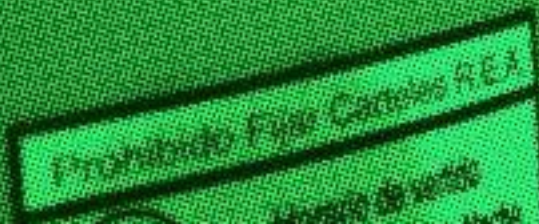


Ecovidrio, Uso y aprovechamiento de RRSS



ecovidrio
ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO

Reciclar hoy, construir el mañana.

01. Concienciación en RRSS

Reciclaje de vidrio

01

Introducción a la Comunicación en RRSS para Sensibilización.

02

Plataformas, su estrategia y mejores públicos objetivo

03

Casos:

- Visión Climática
- Divulgación VS Mitos de reciclaje
- Día de la Mujer Trabajadora

04

RRSS: Recursos de contacto en cercanía



• 01. Introducción a la Comunicación en RRSS para la sensibilización

Que son las RRSS y cómo funciona la publicidad en Internet:

¿Qué es una red social?

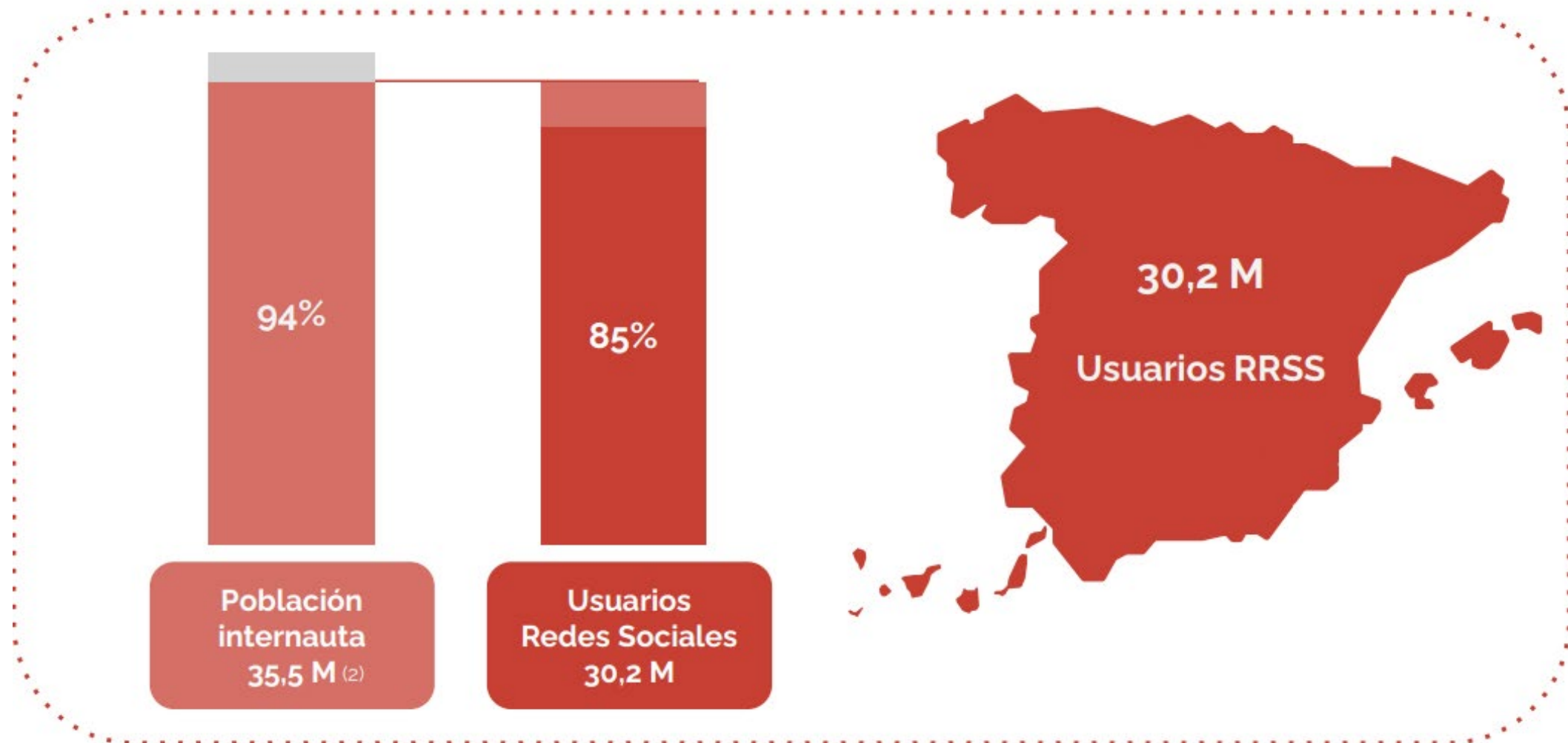
Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios (Fuente: Real Academia Española)

