

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

Benchmark.

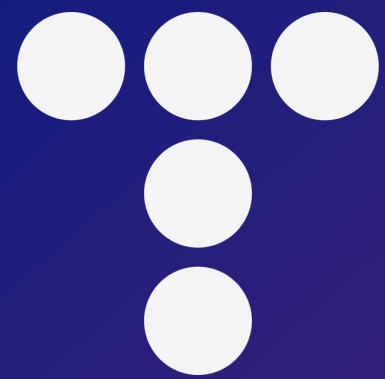
Web3MBA, Telefónica, The Power MBA,
Founderz, IEBS Digital School, Xataka



*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.

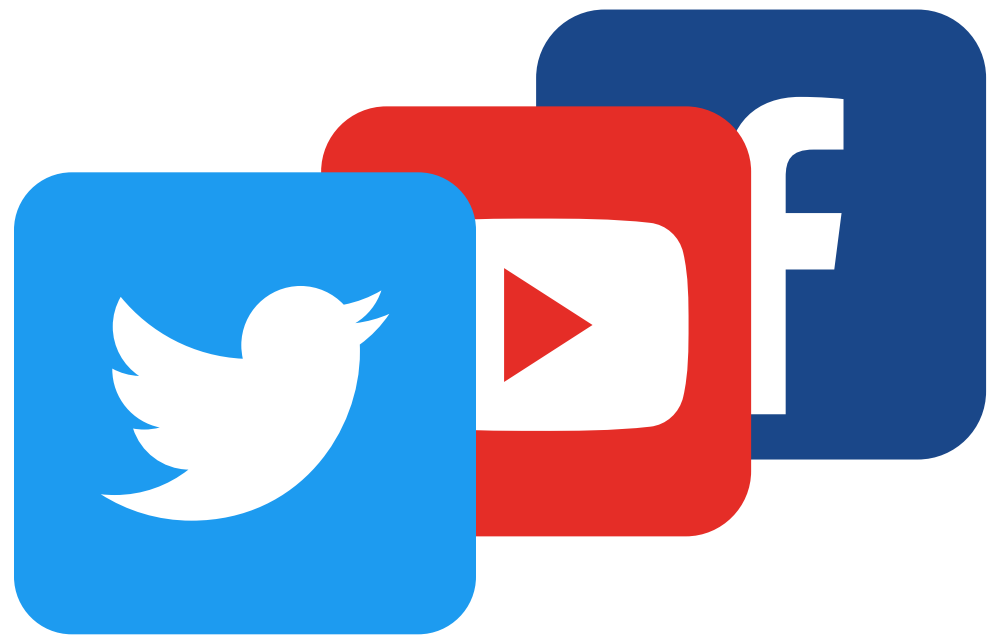
A través de un sistema online, interactivo y dinámico que ofrece contenidos promulgados por expertos de grandes empresas de la industria **Tech y Crypto** y que **permite acceder al contenido de forma sencilla y eficaz.**



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.



<https://web3mba.io/>



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

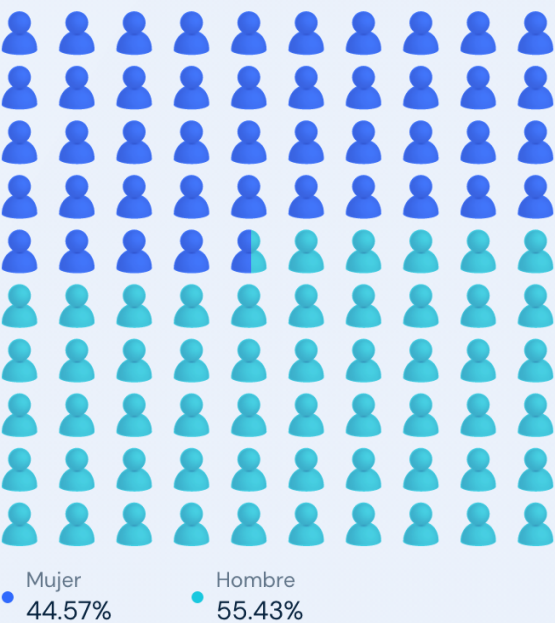
Clasificación de países

#123,756

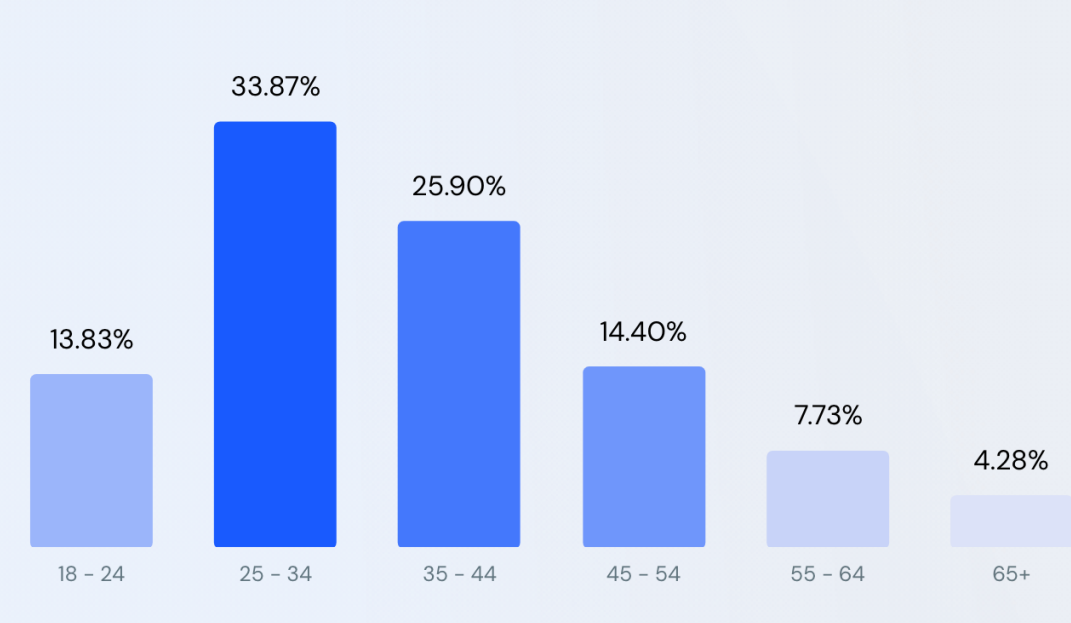
▼ 84,954

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% ▼

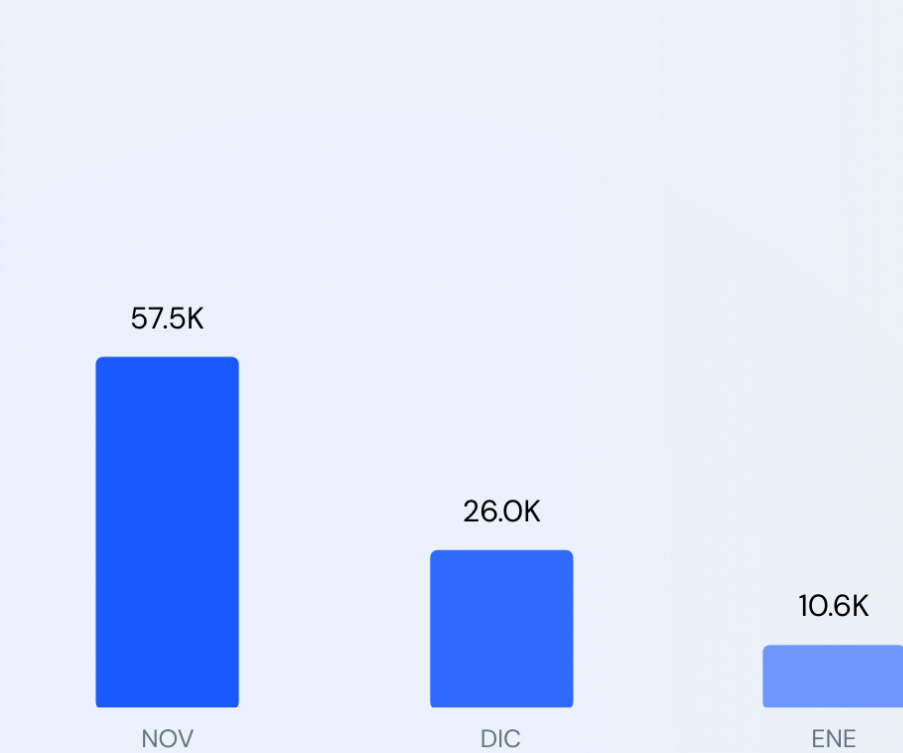
Promedio de duración de las visitas
00:02:08

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

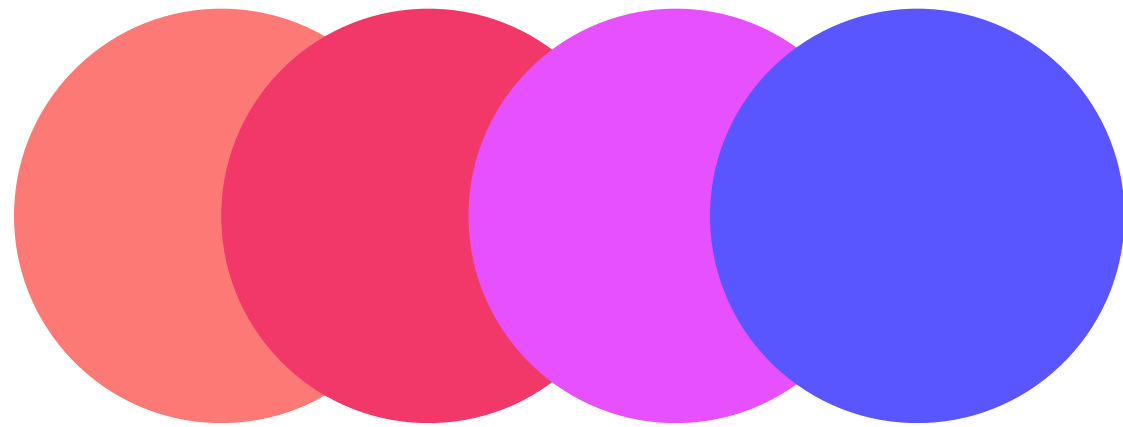
*Pretende
argumentar el
máster*

*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

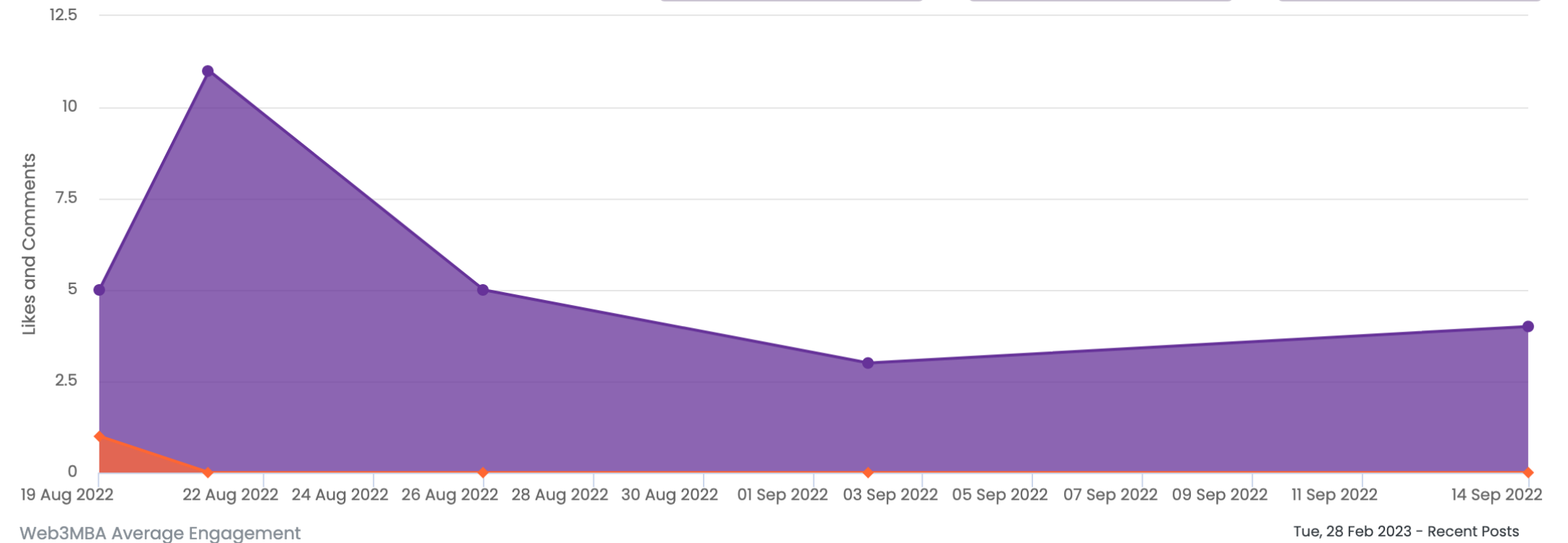
1.35
Avg. Post per Week

5.77
Avg. Post per Month



Average Engagement (Likes + Comments) ?

Pinch & highlight chart to zoom.



Key Metrics

1,079
Total Views

28
Total Likes

1
Total Comments

15.68%
Engagement Rate ?

15.14%
Like Rate ?

0.54%
Comment Rate ?

