Social Media
en EMT Madrid



EMT MADRID

2025


UP
THIS WAY
DOWN
THIS WAY
YONDER
BACK
THAT WAY
UP
THAT WAY
THIS WAY
UP
DOWN
THIS WAY
BACK
THAT WAY
UT
YONDER

¿Qué hacemos?

Informar
(Servicio)

Entretener
(Fidelizar)

Escuchar
(Detectar necesidades)

Analizar
(Informes periódicos)

EMT MADRID

En cifras

+350k usuarios en nuestra comunidad

13 perfiles

6 plataformas: X, Facebook, Instagram, Linkedin, Youtube y Whatsapp

EMT MADRID

En cifras

+5.000 publicaciones al año

+11M impresiones

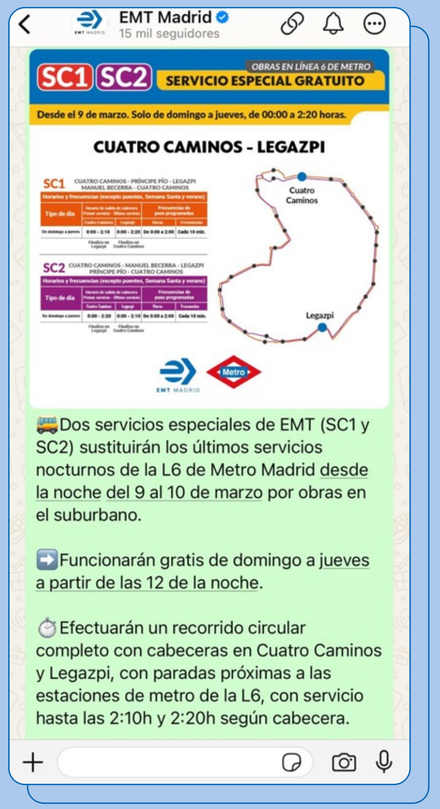
1ª empresa de transporte público con canal en Whatsapp

EMT MADRID

Informar: vocación de servicio







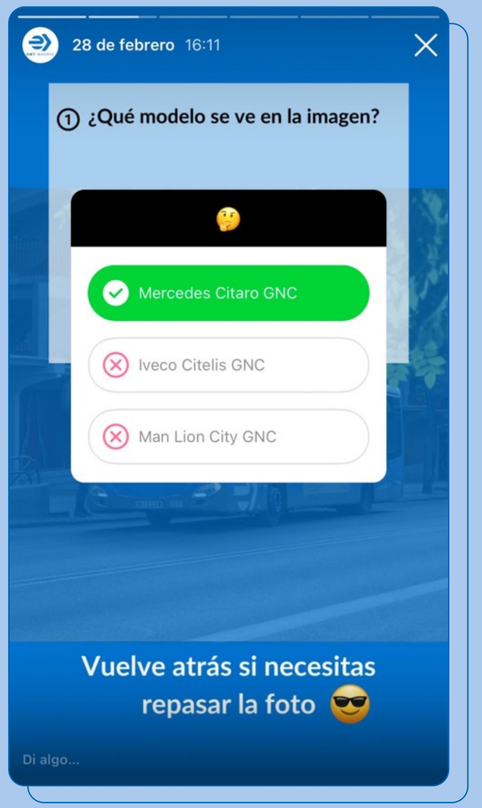
Multiplataforma, con distintos formatos adaptadosa todos los canales para llegar a todos los segmentos de audiencia

