REPORTE MENSUAL

R R S S

Junio, 2018

Edelman Position S.A.S.
NIT.900.253.395-4

fedepapa

Edelman

ÍNDICE

- Resumen ejecutivo 3
- Mejores publicaciones.....13
- Comportamiento de pauta.....17
- Instagram.....29
- Plan influenciadores.....35
- Adwords.....44
- Analytics.....48
- Presupuesto.....56

RESUMEN EJECUTIVO

fedepapa

Edelman

RESUMEN EJECUTIVO

COMPARACIÓN PUBLICACIONES FACEBOOK – ESTADO GENERAL

*Fecha de corte: 30 de junio
*Realización del reporte: 9 de julio

Mayo

Publicaciones / Facebook*

Fedepapa: 29 / Edelman: 5

Crecimiento de comunidad mayo

4.567

Interacciones (clicks, likes, comments, shares)

18.281

Alcance orgánico

59.105

Alcance pautado

755.184

Inversión COP $ 1.700.000

Junio

Publicaciones / Facebook*

Fedepapa: 12 / Edelman: 6

Crecimiento de comunidad mayo

5.210 +14%

Interacciones (clicks, likes, comments, shares)

17.681 -3%

Alcance orgánico

31.249 -47%*

Alcance pautado

1.503.143 +99%

Inversión COP $ 988.638

*Se debe a que hubo 2 publicaciones en como dark post, favoreciendo el alcance pautado

EDELMANDIGITAL

$ 711'362 pesos menos para Junio

RESUMEN EJECUTIVO

CRECIMIENTO DE LA COMUNIDAD

*Fecha de corte: 30 de junio
*Realización del reporte: 9 de julio

Comunidad Abril
4.567

Comunidad Junio
5.210

AUMENTO DE 14%

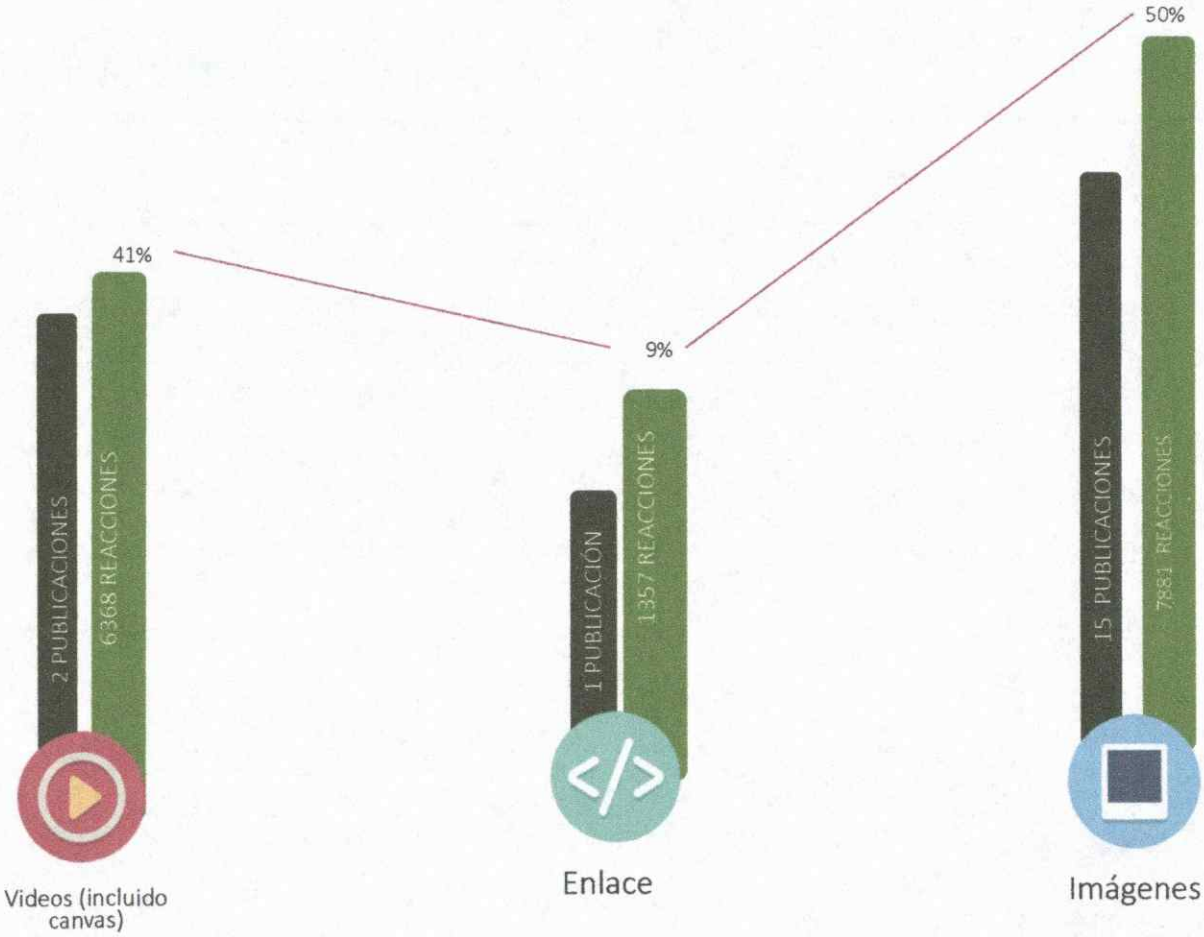
Orgánico	167

PAGADO	476

RESUMEN EJECUTIVO

FORMATOS DE CONTENIDO - FACEBOOK

*Fecha de corte: 30 de junio
*Realización del reporte: 9 de julio



MAYO

2.2%

Engagement

JUNIO

0.9%

Engagement

EDELMANDIGITAL

*Fecha de corte: 30 de junio
*Realización del reporte: 9 de julio

ALCANCE - FACEBOOK

Número de personas que han visto contenido relacionado con la página. (Usuarios únicos)

Uno de los mayores picos del mes es el correspondiente a la publicación realizada sobre el mundial de fútbol, "tenemos la táctica para calmar el hambre de gol", realizado el 18 de junio.

El video que mayor alcance tuvo y contribuyó a uno de los picos observados, fue el video con los tips del chef Leonel Jaramillo.

El pico más alto en alcance del mes, corresponde a la publicación realizada para el Día del Padre, la cual dirigía a los seguidores a visitar la página para conocer las recetas del video.

RESUMEN EJECUTIVO

*Fecha de corte: 30 de junio
*Realización del reporte: 9 de julio

COMPARACIÓN PUBLICACIONES INSTAGRAM

RESUMEN EJECUTIVO

Mayo

*Publicaciones totales (Edelman + Fedepapa) en el perfil sin contar pautadas

Publicaciones / Instagram: 16

Seguidores: 1.095

Interacciones: 408

Alcance pago: 1.022.466

Inversión COP $ 1.500.000

Junio

*Publicaciones totales (Edelman + Fedepapa) en el perfil sin contar pautadas

Publicaciones / Instagram: 5

Seguidores: 1.551 +42%

Interacciones: 422 +3%

Alcance pago: 391.808 -61%

Inversión COP $ 1.050.000

EDELMANDIGITAL

PLAN INFLUENCIADORES/ RESULTADOS

*Fecha de corte: 30 de junio
*Realización del reporte: 9 de julio

INFLUENCIADORES

Total publicaciones - Instagram

3

2 INFLUENCIADORES PAGOS

Alcance

169,048

Impresiones

62,038

Engagements (likes, comentarios o compartidos)

1.431

Social Media Value

8,738,641 COP

? ↳ Retorno de la inversión?

Reporte online:
http://reports.starviewdje.com/WrapUp_Prepara_la_papa_Junio_d9d139d496.html

INVERSIÓN: 2.100.000 COP

EDELMANDIGITAL

*Fecha de corte: 30 de junio
*Realización del reporte: 9 de julio

ADWORDS / RESULTADOS GENERALES

Clics

Impresiones

CTR*

CPC Medio

Coste

Se evidencia los resultados de la campaña en clics, impresiones, **CTR*** y costo por clic de los anuncios que se realizaron este mes.
El CTR estuvo arriba del promedio (3%) nuevamente, lo que significa un muy buen desempeño.

