

Cultura de la medición



V Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas
Gijón 4 de noviembre de 2010



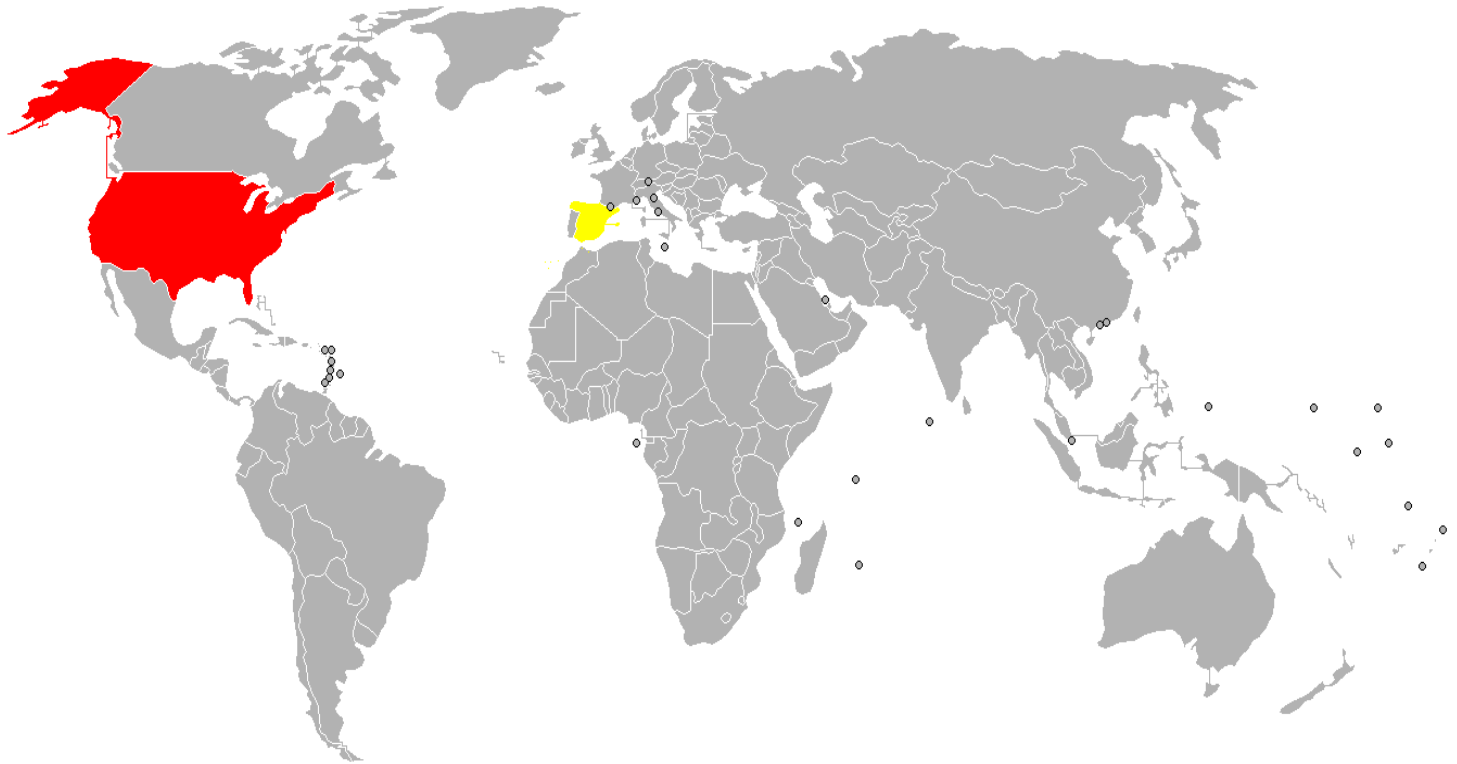
Buen trabajo





Herramientas 2.0

Culturas corporativas y realidades sociales diferentes





AT&T - 28 canales en la web social

Personal Small Business Enterprise **About AT&T**

at&t AT&T.com Home

ABOUT US MEDIA NEWSROOM **SOCIAL MEDIA** INVESTOR RELATIONS >> ABOUT US SITE MAP

Multimedia Gallery Innovation Space blog

We are where you are

Connect with us through social media

@BizSolutions @ATTDeals @ATTJobs @ATTNews @YPMobile @SmallBizInSite @ATTCustomerCare @ShareATT

ShareThis

Twitter
 ATNews
 ShareATT
 ATTCustomerCare
 BizSolutions
 SmallBizInSite
 ATDeals
 ATTJobs
 buzz.com
 YPMobile

Facebook
 AT&T U-verse on Facebook
 AT&T Facebook
 ATTShare
 AT&T College Connection
 ATT Latino
 AT&T Small Business
 buzz.com

YouTube
 YouTube
 Share ATT
 AT&T Small Business
 AT&T Enterprise
 AT&T Customer Care
 ATT Latino

Flickr
 Flickr
 ShareATT

Forum

rest?

