



Brandwatch

KPIs para triunfar en las redes sociales

Cómo evaluar tu estrategia social

Masterclass de Madrid | Junio de 2023

Ponentes



Adrian Brea
Customer Success Manager,
Brandwatch



Jaime Vega
Product Manager,
Brandwatch



Objetivo de hoy

Mi objetivo es que:

- Salgas de esta sala con una idea clara de cómo medir tus acciones en redes sociales.
- Compartas con tu equipo los conocimientos que has adquirido aquí, para que todos se beneficien de ellos.

 **Utiliza tu libreta de Brandwatch para escribir:**

- Las respuestas a mis preguntas.
- Ejemplos de tu marca.

Programa de hoy

- ¿Por qué medimos?
- Objetivos en redes sociales
- Métricas vs. KPI
- Comparativas de rendimiento
- Conclusiones

Ejercicio 1

Utiliza tu libreta de Brandwatch para escribir las respuestas.

Tarea: Reflexiona y responde a lo siguiente:

- ¿Qué objetivo quisiste conseguir con tu última publicación en redes sociales?
- ¿Cuál ha sido la métrica más relevante para ti?

The background features a large green geometric shape on the right side, composed of several overlapping triangles and quadrilaterals in various shades of green, creating a modern, abstract design.

● **¿Por qué medimos?**

La importancia de medir los KPI correctos

6 razones por las que medimos



"No se puede controlar lo que no se mide".

Peter Drucker, Management Consultant

1. **Saber dónde estás.**

Es muy difícil establecer metas y objetivos. Medir te ayudará a saber desde dónde partes.

6 razones por las que medimos



"No se puede controlar lo que no se mide".

Peter Drucker, Management Consultant

1. **Saber dónde estás.**

Es muy difícil establecer metas y objetivos. Medir te ayudará a saber desde dónde partes.

2. **Entender a dónde vas.**

Las métricas de redes sociales son como una brújula que te guía. Una vez sepas dónde estás, podrás fijarte objetivos futuros.

6 razones por las que medimos



"No se puede controlar lo que no se mide".

Peter Drucker, Management Consultant

1. Saber dónde estás.

Es muy difícil establecer metas y objetivos. Medir te ayudará a saber desde dónde partes.

2. Entender a dónde vas.

Las métricas de redes sociales son como una brújula que te guía. Una vez sepas dónde estás, podrás fijarte objetivos futuros.

3. Qué funciona y qué no.

Mide constantemente tus progresos para saber si estás mejorando, si necesitas hacer ajustes o redefinir tus objetivos.

6 razones por las que medimos



"No se puede controlar lo que no se mide".

Peter Drucker, Management Consultant

- 1. Saber dónde estás.**
Es muy difícil establecer metas y objetivos. Medir te ayudará a saber desde dónde partes.
.....
- 2. Entender a dónde vas.**
Las métricas de redes sociales son como una brújula que te guía. Una vez sepas dónde estás, podrás fijarte objetivos futuros.
.....
- 3. Qué funciona y qué no.**
Mide constantemente tus progresos para saber si estás mejorando, si necesitas hacer ajustes o redefinir tus objetivos.
.....
- 4. Descubrir nuevas estrategias ganadoras.**
Si mides los resultados, podrás experimentar de verdad, hacer tests A/B y descubrir formatos nuevos y exitosos.

6 razones por las que medimos



"No se puede controlar lo que no se mide".

Peter Drucker, Management Consultant

- 1. Saber dónde estás.**
Es muy difícil establecer metas y objetivos. Medir te ayudará a saber desde dónde partes.

- 2. Entender a dónde vas.**
Las métricas de redes sociales son como una brújula que te guía. Una vez sepas dónde estás, podrás fijarte objetivos futuros.

- 3. Qué funciona y qué no.**
Mide constantemente tus progresos para saber si estás mejorando, si necesitas hacer ajustes o redefinir tus objetivos.

- 4. Descubrir nuevas estrategias ganadoras.**
Si mides los resultados, podrás experimentar de verdad, hacer tests A/B y descubrir formatos nuevos y exitosos.

- 5. Demostrar el valor.**
Si conectas las actividades de redes sociales a los resultados de tu negocio, podrás informar de los resultados y demostrar a los directivos el valor que tienen dichas actividades.

6 razones por las que medimos



"No se puede controlar lo que no se mide".

Peter Drucker, Management Consultant

- 1. Saber dónde estás.**
Es muy difícil establecer metas y objetivos. Medir te ayudará a saber desde dónde partes.

- 2. Entender a dónde vas.**
Las métricas de redes sociales son como una brújula que te guía. Una vez sepas dónde estás, podrás fijarte objetivos futuros.

