Publicado en Madrid el 30/06/2022

Iberdrola, Acciona y Telefónica lideran en redes sociales entre las empresas del IBEX35

Tik Tok entra con fuerza en las estrategias ganadoras de las empresas del IBEX35 con mejor rendimiento en redes sociales, como Iberdrola y ACCIONA. Linkedin es la plataforma con más crecimiento en generación de interacciones entre las empresas del IBEX 35 (+80%)

Según el Panel Epsilon Icarus Analytics del Ibex 35, elaborado por Epsilon Technologies con su herramienta ICARUS ANALYTICS©, Iberdrola, con una cuota del 35,26%, y ACCIONA, con una cuota del 32,34%, lideran con autoridad las interacciones en redes sociales entre las empresas del IBEX35 en 2022. Le sigue en el Top-3, con una cuota del 8,79%, Telefónica. El Top-10 del ranking lo completan Repsol (5,05%), BBVA (3,75%), Endesa (3,44%), Santander (1,86%), Mapfre (1,57%), Sabadell (1,28%) y AENA (1,26%).

El Panel Epsilon Icarus Analytics del Ibex 35 analiza las redes sociales de las 29 empresas del Ibex 35 que disponen de perfiles oficiales, y se han incluido datos de 126 perfiles corporativos en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Linkedin y, por primera vez en el análisis, también Tik Tok.

Contenidos de más éxito de las empresas Top-5 del Ibex35

En las estrategias de éxito en redes sociales de las empresas del IBEX35 destaca la fuerte apuesta por los contenidos relacionados con el deporte, la sostenibilidad, y el employer branding, que suelen generar grandes volúmenes de interacción y viralidad.

Iberdrola destaca por sus acciones colaborativas sostenibles, los patrocinios, las campañas de employer branding, el storydoing verde y el contenido didáctico y de aprendizaje; ACCIONA, por su parte, apuesta por una estrategia de contenido participativo (UGC), la comunicación de proyectos y de acciones vinculadas a la innovación; Telefónica trabaja muy bien el territorio de los contenidos basados en patrocinios y didácticos (reels); Repsol se centra en sorteos, contenido informativo y contenido generado por el usuario (UGC); por su parte, BBVA centra su estrategia en contenidos vinculados a la sostenibilidad, y en tips y consejos.

Instagram, red líder en interacciones; Linkedin, la plataforma con mayor crecimiento

Las empresas del IBEX35 han generado durante la primera mitad de 2022 un poco más de 5 millones de interacciones, un 34,4% menos que el mismo período del año anterior, una disminución que se explica fundamentalmente por la disminución de interacción en Facebook y la entrada con fuerza de nuevas redes, como Tik Tok. Linkedin es la plataforma con más crecimiento en generación de interacciones entre las empresas del IBEX 35 (+80%).

Por plataformas, Instagram ha sido la red líder en interacciones para empresas del IBEX 35 en 2022, con 2,3 millones de interacciones generadas en canales propios y externos (47,03%). En generación de interacción, le sigue Tik Tok, con una cuota del 21,53%. A continuación le siguen LinkedIn, con una

cuota del 14,11%, Facebook, con una cuota del 11,54%, Twitter, con una cuota del 5,34%, y finalmente, YouTube, con una cuota del 0,45%.

Datos de contacto:
MARTA ESTEVEZ RODRIGUEZ
617446211

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Nacional Finanzas Comunicación Marketing E-Commerce Recursos humanos Otras Industrias

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es