services

nt ana

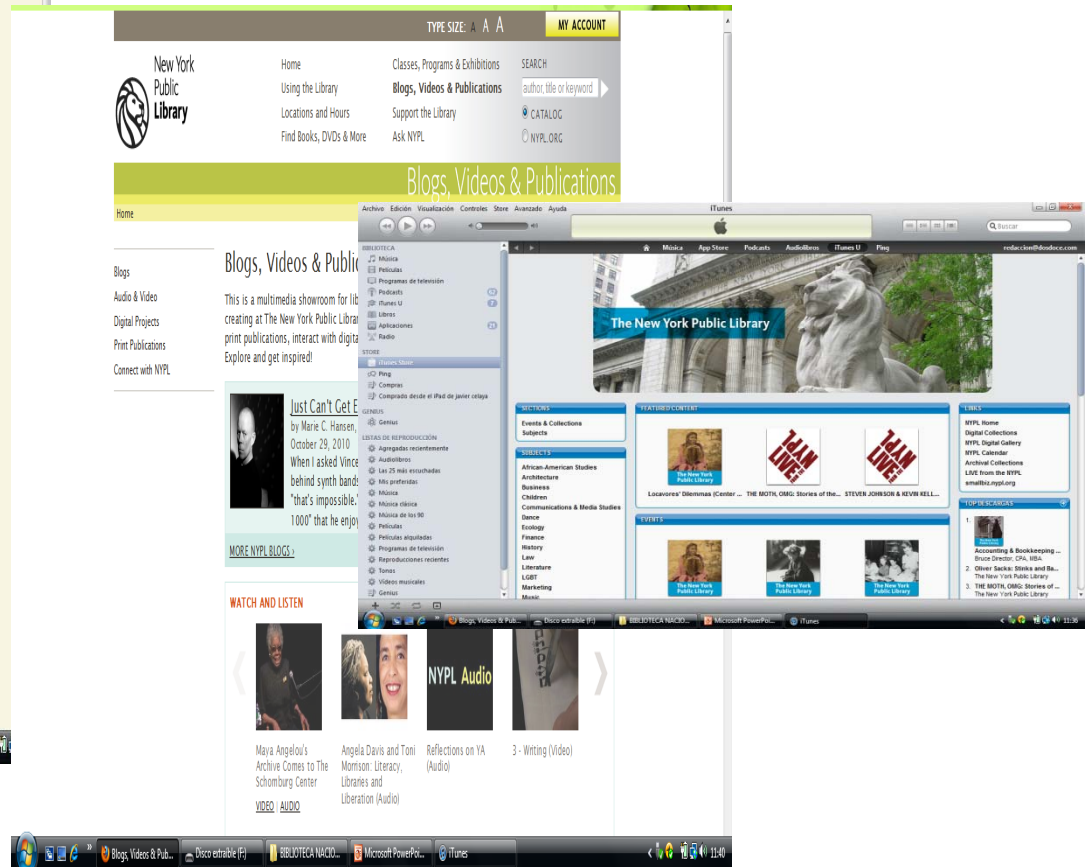
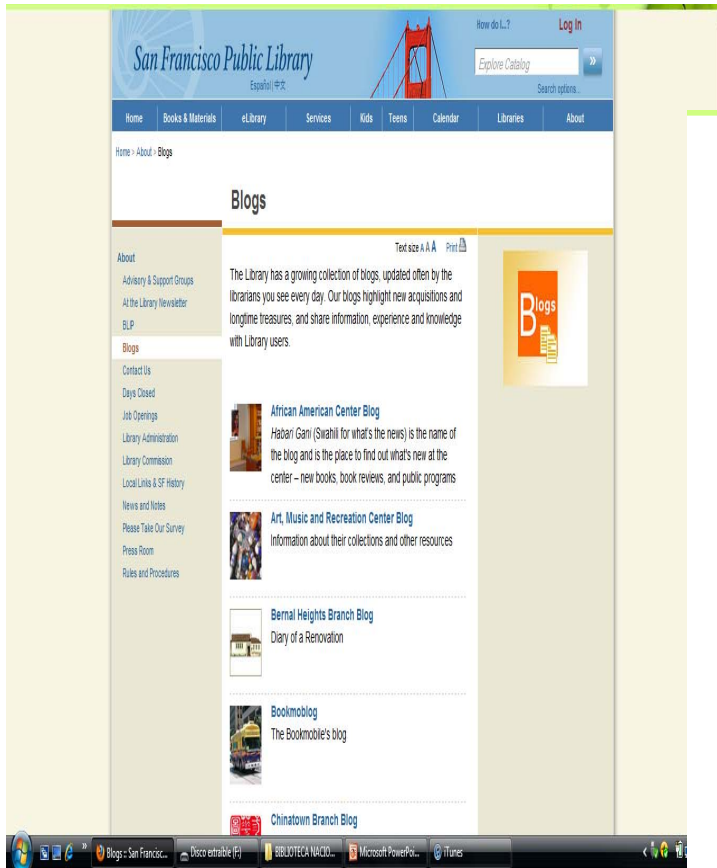
usit

ise



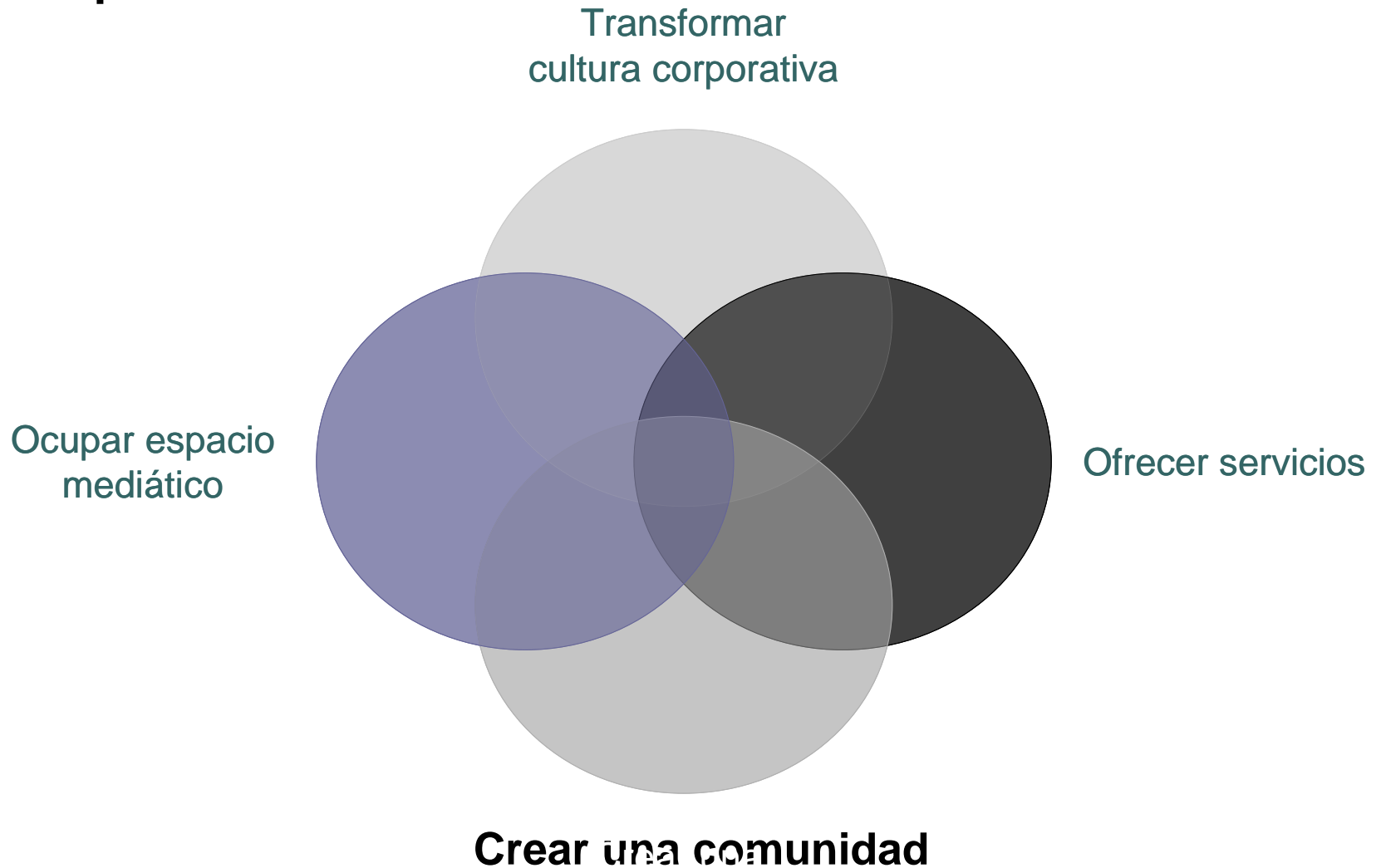


Múltiples canales 2.0 de las bibliotecas públicas en USA





¿Por qué queremos tener una presencia en la web social?



