

*Propuesta para generación  
de **Branded Content***

# Benchmark.

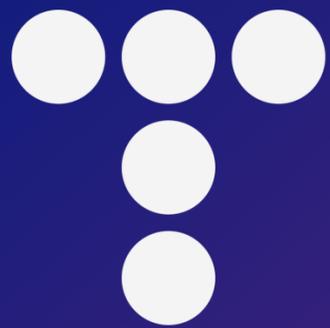
Web3MBA, Telefónica, The Power MBA,  
Founderz, IEBS Digital School, Xataka



*Vera Arnedo, **Raquel**  
Crespo Mota, **Natalia**  
Peiró Viguera, **Víctor**  
Mas Camarasa, **Álvaro**  
Mancera Hernández, **Noelia**  
García Márquez De Prado, **Alicia***



founderz



Telefónica

IEBS

Digital School



ThePower  
business school





**Análisis de *Web3MBA*  
y de nuestro modelo  
de negocio.**

# Categoría del producto.

**Inteligencia  
artificial**

Digitalización

**Blockchain**

**Máster**

Oportunidades

**Web 3.0**

**Educación**

**DeFi**

Startups



# Segmento del mercado.

Consumidor potencial

Personas de **20 & 32** años.

Consumidor final

Personas de **35 & 45** años.

*Buscan un mejor puesto de trabajo, más dinero.*



*Análisis de la marca y de su modelo de negocio*

# Brand statement.

Ofrecer un máster que brinde conocimientos y experiencias sobre Web 3.0 e Innovación para reinventarse y aprender sobre **Blockchain, Criptomonedas, DeFi, Web3, DApps, Startups, Inteligencia Artificial y mucho más.**



*Análisis de la marca y de su modelo de negocio*

# Propuesta de valor.

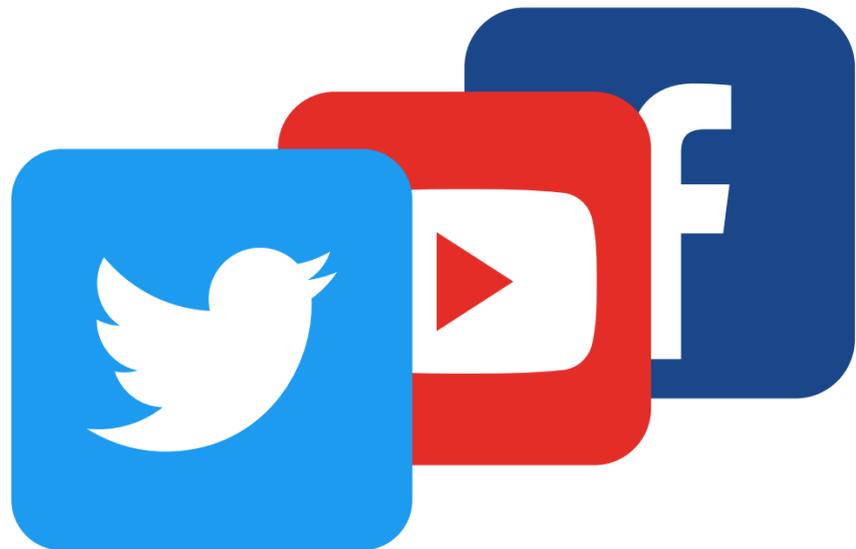
A través de un sistema online, interactivo y dinámico que ofrece contenidos promulgados por expertos de grandes empresas de la industria **Tech y Crypto** y que **permite acceder al contenido de forma sencilla y eficaz.**



*Análisis de la marca y de su modelo de negocio*

# Canales de comunicación.

Análisis de la marca y de su modelo de negocio



Red social con + **actividad**

**1.211** seguidores

El formato que + funciona es la **“Transformación”** (mundo + digitalizado)



# Análisis de la *página web.*

# Dominio.

# Primera impresión.

- *Llamativa*
- *Ordenada*
- *Profesional*

**Buena distribución:** sensación de calidad

**Apela al usuario** mostrando las cualidades del máster

Muestra las **características del máster** de forma sintética y clara, sin ocultar información

# Contenido de la web.

- *Información*
- *Xperts*
- *Profesores y mentores*
- *Contenidos*
- *Especializaciones*
- *Precios y planes*



Web3MBA

Xperts

Profesores

Contenidos

Especializaciones

Precios

Empresas

Práctica

Web3 Jobs

Dtalks

Bit2Me

Drops

W3 MAG

Blog

Noticias

FAQs

Contacto

# Datos estadísticos de la web.

Posicionamiento global

#3,144,093

▼ 1,892,708

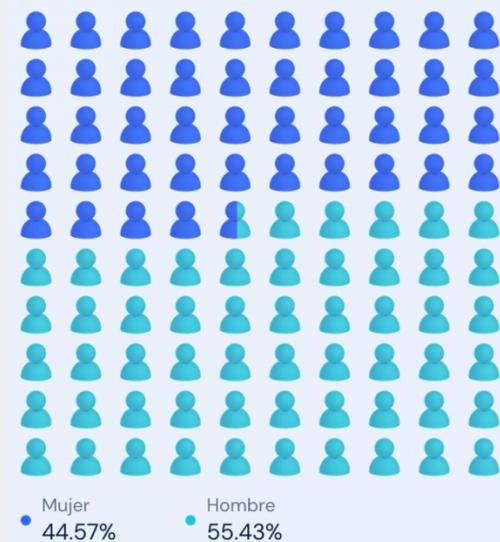
Clasificación de países

#123,756

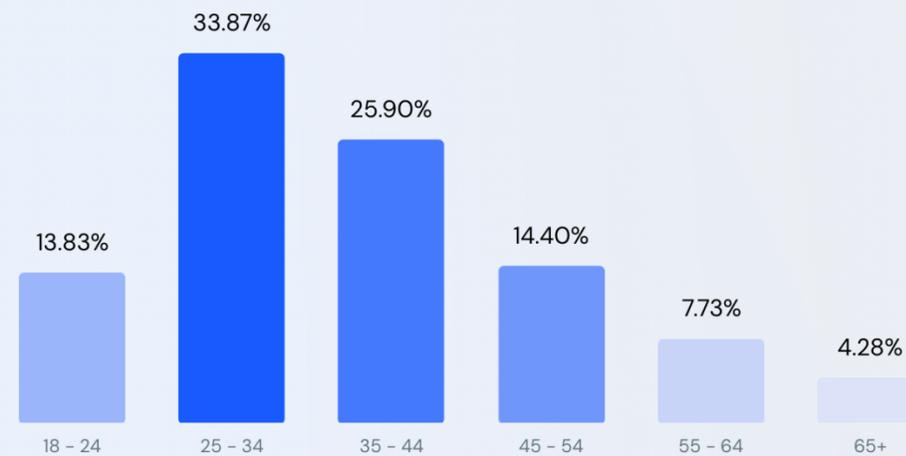
▼ 84,954

España

Distribución por género



Distribución por edad



Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales  
**10.6K**

Cambio desde el mes pasado  
**59.20% ▼**

Promedio de duración de las visitas  
**00:02:08**

Tasa de rebote  
**57.81%**

Páginas por visita  
**2.23**

similarweb

Total de visitas en los últimos 3 meses



Visitas totales  
**10.6K**

Porcentaje de rebote  
**57.81%**

Páginas por visita  
**2.23**

Promedio de duración de las visitas  
**00:02:08**

# Análisis de la gestión del contenido en *TikTok.*

# Contenido.

## Transformación

Informa sobre un **dato interesante** que complete al contenido de su marca, respecto al cambio que estamos viviendo, para derivarlo a la promoción de su máster y su funcionalidad. Encontramos 3 episodios.

Hay otros dos videos cuyo contenido está dirigido a la **promoción del máster.**

# Tono de comunicación.

Excesiva preocupación por la promoción

**Tono informativo e impersonal**

No llega a conectar con el usuario

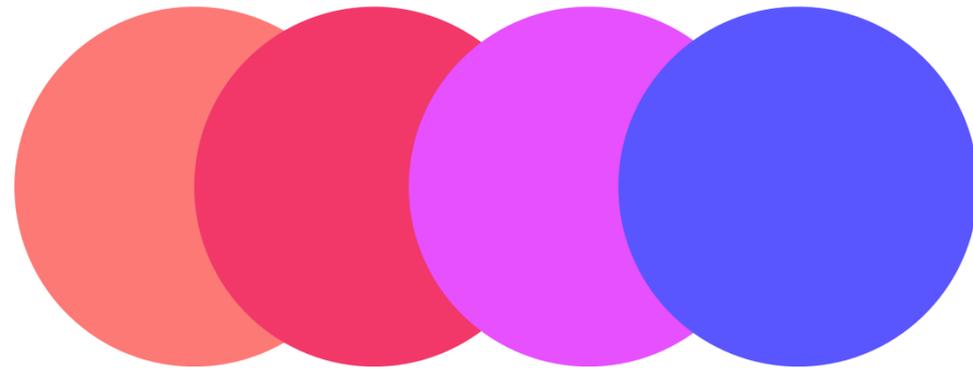
*Pretende argumentar el máster*

*Pretende ser explicativo*

# Estilo.

Profesionalidad

Innovación



Seriedad

Tecnología



Uso de **degradados** que proporcionan coherencia

Uso del color blanco y negro para **complementar**

Tipografía **clara y elegante**, sin serifa

**Variaciones** entre negrita y estándar

# Análisis en TikTok.

Análisis de la gestión del contenido en TikTok

**0.19**  
Avg. Post per Day

**1.35**  
Avg. Post per Week

**5.77**  
Avg. Post per Month



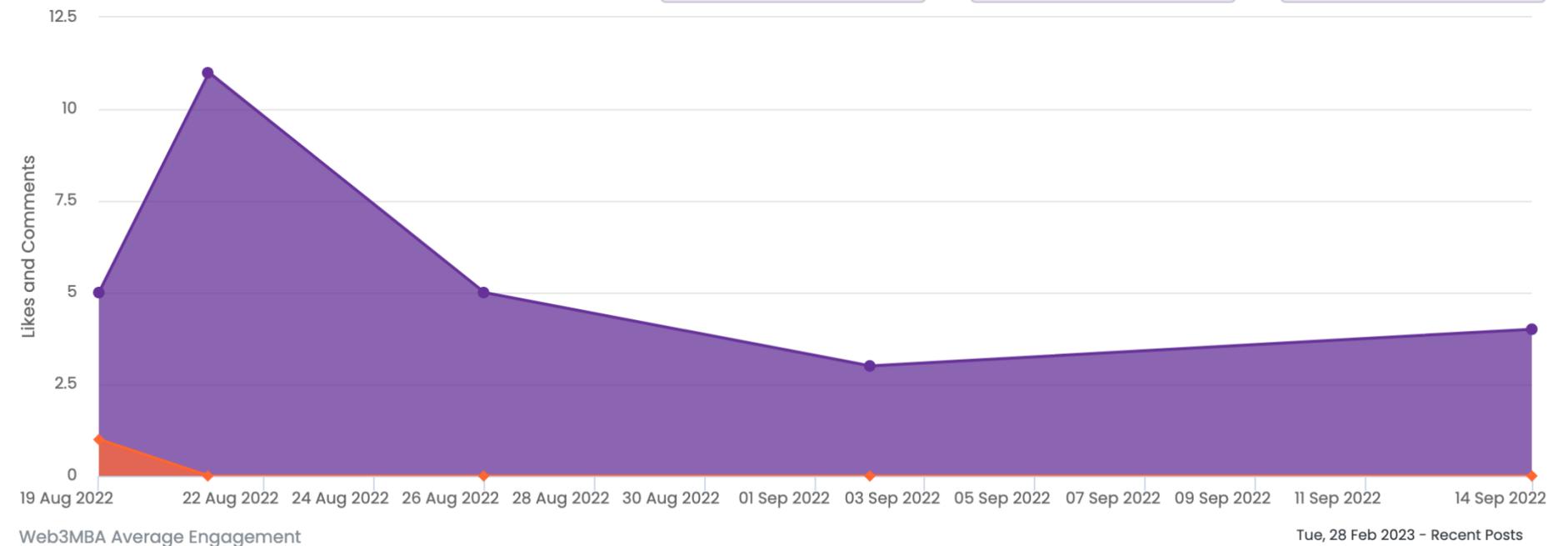
## Average Engagement (Likes + Comments) ?

Pinch & highlight chart to zoom.

