

TWITTER IS WHAT´S HAPPENING

#MKTDeporte

is happening.


OLED
LG
MOËT
PREMIOS
GOYA
32
rtve







Standard
Chartered

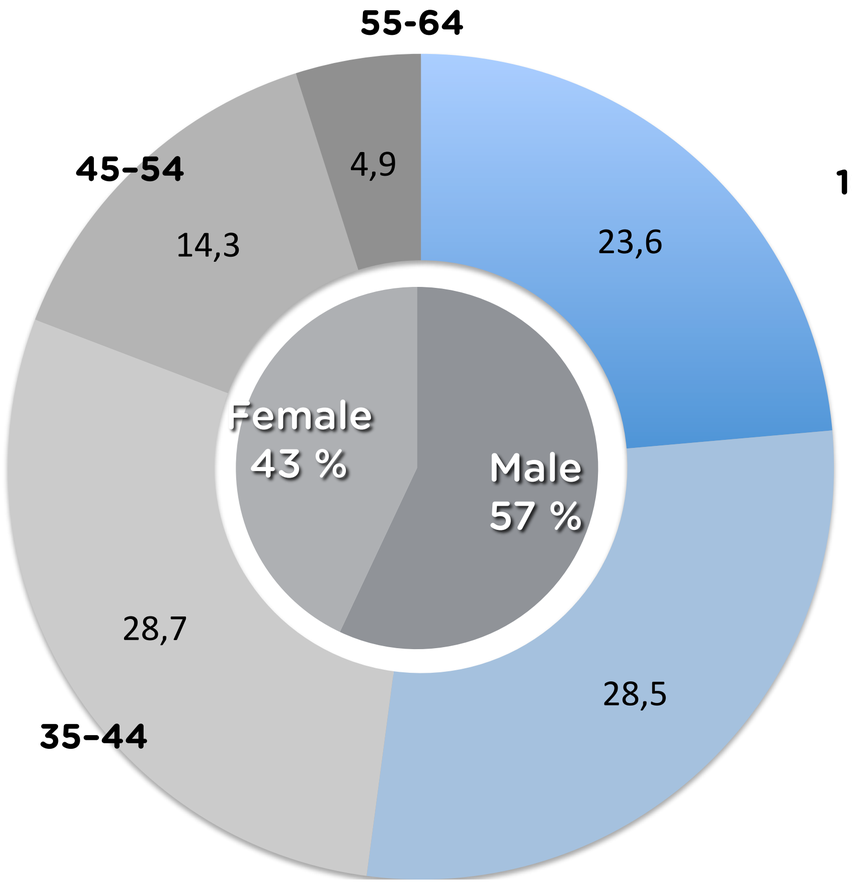
BIG
DATA








#MILLENNIALS son mayoría en Twitter

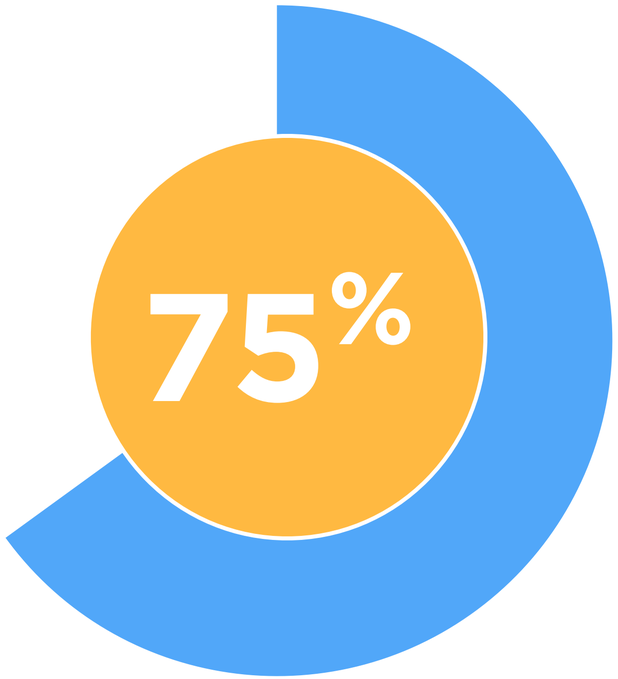


52% de Twitter users son millennials (edades 16-34)



