



Escucha Activa

www.active-listening.eu



- Introducción
 - Qué podemos obtener
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

introducción



introducción

- Introducción
 - Qué podemos obtener
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

Empresas, Administraciones, ONG's, Comunidades de profesionales, o de ocio, etc., desarrollan políticas y **estrategias de comunicación en Internet** y en las Redes Sociales en particular. Hacen su marketing a través de la red, incluso las más avanzadas, abren tiendas en la web y ofrecen servicios a sus clientes/ciudadanos a través de los medios digitales.

Se trata de un proceso de **transición imparable hacia la nueva economía digital**. Algunas empresas han adquirido métodos muy contrastados y con resultados muy interesantes; otras están todavía pensándoselo.

Efectivamente, nadie duda de la efectividad del uso de Internet, pero algunas instituciones siguen usándola como aparador de exhibición de sus productos; sustituyen el marketing analógico por el digital. Podríamos hablar de que están en la web 1.0. Pero el cambio de paradigma viene con la web 2.0: dejamos de hacer las cosas "para" el cliente para hacerlas "con" el cliente. Se establece un nuevo tipo de **comunicación bidireccional** en la que el usuario dice lo que quiere y cómo lo quiere, incluso llega a crear (co-crear) los productos (Ej. Youtube).



Es indudable que las empresas se mueven hacia este nuevo paradigma a través de del Social Media Marketing, Social CRM, Social Commerce, Social Business, etc. Asimismo las Administraciones se lanzan hacia un nuevo tipo de relaciones con los ciudadanos (Open Government) el los que la comunicación digital toma preponderancia gracias a las redes sociales.

En este contexto la **Escucha Activa** aporta un alto valor a las instituciones ya que les permite acceder al conocimiento científico (medible) del pensamiento y actividad que desarrollan las comunidades alrededor de las marcas e interactuar con ellas.

Veamos en qué consiste ...



- Introducción
 - Qué podemos obtener
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

introducción

Escucha Activa - Autoritas Consulting

autoritas

Hoy internet ya no es solo un lugar de conversación, hoy es además un lugar donde las cosas ocurren.

Para cualquier director que necesite tomar decisiones, le será imprescindible conocer lo que pasa en internet. ¿Dónde pasa? ¿Por qué pasa? Saber qué reacciones toma su empresa ante estos acontecimientos.

'Escucha Activa' es una herramienta de Autoritas Consulting. Es la herramienta que permite conocer, tomar decisiones y actuar, ya que incluye las herramientas de alerta, de evaluación y de acción necesarias para moverse en el universo de internet.

Es una herramienta de la generación llamada web semántica, es por lo tanto una herramienta capaz de analizar las palabras y traducirlas en sentimientos. Gracias a ellos es posible tener el pulso y el tono de las conversaciones que se producen y nos afectan.

Permitir conocer en tiempo real lo que pasa en la web y reaccionar al instante.

Para tomar las mejores decisiones, hay que estar bien informado.

Login
Descripción de usuario
Contraseña
 Recuérdame
Acceder
[Olvidé mi contraseña](#)



Navegador recomendado

Active-listening.eu es un producto SaaS (Software as a Service) que ayuda a gestionar la interacción de las personas e instituciones con el universo de Internet: Blogs, redes sociales, prensa on-line, foros, espacios multimedia y webs.



Es una aplicación de ida-y-vuelta, porque permite escuchar y actuar allí donde se producen las conversaciones





- Introducción
 - Qué podemos obtener
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

introducción

active-listening.eu



► Internet es ...

experiencias

amistades

conversación

conocimiento

aprendizaje

relación

... Y esta ahí para el que quiera o
sepa aprovecharlo



- Introducción
 - Qué podemos obtener
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

introducción



Active-listening.eu es una aplicación de **gestión** de la información accesible a través de Internet.

Iniciando el proceso a través de la configuración de sus **búsquedas** va a recoger la información de nuestro interés que se encuentra en el universo de internet. Una vez capturada nos permite:

- la depuración de documentos
- la clasificación en atributos y etiquetas
- la catalogación y agrupación de la información para una interpretación de los resultados más fácil.
- la valoración de la información
- la explotación de resultados de forma gráfica



- Introducción
 - Qué podemos obtener
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

¿qué podemos obtener?

Estado de situación Estratégico de ‘marca’ en internet. Nuestro y comparado con la competencia.

Evolución temporal de ‘marca’ en la red

Gestión de la **acción/reacción** en internet

Listado de **influenciadores y target**

Efectos de nuestra **acción** sobre nuestro target

Opinión de los consumidores con respecto a nuestra marca y la competencia

El interés de nuestro target
(Trend Hunting)

Alertas y Gestión Crisis

Servicio Atención Cliente **(SAC)**

Gestión de **Identidad**

Integración con **CRM**



- Introducción
- **Recopilar información**
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
 - qué es diferencial de nuestras búsquedas
 - el proceso de configuración
 - búsquedas temáticas
 - estadísticas
 - configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

recopilar
información

buscar y
encontrar



- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
 - qué es diferencial de nuestras búsquedas
 - el proceso de configuración
 - búsquedas temáticas
 - estadísticas
 - configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

¿qué tiene sentido escuchar?





- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
 - qué es diferencial de nuestras búsquedas
 - el proceso de configuración
 - búsquedas temáticas
 - estadísticas
 - configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

tipo de búsquedas

Google
bing
YAHOO!



Temáticas

► Búsqueda por palabras o temas concretos.

Geográfica

► Busca en uno o varios radios de acción territorial toda la conversación que allí se produce.

Mi radar

► Lista de URLs, nicks o nombres de influenciadores para rescatar toda la actividad que producen.

Mi acción

► Se trata de recopilar mediante conexión directa con los perfiles y actividades de mi propia actividad, para poder cruzar sus consecuencias en la actividad de los otros.



- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - **características técnicas de las búsquedas**
 - qué es diferencial de nuestras búsquedas
 - el proceso de configuración
 - búsquedas temáticas
 - estadísticas
 - configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

características técnicas de las búsquedas

- ▶ **Inteligencia Colectiva:** Censo colaborativo de orígenes de información: prensa, webs-blogs, twitter, facebook, multimedia.
- ▶ Cálculo de **relevancia** a partir de soluciones estándares de facto como Klout.
- ▶ **Periodicidad diaria** en búsquedas de origen prensa, web-blogs, facebook y multimedia, y autoajustable en búsquedas de origen twitter.
- ▶ Restricción idiomática y regional.
- ▶ Restricciones booleanas: AND, OR, búsqueda literal.
- ▶ **Blended** búsqueda [Combina la recuperación de datos mediante crawler propio y el uso de las APIs de Google, Yahoo, Bing, Twitter y Facebook].
- ▶ **Búsqueda combinada** en diferentes fuentes y con diferentes criterios para extraer toda la información existente y que es de nuestro interés. Pe. Bing y Live ordenando por fecha y por relevancia.





- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
- qué es diferencial de nuestras búsquedas
- el proceso de configuración
- búsquedas temáticas
- estadísticas
- configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

¿qué es diferencial de nuestras búsquedas?