**6**  
Avg. Engagement per Post

**6**  
Avg. Likes per Post

**0**  
Avg. Comments per Post



### Key Metrics

<b>1,079</b> Total Views	<b>28</b> Total Likes	<b>1</b> Total Comments
<b>15.68%</b> Engagement Rate ?	<b>15.14%</b> Like Rate ?	<b>0.54%</b> Comment Rate ?
<b>583.24%</b> View Rate	<b>2</b> Total Shares	<b>1.08%</b> Share Rate

### General

**Web3MBA** [🔗](#)

**web3mba**  
Máster Online Web3 | Blockchain | DeFi | Startups | I.A. Expertos Tech y Crypto

**37**  
Followers ?

**5**  
Following

**Profile Report Link**  
<https://analisa.io/profile-tiktok/w...> [Share](#)

# Palabras clave y hashtags.

Web3

Expertos

Futuro

Descentralizado

Seguro

Online

Primer máster

Tokenizado

**#fyp**

**#parati**

**#viral**

**#web3**

**#web3mba**

**#bit2me**

**#mba**

**#innovación**

**#blockchain**

**#crypto**

**#onlineschool**

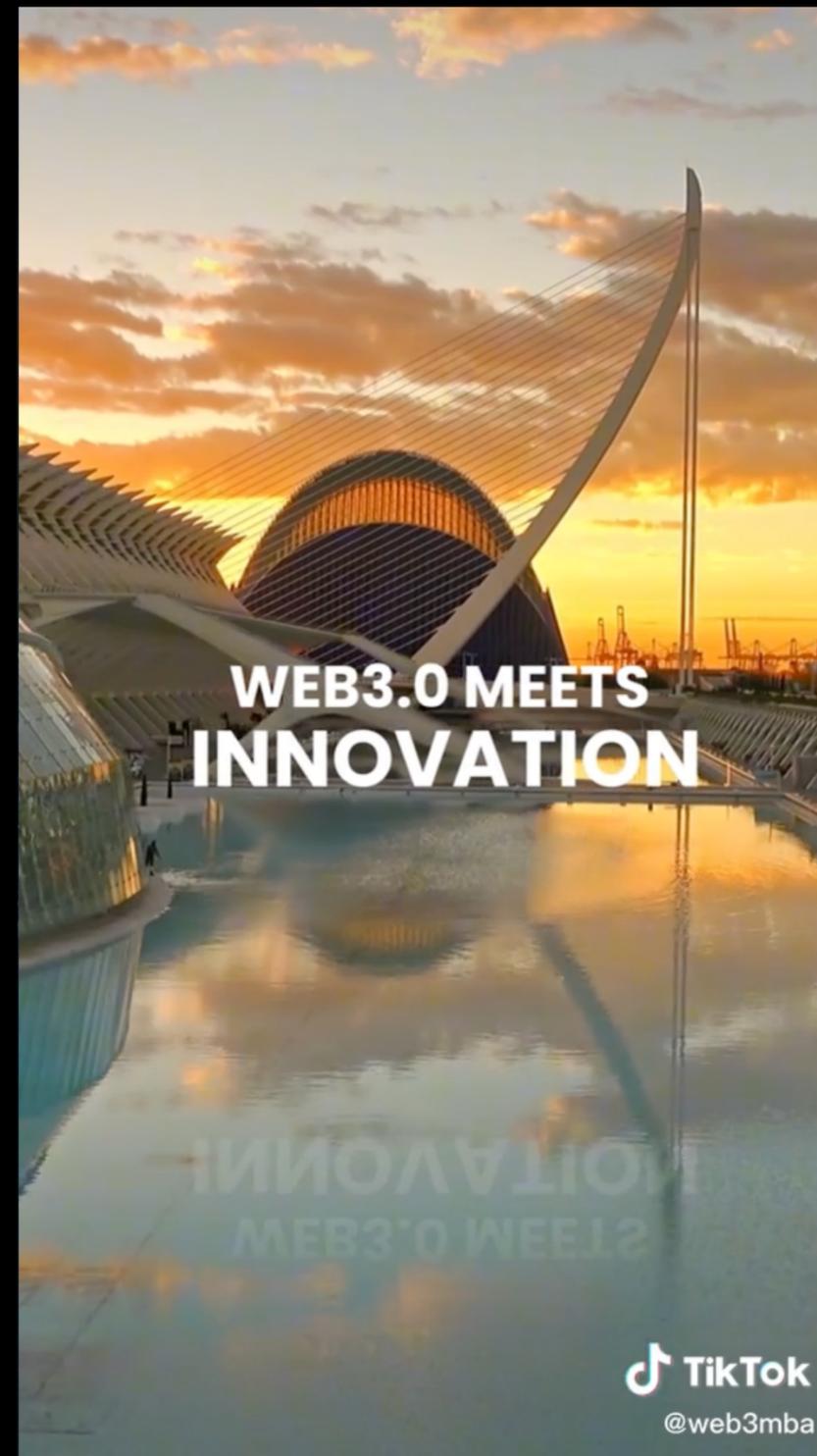
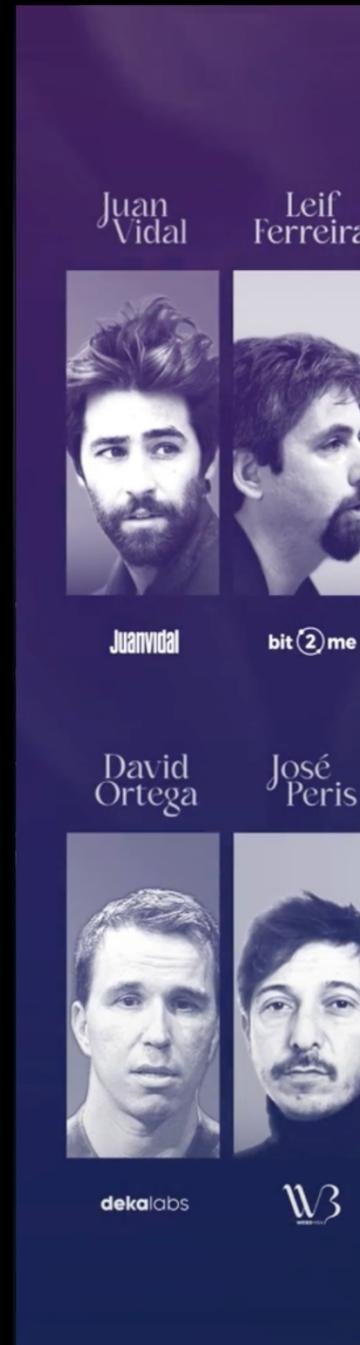


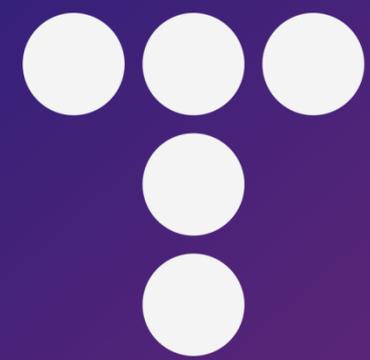
# TikTok con más views.



**421**  
**visitas**

**Contenido**  
promoción  
del evento





**Telefónica**

**Análisis de *Telefónica*  
y de su modelo de  
negocio.**

# Categoría del producto.

**Telefonía móvil**

Telefonía fija

**Cloud**

**Big Data**

Inteligencia artificial

**Comunicación**

IoT

**Blockchain**

**Ciberseguridad**

# Segmento del mercado.

Análisis de la marca y de su modelo de negocio

**Empresas**

**Pymes &  
Globales.**

**Particulares**

**España  
Brasil  
Alemania  
Reino Unido  
Hispanam:**

México, Colombia,  
Venezuela, Perú, Ecuador,  
Uruguay, Chile y Argentina

# Brand statement.

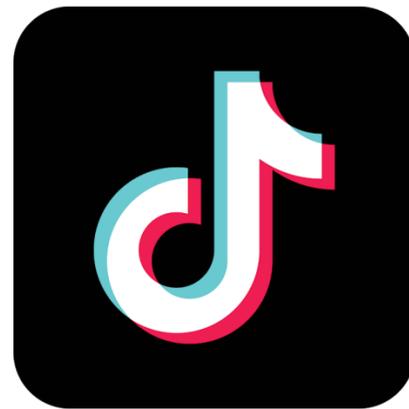
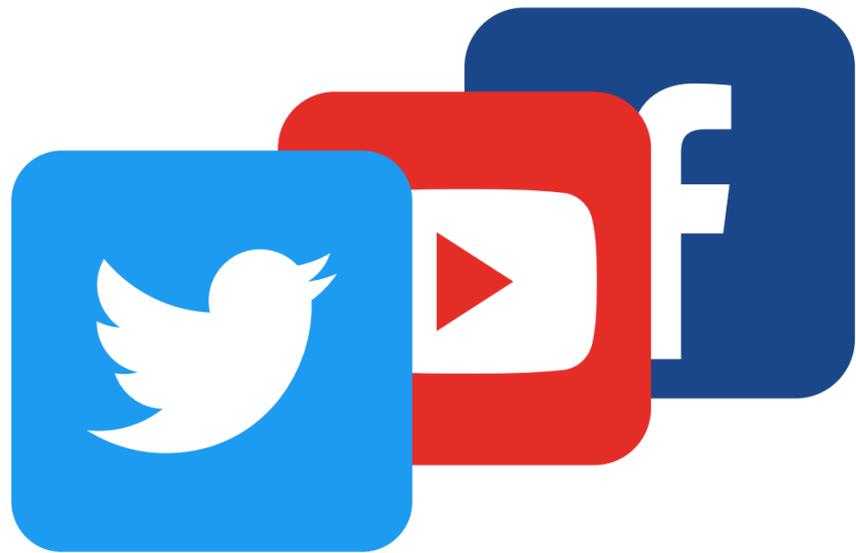
En un momento en el que la tecnología está más presente que nunca en nuestras vidas, no podemos olvidar que las conexiones más importantes **son las conexiones humanas.**

# Propuesta de valor.

La estrategia de Telefónica se basa en dos ejes: en su **misión** de “hacer un mundo más humano conectando la vida de las personas” y en sus **Principios de Negocio Responsable**, que recogen no sólo su código ético sino también su política de responsabilidad frente a sus grupos de interés y la sociedad en general.

# Canales de comunicación.

Análisis de la marca y de su modelo de negocio



Tienen **éxito en sus comunicaciones** por TikTok



# Análisis de la *página web.*

# Dominio.

# Primera impresión.

- *Sencilla*
- *Limpia*
- *Ordenada*
- *Coherente*

Estética **sencilla y limpia**, acompañada del color corporativo **azul**

**Menú organizado** con información relevante para el usuario

El inicio está repleto de **noticias e información de interés tecnológico** ofreciendo su propio contenido de marca en su site. Da visibilidad a que es una marca con un **propósito más allá** del comercial

# Contenido de la web.

Contenido dirigido a **informar** sobre la misma empresa (Telefónica).

- *Misión y propósito de valor*
- *Magnitud de la empresa*
- *Destacan Tags donde encontramos palabras que recalcan sus valores*
- *Facilitan artículos de actualidad sobre sostenibilidad*

Contenido sobre **interés tecnológico** con una intención meramente informativa.



INICIO

NOSOTROS

SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN

SERVICIOS

SALA DE COMUNICACIÓN

ACCIONISTAS E INVERSORES

TALENTO

TESAURO



NOSOTROS

SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN

SERVICIOS

SALA DE COMUNICACIÓN

ACCIONISTAS E INVERSORES

TALENTO



# Datos estadísticos de la web.

Posicionamiento global

#79,183  
▼ 2,920

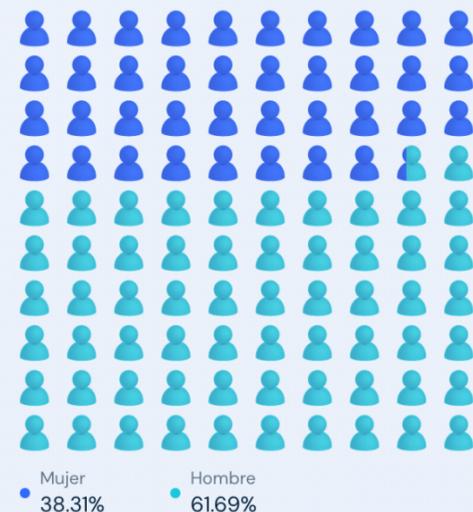
Clasificación de países

#1,609  
▼ 42  
España

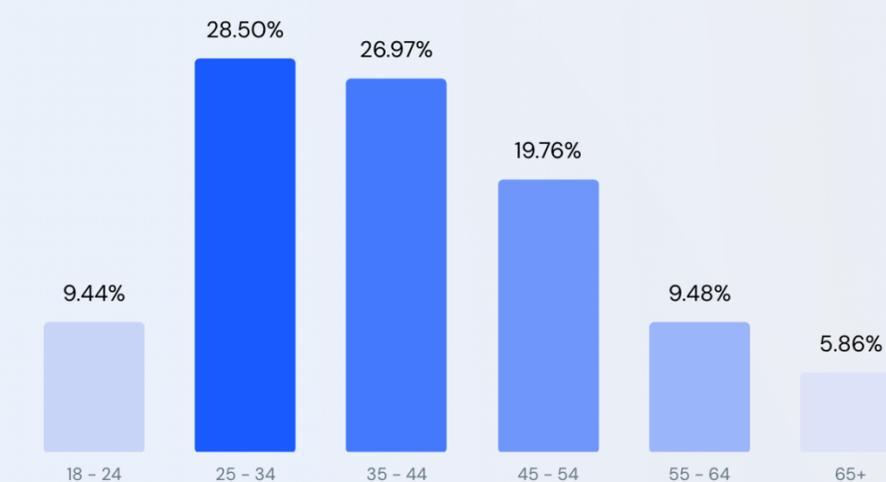
Clasificación de categorías

#15  
Ordenadores, electrónica y tecnología  
> Telecomunicaciones  
(En España)

Distribución por género



Distribución por edad



Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales  
**645.5K**

Cambio desde el mes pasado  
**3.04% ▼**

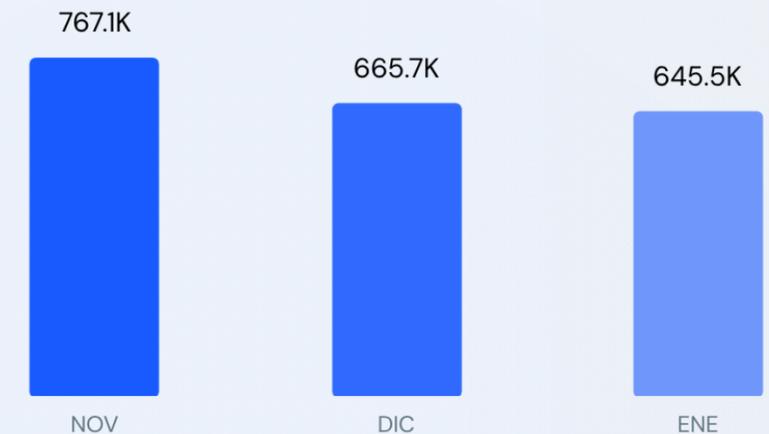
Promedio de duración de las visitas  
**00:06:01**

Tasa de rebote  
**26.41%**

Páginas por visita  
**5.08**

similarweb

Total de visitas en los últimos 3 meses



Visitas totales  
**645.5K**

Porcentaje de rebote  
**26.41%**

Páginas por visita  
**5.08**

Promedio de duración de las visitas  
**00:06:01**

# Análisis de la gestión del contenido en *TikTok.*

# Contenido.

## *Jelou*

- Breves **clips extraídos de un podcast** creado por Telefónica. En ellos tratan contenido de interés general en relación con la tecnología y RRSS.

## *Humor*

- Breves **clips de contenido humorístico** con relación a sobre todo al día a día de la oficina y a chistes de contenido tecnológico.



## *T24 - Best Practice*

- Serie animada protagonizada por T-24, un protagonista ficcionado que simula a un Robot. Esta sección **democratiza la información del sector tecnológico**, facilitando su comprensión a los usuarios de TikTok. Gracias a una animación y doblaje divertido, provoca curiosidad en un target más amplio, además de generar **recuerdo debido a su estética**.

**Cosas positivas:** El personaje genera recuerdo, la animación hace mucho más fácil la comprensión de los temas que tratan, la narración a modo de storytelling hace quedarse al usuario.

