

INTEGRANTES:		
CHACON, Claudio	DNI 25247583	SALA 1
CONTRERAS, Carla	DNI 30472942	SALA 2
CÓRDOBA, Marcelo	DNI 36596293	SALA 1
CUESTAS, Natalia	DNI 27657585	SALA 2



SOCIAL LISTENING

INFORMACIÓN DEL PROYECTO

Datos

Empresa	CCCC Analítica
Proyecto	Social Listening “Hudson Escucha”
Fecha	01/09/2023
Cliente	Hudson Kitchen
Project Manager	Claudio Chacon

Sponsors

Nombre	Cargo	Departamento
Juan Perez	Gerente	Marketing
Jazmin Isabella Rocuzzo	Gerente	Diseño de Producto

PROPÓSITO

El propósito del proyecto de Social Listening es implementar una estrategia de escucha activa en las redes sociales para comprender las percepciones, opiniones y sentimientos de nuestros clientes y la comunidad en línea. A través de esta iniciativa, buscamos mejorar la toma de decisiones, fortalecer la relación con nuestros clientes y ajustar nuestras estrategias de marketing y atención al cliente.

DESCRIPCIÓN

Busca profundizar en el corazón de las conversaciones sociales y comprender los matices de las opiniones y sentimientos del público. Enfoque paso a paso sobre cómo implementar el "Social Listening" como una herramienta poderosa para analizar y comprender temas sociales clave en nuestra sociedad contemporánea.

REQUERIMIENTOS

- **Objetivo:** Capturar y analizar conversaciones relevantes en las redes sociales.
- **Indicador:** Aumento en la identificación de tendencias y oportunidades a partir del análisis de Social Listening.

OBJETIVOS E INDICADORES

Objetivo	Indicador
<p>Capturar y analizar un mínimo del 80% de las menciones relevantes en las redes sociales.</p> <p>Algunos de nuestros <u>objetivos específicos</u> incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los temas sociales más relevantes y debatidos en las plataformas de redes sociales. • Evaluar el sentimiento general de las conversaciones en línea en relación con los productos. • Identificar patrones emergentes y tendencias cambiantes en las opiniones del público. • Establecer una base sólida de datos que pueda utilizarse para informar futuras estrategias y acciones relacionadas con problemas sociales. 	<p>Identificar al menos 3 tendencias clave por trimestre a partir del análisis de los datos de Social Listening.</p> <p>Indicadores de Participación en las Redes Sociales:</p> <p>Indicadores de Satisfacción y Percepción del Cliente</p> <p>Indicadores de Influencia y Alcance</p> <p>Indicadores de Productos y Categorías Populares:</p> <p>Indicadores de Contenido Relevante</p>

PREMISAS Y RESTRICCIONES

Premisa: Acceso a datos completos de redes sociales a través de las API de las plataformas.

Restricción: Limitaciones presupuestarias para la adquisición de herramientas de monitoreo de alto costo.

DECLARACIÓN DE LO QUE NO INCLUIRÁ

Plan de Marketing y/o Plan de acción en base al análisis.

Licencias de uso de Software de visualización y/o análisis de datos.

Capacitación del personal.

Hosting de Bases de datos.

Desarrollo de APIs.

RIESGOS

Falta de acceso a datos completos de redes sociales.

Interpretación errónea de los datos recopilados.

Cambios en las plataformas de redes sociales que afecten la recopilación de datos.

CRONOGRAMA

Hito	Fecha máxima
Aprobación del Proyecto	31/08/2023
Gestión de credenciales	01/09/2023
Conexión a cuentas en RRSS	08/09/2023
Diseño de proceso ETL	20/09/2023
Entrenamiento del modelo ML	20/10/2023
Definición de Palabras Clave	01/11/2023
Recopilación y Análisis	15/11/2023
Informes Trimestrales	01/12/2023

PRESUPUESTO PREVISTO

16.000 USD para cubrir 180 horas cómputo en la nube, almacenamiento en bases de datos y horas de desarrollo.

INTERESADOS

Nombre	Cargo	Departamento
Juan Perez	Gerente	Marketing
Jazmin Isabella Rocuzzo	Gerente	Diseño de Producto
Mariano Garron	Director	Gerencia General
Sergio Agüero	Director	Ventas

REQUISITOS

- Seleccionar y configurar una herramienta de Social Listening.
- Definir al menos 10 palabras clave relevantes para el monitoreo.
- Presentar informes detallados trimestrales al equipo de marketing y atención al cliente.

CRITERIOS DE CANCELACIÓN

El proyecto podría considerarse para cancelación si no se logran identificar tendencias relevantes en los primeros dos trimestres de análisis.


ASIGNACIÓN DEL GERENTE

Nombre	Cargo	Departamento
Chacon Claudio	Gerente	Investigación y Desarrollo

PREASIGNACIÓN DE RECURSOS Y PERSONAL

Recurso	Departamento
Cuestas Natalia	Data Science
Carla Contreras	Data Science
Córdoba Marcelo	Data Science

APROBACIONES

Nombre	Fecha	Firma
Mariano Garron	28/08/2023	

PROJECT CHARTER

SOCIAL LISTENING



> Social Listening "Hudson Escucha"

CCCC Analítica

> Descripción general y alcance

El propósito del proyecto de Social Listening es implementar una estrategia de escucha activa en las redes sociales para comprender las percepciones, opiniones y sentimientos de nuestros clientes y la comunidad en línea. A través de esta iniciativa, buscamos mejorar la toma de decisiones, fortalecer la relación con nuestros clientes y ajustar nuestras estrategias de marketing y atención al cliente.

> Requisitos

- Seleccionar y configurar una herramienta de Social Listening.
- Definir al menos 10 palabras clave relevantes para el monitoreo.
- Presentar informes detallados trimestrales al equipo de marketing y atención al cliente.

> Requisitos

Premisas

Acceso a datos completos de redes sociales a través de las API de las plataformas.

Restricción

Limitaciones presupuestarias para la adquisición de herramientas de monitoreo de alto costo.

> INTERESADOS



JUAN PEREZ
Gerente de Marketing



MARIANO GARRON
Gerencia General



SERGIO AGÜERO
Director de Ventas



**JAZMIN ISABELLA
ROCUZZO**
Diseño de Producto

> Cronograma

HITO	FECHA MÁXIMA
APROBACIÓN DEL PROYECTO	31/08/2023
GESTIÓN DE CREDENCIALES	01/09/2023
CONEXIÓN A CUENTAS EN RRSS	08/09/2023
DISEÑO DE PROCESO ETL	20/09/2023
ENTRENAMIENTO DEL MODELO ML	20/10/2023
RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS	15/11/2023
INFORMES TRIMESTRALES	01/12/2023

> Presupuesto

\$16.000



> Riesgos



Falta de acceso a datos completos de redes sociales



Interpretación errónea de los datos recopilados.