Source: Global Web Index_

#MILLENNIALS y son los usuarios más activos



DE USUARIOS MILLENNIALS DE TWITTER EN ESPAÑA ACCEDEN TODOS LOS DÍAS

COMPARADO CON EL 68% DE MEDIA DE USUARIOS ESPAÑOLES

Source: Global Web Index_


Keep Twitter safe
Make it easier to use
See what's happening

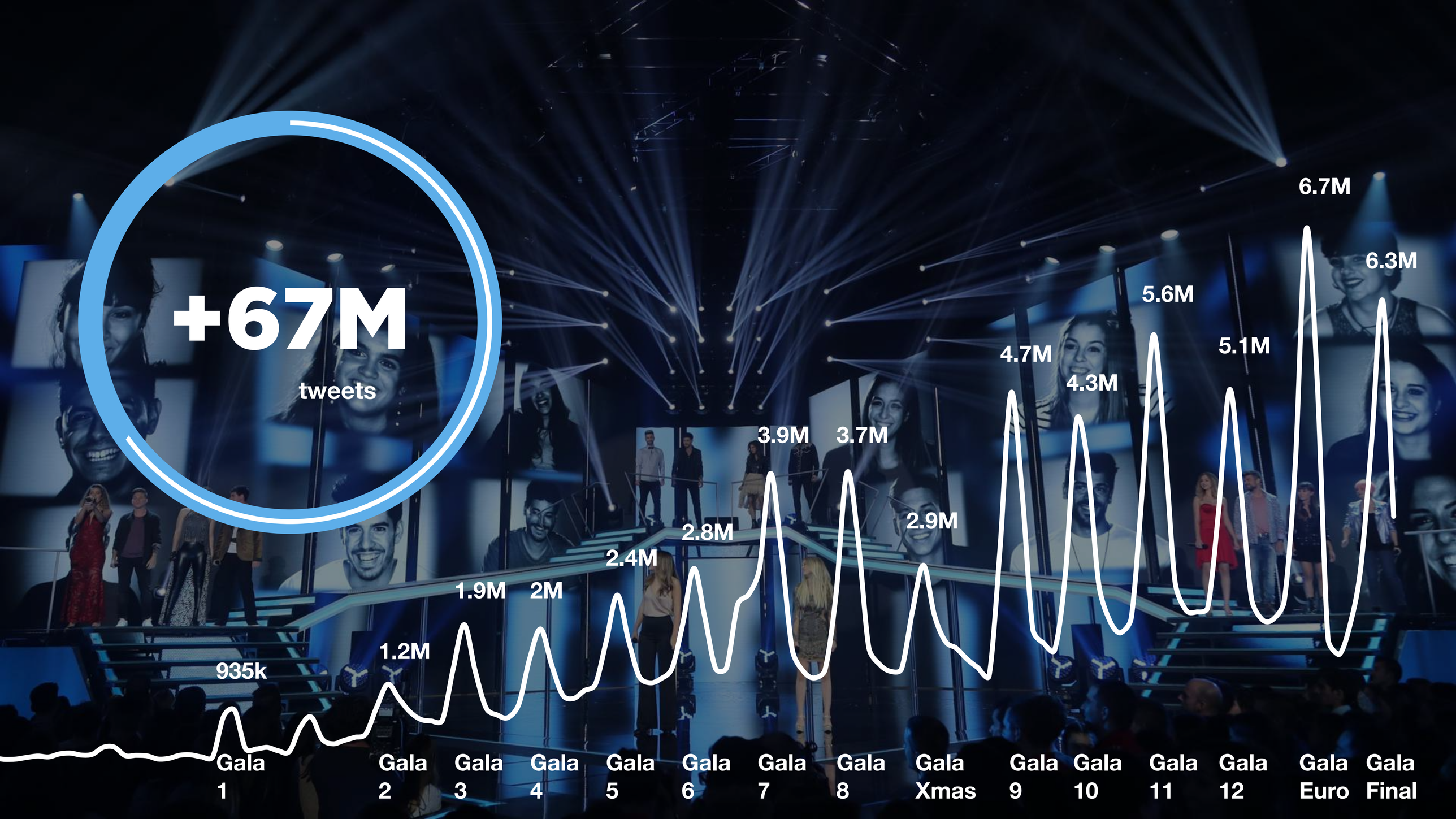
- Keep Twitter safe
- Make it easier to use
- **See what's happening**



