

## Social Analytics

Social Analytics de What About Technologies es una solución Data Discovery basada en KPIs que estudia conjuntamente toda la información generada en Internet, mediante indicadores transversales que comparan la reputación de las cuentas propias y de la competencia y que miden el Retorno de la Inversión de las acciones realizadas.

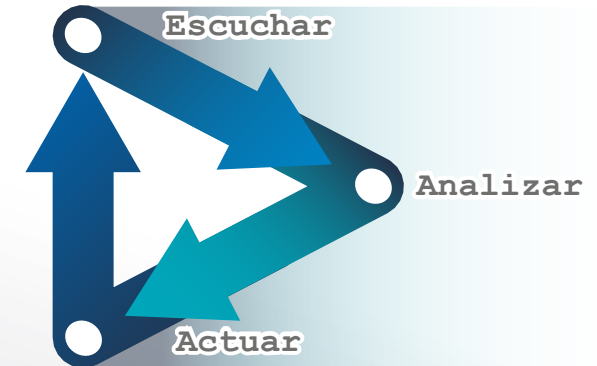
Este producto recoge toda la información referente al cliente, a sus competidores y a las palabras clave definidas, existente en las principales Redes Sociales del mercado, así como en páginas web especializadas, y proporciona tanto resultados agregados a alto nivel, como un acceso al detalle de la información de forma intuitiva, robusta y flexible.

La solución permite focalizar el esfuerzo en el negocio y no en la tecnología, aportando desde el primer día información fiable, en el momento justo, a la persona adecuada.



### Social Analytics tiene como principales objetivos:

- Facilitar el análisis de la actividad realizada en las redes y de la repercusión obtenida
- Optimizar la toma de decisiones estratégicas, mediante el posicionamiento claro la organización entre sus competidores
- Dar a conocer la reputación de la organización en Internet y los temas de interés de los potenciales clientes, para poder llevar a cabo planes de comunicación adecuados y diseñar campañas dirigidas a potenciales clientes
- Reducir notablemente el tiempo y el coste de obtención de información de todas las plataformas existentes en Internet
- Obtener una visión global del negocio, unificando los datos de los clientes/seguidores y estableciendo un CRM Social corporativo
- Aportar a los usuarios la capacidad de realizar sus propios análisis e informes reduciendo notablemente el soporte de IT
- Alineación de los empleados con la política comunicativa de la organización



La solución cuenta con un portal de configuración que permite definir qué información se desea escuchar (cuentas propias y de la competencia, palabras clave, RSS...), así como los parámetros necesarios para calcular el ROI de la inversión realizada en Internet. Tras escuchar la información solicitada, el Cuadro de Mando la presenta de forma unificada y comprensible, para que el usuario la analice y obre en consecuencia interactuando con la comunidad de usuarios de Internet.

Realizamos un seguimiento en:





### Características:

La información presentada por el Cuadro de Mando es la siguiente:

- Actividad en las Redes Sociales: mensajes publicados, amplificación (Retweets, compartir...), adhesión (Likes, Favs, +1...) y respuestas a estos mensajes, número de seguidores, número de menciones, etc.
- Evolución de la actividad e impacto en la comunidad de las campañas realizadas
- Análisis competitivo: posición relativa de la empresa, producto o marca respecto a su competencia
- Reputación en las redes: análisis del sentimiento y gestión de crisis
- Detección de los temas de interés que se relacionan más a menudo con el sector
- Análisis y segmentación del mercado: análisis detallado de los influenciadores con opiniones positivas y negativas, detección del idioma usado y geolocalización de los potenciales clientes y/o de los temas más populares, etc.
- Cálculo del ROI de las acciones realizadas en Internet y comparativa con el ROI de acciones realizadas en medios tradicionales, aplicando la Teoría de Costes Equivalentes
- Monitorización de los comentarios e identificación de las menciones recibidas