

Decathlon Dinamización Febrero



AGENDA

- 01 ● Overview
- 02 ● Análisis de Contenido
- 03 ● Next Steps
- 04 ● Anexos

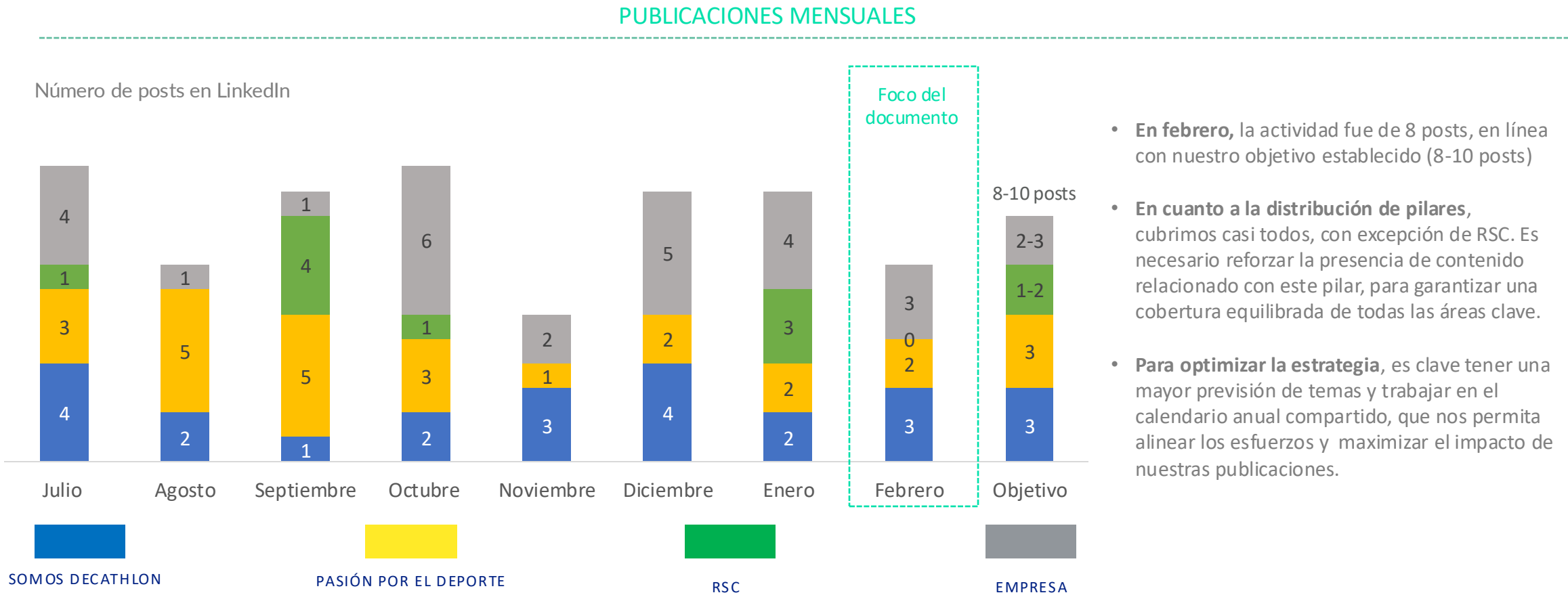
Resumen ejecutivo

Mantenemos ritmo de publicación en línea con el objetivo

- **General:** En enero publicamos **8 posts distribuidos** en los pilares de Empresa (3), Pasión por el Deporte (2) y Somos Decathlon (3). Un mes que ha estado relativamente equilibrado, con excepción de que no hubo publicaciones relacionadas con RSC.
- **Contenido:** Durante este mes, **resaltamos hitos clave** como el testimonio de Fran, la formación WomenUp 2025, Merco Talento España, KIRPUN 42 House, la experiencia de colaboradores en ASG2R La Mondiale, el anuncio del proveedor de la Federación Española de Deportes con Personas con Discapacidad, el Día de San Valentín y la inauguración de Alfafar.
- **Principales KPIs:** Las impresiones registraron una disminución con respecto al mes anterior (82,4k frente a 99,6k en diciembre), debido a la publicación de 3 posts menos. Sin embargo, **el número de impresiones por post aumentó** (10.309 frente a 9.057 en enero), lo que refleja un alcance positivo y más efectivo de nuestras publicaciones. Además, seguimos manteniendo un excelente Engagement Rate, **alcanzando una media del 13,80%**, lo que supone un incremento del 0,9% respecto al mes anterior. Este buen desempeño fue impulsado por el relanzamiento de Alfafar, el testimonio de Fran y WomenUp.