*Porcentaje de veces que los usuarios dan clic/ el número de veces que se mostró el anuncio (impresiones)

ALGUNOS DE LOS COMENTARIOS QUE RECIBIMOS

Fanny Navarro Pinto En que lugar 1
Me gusta · Responder · Ver respuesta · 2 sem

Prepara la papa Hola Fanny, gracias por tu interés. Los primeros talleres los haremos el viernes 29 y el sábado 30, en la Escuela Gastronómica de Occidente.
Me gusta · Responder · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 2 sem

Gloria Medina COMPARTAN POR FAVOR RECETAS POR FACEBOOK YO AMO LA PAPITA GRACIAS
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 sem

Prepara la papa Gloria Medina Claro que sí Gloria, pendiente de nuestro Facebook. También puedes encontrar recetas en www.preparalapapa.com
Saludos

PREPARALAPAPA.COM
Home
Me gusta · Responder · Eliminar vista previa · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 1 sem

Madeleine Díaz Hervida es mejor la papa. 1
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 sem

Prepara la papa !Claro que si! la papa es deliciosa hervida
Me gusta · Responder · Comentado por Fnfp Fed... · 1 sem

Deycen Giraldo Ah donde va hacer y la fecha gracias
Me gusta · Responder · Ver respuesta · 2 sem

Prepara la papa Hola Deycen, gracias por tu interés. Los primeros talleres los haremos el viernes 29 y el sábado 30, en la Escuela Gastronómica de Occidente.
Me gusta · Responder · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 2 sem

Esmeralda Vasquez Me encantaría recetas con este delicioso producto, gracias.
Me gusta · Responder · Mensaje · 3 sem

Prepara la papa Hola Esmeralda, te invitamos a que revises todo nuestro contenido o la oágina de Instagram (preparalapapa) donde podrás encontrar recetas. También en nuestro sitio web:
http://bit.ly/2sdcR6L
Saludos.

PREPARALAPAPA.COM
Recetas de Papa
Me gusta · Responder · Eliminar vista previa · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 3 sem

Ver más respuestas

Lurime Lurime Z Gracias por los datos! No los conocía!
Me gusta · Responder · Mensaje · 3 sem

Prepara la papa ¡Esperamos que te sean muy útiles!
Me gusta · Responder · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 3 sem

Alexandra Sequeda Hola. Cómo puedo inscribirme a los talleres?
Me gusta · Responder · Mensaje · 4 sem

Prepara la papa Hola Alexandra, es muy sencillo. Compras 1Kg de cualquier variedad de papa, nos envías una foto con la factura de compra junto a tus datos y automáticamente quedas inscrita. Contáctanos por interno para programar la fecha que desees. Saludos.
Me gusta · Responder · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 3 sem

Stella Leaño Gracias, buenos tips...Bendiciones
Me gusta · Responder · Mensaje · 3 sem

Prepara la papa Que bueno que te hayan gustado, esperamos que los tengas muy en cuenta. Saludos.
Me gusta · Responder · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 3 sem

Raquel Hincapié Si. Chef leonel !! Siempr se pensaba que era lo contrario papa francesa para,que quede crocante cual.el.secreto del aceite medio.fuego o alto volumen para echarlas...
Me gusta · Responder · Mensaje · 3 sem

Leonel Armando Jaramillo Sanabria Fuego alto, y proporción de 10 partes de aceite por 1 o 2 de producto máximo. Te invitamos a que asistas a un taller en Área Andina; por interno te doy más información.
Me gusta · Responder · Mensaje · 3 sem

Prepara la papa ¡Gracias Chef! Un duro de la papa.
Me gusta · Responder · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 3 sem

Luz Stella Muñoz Que Buenos tips gracias 1
Me gusta · Responder · Mensaje · 3 sem

Martha Cecilia Villarruel Gracias. Que bueno saber estos trucos
Me gusta · Responder · Mensaje · 3 sem

Prepara la papa Esperamos que los uses en tus recetas
Me gusta · Responder · Comentado por Juan Camilo Guerrero · 3 sem

En los comentarios se observa el gran interés de los seguidores de conocer acerca de los talleres, el lugar, cómo participar y en qué lugar estarán. También se detectan seguidores que agradecen por los tips y consejos dados.

CONCLUSIONES

- La estrategia de junio estaba orientada hacia **los millenials**. Esta se componía de piezas con nuevos formatos que buscaban la **interacción de la comunidad**. De igual forma, se quería buscar un acercamiento a la población aprovechando la conversación mundial y el auge por el **Mundial de Fútbol**. De igual forma, a pesar de presentar una variedad en los formatos de contenidos y en la parte gráfica, las publicaciones se enfocaron en mantener los pilares de contenidos establecidos para redes sociales.

- En este mes, **las interacciones disminuyeron un 3%** debido, en gran parte, a que la inversión en pauta del mes fue menor, comparado con mayo, el cual tenía un excedente de presupuesto por un acumulado anterior. Pese a esto, el **hallazgo más importante del mes fue el crecimiento del alcance pautado, alcanzando un 99% a comparación del mes anterior.**

- De igual forma, el **engagement del mes disminuyó 1.3 puntos porcentuales**, resultado del alto alcance que se presentó en el mes. En cuanto al **crecimiento de seguidores, se obtuvo un 14% y 42% en Facebook e Instagram** respectivamente.

- El plan de pauta del mes consistió en personas interesadas en el **deporte, salud, fútbol, nutrición y recetas**. Segmentado principalmente a jóvenes estudiantes o a personas ya graduadas, a diferencia de mayo que en su mayoría estaba dirigido a madres y amas de casa.

- En Instagram, se observó una **disminución en el alcance pago de un 61%,** esto fue gracias a que en el mes de mayo se utilizó una estrategia de utilizar un presupuesto general para las 4 publicaciones, haciendo que más personas vieran la publicación pero solo una vez. En cambio en junio, se pautó cada publicación por aparte cada semana, **logrando más frecuencia en la misma audiencia.**

- En cuanto al plan de influenciadores, se utilizó el **perfil de estilo de vida**. Con estos se buscaba difundir mensajes claves de la campaña como que la papa **es versátil, fácil y rápida de preparar**. De igual manera, que la papa es un producto que se adapta y te soluciona el día. El número de interacciones de estos influenciadores fue menor a comparación de mayo y se explica porque el presupuesto era menor, fueron solamente 2 personas y el número de publicaciones realizadas también fue menor. Se obtuvo un **alcance de 169,048 personas y 56,376 impresiones.**

- En el plan de Adwords, se observó **un aumento de 772 clics en los anuncios** realizados y un **29% de crecimiento en el número de visitas a la página web**.

- Se debe tener en cuenta, que este mes se utilizó el presupuesto general para un mes, presentando así resultados estándares a diferencia del mes anterior que se tenía un excedente.

MEJORES
PUBLICACIONES
fedepapa
Edelman

PUBLICACIONES CON MÁS INTERACCIONES EN FACEBOOK

Publicaciones con mayor número de interacciones de junio en Facebook.

Pautado

La publicación pautada con mayor número de interacciones en el mes fue la correspondiente al versus que se realizó con las dos recetas de las influenciadoras que participaron en la campaña del mes de mayo.

Esta publicación obtuvo **1783 interacciones y un alcance pago de 61.966 personas.** Esto obtuvo un **engagement del 3%.**

Por el gran número de interacciones, se pudo observar cómo estas **publicaciones donde invitan a los seguidores a interactuar**, son de gran atractivo para la comunidad de esta red. Se tenía principalmente un objetivo de innovar en formatos y buscar diferentes maneras de crear un **call to action para la comunidad.**

Se pautó para personas interesadas en Cocina, Almuerzo, Comer, Tasty, Comida, Chefs, Cena, Recetas, Gastronomía, Arte culinario, Foodie, Brunch o Gourmet.

PUBLICACIONES CON MÁS INTERACCIONES EN FACEBOOK

Comportamiento publicaciones orgánicas en junio.