- ▶ Escritorio de trabajo de la búsqueda a modo de embudo desde lo general a lo específico.
- ▶ Clasificación de la información según origen a partir de la creación de un censo colaborativo.
- ▶ Filtrado semántico de resultados en base a tesauros y antitesauros.
- ▶ Combinación de resultados de múltiples fuentes.
- ▶ Drill-down y Roll-up de terminología por origen, atributo y/o influenciador.
- ▶ Visualización de terminología (toda, adjetivos, verbos, nombres propios, localizaciones...) asociada a los resultados para una rápida configuración de la recuperación de resultados de interés y el descarte de los que no son relevantes.

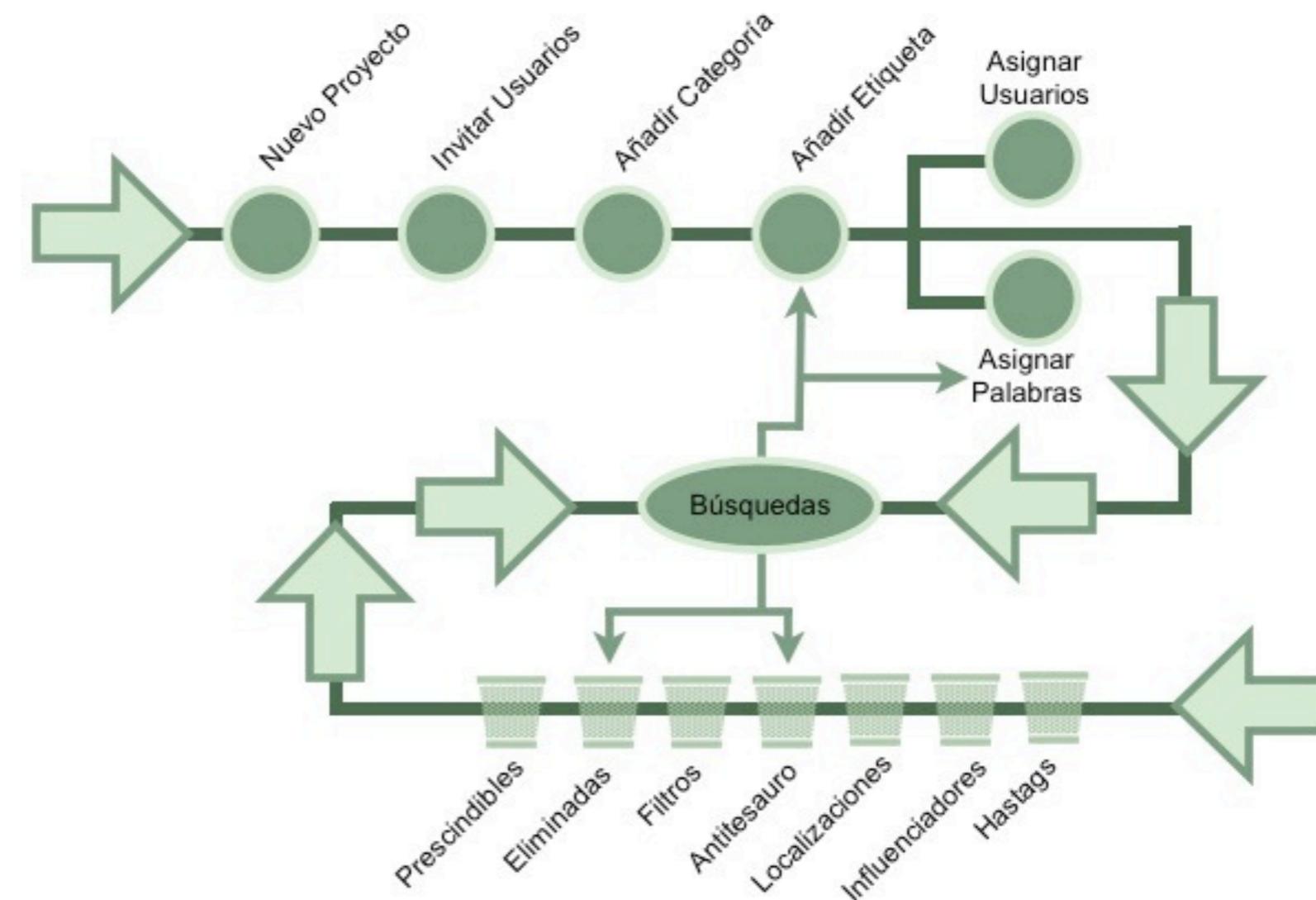
The screenshot shows the 'Búsquedas' (Search) tab of the active-listening.eu interface. At the top, there are two search input fields, each with a '15M' button. Below them are dropdown menus for 'Idioma' (Language) set to 'Español', 'Textual' (Textual), 'Twitter', 'Grupos Facebook', and 'Región' (Region) set to 'España'. A 'Restaurar' (Restore) button is also present. In the center, there's a section titled 'PALABRAS QUE SE ELIMINAN DE LA BÚSQUEDA' (Words removed from the search) with several buttons: 'Eliminar de la búsqueda' (Delete from search), 'No ver en la nube' (Not in the cloud), 'No ver en esta nube' (Not in this cloud), 'Convertir a etiqueta' (Convert to tag), and 'Asignar palabra a etiqueta' (Assign word to tag). Below this is a large list of words in green, such as 'acampada', 'asamblea', 'democracia', and 'fotografía', which are highlighted in the search results. There are also sections for 'PALABRAS QUE NO SE VEN EN ESTA NUBE' (Words not seen in this cloud) and 'PALABRAS QUE SE VEN EN ESTA NUBE' (Words seen in this cloud).



- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
 - qué es diferencial de nuestras búsquedas
- el proceso de configuración
- búsquedas temáticas
- estadísticas
- configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

el proceso de configuración

- ▶ El proceso de configuración de proyectos es la clave que permite conseguir que las búsquedas sean efectivas y a la vez, que el proceso de explotación posterior sea mucho más eficiente. El **objetivo es lanzar las búsquedas**, y la forma para configurarla es múltiple. Este esquema muestra todos los caminos posibles que permiten llegar a una óptima configuración.