EMT MADRID

Entretener: fidelización del usuario



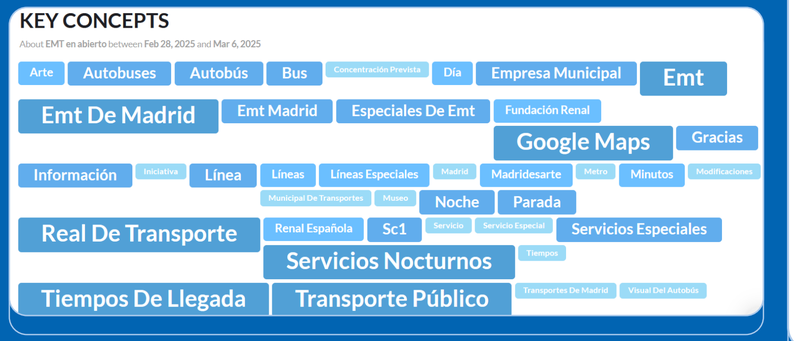


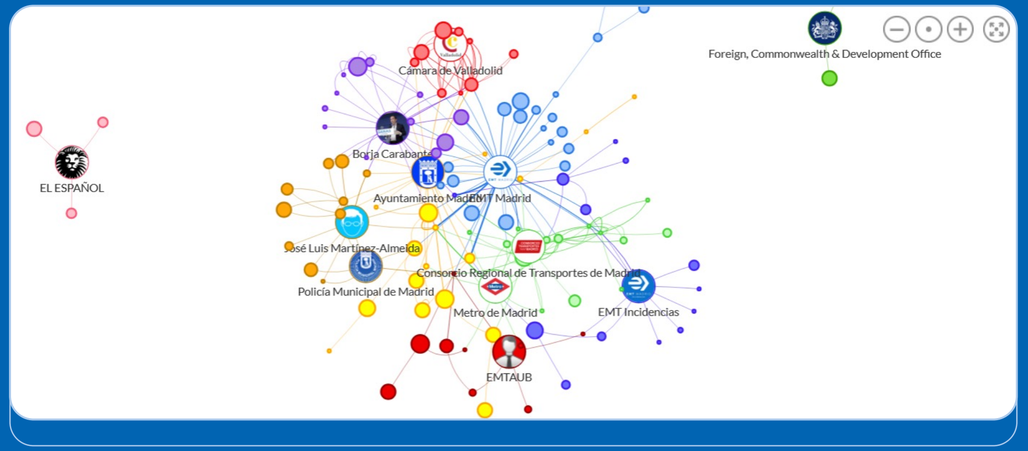


Con publicaciones históricas y contenido gamificado para vincular al usuario emocionalmente