583.24%
View Rate

2
Total Shares

1.08%
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

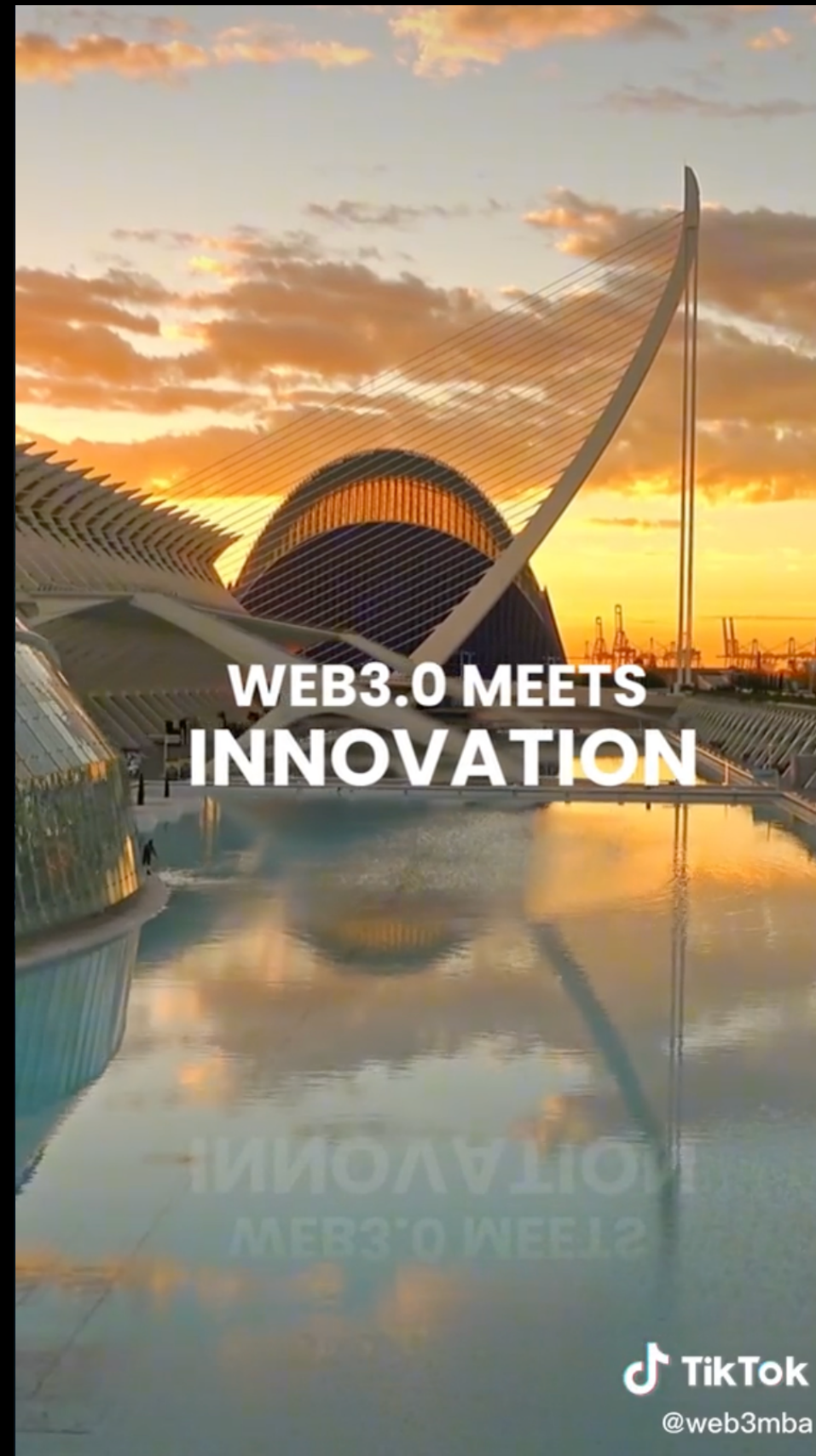
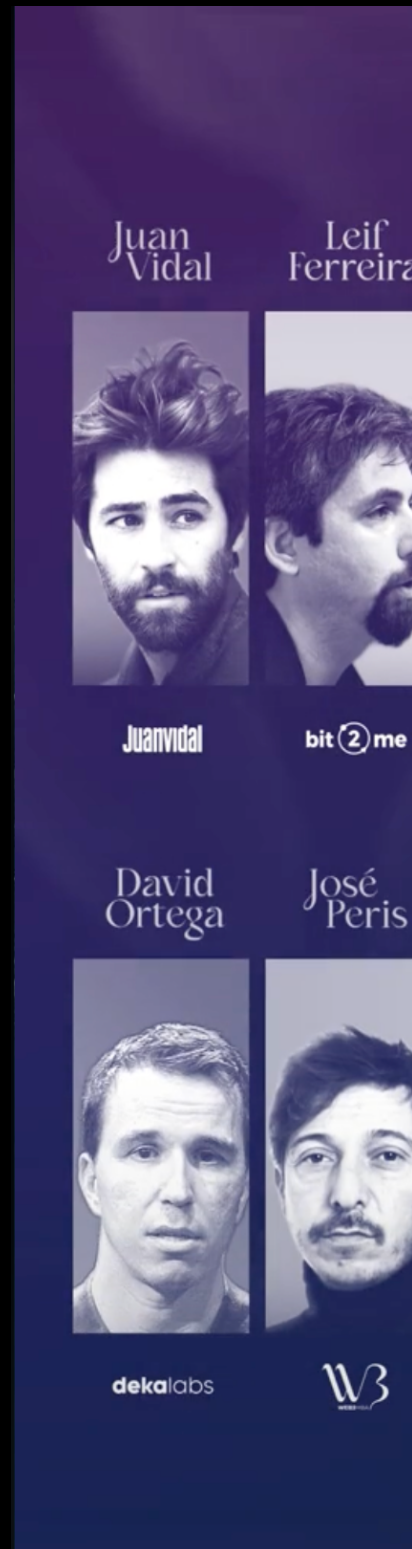


TikTok con más *views*.



421
visitas

Contenido
promoción
del evento



Análisis de la gestión del contenido en TikTok





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
Hispania:**

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

Brand statement.

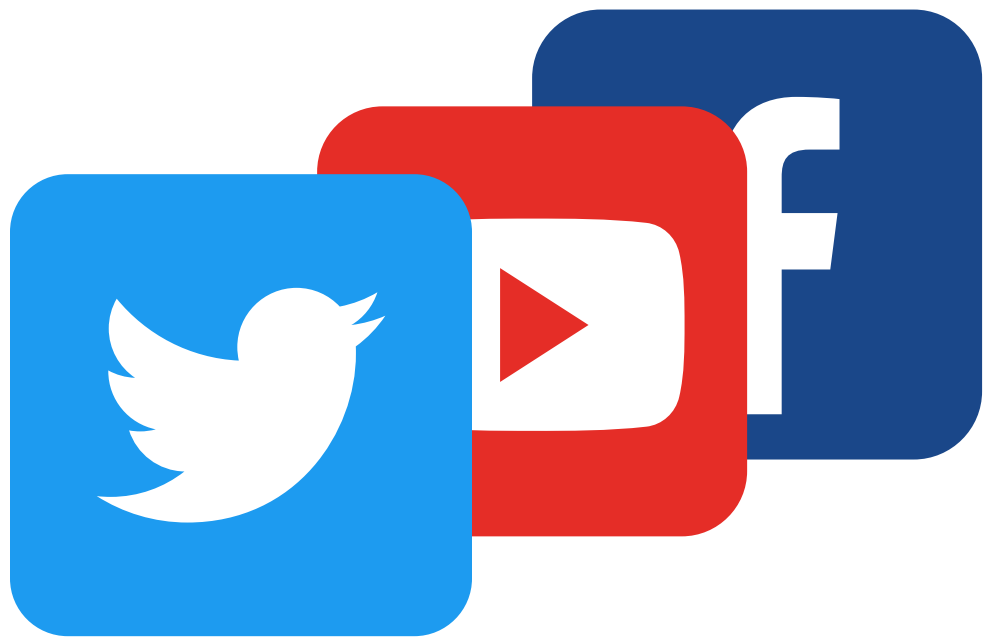
En un momento en el que la tecnología está más presente que nunca en nuestras vidas, no podemos olvidar que las conexiones más importantes **son las conexiones humanas.**

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.



<https://www.telefonica.com/es/>



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



Datos estadísticos de la web.

Posicionamiento global

#79,183
▼ 2,920

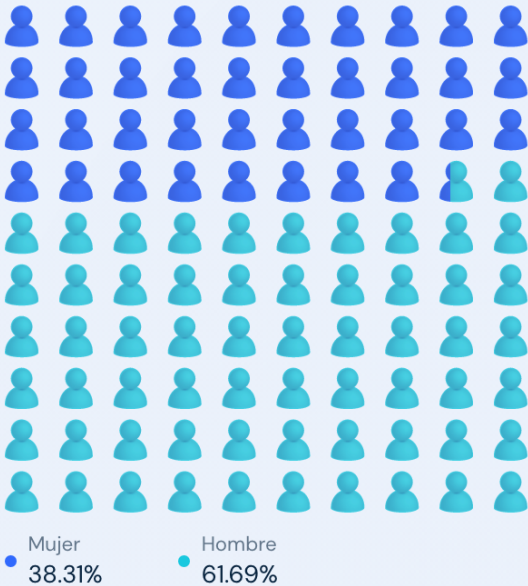
Clasificación de países

#1,609
▼ 42
España

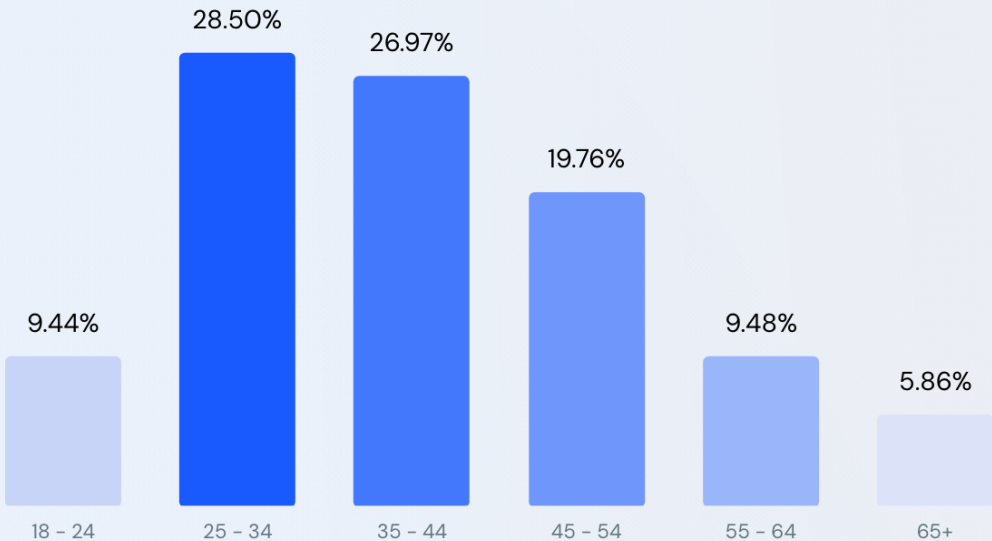
Clasificación de categorías

#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% ▼

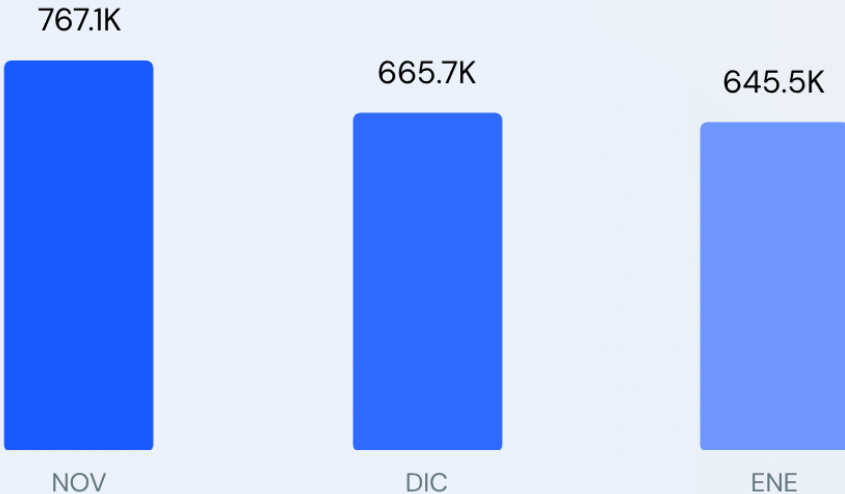
Promedio de duración de las visitas
00:06:01

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

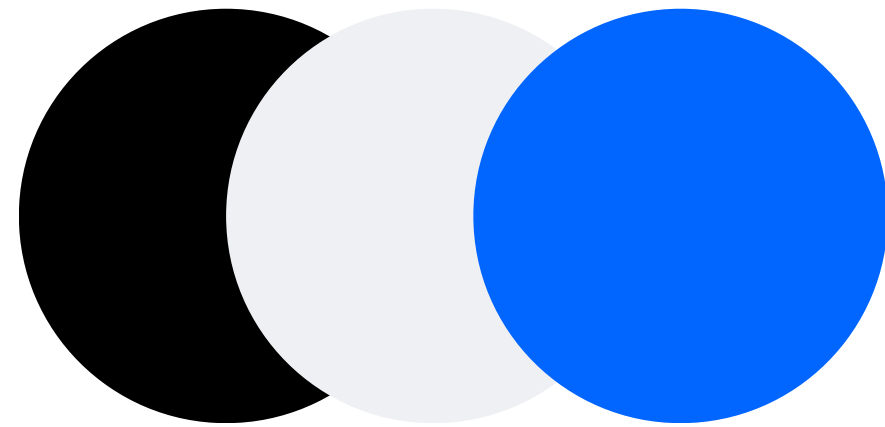
Conceptos complicados los convierte en fáciles

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



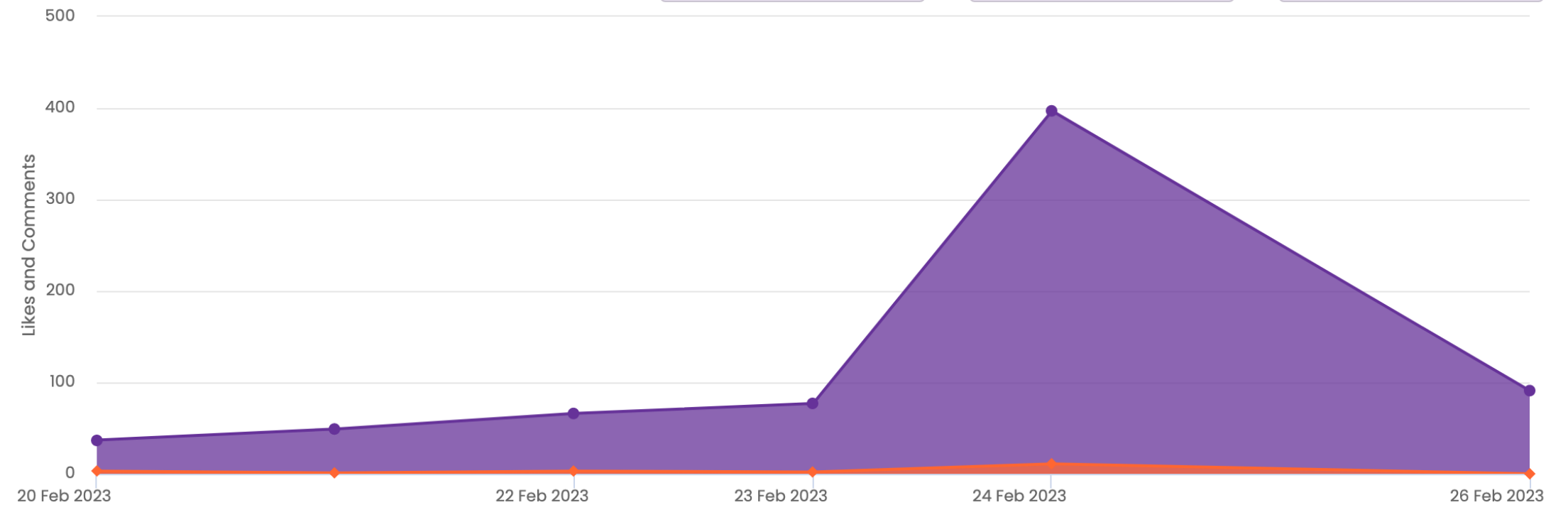
**1**
Avg. Post per Day

**7**
Avg. Post per Week

**30**
Avg. Post per Month

Average Engagement (Likes + Comments) ?