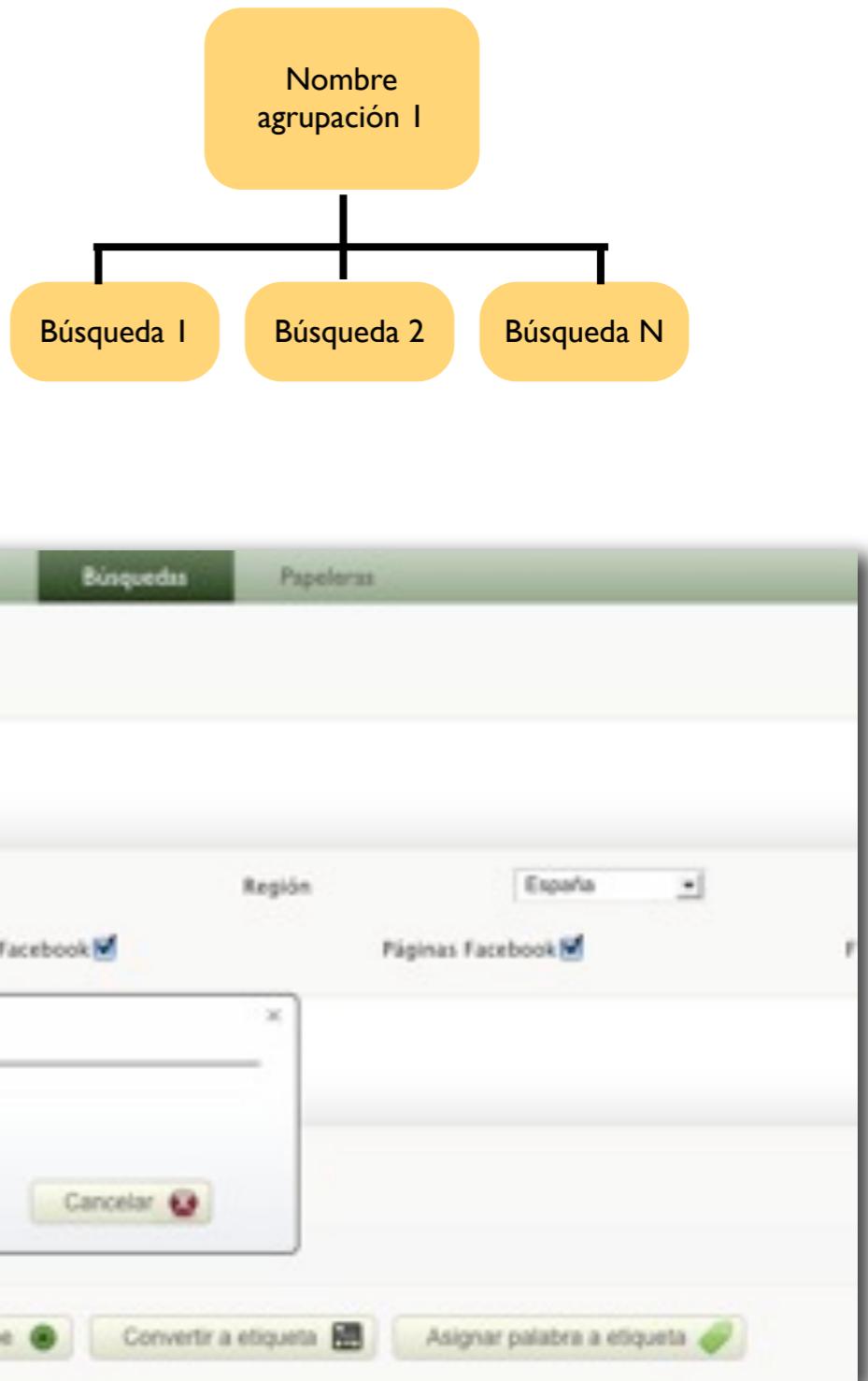
- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
 - qué es diferencial de nuestras búsquedas
 - el proceso de configuración
 - **búsquedas temáticas**
 - estadísticas
 - configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

búsquedas temáticas

Las búsquedas se diseñan a modo de árbol, de forma que para un mismo proyecto podemos establecer infinitas búsquedas.

De esta manera nos permite configurar cada búsqueda con sus características adecuadas:

- ▶ Idioma
- ▶ Región
- ▶ Origen: Twitter, textual (blog y news), Facebook,...





- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
- qué es diferencial de nuestras búsquedas
- el proceso de configuración
- búsquedas temáticas
- estadísticas
- configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

búsquedas temáticas

Al lanzar la búsqueda ya nos devuelve la primera "nube" de palabras, nube que va a ser el nuevo escritorio de trabajo y a partir del cual empezamos a analizar y clasificar las palabras encontradas a través de las utilidades que presenta.





- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
 - qué es diferencial de nuestras búsquedas
 - el proceso de configuración
 - búsquedas temáticas
 - **estadísticas**
 - configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

estadísticas

Una vez lanzada la búsqueda, Active-listening iniciará el proceso de "rastreo y carga" de los documentos encontrados en la red. El proceso será más o menos costoso, así que Escucha Activa nos avisará de que ya existen datos disponibles a través de un **correo electrónico que nos comunicará "Recuperación de información finalizada"**.

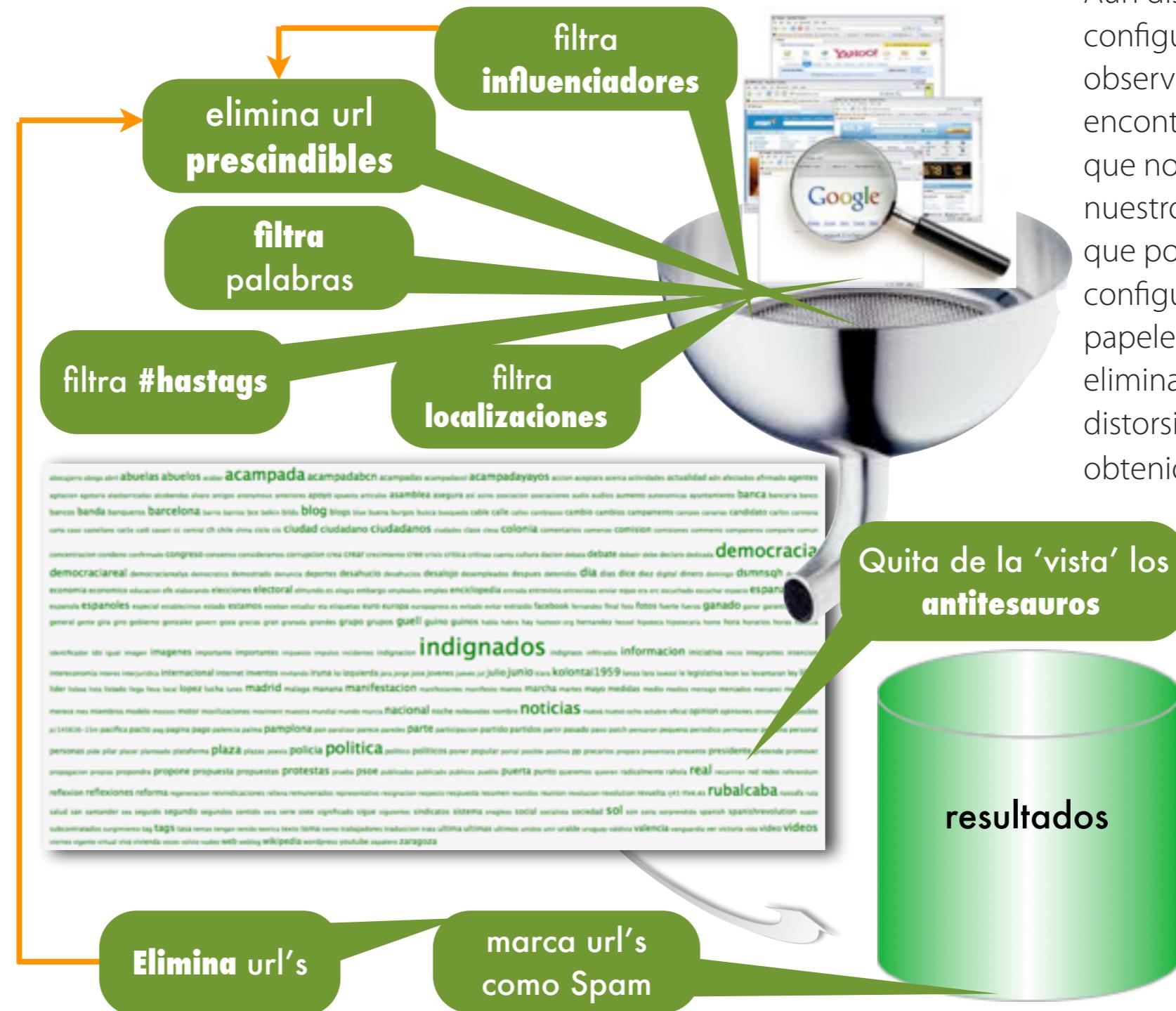
Conforme esté cargando la base de datos con los resultados de las búsquedas lanzadas, podemos consultar los resultados obtenidos hasta el momento. El proceso de búsqueda es continuo y solo se detendrá cuando desactivemos la búsqueda.