EMT MADRID

Escuchar: detectar necesidades



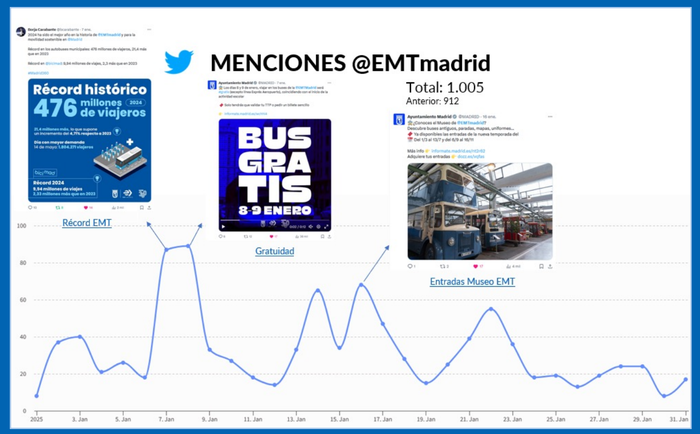


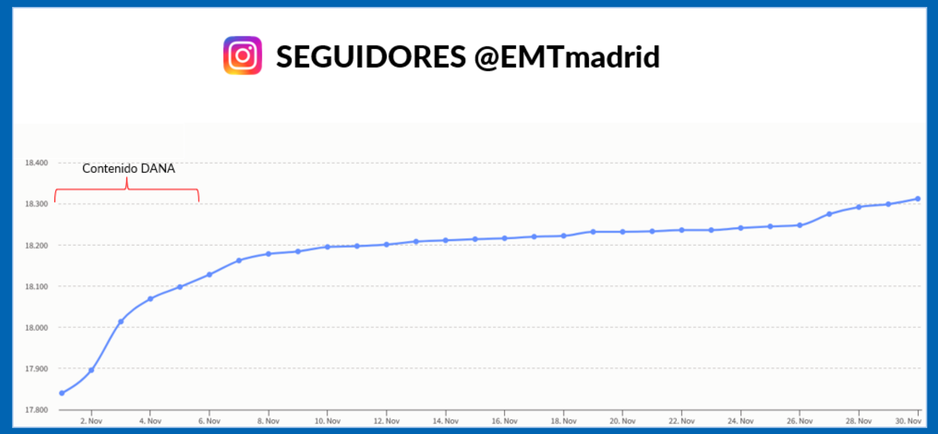


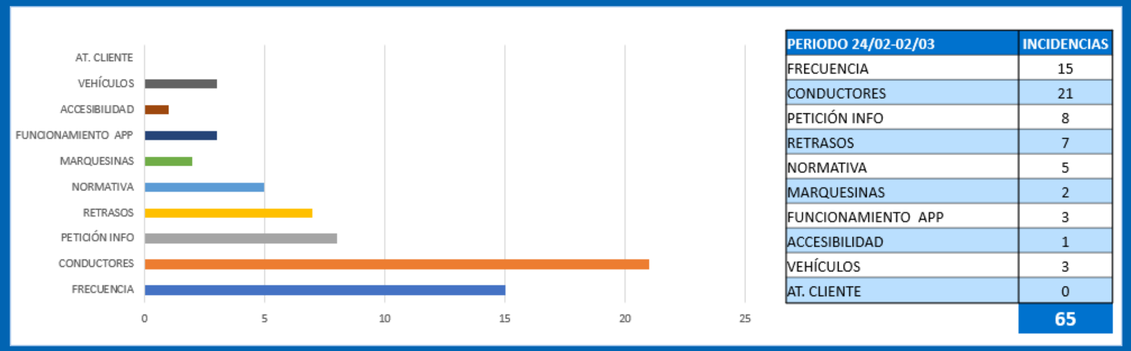
Se detecta cada referencia a EMT y sus servicios en cualquier plataforma aportando la información necesaria a los usuarios y catalogando el sentimiento de cada mensaje para su análisis de cara a resolver necesidades de los usuarios