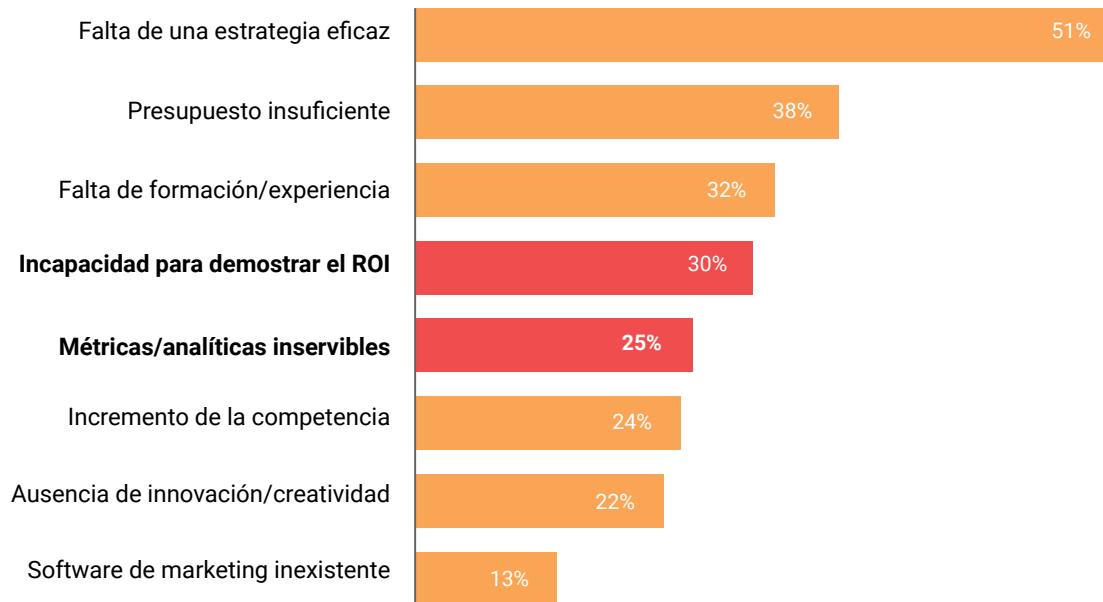
- 3. Qué funciona y qué no.**
Mide constantemente tus progresos para saber si estás mejorando, si necesitas hacer ajustes o redefinir tus objetivos.

- 4. Descubrir nuevas estrategias ganadoras.**
Si mides los resultados, podrás experimentar de verdad, hacer tests A/B y descubrir formatos nuevos y exitosos.

- 5. Demostrar el valor.**
Si conectas las actividades de redes sociales a los resultados de tu negocio, podrás informar de los resultados y demostrar a los directivos el valor que tienen dichas actividades.

- 6. Crea un fuerte vínculo entre recursos y resultados.**
Estableciendo KPI y midiéndose sabrás mejor cómo asignar recursos y €€.

Los obstáculos más complejos para los expertos en marketing digital.



Encuesta sobre la Estrategia de Marketing Digital (Ascend2).

Los datos pueden ser intimidantes



- ¿Por qué medimos?

● **Objetivos en redes sociales**

- Métricas vs. KPI
- Comparar y datos de *benchmark*
- Conclusiones

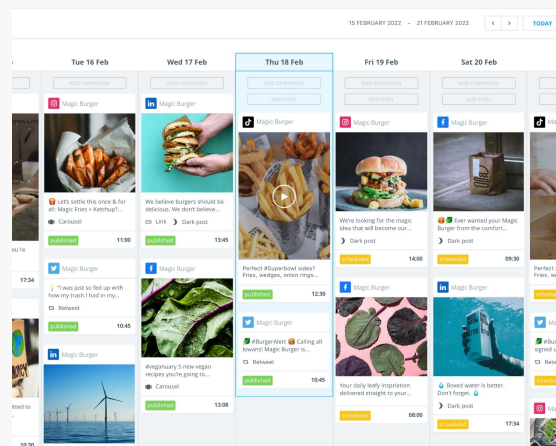
Objetivo de negocio: "Convertirnos en la mayor empresa de comercio electrónico de comida vegetariana de Europa".

Objetivos de negocio

- Aumentar la penetración de mercado en un 20% en Europa para finales de año
- Posicionar a la empresa como una marca fiable y ecológica
- Iniciar un programa de sostenibilidad junto con un partner



Estrategia de redes sociales



Traduce los objetivos de negocio en tu estrategia de redes sociales

Siguiente paso...

Determina la mejor forma de respaldar esos objetivos con las acciones en redes sociales.

Aumentar la penetración de mercado.



Aumentar la concienciación y los ingresos en Europa.

Posicionar a la empresa como una marca fiable y ecológica.



Educar a las personas sobre nuestra misión y nuestros ingredientes.

Iniciar un programa de sostenibilidad con un partner estratégico.