- Introducción
- Recopilar información
 - qué tiene sentido escuchar
 - tipo de búsquedas
 - características técnicas de las búsquedas
 - qué es diferencial de nuestras búsquedas
 - el proceso de configuración
 - búsquedas temáticas
 - estadísticas
 - configuración papeleras
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

configuración papeleras



Aún disponiendo de una configuración precisa, al observar los resultados encontraremos información que no se corresponde a nuestro ámbito de estudio y que por tanto, a través de la configuración de las papeleras, nos permitirá eliminarla para no distorsionar los resultados obtenidos.



- Introducción
- Recopilar información
- **Tratamiento Semántico**
 - Gestión palabras
 - Gestión temas
 - Gestión #hashtags
 - Localización de publicaciones
 - Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

Tratamiento semántico



- Introducción
- Recopilar información
- **Tratamiento Semántico**
 - Gestión palabras
 - Gestión temas
 - Gestión #hashtags
 - Localización de publicaciones
 - Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

tratamiento semántico

Palabras

- ▶ Agrupación de palabras por sinónimos (Nico y Nicolas = Nicolas).
- ▶ Agrupación de palabras compuestas (Buenos + Aires = Buenos Aires).
- ▶ Eliminación de términos irrelevantes.

Temas

- ▶ Agrupa todos los documentos que hacen referencia a un mismo tema.
 - ▶ Agrupa temas que significan lo mismo.
 - ▶ Eliminación de temas irrelevantes.

#hashtags

- ▶ Agrupa todos los documentos que contienen el mismo hashtag (#).
- ▶ Agrupa hashtags sinónimos.
- ▶ Eliminación de hashtags irrelevantes. Pe. #FF ó #FollowFriday

- ▶ Conseguimos hacer un tratamiento más depurado y preciso de la información.



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
 - Gestión palabras
 - Gestión temas
 - Gestión #hashtags
 - Localización de publicaciones
 - Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

gestión de palabras

- ▶ Aislamos las palabras que contienen todos los documentos rescatados.
Agrupamos todos los documentos en función de que contenga esas palabras y permitimos gestionar en función de las palabras o combinación de palabras, por ejemplo:
 - ▶ crear alertas
 - ▶ enviar “a alguien” documentos
 - ▶ delegar documentos
 - ▶ valorar masivamente los documentos que recojan dicha palabra, combinación de palabras, o un hashtag...
 - ▶ eliminar

TERMINO	NDOCS
□ #15M	45537
□ @acampadabcn	4041
□ madrid	3760
□ #15m	2200
□ #nopararemos	489
□ manifestacion	436
□ indignados	407
□ sol	401
□ Plaza Sol	331
□ @Acampadabcn	329
□ //bit	313
□ mayo	278
□ 2011	268
□ #spanishrevolution	3507
□ #nopararemos	3439
□ INDIGNADOS	3267
□ //bit	2790
#2bg3 #futbol #futbolargenes #segundadivision #spain 4x4 accesorios actividades activo alaves albacete alojamiento alojamientos alquiler andorrania andorre apartamentos armenia aventura ato aflos barata barates barcelona bc calze calma camisa capitán casa casas catalan catalunya centro cf ciudad club cochehazir columna comercial comprar compras conquistar consulta copa corazon cosmetica cuenta dandorria declarar deixar-se deportes despues destino directo directorio disfrutar domingo elbar electronica empre empresas encamp encuentra enduro enlaces equipo escaladas-empordanes españa esqui estaciones estadio estancia estrelas europa experiencia farmacia farmacias fiestas final finde fotos france frances fundadora futbol ganar general gibraltar gracias gran grandvalira grupo guerra guia holiday hora hoteles hotels huesca imanol indignacio info informacion internacionales irlanda italia jornada jugo julià liechtenstein llagostera lleida locales located logroñes luanco macedonia madrid malta manos mapa mapas marca marcas marino mayor medicamentos mejores mercado mestalla minuto mirandes montaña mor motos mundial mundo nacional nieve noche novillada nueva nuevo ocio oferta ofertas oficial ofrece ofrecemos online opiniones ordina orihuela oviedo pagina paginas pais paínes park parte partido pasa pasado pasar penaltis perfumerias pioneros pirineos pistas playa plazo pleno poblacion penal portugal precio precios prieto principado principat productos proximo puntos queda quiere querer relax reservas restaurantes rey river ronda rurales ruia sabado sagrada familia sanchez sant santa sea segunda seleccion SEMANAL septiembre sera seronel servicio servicios siguiente situado ski solden solucion spa spain suiza summer uel teruel tienda tiendas tui turismo ubicacion vacaciones valencia valverde vella venta ver viaje viajes victoria video visited web wikipedia zaragoza zona	



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
 - Gestión palabras
 - **Gestión temas**
 - Gestión #hashtags
 - Localización de publicaciones
 - Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

gestión de temas

- ▶ Mediante el tratamiento semántico de “carrot”, agrupamos todos los documentos que hacen referencia a la misma temática.
- ▶ Añadimos valor a “carrot” al incorporar funcionalidades que permiten manipular los resultados con el fin de depurar la información y crear patrones que perfeccionan los resultados.

Clusters

- Madrid (11)
- History of Spain (9)
- Spain Map (8)
- Spain Tourism (7)
- Costa Blanca (6)
- Iberian Peninsula (6)
- New Spain (6)
- Royal Spanish (6)
- Car Hire (5)
- Cheap Rental (5)
- Portugal (5)
- Reservations (5)
- Luxury (4)
- Southwestern Europe (4)
- Spanish Language (4)
- Directory (3)
- Economy (3)
- Monarchy of Spain (3)
- Real Estate (3)
- Reviews (3)
- Spain Jobs (3)
- Spain News (3)
- Visas (3)
- Article (2)
- Association Football (2)
- Bed Breakfast (2)
- Codes in Spain (2)
- English Speaking (2)
- Furniture Packs Spain (2)
- Italy (2)
- Liga (2)
- Private Owners (2)
- Spain Select (2)
- Bed Breakfast (2)