Adaptar las herramientas a la realidad local





Retroalimentación en la web social

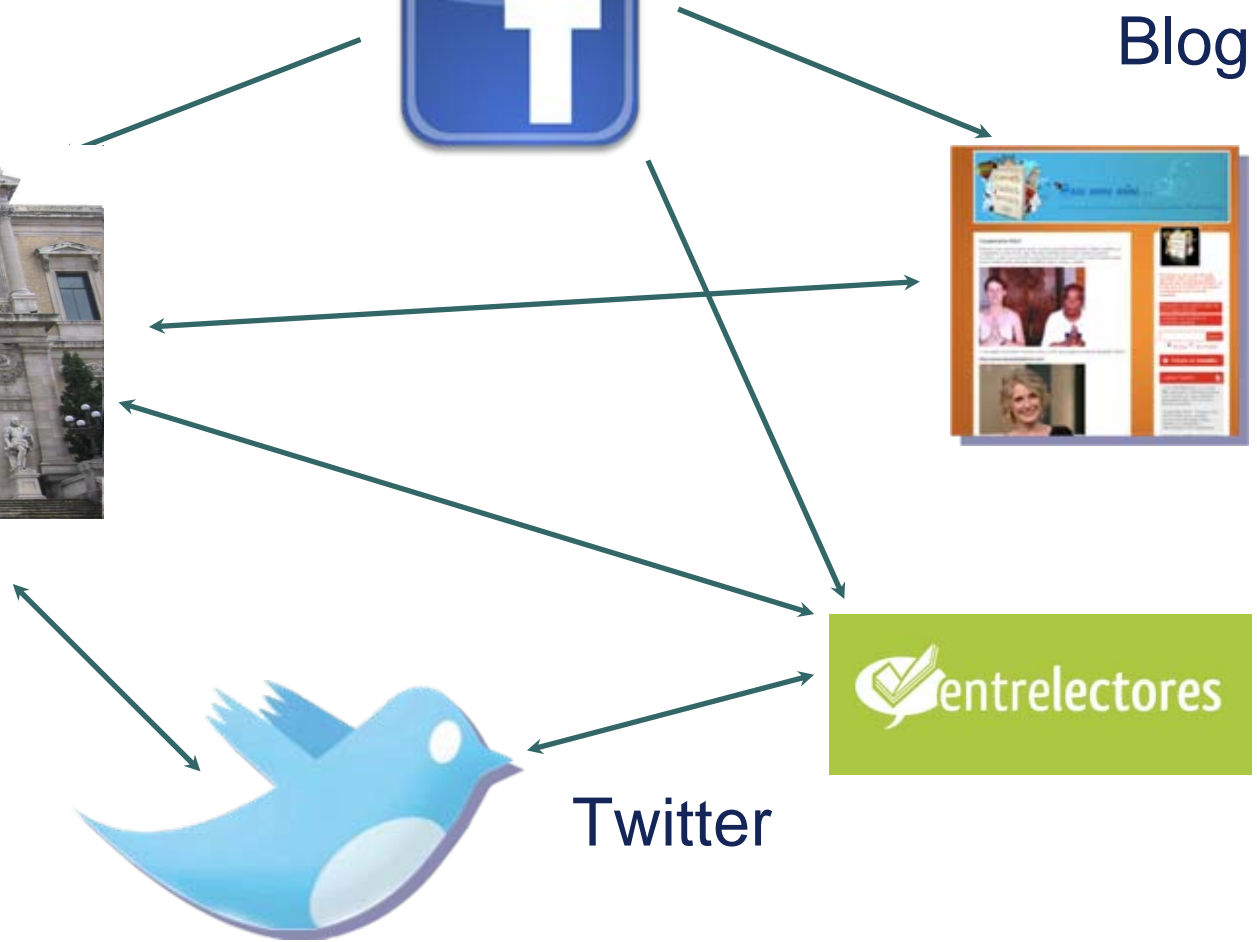
Sitio web



Blog



Twitter



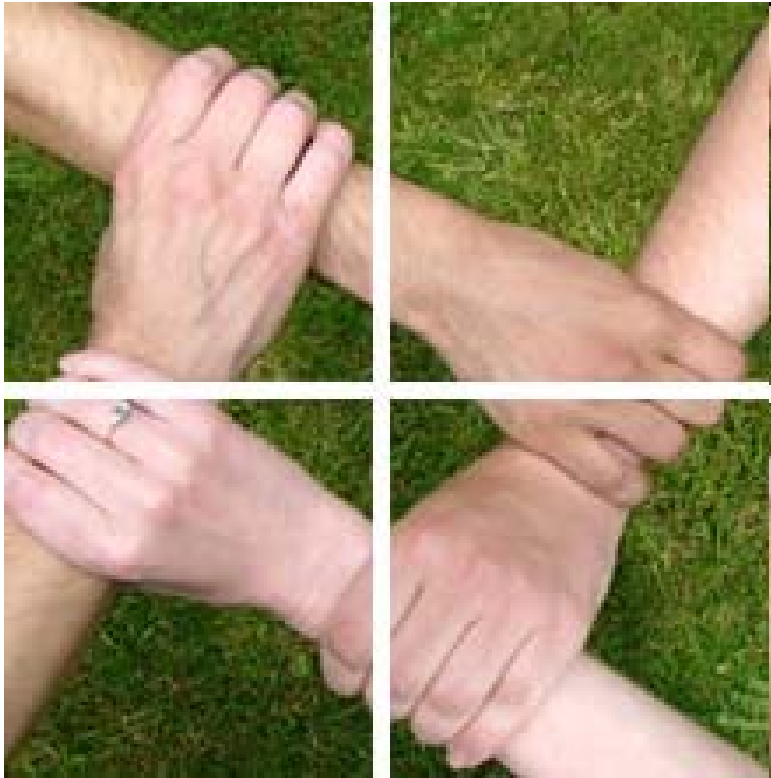


¿Cómo crear una cultura de medición?