Orgánico

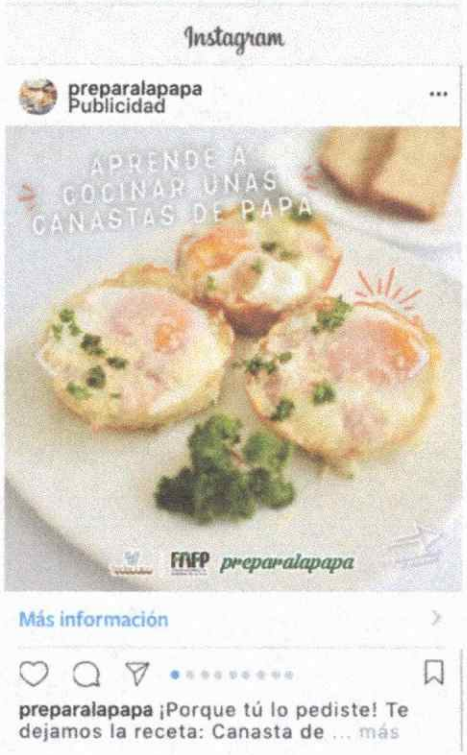
Orgánicamente, la publicación que realizó Fedepapa con el **¿Sabías qué?** fue la que obtuvo en el mes **mayor número de interacciones (76).**

Se recomienda continuar con este tipo de publicaciones donde se den **tips o datos curiosos** sobre la papa no necesariamente relacionados con la cocina. Sin embargo, es importante revisar typos y tener un key visual más alineado con el resto de las publicaciones para generar credibilidad.

PUBLICACIONES CON MÁS INTERACCIONES EN INSTAGRAM

Publicaciones con mayor número de interacciones de junio en Instagram.

Pautada



La publicación pautada sobre la receta ganadora en el versus de Facebook fue la que obtuvo **mayor número de interacciones (487)** y un **alcance pago de 250,881 personas en Instagram**.

Esta receta fue realizada por **Ana Leython (@madrebloguera),** una de las influenciadoras que participó en la campaña del mes de mayo.

COMPORTAMIENTO DE PAUTA: PUBLICACIONES EDELMAN

fedepapa

Edelman

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Post 1: Versus recetas influenciadoras

Inversión: COP $ 250.000

Alcance Pago	Comentarios-shares
63.280	427

CPI
Costo por interacción
COP $51

PAUTA

EDELMANDIGITAL

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Video 1: Tips Chef Leonel

Inversión: COP $ 250.000

Alcance pago	Comentarios-shares
95.196	217

CPR Costo por reproducción
COP $13

REPRODUCCIONES *De más de 10 seg
19.851

PAUTA

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Post 2: "Táctica para calmar el hambre de gol"

Inversión: COP $ 188.638

PAUTA

Alcance pago	Comentarios-shares
33.136	21

CPI
Costo por interacción
COP $97

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Video 2: Día del Padre

Inversión: COP $ 200.000

PAUTA

Alcance pago	Comentarios-shares
47.020	49

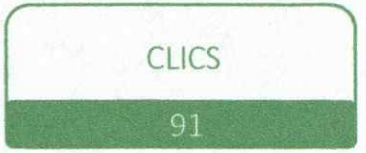
CPC Costo por clic
COP $775

CLICS
258

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Canvas Talleres de Escuela de la Papa*

Inversión: COP $ 50.000



*Este post fue dark post

PAUTA

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Post 3: Versus recetas influenciadores*

Inversión: COP $ 50.000

*Este post fue dark post

PAUTA

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Comparativo mensual

Fecha	Post	Inversión	Alcance pago	Reacciones	Comentarios-Shares	Views/Clics/Interacciones	Costo por R/C/I
6 de junio	Versus influenciadoras	$ 250,000	63,280	1886	427	interacciones= 1886	$51
14 de junio	Tips del chef	$ 250,000	95,196	508	217	Views=19.851	$13
18 de junio	Táctica para calmar el hambre de gol	$ 188,638	33,136	1598	21	Interacciones=1598	$97
23 de junio	Día del Padre	$ 200,000	47,020	156	49	Clics=258	$775
28 de junio	Canvas	$ 50,000	59,568	9	0	Clics=91	$549
29 de junio	Versus influenciadores	$ 50,000	7,872	322	13	Interacciones=322	$119

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Post 1: TIPS DEL CHEF

Inversión: COP $250.000

Engagements
137

Alcance pago
225.728

CLICS a enlace
86

PAUTA

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

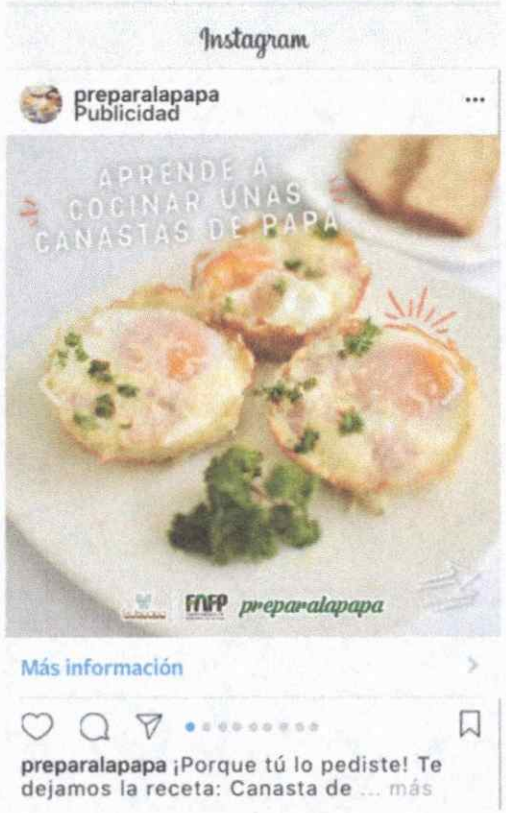
Post 2: RECETA INFLUENCIADORA

Inversión: COP $250.000

Engagements
487

Alcance pago
250.881

CLICS a enlace
227



PAUTA

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Post 3: "Táctica para calmar el hambre de gol"

Inversión: COP $250.000

Engagements
62

Alcance pago
158.400

PAUTA

COMPORTAMIENTO PAUTA - CONTENIDO

Post 4: DÍA DEL PADRE

Inversión: COP $300.000

Engagements
337

Alcance pago
190.595

CLICS a enlace
121

PAUTA

INSTAGRAM
fedepapa
Edelman

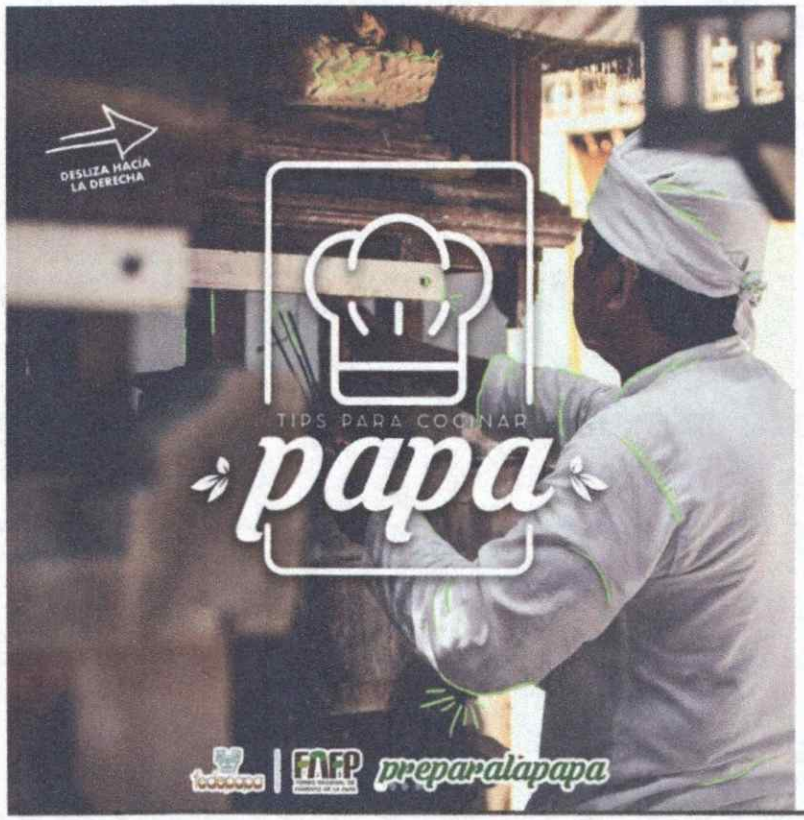
RESULTADO DE COMPORTAMIENTO

- **Publicaciones Edelman: 4 publicaciones**
- Publicaciones Fedepapa: 1 publicación
- Tuvimos un número de: **422 likes (de todas las publicaciones Edelman + Fedepapa).**

INSTAGRAM

COMPORTAMIENTO DE PUBLICACIONES EDELMAN ORGÁNICAS

INSTAGRAM



preparalapapa • Siguiendo

preparalapapa Aquí te dejamos 3 tips del chef Leonel Jaramillo para lograr una papa bien preparada.🥔👨‍🍳

31 Me gusta

5 DE JUNIO

Añade un comentario...