+980K

#OTFinal

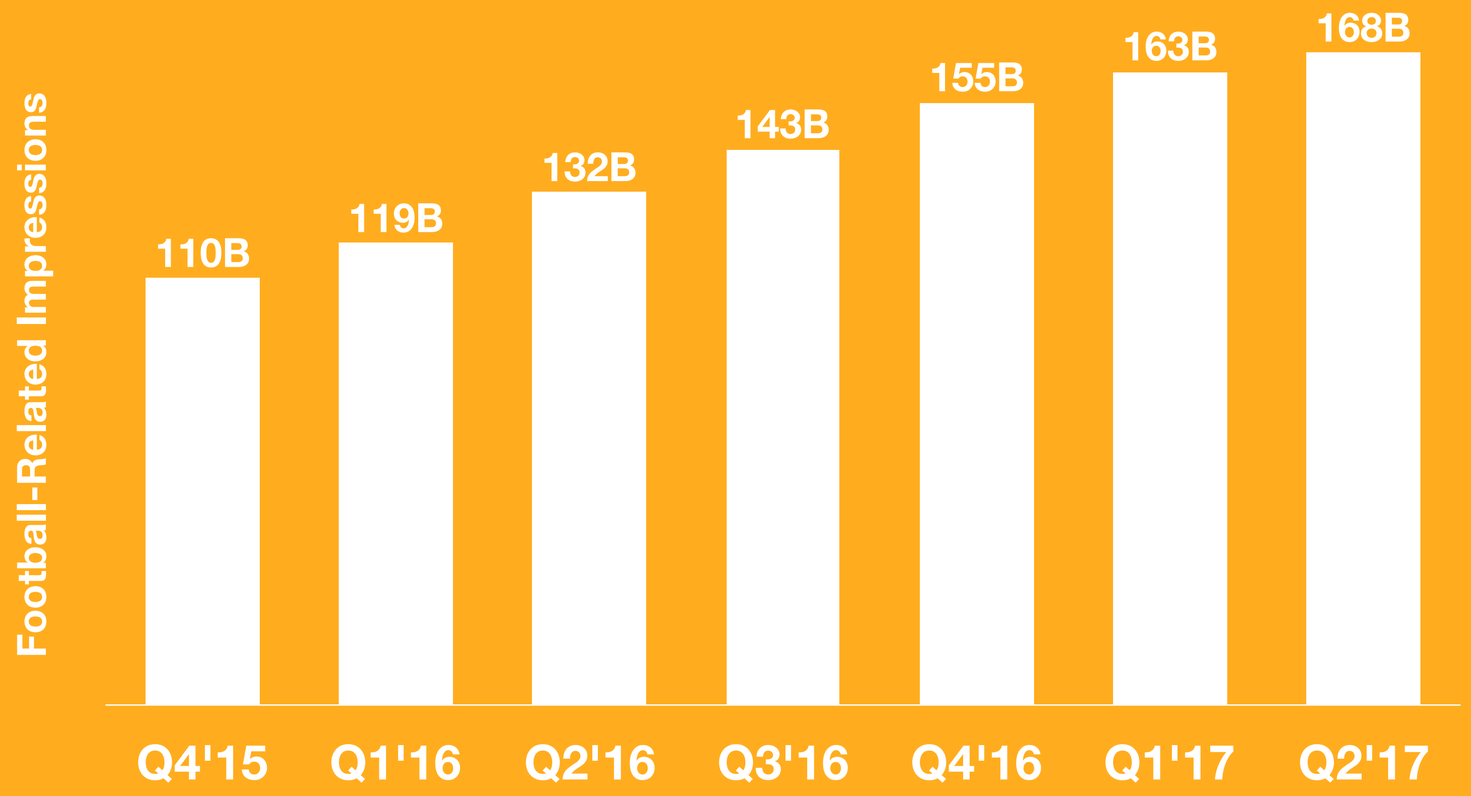
Fuente — Twitter Internal, 3-6 Feb


+67M
tweets
935k
1.2M
1.9M
2M
2.4M
2.8M
3.9M
3.7M
2.9M
4.7M
4.3M
5.6M
5.1M
6.7M
6.3M
Gala 1
Gala 2
Gala 3
Gala 4
Gala 5
Gala 6
Gala 7
Gala 8
Gala Xmas
Gala 9
Gala 10
Gala 11
Gala 12
Gala Euro
Gala Final

- Keep Twitter safe
- Make it easier to use
- **See what's happening**



El interés por los deportes en Twitter sigue creciendo



Fuente - Twitter Internal

Y se dispara cuando más importa.

	2016 Quarter Finals	2016 Semi Finals	2016 Final	COPA AMERICA CENTENARIO USA 2016	EURO2016 FRANCE	Rio 2016 Soccer Tournament
Semana previa	8%	6%	6%	1%	2%	1%
Durante el Torneo	74%	83%	86%	63%	94%	89%
Semana siguiente	17%	11%	8%	36%	4%	10%

Fuente - Global, Twitter Internal. Porcentaje de Tweets generados en las distintas fases.