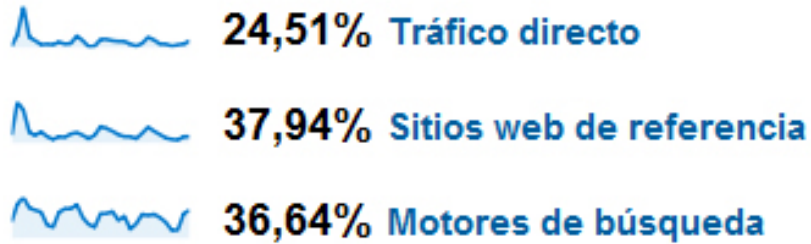


Responsabilidad de todos





Analítica de la web: Responsabilidad de todos



¿Cuánto dependes de Google?



miércoles, 16 de junio de 2010

Inicio Opinión Estudios Formación Entrevistas Libros Empresa 2.0 Sociedad Digital

Desde 2004 dosdoce.com es un observatorio que analiza las nuevas tecnologías en el sector cultural →

+ Quiénes Somos
+ Servicios culturales
+ Blog
+ Suscríbete

Síguenos en...
f t s

LO MÁS LEÍDO

+ Derechos de los lectores de libros digitales
Hay que hallar la manera de encontrar un equilibrio entre las ventajas de los "libros en la nube" y los derechos adquiridos de los lectores ante la privacidad, intimidad y propiedad.

+ Nuevos hábitos de lectura. Lectura en pantallas
Los hábitos de lectura hace tiempo que ya han cambiado y este cambio lo ha provocado

Inicio > Opinión

El precio de la dependencia en Google

01-12-2009 | Sobre tendencias, marketing y las nuevas tecnologías
Autor: Javier Celaya



Google es un excelente socio tecnológico para cualquier empresa a la hora de atraer tráfico hacia su sitio web, pero, al igual que en el mundo analógico, una excesiva dependencia de un solo socio puede delimitar el modelo de negocio de una empresa.

Para entender correctamente la operación de Murdoch - Microsoft debemos analizar su actual grado de dependencia de Google. Os adelanto que es mínimo en comparación con otros medios de comunicación y empresas de creación de contenidos, siendo uno de los motivos de su decisión de prohibir a Google indexar sus contenidos si no paga por los mismos.

Hasta hace unos meses poca gente cuestionaba abiertamente el pensamiento único que existía en la Red, que en resumidas cuentas sentenciaba que los medios de comunicación y los creadores de contenidos, ya fueran autores, artistas, músicos o cineastas, tenían que aceptar que el acceso a sus contenidos fuera gratuito. Estas empresas y creadores obtendrían posteriormente sus ingresos a través de la publicidad online.

A lo largo de estos años hemos visto cómo este modelo de la gratuidad, que ha sido defendido interesada y legítimamente por algunas empresas y creadores de opinión como [Chris Anderson](#), ha funcionado para pocas empresas, básicamente en buscadores y operadores de telefonía, mientras que los creadores de contenidos han obtenido escasos o nulos retornos a través de la publicidad.

Ahora que se ha demostrado que el modelo de acceso gratuito e ingresos publicitarios no es rentable para la mayoría de las empresas, las entidades que sí han logrado crear un modelo de negocio alrededor del acceso



Análisis de dependencias

Fuentes de tráfico principales

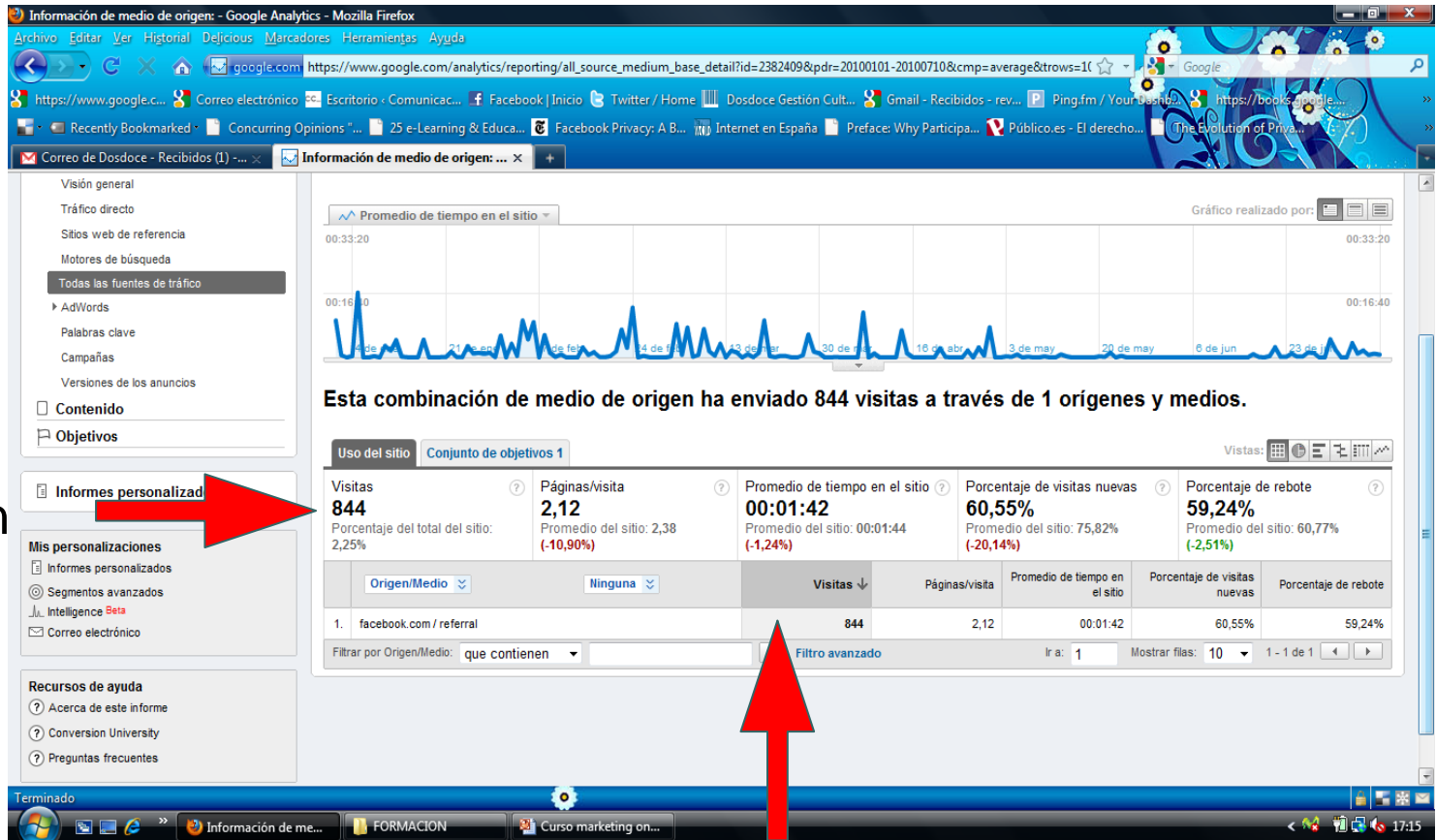
Fuentes	Visitas	Porcentaje de visitas
google (organic)	4.769	35,22%
(direct) ((none))	2.913	21,51%
facebook.com (referral)	1.375	10,15%
twitter.com (referral)	1.145	8,46%
comunicacion-cultural.com (referral)	436	3,22%