Pinch & highlight chart to zoom.




Telefónica Average Engagement


Wed, 1 Mar 2023 - Recent Posts


 **123**
Avg. Engagement per Post

 **120**
Avg. Likes per Post

 **3**
Avg. Comments per Post


Key Metrics


 **11,874**
Total Views


 **717**
Total Likes


 **20**
Total Comments

 **0.07%**
Engagement Rate ?

 **0.07%**
Like Rate ?

 **0%**
Comment Rate ?

 **1.22%**
View Rate

 **185**
Total Shares

 **0.02%**
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"



Análisis de la gestión del contenido en TikTok





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

Análisis de la marca y de su modelo de negocio

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.

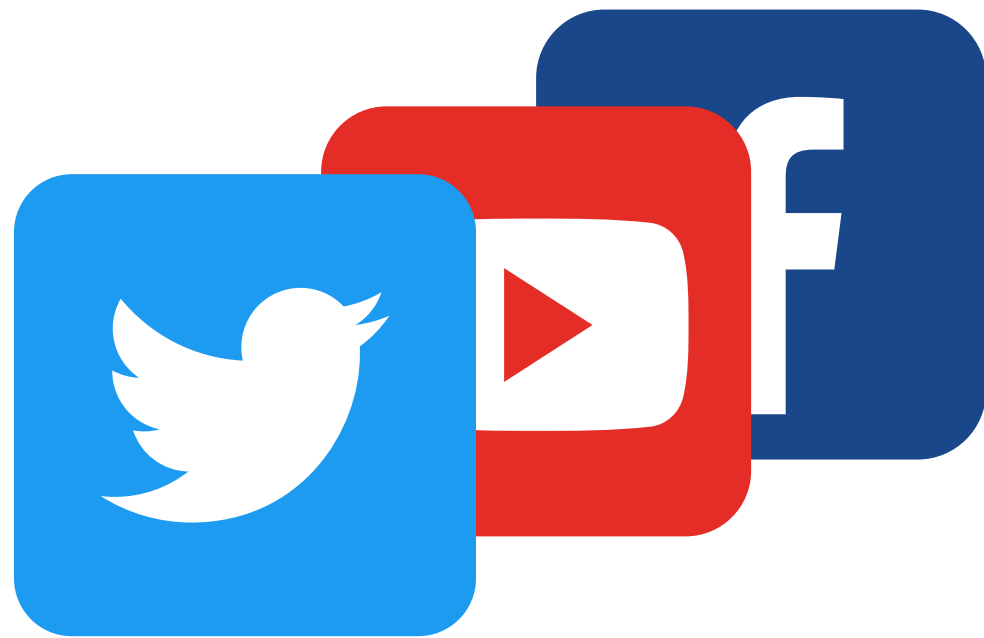
Propuesta de valor.

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.

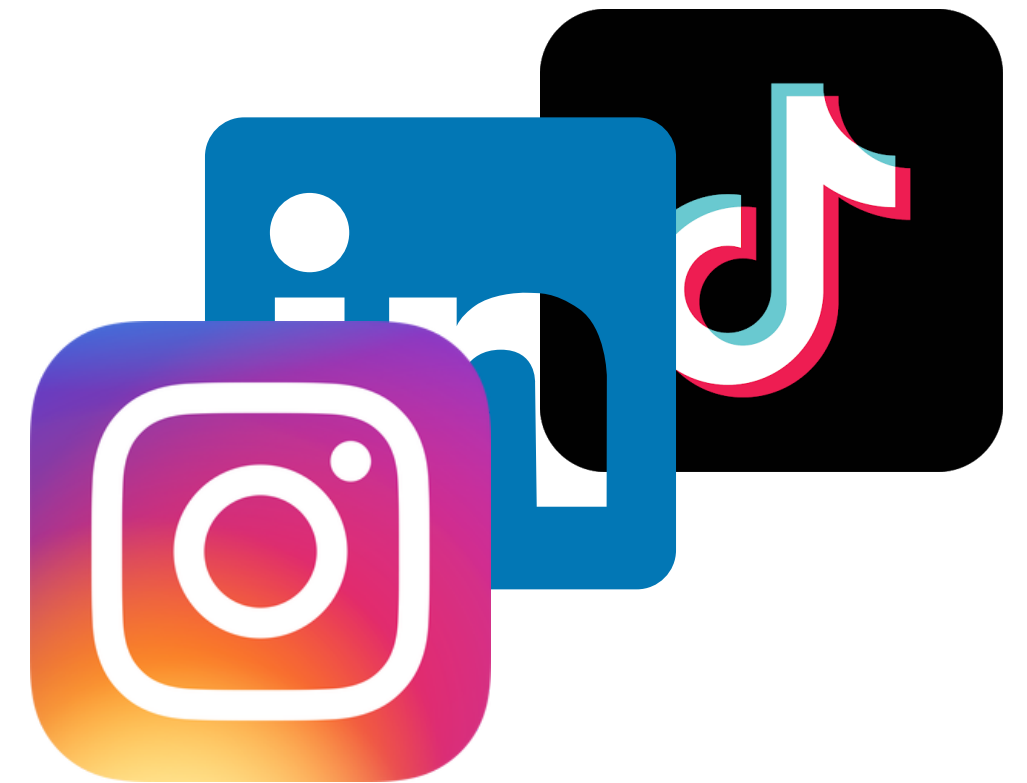
Canales de comunicación.

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

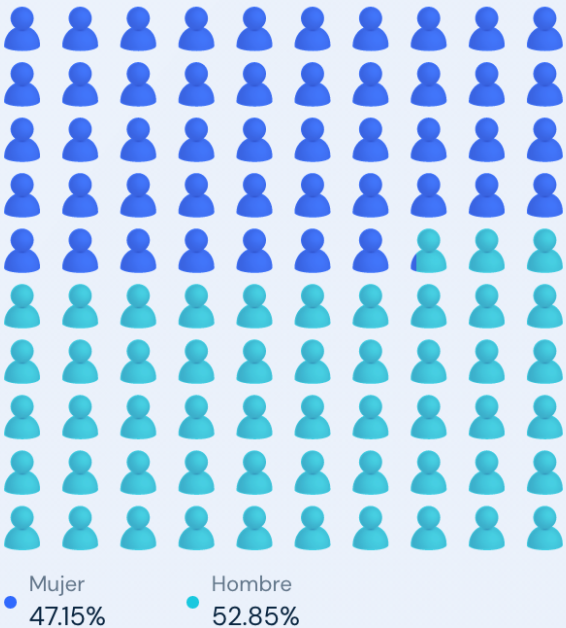
Clasificación de países

#5,114
▲ 580
España

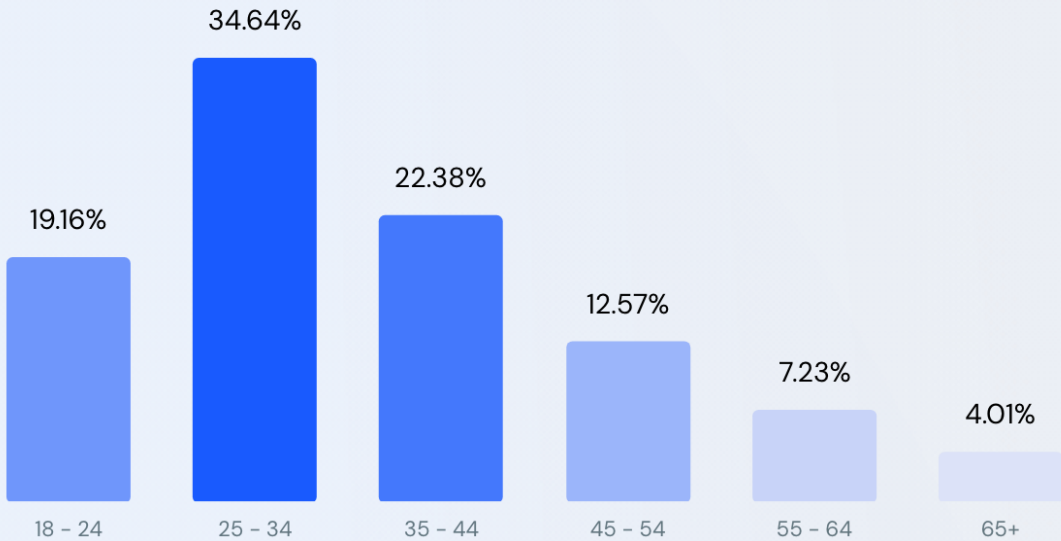
Clasificación de categorías

#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% ▲

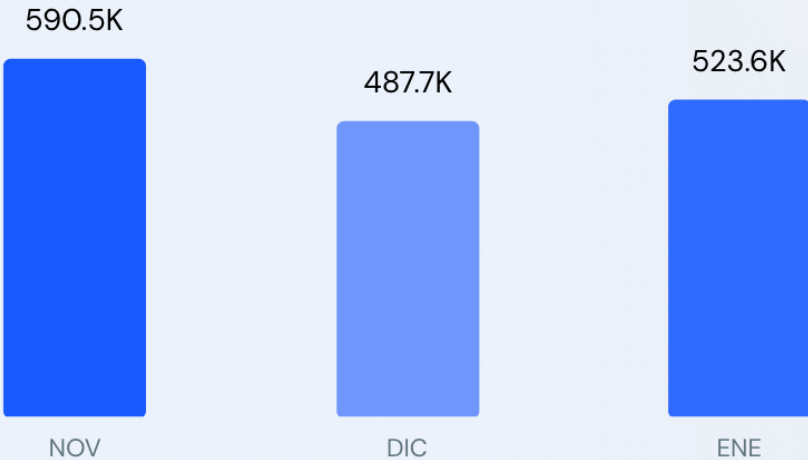
Promedio de duración de las visitas
00:04:49

Tasa de rebote
64.90%

Páginas por visita
3.38

similarweb

Total de visitas en los últimos 3 meses



Visitas totales

523.6K

Porcentaje de rebote

64.90%

Páginas por visita

3.38

Promedio de duración de las visitas

00:04:49

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

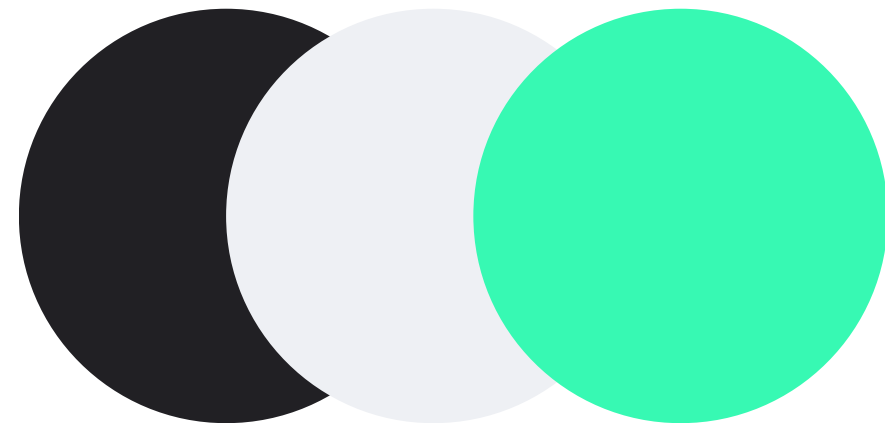
No llegan a caer en el humor

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

Análisis en TikTok.

Análisis de la gestión del contenido en TikTok

 **0.3**
Avg. Post per Day

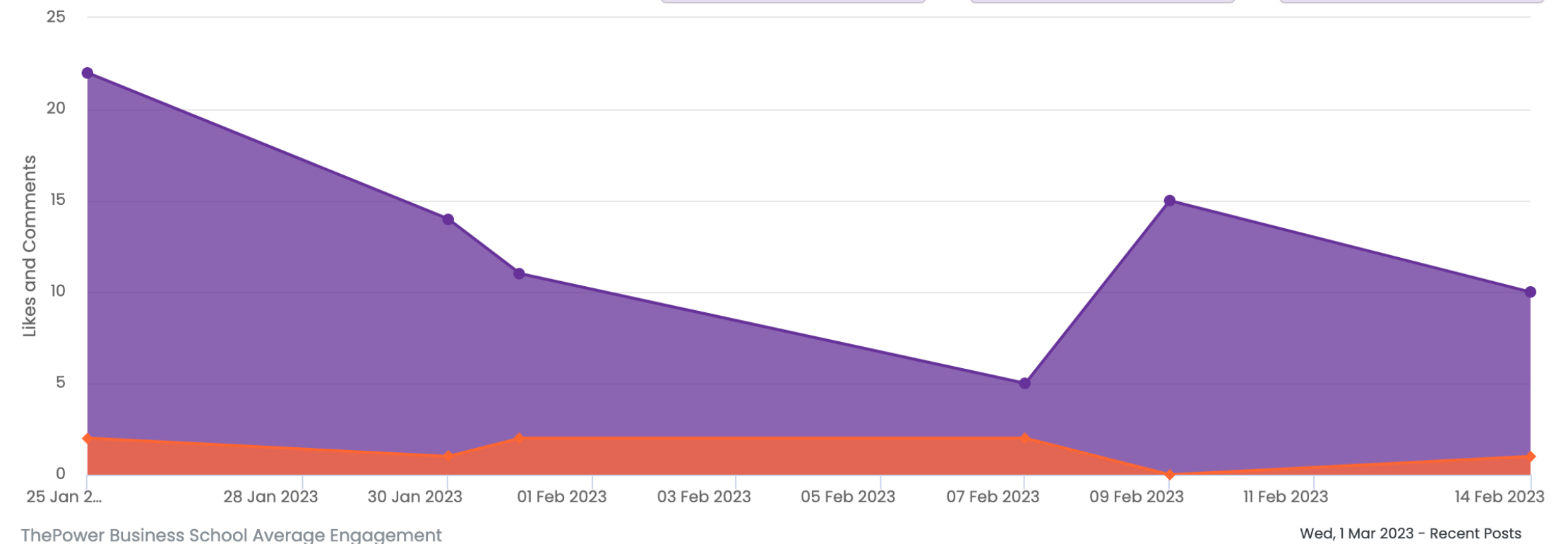
 **2.1**
Avg. Post per Week


 **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

 **2,761**

Total Views

 **77**

Total Likes

 **8**

Total Comments

 **0.32%**

Engagement Rate 

 **0.29%**

Like Rate 

 **0.03%**

Comment Rate 

 **10.39%**

View Rate

 **7**

Total Shares

 **0.03%**

Share Rate

Palabras clave y hashtags.