Engagement	2%
Interacciones	31
COMUNIDAD	1.551

EDELMANDIGITAL

COMPORTAMIENTO DE PUBLICACIONES EDELMAN ORGÁNICAS

INSTAGRAM

preparalapapa • Siguiendo

preparalapapa ¡Porque tú lo pediste! Te dejamos la receta: Canasta de papa, para que puedas prepararla este fin de semana y tener una comida diferente y deliciosa.
Disfrútala.
Gracias a @madrebloguera por la receta, esperamos tenerte nuevamente en La Escuela de la Papa.

.....

Para esta receta necesitas lo siguiente: 5 Papas pastusas
•1 huevo para batir.
• 2 tazas de agua con sal al gusto.
• 6 huevos • jamón de pavo en cuadritos (opcional).
• Queso parmesano y si gustan queso mozzarella para el fondo.

87 Me gusta

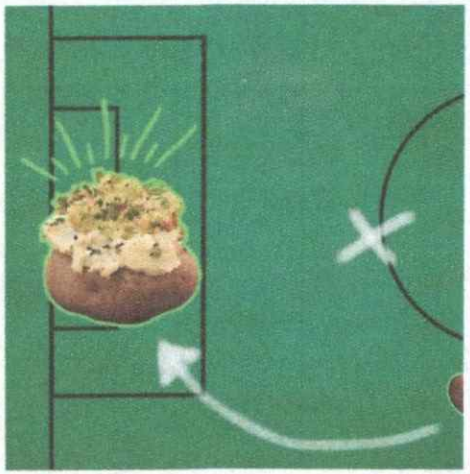
14 DE JUNIO

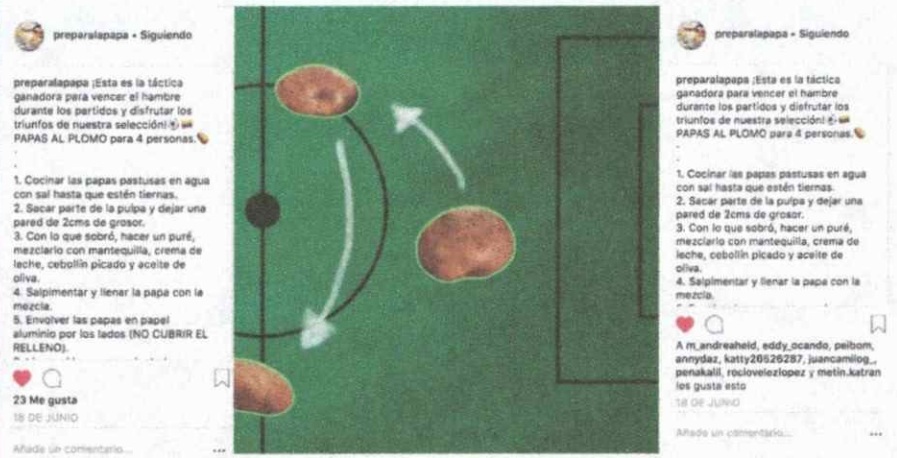
Añade un comentario...

Engagement	6%
Interacciones	89
COMUNIDAD	1.551

COMPORTAMIENTO DE PUBLICACIONES EDELMAN ORGÁNICAS

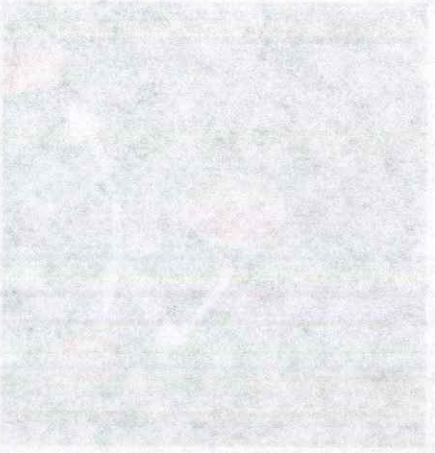
INSTAGRAM





Engagement	2.5%
Interacciones	39
COMUNIDAD	1.551

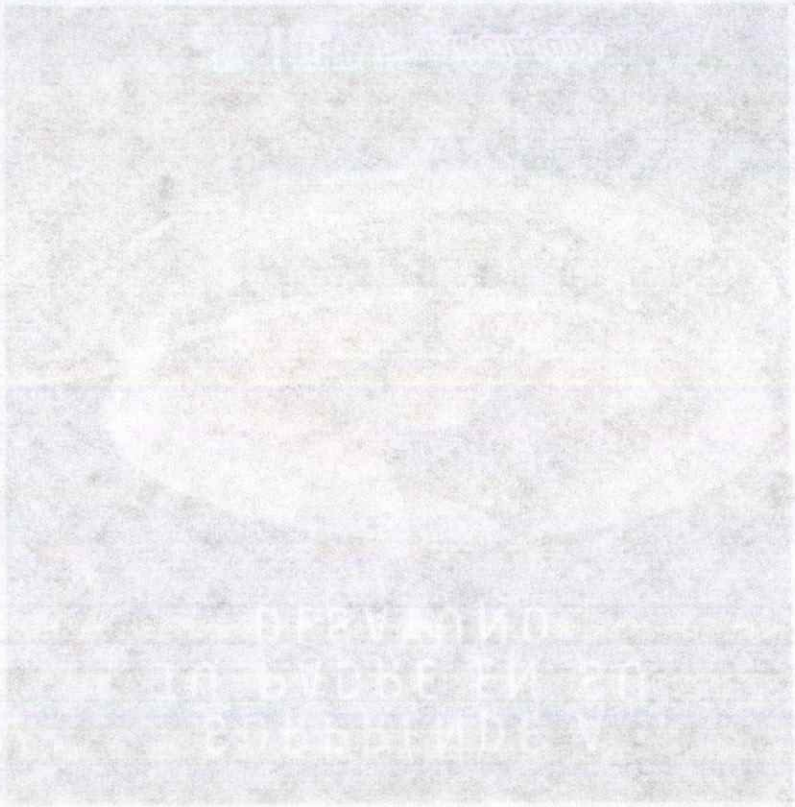
EDELMANDIGITAL



COMPORTAMIENTO DE PUBLICACIONES EDELMAN ORGÁNICAS

INSTAGRAM

Engagement	2.5%
Interacciones	40
COMUNIDAD	1.551



PLAN INFLUENCIADORES

fedepapa

Edelman

PLAN INFLUENCIADORES

- ✓ Los influenciadores seleccionados para el mes de junio tenían un **perfil estilo de vida, con una audiencia predominante en el grupo de los millennials.**
- ✓ La edad de estos influenciadores es **24 y 31 años.**
- ✓ Sylvana Gómez realizó **2 publicaciones fijas** en su cuenta de Instagram, **una story y una entrada en su blog personal de cocina.**
- ✓ Jack Vargas realizó **una publicación fija** en su cuenta de Instagram.
- ✓ Estrategia con ambos influenciadores: Compartir una receta en la que se **resaltara la versatiliad del producto, su facilidad y rapidez**. De igual forma, según su estilo, incentivar un vocabulario más jovial y cálido para acercarnos a la población objetiva buscada.
- ✓ Se realizó **mención de marca** en todas las publicaciones dando a conocer la campaña de PREPARA LA PAPA.
- ✓ Las publicaciones invitaban a los seguidores a seguir a PREPARA LA PAPA en todas sus redes sociales y a visitar la página web.

INVERSIÓN: 2.100.000 COP

PLAN INFLUENCIADORES/

Sylvana Gómez
@sylvanagomez
55,598 followers
1.39% Engagement
Valor: 1.000.000 COP
2 post fijos, 1 story y una entrada al blog

Jack Vargas
@soyelafrojack
57,907 followers
2.8% Engagement
Valor: 1.100.000 COP
1 post fijo

PLAN INFLUENCIADORES/PUBLICACIONES

SYLVANA GÓMEZ

sylvanagomez • Siguiendo

sylvanagomez ¿Ustedes sabían que en Colombia existen cuatro tipos de papas? Si no sabían ya les cuento como se llaman, si ya sabían ¿saben la diferencia en sus preparaciones? No todas se usan para todos los platos. Entonces antes de comprar la que no es y embarrarla, les cuento:
1. La criolla: es la más fácil de reconocer y básicamente uno la puede preparar como quiera (frita, en sopas, cocinada y hasta en puré)

2. La pastusa: es perfecta para hacerla salada o para preparar sopas. Por su textura arenosa se deshace con facilidad entonces ayuda a darle consistencia a las sopas.