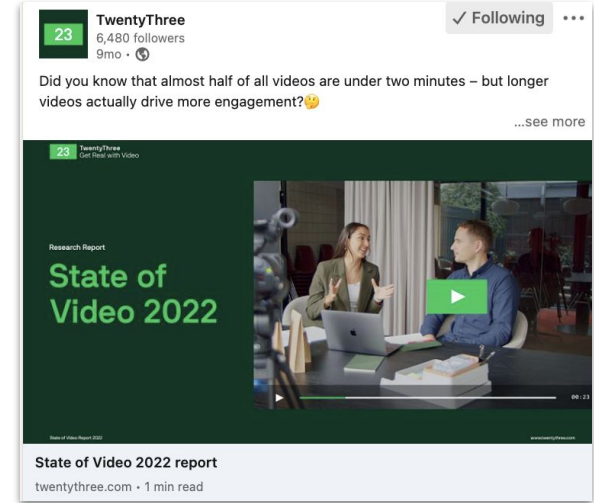
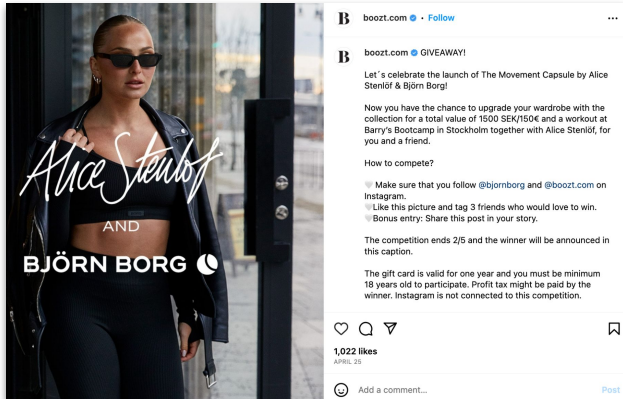
Activar la colaboración con nuestro partner estratégico en los canales de redes sociales para difundir la iniciativa.

Ejemplos de objetivos en RR. SS.

Aumentar los ingresos en Europa.

B2B

- Generar ventas
- Aumentar los *leads* y la notoriedad



Generar ventas



Comercio electrónico

Implicarse con la comunidad



Cada objetivo requiere un **enfoque de marketing**
y un **análisis único**.



● Por ejemplo...

Si mi objetivo en redes sociales es "**generar leads**", ¿qué supone eso exactamente?

¿Un mayor número de *leads*?

- Tácticas y canales que generen un mayor número de *leads*.
- KPI: número de clics y conversiones.
- Menor preocupación por los costes y el presupuesto.

¿Un coste inferior para *leads*?

- Evitar los canales de generación de *leads* más caros.
- KPI: coste por mil (CPM) y coste por clic (CPC).
- Centrarse en los costes/el presupuesto en términos de canales y tácticas.

¿Una mayor calidad de los *leads*?

- La medición va más allá del número de *leads* y se centra en su relevancia.
- KPI: tasa de clics (CTR), tasa de conversión de *leads* relevantes
- Centrarse en el ciclo completo de venta (nutrición de *leads*, contactos de venta, valor de la venta).

Establece objetivos

S M A R T

Específicos
Specific

Medibles
Measurable

Alcanzables
Achievable

Relevante
Relevant

Temporales
Timely

Ejemplos de objetivos SMART para redes sociales

Objetivo	Objetivo SMART
Aumentar brand awareness	Incrementar las publicaciones compartidas en Facebook en un 20% para diciembre.
Atraer tráfico a tu página web.	Aumentar la tasa de clics (CTR) en los CTA de Facebook en un 10% en 3 meses.
Interactuar con la comunidad.	Mejorar la tasa de <i>engagement</i> en las publicaciones orgánicas de Instagram en un 15% para 2024.

Ejercicio 2

A continuación, repasa las anotaciones del Ejercicio 1.

¿Tus objetivos eran SMART?

Elige uno de tus objetivos comerciales y transfórmalo en tres objetivos SMART para redes sociales.

Objetivo de negocio #1



Objetivo SMART #1 en redes sociales



Objetivo SMART #2 en redes sociales



Objetivo SMART #3 en redes sociales

● Posible solución

Tarea: Elige uno de tus objetivos comerciales y transfórmalo en tres objetivos SMART para redes sociales.

Aumentar las donaciones



Aumentar un 15% las publicaciones compartidas en Instagram de aquí a junio.



Aumentar el CTR de las publicaciones de Facebook Ads en un 20% para el próximo trimestre.



Aumentar en un 15% las visitas a la página de donativos para finales de año.

- ¿Por qué medimos?
- Objetivos en redes sociales

● Métricas vs. KPI

- Comparar y datos de *benchmark*
- Conclusiones

● Ejemplos de diferentes métricas

- Reproducciones/*engagements*
- Clics
- Tasas de conversión
- Seguidores
- Datos demográficos por edad
- Datos demográficos por sexo
- Alcance
- Impresiones
- *Engagements* ("me gusta", comentarios, compartir, guardar)
- Tasas de *engagement*
- Y muchas más...

+3100
retuits

¿Esto es bueno o malo?

