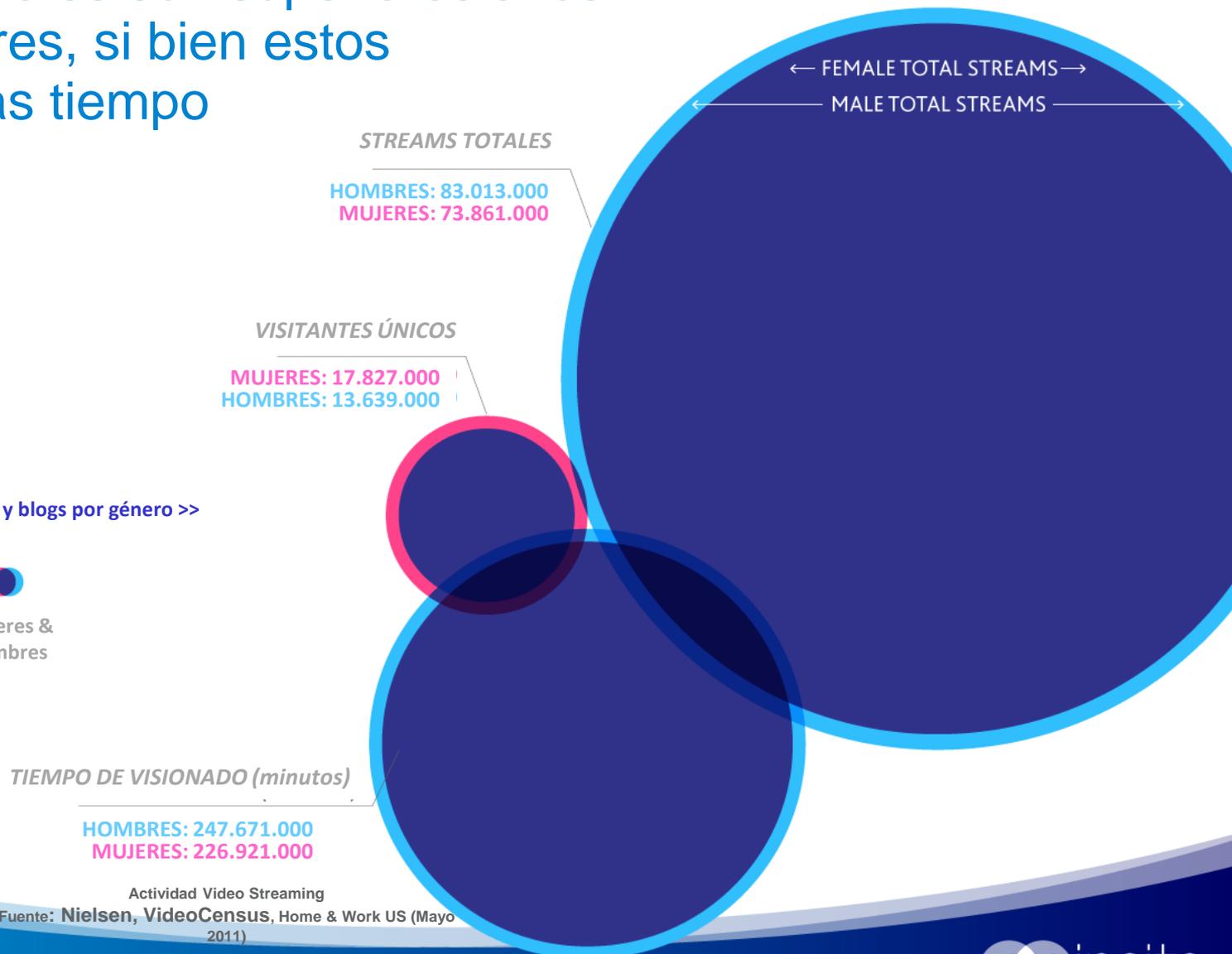
Están más predispuestos a gastar más en ropa, calzado y accesorios



Visión de usuarios activos de Social Media
Fuente: Nielsen, @Plan (Release 2, 2011)

Las consumidoras americanas de video en medios sociales son superiores a los consumidores, si bien estos dedican más tiempo