# Tono de comunicación.

*Apela a un tono juvenil*

Sin tecnicismos ni lenguaje complicado

**Uso del humor y de la información curiosa**

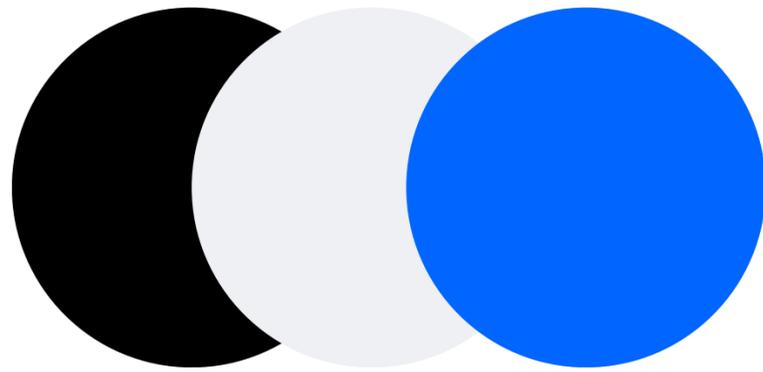
Conceptos complicados los convierte en fáciles

*Pretende bajar el rango de edad de su público objetivo*

# Estilo.

Sociedad

Innovación



Confianza

Tecnología



Siguen con el **color azul** de su paleta corporativa

Usan en la mayoría de ocasiones el **recuadro de TikTok**



T-24 🤖 nos explica una de...

# Análisis en TikTok.

Análisis de la gestión del contenido en TikTok

 **1**  
Avg. Post per Day

 **7**  
Avg. Post per Week

 **30**  
Avg. Post per Month



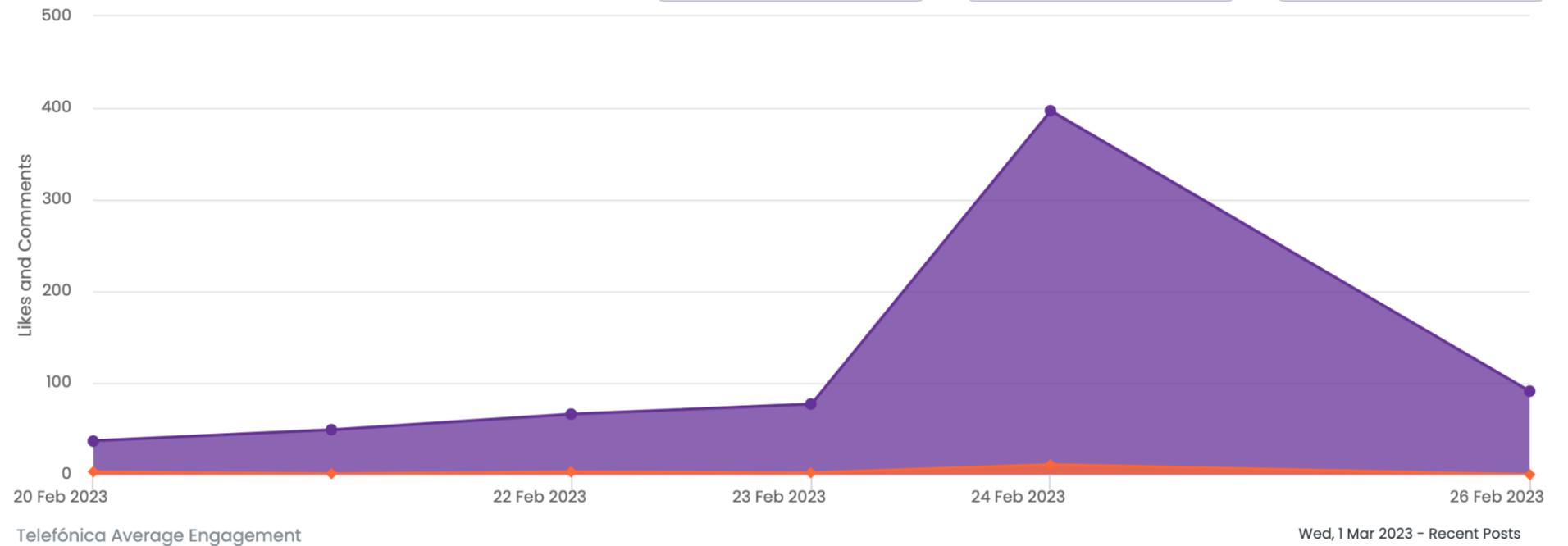
## Average Engagement (Likes + Comments)

Pinch & highlight chart to zoom.

 **123**  
Avg. Engagement per Post

 **120**  
Avg. Likes per Post

 **3**  
Avg. Comments per Post



### Key Metrics

 <b>11,874</b> Total Views	 <b>717</b> Total Likes	 <b>20</b> Total Comments
 <b>0.07%</b> Engagement Rate 	 <b>0.07%</b> Like Rate 	 <b>0%</b> Comment Rate 
 <b>1.22%</b> View Rate	 <b>185</b> Total Shares	 <b>0.02%</b> Share Rate

### General

**Telefónica** 

**telefonica**  
Queremos hacer nuestro mundo más humano conectando la vida de las personas

 **161,700**  
Followers 

 **39**  
Following

**Profile Report Link**  
<https://analisa.io/profile-tiktok/t...>

[Share](#) 

# Palabras clave y hashtags.

Redes Sociales

T-24

Futuro

Social

Información

Noticias

Blockchain

Estafas

***#deepweb***

***#darknet***

***#chatgpt***

***#blockchain***

***#criptomonedas***

***#aprendeentiktok***

***#tecnología***

***#internet***

***#ia***

***#curiosidades***

***#futuro***

# Interacción.

Hacen uso de la **2ª forma verbal dirigiéndose al usuario** para crear el pie de vídeo. Acompañado de mensajes que fomentan la interacción del usuario como:

- ¡Te leemos!
- ¡Te lo contamos!
- Comenta tu [algo] favorito y lo transformamos en IA
- ¿Lo conocías?

**Intenta mejorar la interactividad con el usuario.**

Telefónica se encarga de:

- Responder dudas
- Contestar como si fuera un perfil más

Existe interacción con el público, sobre todo a través del contenido de **recomendaciones, chistes, y datos** en lo que se refiere a la tecnología.

# TikTok con más views.



**4.8M**  
**visitas**

**Spot**  
*"Foto de una sociedad"*



 **telefonica** ✓  
Telefónica · 2022-12-15

[Seguir](#)

Si hiciéramos una foto de la sociedad, ¿quedaría alguien fuera? 📷

#TodosEnLaFoto #SomosTelefónica

🎵 sonido original - Telefónica

📍 15.6K    💬 37



La mayor red de fibra

#TodosEnLaFoto 📷

▶ 4.8M

Si hiciéramos una foto de l...



**ThePower**  
business school

**Análisis de *The Power*  
MBA y de su modelo  
de negocio.**

# Categoría del producto.

**Data**  
**Vanguardia**  
Negocios

**Startup**

**Líderes**  
Marketing Digital

**Innovación**

**Ventas**  
**Networking**

**Emprendimiento**

# Segmento del mercado.

*Análisis de la marca y de su modelo de negocio*

**Empresas**

**Pymes &  
Globales.**

**Particulares**

**Profesionales  
Emprendedores  
Personas con ambición**

Profesionales que buscan mejorar sus habilidades y conocimientos empresariales, emprendedores que buscan lanzar y hacer crecer sus negocios y personas interesadas en una carrera en el mundo de los negocios.

# Brand statement.

El objetivo es empoderar a los **profesionales y emprendedores** del mundo de los negocios con las habilidades, herramientas y conocimientos necesarios para **triunfar en un entorno empresarial** cambiante y desafiante.

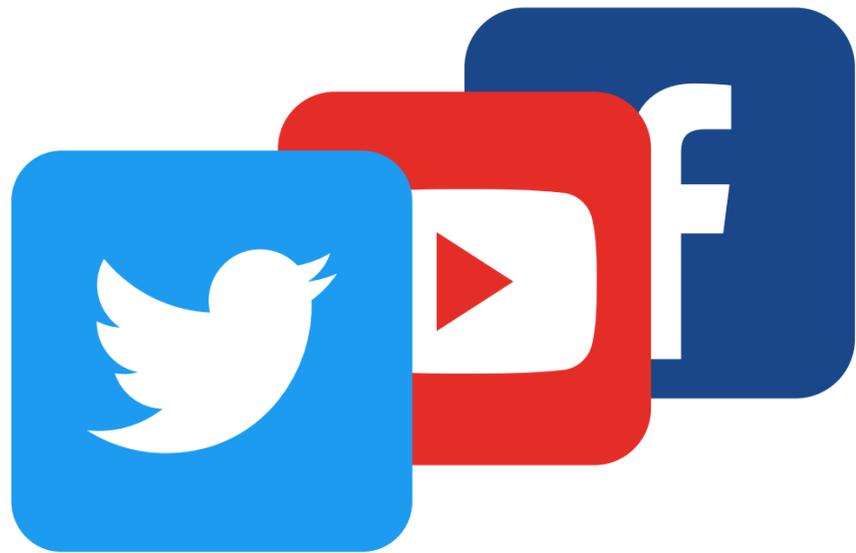
# Propuesta de valor.

Hay cientos de **business schools** que ofrecen programas que te requieren un esfuerzo enorme, están desactualizados, son **muy locales y poco flexibles**.

Nuestro objetivo es crear de cada área (Digital Marketing, Data, Coding, etc.) un programa **mejor, más innovador, disruptivo e internacional**. Para que puedas cambiar tu vida con un menor riesgo.

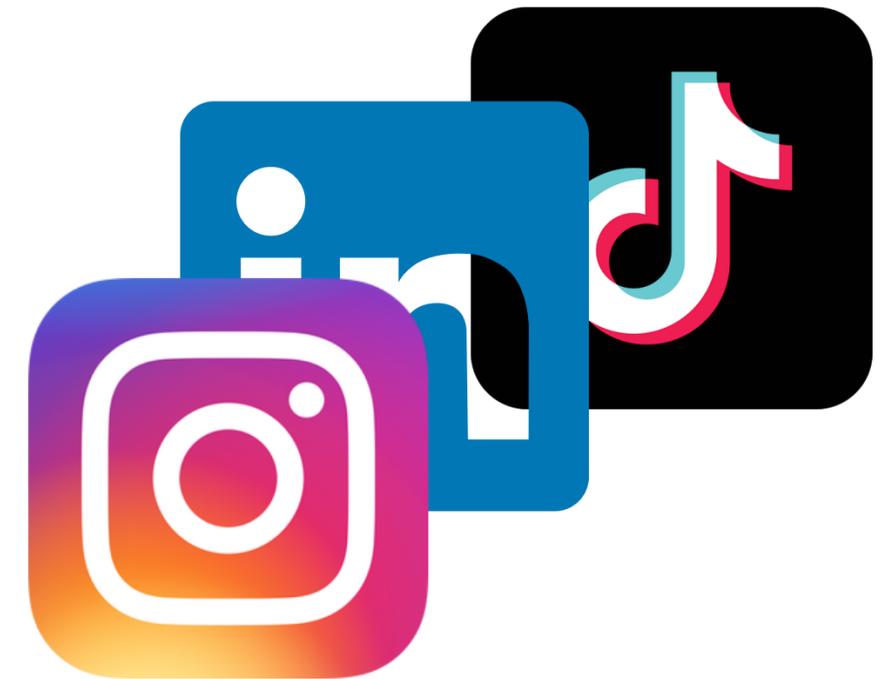
# Canales de comunicación.

Análisis de la marca y de su modelo de negocio



## LinkedIn

Es la plataforma más usada. La página de la empresa tiene más de **190.000 seguidores** y suele publicar diariamente. Utilizan LinkedIn para conectarse con líderes de la industria y empresarios influyentes.



# Análisis de la *página web.*

# Dominio.

 <https://www.thepowermba.com> 

# Primera impresión.

- *Neutra*
- *Básica*
- *Coherente*

Coherente con los **colores de la marca** (blanco, gris y ese acento azul turquesa)

La elección **tipográfica y el uso de la negrita**, facilitan la legibilidad

Está **bien organizada**, bien dividida por el menú en la parte superior, pero da la sensación de que la página de inicio contiene **demasiada información**, puede ser un poco caótica

# Contenido de la web.

Algunos de los elementos clave de la página web de The Power MBA incluyen:

- **Información** sobre el programa.
- **Profesores** y mentores.
- **Experiencias** de estudiantes y opiniones.
- **Precios** y planes de pago.
- **Blog.**

---

## ThePowerMBA

*Master de negocio 360°*

## Powersales

*Master de ventas*

## Digital Marketing

*Master de marketing digital*

## ThePowerMBA + Digital Marketing

*Master de negocio 360° y marketing digital*

## ThePowerMBA + PowerSales

*Master de negocio 360° y marketing digital*

## MBA + Sales + Digital Marketing

*Master 3 en 1 de negocio, ventas y marketing digital*

## Máster de Ventas + Digital Marketing

*Master de ventas y marketing digital*

# Datos estadísticos de la web.

Posicionamiento global

#104,393  
▲ 7,109

Clasificación de países

#5,114  
▲ 580  
España

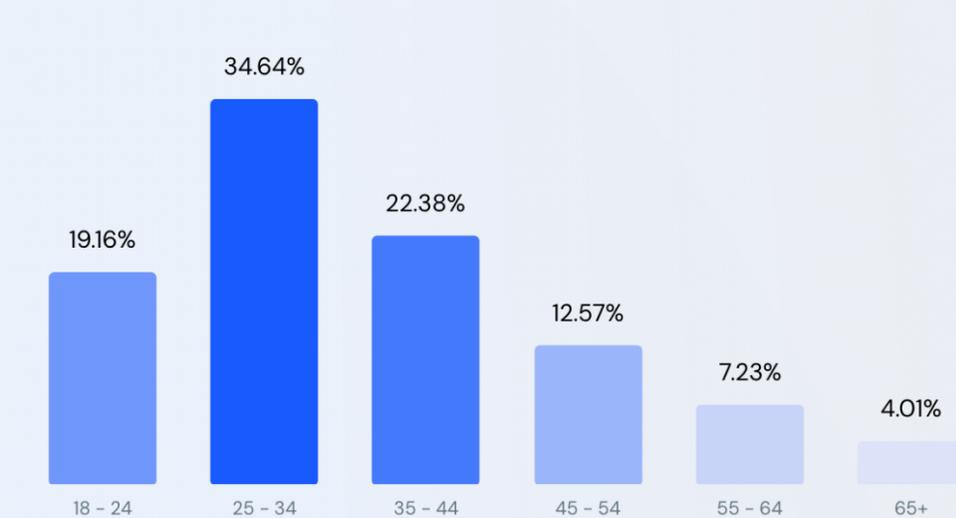
Clasificación de categorías

#11  
▼ 2  
Empresas y servicios al consumidor >  
Marketing digital  
(En España)

Distribución por género



Distribución por edad



Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales  
**523.6K**

Cambio desde el mes pasado  
**7.36% ▲**

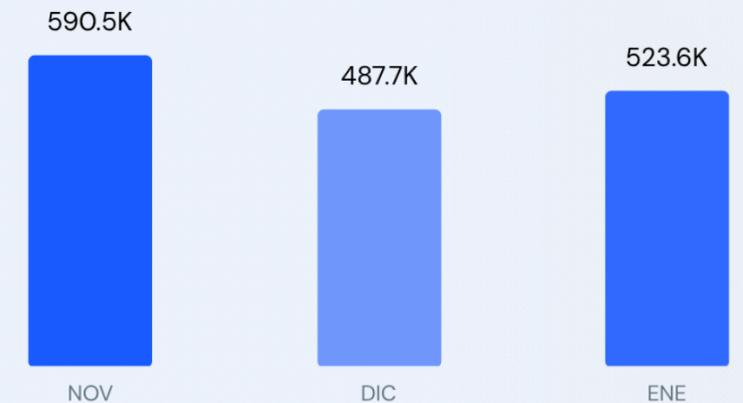
Promedio de duración de las visitas  
**00:04:49**

Tasa de rebote  
**64.90%**

Páginas por visita  
**3.38**

similarweb

Total de visitas en los últimos 3 meses



# Análisis de la gestión del contenido en *TikTok.*

# Contenido.

## Primera fase

Han ido cambiando el contenido, empezaron con la misma persona trasladando diferentes mensajes, que se centraban sobre todo en **noticias curiosas o llamativas del ámbito empresarial.**

Durante esta primera fase, hubo algún vídeo que se les viralizó, **llegando a las 55.000 visualizaciones** (vídeo más visto de su cuenta - *“El Co-fundador de #tesla nos cuenta por qué General Motors destruyó todos sus coches eléctricos”*).