● Métricas de vanidad



 **Brandwatch** ✓
@Brandwatch

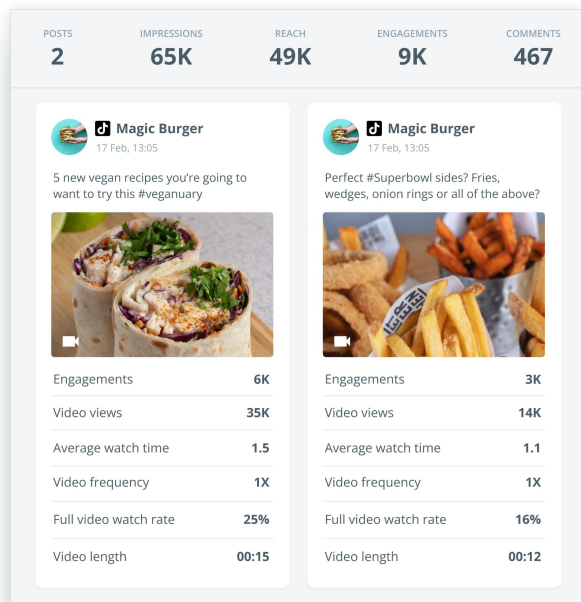
BTS are everywhere from the UN to all corners of the internet.

You can't go far without coming across [@bts_bighit](#), so we put together some stats and data on the hugely successful K-pop outfit: brnw.ch/2FkbTxg

11:00 AM · Jan 8, 2019 · TweetDeck

3,176 Retweets 39 Quote Tweets 8,817 Likes

Métricas vs. KPI



Métricas

- ✓ Medición de la situación general de la empresa.
- ✗ No son las mediciones más importantes y pueden no ser un buen indicador de si vas por buen camino.

KPI

- ✓ Las métricas en el contexto de la consecución de metas y objetivos.
- ✓ *Feedback* a lo largo de las etapas por las que ha pasado el cliente y factores que contribuyen directamente al éxito de tu negocio.

Todos los KPI son métricas, pero no todas las métricas son KPI

Alcance

Brandwatch
54,120 followers
1w · Edited · 🌐

Top tips to get you out of a creative slump!
#1: USE UGC ...see more

World Creativity and Innovation Day · 4 pages

Social media is not (always) innovative

Unoriginal tips that work.

Alina Bally and 8 others · 2 reposts

Organic impressions: 2,512 Impressions Show stats

P. ej. impresiones

Engagements

nordiskfilm · Follow

nordiskfilm @ KONKURRENCE
The FABELMANS er en fortælling om film, familie, og at følge dine drømme. Fortæl os hvem du vil se Spielbergs mest personlige og rørende bedrift sammen med, og vær med i konkurrencen om 2 x fribilletter til filmen! Vinderen bliver trukket og kontaktes d. 26. marts.

#vielskerfilm #vielskerthefabelmans #vielskerspielberg
5w · See Translation

tabitauzun @mereteatzen vil du med hvid vi er heldige? 🍀
5w · 1 like Reply See Translation
View replies (3)

brandonjeanlsen Jeg vil gerne se filmen med min kæreste @nlovstad27 da han er kæmpe fan af Steven Spielberg 🍀
5w · 1 like Reply See Translation
View replies (1)

jungeman74 Den ser fabelagtig ud 😊 jeg glæder mig til at se den mest personlige fortælling fra en af vor tids største filmskabere 😊 jeg vil gerne se filmen med @steenfath
4w Reply See Translation

katjav @ogkingbb 🍀🍀🍀
5w · 1 like Reply

elefantura Med min samlever @odrie.adri.adrienn
5w · 1 like Reply See Translation

249 likes
MARCH 26

Add a comment...

P. ej. "me gusta", comentarios

Utiliza etiquetas para organizar el contenido!

Conversiones

Live Thu · 3:00 PM

LIVE WEBINAR

Creating healthier communities through social impact investments

4 May
15.00 - 16.00 (CEST)

cities changing diabetes
Novo Nordisk
Diabetes Center Copenhagen

CCD ROUNDS

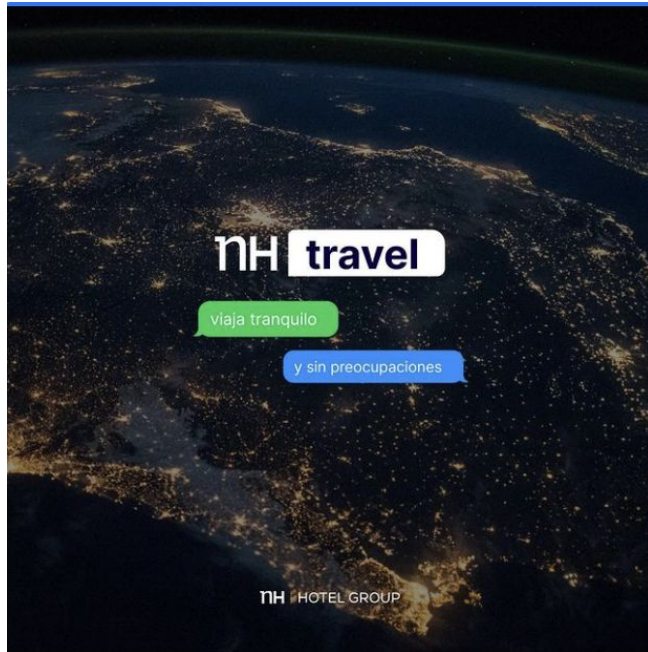
CCD Rounds: Creating healthier communities through social impact investment
Event by Novo Nordisk
Thu, May 4, 2023, 3:00 PM (your local time)

168 attendees

Attend Share More

P. ej. asistentes a un webinar

Ejercicio 3



Tarea: Entra en tu última publicación y define las métricas y los KPIs.