La distribución de los posts

De acuerdo a los pilares de contenido



- **En febrero**, la actividad fue de 8 posts, en línea con nuestro objetivo establecido (8-10 posts)
- **En cuanto a la distribución de pilares**, cubrimos casi todos, con excepción de RSC. Es necesario reforzar la presencia de contenido relacionado con este pilar, para garantizar una cobertura equilibrada de todas las áreas clave.
- **Para optimizar la estrategia**, es clave tener una mayor previsión de temas y trabajar en el calendario anual compartido, que nos permita alinear los esfuerzos y maximizar el impacto de nuestras publicaciones.



01. Overview

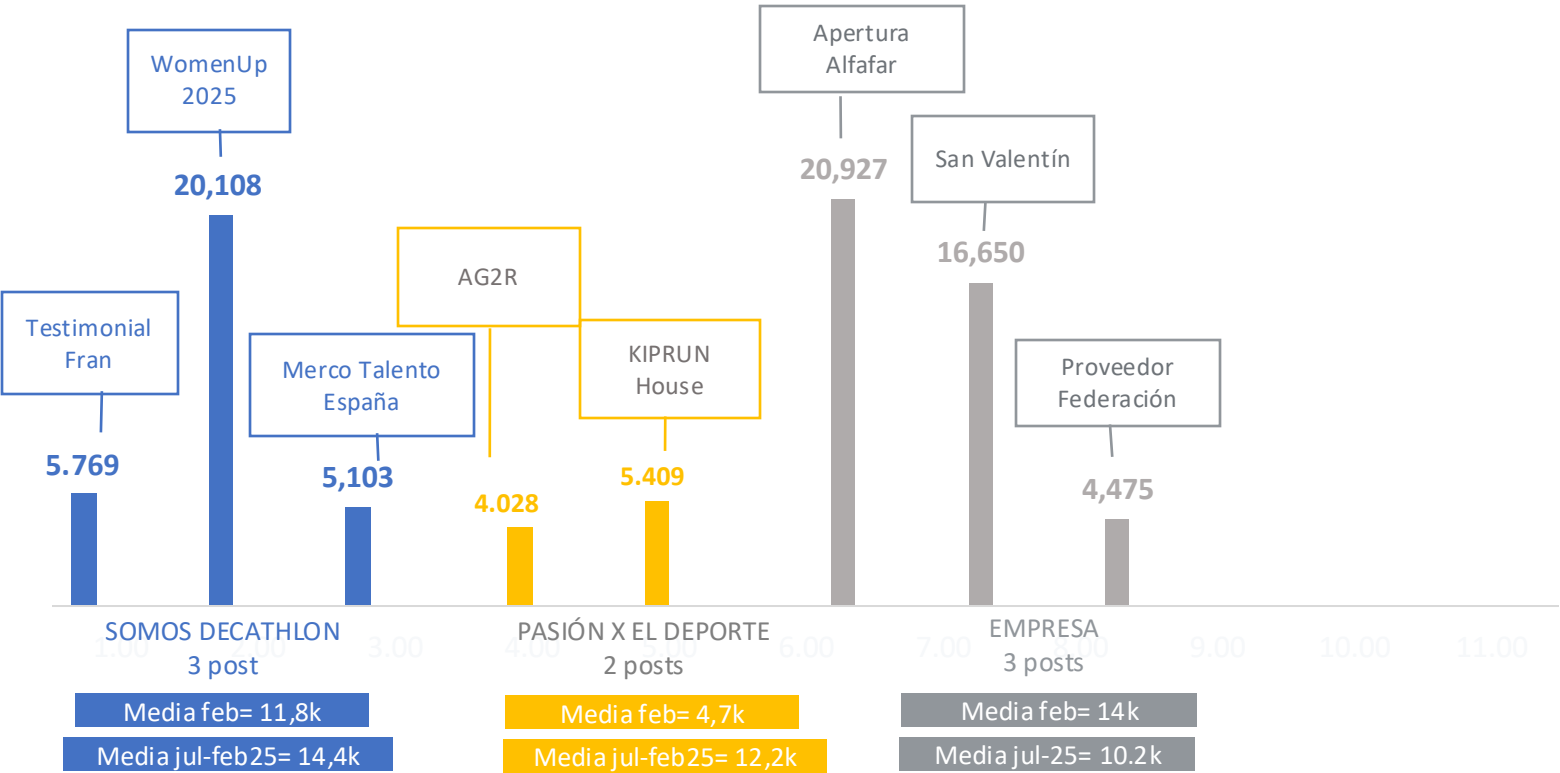
Destaca el post de WomenUp y Alfafar

Teniendo en común el enfoque en nuestros colaboradores

Impresiones por post (#)