## Recientemente

- A los 14 vídeos decidieron **cambiar la estrategia** y empezaron a subir contenido más variado, sin seguir un orden estricto (incluso en ocasiones aparentemente bastante aleatorio).

**Desde entonces, siguen con este contenido, en el que incluyen noticias, trends, memes y recursos/herramientas (suelen ser los que más visitas tienen).**

# Tono de comunicación.

*En ocasiones, siguen un tono motivador e inspirador*

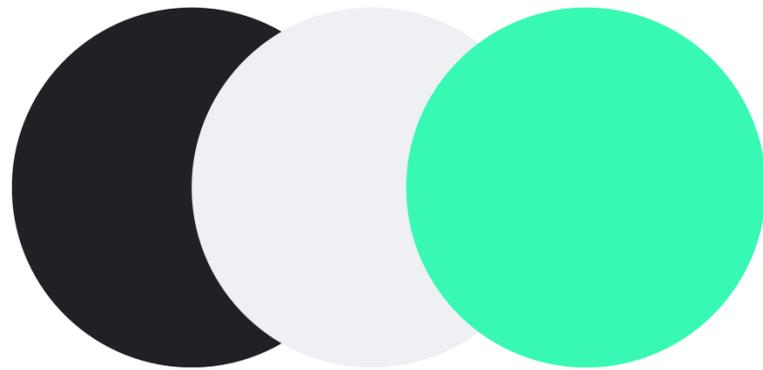
No llegan a caer en el humor

**Lenguaje claro y sencillo, pero haciendo uso de la jerga empresarial**

Intentan que sus mensajes sean prácticos, útiles y accesibles.

Usan un tono que sigue la línea de lo que es "habitual" en la plataforma

# Estilo.



Pese a que sus colores están claros, **no suelen hacer uso** de ellos

Tienen un contenido muy **caótico y poco ordenado**

En **pocas ocasiones** siguen un estilo concreto (como vemos en la imagen)

Apenas **emplean** recursos gráficos, solo texto y herramientas que les proporciona la plataforma.

Dentro de un año  
desearás haber empezado hoy.

TikTok  
@tpbscho

ThePower  
business school

# Análisis en TikTok.

Análisis de la gestión del contenido en TikTok

**0.3**  
Avg. Post per Day

**2.1**  
Avg. Post per Week

**9**  
Avg. Post per Month



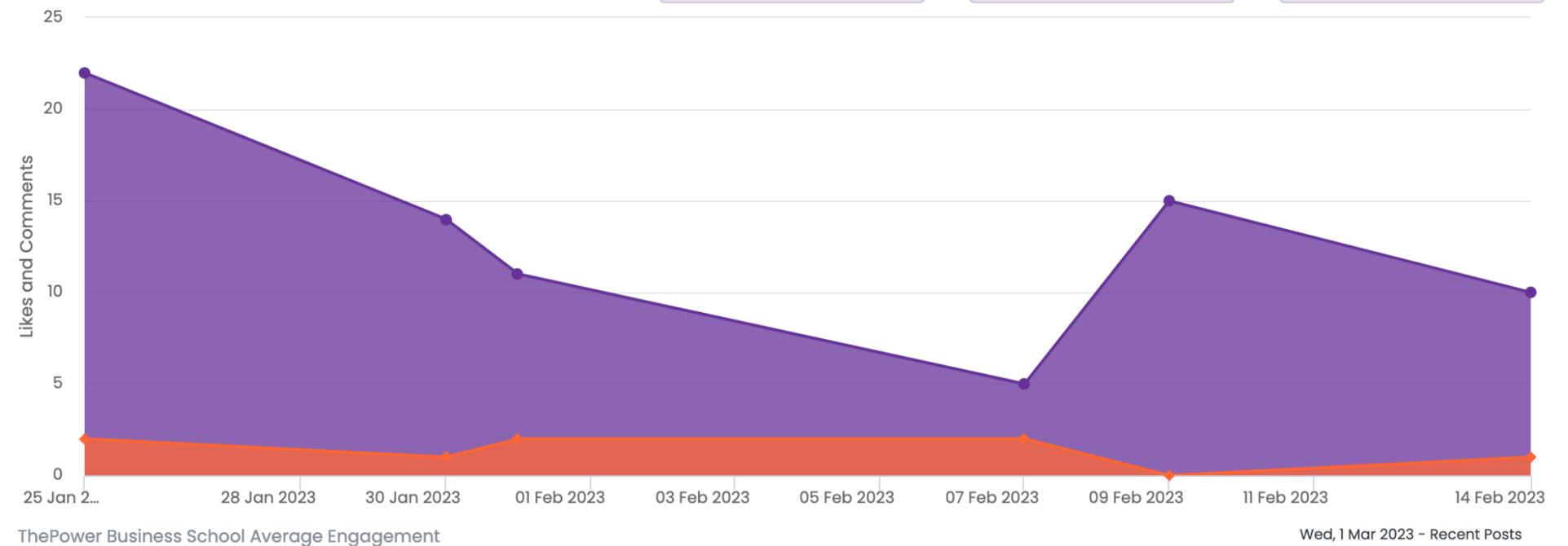
## Average Engagement (Likes + Comments) ?

Pinch & highlight chart to zoom.

**14**  
Avg. Engagement per Post

**13**  
Avg. Likes per Post

**1**  
Avg. Comments per Post



### General

**ThePower Business School**  
**tpbschool**  
 Únete a la comunidad de negocios que más crece en el mundo 🌍

**4,431**  
Followers ?

**6**  
Following

**Profile Report Link**  
<https://analisa.io/profile-tiktok/t...> Share

### Key Metrics

<b>2,761</b> Total Views	<b>77</b> Total Likes	<b>8</b> Total Comments
<b>0.32%</b> Engagement Rate <span>?</span>	<b>0.29%</b> Like Rate <span>?</span>	<b>0.03%</b> Comment Rate <span>?</span>
<b>10.39%</b> View Rate	<b>7</b> Total Shares	<b>0.03%</b> Share Rate

# Palabras clave y hashtags.

Emprendimiento

Habilidades

Esfuerzo

Motivación

Liderazgo

Negocio

Empresarial

Actitud

**#jobtips**  
**#becarios**  
**#startup**  
**#marketing**  
**#empresas**  
**#herramientas**  
**#sueños**  
**#ventas**  
**#redessociales**  
**#hacksandtips**  
**#motivación**

# TikTok con más views.



54.6K  
visitas

Noticia  
"Tesla"



**tpbschool**  
ThePower Business School · 2022-6-13

Seguir

El Co-fundador de #tesla nos cuenta por qué General Motors destruyó todos sus coches eléctricos 🌟 #negocios #coches #cocheselectricos #emprender #startups #negocios #business

🎵 Running Up That Hill (A Deal With God)

532 34

General Motors retiró de circulación a todos los EV1 para luego destruirlos por completo en el año 2003.

¿Por qué General Motors destruyó todos sus coches eléctricos?

▶ 54.6K

El Co-fundador de #tesla n...

founderz

**Análisis de *Founderz*  
y de su modelo de  
negocio.**

# Categoría del producto.

**Inteligencia colectiva**

Business

**Futuro**

**Online**

Blockchain

**Metaverso**

Educación descentralizada

**Web3**

**Microlearning**

# Segmento del mercado.

*Análisis de la marca y de su modelo de negocio*

**Particulares**

**Profesionales  
Emprendedores  
Fundadores de startups**

**founderZ**

# Brand statement.

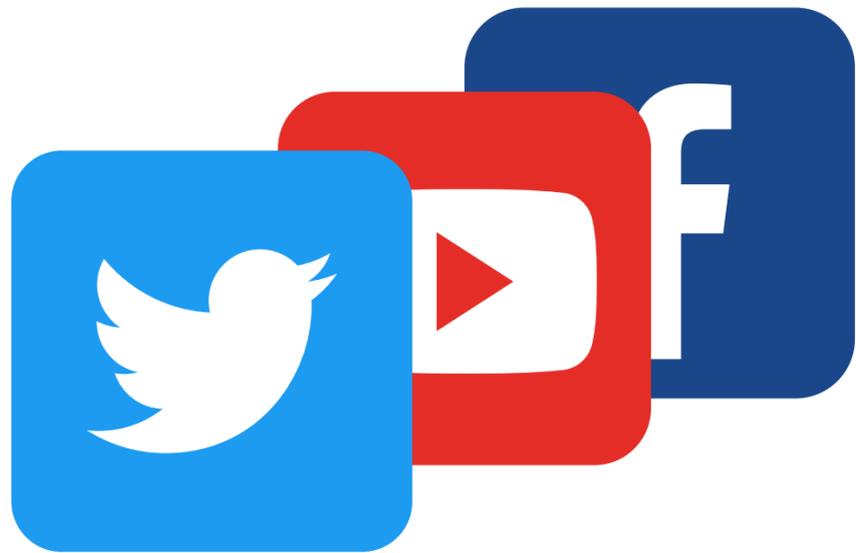
Creen en poder de la **educación descentralizada** para revolucionar la experiencia de aprender. Por ello, diseñan programas que fomentan la **colaboración entre estudiantes y profesores** y la preparación para las profesiones de futuro.

# Propuesta de valor.

Programas **ágiles y prácticos diseñados para poder ser compaginados** con la vida cotidiana del alumno, y sobre todo recalcan que es a un **precio asequible**.

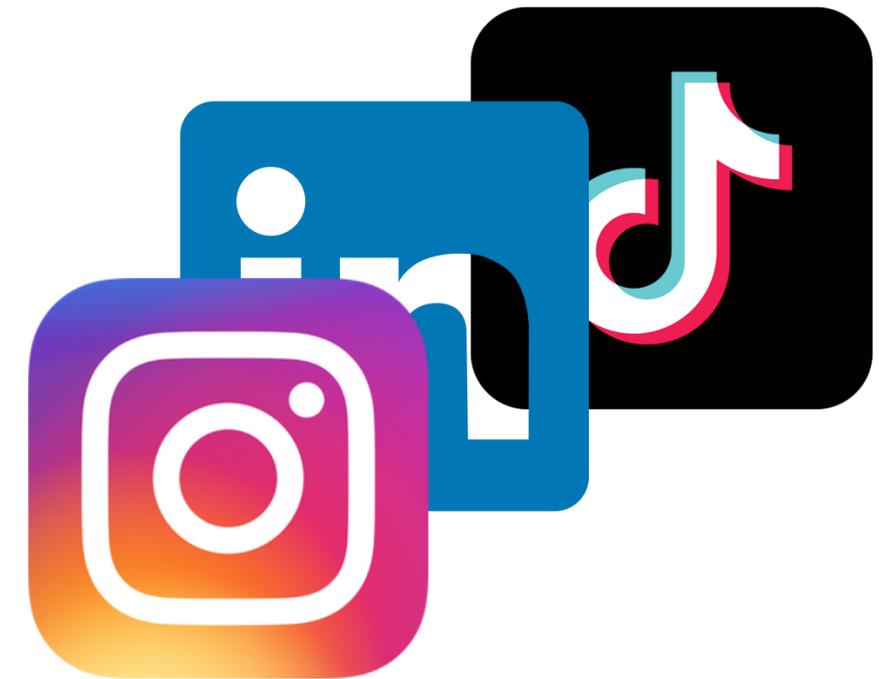
# Canales de comunicación.

Análisis de la marca y de su modelo de negocio



## LinkedIn

Es la red social con la que más repercusión tienen. La página de la empresa tiene más de **5.000 seguidores**. Utilizan LinkedIn para trasladar todas sus comunicaciones.