Identificar aportación de cada herramienta



Aportación de Facebook

Aportación



Calidad de la visita – tiempo de permanencia



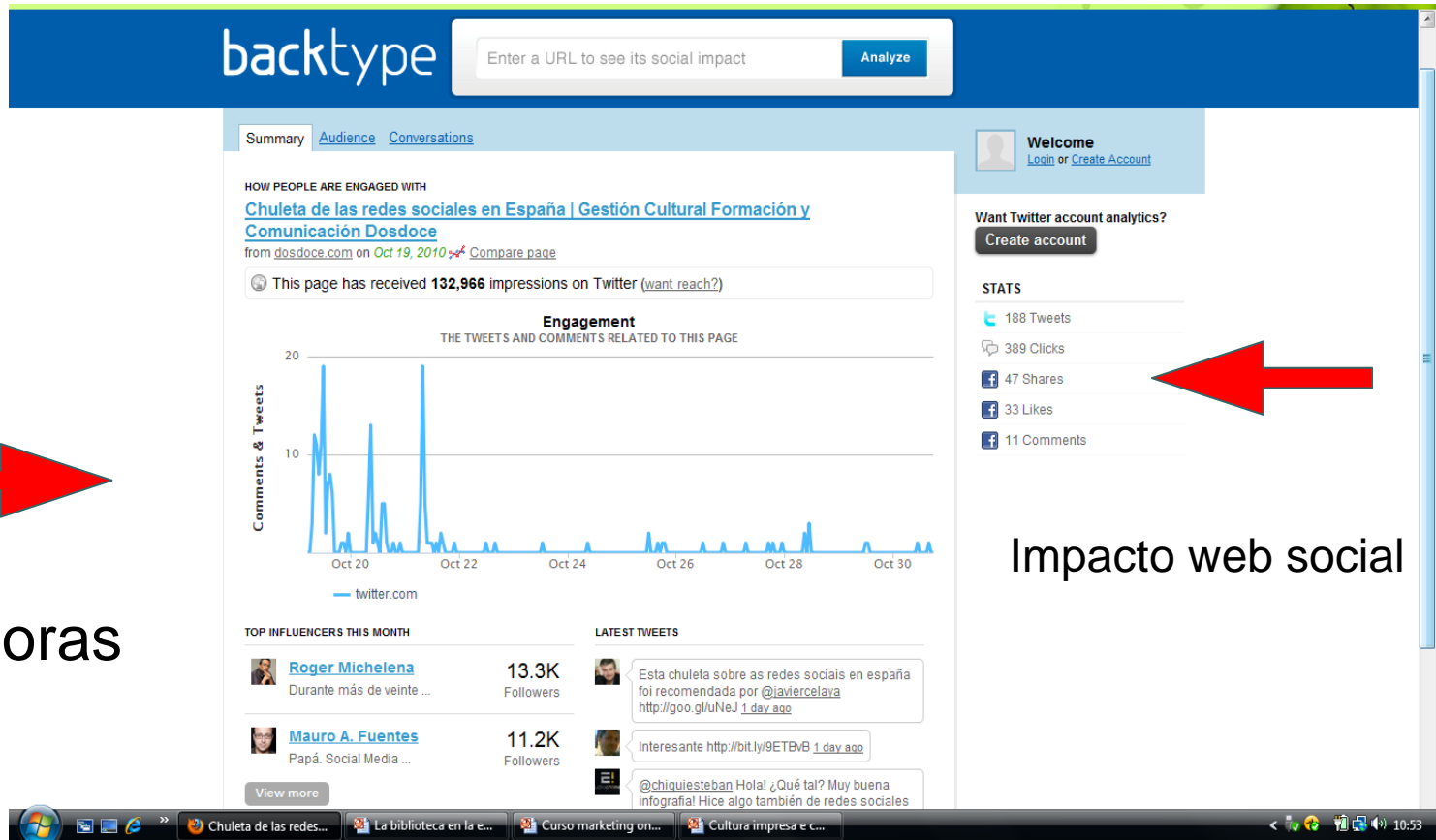
Para determinar dónde estar

twitter





Medir “huella digital” de vuestros contenidos



Para determinar día y hora de publicación



ENERO						
L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

FEBRERO						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

MARZO						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

ABRIL						
L	M	M	J	V	S	D
					1	
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

