

INFORME SEGUIMIENTO DE REDES SOCIALES

FRANCISCO VIDELA

SEPTIEMBRE 2025

1. Alcance (Reach):

- **Alcance total:** Número de personas que han visto las publicaciones.
- **Alcance por publicación:** Medir el rendimiento de cada publicación.
- **Crecimiento de seguidores:** Incremento o disminución de la cantidad de seguidores en un periodo de tiempo específico.

2. Interacciones (Engagement):

- **Me gusta (Likes):** Medir el número de "likes" en las publicaciones.
- **Comentarios:** Número de comentarios en publicaciones y la calidad (positivos, negativos, preguntas).
- **Compartidos (Shares):** Veces que se ha compartido una publicación.
- **Tasa de interacción:** Número total de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) dividido entre el alcance total. Esto indica cuán comprometido está el público con el contenido.
- **Clics en enlaces:** Número de clics en enlaces compartidos (sitio web, artículos, eventos).

3. Crecimiento y Perfil de la Audiencia:

- **Segmentación demográfica:** Edad, género y ubicación de los seguidores (por ejemplo, cuántos son de la región del Maule).
- **Idiomas y preferencias:** Entender si el contenido se está ajustando al perfil de la audiencia.
- **Crecimiento mensual:** Número de nuevos seguidores y seguidores perdidos, y cómo se compara con meses anteriores.

4. Tipos de Publicaciones:

- **Post más efectivos:** Publicaciones que generaron mayor interacción (imágenes, videos, enlaces).
- **Frecuencia de publicación:** Cuántas veces por semana se publica contenido.
- **Tipo de contenido:** Identificar qué temas generan más interacción (proyectos legislativos, actividades territoriales, opiniones sobre temas de actualidad).

5. Engagement Rate (Tasa de interacción):

- **Interacción por publicación:** Número total de interacciones dividido por el número total de publicaciones.
- **Comparativa de rendimiento:** Evaluar el rendimiento de las publicaciones de la senadora en comparación con otros actores políticos de la región.

6. Métricas de Video:

- **Visualizaciones de video:** Cuántas personas ven los videos publicados.
- **Tiempo de visualización:** Tiempo promedio que pasan viendo los videos.
- **Reproducciones completas:** Veces que los videos se ven hasta el final.

7. Influencia y Sentimiento:

- **Menciones:** Número de veces que la senadora ha sido mencionada en otras cuentas.
- **Análisis de sentimiento:** Si los comentarios y menciones son positivos, negativos o neutrales.
- **Respuestas:** Cantidad de veces que se responde a las preguntas o menciones en las publicaciones.

8. KPI's de Conversión:

- **Clics a la biografía/perfil:** Número de veces que los usuarios han visitado el perfil después de ver una publicación.
- **Conversión de seguidores:** Tasa de personas que se convierten en seguidores después de ver el contenido.
- **Tráfico a sitios externos:** Si las publicaciones en redes están impulsando tráfico hacia un sitio web, por ejemplo, el portal de la senadora o plataformas legislativas.

9. Comparativa de Competencia:

- **Benchmarking:** Comparar el rendimiento de las redes de la senadora con otros senadores del Maule o figuras políticas de relevancia similar.
- **Análisis de hashtags:** Ver qué hashtags están funcionando mejor y cuáles deberían usarse más.

10. Percepción de la Marca Personal:

- **Análisis cualitativo:** Evaluar cómo el público percibe la imagen de la senadora en las interacciones, si se asocia con los valores y políticas que quiere destacar.

Herramientas de Medición:

- **Facebook Insights**
- **Instagram Analytics**
- **Twitter Analytics**
- **Google Analytics** (si se enlazan contenidos a un sitio web)
- **Hootsuite/Buffer** (para medir desde una plataforma centralizada)