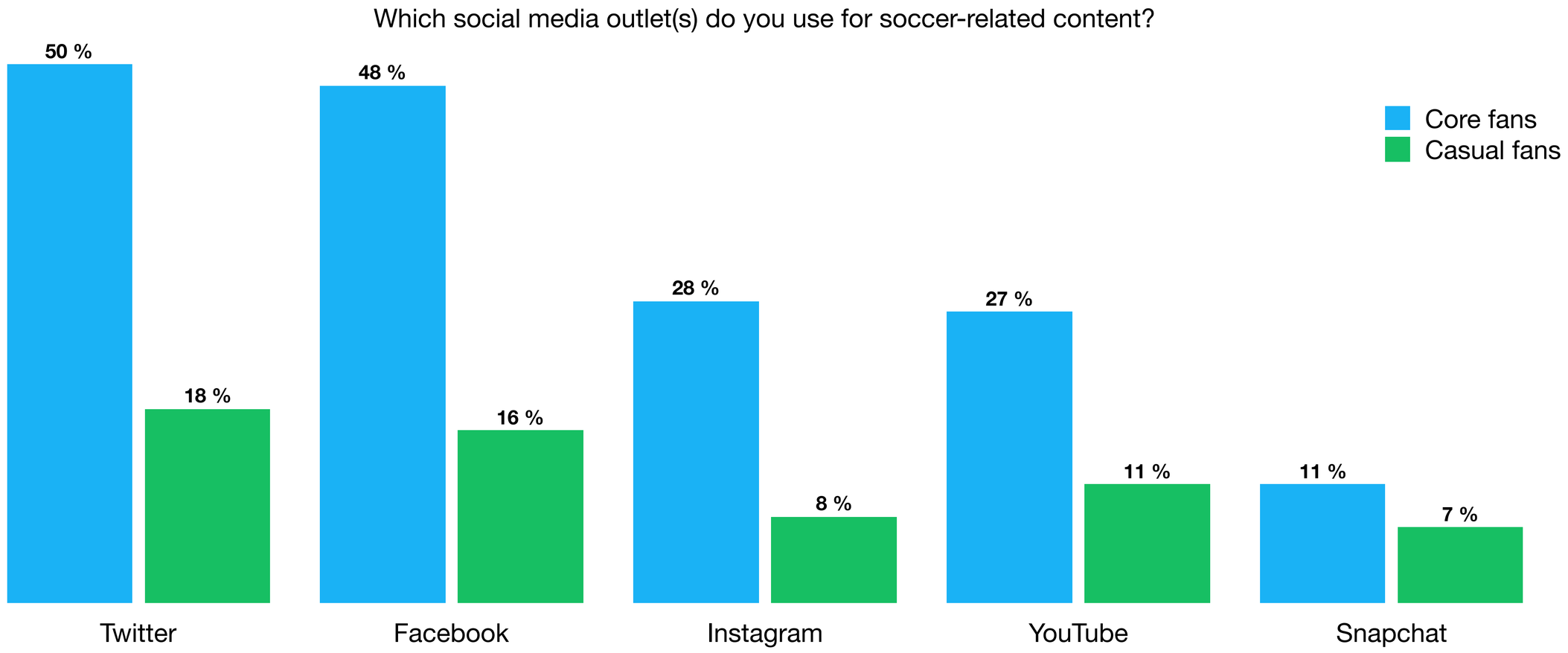
672M

Tweets durante FIFA World Cup 2014

Fuente - Twitter Internal


The Home of
#Live

Los aficionados utilizan más Twitter vs. otras plataformas cuando se trata de fútbol

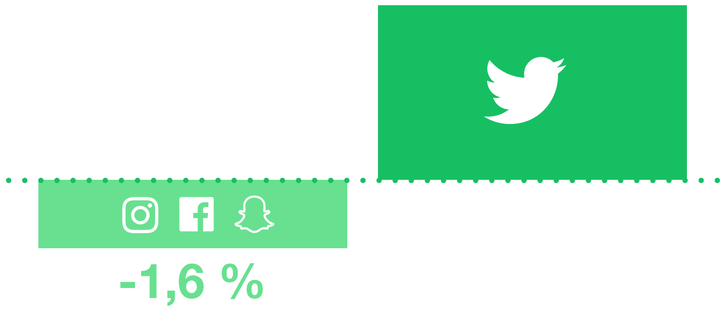


Fuente — Twitter Insiders; 'GOOOOOOOOOAL!' n=293 Twitter users who are fans of soccer (102 core, 181 casual); T2B

La gente entra en Twitter durante los eventos en directo y pasan más tiempo en la plataforma

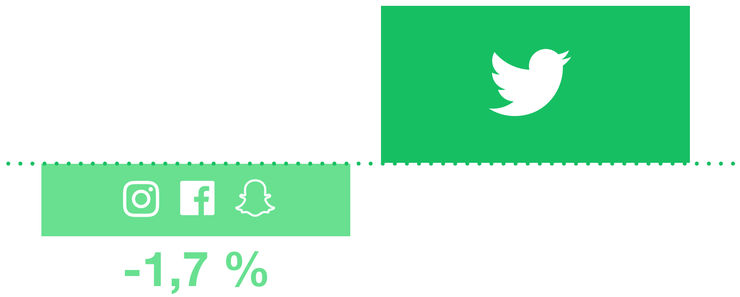
+4.1%

más visitantes únicos
(event day/time vs. prior 3 weeks)



+3.7%

más minutos empleados
(event day/time vs. prior 3 weeks)