3. R12: si quieren hacer unas papas

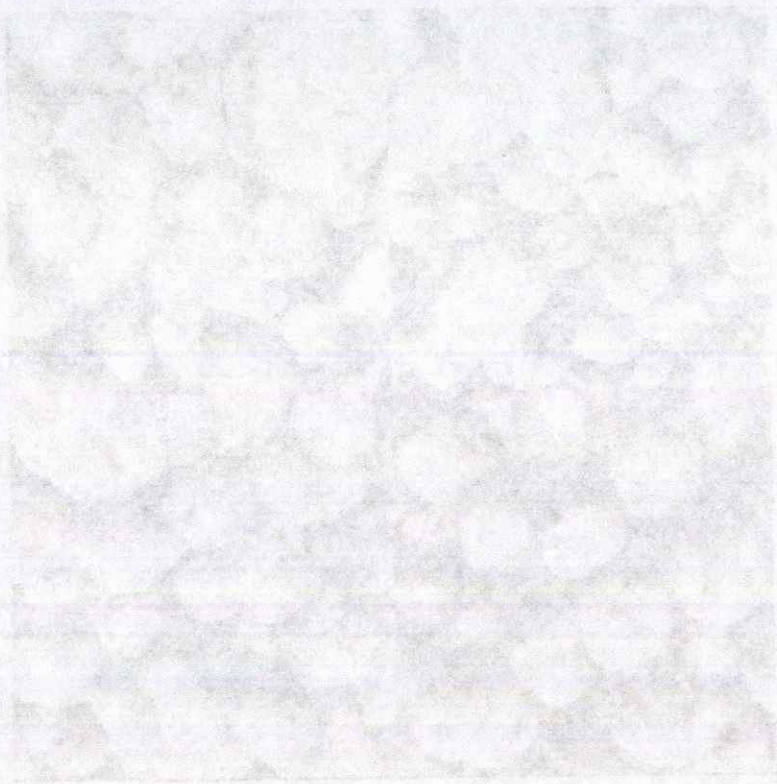
600 Me gusta

21 DE JUNIO

Añade un comentario... ...

Engagement	1%
Interacciones	642
COMUNIDAD	55,598

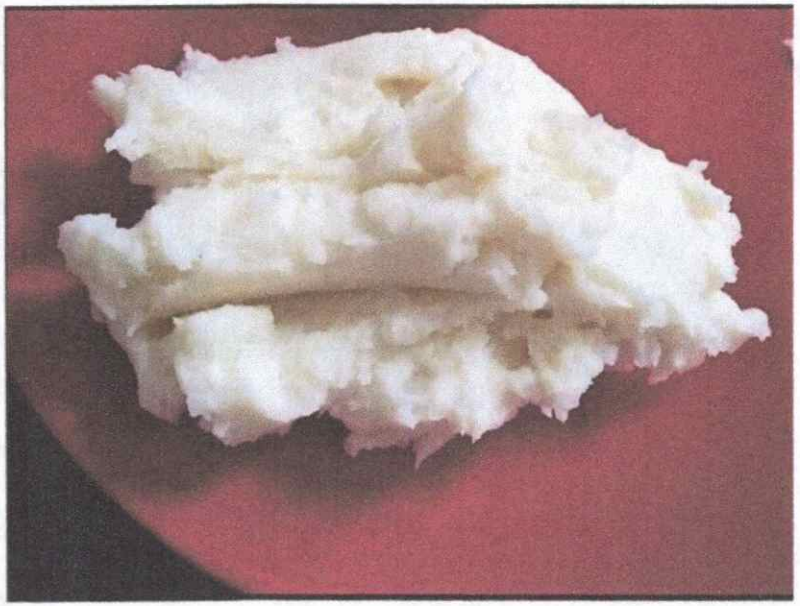
INFLUENCIADORES



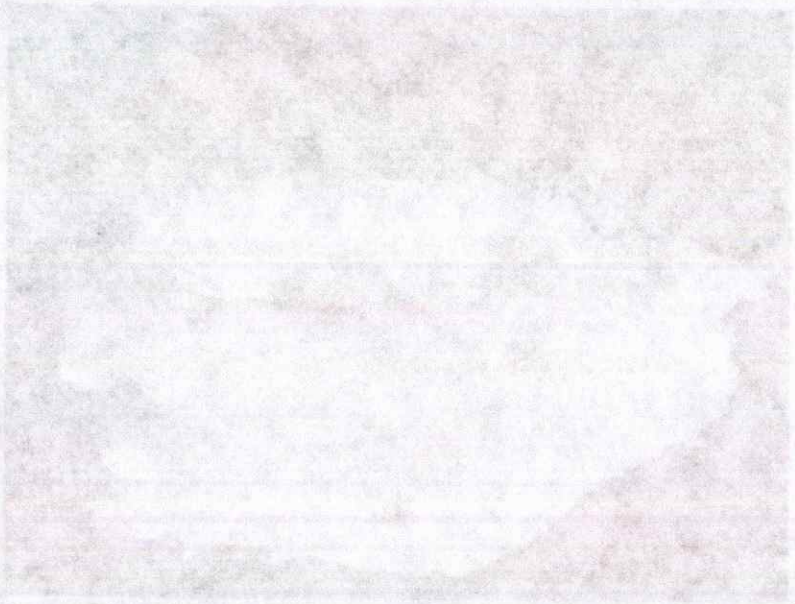
PLAN INFLUENCIADORES/PUBLICACIONES

SYLVANA GÓMEZ

INFLUENCIADORES



Engagement	0.1%
Interacciones	98
COMUNIDAD	55,598



PLAN INFLUENCIADORES/PUBLICACIONES

SYLVANA GÓMEZ

INFLUENCIADORES

Impresiones
5662

COMUNIDAD
55,598

PLAN INFLUENCIADORES/PUBLICACIONES

SYLVANA GÓMEZ

VISITAS
28

19.19 recetario

Comida para Todos los días

¡SUSCRÍBETE!

INICIO SOBRE 1919 RECETAS CONTACTO

Acompañamientos

Puré de papas

April 28, 2017

Entradas destacadas

Tostadas con aguacate y huevo

July 12, 2017

Entradas recientes

Chocolate de la mamá

July 14, 2017

Hulk

INGREDIENTES:

- 6 papas medianas
- 1 taza de leche *
- 125 gr de margarina
- Sal y pimienta

** Yo uso leche de almendras sin azúcar, funciona igual de bien.*

PREPARACIÓN:

1. Pelar las papas y cortarlas en trozos, ponerlas a cocinar en una olla con agua, es importante que el agua cubra las papas.

2. Después de media hora revisar con un tenedor si ya están blandas y sacar del fuego.

3. Sacar el agua y todavía calientes machacarlas con un tenedor, agregar la mantequilla, mezclar hasta que se haga crema.

4. Al estar completamente machadas, sin pedazos de papa, agregar la leche de a poquitos e ir mezclando de manera constante para que no queden grumos. (*Al estar cremoso dejar de poner leche*)

5. Poner sal y pimienta al gusto.

Acompaña perfecto cualquier carne.