Emprendimiento

Habilidades

Esfuerzo

Motivación

Liderazgo

Negocio

Empresarial

Actitud

#jobtips

#becarios

#startup

#marketing

#empresas

#herramientas

#sueños

#ventas

#redessociales

#hacksandtips

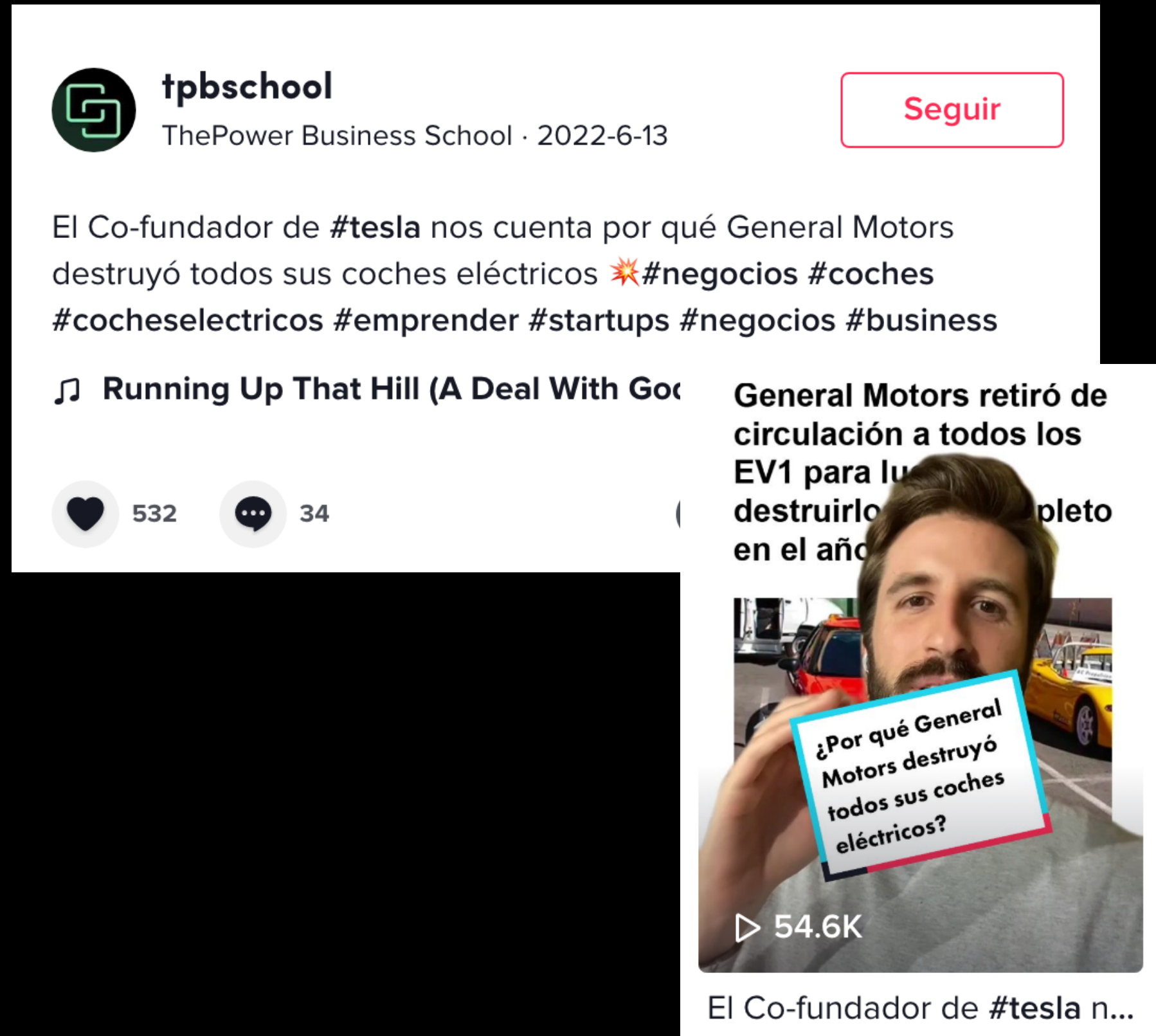
#motivación

TikTok con más views.



54.6K
visitas

Noticia
"Tesla"



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.

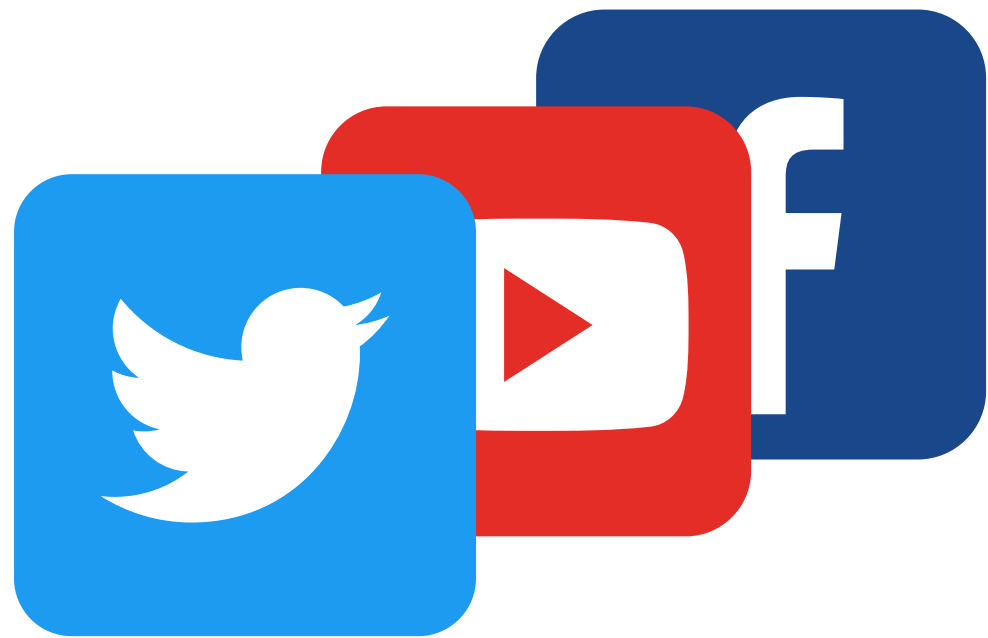
Creen en poder de la **educación descentralizada** para revolucionar la experiencia de aprender. Por ello, diseñan programas que fomentan la **colaboración entre estudiantes y profesores** y la preparación para las profesiones de futuro.

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**.

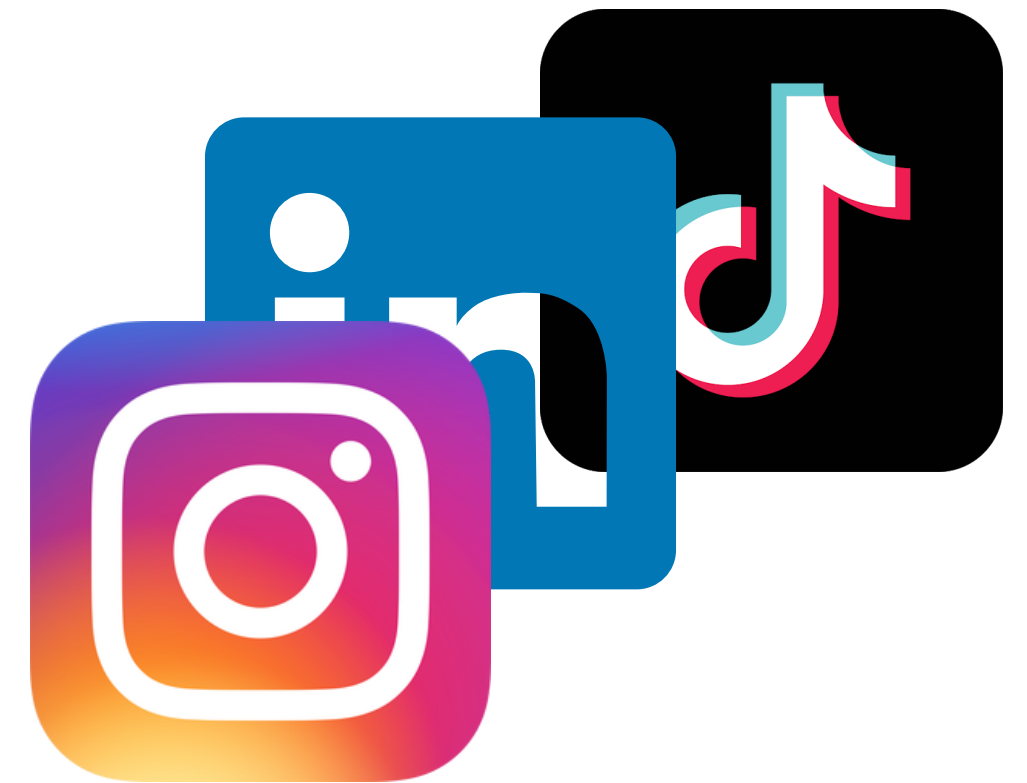
Canales de comunicación.

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.



<https://www.thepowermba.com>



Primera impresión.

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

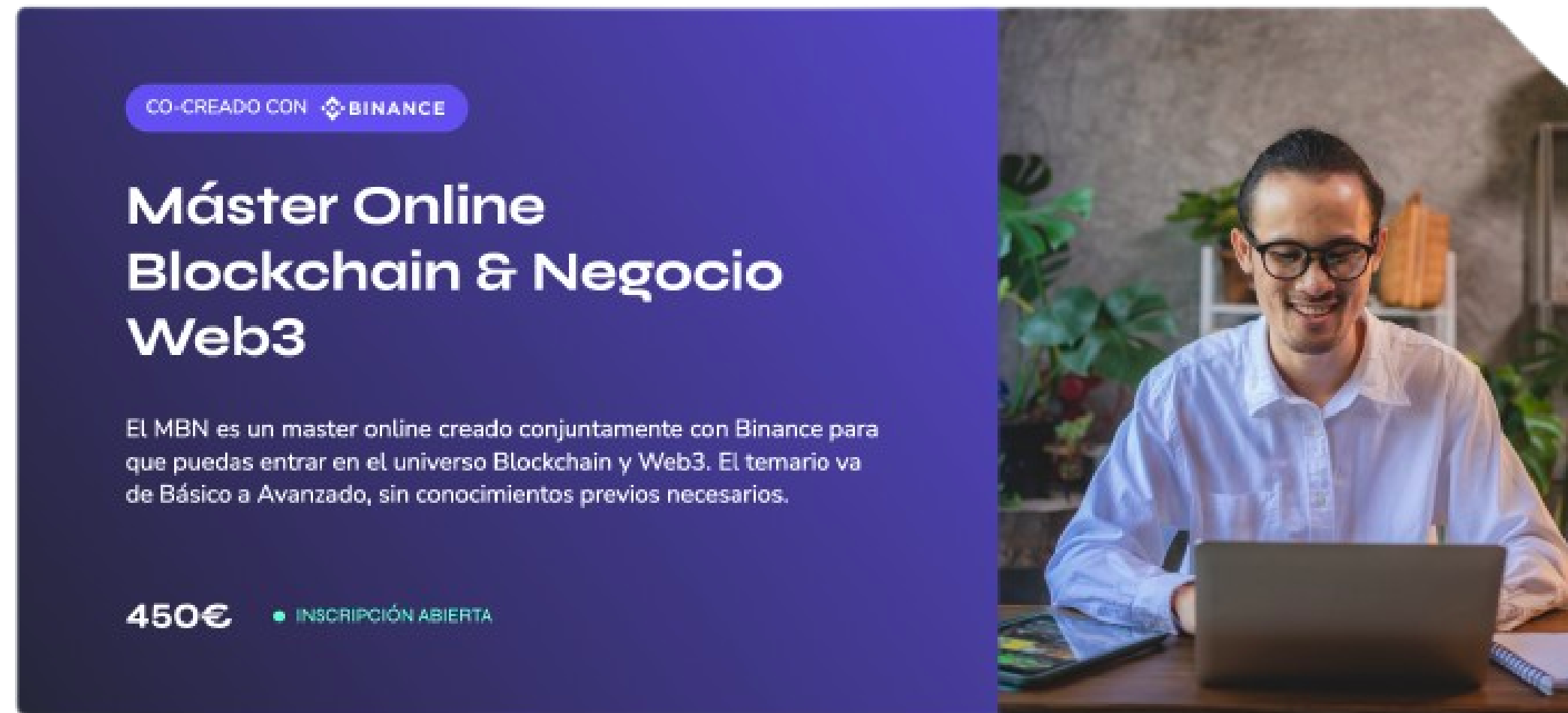
Correcto uso de los colores corporativos, que en este caso son el **morado y el azul**

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.