Fuente — Custom Daypart Analysis, comScore Media Metrix & Mobile Metrix (Event vs. average of 3 weeks prior during same day of week & airing time vs other social platforms)
Data from US, UK, Brazil; events include 2016 Olympics Opening Ceremony, Super Bowl 51, 2017 Academy Awards, Eurovision 2017, The Voice (UK) Finale 2017, UAEF/UCL Finals

*Live stream mocks are subject to change

#GoLive



#WASvsNYG

Top Tweets | All Tweets

Balint Dani @Balint_D94
WHAT ON EARTH!? OBJ ISN'T HUMAN. Sick catch! That was almost better compared to last year. #WasVsNYG #Unbelievable

Scott Smith @KLOVEscott
WOW!! Just witnessed @OBJ_3 make #TheCatchTwo !! The dude is unbelievable!! #WasVsNYG

Ben Waring @Benw1979
Odell Beckham are you kidding me??? Someone needs to check his gloves for glue!! What a catch!
#WasVsNYG

#TwitterLive

La gente entra en Twitter durante los eventos en directo por dos razones

1 Consigue que los eventos sean más emocionantes y participativos.



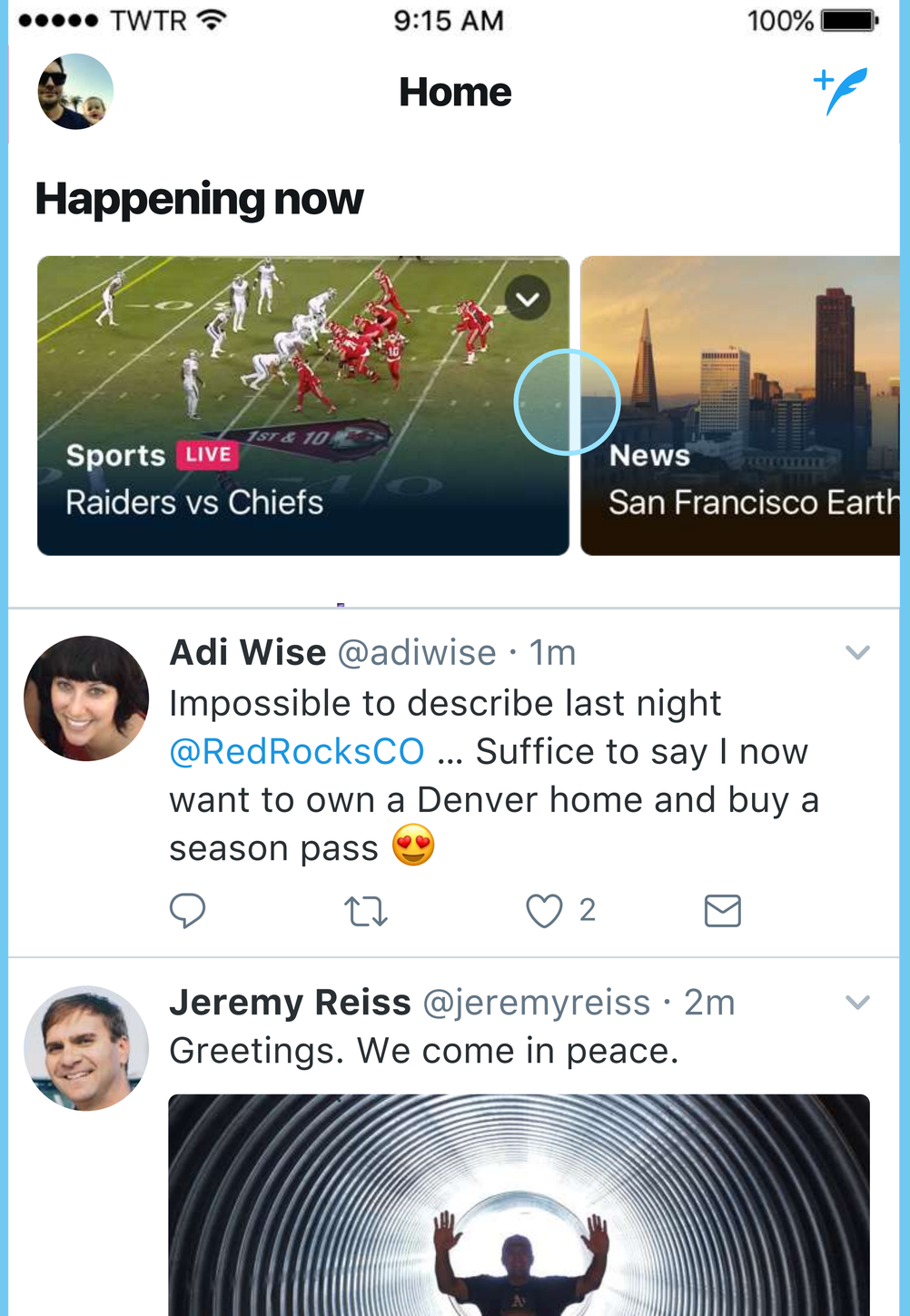
Fuente — NeuroInsight for Twitter, Live Event NeuroInsight, August 2017, *Twitter + TV: event on screen