Media Jul23-Jun24 = 11.4k

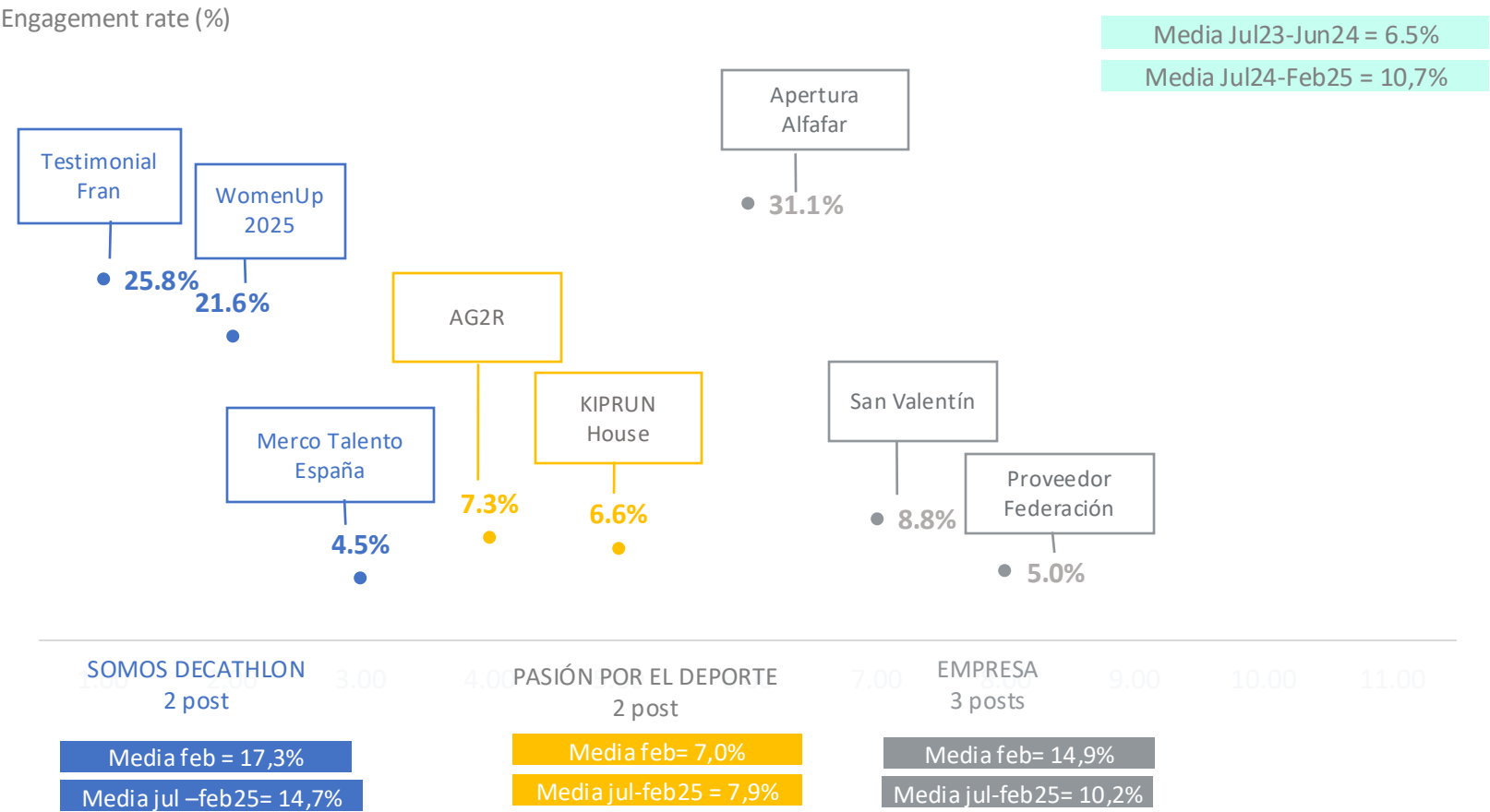
Media Jul24-Feb25 = 11.6k



- **Somos Decathlon:** la formación de WomenUp obtuvo la mayor cantidad de impresiones, destacado por el talento y liderazgo femenino de las colaboradoras.
- **Pasión por el Deporte:** el aniversario sobre KIPRUN 42, ha sido el post que más impresiones ha obtenido. Además de contar con un documental exclusivo para celebrar este hito.
- **Empresa:** La reapertura de Alfafar fue el post con mayor alcance, seguido por el vídeo de San Valentín, el cual destacó como un hito al haber sido creado como parte de un Digital Day con foco en colaboradores.

Hemos superado el ER/post medio

En los pilares de Somos Decathlon y Empresa



- **Somos Decathlon:** El post sobre el testimonio de Fran fue el que generó el mayor Engagement Rate, impulsado por el formato carrusel, que permitió una mayor interacción con los usuarios.
- **Pasión por el Deporte:** superó ligeramente a KIPRUN House en cuanto a interacciones, destacando especialmente la experiencia única de los colaboradores con el equipo profesional de ciclismo.
- **Empresa:** La reapertura de Alfapar también destacó como el post con mayor ER, registrando una excelente interacción y conexión por parte de la audiencia.



02. Análisis de Contenido

Análisis por pilar de contenido

El pilar Empresa tiene los mejores resultados de impresiones/post

KPIs	SOMOS DECATHLON	PASIÓN POR EL DEPORTE	EMPRESA	TOTAL
Posts	3	2	3	8
