

Propuesta para Data Intelligence

Justificación:

Para que el departamento que se supone debe ser el más avanzado de todo Newlink (y que debe liderar la innovación para los demás departamentos) se mantenga en desarrollo y sin estancarse es necesario dedicar tiempo para la investigación, estudio, propuesta e implementación de mejoras, primero internas y luego externas al departamento.

¿Cómo lo lograremos?

Se pueden dedicar al menos 30-40 minutos por día donde se usen 4 de estos días para estudio, investigación y pruebas de posibles mejoras, y 1 día a la semana se use ese tiempo para presentar en una reunión al menos 1 propuesta que beneficie la firma.

Mis propuestas:

1. DataIntel Web:

Basado en una plataforma web que permita realizar todo lo que se hace en el departamento de una manera más eficiente y avanzada donde todo esté centralizado (al estilo, y con obvia inspiración, de la plataforma de MW).

- Esta plataforma podría usarse para cargar data de todos los clientes con la clasificación que da Meltwater y el tratamiento de datos automatizado que hemos estado utilizando. Gracias a esta carga de data diaria, solo afinando queries de Meltwater de manera periódica para asegurarse de que la data sea lo más fiel posible, se pueden realizar búsquedas tipo Google entre las menciones que hay descargadas para obtener datos más específicos sobre un tema en el mismo momento que se requiera, se puede personalizar para filtrar de manera más avanzada que lo que permite Meltwater actualmente. Esta implementación tendría un coste extra de tiempo de aproximadamente 2 horas, tomando en cuenta que solo sería descargar la data de Meltwater y cargarla en DataIntel Web, y reduciría el tiempo de búsquedas generales en Meltwater, para luego tratar la data y elaborar reportes.
- También, aprovechando que la data estará previamente cargada y tratada, se puede automatizar la generación de los reportes, retornando un reporte en Power Point o PDF con todos los datos colocados en su sitio. Lo que reduce el tiempo de respuesta al solicitarse un monitoreo o reporte. Estos reportes se podrían dividir en 2; No analíticos, donde se envíe un reporte más simple, pero a la vez más rápido, y el reporte analítico tradicional, al cual se le puede añadir texto de manera manual antes de generar el reporte o al PPT exportado, o también se puede entrenar un modelo de IA que analice tanto las menciones como los datos y retorne ese análisis para que sea pulido y compartido.
- Presentación de reportes dinámicos al estilo de Power BI, aprovechando que los datos estarán cargados y solo sería necesario filtrar por la información deseada para visualizar, esto puede tener 3 utilidades principales:
 - Vistazo general para el analista al momento de mostrar información general de un caso específico, por ejemplo, Domingo llega de comer y ve que entre las tendencias de X se hace referencia a un cliente, en lugar de revisar toda la data o tener que empezar a buscar en X tweet a tweet, puede filtrar por ese cliente y/o palabras claves para visualizar dónde y cuándo se generó la conversación, e incluso visualizar la predicción de cómo se prevé que evolucione el tema.
 - Vistazo para el encargado de cuenta cuando un cliente sospecha de alguna crisis, por ejemplo, la ejecutiva Juana de la cuenta T recibe un mensaje de un cliente debido a que cree que hay una campaña en su contra, Juana puede acceder a DataIntel Web y confirmar con la data disponible la información del cliente, sin necesidad de realizar una solicitud que no siempre puede responderse con inmediatez.
 - Vistazo por parte del cliente que quiere estar siempre informado sobre lo que se dice sobre él y/o su empresa, por ejemplo, el cliente T se siente constantemente nervioso porque cree

estar siendo atacado de manera recurrente y por esto solicita informes de manera constante, en este caso Juana lo tranquiliza, sin embargo, para el cliente T esto no es suficiente y desea algo más frecuente. Como Juana sabe que no es necesario mantenerse haciendo reportes diarios, le sugiere los dashboards dinámicos, que le permitirán filtrar en base a la información de su caso para visualizar gráficos que le resulten útiles para dar seguimiento a su caso.

- Integración con un chatbot que, aprovechando la data cargada y la personalización de la data a visualizar, permita responder con cifras y análisis en lenguaje natural sobre tendencias, top users, temas destacados, sentimiento y actores. Así como también pueda responder preguntas más específicas que se planteen sobre la data elegida. Esto supondría facilidades que pueden llegar a venderse directamente al cliente para que, en caso de que no comprenda la data que visualiza, haga preguntas y la IA como centro de atención primaria, antes de que el ejecutivo de cuenta pueda consultar con la áreas soporte esa información.
- Configurar alertas basadas en temas, clientes, cantidad de menciones, tope de alcance y usuarios específicos. Estas alertas, a diferencia de las actuales, podrían ser más específicas debido a que la data está cargada previamente y habría un análisis para determinar si las menciones realmente son alarmantes o perjudiciales.
- Seguimiento de entregables, solicitudes, perfiles de clientes activos e inactivos, presupuestos del departamento, etc. Esto permitiría registrar los entregables en los que está y debe trabajar cada equipo, pudiendo actualizar estados de los diferentes entregables, que departamento/cuenta lo solicitó, el valor monetario que se le da y otros detalles para que, a través de un espacio centralizado se pueda visualizar un dashboard para dar seguimiento al rendimiento de los equipos. Es escalable para otros departamentos de NL y también para clientes, aunque no está directamente relacionado con el servicio que se da actualmente (se puede tener un potencial equipo de desarrolladores in-house que se encargue de este tipo de desarrollos, desarrollos web y también solicitudes específicas de clientes).
- Implementación de Bases de datos que permitan:
 - Almacenar el histórico de sentimiento de cada cliente.
 - Sentimiento general por actor, para entender qué sentimiento suelen tener los posts de cada autor almacenado y hacia quién suele dirigirse.
 - Detractores y aliados habituales, gracias a la base de datos anterior, se puede determinar qué usuarios son detractores, cuáles son posibles aliados y los que no representan a ningún grupo específico.
 - Base de datos sobre las cuentas de los medios digitales (prensa digital) que permita categorizar automáticamente la procedencia de un post para ajustar el sentimiento.
 - Cuentas sospechosas o bots, se pueden definir una serie de “reglas” para que los usuarios que las cumplan sean etiquetados como sospechosos de manera automática y se haga énfasis en estos en los reportes.
 - Evolución de los perfiles en base a su alcance, engagement, cantidad de publicaciones e interacciones y tipos de Posts.