2 Permite a los usuarios conectar con contenido relevante cuando no están viendo la TV.

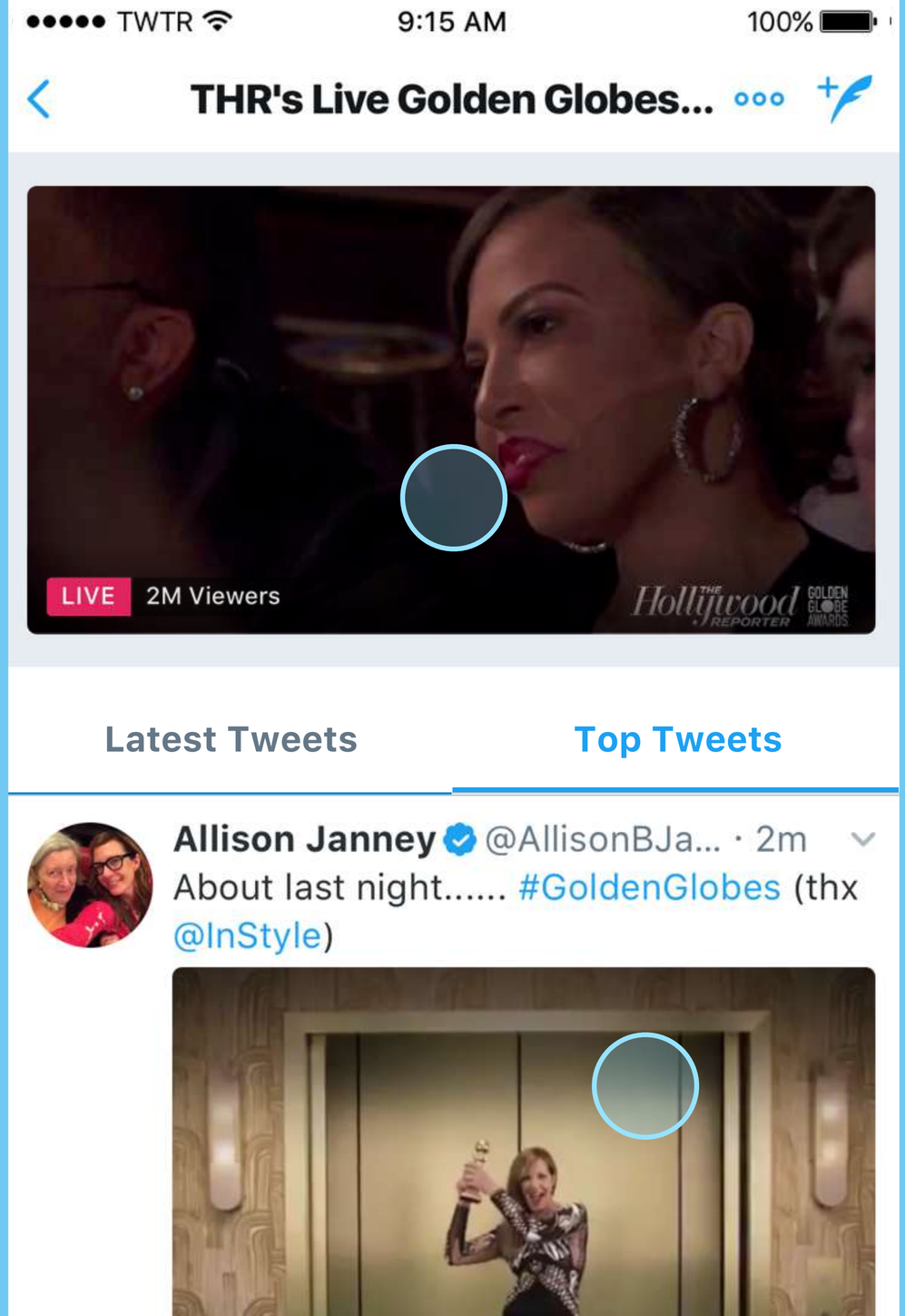


Fuente — NeuroInsight for Twitter, Live Event NeuroInsight, August 2017, *Twitter + TV: event on screen