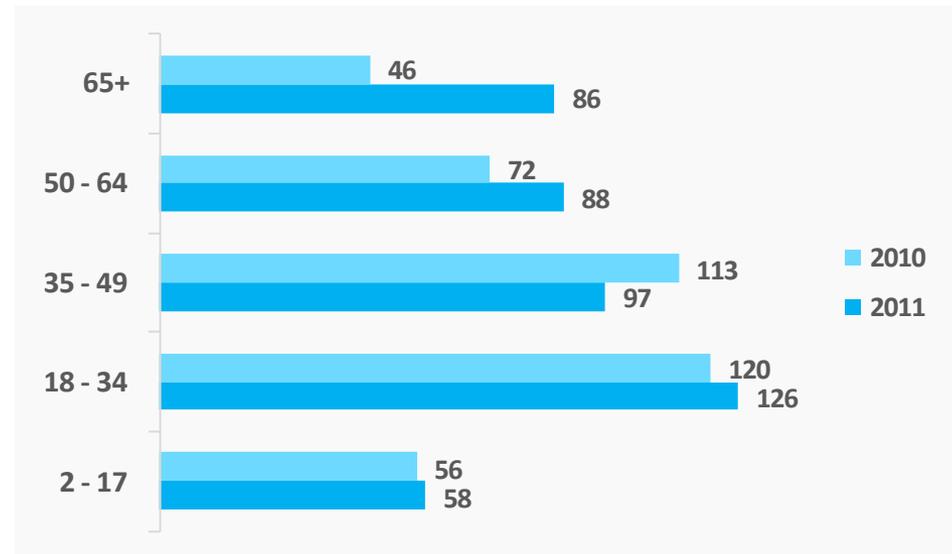
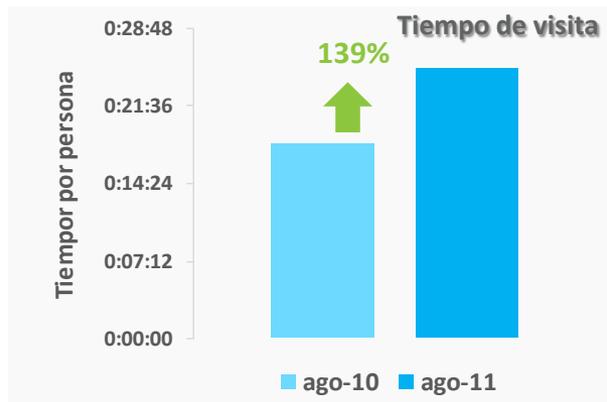
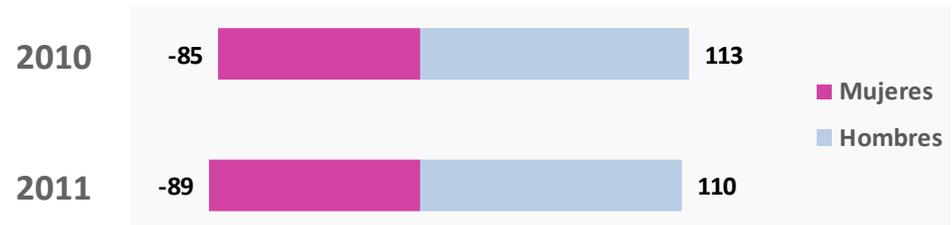
Uso de vídeo en redes sociales y blogs por género >>
Home and Work (Mayo 2011)



Redes sociales en crecimiento:



Twitter casi dobla su audiencia desde 2010 a 2011. Incrementa su afinidad con mujeres y jóvenes de 18 a 34.



Audiencia y afinidad de Twitter
Fuente: NetView España (agosto 2011)

Redes sociales en el mundo



- 1 AUSTRALIA**
Entre los 10 países analizados, los internautas australianos son los que más tiempo pasan en redes sociales y blogs, con una media de 7 horas y 17 minutos por persona.
- 2 BRASIL**
Orkut es la red social #1 en Brasil, visitada por 30,3 millones de usuarios en Mayo 2011, un 11% más que Facebook, el 2º sitio.
- 3 FRANCIA**
1 de cada 4 usuarios activos en Francia (9,6 millones), visitó Overblog, la 2ª red social en este país.
- 4 ALEMANIA**
Los internautas alemanes pasan más tiempo en redes sociales y blogs que en cualquier otra categoría, un total de 12.700 millones de minutos en Mayo 2011.
- 5 ITALIA**
Los internautas italianos pasan un tercio de su tiempo online en redes sociales y blogs (31% del tiempo total online)

- 6 JAPÓN**
El blog F2C, el sitio más relevante de la categoría de redes sociales en Mayo 2011, fue visitado por la mitad de los usuarios japoneses.
- 7 ESPAÑA**
Aunque los internautas españoles pasan la mayor parte del tiempo total en Facebook, el 1º sitio, por persona pasan más tiempo en Tuenti de media (4 horas y 42 minutos por persona).
- 8 SUIZA**
Las redes sociales y blogs tienen una penetración del 60% entre los usuarios activos de Internet.
- 9 ESTADOS UNIDOS**
Blogger es el sitio de creación de blogs número 2 en US, con 50,1 millones de usuarios únicos, un 17% más que hace un año.
- 10 REINO UNIDO**
Los internautas de UK visitaron 229,6 millones de páginas en Tumblr, el segundo en páginas vistas de la categoría tras Facebook (20.200 millones de páginas vistas).

Audiencia de medios sociales en 10 países
Fuente: Nielsen, Global Index (May 2011)

Cuestiones clave

1. Los medios sociales son **relevantes, generan impacto, mueven intención y genera ventas**
2. No obstante, también hay un impacto más allá de los departamentos de Marketing y Ventas
3. Para captar este valor, se debe crear una nueva estrategia y basar en la **medición** el primer paso para la evolución.
4. El análisis del CGM tiene que ser clave, los consumidores necesitan y quieren ser escuchados.

Estaremos encantados de ayudarte!

nmincitespain@nielsen.com