

El 45,5% de las marcas organizan sorteos tanto en Facebook como en Instagram

Según una encuesta de Easypromos, el 25,7% de los organizadores de sorteos utilizan únicamente Facebook. El 6,1% de las marcas encuestadas sólo realizan sorteos en Instagram. El 32,5% de las marcas organizan un sorteo al mes de promedio

Los sorteos en Facebook son el tipo de sorteo más habitual en redes sociales. El 25,7% de los encuestados sobre el Uso de los Sorteos en Redes Sociales sólo realiza sorteos en Facebook, aunque lo más habitual para las marcas es realizar sorteos tanto en Facebook como en Instagram: un 45,5% organiza sorteos en ambas redes. Sumando estos usos y la combinación con otras redes sociales, se incrementa hasta el 92,6% los encuestados que organizan sorteos en Facebook. La red social por excelencia continúa siendo la predilecta para las marcas y obtiene ventaja sobre las otras redes.

Instagram es la segunda red más utilizada para hacer sorteos (un 67,5% confirma que organiza sorteos en esta red), pero sólo el 6,1% de las marcas se centran únicamente en esta red para organizar sus sorteos. Le sigue Twitter, con un 20,6%. Las marcas suelen utilizar esta red, pero casi siempre se complementa con acciones en otras redes. Un 13,5% de las marcas lanzan sus sorteos en Facebook, Twitter e Instagram. El 66,8% de las marcas organiza sorteos en más de una red social.

Sorteos simultáneos o combinados

El 55,8% de las marcas encuestadas realizan sorteos simultáneos entre varias redes sociales, la mayoría entre Facebook e Instagram (43,1%). También el 10,9% suele utilizar la fórmula de sumar participantes entre los sorteos realizados en Facebook, Twitter e Instagram. Y un 4,7% organiza sorteos simultáneos entre Facebook y Twitter. Aunque muchas utilizan una o varias de estas fórmulas, también cabe destacar que un 44,2% nunca realiza sorteos simultáneos en varias redes.

"El 55,8% de las marcas realizan sorteos simultáneos entre varias redes sociales"

Easypromos ha sido testimonio de esta nueva necesidad que tienen los organizadores de sorteos y promociones, que suelen ser los mismos que gestionan la estrategia y contenido de las redes sociales. "La comunidad de una marca en redes sociales no tiene tantas fronteras como creemos. Los sorteos en redes sociales nacieron en Facebook, pero ahora ya son muy habituales en Twitter, Instagram y YouTube. Y los community managers y coordinadores de redes sociales de las marcas han innovado buscando formas de aunar esfuerzos y trabajar su comunidad como si fuera una sola", explica Carles Bonfill, CEO de Easypromos.

"El uso de los sorteos como acción habitual en las redes sociales de la marca depende del nivel de madurez de la estrategia en social media, del tipo de producto o servicio que vende y de la capacidad de generar excedentes para utilizar como incentivo" - indica Carles Bonfill. "A todos los usuarios les

gustan los premios, y los usuarios están en las redes sociales. Esto genera la oportunidad para las marcas de organizar sorteos periódicos en las redes sociales, lo que permite tener viva y receptiva su comunidad online". Ésta es una de las razones por las que empezó a tener más fuerza el concepto de sorteo multired, y la plataforma líder en sorteos y concursos en redes sociales ha implementado una aplicación para dar soporte a las marcas en la gestión de los sorteos entre participantes de múltiples redes.

"A todos los usuarios les gustan los premios, y los usuarios están en las redes sociales. Esto genera la oportunidad para las marcas de organizar sorteos periódicos en las redes sociales, lo que permite tener viva y receptiva su comunidad online"

Preguntados también por las principales razones por las que organizan un sorteo único en múltiples redes sociales (o se plantearían organizarlo en un futuro), el motivo con más peso sería el de satisfacer a todas las comunidades (un 41,6%). La simplificación del diseño y la organización del sorteo es el segundo motivo en importancia.

Periodicidad en el uso de los sorteos

El 32,5% de las marcas organizan un sorteo al mes de promedio. Seguido de los que no llegan a esta media: un 28,6% organizan menos de uno al mes, pero varios al año.

Incrementar seguidores en redes continúa siendo uno de los tres beneficios principales para realizar sorteos (un 64,8% de los encuestados así lo afirman) aunque en Facebook ser fan no puede ser un requisito para participar en sorteos y promociones. Mejorar la visibilidad de la marca (62,2%) e incrementar las interacciones en redes sociales (58,7%) encabezan los tres motivos más valorados.

La mitad de las marcas encuestadas invierten en publicidad habitualmente para difundir sus sorteos. Un 33,9% invierte más de 50€, y un 16,9% contrata publicidad por valor de menos de 50€. Del resto de organizadores, un 35,2% invierte en publicidad solo a veces, y un 14% nunca promociona el sorteo pagando.

Consultar más datos del informe en el blog de Easypromos.

Sobre Easypromos

Fundada en 2010, Easypromos es una compañía líder en la creación y gestión de campañas digitales. Acumula una experiencia de más de 1 millón de campañas para clientes en más de 114 países y está disponible en 30 idiomas. Cuenta con una media de 2 millones de usuarios activos al mes y ofrece 23 tipos de promociones diferentes, entre las que se encuentran: sorteos, concursos de fotos y vídeos, concursos de preguntas y respuestas, encuestas, cupones, códigos promocionales, concursos de votos, etc. Se caracteriza por su fiabilidad, transparencia y sencillez de uso; está disponible para cualquier red social, es compatible con cualquier dispositivo y permite una gestión autónoma de las campañas.

Datos de contacto:

Sílvia Martí Ferrer

Comunicación y Marketing - Easypromos

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>