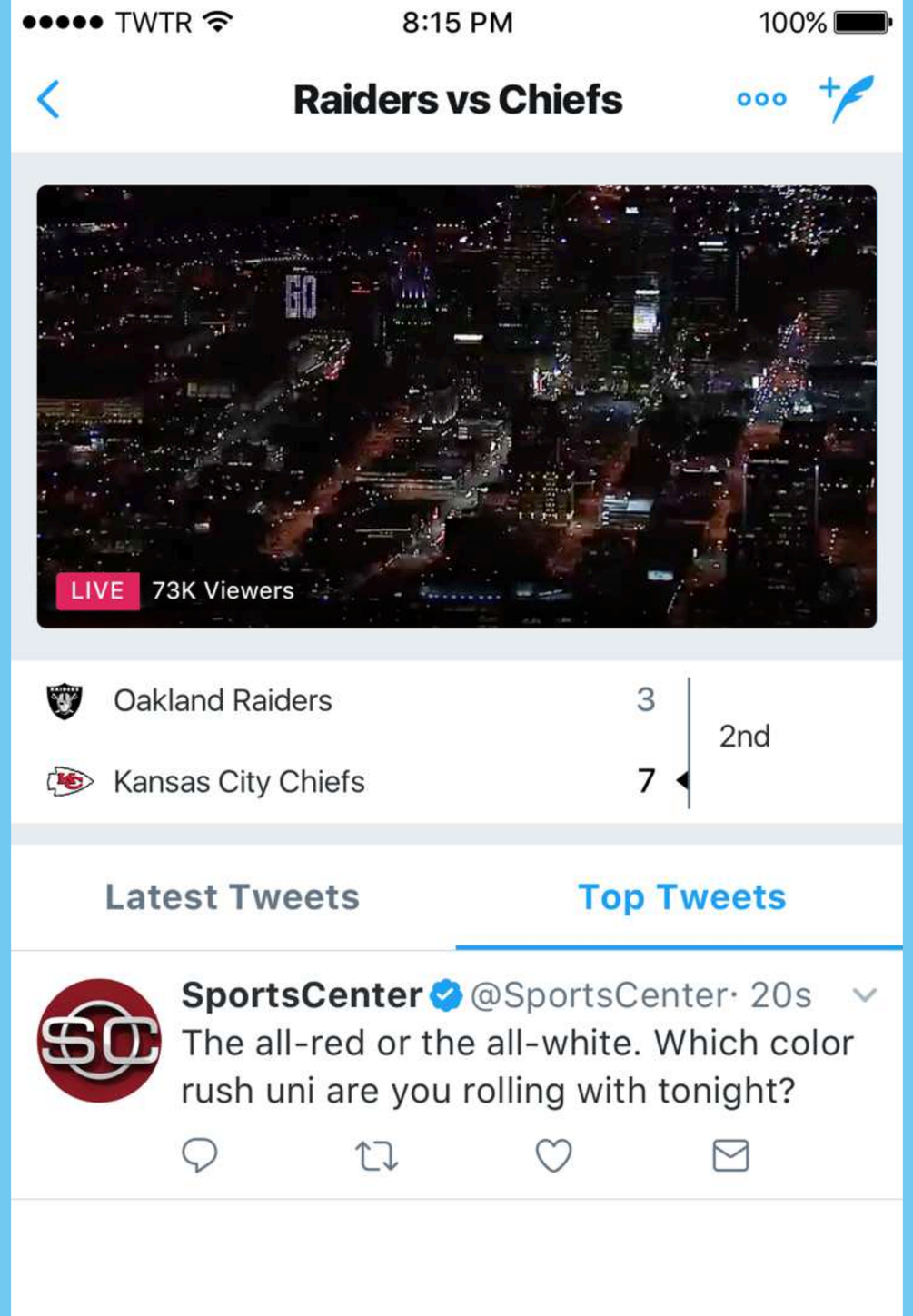
- Keep Twitter safe
- Make it easier to use
- **See what's happening**