Ferrovial @ferrovial_es · 7h

 Mantener el equilibrio de la Tierra es una tarea global y también individual. Hoy reflexionamos sobre cómo la tecnología puede ser una herramienta fundamental para solucionar los límites planetarios. [#FerroviaBlog](#)



blog.ferrovial.com

Así es como vamos a resolver los límites planetarios - Blog Ferrovial Pero, ¿qué ocurre cuando la humanidad los empuja, aunque sea ligeramente? ¿Tenemos tecnología para solucionar los límites ...


 dkvseguros 3 h

PREMIER PADEL EN MADRID, DEL 17 AL 23 DE JULIO

¡SORTEAMOS 3 ENTRADAS DOBLES!

Para participar: contéstanos mencionando a la persona con la que compartirías tu entrada doble.

Type something ...



CUPRA

MADRID PADEL PT

DKV OFFICIAL SPONSOR

- ¿Por qué medimos?
- Objetivos en redes sociales
- Métricas vs. KPI

● **Comparativa de rendimiento**

- Conclusiones

¿Esto es mucho o poco?

20 000

reproducciones

Posibles comparativas

- ✓ Tus propios resultados anteriores
- ✓ Promedios del sector
- ✓ Resultados de la competencia
- ✓ Resultados del líder del sector

Por ejemplo, si tu objetivo es aumentar el *engagement* de los usuarios, la **Tasa Media de *Engagement*** puede ser un *benchmark* para tu empresa.

POSTS ↑
543

REACH
127.61K

IMPRESSIONS
135.4K

ENGAGEMENTS
5.22K

REACTIONS
4.89K

COMMENTS
368

ENGAGEMENT RATE
4.59%

  **How to Waste Less Scotla...**
1 Jan, 21 11:00 📍 Christ...

🌟 Happy New Year! 🌟



  **How to Waste Less Scotla...**
3 Jan, 21 17:02 📍 recycli... + 3 more

Flytipping includes leaving items beside street bins, bottle banks or...



  **How to Waste Less Scotla...**
12 Jan, 21 17:43

The bathroom might be one of the smallest rooms in the house but it's...



  **How to Waste Less Scotla...**
22 Jan, 21 12:20 📍 Mana...

If you or anyone in your house is showing symptoms of coronavirus, o...