Requisitos:

- Ser una red de contactos
- Tener un perfil
- Permitir interactuar
- Ofrecer funcionalidades sociales para interactuar con contenidos (crear, compartir y/o participar)

• 01. Introducción a la Comunicación en RRSS para Sensibilización

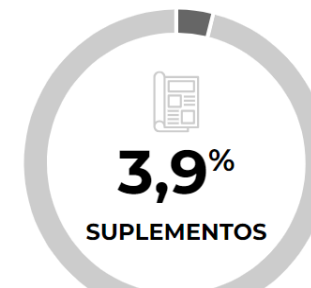
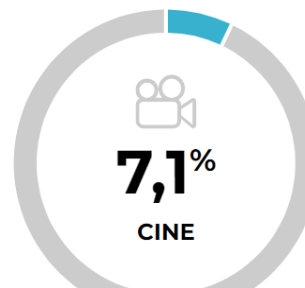
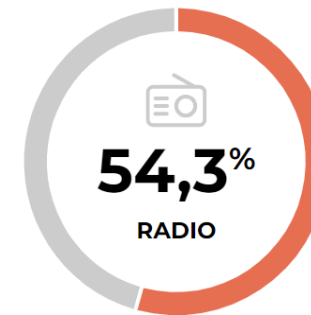
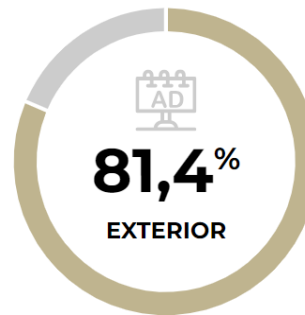
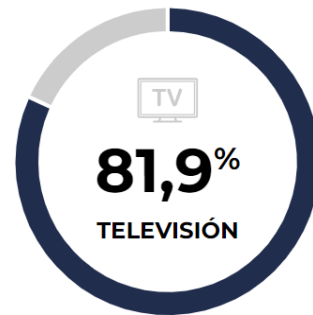
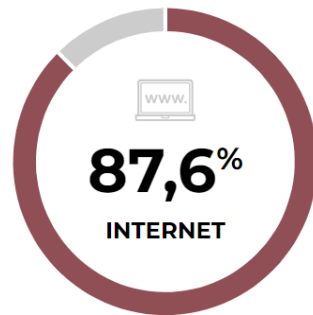
Un **85%** de los internautas de 12-74 años utilizan Redes Sociales, lo que representa aproximadamente 30 millones de individuos.



Población de España entre 12-74 años : 37,8M según INE

• 01. Introducción a la Comunicación en RRSS para la sensibilización

- Expansión de los dispositivos con conexión. (1,2 móviles por persona)
- Inmediatez de acceso.
- Comunicación en cualquier lugar
- Consumo de información



01. Concienciación en RRSS

Reciclaje de vidrio

01

Introducción a la Comunicación en RRSS para Sensibilización.