MAYO						
L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

JUNIO						
L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

JULIO						
L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

AGOSTO						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

SEPTIEMBRE						
L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

OCTUBRE						
L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

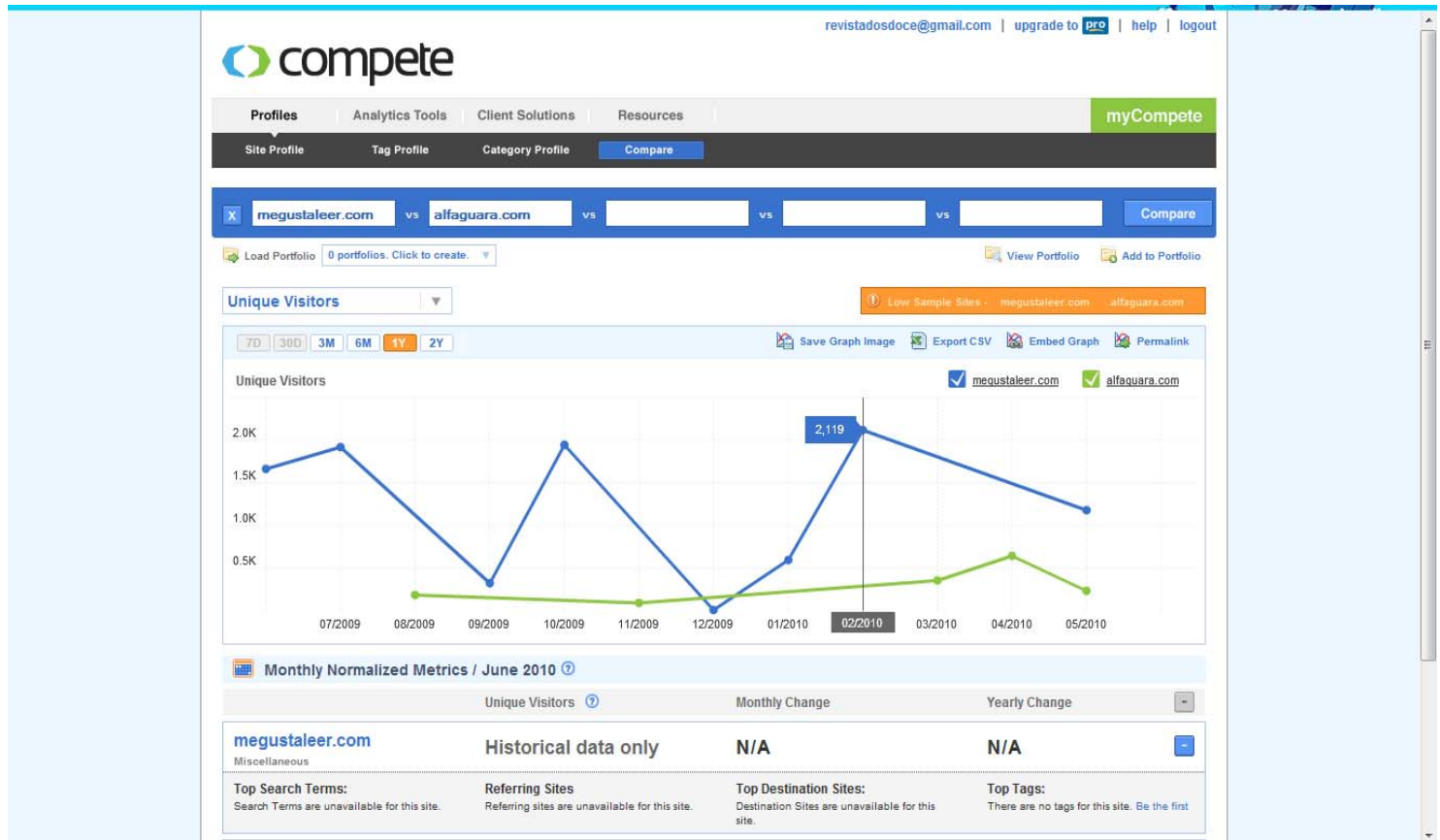
NOVIEMBRE						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

DICIEMBRE						
L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

— FIESTAS NACIONALES — FIESTAS AUTONOMICAS — FIESTAS LOCALES



Llevar a cabo análisis comparativos con otras webs





Para cotillear 😊 y determinar si vamos por buen camino

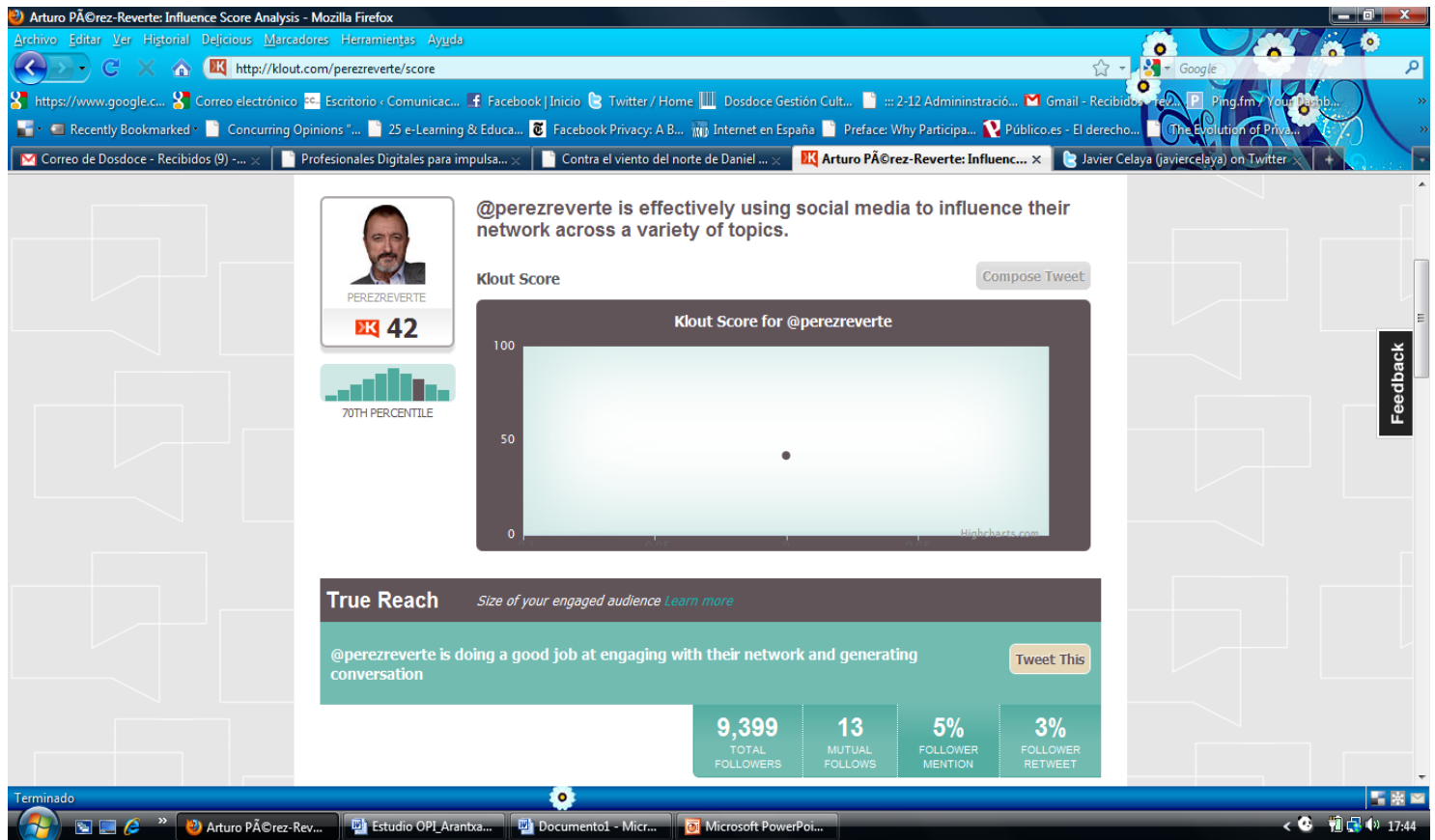




Medir la influencia en la web



Y comparar para tener más criterios



Arturo PÁ@rez-Reverte: Influence Score Analysis - Mozilla Firefox

http://klout.com/perezreverte/score

@perezreverte is effectively using social media to influence their network across a variety of topics.