- Keep Twitter safe
- Make it easier to use
- **See what's happening**



- Keep Twitter safe
- Make it easier to use
- **See what's happening**



#LaVuelta #WEC #LoveIsland #CBB #World

eSports #FashionWeek #GBBO #SixNations

#TheAshes #PopBuzz #WinterOlympics #NY

bleTV #Pogba #Netflix #Eurovision #MOBOs

#KoreaDad #WWE #TicToc #Ronaldo #Beyo

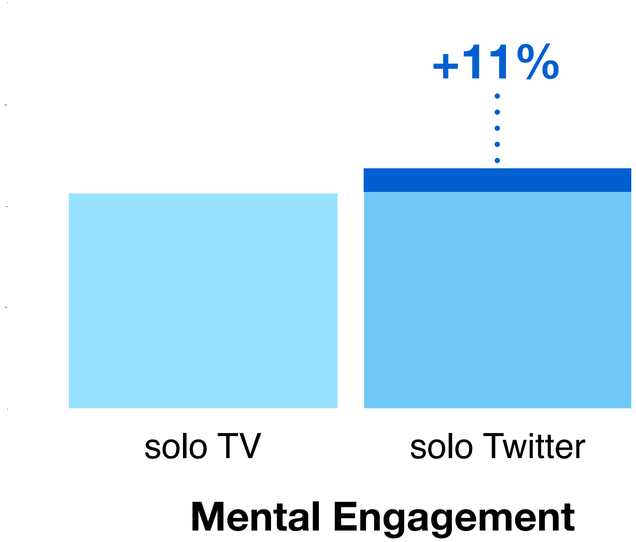
ue #UFC #StarWars #BreakingNews #VMAs

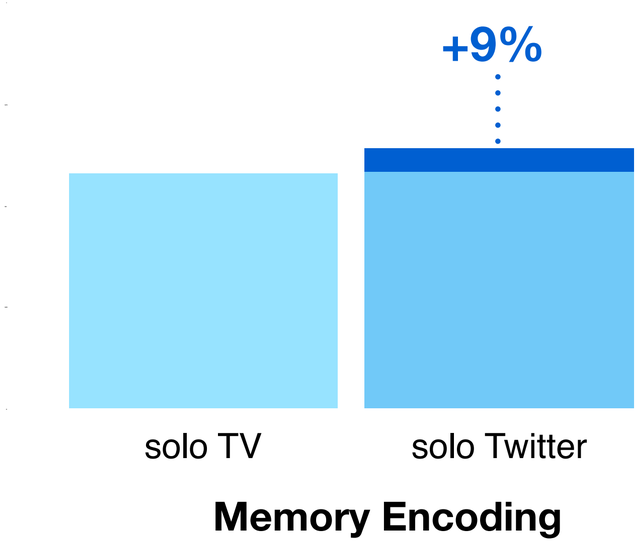
Be What's Happening



Twitter aumenta el impacto de tu publicidad

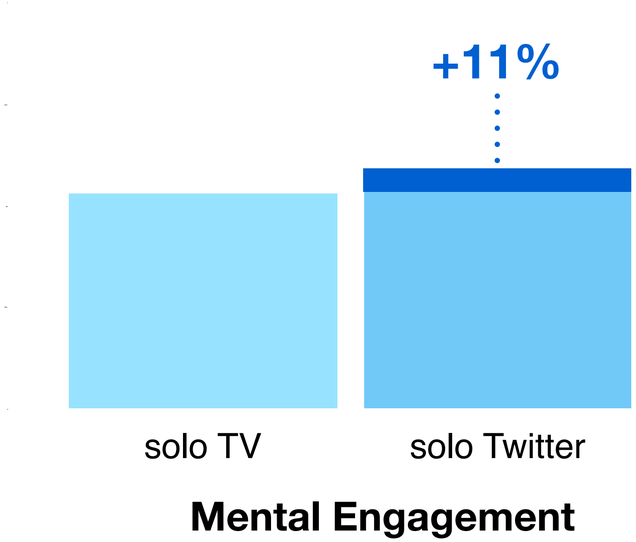
La publicidad en Twitter durante eventos en directo es más efectiva que la publicidad en TV



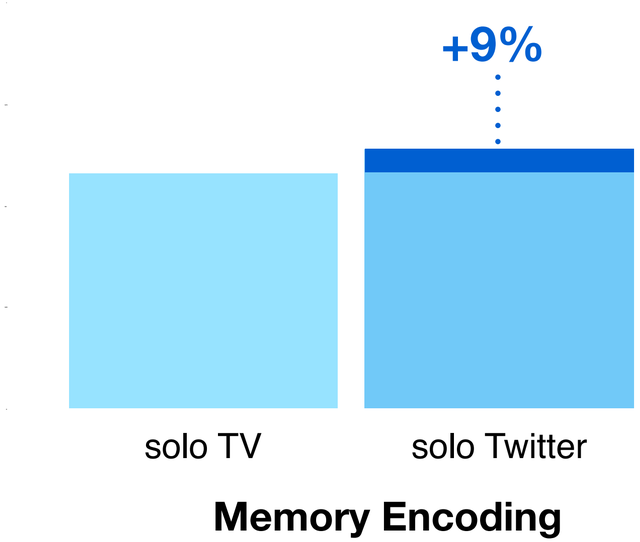


Fuente — NeuroInsight for Twitter, Live Event NeuroInsight, August 2017, *Twitter + TV: event on screen

La publicidad en Twitter genera mayor impacto entre aquellos que siguen el evento en Twitter y en TV



Mental Engagement



Memory Encoding

Fuente — NeuroInsight for Twitter, Live Event NeuroInsight, August 2017, *Twitter + TV: event on screen

PyeongChang 2018

TOYOTA



#CarrefourConLaVuelta



Algunos Datos Globales

- Sólo en Q4 2017 hemos retransmitido + de 1.140 eventos en directo, 60% a una audiencia global.
- Desde que comenzó 2018 hemos anunciado más de 20 acuerdos de contenidos de vídeo en directo desde el Mundial a eventos como la Liga Universitaria de Basket.
- NFL : 70% de audiencia de Live Stream < 35 años.
- ESL : 10.3M de “viewers” en Twitter, de 13M total digital.


#Gracias