02

Plataformas, su estrategia y mejores públicos objetivo

03

Casos:

- Visión Climática
- Divulgación VS Mitos de reciclaje
- Día de la Mujer Trabajadora

04

RRSS: Recursos de contacto en cercanía



- 02. Plataformas, su estrategia y mejores públicos objetivo



Facebook



YouTube



Twitter



Instagram



Tinder



LinkedIn



Pinterest



Telegram



WhatsApp



Twitch



Snapchat



TikTok



Spotify



Discord



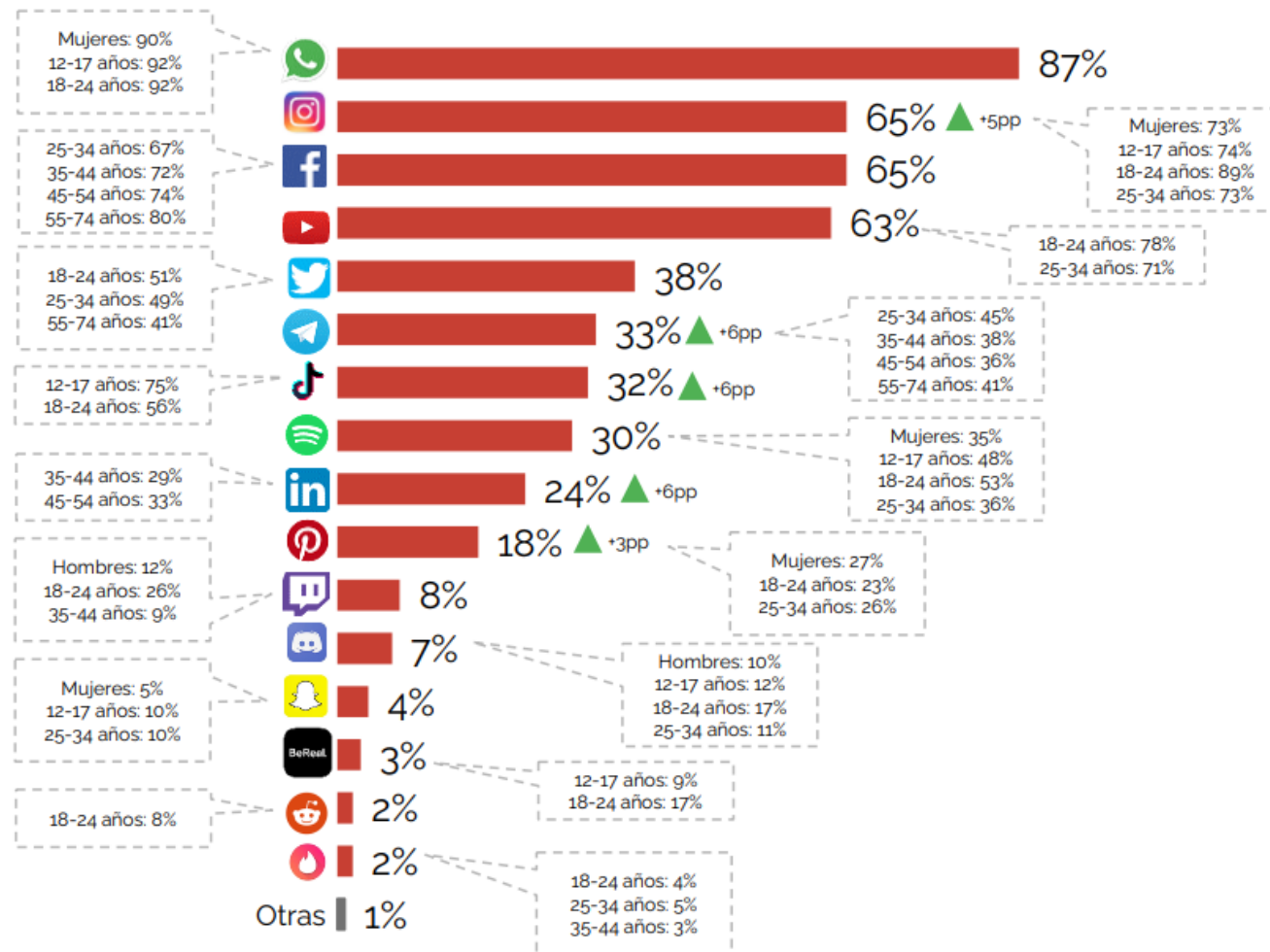
BeReal



Reddit

• 02. Plataformas, su estrategia y mejores públicos objetivo

Penetración RRSS último mes:



Según datos del Estudio de IAB:
El uso de las RRSS es recursivo en para contactar con conocidos. Pero también los que permiten **informarnos o disfrutar de contenido** generado por "Content Creators":

El acceso es constante en plataformas como: **Instagram, Facebook o Telegram.**

El consumo de contenido es común en **Youtube, Twitch, Tik-tok, Spotify o LinkedIn.**

Según datos de AIMC, a **Youtube** cada mes acceden unos **30 millones de usuarios unicos.**

Y **13 millones de U/U a Spotify**

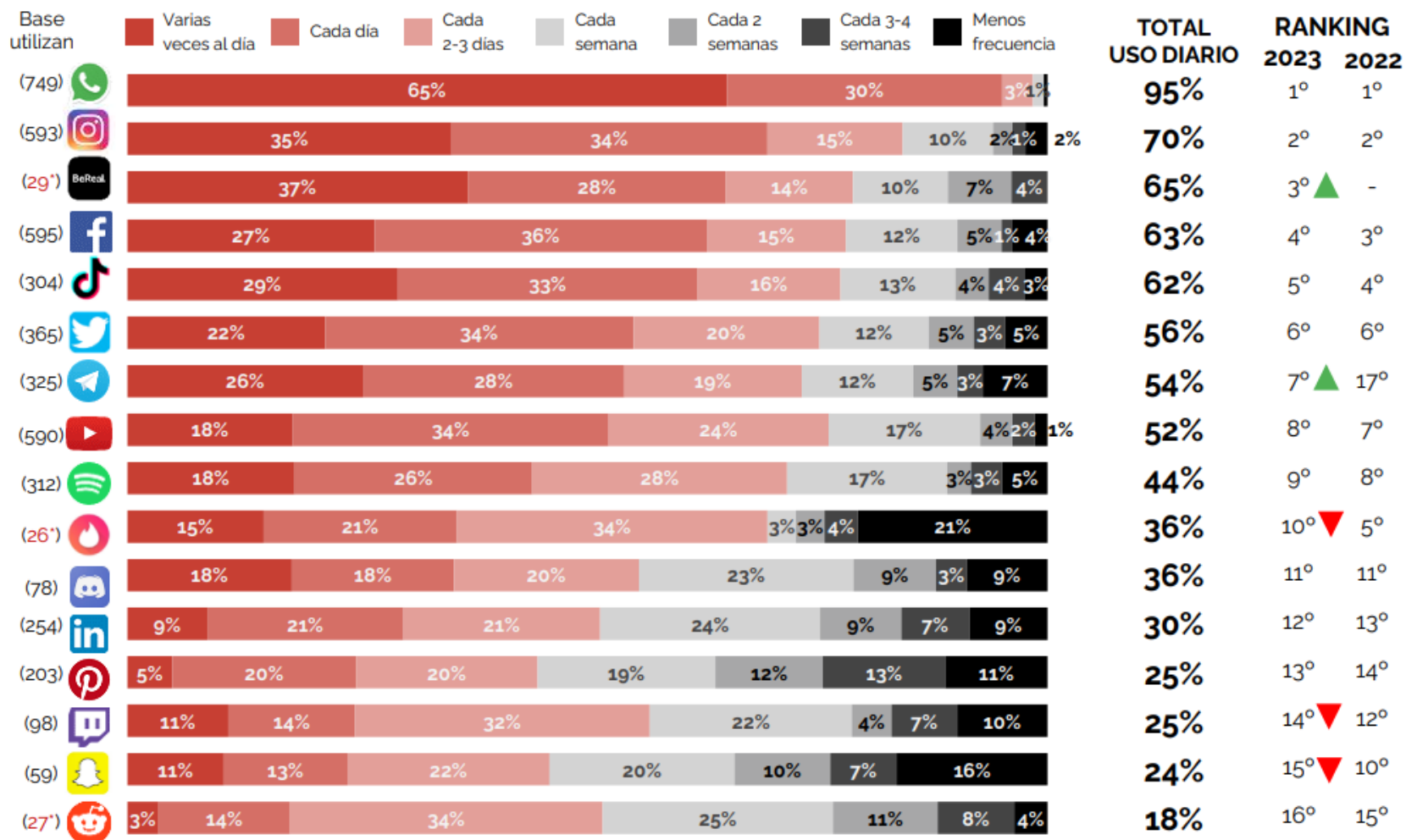
• 02. Plataformas, su estrategia y mejores públicos objetivo