Klout Score 42

70TH PERCENTILE

Klout Score for @perezreverte

100
50
0

True Reach *Size of your engaged audience. Learn more*

@perezreverte is doing a good job at engaging with their network and generating conversation

9,399 TOTAL FOLLOWERS
13 MUTUAL FOLLOWS
5% FOLLOWER MENTION
3% FOLLOWER RETWEET

Terminado

Arturo PÁ@rez-Rev... Estudio OPI_Aranba... Document1 - Micr... Microsoft PowerPoi...

17:44



Para incrementar la eficacia de vuestras noticias, Tweets, etc.

Home About **Plans & Pricing** Partners Help Blog Pro Login

tweetreach

Use something distinctive like a phrase, url, screen name or hashtag [Help...](#)

Showing the most recent 50 tweets. [Get the full report](#) to see 88 total tweets. [Tweet these results](#)

TweetReach for @javiercelaya

Reached **11,135 people** via **50 tweets**

Searching a maximum of 50 tweets

Tweet Types

Tweet Type	Count
@replies	26
Retweets	12
Regular Tweets	12

Exposure: 19,775 Impressions

Exposure Category	Count
1 Tweet	6,507
> 7 Tweets	132
4-7 Tweets	686
2-3 Tweets	3,810

Each pie slice shows how many people saw how many tweets

Impressions Contributed by 48 Twitterers

jaime_estevez	6,636
cartanautica	2,662
mareacultural	1,486
mj_acuna	1,116
espiritusanto	1,110
enriqueoconnor	1,029
bretemas	562
eburgosgarcia	502
sblanco	490
narroyo	463
documentalista	348

bretemas: RT @javiercelaya La última librería que apague la luz <http://pinq.fm/oyqxR>
about 1 hour ago

esteban: @javiercelaya para que luego digan que el papel está muerto ;)
about 6 hours ago

PresidenteANEI: @javiercelaya Habrá que ver la evolución en el próximo año para sacar conclusiones
about 6 hours ago

Analizar eficacia boletines

Email Campaign Performance .pdf - Adobe Reader

Archivo Edición Ver Documento Herramientas Ventana Ayuda

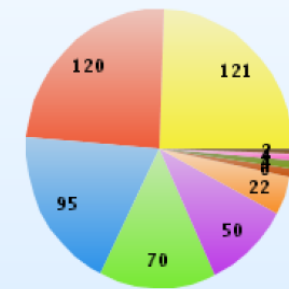
1 / 2 143% Buscar

Detalle de respuestas por enlace (Top 10)

Nombre	URL	Clics	% Clics totales
El futuro de la edición: papel y e-book	Haga clic para mostrar la URL	121	24.5%
Prohibido leer en un iPad	Haga clic para mostrar la URL	120	24.3%
Nuevos hábitos de lectura. Lectura en pantallas	Haga clic para mostrar la URL	95	19.2%
Derechos de los lectores de libros digitales	Haga clic para mostrar la URL	70	14.2%
url1	Haga clic para mostrar la URL	50	10.1%
Página principal	Haga clic para mostrar la URL	22	4.5%
Facebook	Haga clic para mostrar la URL	6	1.2%
Twitter	Haga clic para mostrar la URL	4	0.8%
Suscribirse al RSS	Haga clic para mostrar la URL	4	0.8%
url9	Haga clic para mostrar la URL	2	0.4%

Response by Link Chart

- El futuro de la edición: papel y e-book
- Prohibido leer en un iPad
- Nuevos hábitos de lectura. Lectura en pa
- Derechos de los lectores de libros digit
- url1
- Página principal
- Facebook
- Twitter
- Suscribirse al RSS
- url9



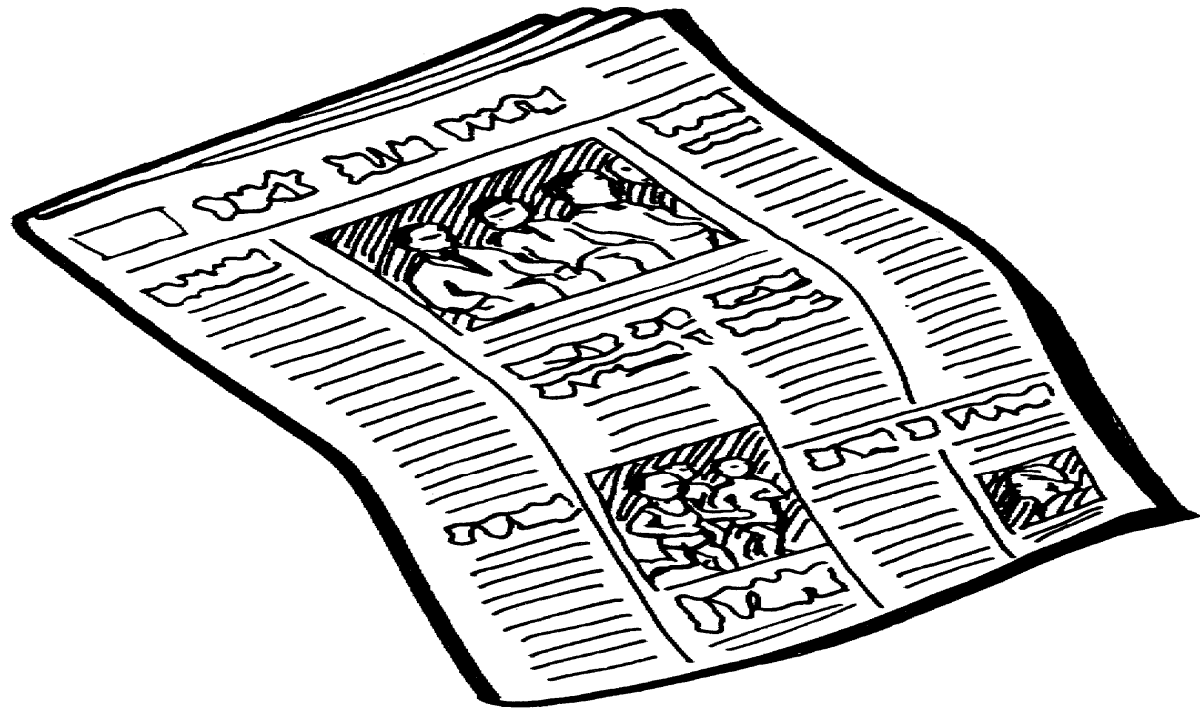
Exportar a Excel

[Haga clic para ver / ocultar las respuestas por enlace](#)

11:39



Para conocer que interesa y qué no es relevante para los usuarios





Medir impacto noticias publicadas

Google url shortener

Paste your long URL here:

 <http://goo.gl/...>

All goo.gl URLs and click analytics are public and can be shared by anyone.