# Análisis de la *página web.*

# Dominio.

# Primera impresión.

- *Limpia*
- *Organizada*
- *Sencilla*

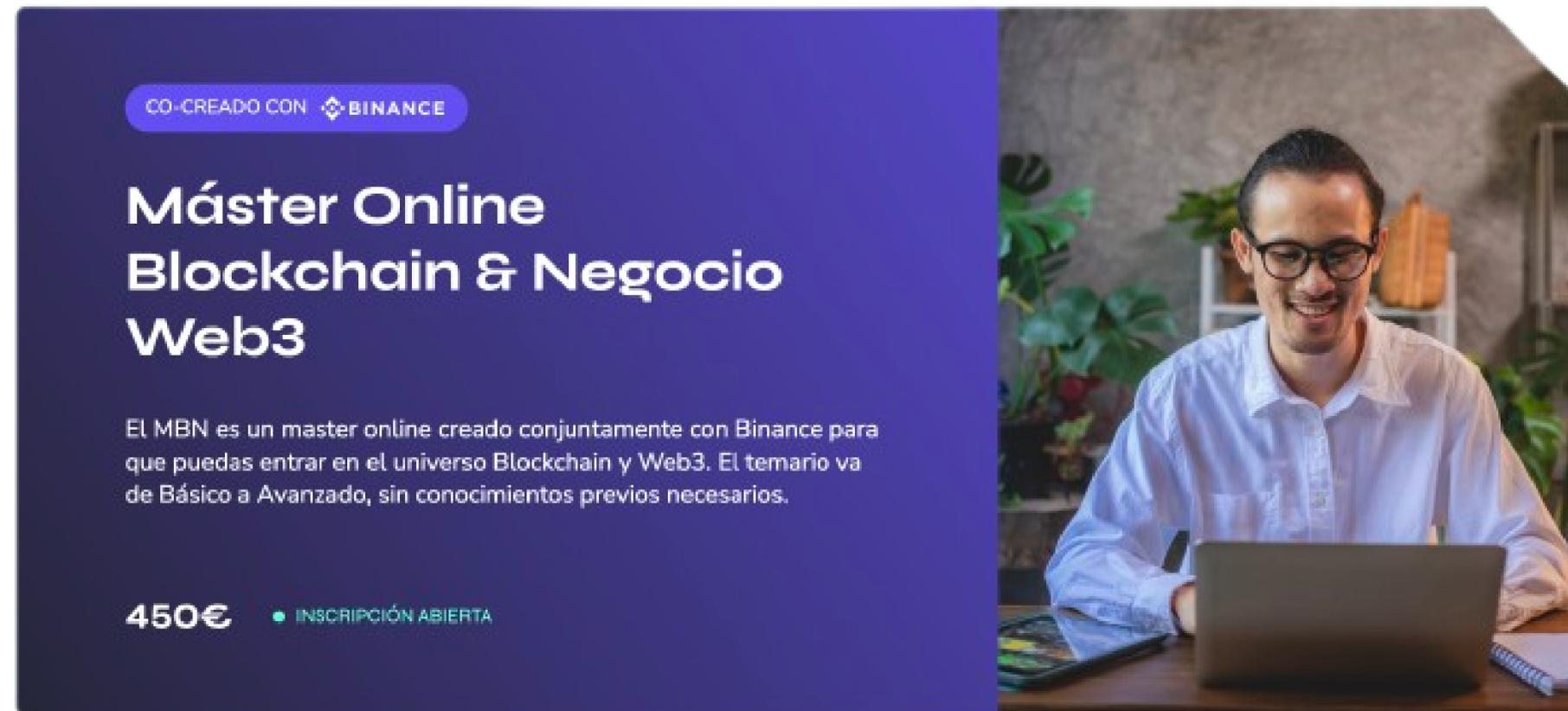
Correcto uso de los colores corporativos, que en este caso son el **morado y el azul**

Correcta elección **tipográfica por la fácil y sencilla** legibilidad

Ofrecen un sitio web **llamativo desde un punto de vista muy profesional** que se adecúa correctamente con el target al que se quieren dirigir.

# Contenido de la web.

En la primera página muestran su **misión y los métodos de sus proyectos** junto a la metodología y los programas con el respectivo precio dependiendo el plan que sea elegido. Terminan con un apartado de **preguntas frecuentes** que ayuda a orientar un poco más a la persona que se encuentra interesada en los programas.



CO-CREADO CON  BINANCE

## Máster Online Blockchain & Negocio Web3

El MBN es un master online creado conjuntamente con Binance para que puedas entrar en el universo Blockchain y Web3. El temario va de Básico a Avanzado, sin conocimientos previos necesarios.

**450€** • INSCRIPCIÓN ABIERTA

- Cuentan con diferentes apartados como **“sobre nosotros”**, el cual hablan en primer lugar de su misión y luego se presentan con su foto y su puesto. También **presentan a los profesores** de la academia y su especialidad.
- En el propio site puedes **hablar con un experto** o incluso programar una llamada de 15 minutos para poder preguntarle dudas o pedir consejos.

# Datos estadísticos de la web.

Posicionamiento global

#949,545  
▲ 6,103

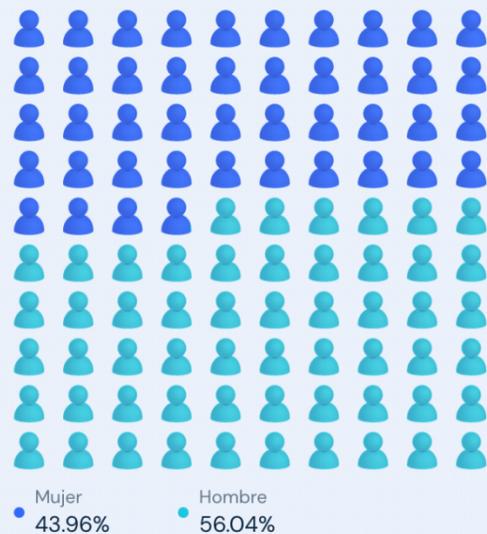
Clasificación de países

#187,786  
▲ 109,792  
España

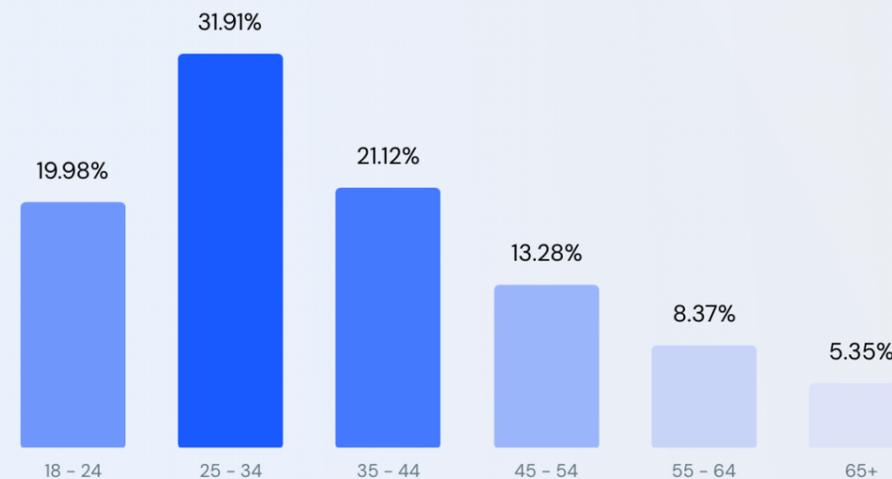
Clasificación de categorías

#5,596  
▲ 3,418  
Ordenadores, electrónica y tecnología  
> Ordenadores, electrónica y tecnología - Otro  
(En España)

Distribución por género



Distribución por edad



Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales  
**59.6K**

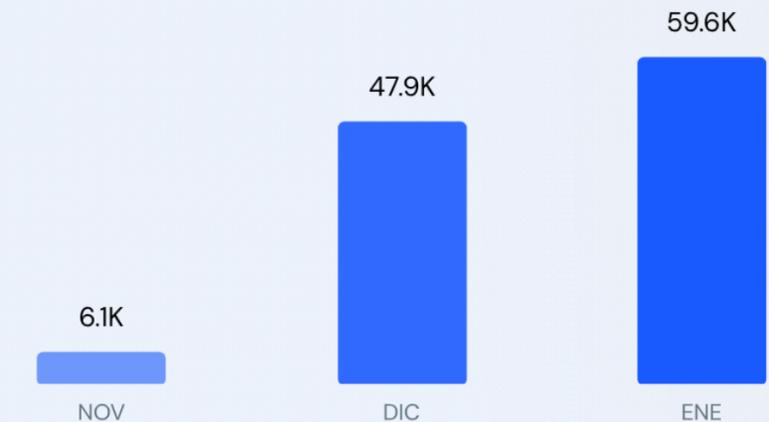
Cambio desde el mes pasado  
**24.61% ▲**

Promedio de duración de las visitas  
**00:00:22**

Tasa de rebote  
**90.49%**

Páginas por visita  
**1.19**

Total de visitas en los últimos 3 meses



Visitas totales  
**59.6K**

Porcentaje de rebote  
**90.49%**

Páginas por visita  
**1.19**

Promedio de duración de las visitas  
**00:00:22**

# Análisis de la gestión del contenido en *TikTok.*

# Contenido.

Founderz cuenta con 3.087 me gusta y 1.717 seguidores. Hasta el momento han subido 38 videos de contenido **inspirador, motivacional y educativo** sobre el emprendimiento y la creación de empresas.

- Estos videos generalmente están caracterizados por **una mujer**, la cual explica **curiosidades, herramientas, consejos, tips o historias** relacionadas con el emprendimiento.

**founderz**

## Contenido **informativo**

- La gran mayoría de estos son informativos, aunque también, con el objetivo de motivar, suelen utilizar clips recortados de sus entrevistas o pódcast.

**Suelen incluir su marca cuando pueden en los diferentes contenidos, y no solo eso, sino que también tienen videos específicos hablando de sus programas y curiosidades o eventos de la empresa.**

# Tono de comunicación.

Nos quieren  
transmitir confianza

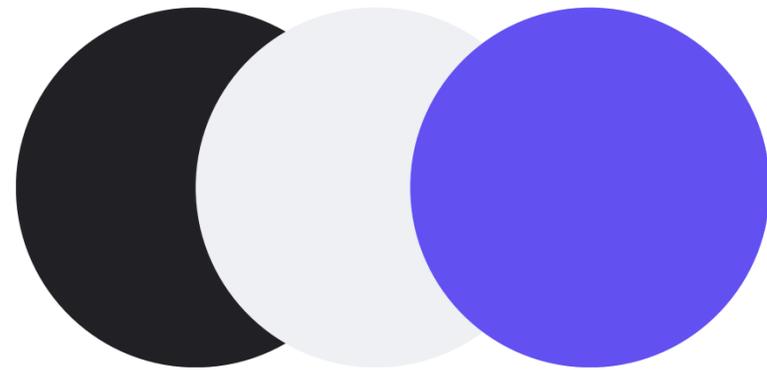
Empezaron  
usando un tono  
humorístico

**Ahora usan un  
tono más serio y  
profesional**

Han cambiado  
incluso a la  
protagonista que  
salía anteriormente

Usaban distintos filtros,  
gifs, memes, etc.

# Estilo.



No suelen usar sus colores corporativos en los videos

Tampoco incluyen **grafismos**. Antes usaban más efectos



Protagonista en el medio con un **fondo croma** que varía dependiendo de lo que está diciendo.

Suelen **acompañar los videos con texto** para ayudar a la comprensión al usuario.

# Análisis en TikTok.

Análisis de la gestión del contenido en TikTok

**0.12**  
Avg. Post per Day

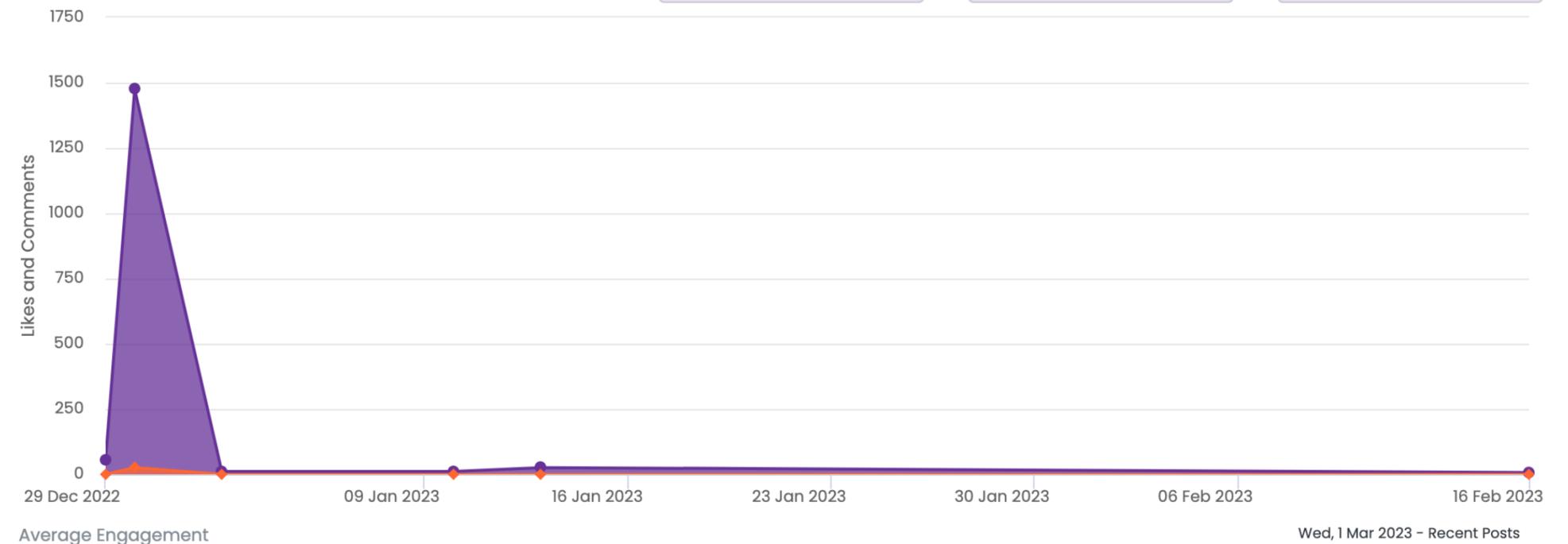
**0.86**  
Avg. Post per Week

**3.67**  
Avg. Post per Month



## Average Engagement (Likes + Comments) ?

Pinch & highlight chart to zoom.



**269**  
Avg. Engagement per Post

**265**  
Avg. Likes per Post

**4**  
Avg. Comments per Post

### General

**Founderz** ?

**founderzunschoo**

The Business Unschool for mastering the skills of tomorrow.