EMT MADRID

Analizar: informes periódicos





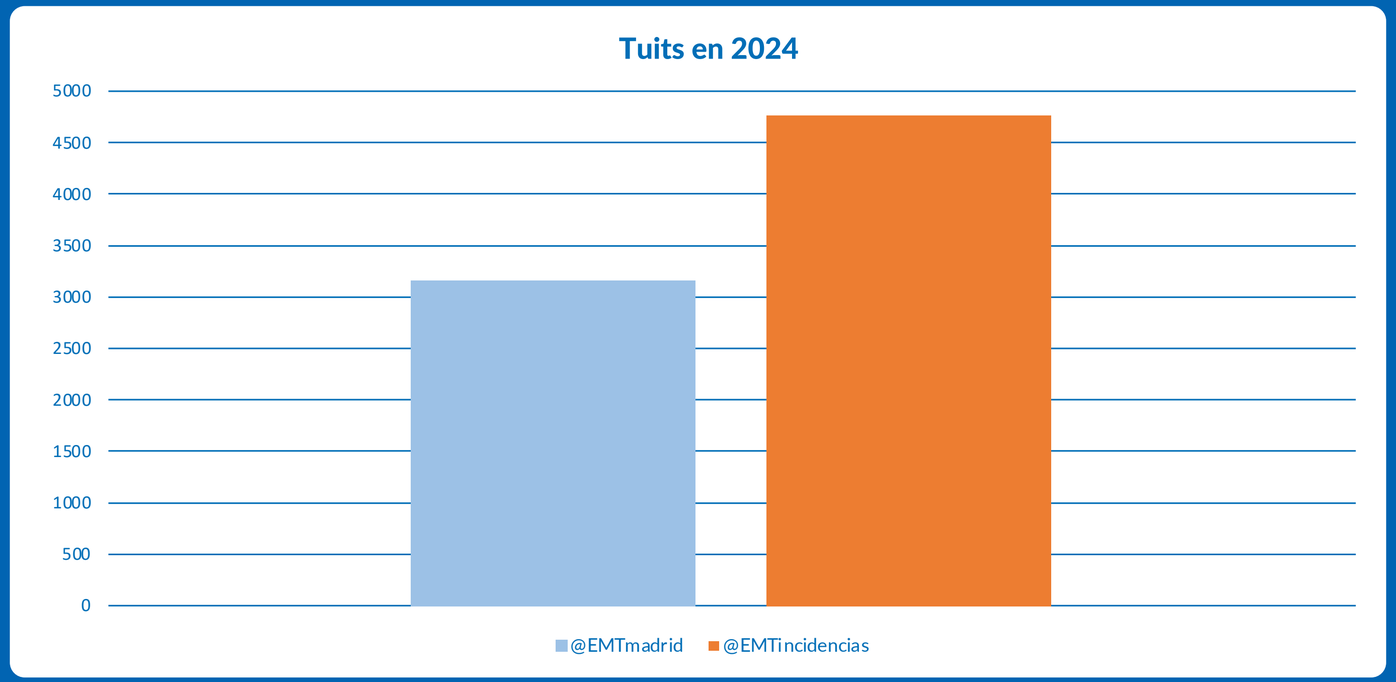


PERIODO 24/02-02/03	INCIDENCIAS
FRECUENCIA	15
CONDUCTORES	21
PETICIÓN INFO	8
RETRASOS	7
NORMATIVA	5
MARQUESINAS	2
FUNCIONAMIENTO APP	3
ACCESIBILIDAD	1
VEHÍCULOS	3
AT. CLIENTE	0
	65

Se realizan informes periódicos que analizan las cuestiones más relevantes aportadaspor la comunidad y el rendimiento de cada publicación y en cada plataforma, así comolas menciones más relevantes en aquellas redes donde EMT tiene presencia

EMT MADRID

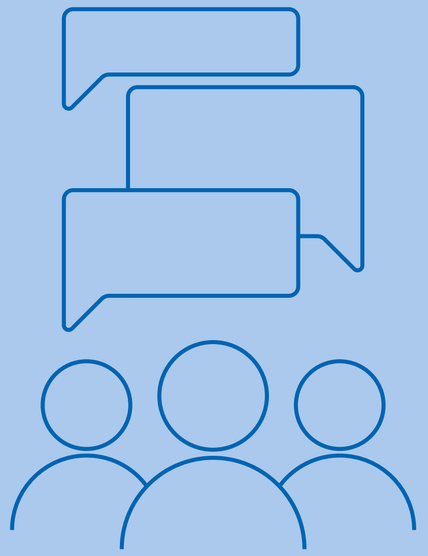
Un caso especial: @emtincidencias



Optamos por crear un perfil exclusivamente para informar acerca de incidencias programadas o sobrevenidaspara no sobrecargar los perfiles corporativos con este tipo de contenido, facilitando además al usuariola consulta de cualquier información al respecto