Para aprender más sobre los beneficios de la papa y como cocinarla puedes entrar a **PREPARA LA PAPA**

Tags: puré papa

July 14, 2017

Archivo

July 2017 (32)

April 2017 (27)

Buscar por tags

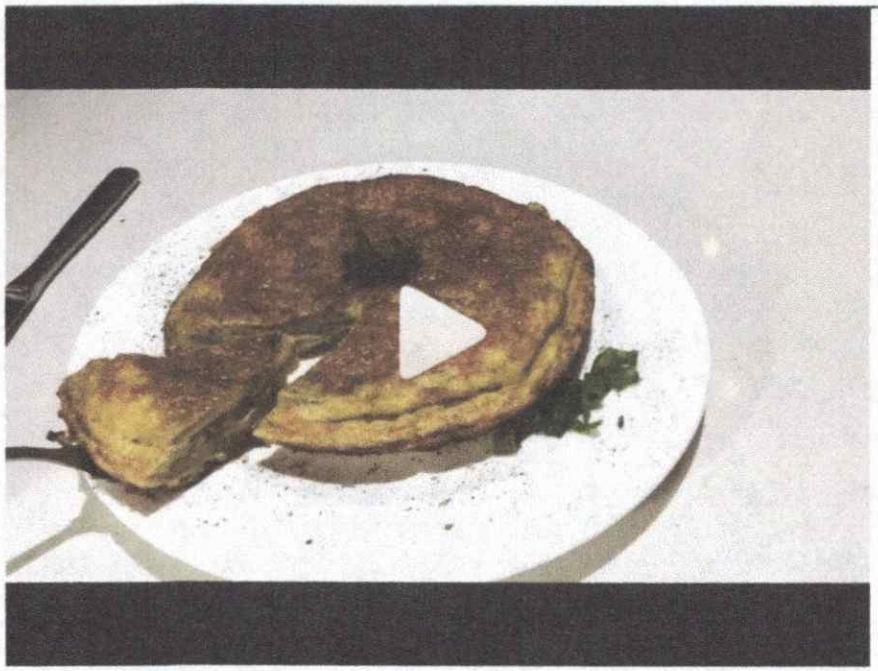
ACV Aguacate Albahaca Alioli Arepa Arroz Atún Avena Banano Brownie Camarones Canela Carne Cerdo Champiñones Chia Chipotle Chips de chocolate Chocolate English muffin Ensalada Espinaca Espárragos Frambuesas Fresas Granola Harina Huevo Jamón Jugo Leche de almendras Lechuga Limón Mac n Cheese Maiz Manzana Mayonesa Miel Miel Maple Mozzarella Muffins Naranja Pancakes Papa Pasta Pimentón Pizza Piña Pollo Provolone Queso Queso crema Rickey Rúgula Salmón Salsa soya Sanduches

https://www.1919recetario.com/single-post/2017/04/28/Pur%C3%A9-de-papas

INFLUENCIADORES

PLAN INFLUENCIADORES/PUBLICACIONES

JACK VARGAS



soyelafrojack • Siguiendo
Bogotá, Colombia

soyelafrojack ¿CÓMO HACER UNA TORTILLA DE PAPA? 🥔Muchas personas me preguntan ¿tú sabes cocinar? Así que les traigo esta receta para los que no sepan pero quieran aprender a hacer algo rico, rápido y sencillo con papa. Para aprender más recetas cómo está sigan a @preparalapapa y entren a preparalapapa.com .

felipebuenor oye jack esas si son tus manos??? xd

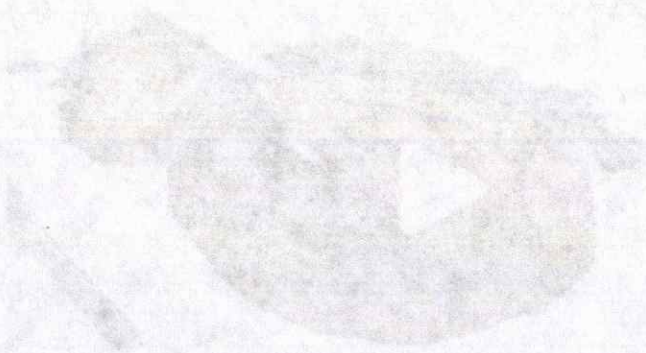
3.039 reproducciones

29 DE JUNIO

Añade un comentario...

Engagement	5%
Reproducciones	3.039
COMUNIDAD	57,907

INFLUENCIADORES



PLAN INFLUENCIADORES/ ALGUNOS COMENTARIOS DE SUS SEGUIDORES

juuliana_06 Que buena receta la voy a colocar en práctica❤👏

tktico Hermosooooo, me sirve ya que ando estudiando gastronomia❤

marioruizperu Que buena recetaaaa

soysantiagoguevara Ushhh!!! Súper, se ve muy delicioso!! 👏

yoisespitia Un excelente dato la R12 no la conocía..

elipedraza1492 @sylvanagomez Y la tocarreña! Infaltable.. aunque no se si es la misma q la R12 🤔

em_milly__ Eso extraño de mi #colombiatierraquerida , en 📍FL no sabe igual :(la papa es horrible !!!!

thezupertramp @imariapaula_ mira nena para que cuando vayas a comprar y preparar

pau_la_landazuri Y deben existir muchas más ya que la papá es originaria de Perú y Colombia. Ahora la papa R12 no sé qué tan fácil sea encontrarla ya que "don Vicente" nunca la ha mencionado...

aristipau Súper no sabía gracias @sylvanagomez

serenditipy8 Aquí en Cali se consiguen más variedades de papa. Y son deliciosas

la_loretta_ Osea, post guardado 😉

tatiarismo Que buen dato! ...

shana_lucia Que buen dato, no lo sabia, gracias por la publicacion

jennigarciap Amo la papa criolla, en Cali la llamamos papa amarilla, me encanta cocinada y echarle sal mmmmm se me hace agua la boca

gina_moralitos Gracias @sylvanagomez no sabía alguna cosas de estos 4 tipos de papa 🥔!!! 😘😘

marcelagiraldov Súper! Ya leí la receta y está muy fácil... me encantaría que implementaras videos cortos de las preparaciones 😉🥑🥒

preparalapapa ¡Te quedó buenísimo! 🥔😉

preparalapapa @elipedraza1492 es la misma sabanera😉 La R12 es la también conocida como Diacol Capiro.

preparalapapa @em_milly__ nada como la papita colombiana

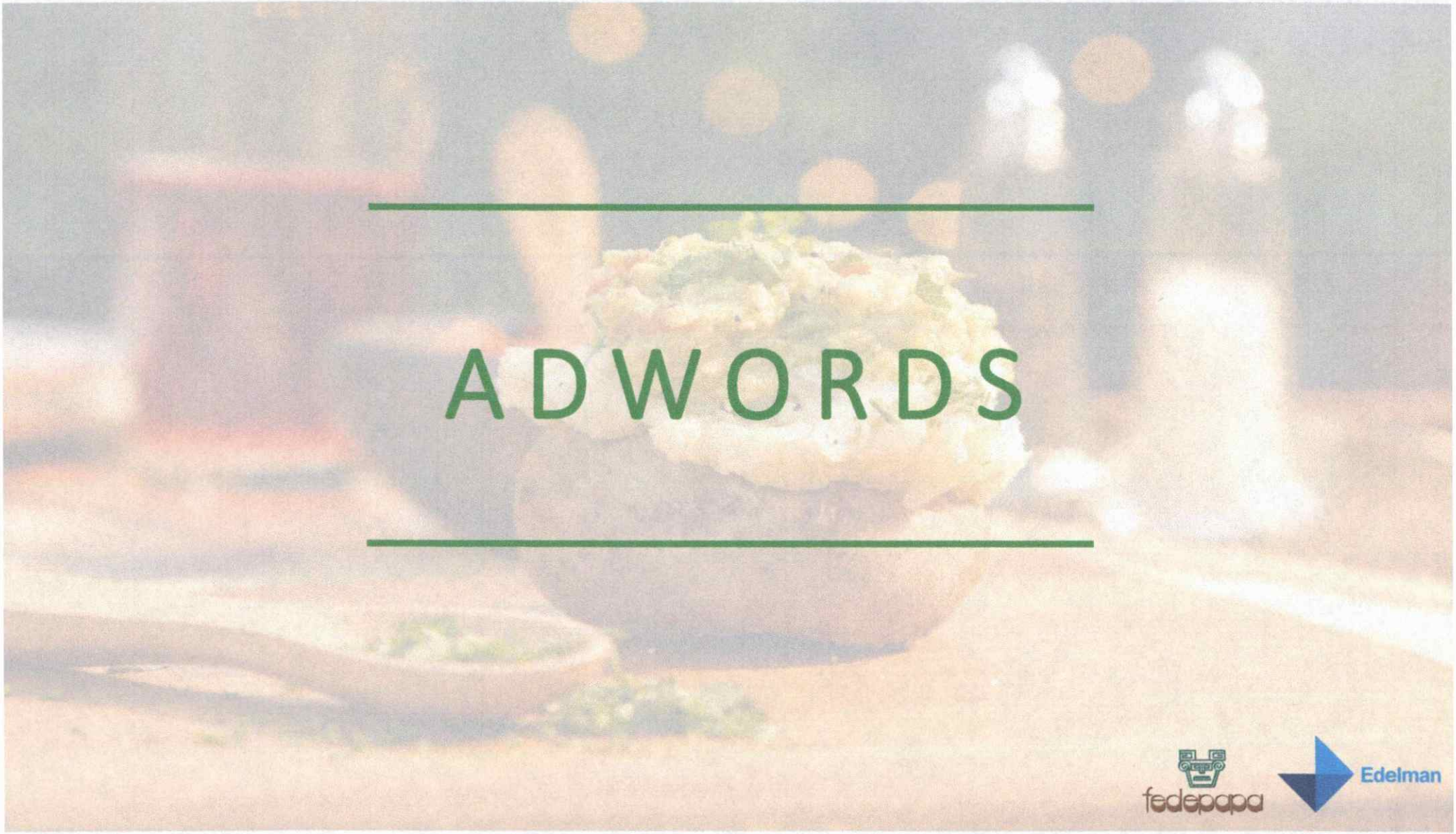
preparalapapa @jennigarciap es la misma 'Diacol Capiro'😉🥔

em_milly__ @preparalapapa no podría estas más de acuerdo 😩💕🇨🇴

jennigarciap @preparalapapa ahhh entonces es la papa capira?

preparalapapa @jennigarciap ¡exacto! Así es conocida popularmente.