Clicks for the past: [two hours](#) | [day](#) | [week](#) | [month](#) | [all time](#)

Long URL	Short URL	Created	Clicks	
www.google.es/images?hl=es&explds=1i	goo.gl/z4ZZ	8 days ago	53	Details »
www.elpais.com/articulo/madrid/Chejov/p	goo.gl/6yx3	9 days ago	52	Details »
www.elpais.com/articulo/Pantallas/caden	goo.gl/0eLS	9 days ago	62	Details »
www.amazon.com/tag/kindle/forum/ref=ci	goo.gl/AGMe	9 days ago	107	Details »
www.comunicacion-cultural.com/2010/10	goo.gl/gV7n	12 days ago	99	Details »
www.dosdoce.com/articulo/estudios/3562	goo.gl/pTCe	13 days ago	645	Details »
www.nngroup.com/events/copenhagen/aç	goo.gl/PZIH	Oct 18, 2010	18	Details »
www.publishers.org/main/PressCenter/Ar	goo.gl/zPEn	Oct 16, 2010	30	Details »
www.dosdoce.com/articulo/formacion/354	goo.gl/X8G	Oct 13, 2010	99	Details »
www.dosdoce.com/articulo/formacion/354	goo.gl/hkTD	Oct 12, 2010	54	Details »
www.guardian.co.uk/media/2010/oct/12/fi	goo.gl/7ax7	Oct 12, 2010	12	Details »
www.wired.com/epicenter/2010/10/its-not	goo.gl/kSAP	Oct 12, 2010	46	Details »
www.dosdoce.com/articulo/opinion/3557/	goo.gl/fPp	Oct 11, 2010	26	Details »
www.dosdoce.com/articulo/estudios/3556/	goo.gl/XhUk	Oct 11, 2010	125	Details »
www.comunicacion-cultural.com/2010/10	goo.gl/PxCZ	Oct 11, 2010	102	Details »

Page 2 of 3 [Newer](#) [Older](#)

Windows taskbar: Google URL Shorten..., La biblioteca en la e..., Las grandes corpora..., 10:30



Países de origen: ¿Público objetivo?

645 clicks on this short URL
700 total clicks on all goo.gl short URLs pointing to this long URL

Traffic sources

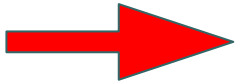


Referrers

www.facebook.com	209
Unknown/empty	205
twitter.com	179
www.linkedin.com	20
hootsuite.com	15
iconfactory.com	2
mobile.twitter.com	2
www.google.es	2
blog.ediciona.com	1
m.facebook.com	1

Visitor profile

Countries	Browsers	Platforms
Spain 547	Firefox 248	Windows 468
France 18	Internet Explorer 177	Macintosh 105
United States 14	Chrome 106	iPhone 33
Argentina 11	Safari 60	Other Unix 11
United Kingdom 11	Mobile 35	BlackBerry 10
Mexico 8	Konqueror 3	iPad 9
Colombia 7	(FlipboardBrowserf 2	Linux 6
Germany 6	Engine 1	iPod 2
Venezuela 5	Opera 1	Nokia 1
Chile 4	Shiretoko 1	





Y cómo nos leen: 11% del tráfico de Dosdoce ya es móvil

645 clicks on this short URL
700 total clicks on all goo.gl short URLs pointing to this long URL

Traffic sources

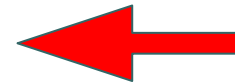


Referrers

www.facebook.com	209
Unknown/empty	205
twitter.com	179
www.linkedin.com	20
hootsuite.com	15
iconfactory.com	2
mobile.twitter.com	2
www.google.es	2
blog.ediciona.com	1
m.facebook.com	1

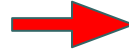
Visitor profile

Countries	Browsers	Platforms
Spain 547	Firefox 248	Windows 468
France 18	Internet Explorer 177	Macintosh 105
United States 14	Chrome 106	iPhone 33
Argentina 11	Safari 60	Other Unix 11
United Kingdom 11	Mobile 35	BlackBerry 10
Mexico 8	Konqueror 3	iPad 9
Colombia 7	(FlipboardBrowser) 2	Linux 6
Germany 6	Engine 1	iPod 2
Venezuela 5	Opera 1	Nokia 1
Chile 4	Shiretoko 1	





Más dispositivos inteligentes, mayor utilización herramientas 2.0





Geolocalización y realidad aumentada en el mundo del libro



Mayor vocación de servicio al cliente



Una de las variables de medición más importantes

Cuantificar el valor de vuestros servicios

Cadena de Valor de la Información



¿Cuál es el valor de los servicios que prestáis a la sociedad?
Cuantificar el valor de la información y los servicios prestados



Resumen en 4 fases...(método lunar)



1. Determinar enfoque presencia en la web social





2. Determinar recursos económicos y humanos





3. Determinar el valor añadido al fan



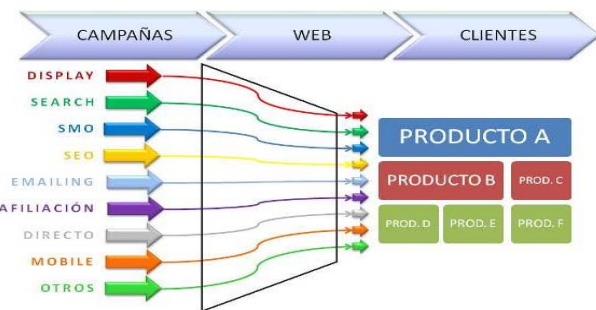
4. Determinar las variables a medir





Más allá de los “amiguitos”:

- Análisis de las dependencias
 - (Google, tráfico directo y sitios de referencia)
- Número de visitas a la web
 - Calidad de las visitas (tiempo de permanencia)
- Cuota de espacio mediático en buscadores por palabras clave
- Grado de atención de nuestro fans
 - Número de menciones
 - Número de RT
 - Número de links
- Ratios de atención al cliente
- Percepción valor de nuestros servicios



Mundo del libro digital



- Más que la introducción de nuevas tecnologías es **un cambio de actitud - mentalidad**
- Nuevas habilidades
- Nuevos conocimientos
- Nuevas responsabilidades
- Formación y captación de talento
- Evaluación RR.HH



Muchas gracias 😊



Javier Celaya

Tel: 638.258.351

Email: jcelaya@dosdoce.com

www.dosdoce.com