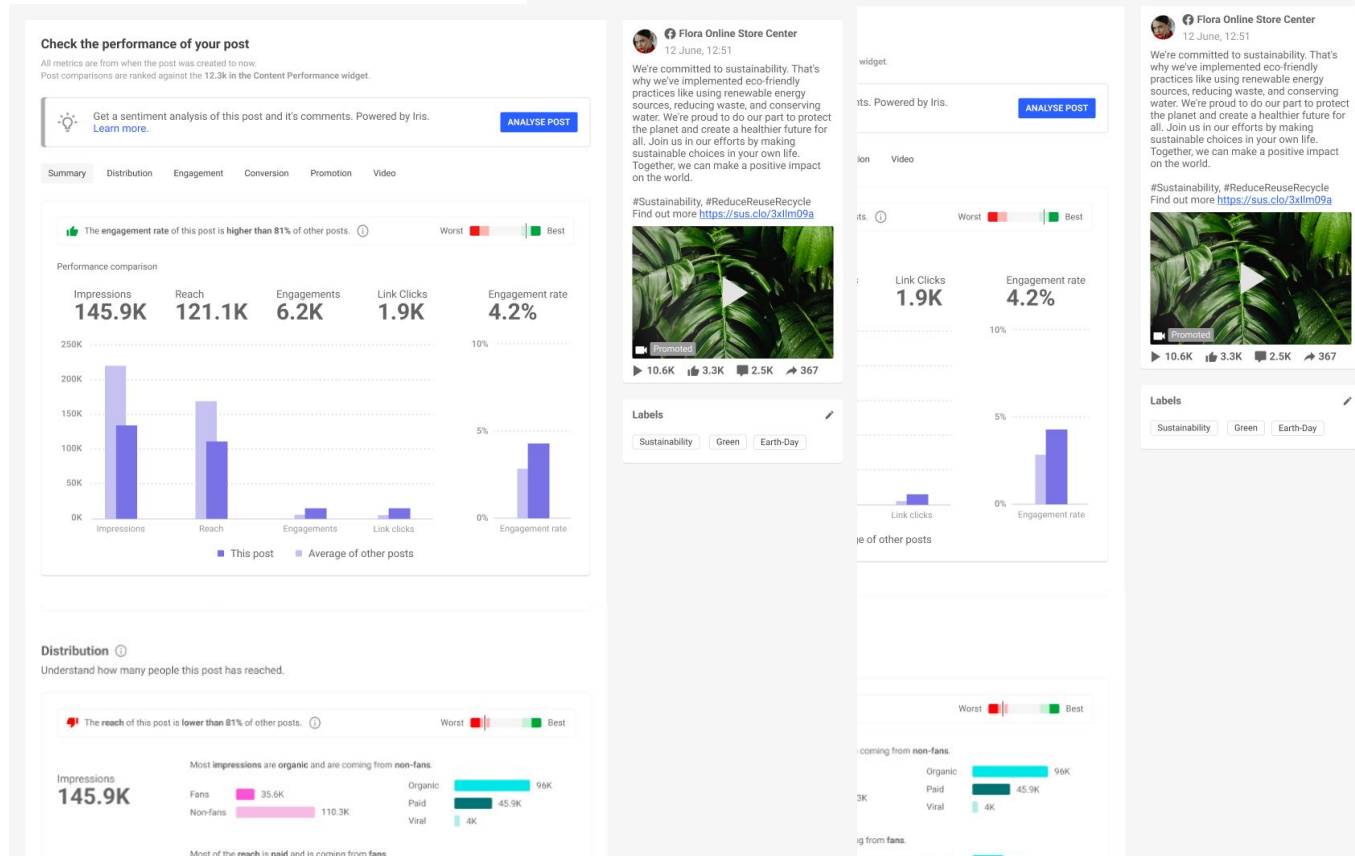


Qué contenido funciona mejor para alcanzar tus objetivos.

Alcance

Engagements

Conversiones



Check the performance of your post
All metrics are from when the post was created to now. Post comparisons are ranked against the 12.3k in the Content Performance widget.

Get a sentiment analysis of this post and its comments. Powered by Iris. [Learn more.](#) **ANALYSE POST**

Summary Distribution Engagement Conversion Promotion Video

The engagement rate of this post is higher than 81% of other posts. Worst Best

Performance comparison

Metric	This post	Average of other posts
Impressions	145.9K	~130K
Reach	121.1K	~110K
Engagements	6.2K	~2K
Link Clicks	1.9K	~1K
Engagement rate	4.2%	~2.5%

Labels: Sustainability Green Earth-Day

Distribution
Understand how many people this post has reached.

The reach of this post is lower than 81% of other posts. Worst Best

Most impressions are organic and are coming from non-fans.

Category	Value
Impressions	145.9K
Fans	35.6K
Non-fans	110.3K
Organic	96K
Paid	45.9K
Viral	4K

Most of the reach is paid and is coming from fans.

Labels: Sustainability Green Earth-Day

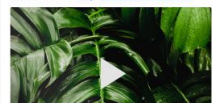
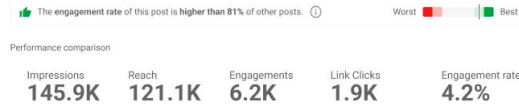
Flora Online Store Center
12 June, 12:51
We're committed to sustainability. That's why we've implemented eco-friendly practices like using renewable energy sources, reducing waste, and conserving water. We're proud to do our part to protect the planet and create a healthier future for all. Join us in our efforts by making sustainable choices in your own life. Together, we can make a positive impact on the world.
#Sustainability #ReduceReuseRecycle Find out more <https://sus.clo/3xlm09a>

10.6K 3.3K 2.5K 367

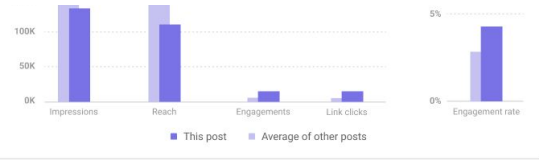
Link Clicks: 1.9K Engagement rate: 4.2%

Labels: Sustainability Green Earth-Day

10.6K 3.3K 2.5K 367

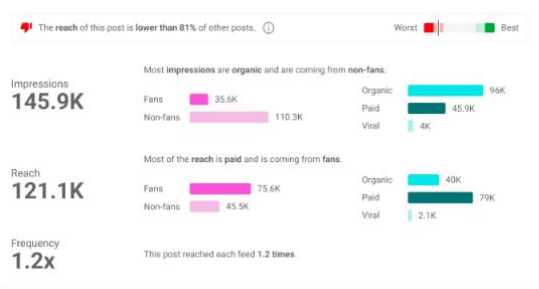


Qué contenido funciona mejor para alcanzar tus objetivos.



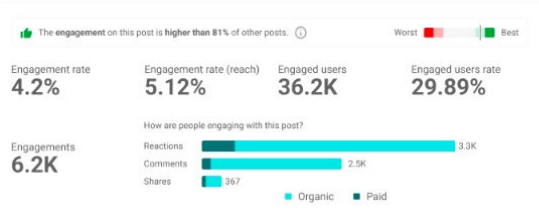
Distribution

Understand how many people this post has reached.



Engagement


Understand how many people interacted with this post.



Sustainability Green Earth-Day

Alcance



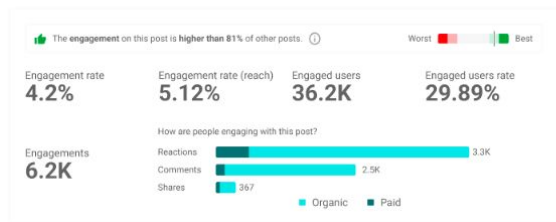
 Utiliza el análisis avanzado de tu contenido

Qué contenido funciona mejor para alcanzar tus objetivos.