Impresiones	30.980	9.437	42.052	82.469
Impresiones /post	10.327	4.719	14.017	10.309
Reacciones	565	655	967	1.737
Engagement Rate	17,3%	7,0%	14,9%	13,8%
Video Views	N/A	3.945	9.332	13.277
Interacciones	6.067	655	2.413	14.912

ANÁLISIS

- Somos Decathlon:** es el pilar que logró el mejor ER, destacando la relevancia del contenido “humano” y el interés por temas relacionados con talento.
- Empresa:** Ocupa el segundo lugar en ER, superando la media del **pilar (10,2% entre julio y febrero de 2025)** y el segundo mejor en impresiones/post, impulsado por hitos locales como Alfafar y San Valentín.
- Pasión Por el Deporte:** El pilar ha sido protagonizado por dos vídeos: el de AG2R, centrado en colaboradores, y el hito global de KIPRUN House. Para mejorar los resultados, se recomienda usar más formatos variados.

Los mejores posts de este mes

Por alcance

EMPRESA



Impresiones: 20.927
Tasa interacción: 31,1%
Reacciones: 591
Interacciones: 6.511

SOMOS DECATHLON



Impresiones: 20.198
Tasa interacción: 21,6%
Reacciones: 389
Interacciones: 4.353

ANÁLISIS

- **Reapertura Alfara:** Es la publicación líder del pilar Empresa debido a la relevancia de un tema tan importante sobre la reapertura de una tienda después de la Dana y con la nueva identidad.
- **Reunión de WomenUp:** Es la segunda mejor publicación de alcance, destacando a 20 mujeres de Decathlon con alto potencial de liderazgo, un contenido que generó mucho interés por la audiencia y colaboradores.