EMT MADRID

Oportunidad vs Reducción de riesgos

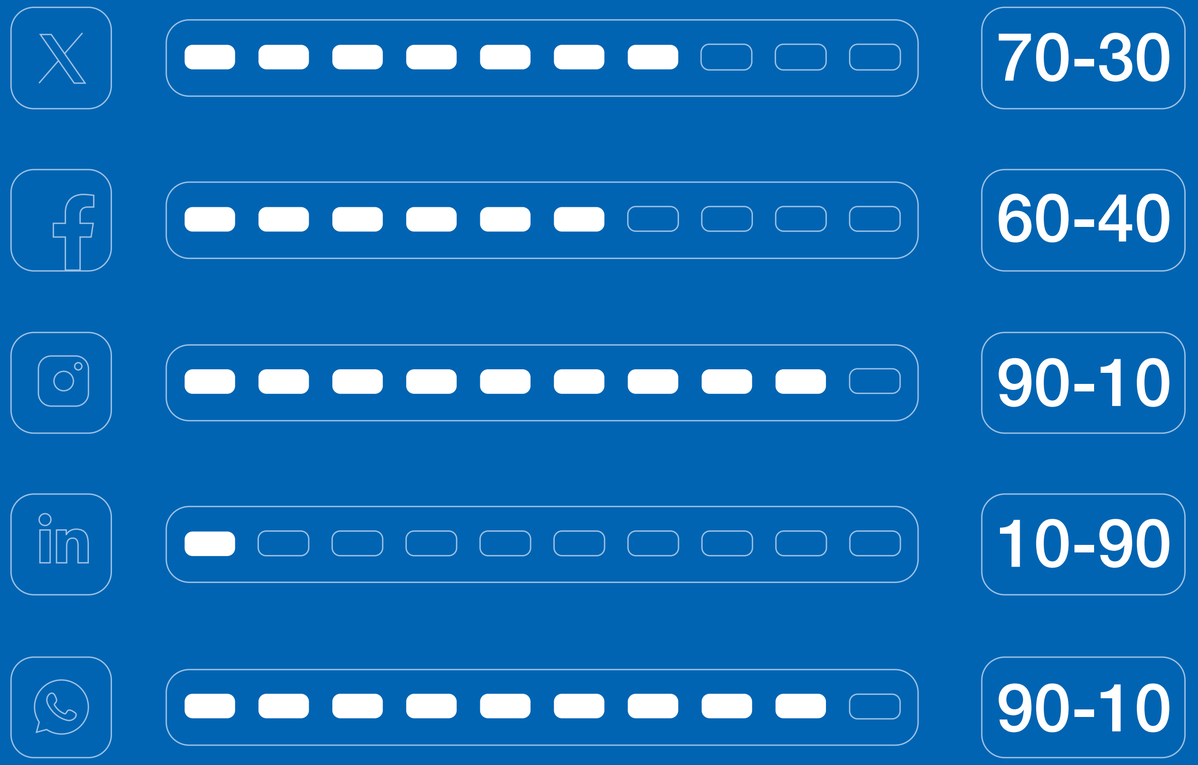


- Entretener VS informar
- Servicio VS corporativo
- Interactuar VS no interactuar
- Unidireccional VS multidireccional

El trabajo en social media puede afrontarse como oportunidad de crecimiento, asumiendo posibles riesgos reputacionales, o desde la inmovilidad dejando al ladoel retorno positivo que puede darnos la exposición en redes sociales

EMT MADRID

Infotainment vs institucional



Balanceamos las publicaciones según su tipología, segmentos de audiencia y plataformas donde predomine un nicho que pueda estar interesado en una u otra información

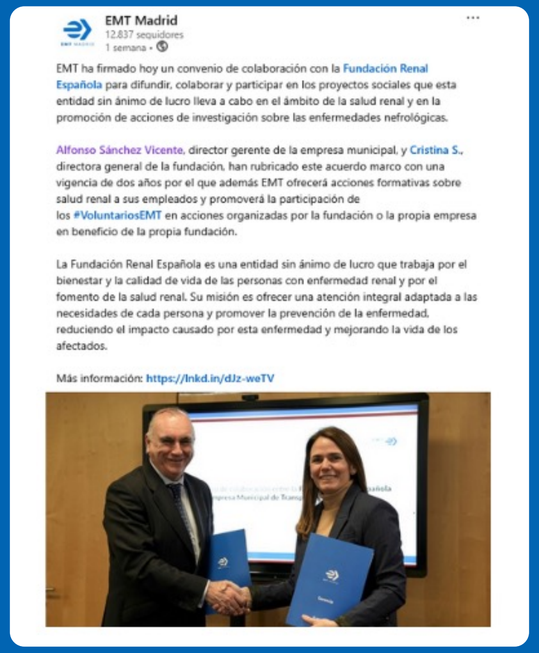
EMT MADRID

Pongamos un ejemplo









En la comunicación de un acuerdo institucional, obviamos la comunicación en Instagram porquesabemos que son publicaciones que no tienen un rendimiento óptimo y que no interesana los miembros de nuestra comunidad

EMT MADRID

Y otro más











En este caso, una información de servicio se adapta a todos los formatos posibles, con card en Twitter, post en Facebook, adaptación a story vertical en Instagram y creatividad + texto y enlace en Whatsapp.
En LinkedIn se descarta su publicación.

EMT MADRID

En resumen,

Información útil

+

Contenido atractivo gráfico y audiovisual que atrae y fideliza

+

Escucha constante para detectar qué necesita nuestra comunidad

+

Análisis para localizar los mejores contenidos y explotarlos

EMT MADRID

Gracias