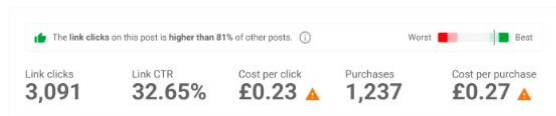
Engagements



Engagement
Understand how many people interacted with this post.



Conversion
Understand how well your post converts based on the people it reached.





Utiliza el análisis avanzado de tu contenido

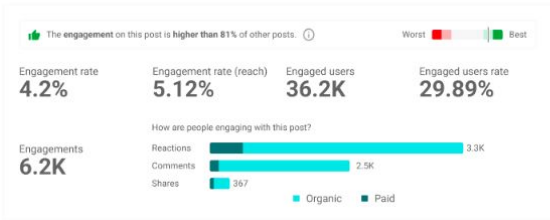


Qué contenido funciona mejor para alcanzar tus objetivos.

Conversiones

Engagement

Understand how many people interacted with this post.



Conversion

Understand how well your post converts based on the people it reached.



Analiza tu publicación.

Check the performance of your post

All metrics are from when the post was created to now.
Post comparisons are ranked against the 12.3k in the Content Performance widget.

Get a sentiment analysis of this post and it's comments. Powered by Iris. [Learn more.](#) [ANALYSE POST](#)

Summary Distribution Engagement Conversion Promotion Video

The engagement rate of this post is higher than 81% of other posts. Worst Best

Performance comparison

Impressions	Reach	Engagements	Link Clicks	Engagement rate
145.9K	121.1K	6.2K	1.9K	4.2%

Labels: Sustainability Green Earth-Day

Distribution

Understand how many people this post has reached.

The reach of this post is lower than 81% of other posts. Worst Best

Most impressions are organic and are coming from non-fans.

Impressions	Organic	96K
145.9K	Paid	45.9K
	Viral	4K
	Fans	35.6K
	Non-fans	110.3K

Most of the reach is paid and is coming from fans.



Utiliza el análisis de publicaciones de Iris (próximamente)

¿Cómo la has comunicado?

Check the performance of your post

All metrics are from when the post was created to now.
Post comparisons are ranked against the 12.3k in the Content Performance widget.

[Iris Post Analysis](#)
[Summary](#)
[Distribution](#)
[Engagement](#)
[Conversion](#)
[Promotion](#)
[Video](#)

Iris Post Analysis ⓘ

Understand the sentiment of this post and its comments with the help of AI-powered analysis.

Post Analysis ⓘ ⌵

TOPIC	COMPLEXITY	LINK/S	SENTIMENT	TONE OF VOICE	HASHTAG/S
Sustainability	Moderate	https://sus.clo/3xilm09a	Positive	Encouraging	#Sustainability, #ReduceReuseRecycle

Comment Analysis ⓘ ⌵

TOP TOPICS	NO. OF COMMENTS	SENTIMENT	TONE OF VOICE	HASHTAG/S
Living green	32	Neutral	Casual	#ecofriendlyvibes, #greenlivinggoals, #sustainabilityrocks
Thrifting as a creative and fashionable alternative	27	Positive	Enthusiastic	#planetlove
Impact of single-use plastics on the environment	15	Positive	Matter-of-fact	#sustainabilitymatters, #ecofriendlyfacts, #sustainablefuture
Eating plant-based meals to reduce carbon footprint	12	Positive	Casual	#sustainabilityrocks, #sustainability
Reducing plastic waste by using reusable water bottles and shopping bags	9	Positive	Casual	#sustainability

👍 The engagement rate of this post is higher than 81% of other posts. ⓘ
Worst Best

Performance comparison

Impressions	Reach	Engagements	Link Clicks	Engagement rate
145.9K	121.1K	6.2K	1.9K	4.2%

Flora Online Store Center
12 June, 12:51

We're committed to sustainability. That's why we've implemented eco-friendly practices like using renewable energy sources, reducing waste, and conserving water. We're proud to do our part to protect the planet and create a healthier future for all. Join us in our efforts by making sustainable choices in your own life. Together, we can make a positive impact on the world.

#Sustainability, #ReduceReuseRecycle
Find out more <https://sus.clo/3xilm09a>

▶ 10.6K
👍 3.3K
🗨️ 2.5K
🔄 367

Labels ✎

Sustainability
Green
Earth-Day

¿Qué dice tu audiencia en esas publicaciones?

Check the performance of your post

All metrics are from when the post was created to now.
Post comparisons are ranked against the 12.3k in the Content Performance widget.

Iris Post Analysis Summary Distribution Engagement Conversion Promotion Video

Iris Post Analysis

Understand the sentiment of this post and its comments with the help of AI-powered analysis.