- 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

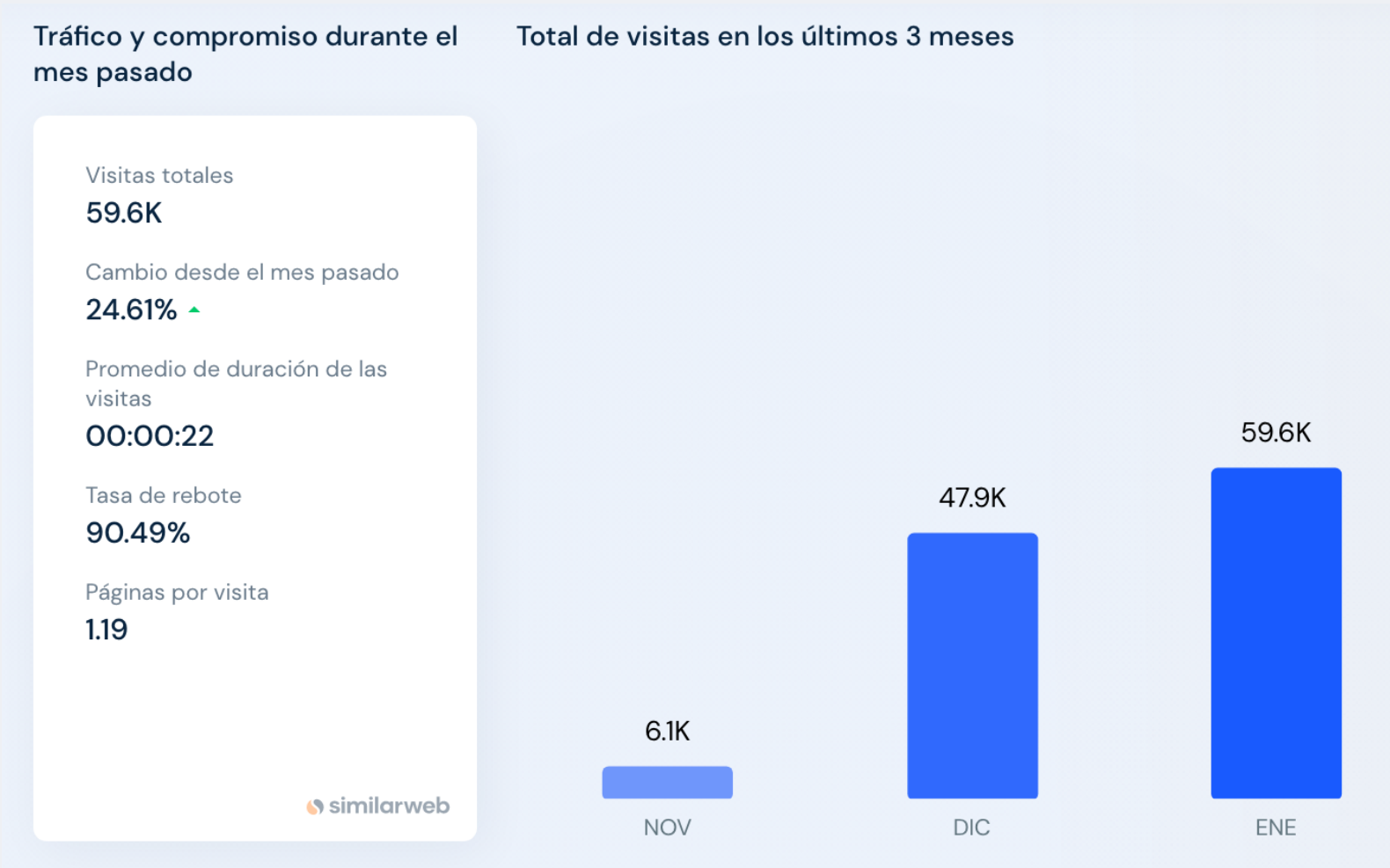
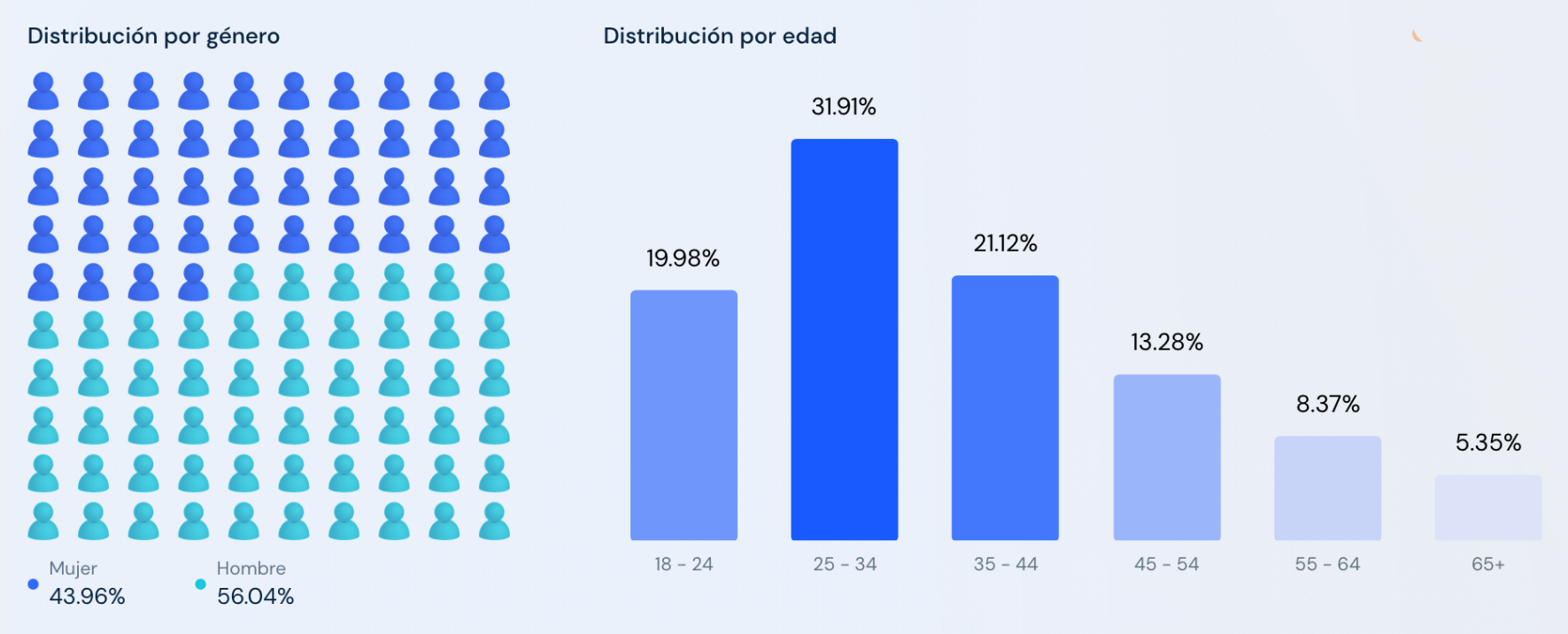
#5,596

▲ 3,418

Ordenadores, electrónica y tecnología

> Ordenadores, electrónica y tecnología – Otro

(En España)



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

Análisis de la gestión del contenido en TikTok

Contenido **informativo**

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

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

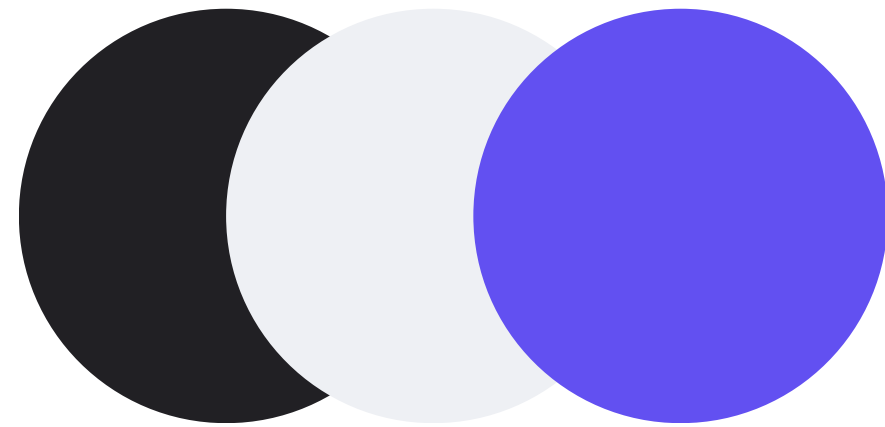
Empezaron
usando un tono
humorístico

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

Han cambiado
incluso a la
protagonista que
salía anteriormente

Usaban distintos filtros,
gifs, memes, etc.

Estilo.



founderz

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

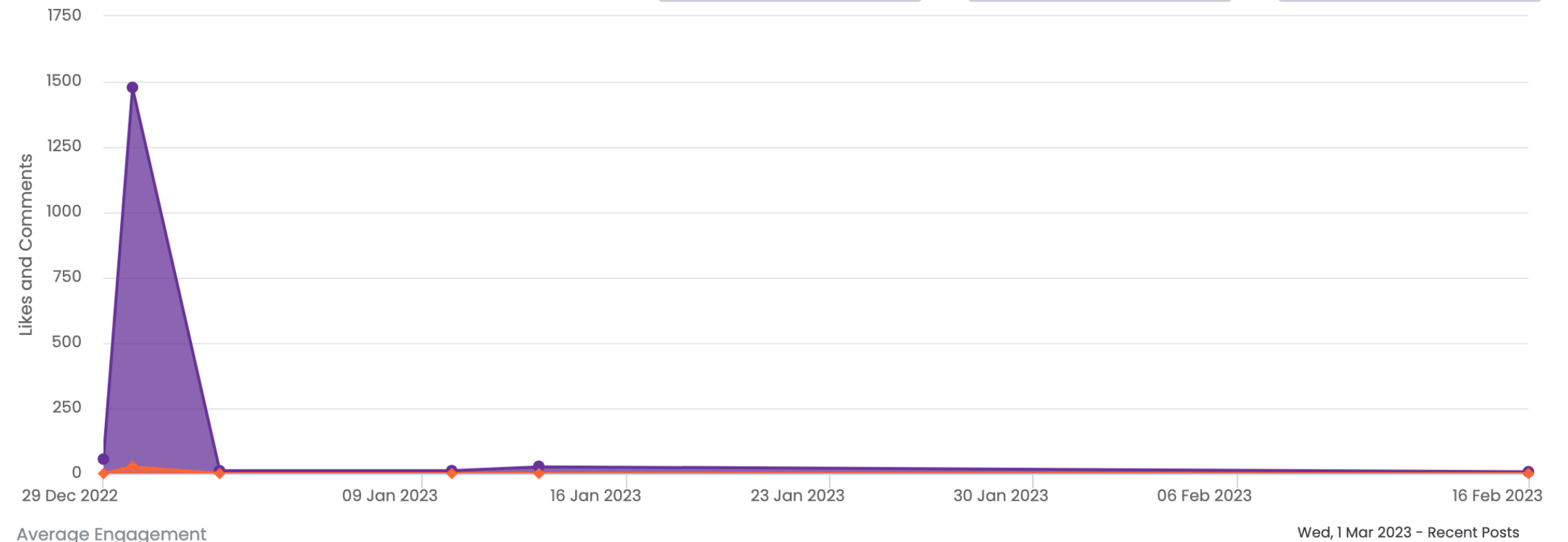
founderz

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

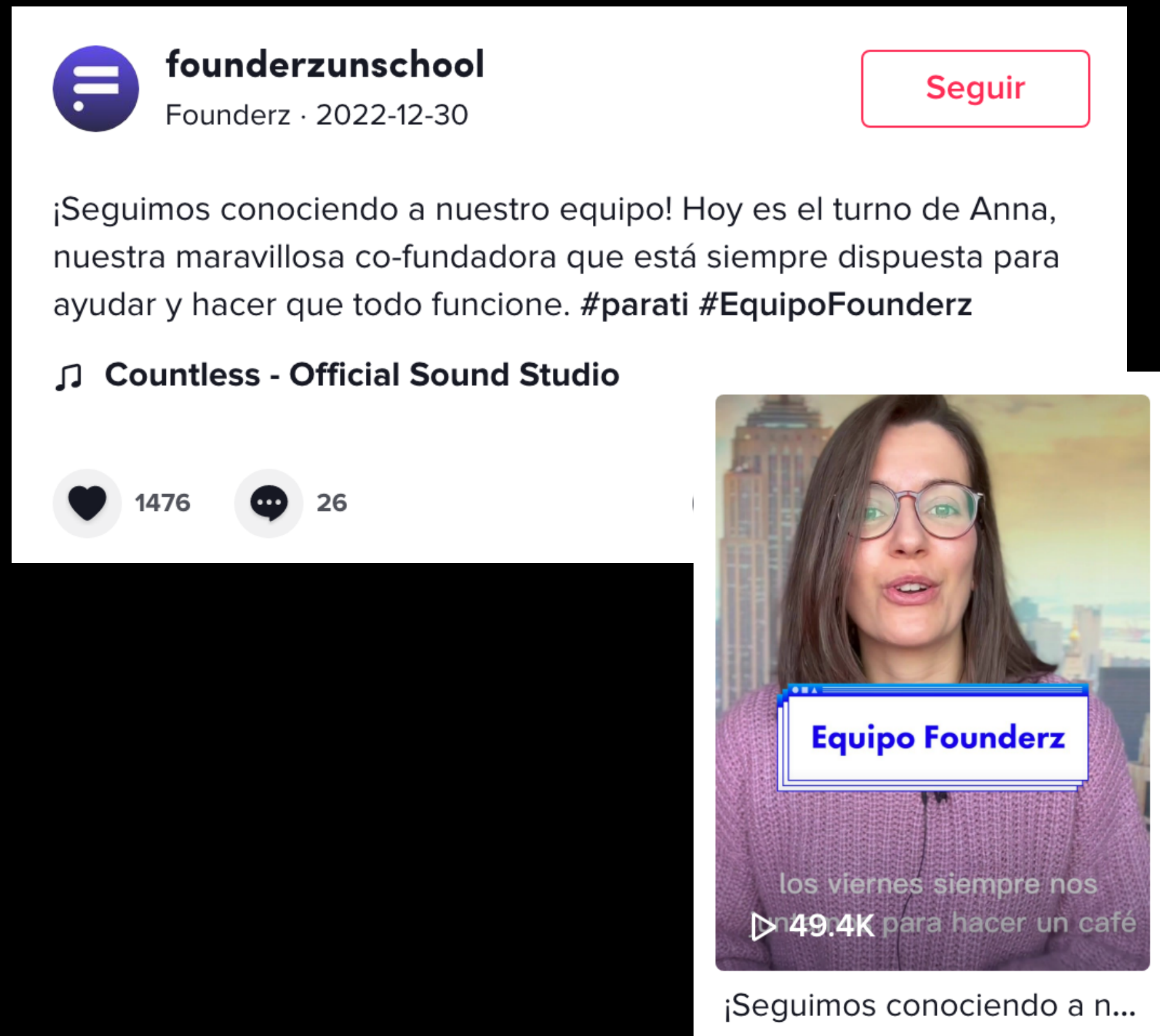
TikTok con más views.



49.4K
visitas

Presentación
"Equipo
Founder"

founderz



IEBS
Digital School

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

Categoría del producto.

ecommerce

Digital business

Fintech

Big data

Marketing digital

Analítica y UX

Social
Media

Educación

Blockchain

Segmento del mercado.

Análisis de la marca y de su modelo de negocio

Particulares

**Ingenieros
Programadores
Profesionales
Tecnólogos**

Brand statement.