**1,716**  
Followers ?

**9**  
Following

**Profile Report Link**

<https://analisa.io/profile-tiktok/f...>

Share

### Key Metrics

**52,150**  
Total Views

**15.66%**  
Engagement Rate ?

**506.51%**  
View Rate

**1,587**  
Total Likes

**15.41%**  
Like Rate ?

**15**  
Total Shares

**26**  
Total Comments

**0.25%**  
Comment Rate ?

**0.15%**  
Share Rate

# Palabras clave y hashtags.

Consejos

Descentralizado

Máster

Finanzas

NFTs

Emprendedores

Web3l

Claves

***#emprendedor***

***#learnontiktok***

***#metaverso***

***#negocios***

***#educación***

***#blockchain***

***#defi***

***#equipofounderz***

***#unschooling***

***#parati***

***#greenscreen***

**founderz**

# TikTok con más views.



**49.4K**  
**visitas**

**Presentación**  
"Equipo Founder"

**founderz**

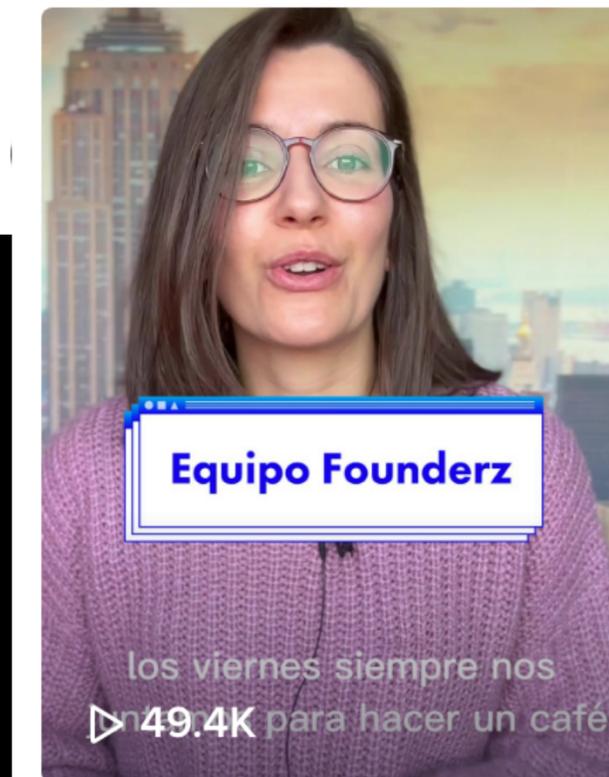
 **founderzunschool**  
Founderz · 2022-12-30

[Seguir](#)

¡Seguimos conociendo a nuestro equipo! Hoy es el turno de Anna, nuestra maravillosa co-fundadora que está siempre dispuesta para ayudar y hacer que todo funcione. #parati #EquipoFounderz

🎵 **Countless - Official Sound Studio**

 1476  26



¡Seguimos conociendo a n...

**IEBS**  
Digital School

**Análisis de *IEBSchool*  
y de su modelo de  
negocio.**

# Categoría del producto.

**ecommerce**

Digital business

**Fintech**

**Big data**

Marketing digital

**Blockchain**

**Análítica y UX**

Social  
Media

**Educación**

# Segmento del mercado.

*Análisis de la marca y de su modelo de negocio*

**Particulares**

**Ingenieros  
Programadores  
Profesionales  
Tecnólogos**

# Brand statement.

Su objetivo es formar los nuevos líderes que demanda el mundo en el que vivimos; **capaces de emprender, innovar y crear valor** a sus compañías, sus empleados y a la sociedad de forma sostenible y rentable.

# Propuesta de valor.

La ventaja competitiva clave es su **enfoque en la formación en línea**, lo que le permite llegar a una audiencia global y ofrecer una **experiencia de aprendizaje flexible y personalizada**. A través de su plataforma de aprendizaje avanzada, puede ofrecer programas de formación de alta calidad que se adaptan a las necesidades y horarios de los estudiantes.

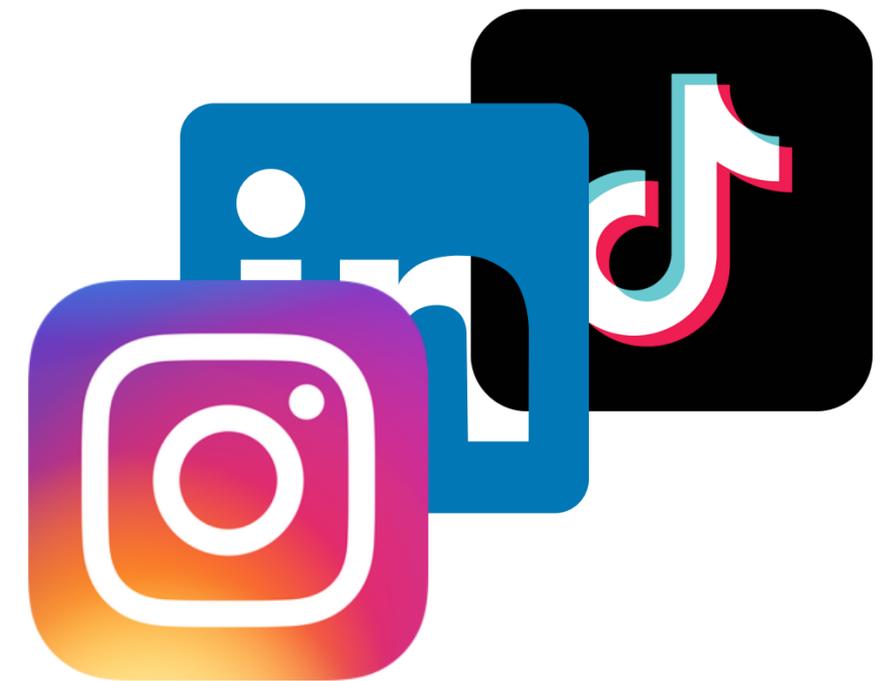
# Canales de comunicación.

Análisis de la marca y de su modelo de negocio



## LinkedIn

En este caso, LinkedIn vuelve a ser la red social con la que más atención le prestan. En esta plataforma cuentan con **43.275 seguidores**. Usan LinkedIn para interactuar con su audiencia.



# Análisis de la *página web.*

# Dominio.



<https://www.iebschool.com/>



# Primera impresión.

- *Cargada*
- *Poco organizada*
- *Complicada*

Web con **demasiada información**, muy sobrecargada, puede distraer al usuario

Diseño poco cuidado y con **escasa personalización** (simplemente uso de morado)

**Tipografía demasiado básica y poco profesional**, con combinaciones de colores que no satisfacen visualmente

# Contenido de la web.

La página web de la institución cuenta con **un menú que contiene** diversos apartados:

- Somos IEBS
- Formación
- IEBSXPERIENCE
- Open learning
- Labs I + D +i
- Comunidad

Además, al final del inicio de la web podemos encontrar **información sobre ellos como los profesores, el claustro, blog** o incluso el acceso al campus.

Master en...

**Según tu perfil:**

- Directivos
- Emprendedores
- Profesionales
- Pymes
- Licenciados

**Lo más buscado:**

- Nuevos alumnos
- Nuestros profesores
- MBA's online
- Masters online
- Masters Oficiales
- Webinars gratis

**Según tu especialidad:**

- Digital Business
- Big Data
- Marketing Digital
- Agile & Scrum
- Social Media
- Fintech
- Blockchain
- Analítica y UX
- e-Commerce
- Recursos Humanos

**Según tu sector:**

- Banca
- e-Sports
- Turismo
- Internet

[SESIÓN INFORMATIVA →](#)

# Datos estadísticos de la web.

Posicionamiento global

#66,191  
▲ 1,326

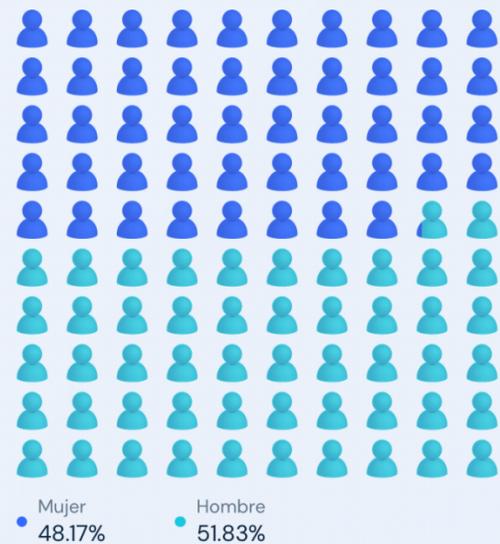
Clasificación de países

#5,513  
▼ 1,460  
España

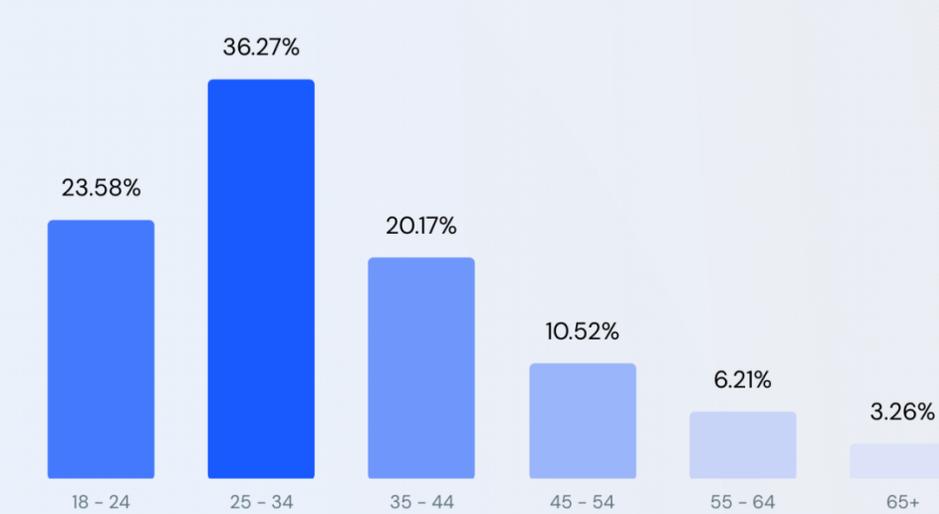
Clasificación de categorías

#227  
▼ 59  
Ciencia y educación > Educación  
(En España)

Distribución por género



Distribución por edad



Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales  
**1.2M**

Cambio desde el mes pasado  
**23.66% ▲**

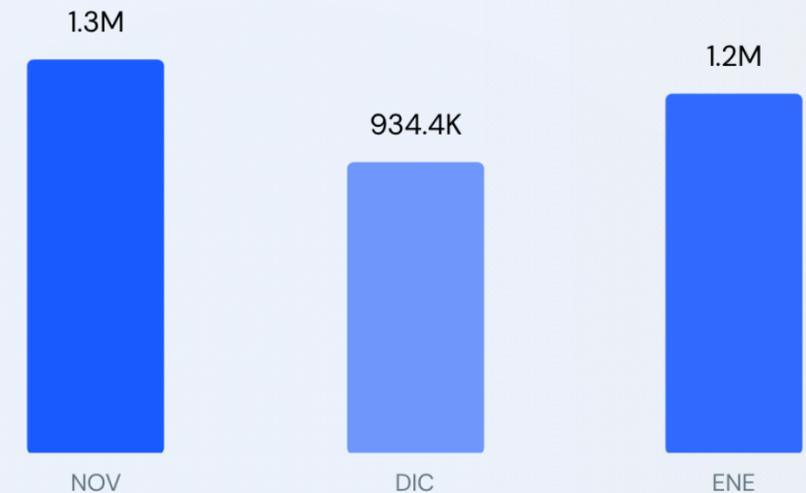
Promedio de duración de las visitas  
**00:01:56**

Tasa de rebote  
**73.13%**

Páginas por visita  
**1.90**

similarweb

Total de visitas en los últimos 3 meses



# Análisis de la gestión del contenido en *TikTok.*

# Contenido.

Análisis de la **gestión del contenido en TikTok**

- Ofrece contenido relacionado con la **formación empresarial y digital, realizando videos cortos**, diseñados para involucrar a una audiencia más joven. Tiene 3 mil seguidores y ha publicado 15 videos en total.
- Algunos de los videos incluyen **historias de éxito empresarial, consejos** para iniciar un negocio o ampliar su carrera y tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el blockchain.

## *Anonymous* **IEBS**

- Se intenta entretener al público utilizando la máscara de “*AnonymousIEBS*”, el cual tiene mucha repercusión e informa a los usuarios sobre distintos ámbitos de la web.

**El contenido es bastante pobre, sin sentido, no tienen una línea de comunicación en la plataforma.**

# Tono de comunicación.

No logran definir ninguna estrategia

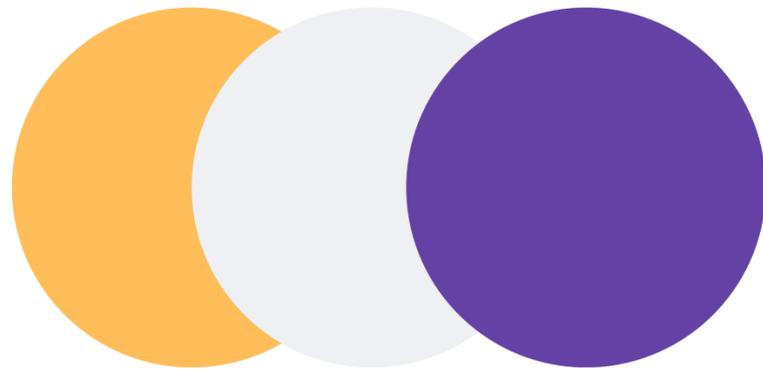
No tiene un tono de comunicación establecido

**La gran mayoría son de humor, y utilizan la máscara de Anonymous**

Con esta intentan anunciar noticias sobre la empresa o temas relacionados

Cuentan con muy pocos vídeos publicados

# Estilo.



Hacen un **mal uso** de sus colores corporativos

Desorden en el **contenido y la forma** con la que se comunican



No siguen ninguna línea concreta y lanzan mensajes variados, **sin ningún tipo de estrategia**

# Análisis en TikTok.

Análisis de la gestión del contenido en TikTok

**0.04**  
Avg. Post per Day

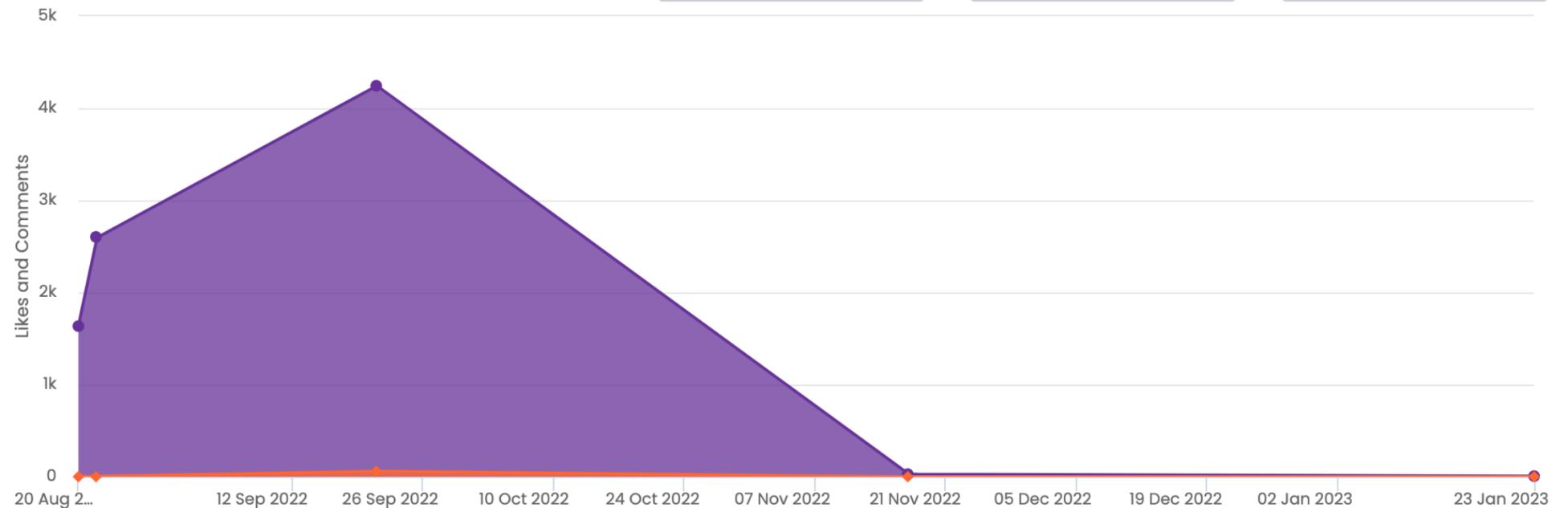
**0.27**  
Avg. Post per Week

**1.15**  
Avg. Post per Month



## Average Engagement (Likes + Comments) ?

Pinch & highlight chart to zoom.



