

DESCARGABLE · LA OCTAVA P

¿Gestionas tus redes o solo publicas?

Mini auditoría práctica de redes sociales

ESTRATEGIA · CONTENIDO · COMUNIDAD · PLANIFICACIÓN · MEDICIÓN





¿Gestionas tus redes o solo publicas?

Tener perfiles abiertos y subir contenido de vez en cuando no significa necesariamente que estés gestionando tus redes sociales. Marca Sí, No o Revisar. Aquí venimos a descubrir qué está pasando realmente.

01 · ESTRATEGIA

Estrategia

Antes de preguntarnos qué publicamos, conviene saber para qué estamos publicando.

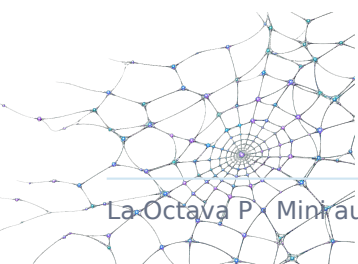
- 01 · ¿Tienes definidos los objetivos que quieres conseguir con tus redes sociales?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 02 · ¿Sabes a qué público quieres dirigirte y qué necesidades, intereses o problemas tiene?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 03 · ¿Has elegido las redes sociales en las que estás presente porque tienen sentido para tu negocio y tu público?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 04 · ¿Cada red social tiene una función concreta dentro de tu estrategia?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 05 · ¿Analizas a tu competencia y las tendencias de tu sector para detectar oportunidades sin limitarte a copiar lo que hacen los demás?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

02 · CONTENIDO

Contenido

Publicar mucho no sirve de demasiado si nadie entiende qué quieres contar, por qué debería interesarle o qué tiene que ver aquello con tu empresa.

- 06 · ¿Tus contenidos responden a algún objetivo y no simplemente a la necesidad de «publicar algo»?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 07 · ¿Creas contenidos pensando en los intereses y necesidades de tu público?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 08 · ¿Adaptas textos, imágenes, vídeos y formatos a las características de cada red social?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 09 · ¿Tus contenidos mantienen una identidad, tono y estilo reconocibles y coherentes con tu marca?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 10 · ¿Combinas distintos tipos de contenido —informativo, educativo, comercial, interactivo o de entretenimiento— según lo que quieres conseguir?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar





03 · COMUNIDAD

Comunidad

Una red social sin conversación puede convertirse rápidamente en un escaparate con luces encendidas y nadie detrás del mostrador.

- 11 · ¿Revisas de forma habitual comentarios, menciones, mensajes e interacciones?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 12 · ¿Respondes a preguntas y comentarios con un tono coherente con la personalidad de tu marca?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 13 · ¿Generas oportunidades para conversar y participar, en lugar de limitarte a emitir mensajes?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 14 · ¿Prestas atención a opiniones, quejas o incidencias que puedan afectar a la percepción y reputación de tu marca?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 15 · ¿Utilizas lo que dice y hace tu comunidad para detectar intereses, dudas y nuevas oportunidades de contenido?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

04 · PLANIFICACIÓN

Planificación

Si cada lunes comienza con un «¿y esta semana qué publicamos?», probablemente no tengamos un calendario editorial. Tenemos una aventura.

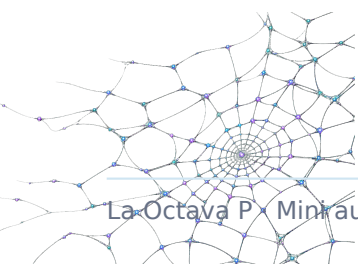
- 16 · ¿Trabajas con un calendario de contenidos?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 17 · ¿Planificas con antelación temas, formatos, redes y fechas de publicación?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 18 · ¿Mantienes una frecuencia de publicación que puedes sostener con los recursos reales de tu empresa?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 19 · ¿Programas publicaciones cuando resulta útil y haces seguimiento de lo que queda preparado?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 20 · ¿Tu planificación deja margen para reaccionar ante novedades, conversaciones o tendencias relevantes de tu sector?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar

05 · MEDICIÓN

Medición

Publicar y marcharse es una opción. Gestionar implica volver después y comprobar qué ha ocurrido.

- 21 · ¿Has definido qué indicadores debes medir en función de los objetivos que quieres conseguir?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 22 · ¿Revisas datos como alcance, impresiones, clics, interacciones u otros indicadores relevantes para tu estrategia?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 23 · ¿Identificas qué contenidos, formatos o temas obtienen mejores y peores resultados?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 24 · ¿Comparas resultados a lo largo del tiempo para detectar cambios, patrones o tendencias?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar
- 25 · ¿Utilizas los datos obtenidos para decidir qué mantener, qué mejorar y qué replantear?**
☐ Sí ☐ No ☐ Revisar





RESULTADO

¿Y ahora qué?

Mira tus respuestas en conjunto. No buscamos una nota perfecta: buscamos saber qué parte de la gestión necesita más método.

PREDOMINAN LOS SÍ

Tus redes cuentan con una base de gestión bastante estructurada.

Eso no significa que esté todo terminado —en digital semejante criatura mitológica no existe—, pero sí que hay estrategia, seguimiento y criterios sobre los que seguir mejorando.

APARECEN BASTANTES REVISAR

Hay una buena oportunidad para ordenar procesos.

Probablemente estás haciendo muchas cosas bien, pero algunas dependen demasiado de la rutina, la intuición o el tiempo disponible. Conviene definir prioridades y convertir acciones aisladas en estrategia.

PREDOMINAN LOS NO

Puede que tengas redes, pero todavía no las estés gestionando realmente.

Ahí está precisamente la diferencia entre estar presente y construir una presencia digital con sentido.

Destejiendo humo

Gestionar redes sociales no consiste en publicar tres veces por semana porque alguien aseguró que «al algoritmo le gusta». Tampoco en acumular seguidores, hashtags o métricas como quien colecciona cromos. Una gestión profesional conecta objetivos, contenido, comunidad, planificación y resultados.

Qué puede hacer La Octava P por tu empresa

Analizamos la situación de tus redes sociales, definimos qué canales tienen sentido para tu negocio y construimos una estrategia de contenidos, comunidad, planificación y medición adaptada a tus objetivos.

¿Tejemos tu estrategia?

Hilamos fino.

Seguimos tejiendo redes y destejiendo humo.