Los mejores posts de este mes

Por engagement rate

EMPRESA



Impresiones: 20.927
Tasa interacción: 31,1%
Reacciones: 591
Interacciones: 6.511

PASIÓN POR EL DEPORTE



Impresiones: 10.327
Tasa interacción: 20,1%
Reacciones: 64
Interacciones: 1.486

ANÁLISIS

- **Reapertura Alfafar:** Parte del éxito de este post, es el tipo de formato utilizado, que pone a los colaboradores en el centro y conecta mucho con las personas.
- **Testimonial Fran:** Ha sido el segundo mejor post, sería ideal comenzar a enfocar testimoniales de talento a otras categorías como movilidad internacional, movilidad de tienda/logística a áreas centrales. oportunidades de carrera después de becas.

Los posts que están

por debajo de la media de ER y alcance

POR IMPRESIONES

PASIÓN POR EL DEPORTE



Impresiones: 4,028
Tasa interacción: 7,3%
Media jul-feb25: 12,2K
Media ER formato jul-feb25: 6.6%
Reacciones: 77
Interacciones: 296

POR ENGAGEMENT

SOMOS DECATHLON



Impresiones: 5.103
Tasa interacción: 4,5%
Media jul-feb25: 14,4k
Media ER formato jul-feb25: 5,8%
Reacciones: 112
Interacciones: 296

ANÁLISIS

- Experiencia colaboradores AG2R: Este post está por debajo de la media en impresiones y en la tasa de engagement (ER) del formato, lo que indica que podemos mejorar su alcance y efectividad.
- Noticia Talento Merco: Este post no ha alcanzado los resultados promedio del pilar y tiene una tasa de engagement (ER) inferior a la media del formato.



03. Learnings

Learnings

Para tomar en cuenta para la dinamización

Testimoniales de
Colaboradores

Una temática que suele despertar mucho interés e interacción por parte de la audiencia.

Aprendizaje: mantener y reforzar el contenido desde otras temáticas: becarios, LGBTQ+, diversidad generacional.

Formato de vídeo

Es un formato que está cobrando alta relevancia en el algoritmo.

Aprendizaje: Intentar que con hitos locales y globales sean narrados por colaboradores en 1ª persona. Y contando sus experiencias.

Planificación y visibilidad
en RSC

Para poder mejorar el rendimiento y resultados de este pilar, conviene tener una visión anual de los hitos locales y globales.

Aprendizaje: Impulsar un mix de formatos que puedan conectar con la comunidad y generar de interés.

Historias POV

Retomar las historias de concepción de producto

Aprendizaje: Impulsar el esfuerzo y talento de nuestros colaboradores y dar a conocer nuestros productos.



04. Anexo

Posts de Febrero

Principales KPIs alcanzados donde destacan eventos deportivos y aniversarios de tiendas

Fecha	Post	Pilar	Formato	Impresiones	Interacciones	Engagement Rate
04-feb	Testimonial Fran	SOMOS DECATHLON	SLIDER	10.327	1486	25,8%
06-feb	WomenuP 2025	SOMOS DECATHLON	GALERÍA	20.108	4353	21,6%
11-feb	Proveedor Federación Española Discapacidad	EMPRESAS	IMAGEN ESTÁTICA	4.475	222	5,0%
14-feb	Día San Valentín	EMPRESAS	VÍDEO	16.650	1457	8,8%
19-feb	KIPRUN House aniversario	PASIÓN POR EL DEPORTE	VÍDEO	5.409	359	6,6%
21-feb	Apertura Alfafar	EMPRESAS	GALERÍA	20.927	6511	31,1%
21-feb	Merco Talento España	SOMOS DECATHLON	IMAGEN ESTÁTICA	5.103	228	4,5%
28-feb	Experiencia con AG2R La Mondiale	PASIÓN POR EL DEPORTE	VÍDEO	4.028	296	7,3%

Decathlon Dinamización Febrero