En los comentarios de los seguidores, se evidencia cómo interactuaron y preguntaron datos sobre los tipos de papa. De igual forma, comentaban otros datos de la papa. Estaban interesados en conocer más información sobre el producto, resaltaron el gusto por las recetas hechas y daban algunos concejos a los influenciadores para realizarla.


ADWORDS
fedepapa
Edelman

ADWORDS/ RESULTADOS

Campañas red de búsqueda

Informe de campaña (Del 1 jun. 2018 al 30 jun. 2018)

Campaña	Clics	Impresiones	CTR *	CPC medio	Coste	Conversiones
Cam. Búsqueda	9,037	154,477	5,85 %	$177.00	$1,597,039	912

En esta tabla se evidencia los resultados de la campaña en **clics, impresiones, CTR, costo por clic y conversiones de los anuncios** que se realizaron este mes.
El CTR estuvo arriba del promedio (3%) lo que significa un muy buen desempeño.

*Porcentaje de veces que los usuarios dan click/ el número de veces que se mostró el anuncio (impresiones)

ADWORDS/ RESULTADOS

Al igual que el mes anterior, la **audiencia** de los anuncios de la campaña fue, en su mayoría, **millennials.** Existe una gran predominancia de mujeres en los consumidores en los anuncios.

*Estos datos son tomados de aquellos usuarios que facilitan sus datos personales como edad y sexo.

ADWORDS/ RESULTADOS

Palabras clave

Palabras con mayor número de clics

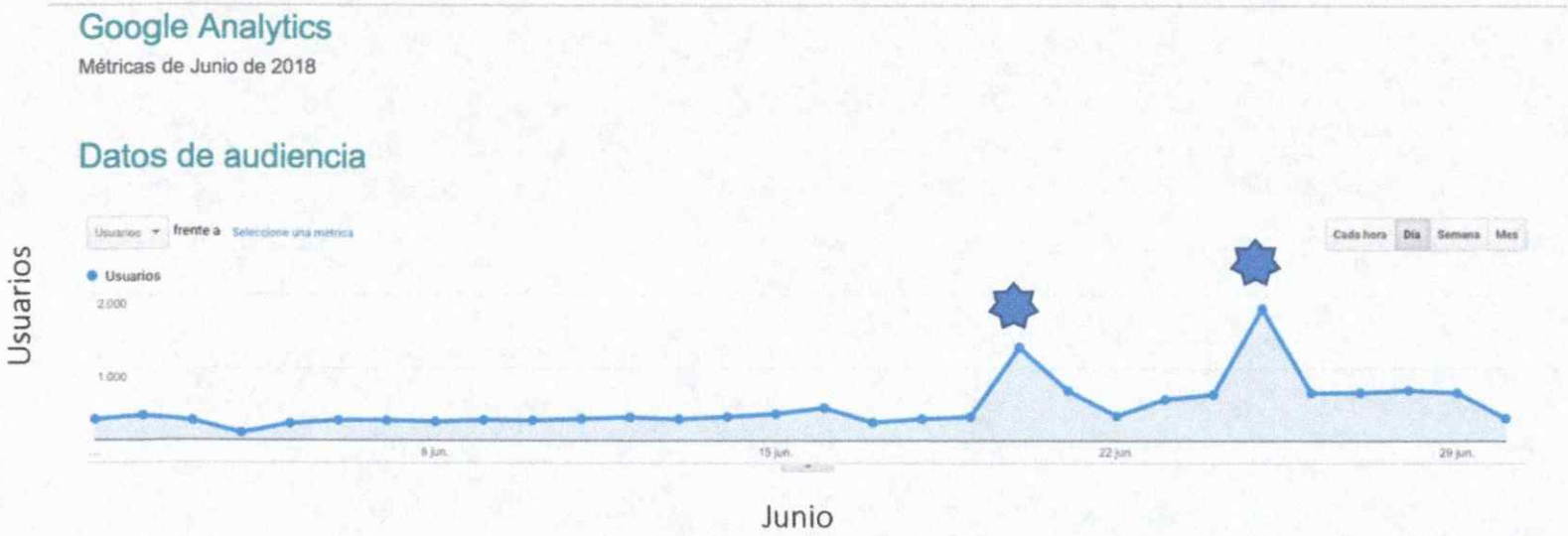
	Palabra clave	Grupo de anuncios	Estado	CPC máx.	Clics ↓	Impr.	Nivel calidad	CTR	CPC medio	Coste
	Total (todas las campañas)				9.037	154.477	--	5,85 %	177 COP	1.597.039 COP
	receta para	Grupo de anuncios 1	Apta	automática: 65 COP (avanzada)	315	4.922	5/10	6,40 %	355 COP	111.908 COP
	recetas de cocina	Grupo de anuncios 1_Recetas	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	304	2.681	9/10	11,34 %	87 COP	26.450 COP
	como aser comida	Grupo de anuncios 1	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	298	3.638	--	7,37 %	385 COP	103.066 COP
	comidas faciles	Grupo de anuncios_Faciles_Comidas Faciles	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	236	2.853	8/10	8,34 %	85 COP	20.202 COP
	resetas para comidas	Grupo de anuncios 1_Para	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	187	3.764	7/10	4,97 %	168 COP	31.428 COP
	ideas para hacer de comer	Grupo de anuncios 1_Para	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	169	3.540	--	4,77 %	191 COP	32.235 COP
	recetas sencillas	Grupo de anuncios 1_Recetas	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	150	1.500	8/10	10,00 %	78 COP	11.771 COP
	cocinar	Grupo de anuncios 1	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	145	5.046	7/10	2,87 %	154 COP	22.331 COP
	alimentos	Grupo de anuncios 1	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	143	6.178	5/10	2,31 %	343 COP	49.094 COP
	recetas	Grupo de anuncios 1_Recetas	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	126	2.100	10/10	6,00 %	157 COP	19.843 COP
	resetas de cosina	Grupo de anuncios 1	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	122	2.084	6/10	5,85 %	104 COP	12.728 COP
	recetas de comida	Grupo de anuncios 1_Comida Recetas	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	120	2.250	7/10	5,33 %	93 COP	11.200 COP
	recetas para almuerzo	Grupo de anuncios 1_Recetas	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	117	838	7/10	13,96 %	83 COP	9.735 COP
	recetas de cocina faciles	Grupo de anuncios 1_Recetas	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	114	1.439	7/10	7,92 %	89 COP	10.182 COP
	comidas faciles de preparar	Grupo de anuncios_Faciles_Comidas Faciles	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	101	1.419	7/10	7,12 %	89 COP	8.941 COP
	comidas caseras faciles	Grupo de anuncios_Faciles_Comidas Faciles	Apta	automática: 30 COP (avanzada)	97	1.379	6/10	7,03 %	84 COP	8.129 COP

ADWORDS

ANALYTICS
fedepapa
Edelman

ANALYTICS/ AUDIENCIA

El tráfico del pico del 20 de junio puede deberse a que entre el 18 y 23 de junio se realizaron 2 publicaciones pautadas, "tenemos la táctica para calmar el hambre de gol" y la del Día del Padre. De igual forma, los picos son por fuente de tráfico directo, gente que ingresó directamente a la página. Para estas fechas se añadieron las extensiones.



ANALYTICS/RESULTADOS

Resutados obtenidos de la campaña hacia la página web. Se explica el número de **usuarios, sesiones, visitas, navegación** dentro de las pestañas, y duración promedio de la session. Estos valores, al igual que el mes anterior, reflejan un muy buen rendimiento y permanencia de los visitantes.