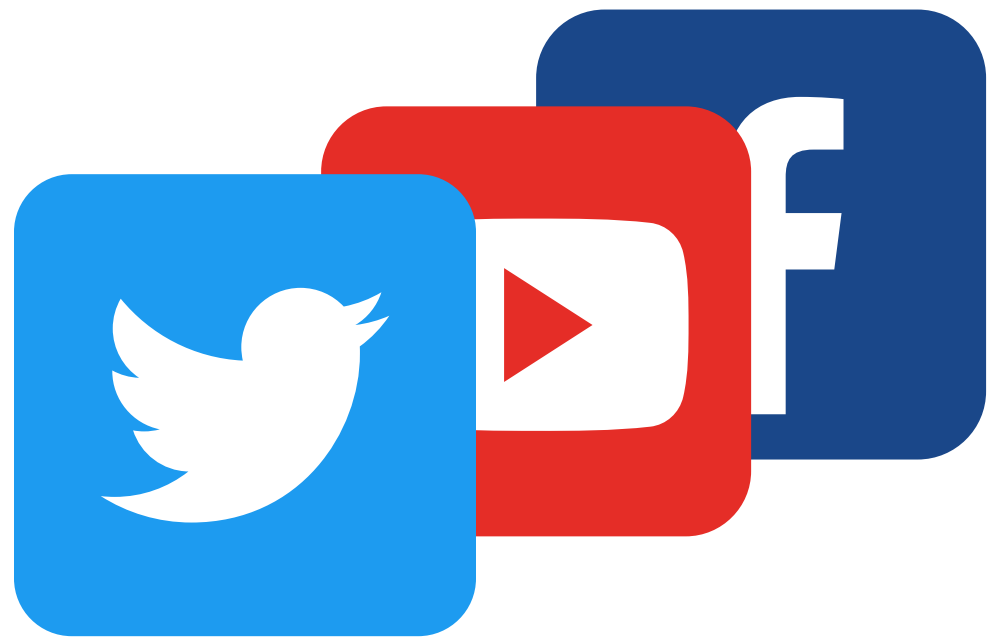
Su objetivo es formar los nuevos líderes que demanda el mundo en el que vivimos; **capaces de emprender, innovar y crear valor** a sus compañías, sus empleados y a la sociedad de forma sostenible y rentable.

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)

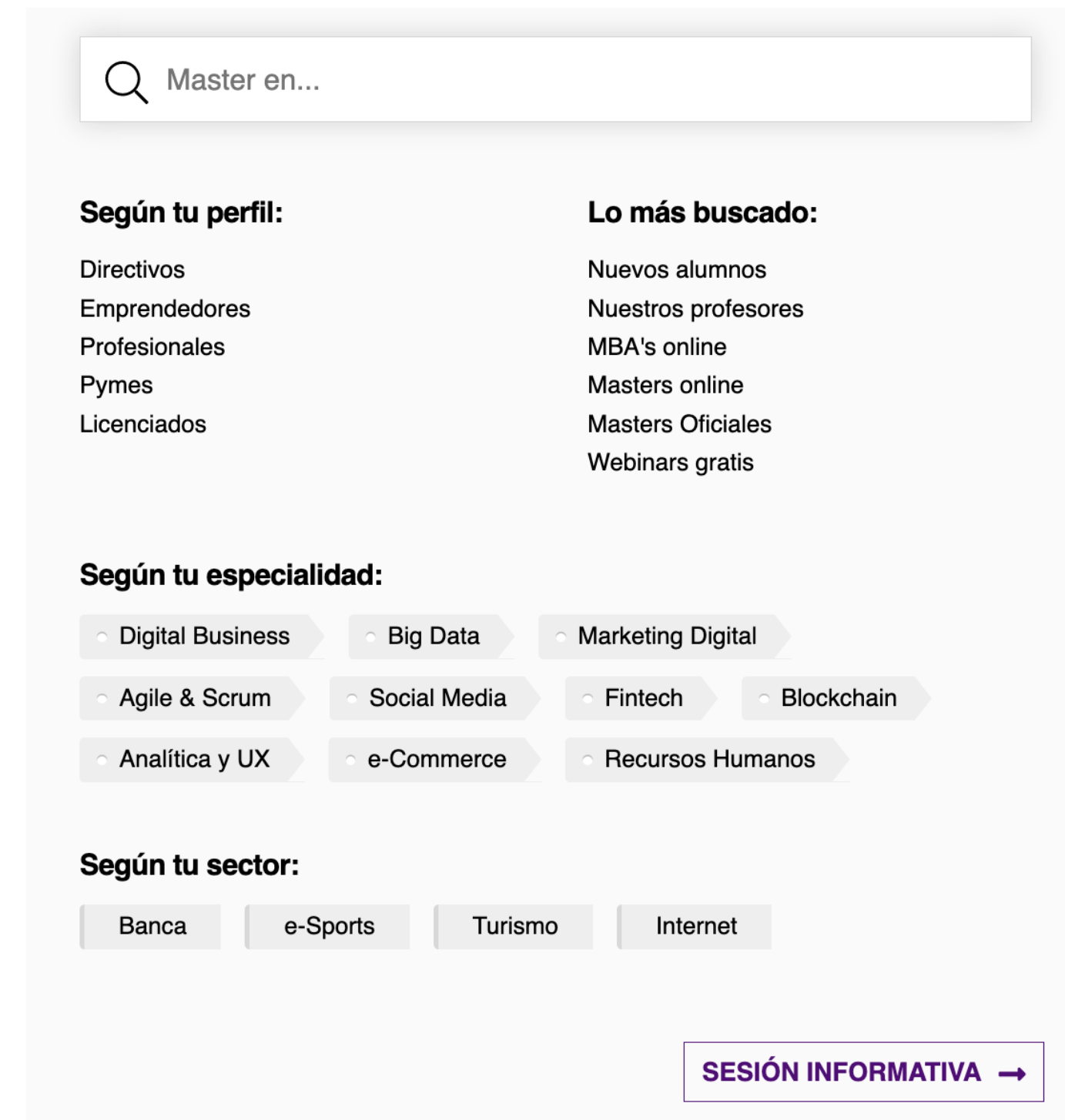
Tipografía demasiado básica y poco profesional, con combinaciones de colores que no satisfacen visualmente

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.



Datos estadísticos de la web.

Posicionamiento global

#66,191
▲ 1,326

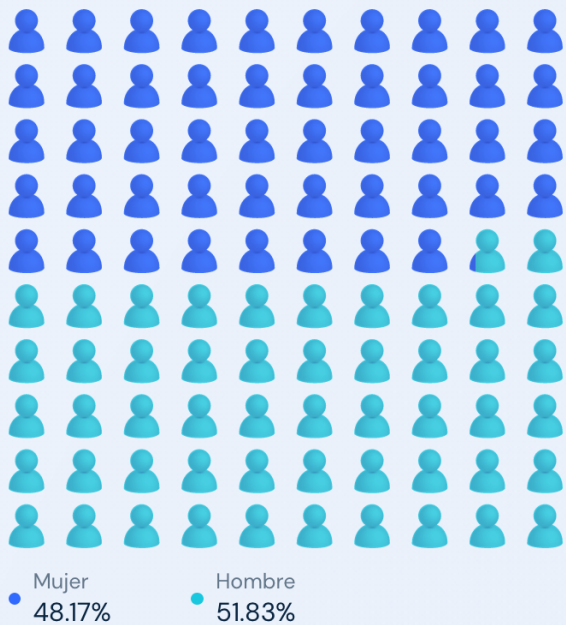
Clasificación de países

#5,513
▼ 1,460
España

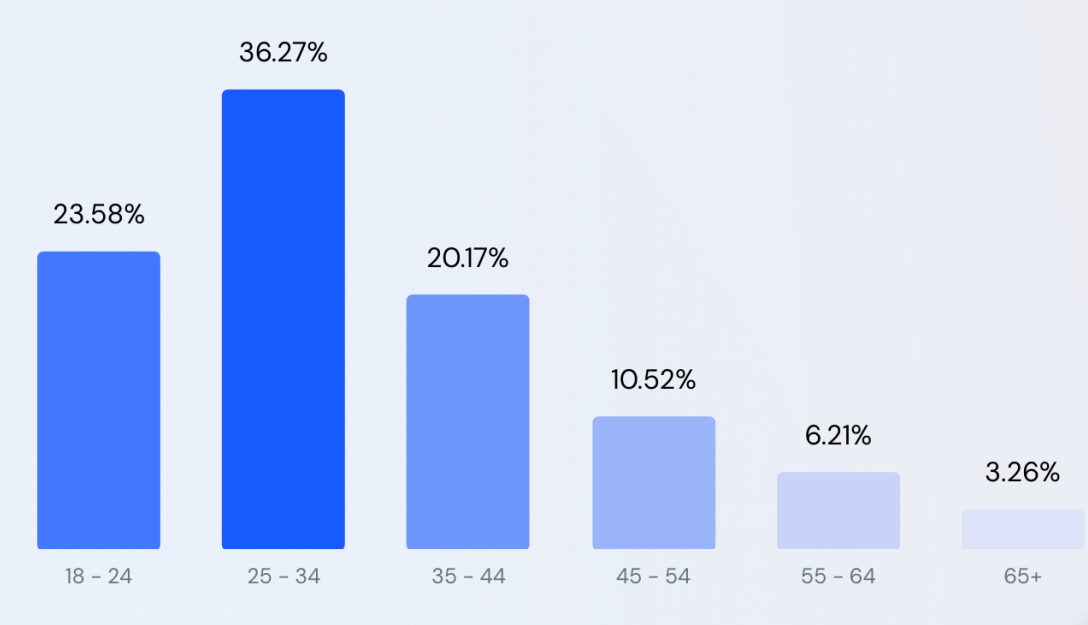
Clasificación de categorías

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

Distribución por género



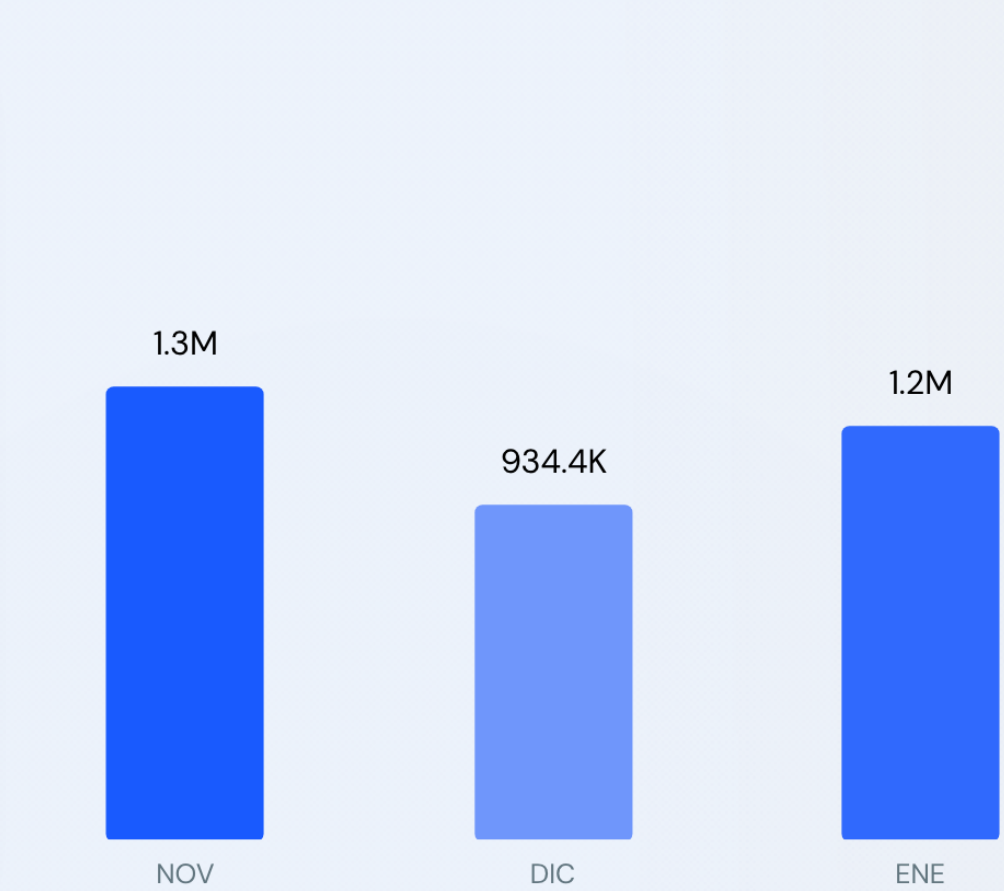
Distribución por edad



Tráfico y compromiso durante el mes pasado



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

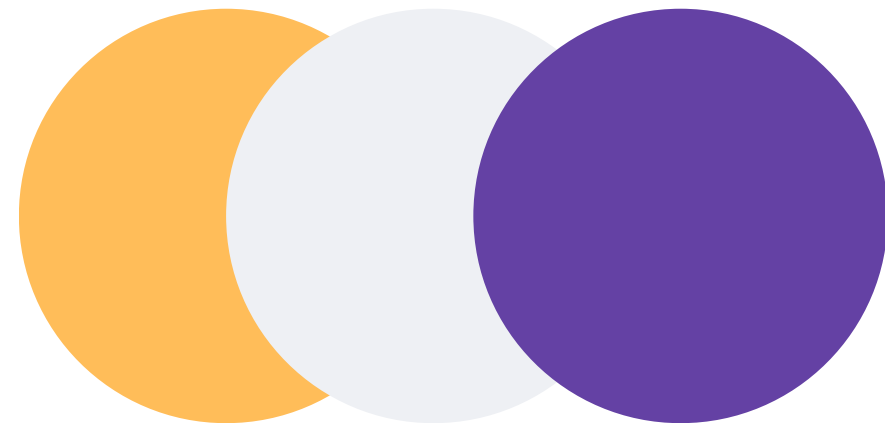
No tiene un tono
de comunicación
establecido