Documents

- [0] [Spain - Wikipedia, the free encyclopedia](#).
Spain (i / 'spæn / spayn; Spanish: España, pronounced [es'paŋya] (listen), officially the Kingdom of Spain (Spanish: Reino de España) is a country and member state of the European ...
<http://en.wikipedia.org/wiki/Spain>
- [1] [Holiday in Spain | Tourism in Spain | Spain.info for United States](#).
Information on Spain on the official website for tourism in Spain for United States. Information on sightseeing in Spain, accommodation in Spain, festivals in Spain, nature in ...
<http://www.spain.info/>
- [2] [Spain travel guide - Wikitravel](#).
Open source travel guide to Spain, featuring up-to-date information on attractions, hotels, restaurants, nightlife, travel tips and more. Free and reliable advice written by ...
<http://wikitravel.org/en/Spain>
- [3] [Spain Travel Information and Travel Guide - Lonely Planet](#).
Spain tourism and travel information including facts, maps, history, culture, transport and weather in Spain. Find popular places to visit in Spain - Lonely Planet ...
<http://www.lonelyplanet.com/spain>
- [4] [Spain Holiday - Holiday villas, apartments and cottages for rent all over Spain](#).
Book with confidence directly from verified owners. Villas, apartments, cottages, country houses, beach homes. Spain's number one holiday rentals site.
<http://www.spain-holiday.com/>
- [5] [Spain national football team - Wikipedia](#).
The Spain national football team represents Spain in international association football and is controlled by the Royal Spanish Football Federation, the governing body for football in ...
http://en.wikipedia.org/wiki/Spain_national_football_team
- [6] [Spain Travel Guide - Travel to Spain](#).
Complete tourism and travel information on Spain, it includes maps, history, and culture, transportation, weather and the most popular places to visit in Spain.

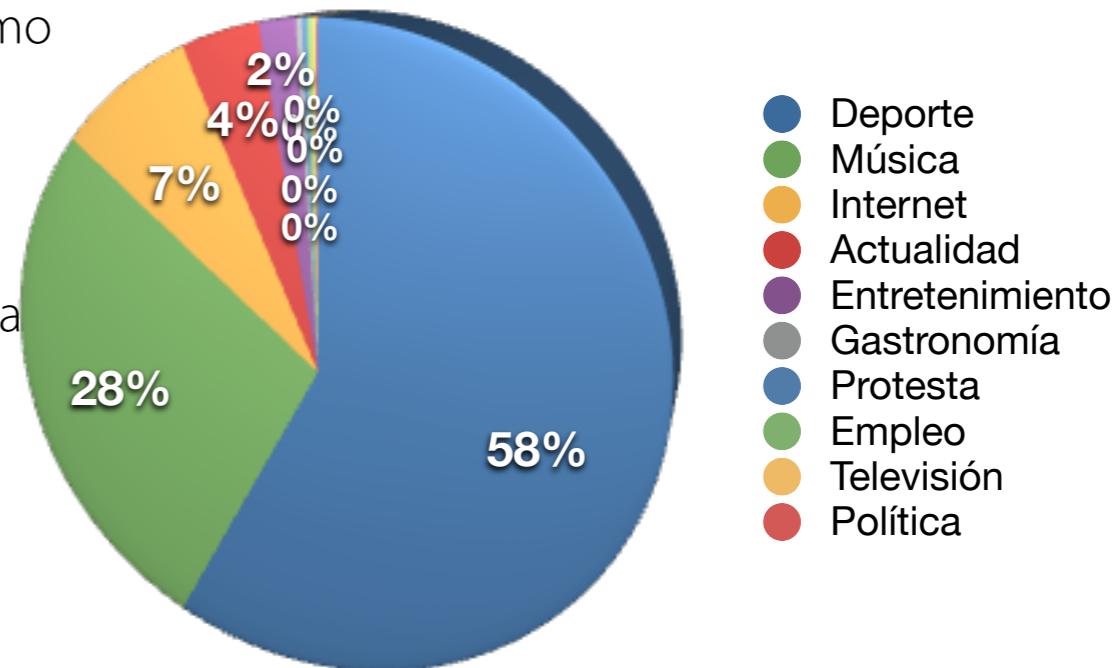




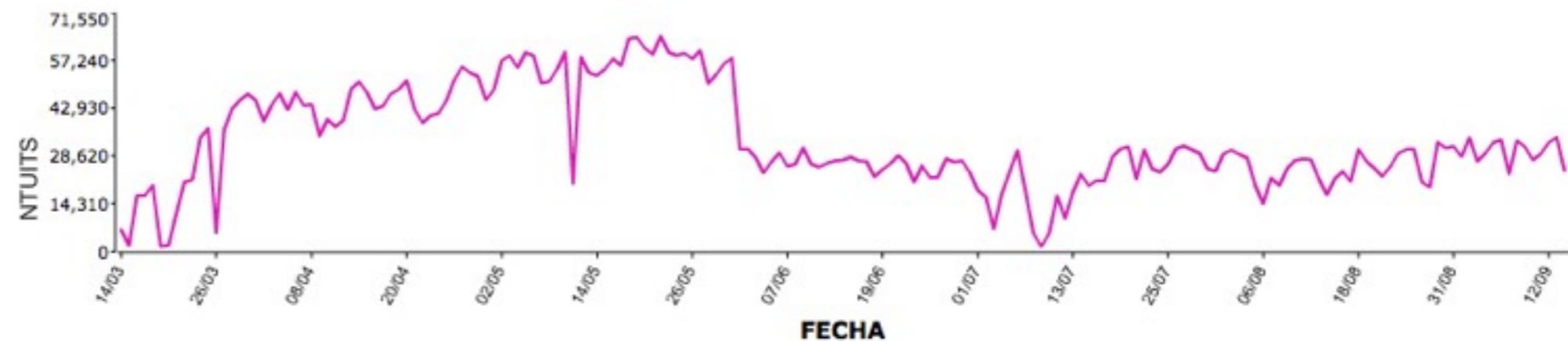
- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
 - Gestión palabras
 - Gestión temas
 - **Gestión #hashtags**
- Localización de publicaciones
- Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

gestión de #hashtags

- ▶ La gestión de conversaciones se realiza tanto a través de grupos semánticos, como de etiquetas o hashtags.
- ▶ La identificación de estos grupos semánticos o etiquetas que suponen temas de conversación, puede ser tratada desde distintos prismas, por volumen de información o por alcance (influencia).
- ▶ A su vez, se conocen los principales influenciadores para cada una de estas temáticas.



El número total de twitts es de 6.089.667 con un total de 199.695 usuarios diferentes