IEBS Business & Digital School Average Engagement

**1,430**  
Avg. Engagement per Post

**1,419**  
Avg. Likes per Post

**11**  
Avg. Comments per Post

### General

**IEBS Business & Digital School**

**iebschool**  
#SomosIEBS la 1a Business School Digital en cambiar las reglas del aprendizaje.

**3,075** Followers ?

**1,009** Following

**Profile Report Link**  
<https://analisa.io/profile-tiktok/i...>

Share

### Key Metrics

<b>3,320,462</b> Total Views	<b>8,511</b> Total Likes	<b>65</b> Total Comments
<b>46.48%</b> Engagement Rate ?	<b>46.13%</b> Like Rate ?	<b>0.35%</b> Comment Rate ?
<b>17997.08%</b> View Rate	<b>65</b> Total Shares	<b>0.35%</b> Share Rate

# Palabras clave y hashtags.

Emprendedor

Anonymous

Máster

Marketing

Transmisión

Empresa

Cursos

Elementos

**# AnonymousIEBS**

**# cursosgratis**

**# aprendeentiktok**

**# laresistencia**

**# ciberseguridad**

**# hackeado**

**# revolución**

**# tecnología**

**# foryoupage**

**# parati**

**# metaverso**

# TikTok con más views.



**2.3M**  
**visitas**

**Evento**  
*"Digital  
Transformation"*

**IEBS**  
Digital School

 **iebschool** IEBS Business & Digital School · 2022-9-21 Seguir

Vuelve #anonymousIEBS esta vez para presentarte el #digitaltransformationsummit en #Veracruz y en el #Metaverso de #IEBSchool shhh no se lo digas a nadie #aprendeconIEBS #aprendecontiktok #aprendegratis #parati #foryou más

🎵 sonido original - IEBS Business & Digital School

👍 4244 💬 59

#ANONYMOUSIEBS



▶ 2.3M @IEBS.MX

Vuelve #anonymousIEBS ...



Xalaxha

# Análisis de *Xataka* y de su modelo de negocio.

# Categoría del producto.

**Inteligencia  
artificial**

Dispositivos

**Miscelánea**

**Nano  
medios**

Articulos ciencia

**Informática**

**Tecnología**



# Segmento del mercado.

*Análisis de la marca y de su modelo de negocio*

## Particulares

Este sitio está dirigido a **entusiastas de la tecnología** y sirve a cualquier persona que quiera mantenerse al día con los últimos desarrollos en el campo tecnológico.



# Brand statement.

Xataka es para los **amantes de la tecnología**. Esto va desde la presentación rigurosa y apasionada de nuevas tecnologías hasta el análisis en profundidad de lanzamientos clave y su comparación con otros modelos similares Xataka es una pasión por un futuro que ya se ha hecho realidad.

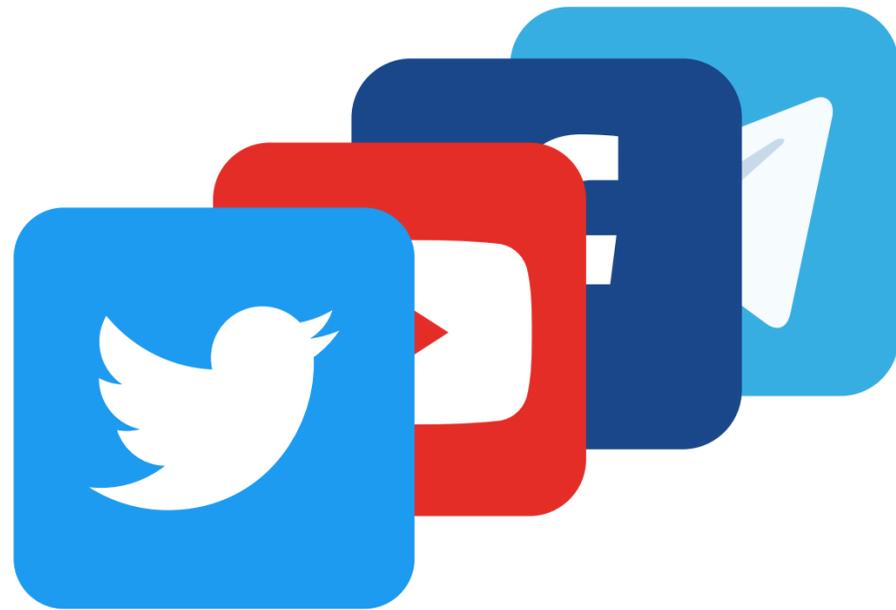


# Propuesta de valor.

Es la página sobre contenido tecnológico más importante en idioma español, en ella se puede encontrar el **contenido más actual** sobre **avances tecnológicos**. Puesto que las grandes marcas en tecnología exponen los últimos avances en ella.



# Canales de comunicación.



## Página Web

Es el canal de comunicación que más repercusión tiene.

En este medio se encargan es dónde se desarrolla el principal producto de la marca **fidelizando a los amantes de la tecnología**



# Análisis de la *página web.*

# Dominio.

A search bar with a magnifying glass icon on the left and a red 'X' icon on the right. The text inside the search bar is "https://www.xataka.com/".

# Primera impresión.

- *Llamativo*
- *Organizada*
- *Sencilla*

Uso de colores corporativos que en este caso son el **verde** y un **azul oscuro grisáceo**

La elección **tipográfica** permite una lectura clara y sencilla

El contenido se encuentra bien **organizado** por **temas** y presenta un **menú arreglado**. La primera página está repleta de noticias e información clasificadas por interés



# Contenido de la web.

- Nació con la idea de convertirse en una **página de blogs**, y, sin embargo, su plataforma se ha ramificado de múltiples formas, ofreciendo una **newsletter con noticias** tanto de tecnología como de ciencia, salud, y análisis u ofertas de aparatos electrónicos.

Por ejemplo, en la primera página se puede observar en la parte superior encontramos **temas genéricos** que te lleva a noticias relacionadas con el mismo. Y a la derecha de los temas encontramos un **menú desplegable**:



ANÁLISIS

XATAKA SELECCIÓN

MÓVILES

CIENCIA

GUÍAS DE COMPRA

## PARTNERS

Innovación LG

Tecnología Midea

Tecnología Vodafone

Planeta Fantasy

Espacio Intel

Inspirando TCL

## DESTACAMOS

Premios Xataka

Black Friday

Buscar en Xataka



# Datos estadísticos de la web.

Posicionamiento global

#1,784  
▲ 128

Clasificación de países

#91  
▲ 7  
España

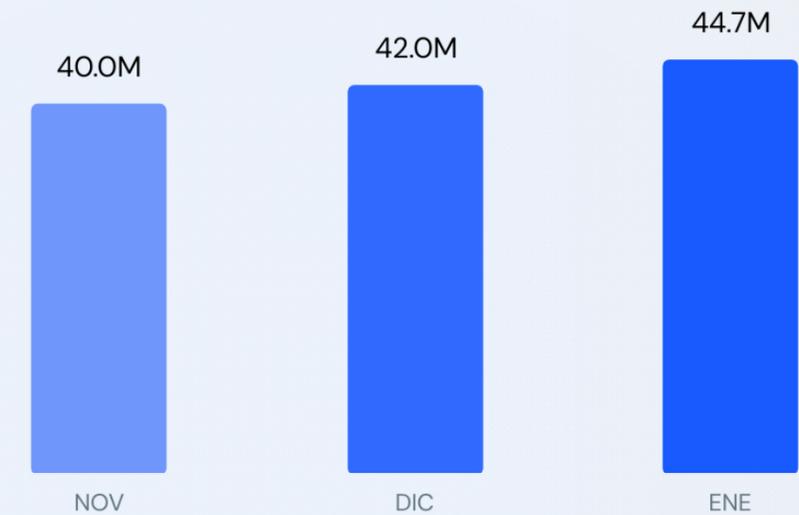
Clasificación de categorías

#2  
▼ 1  
Ordenadores, electrónica y tecnología  
> Ordenadores, electrónica y tecnología - Otro  
(En España)

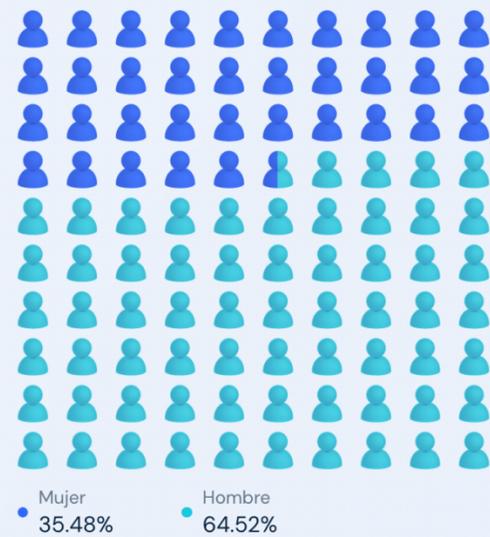
Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Total de visitas en los últimos 3 meses

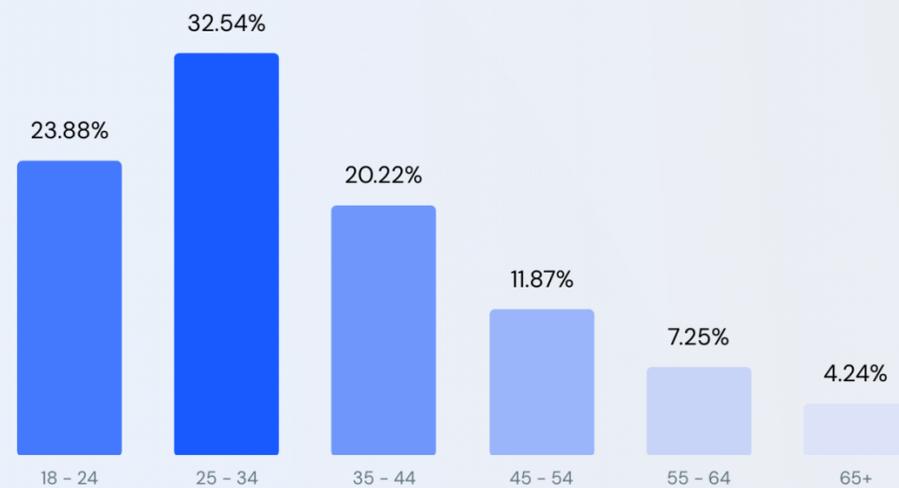
Visitas totales  
**44.7M**  
Cambio desde el mes pasado  
**6.58% ▲**  
Promedio de duración de las visitas  
**00:01:29**  
Tasa de rebote  
**73.30%**  
Páginas por visita  
**1.76**



Distribución por género



Distribución por edad



similarweb



Visitas totales  
**44.7M**

Porcentaje de rebote  
**73.30%**

Páginas por visita  
**1.76**

Promedio de duración de las visitas  
**00:01:29**

# Análisis de la gestión del contenido en *TikTok.*

# Contenido.

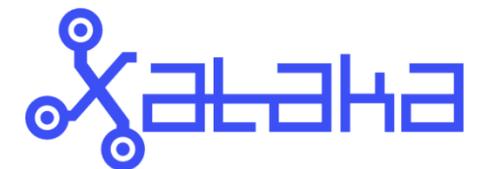
- Xataka cuenta con **1.7 millones de seguidores** y 17.4 millones de Me Gusta.
- Mayoritariamente, los videos que sube a la cuenta son **informativos sobre la tecnología**. Lo que más suelen subir son novedades, ya sea aplicaciones, dispositivos, etc.
- También su contenido se basa en **recomendaciones, consejos y noticias de actualidad** que estén relacionadas con su ámbito.

Análisis de la **gestión del contenido** en TikTok

## ¿Cómo lo cuenta?

- Además, suelen hacer uso del **storytelling para explicar sucesos** o para explicar cualquier cosa que no conoce el público.

