

ÍNDICE DE DIGITALIZACIÓN EN AUTOCUIDADO DE LA SALUD 2014



COMPAÑÍAS CON DEPARTAMENTO DE MARKETING Y/O COMUNICACIÓN DIGITAL

Tienen Departamento de Marketing y/o Comunicación interno

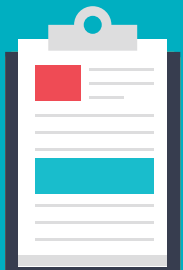


83%

Dispone de Departamento de Marketing y/o Comunicación Digital

No tienen Departamento de Marketing y/o Comunicación

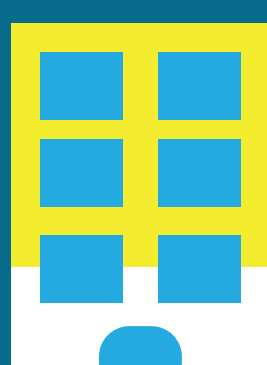
No tienen Departamento de Marketing y/o Comunicación pero sí externalizan la estrategia digital



LOS NOMBRES MÁS UTILIZADOS PARA ESTE DEPARTAMENTO SON:



MÁS DEL 70% CUENTAN



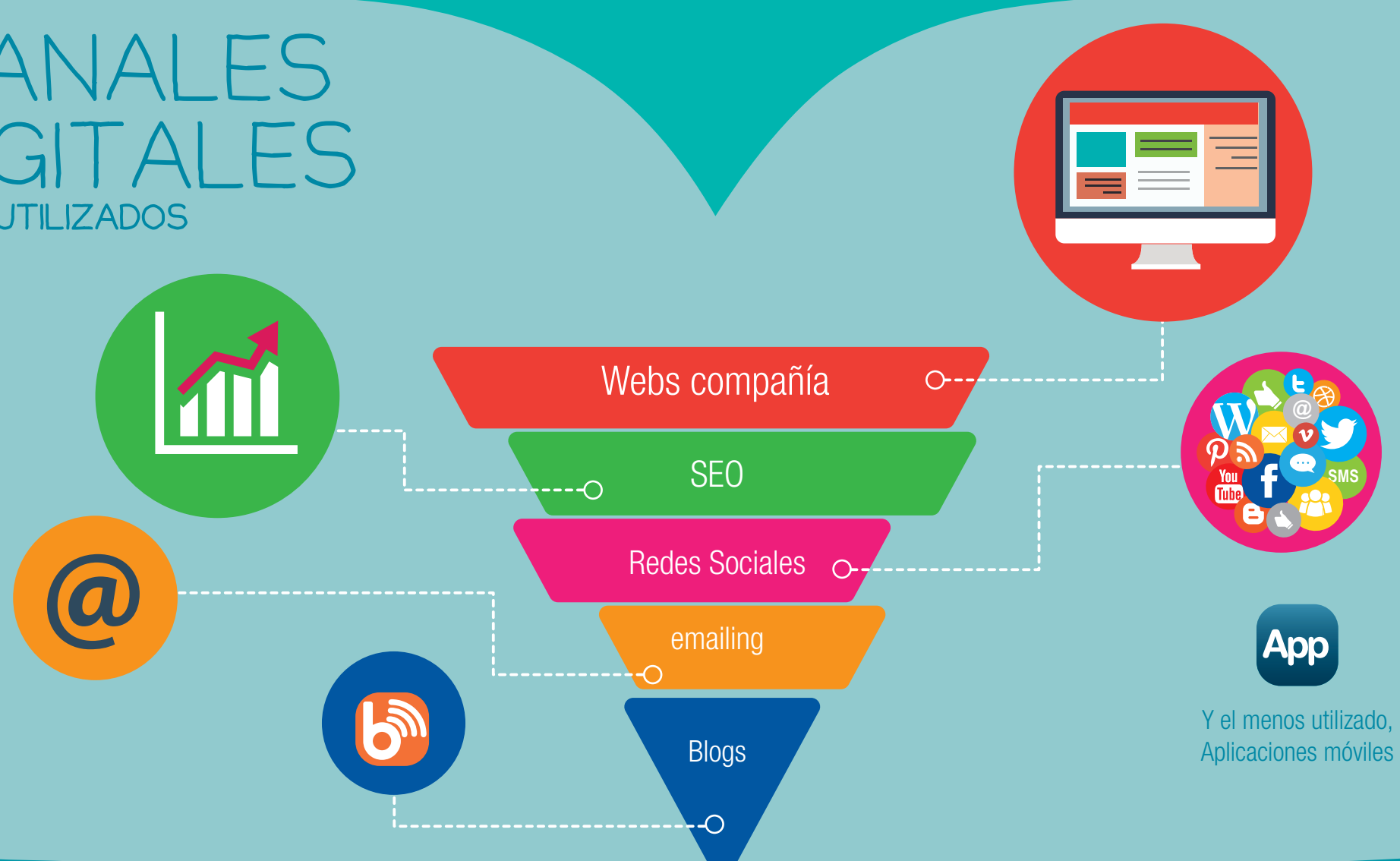
CON DEPARTAMENTO DE MARKETING Y/O COMUNICACIÓN DIGITAL DESDE HACE MENOS DE 3 AÑOS