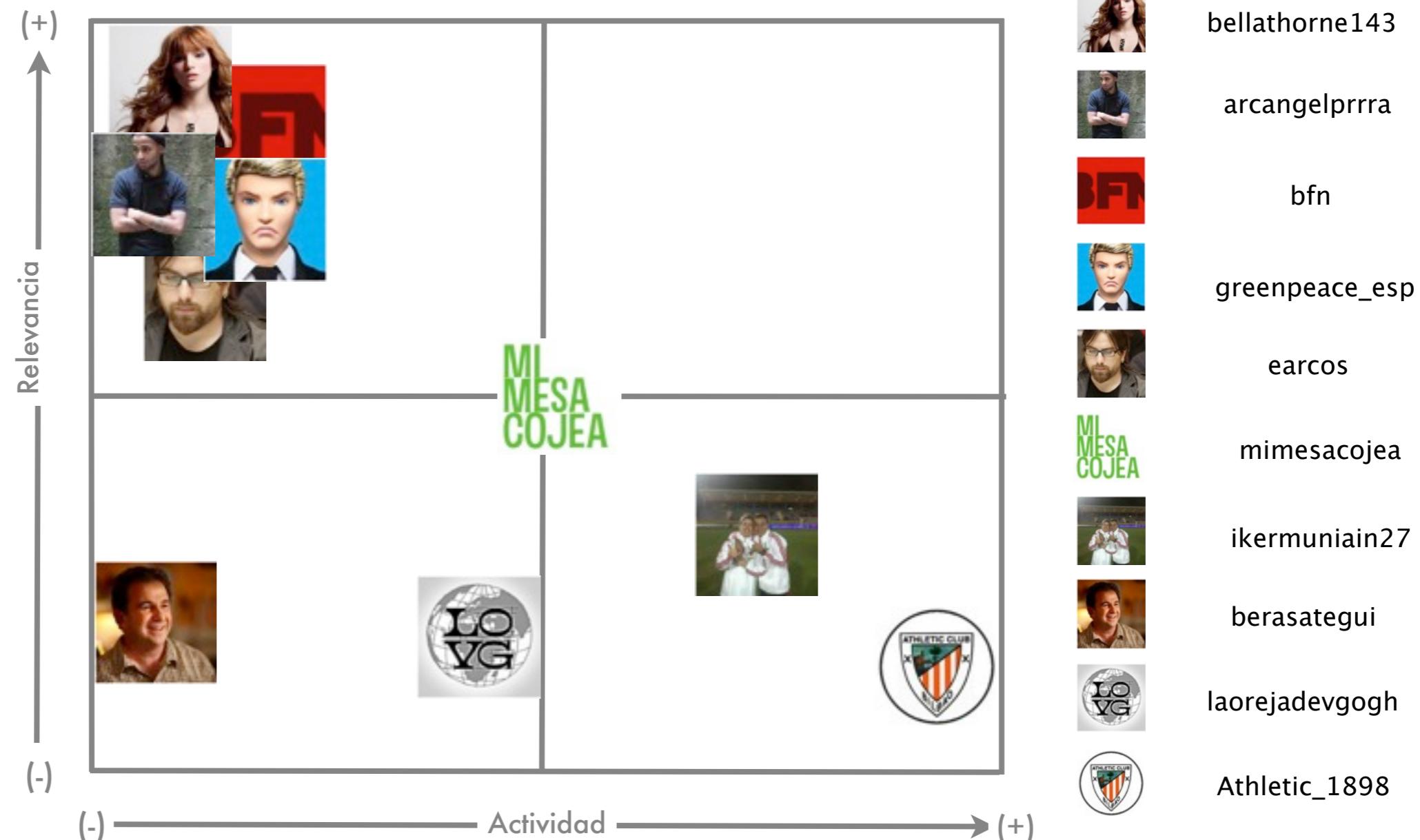




- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
 - Gestión palabras
 - Gestión temas
 - **Gestión #hashtags**
- Localización de publicaciones
- Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

matriz relevancia

► Indica el posicionamiento estratégico de cada usuario.





- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
 - Gestión palabras
 - Gestión temas
 - Gestión #hashtags
- Localización de publicaciones
- Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

ranking diario de trending topics

Junio

Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
			1 #baskonia #trafico #bilbao #frasesdemierda #citascine	2 #branding #bbb #bilbao #trafico #foq5	3 #trafico #bilbao #vdjkonami #visio2011 #bbb	4 #bilbao #realsociedad #ftf #xfiles #trafico
5 #athlive #vamosrafa #orgulloauryner #animopues #rolandgarros	6 #trafico #animopues #e32011 #acampadabilbao #vizcaya	7 #trafico #motivosparael19 #animopues #solsemueve #bilbao	8 #15mfrentealcongres #trafico #parlamentcamp #globalinnovationday #bb	9 #brandingfinancongre #trafico #congresoredes #spainesdata #15m	10 #cupulasinexistentes #anonymous #financongress #modosaludarfollower #bilbao	11 #e11 #udalak #bodaibonvane #finalacb #bildu
12 #f1 #animopues #anonymous #oppolicia #mentirasmasusadas	13 #cuandogobiemerajoy #yalosabes #bilbao #athletic #ypunto	14 #bb #innovatur #finalacb #vengodelfuturo #adiosfoq	15 #parlamentcamp #15m #bilbao #lri11 #realidad	16 #nonick #bilbao #athletic #pedrosa #15m	17 #respalabrasespaolas #premiosdv #bilbao #supervivientes #athletic	18 #nonick #2cbs #ssoptimismod #19j
19 #19jmani #19j #19jbilbao #bilbao #bandasdecine	20 #cinedecrisis #19jmani #larazon #19j #edp	21 #auroremartin #bilbao #cinedecrisis #animopues #baskonia	22 #fbgarage #bilbao #weneedsomeday #atheltic #twitteroff	23 #asmbilbao #jjggip #pleno #palabrasantiguas #sm4t	24 #bilbao #animopues #athletic #arf11 #euskadi	25 #nombresdemonja #bilbao #pisces #excusasparacorta



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
 - Gestión palabras
 - Gestión temas
 - Gestión #hashtags
- **Localización de publicaciones**
 - Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

localización de publicaciones

- ▶ La plataforma permite conocer el origen de las publicaciones, mostrando en mapas cómo se distribuyen espacialmente y con qué intensidad.
- ▶ Conocer dónde se están produciendo las publicaciones permite identificar la fuerza o intensidad de los atributos de marca, tanto propios como de nuestros competidores. Esta localización supone la piedra angular en la implantación de nuestra estrategia comercial: Por dónde empezar y con qué intensidad.
- ▶ Esta localización puede segmentarse según los tipos de fuentes reconocidos por la plataforma: Prensa, blogs y portales webs y redes sociales.





- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
 - Gestión palabras
 - Gestión temas
 - Gestión #hashtags
 - Localización de publicaciones
 - Análisis semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

análisis semántico

► A partir de una buena configuración del proyecto es posible realizar análisis semántico de palabras, temas o hashtags, que nos permitan visualizar cuál es el posicionamiento estratégico que en la mente de nuestro target se dibuja sobre nuestra marca objeto de estudio.





- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- **Influenciadores**
 - Relaciones entre influenciadores
 - Análisis de influenciadores
 - Social CRM
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

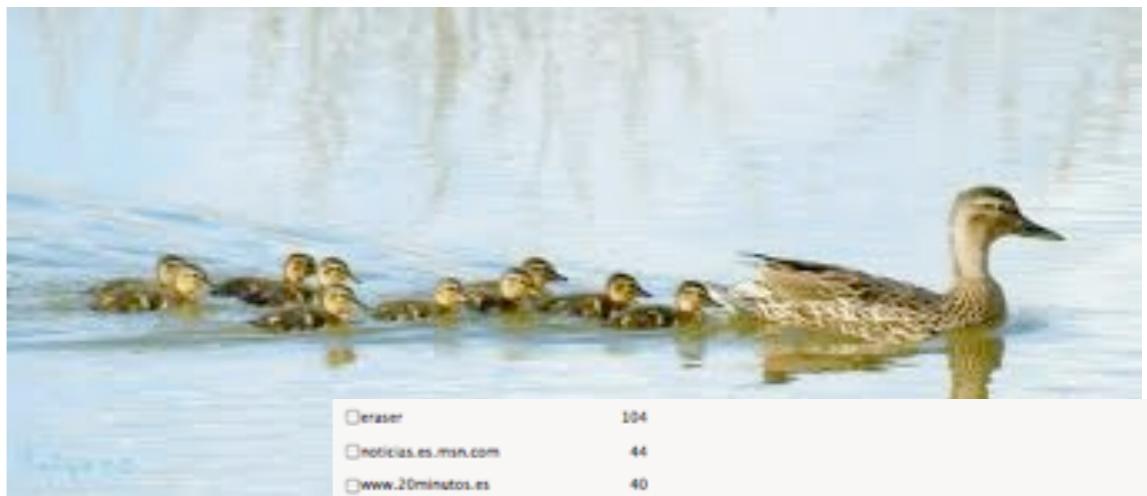
influenciadores



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- **Influenciadores**
 - Relaciones entre influenciadores
 - Análisis de influenciadores
 - Social CRM
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