**También suelen subir recortes de sus entrevistas en la plataforma Twitch.**



# Tono de comunicación.

Intentan ser lo más cercano posibles

Tienen un tono comunicativo muy delimitado

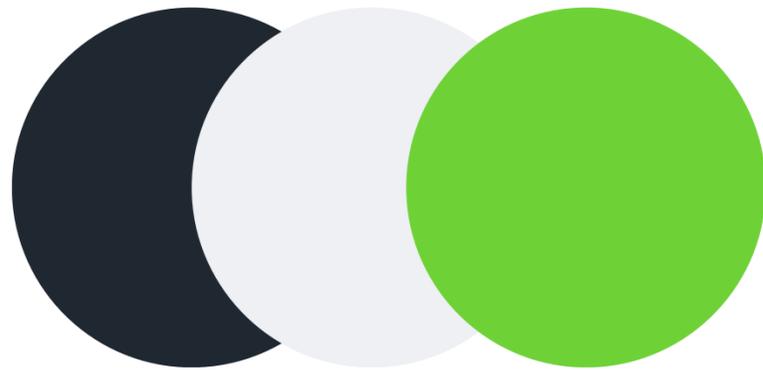
**El tono al que suelen recurrir es un tono formal, informativo y amigable**

Alguna vez han usado el humor en sus videos y han tenido buena repercusión

Lenguaje claro y sencillo



# Estilo.



Hacen uso de un recuadro para **mostrar el tema** del que se va a hablar

**Videos básicos**, generalmente es un chico al medio de la pantalla

Los videos frecuentemente suelen estar **acompañados de texto** para ayudar a la comprensión.

Además, algunas veces **parten la pantalla en dos** y arriba se encuentra el protagonista hablando y debajo el video que se está explicando.



# Análisis en TikTok.

Análisis de la gestión del contenido en TikTok

**0.75**  
Avg. Post per Day

**5.25**  
Avg. Post per Week

**22.5**  
Avg. Post per Month



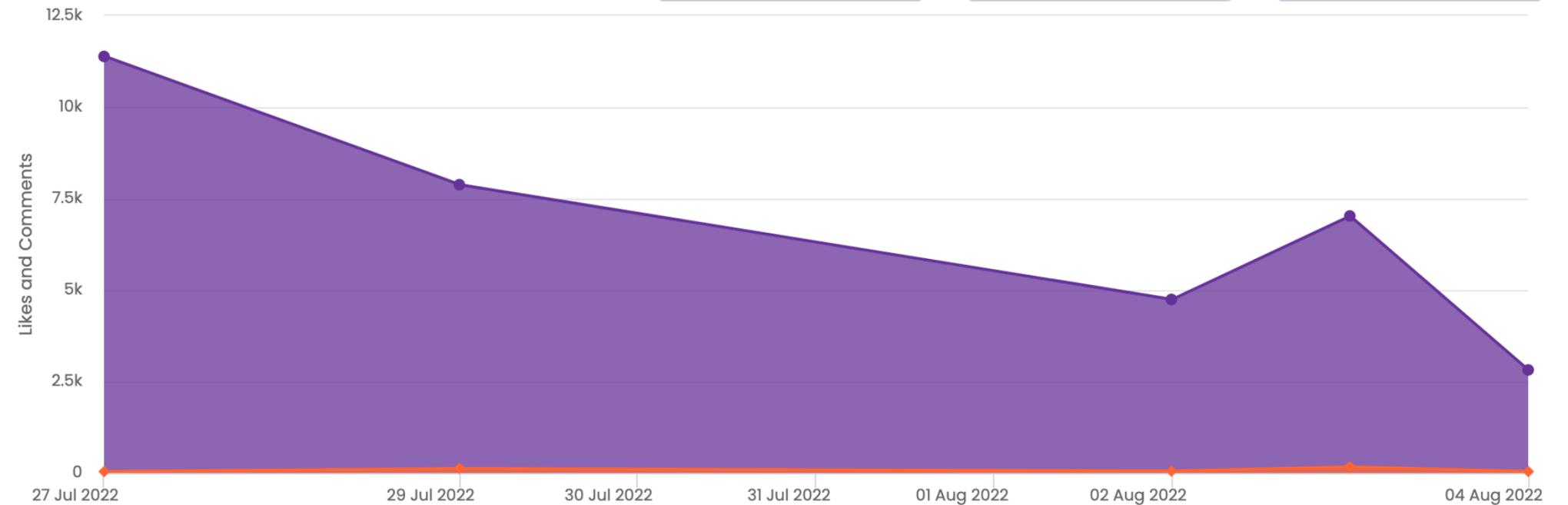
## Average Engagement (Likes + Comments) ?

Pinch & highlight chart to zoom.

**5,719**  
Avg. Engagement per Post

**5,647**  
Avg. Likes per Post

**72**  
Avg. Comments per Post



Xataka Average Engagement

Fri, 3 Mar 2023 - Recent Posts

### General

**Xataka** ↗

**xataka**

Apasionados por la tecnología 🖥️📱

**1,500,000**

Followers ?

**7**

Following

**Profile Report Link**

<https://analisa.io/profile-tiktok/x...>

Share ↗

### Key Metrics

**731,700**

Total Views

**33,884**

Total Likes

**433**

Total Comments

**0.38%**

Engagement Rate ?

**0.38%**

Like Rate ?

**0%**

Comment Rate ?

**8.13%**

View Rate

**2,053**

Total Shares

**0.02%**

Share Rate

# Palabras clave y hashtags.

*Si estás pensando en...*

*Esto que ves..*

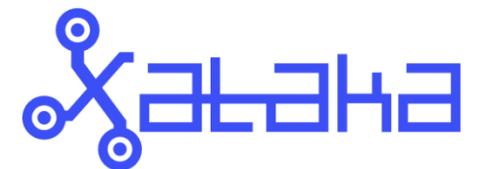
*Vas a flipar...*

*¿Sabes que...?*

*Hoy te traigo o te presento...*

*¡Bombazo!*

**# curiosidades**  
**# actualidad**  
**# tecnología**  
**# techtok**  
**# smartphone**  
**# aprendecontiktok**  
**# tips**  
**# trucos**  
**# herramientas**  
**# xataka**  
**# ai**



# TikTok con más views.



**4.1M**  
**visitas**

**Cálculos**  
"Cuentas compartidas"



The screenshot shows a TikTok post from the user 'xataka', who is verified. The post is from 2-14 and has a 'Seguir' (Follow) button. The caption reads: 'Esto es lo que puedes hacer con lo que vale una cuenta compartida en Netflix 🤖 #netflix #peliculas #disney #hbomax #primevideo #actualidad'. The sound is 'sonido original - Xataka'. The post has 451.9K likes and 5394 comments.

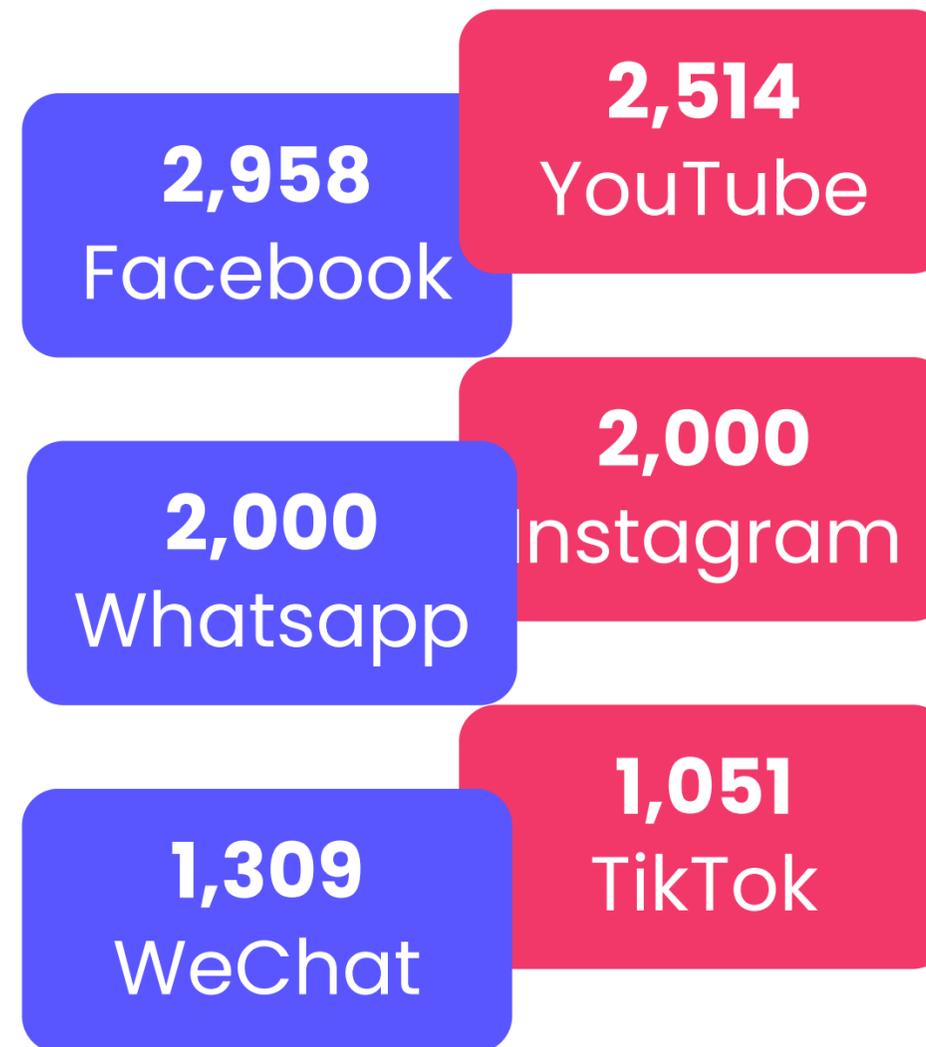


Esto es lo que puedes hac...

# Análisis de la plataforma de *TikTok.*

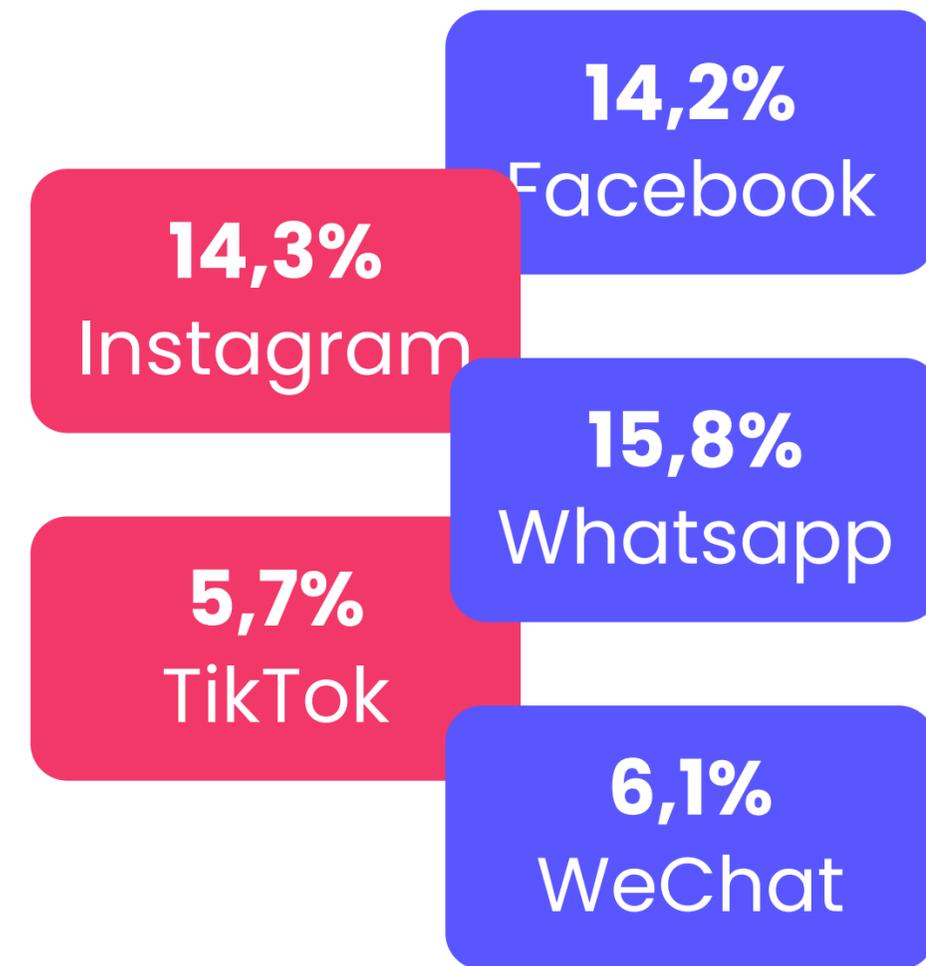
# Redes sociales más usadas en 2023.

Ranking de plataformas de redes sociales por **cifras de usuarios** activos globales (en millones).



# Redes sociales favoritas del público.

Porcentaje de **usuarios activos en redes sociales** de entre 16 y 64 años que escogieron cuál era su plataforma favorita.



# Algoritmo de TikTok.

Análisis de la plataforma de TikTok

## 3 factores importantes:

- **Interacción** con los usuarios
- El contenido y la **información** de los vídeos
- **Configuración** de la cuenta

## Peculiaridades:

- El algoritmo de TikTok **facilita la conexión con otros usuarios** y el descubrimiento de nuevos contenidos
- **Experiencia adaptada** al usuario
- Vídeos cortos, de **hasta 10 minutos**

# #fyp

Ya ocupó la **primera posición en 2022**, se mantiene otro año más como el más utilizado. Hace referencia a la sección *"For your page"* ("Para ti" en español) con casi **35 billones de publicaciones**, superando las 18,57 del año anterior

## Top hashtags más usados en 2023.

# Demografía de los usuarios de *TikTok*.

De todos los usuarios de TikTok alrededor del mundo, el **56% son mujeres** frente al 44% de hombres. Todavía más en España, donde la cifra alcanza el 61,1% de usuarias.

**Usuarios de entre 18 y 24 años conforman la franja más representativa**, con un 39,8% del total. Aunque no se puede decir que se trate de una aplicación exclusiva de la Generación Z.

Es más, el 57,1% de las personas que utilizan TikTok, tienen más de 25 años.

**Conclusiones del**  
*benchmark.*

# Conclusiones finales.

El **competidor más fuerte** en cuanto a la generación de **contenidos en Tik Tok** es: **Founderz**.

Los **referentes de la plataforma** son **Xataka** y **Telefónica**. Esta última está incluida en *best practices* debido a uno de sus formatos (animaciones).



Se **generarán** contenidos informativos y educativos, que sean entretenidos, **alejándose de la imagen de “cripto bro” y su matriz Bit2me**.

Se trata de una **buena oportunidad** de mercado, puesto que no hay cuentas referentes que se centren únicamente en el mismo contenido del anunciante.



*Vera Arnedo, **Raquel**  
Crespo Mota, **Natalia**  
Peiró Viguera, **Víctor**  
Mas Camarasa, **Álvaro**  
Mancera Hernández, **Noelia**  
García Márquez De Prado, **Alicia***