Usuarios/Que han iniciado al menos una sesión durante el periodo especificado.

13.340 +33%

Número de visitas/ Número total de páginas vistas

46.328 +29%

Páginas-Sesión/Promedio de páginas vistas, es el promedio de páginas que se ven en cada sesión

3,11 → Aquí se puede ver en cuántas pestañas navega en promedio un usuario dentro de la página web

Duración media de la sesión/

00:01:02

↳ aumentar el tiempo de permanencia

↳ % de rebote.

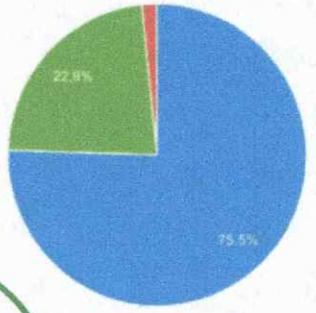
ANALYTICS

EDELMANDIGITAL

ANALYTICS/DISPOSITIVOS DE BÚSQUEDA

En esta gráfica se muestra la cantidad de usuarios que realizaron sus búsquedad por cada tipo de dispositivo: **celular, computador y tablet**.

Categoria de dispositivo	Usuarios	Usuarios
	13.340 % del total: 100,00 % (13.340)	13.340 % del total: 100,00 % (13.340)
1. mobile	**10.011**	75,53 %
2. desktop	**3.035**	22,90 %
3. tablet	**208**	1,57 %



Continúa el predominio de la búsqueda por celulares. Se ha buscado que las publicaciones realizadas en todas las redes sociales sean adaptables a estos dispositivos.

ANALYTICS

ANALYTICS/DATOS DEMOGRÁFICOS

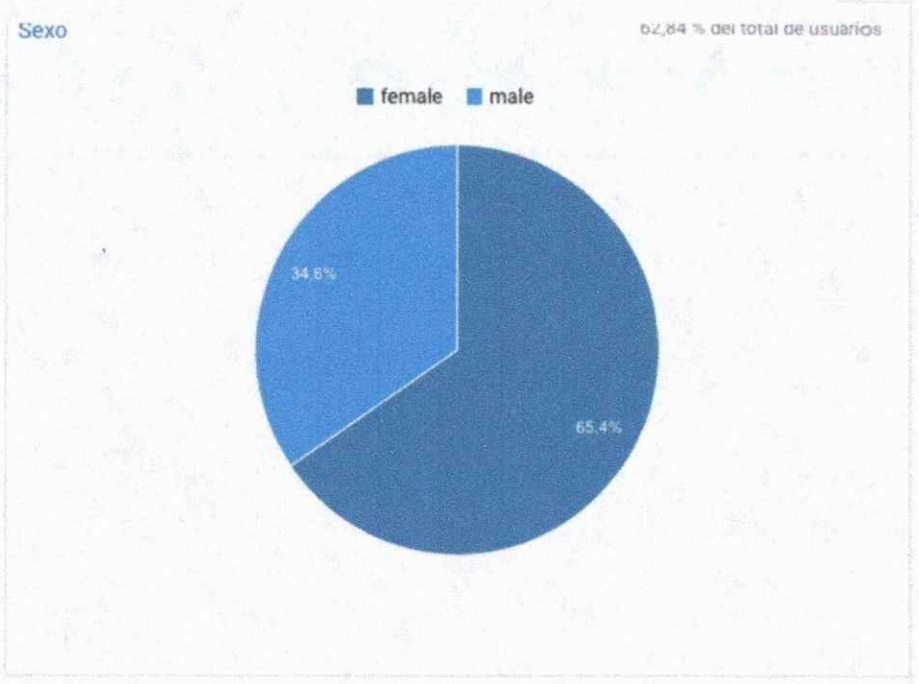
	Ciudad	Usuarios	% Usuarios
1.	Bogota	5.247	39,21 %
2.	Medellin	1.260	9,42 %
3.	Cali	1.039	7,76 %
4.	Barranquilla	740	5,53 %
5.	Bucaramanga	350	2,62 %
6.	(not set)	345	2,58 %
7.	Cucuta	315	2,35 %
8.	Arjona	311	2,32 %
9.	Pereira	272	2,03 %
10.	Ibague	258	1,93 %

En las dos gráficas se evidencia el tráfico y lugares donde se encuentran las personas que nos visitan. En Colombia principalmente en: Bogotá (39%), luego Medellín (9%) y Cali (7%).

	País	Usuarios	% Usuarios
1.	Colombia	12.504	93,58 %
2.	United States	323	2,42 %
3.	Peru	86	0,64 %
4.	Argentina	75	0,56 %
5.	Venezuela	71	0,53 %
6.	Chile	45	0,34 %
7.	Mexico	32	0,24 %
8.	Spain	29	0,22 %
9.	Bolivia	24	0,18 %
10.	Ecuador	21	0,16 %

En el exterior, aumentó un punto porcentual la presencia en Estados Unidos (2%) y en Perú se mantuvo estable. Como se explicó anteriormente, son personas colombianas que pueden vivir en el exterior o encontrarse viajando.

ANALYTICS/DATOS DEMOGRÁFICOS



ANALYTICS

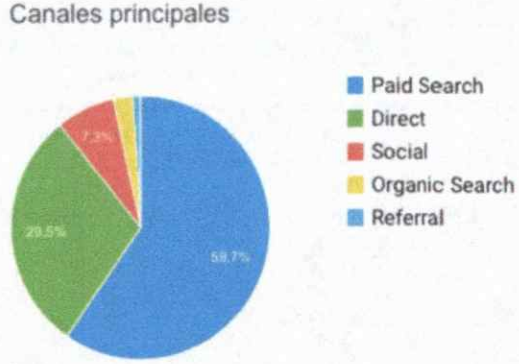
Al igual que en los anuncios, las visitas de la página web tienen mayor consumo en la población millennial de 24 a 34 años (39%) y en mujeres. La población masculina aumentó 6 puntos porcentuales a comparación de mayo.

EDELMANDIGITAL

→ Como hacemos para de esta Población asista a los talleres

ANALYTICS/CANALES

	Adquisición			Comportamiento		
	Usuarios ↓	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/ses...	Duración media de la sesión
	13.340	13.157	14.875	11,99 %	3,11	00:01:02
1 Paid Search	7.973			10,77 %		
2 Direct	3.945			12,54 %		
3 Social	979			21,34 %		
4 Organic Search	325			8,39 %		
5 Referral	133			14,29 %		



Se muestra en las gráficas los canales por los que las personas llegaron a la página web. Es posible ver que la **pauta realizada en Adwords** sigue siendo el canal por el que más usuarios nuevos llegaron. 2,028 nuevos usuarios accedieron por este canal a comparación de mayo.

ANALYTICS/COMPORTAMIENTO PÁGINAS

Comportamiento

Páginas mas visitadas

	Página	Número de visitas a páginas	% Número de visitas a páginas
1.	/recetas-de-papa/	22.181	47,88 %
2.	/	9.926	21,43 %
3.	/videos-del-chef/	1.675	3,62 %
4.	/sabias-que/	1.408	3,04 %
5.	/beneficios-de-la-papa/	1.359	2,93 %
6.	/portafolio/torta-de-papa/	1.227	2,65 %
7.	/portafolio/papas-al-vapor-con-brocoli/	1.116	2,41 %
8.	/variedades-de-la-papa/	858	1,85 %
9.	/eventos-y-novedades/	719	1,55 %
10.	/portafolio/papas-endiabladas/	666	1,44 %

Dentro de la página web, **la pestaña de "recetas de papa", el "home"** de inicio y **"videos del chef",** fueron las que más número de visitas presentaron. En este mes, se presentaron **3,090 más de visitas a la página de recetas de papa**.

PRESUPUESTO UTILIZADO

fedepapa

Edelman

PRPESUPUESTO JUNIO

JUNIO					Canal Redes Sociales e Influenciadores	
	presupuesto	**Rubro**	**Gasto Junio**		**Resultado**	**Sobra**
	$ 175,524	Acumulado				
	$ 2,000,000	RRSS	$ 2,038,638			
	$ 2,055,000	Plan influenciadores	$ 2,100,000			
					Adwords	
	$ 1,600,000	Adwords	$ 1,600,000			
	5,830,524		**$ 5,738,638**		**TOTAL SOBRANTE**	$ 91,886

¡GRACIAS!
fedepapa
Edelman