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

Con esta intentan
anunciar noticias
sobre la empresa o
temas relacionados

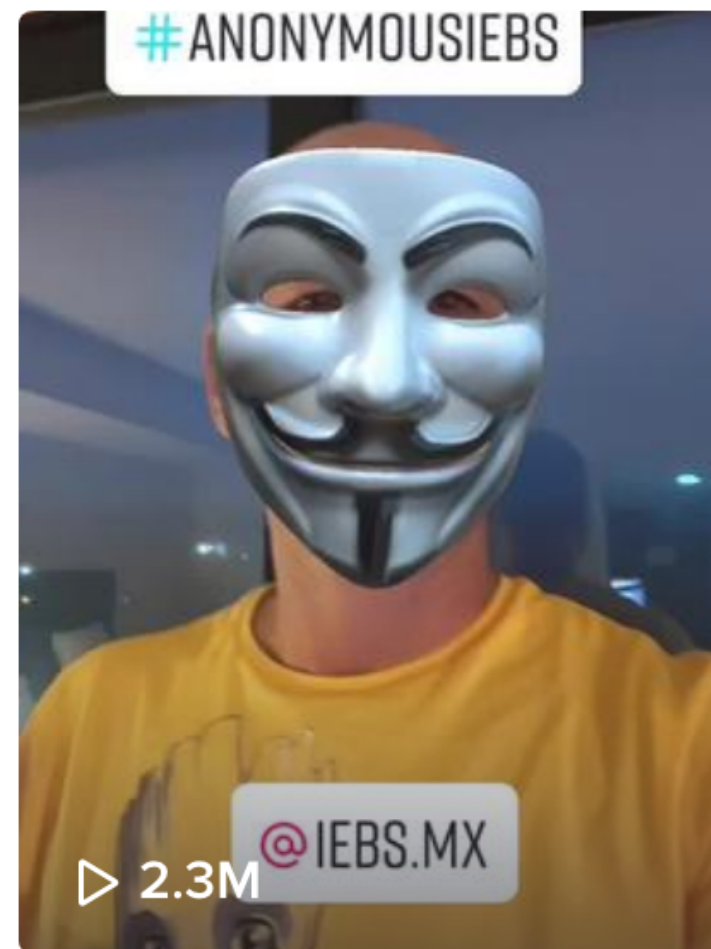
Cuentan con muy pocos
vídeos publicados

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


IEBS
Digital School


 **0.04**
Avg. Post
per Day


 **0.27**
Avg. Post
per Week

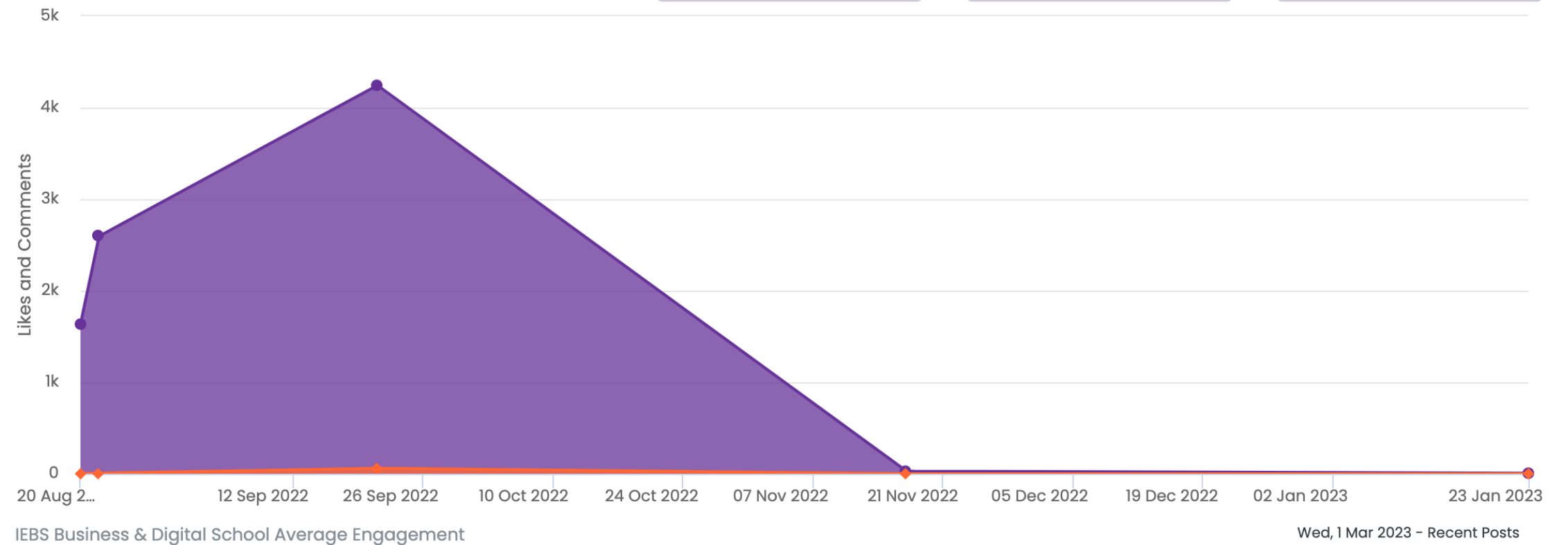
 **1.15**
Avg. Post
per Month

Average Engagement (Likes + Comments) ?
Pinch & highlight chart to zoom.

 **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


 **3,320,462**
Total Views


 **46.48%**
Engagement Rate ?

 **17997.08%**
View Rate


 **8,511**
Total Likes

 **46.13%**
Like Rate ?

 **65**
Total Shares

 **65**
Total Comments

 **0.35%**
Comment Rate ?

 **0.35%**
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





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.



Análisis de la marca y de su modelo de negocio

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.



Análisis de la marca y de su modelo de negocio

Canales de comunicación.

Análisis de la marca y de su modelo de negocio



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.



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

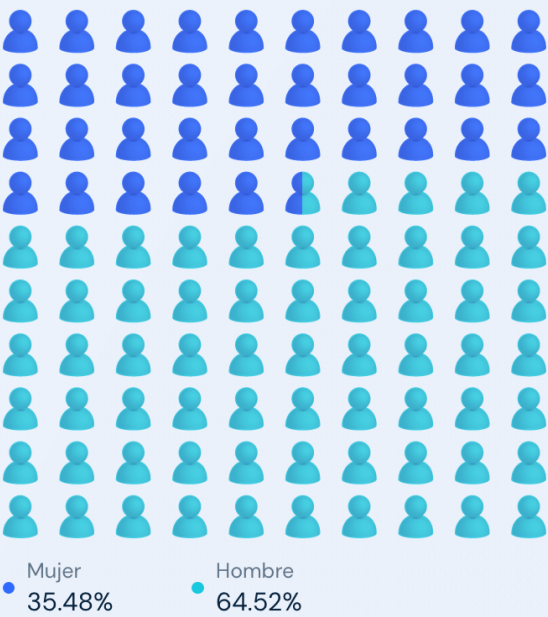
Clasificación de países

#91
▲ 7
España

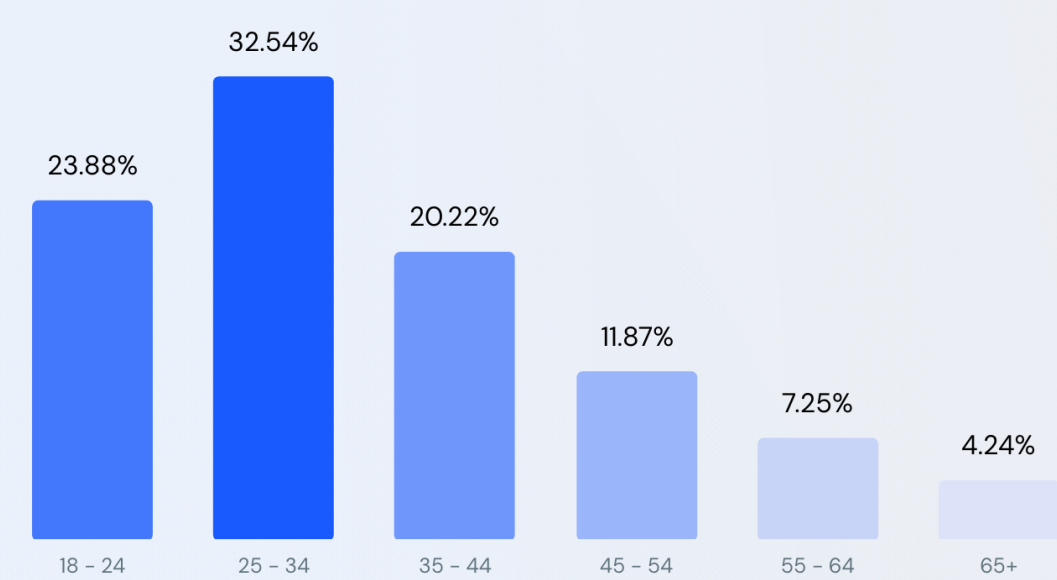
Clasificación de categorías

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

Distribución por género



Distribución por edad



Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales
44.7M

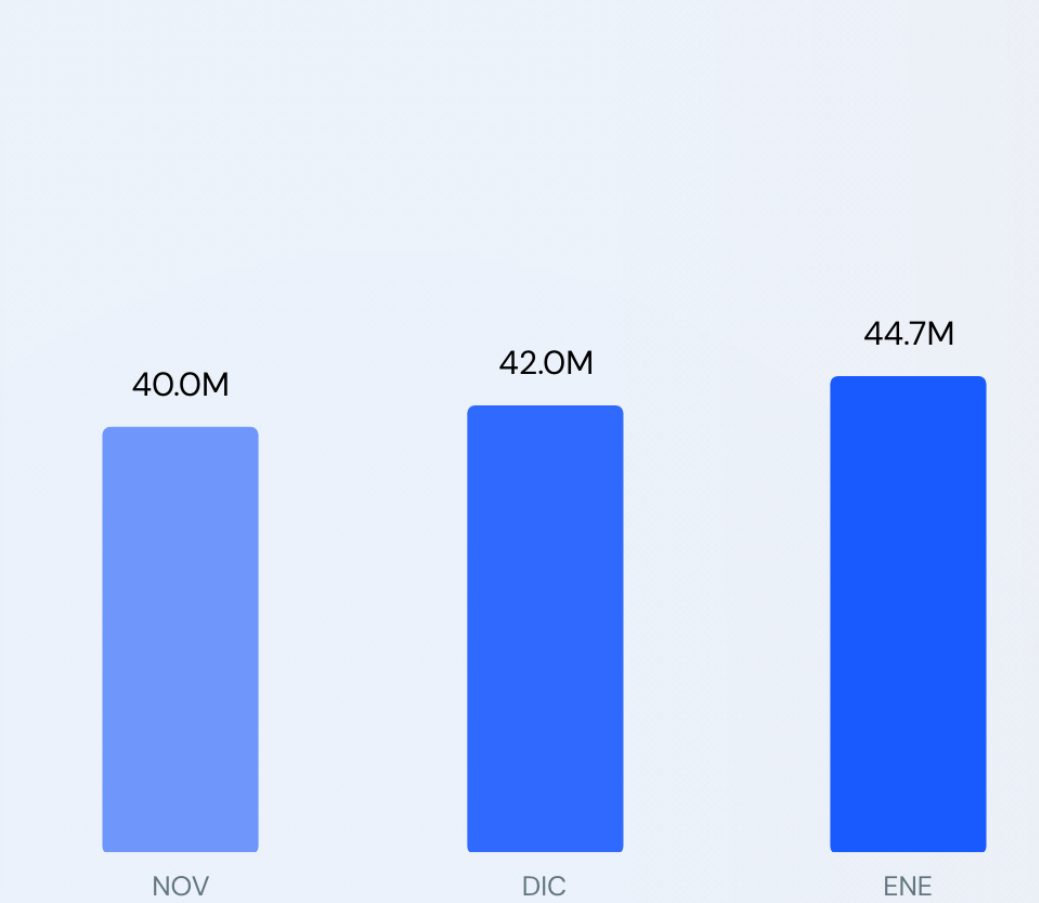
Cambio desde el mes pasado
6.58% ▲

Promedio de duración de las visitas
00:01:29

Tasa de rebote
73.30%

Páginas por visita
1.76

Total de visitas en los últimos 3 meses



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

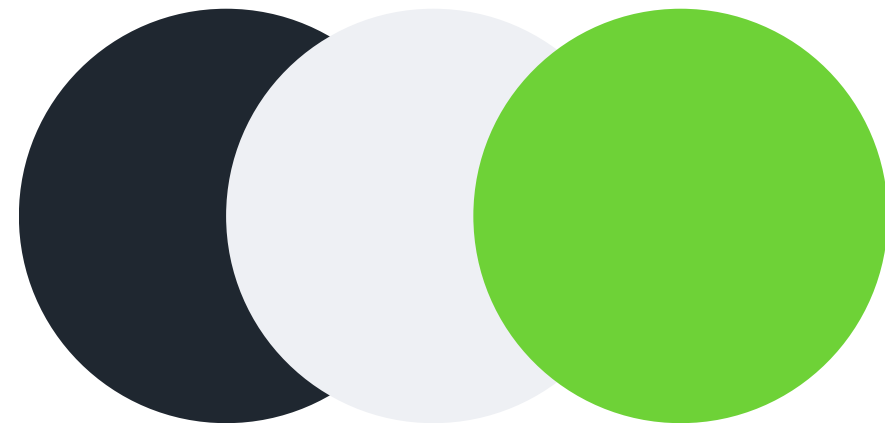
El tono al que suelen recurrir es un tono formal, informativo y amigable

