

Capítulo 14

Analítica social

Preguntas

1. ¿Cuál de las siguientes corresponde a una de las métricas más usadas para realizar el análisis de sitios Web?
 - a. Seguidores.
 - b. Fuentes de tráfico.
 - c. Alcance potencial.
2. Una vez que se definen las métricas para un medio social, ¿qué debe medirse?
 - a. El retorno de los medios sociales.
 - b. La cantidad de seguidores.
 - c. La circulación de videos.
3. ¿Cuál de las siguientes no corresponde a una característica de un KPI?
 - a. Autorizar acciones.
 - b. Mostrar el objetivo de la organización.
 - c. Conocer el número de conversaciones generadas por los usuarios.
4. ¿Cuál de las siguientes es una herramienta global reconocida?
 - a. Piwick.
 - b. Radian6.
 - c. JAWStats.
5. ¿Cuál es la red social de video por excelencia?
 - a. Instagram.
 - b. Vine.
 - c. YouTube.

6. ¿En qué año comenzó a funcionar, en forma definitiva, la herramienta de estadística propia de Twitter?
 - a. 2013.
 - b. 2010.
 - c. 2012.

7. ¿Qué herramienta de análisis de Google es la que se usa por excelencia?
 - a. Google Social.
 - b. Piwick.
 - c. Google Analytics.

8. ¿Qué herramienta de analítica Web social posee dos componentes fundamentales?
 - a. Statcounter.
 - b. Woopra Analytics.
 - c. MochiBot.

9. ¿Qué herramienta es la más conocida para analizar la influencia del usuario en los medios sociales?
 - a. Klout.
 - b. Kred.
 - c. PeerIndex.

10. ¿Qué herramienta de Facebook realiza el seguimiento de tendencias de lo que se publica en perfiles, grupos y muros?
 - a. Open Facebook.
 - b. Conversocial.
 - c. Facebook Lexicon.