Uso de RRSS: Frecuencia

WhatsApp e Instagram siguen siendo las Redes Sociales que se usan con **mayor frecuencia**

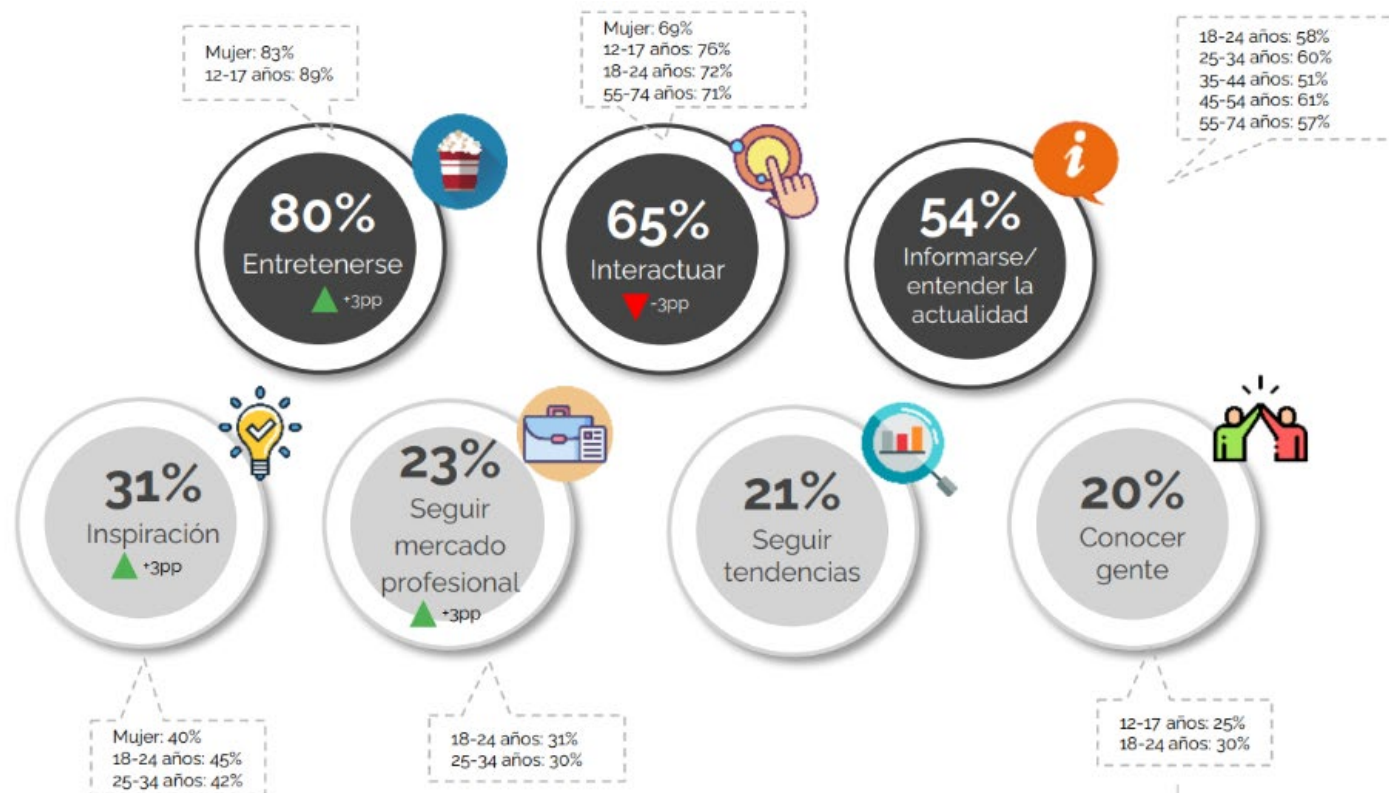
(Instagram se consolida en la segunda posición). **BeReal** se posiciona este año la tercera en el ranking, por delante de Facebook y TikTok.