influenciadores

- ▶ Agrupamos los documentos en función del influenciador que los ha originado, permitiendo gestionar la información a partir del mismo.
- ▶ Se puede llegar al detalle de información por influenciador y también realizar cualquier gestión masiva desde un influenciador.



INFLUENCIADOR	NDOCS
www.abc.es	11
ultimahora.es	5
www.elmundo.es	5
www.hosteltur.com	5
www.20minutos.es	4
www.diariodeibiza.es	4

INFLUENCIADOR	NDOCS
www.playadepalma.net	19
exploradorvirtual.blogspot.com	17
www.holidaycheck.de	13
www.mca-hotels.com	13
consorcioplayadepalma.es	12
www.tripadvisor.com	11

INFLUENCIADOR	NDOCS
hotelmiraflores	11
Mallorca_metroo	6
Loli_db	3
BBeBar	2
pilarfel	2
971	1

INFLUENCIADOR	NDOCS
Mike Mallorca	2
Jaime Espinar	1
Mith	1
Florian Kalkowen	1
Javier Reynafarje	1
Reyna	1

INFLUENCIADOR	NDOCS
HOSTELTURTV	6
CanariasBaleares	4
javierdemartino	4
PlayaPalmaLlunmajor	4
alfonsospalma	3
Andres197cinq	3

INFLUENCIADOR	NDOCS
www.elconfidencial.com	36
www.elpais.com	36

¿Quién son los Influenciadores?

Geográficos Mi Radar Temáticos

TOPROS | Prensa | Webs-Blogs | Twitter | Facebook | Multimedia

Todos | Por Atributo | Sin Categorizar

Inicio: 01/07/2011 Fin: 31/07/2011 Buscar:

TOP 25 PRENSA

INFLUENCIADOR	NDOCS
www.abc.es	11
ultimahora.es	5
www.elmundo.es	5
www.hosteltur.com	5
www.20minutos.es	4
www.diariodeibiza.es	4

TOP 25 WWW

INFLUENCIADOR	NDOCS
www.playadepalma.net	19
exploradorvirtual.blogspot.com	17
www.holidaycheck.de	13
www.mca-hotels.com	13
consorcioplayadepalma.es	12
www.tripadvisor.com	11

TOP 25 TWITTER

INFLUENCIADOR	NDOCS
hotelmiraflores	11
Mallorca_metroo	6
Loli_db	3
BBeBar	2
pilarfel	2
971	1

TOP 25 FACEBOOK

INFLUENCIADOR	NDOCS
Mike Mallorca	2
Jaime Espinar	1
Mith	1
Florian Kalkowen	1
Javier Reynafarje	1
Reyna	1

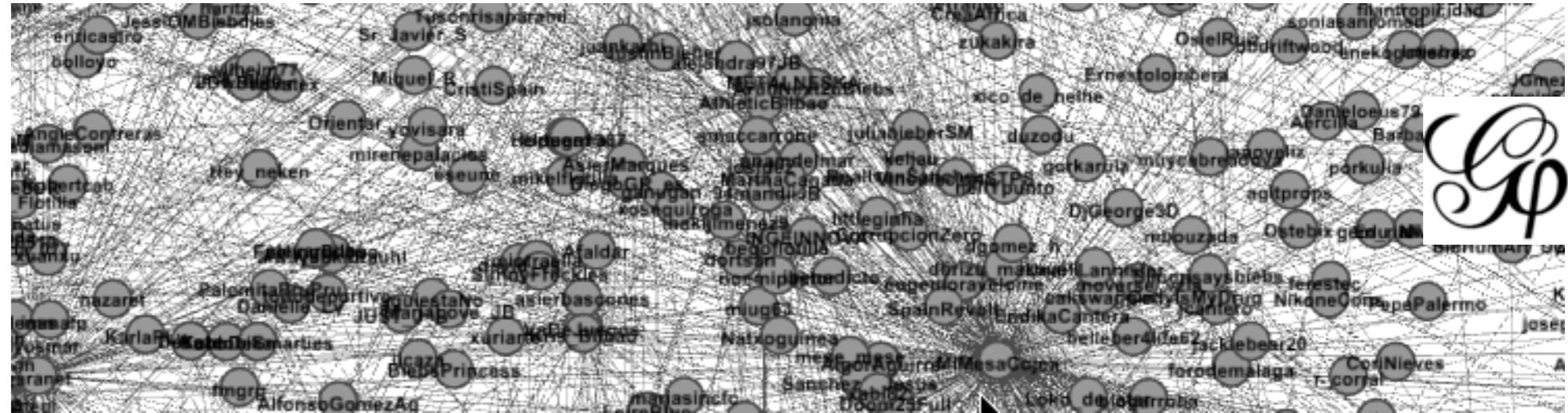
TOP 25 MULTIMEDIA

INFLUENCIADOR	NDOCS
HOSTELTURTV	6
CanariasBaleares	4
javierdemartino	4
PlayaPalmaLlunmajor	4
alfonsospalma	3
Andres197cinq	3