Post Analysis

TOPIC	COMPLEXITY	LINK/S	SENTIMENT	TONE OF VOICE	HASHTAG/S
Sustainability	Moderate	https://sus.clo/3xilm09a	Positive	Encouraging	#Sustainability, #ReduceReuseRecycle

Comment Analysis

TOP TOPICS	NO. OF COMMENTS	SENTIMENT	TONE OF VOICE	HASHTAG/S
Living green	32	Neutral	Casual	#ecofriendlyvibes, #greenlivinggoals, #sustainabilityrocks
Thrifting as a creative and fashionable alternative	27	Positive	Enthusiastic	#planetlove
Impact of single-use plastics on the environment	15	Positive	Matter-of-fact	#sustainabilitymatters, #ecofriendlyfacts, #sustainablefuture
Eating plant-based meals to reduce carbon footprint	12	Positive	Casual	#sustainabilityrocks, #sustainability
Reducing plastic waste by using reusable water bottles and shopping bags	9	Positive	Casual	#sustainability

The engagement rate of this post is higher than 81% of other posts.

Performance comparison

Impressions	Reach	Engagements	Link Clicks	Engagement rate
145.9K	121.1K	6.2K	1.9K	4.2%

Flora Online Store Center
12 June, 12:51


We're committed to sustainability. That's why we've implemented eco-friendly practices like using renewable energy sources, reducing waste, and conserving water. We're proud to do our part to protect the planet and create a healthier future for all. Join us in our efforts by making sustainable choices in your own life. Together, we can make a positive impact on the world.

#Sustainability, #ReduceReuseRecycle
Find out more <https://sus.clo/3xilm09a>


10.6K 3.3K 2.5K 367

Labels: Sustainability, Green, Earth-Day


Observar las métricas de tus competidores puede ser una manera muy útil de comparar tu rendimiento y obtener *insights* sobre cómo puedes mejorar.

 **Nissan @nissan**
7 May, 14:50


The Nissan Patrol, your trustworthy partner in adventures
nissanmiddleeast nissandxb
#Nissan #NissanPatrol #SuperSafari




Total Engagement	7,99K
Likes	7,96K
Comments	28

 **Nissan @NissanItalia**
5 May, 12:00

È tempo di scoprire l'emozione della Formula E

 **Nissan @nissan**
6 May, 14:45

Sharing a piece of our founding story from Yokohama, Japan.
In 1935, Nissan started manufacturing at its Yokohama Plant, Japan's first mass production facility for vehicles. Times changed, but Nissan's founding: our passion for quality manufacturing remains the same.
Nissanjapan #Nissan #Japan








Total Engagement	17,51K
Likes	17,46K
Comments	49



Content Summary

Summary is generated from the brands' latest content for the selected time period.



-  **Nissan**
Nissan encourages its customers to share their favorite road trip moments by tagging their photos with the hashtag #MyNissanAdventure for a chance to be featured. The company also showcases its latest vehicles, including the Nissan Ariya and Nissan Kicks, and invites fans to share their thoughts on the new Pathfinder Concept for China showcased at the Auto Shanghai 2023. Nissan also celebrates its Japanese heritage and fan art, and highlights the ARIYA's highest score in the GreenNCAP rating. Additionally, the company congratulates King Willem-Alexander on his birthday and offers a chance to win a miniMicra for those who share the best photos of their Energy Orange Micra.
-  **WTW Corp**
The company Willis Towers Watson (WTW) values its employees and promotes colleague wellbeing. This is evident in the participation of Sucharita Chaki and Tapas Chowdhury in the Fit 4 Life run in India. The company culture also encourages colleagues to get to know each other beyond the workplace, which builds great teams and relationships. WTW offers early careers programs that provide real responsibilities, exposure to client projects, and unmatched support. The company values authenticity and welcomes people of all backgrounds, cultures, and orientations. WTW has been recognized by HRC Equidad Mexico as one of the "Best Places to Work for LGBT+ 2023". Financial literacy is also important to the company, as discussed by Manjit Basi with the Boston Women's Workforce Council.
-  **Toyota**
Toyota vehicles are showcased in various outdoor activities and environments. The Hilux pickup truck is seen sandboarding and playing in the dust. The Corolla hybrid car is driven to the next destination, while the CHR SUV and Tacoma pickup are used for wandering the wilderness and as the best campfire companion, respectively. The LandCruiser300 is never going to let you down, and it is used for surfing the uncharted corners of South Africa. The GR Supra sports car provides newfound freedom in the forest, while the 4Runner SUV rolls over rolling dunes. The GR86 sports car cements its status, and the CHR hybrid car is comfortable wherever you are. All these Toyota vehicles are showcased with the hashtag #BEYONDZERO, emphasizing their eco-friendliness.
-  **Gallagher**
Gallagher Rugby Ambassadors Sarah Hunter and Kendra Cockledge led a Rugby Masterclass with the Chicago Lions Rugby women's rugby

Objetivo de hoy

Mi objetivo era que:

- Salieras de esta sala con una idea clara de cómo medir tus acciones en redes sociales.
- Compartieras con tu equipo los conocimientos que has adquirido aquí, para que todos se beneficien de ellos.

- Vincula los objetivos de negocio a los objetivos en redes sociales
- Convierte tus objetivos en SMART
- Sé consciente de las métricas de vanidad
- Mide los KPI adecuados
- Compara tus datos



Brandwatch

¡Gracias!