Destaca el crecimiento de Telegram, pasando del puesto 17° en 2022 al 7° en 2023. Tinder, Twitch y Snapchat disminuyen su frecuencia de uso diario con respecto al 2022.



• 02. Plataformas, su estrategia y mejores públicos objetivo

Entretenerse, interactuar e informarse son los tres motivos principales para usar las redes sociales. Las mujeres usan más las redes para entretenerse interactuar e inspirarse. Por tramos de edad, **los usuarios de 18 a 24 años** destacan en la mayoría de usos, especialmente por el uso de redes para interactuar, informarse, inspirarse, seguir el mercado profesional y conocer gente.



01. Concienciación en RRSS

Reciclaje de vidrio

01

Introducción a la Comunicación en RRSS para Sensibilización.

02

Plataformas, su estrategia y mejores públicos objetivo

03

Casos:

- **Visión Climática**
- **Divulgación VS Mitos de reciclaje**
- **Día de la Mujer Trabajadora**

04

RRSS: Recursos de contacto en cercanía



• 03. Casos

Visión Climática

La campaña "Visión Climática" nace con el objetivo de concienciar sobre la realidad del cambio climático y la ayuda que supone el reciclaje de vidrio para combatirlo. A través de 4 testimonios de personas con discapacidad visual se entenderá cómo perciben y cómo les afecta la crisis climática en sus vidas. 'Si todos lo ven, ¿por qué tú no?'

Para ello, realizamos un experimento social con cuatro personas invidentes para que la sociedad deje de estar ciega ante el enorme problema del cambio climático.

9.4 M

Impresiones

4.3 M

Usuarios Alcanzados

1,27€

CPM



• 03. Casos

Mitos Urbanos

La estrategia de conseguir una mayor "divulgación" y contrarrestar los mitos urbanos de reciclaje de envases hemos generado docenas de piezas con contenido para desmentir las leyendas que se hacen virales.

Divulgación contamos con piezas de fácil consumo que se distribuyeron el Redes sociales y con rostros conocidos a los distintos publicos de las regiones.

44 M

Impresiones

11.7 M

Usuarios Alcanzados

0,91€

CPM



- 03. Casos

Mitos Urbanos



Hoy estoy con los amigos de Ecovidrio

• 03. Casos

Día de la Mujer Trabajadora

Con el objetivo de unirnos a una fecha tan relevante en nuestra sociedad de hoy en día como el 8M, decidimos seleccionar algunos de los comentarios más machistas del momento y darle la vuelta y vincular el 8M con el reciclaje de vidrio.

Esta campaña es un caso perfecto de como podemos aprovechar la estacionabilidad y fechas importantes para llamar la atención de los usuarios.



6.7 M

Impresiones

3 M

Usuarios Alcanzados

1,01€

CPM

01. Concienciación en RRSS

Reciclaje de vidrio

01

Introducción a la Comunicación en RRSS para Sensibilización.

02

Plataformas, su estrategia y mejores públicos objetivo

03

Casos:

- Visión Climática
- Divulgación VS Mitos de reciclaje
- Día de la Mujer Trabajadora

04

RRSS: Recursos de contacto en cercanía



• 03. RRSS: Recursos de contacto en cercanía

Consejos interesantes:

- Los contenidos publicados en **Youtube (y Google)** se pueden promocionar de manera **Geolocalizada**. Y dan facilidades al tráfico a más contenido.
- Los contenidos de **Facebook e Instagram** además de ser Geolocalizados favorecen la viralización y Engage.
- El alcance es más **factible a través de X y Tik-Tok**
- Los contenidos pueden dar protagonismo a los propios ciudadanos.
- Contenido consumible **20"-45"**. Preferiblemente con subtítulos
- **Lograr reproducciones del 75%**. Pero el mensaje clave al principio se recordará mejor.
- Rostros conocidos, influencers o momentos clave favorecen el consumo. Pero también vecinos o amigos

GRACIAS