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

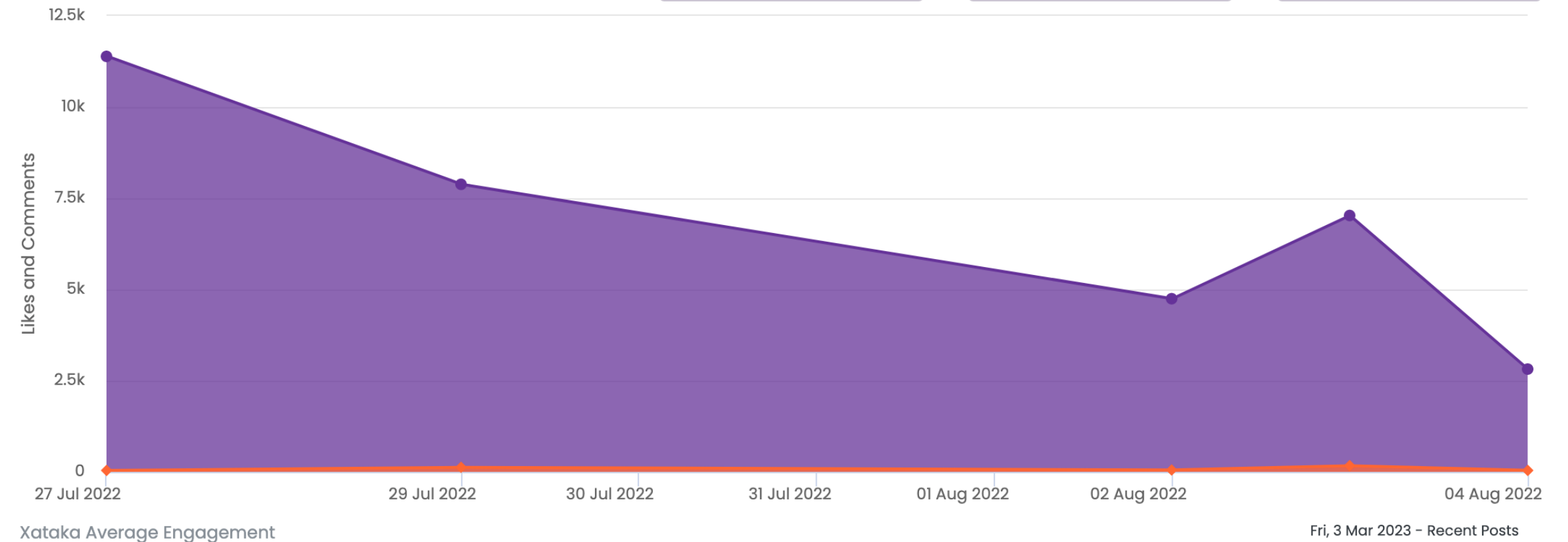
 **5.25**
Avg. Post
per Week


 **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

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

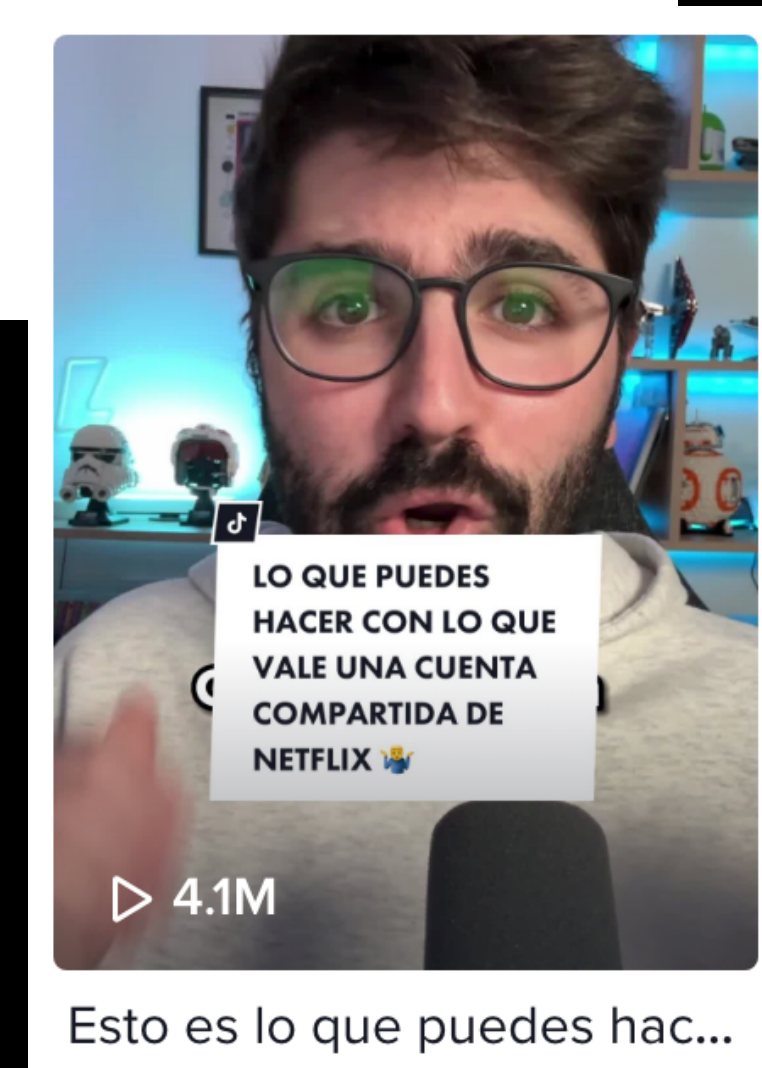
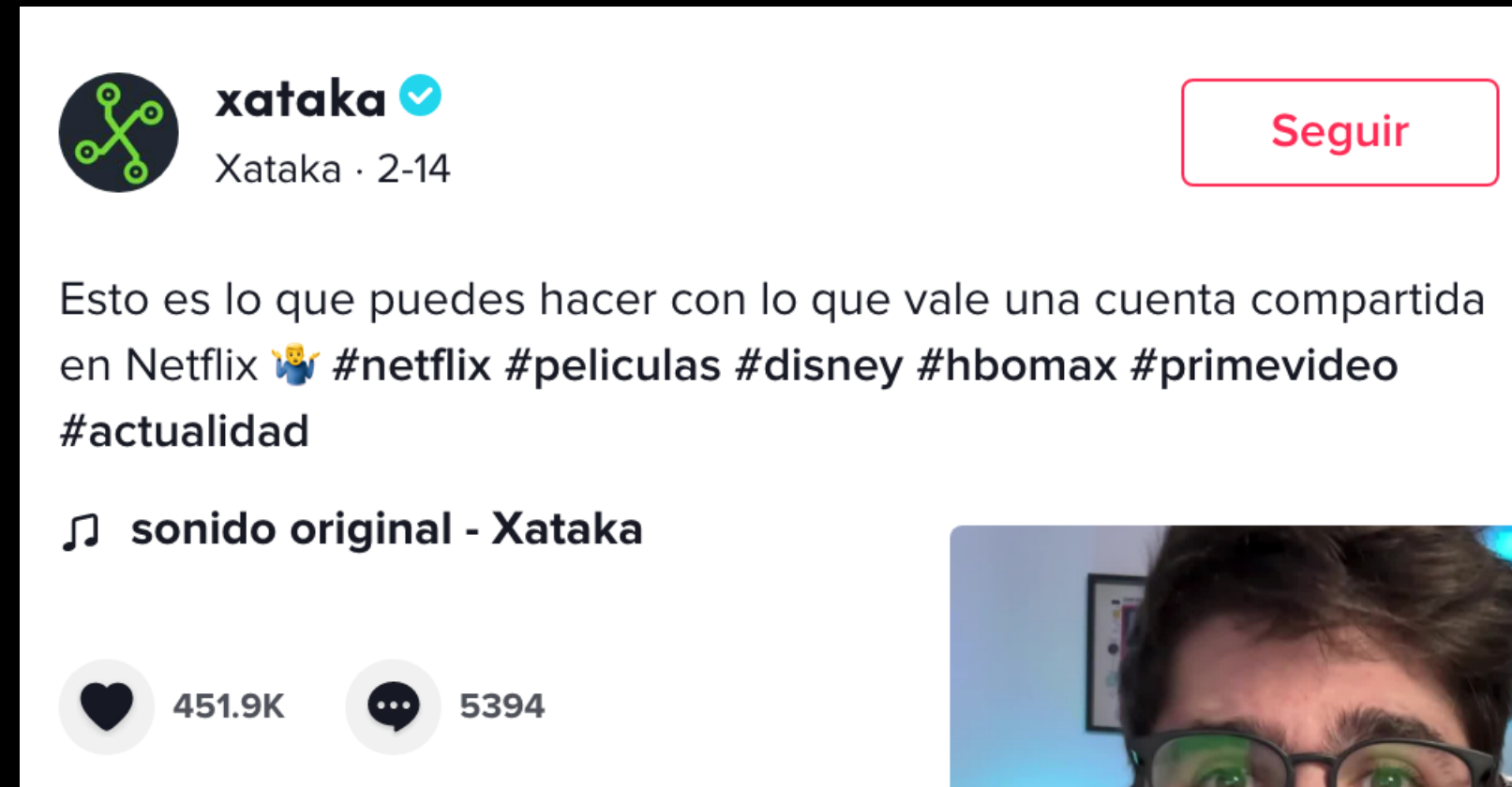


TikTok con más views.



4.1M
visitas

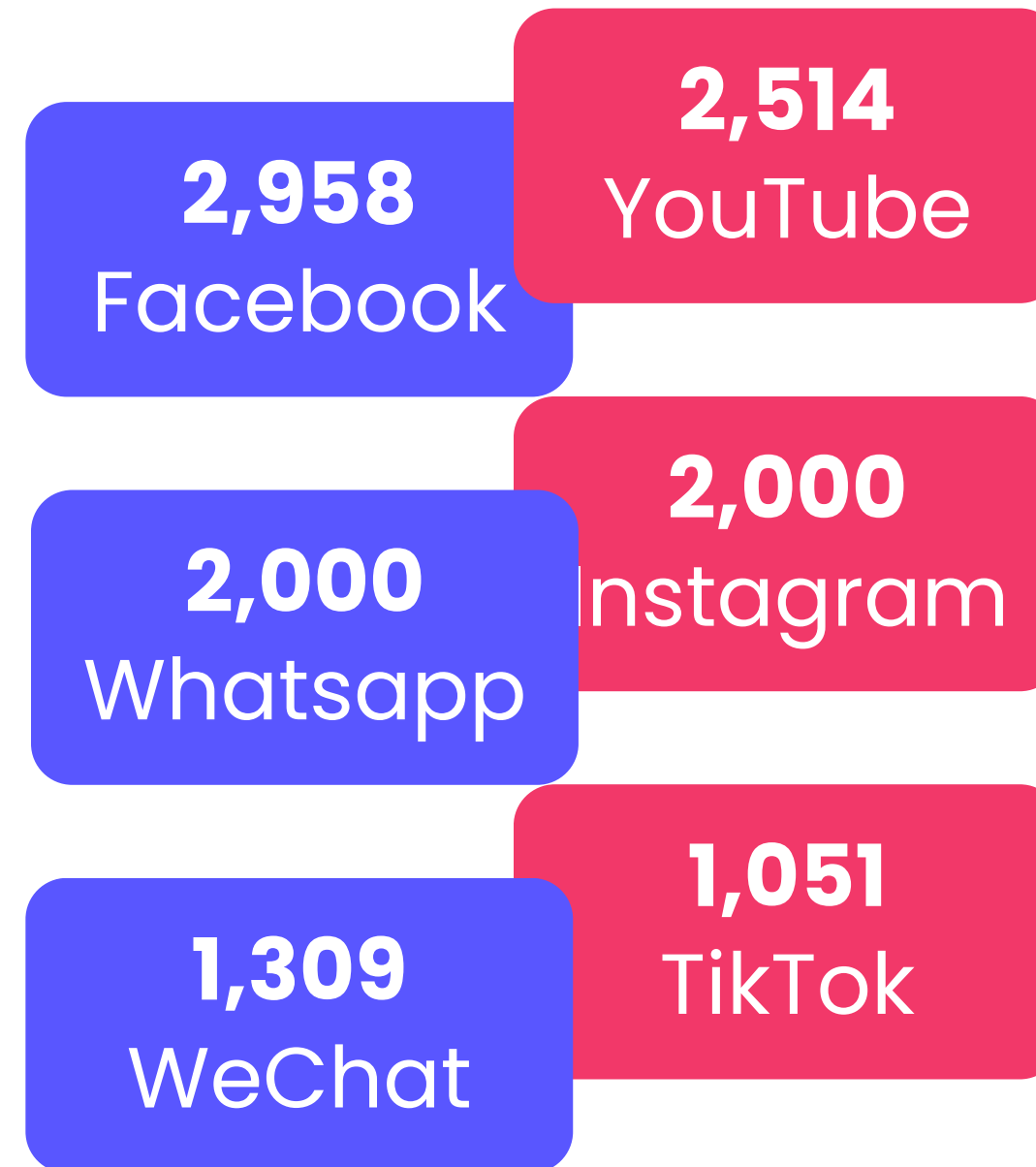
Cálculos
"Cuentas
compartidas"



Análisis de la plataforma de *TikTok.*

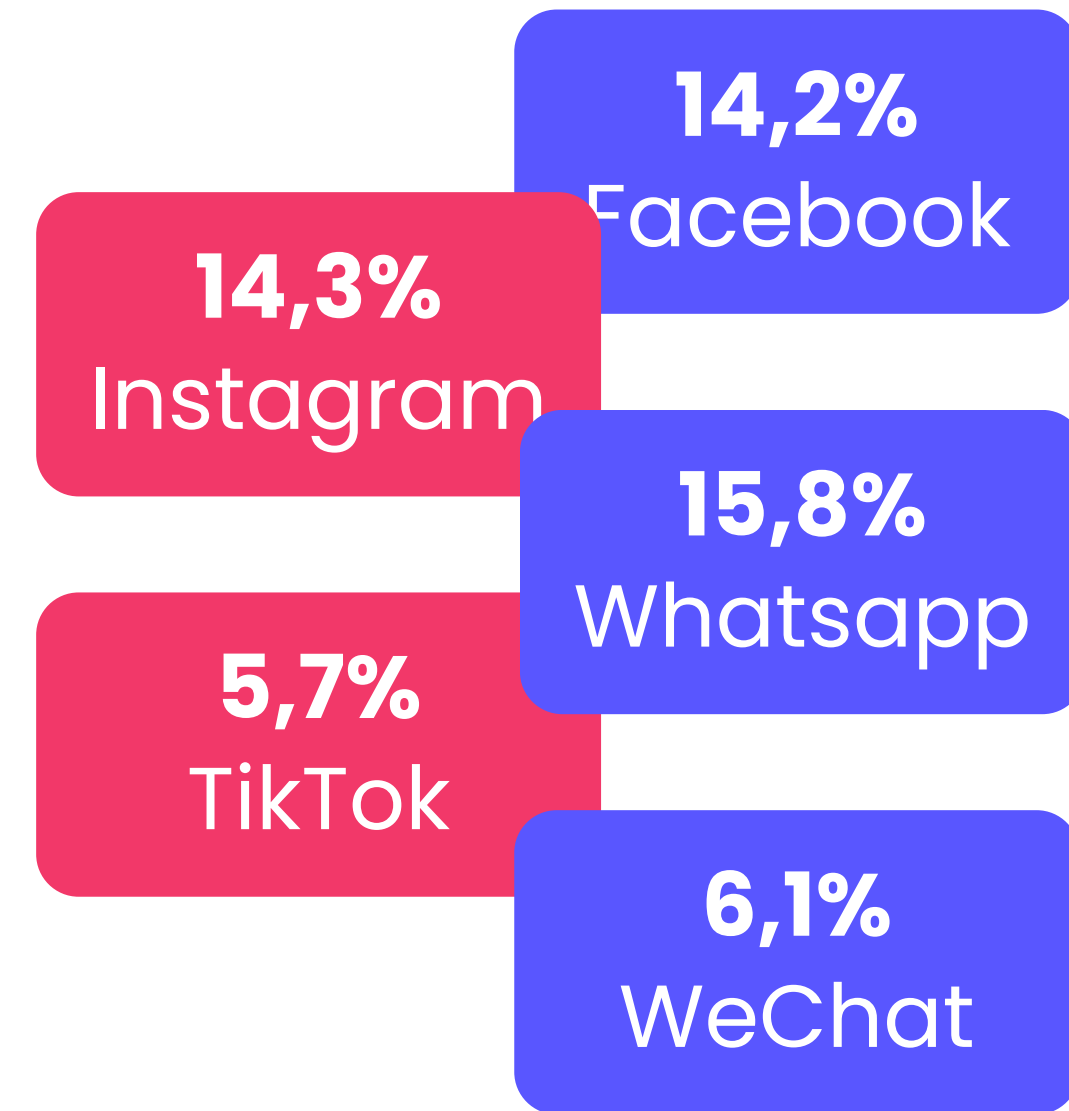
Redes sociales *más usadas en* **2023.**

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 esta 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***