

audiense:

Una historia de éxito sobre cómo conectar con la audiencia



Perfil de la empresa:
telefonica.com

Sector:
Telecomunicaciones

Uso de Audiense:
Aumentar la eficacia de las campañas de Twitter Ads

“

Teníamos el reto de atraer a seguidores relevantes en España y Latinoamérica. Poder ampliar nuestra audiencia con usuarios relevantes, con mayor nivel de interacción e influencia, fue lo que realmente aportó valor a nuestra acción

David Rodríguez

Product Manager de Think Big
Telefónica

Cómo Telefónica atrajo a 30.000 seguidores de alta calidad gracias a la segmentación precisa

Telefónica es una empresa española de telecomunicaciones y proveedora de banda ancha con operaciones en Europa, Asia, Norteamérica, Centroamérica y Sudamérica. También opera bajo el nombre de Movistar, O2 y Vivo, dependiendo del mercado.



El teléfono escacharrado

El blog Think Big de Telefónica se centra en la tecnología y las nuevas tendencias en España y Latinoamérica, con la misión de impulsar la marca como líder de opinión en este ámbito. Para lograrlo, necesitaban crear una audiencia de lectores relevantes, bien conectados y socialmente activos para ayudar a difundir su mensaje y llegar a una audiencia más amplia.

Reto

Interactuar con una audiencia relevante en el mercado español y latinoamericano, y al mismo tiempo optimizar la calidad y el coste por seguidor.

Solución

Uso de Audiense para crear listas de usuarios relevantes, segmentados por ubicación, nivel de actividad, palabras clave, e inclinación a responder a tweets promocionados. La campaña se llevó a cabo íntegramente desde la plataforma Audiense utilizando la funcionalidad de Twitter Ads.

Resultados

30.000 nuevos seguidores alcanzados con una campaña segmentada de pago, que son más activos, más seguidos y más relevantes que los usuarios conseguidos orgánicamente.

Los nombres de empresas, productos o servicios mencionados en este documento pueden ser marcas registradas o marcas comerciales de sus respectivos propietarios.

Audiense se une a la llamada...

Telefónica utilizó Audiense para aumentar su base de seguidores relevantes e influyentes. Se dirigió a segmentos específicos de usuarios de Twitter usando las capacidades de la plataforma para crear listas precisas. Los usuarios se filtraron por unos parámetros personalizables, tales como palabras claves de la biografía del usuario, número de seguidores, tiempo desde el último tweet, número de tweets por día, localización geográfica, y los usuarios de Twitter que habían mencionado la marca pero no la seguían.

También se empleó la segmentación por personalidad de Audiense para identificar a los usuarios cuyas personalidades indicaban que eran más propensos a responder, mejorando así el retorno de la inversión. En este caso, se puso énfasis en las personas más propensas a hacer retweet o responder a campañas de marketing.



¿Podemos darte nuestro número?

- 30.000 nuevos seguidores conseguidos a través de una campaña de pago, los cuales son más activos, más relevantes y con más seguidores que aquellos conseguidos orgánicamente.
- Los seguidores adquiridos tenían un promedio de 1.000 seguidores más que los seguidores que atrajeron orgánicamente.
- El público objetivo siguió interactuando con la cuenta después de seguirla.
- Los seguidores de la campaña pagada tenían un promedio de 6.500 más tweets por usuario que los seguidores obtenidos de manera orgánica durante ese tiempo.

La plataforma Audiense impulsa tres funciones fundamentales que ayudan a marcas y agencias a expandir sus negocios: creación de audiencias utilizando sofisticadas combinaciones de atributos y fuentes, adquisición de insights en profundidad sobre esas audiencias, y la conexión con audiencias en detalle para ofrecer comunicaciones relevantes y eficaces. Audiense es partner certificado de Twitter y de IBM Watson, y trabaja con más de 4.000 marcas y agencias entre las que se encuentran Universal Music, Havas Helia y Comic Relief.