



Global Argentina Brasil Chile Colombia Ecuador España México Panamá Perú

Portugal República Dominicana

Brand Journalism

Digital Identity

Active Listening

Digital Transformation

Digital Index Portugal 2017: Rumor à liderança digital em Portugal

By Marlene Gaspar • on Quinta, 29 de Junho de 2017 • in Transformação Digital



Tweets

Informamos que, en la última hora, se han publicado desde este perfil algunos mensajes completamente ajenos a esta...

twitter.com/i/web/status/12566

This week on [#IDEASLLYC](#) [@jorloza](#) and [@lguerrica](#) analyze the role that

Posição	Marca	Relevância	Influência	Sentimento	Total
1º	MEO	45	61	65	171
2º	Worten	35	52	65	152
3º	Fnac	45	47	58	150
4º	Vodafone	42	49	56	147
5º	NOS	47	41	55	143
6º	Pestana Hotels	27	40	74	141
7º	Super Bock	19	55	62	136
8º	Ikea	30	47	58	135
9º	Vila Galé	29	35	69	133
10º	TAP	9	60	61	130
11º	Peugeot Citroën	36	22	69	127
12º	EDP	45	22	57	124
12º	Santander Totta	13	48	63	124
13º	Volkswagen	37	35	51	123
14º	Sumol Compal	12	36	63	111
14º	Zara	22	23	66	111
15º	BPI	22	31	56	109
15º	Fidelidade	34	16	59	109
16º	Audi	7	38	63	108
17º	Sagres	17	18	60	95
18º	Repsol	7	24	63	94
19º	Delta	8	17	62	87
20º	Liberty Seguros	9	15	62	86
21º	Galp	16	9	53	78
22º	Endesa	21	1	52	74

A transformação digital da comunicação significa colocar as pessoas, agora com mais poder devido aos media sociais, no centro da tomada de decisões que afetam a reputação de marca. Durante vários anos, o debate sobre a transformação digital foi sempre feito numa perspetiva unicamente tecnológica, mas com o tempo percebemos que a tecnologia por si só não conseguia modificar comportamentos nos grupos de interesse. E à medida que o fenómeno digital cresceu, tornou-se mais evidente a **importância da comunicação como agente transformador**.

Neste estudo, a LLORENTE & CUENCA decidiu, a partir de um modelo de referência em métricas de Comunicação baseado no [Integrated Assessment Framework da AMEC](#) (Association of Measurement and Evaluation of Communication), criar a primeira edição do *ranking* de marcas digitais (*Digital Index*), que agora publicamos em Portugal.

Como devemos enfrentar esta Transformação Digital?

O objetivo de liderar a comunicação digital supõe alcançar as três metas definidas na metodologia deste estudo Digital Index:

- Posicionar mais conteúdos próprios do que a concorrência nas redes sociais e indexá-los nos motores de busca num contexto digital saturado de ruído (**Relevância**).
- Gerar mais interações nos seguidores a partir das redes sociais (**Influência**) em comparação com a concorrência

private capital will have in M&A markets post...
twitter.com/i/web/status/12561.

Time passes slowly, but by keeping out distance, we're creeping closer and closer...
#OneDayLess. We can do this!...
twitter.com/i/web/status/12561.

O tempo pode passar devagar, mas, mantendo a distância, estamos sempre cada vez mais próximos...
 ¡Força, pois...
twitter.com/i/web/status/12561.

El tiempo pasa despacio, pero, manteniendo las distancias, ya nos vamos acercando... ¡Ánimo que **#yaquedamenos!**...
twitter.com/i/web/status/12561.

num contexto onde os indivíduos têm cada vez mais poder.

- Ter o melhor balanço possível entre menções positivas e negativas nos contextos digitais (**Sentimento**) num mundo hipertransparente.

Para este estudo, seleccionámos **25 das maiores marcas/empresas dos principais setores de negócio em Portugal**, tendo como base um critério de faturação (**Fonte**: Exame 500 Maiores & Melhores Empresas de Portugal 2016) e de notoriedade.

Algumas conclusões do primeiro Digital Index em Portugal:

- MEO, Worten e Fnac lideram o *ranking* da comunicação digital em Portugal, baseada na combinação dos três indicadores da Transformação Digital (Liderança)
- Setores das Telecomunicações e Retalho conseguem as melhores pontuações. Setor Energia, por outro lado, fecha o *ranking* com a pior posição em termos de Liderança.
- NOS seria a marca mais relevante pelos seus conteúdos nas redes e nos motores de busca.
- A TAP e a Super Bock demonstram uma estratégia focada no relacionamento com os seus seguidores e na construção de comunidades, com pontuações importantes no indicador de Influência.
- O setor do Turismo regista o sentimento mais positivo do estudo, com o Pestana Hotels como líder deste indicador.

Como consigo o estudo Digital Index Portugal 2017?

Os resultados da análise desta primeira edição do Digital Index Portugal 2017 apresentam mais informações sobre cada uma das métricas do estudo, para além de detalhar os vários setores e marcas analisados. **Caso esteja interessado em receber uma cópia (PDF) no seu e-mail, subscreva a nossa newsletter do blog da Comunicação Digital: [Inscreva-se já](#).**



Marlene Gaspar é Diretora de Clientes na LLORENTE & CUENCA Lisboa. É licenciada em Relações Públicas e Publicidade pelo INP e Pós-Graduada em Marketing e Negócios Internacionais pelo INDEG-ISCTE.

(R)evolucione sua Comunicação

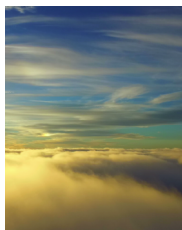
Te ajudaremos a superar os desafios da transformação digital

Comece agora

Soluções



Relatório
Anual



Ideias



Revista
UNO



Fundação



Prêmios



Notícias



Desafios



O escritório de
LLORENTE &
CUENCA mais
próximo



Lagasca, 88 - planta
3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

ver +

93.705
seguidores

10.070 gostos

25.768
seguidores