OBJETIVOS

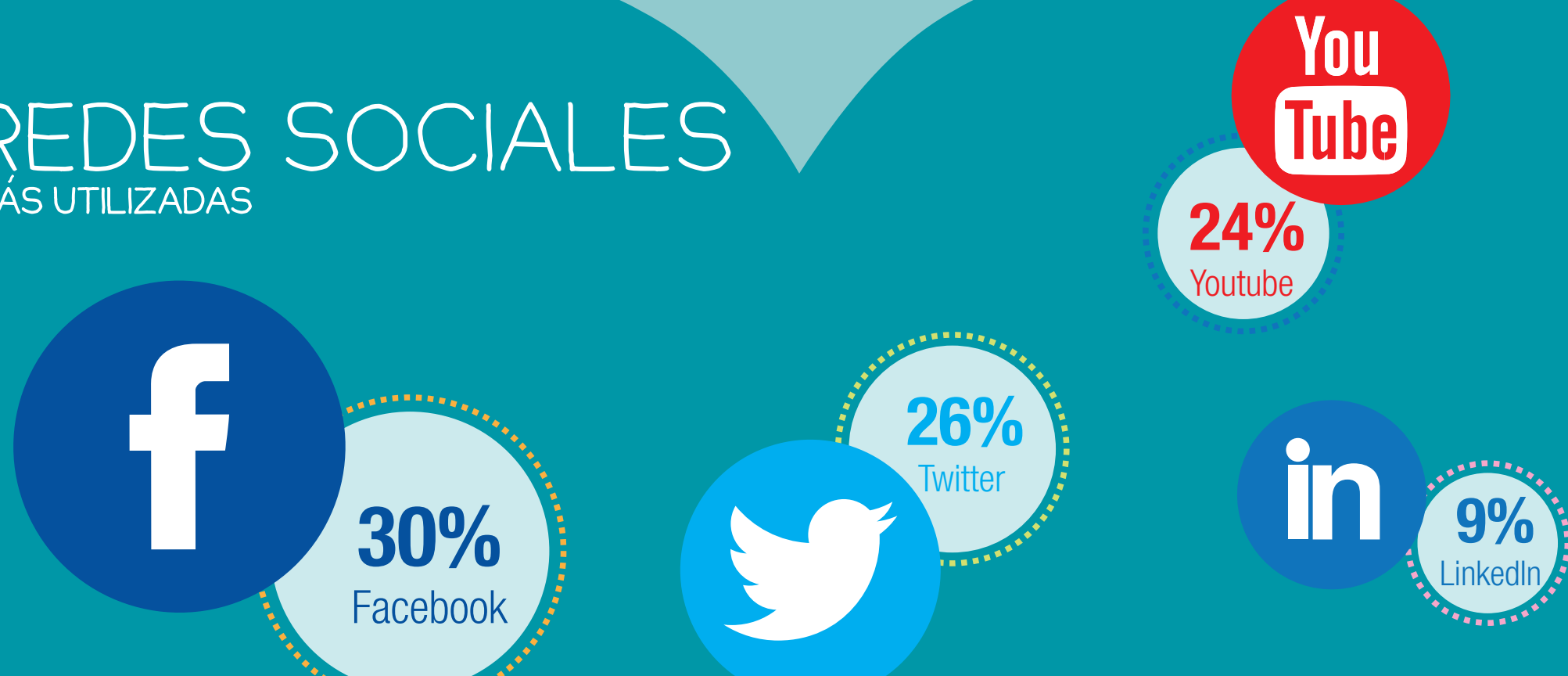
MÁS IMPORTANTES DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

- 1 Comunicación/promoción de la marca
 - 2 Información de productos y servicios
 - 3 Fidelizar consumidores actuales
 - 4 Comunicación institucional
- Y el menos importante, reducción de costes (-100\$)

CANALES DIGITALES MÁS UTILIZADOS



REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS



PARA QUÉ SE UTILIZAN

- Reputación de la marca
- Mejorar comunicación
- Aumento de satisfacción
- Gestión atención cliente

PERFILES DESARROLLADOS

CASI EL 50% HA DESARROLLADO ENTRE 1 Y 3

COMPORTAMIENTO DE LOS FANS

76% Activo/interactúa

24% Pasivo/no interactúa

APPS DESARROLLADAS EN 2014

3%

Más de 6

45%

De 1 a 3

52%

Ninguna

CREEMOS QUE EL FUTURO DIGITAL SERÁ...



www.anefp.org