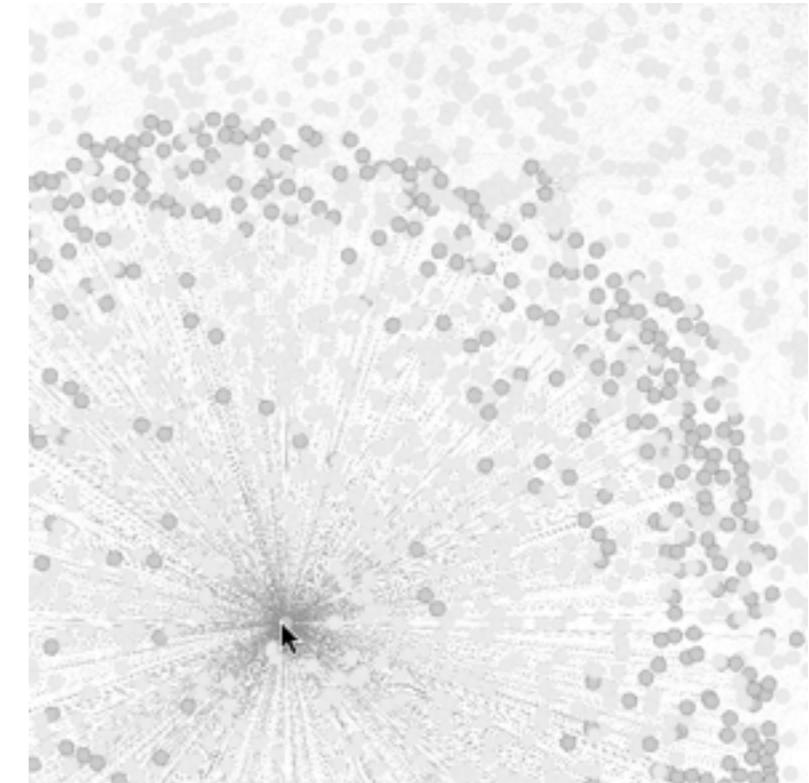
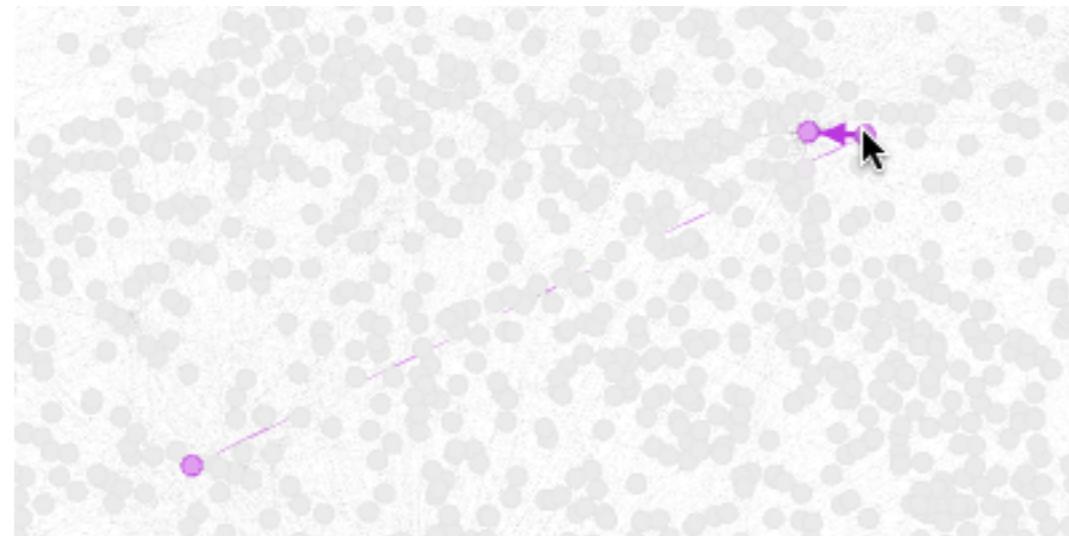


- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
 - Relaciones entre influenciadores
 - Análisis de influenciadores
 - Social CRM
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

relaciones entre influenciadores



- Examinamos las relaciones entre las personas, con el fin de identificar y resaltar a los influenciadores





- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
 - Relaciones entre influenciadores
 - Análisis de influenciadores
 - Social CRM
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

análisis de influenciadores

- ▶ Estudiamos el impacto para los temas que nos interesan en función de los influenciadores, así mismo llegamos al detalle del conocimiento exhaustivo de cada influenciador.
- ▶ Inteligencia Colectiva: Creamos el padrón de influenciadores.

The screenshot shows a Klout profile for a user named 'poqueque'. The profile includes the following details:

- Followers:** 103 Followers
- Following:** 143 Following
- Klout Score:** 23
- Bio:** Errático matemático informático
- Localization:** Barcelona
- Antigüedad:** http://twitter.com/poqueque
http://pirata.cat

At the bottom of the profile window is a green 'Aceptar' button. Below the profile, there's a tweet from 'diox_kaos' dated 10/08/2011:

RT @ciudadfutura: No anules tu mente, no anules tu lucha, no anules tu voto #nolesvotes #votaaotros • #20N #15M

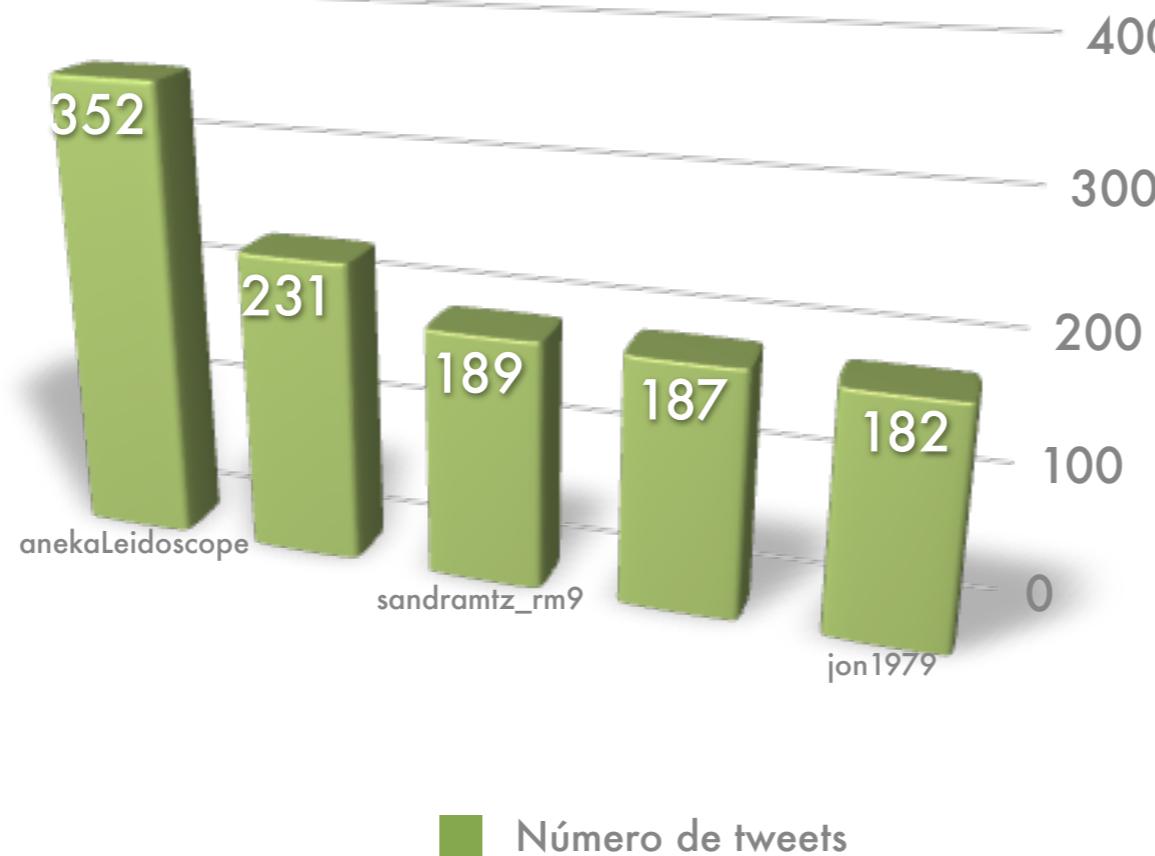
	Alojamiento	Arte-Cultura	Coste de la Vida	deportes	El Tiempo	Gastronomía	Infraestructuras	Medio Ambiente	Mercado Casas	Naturaleza	Nieve	Para visitar	salud	Seguridad	Tiendas
	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	1%
	87%	55%	0%	96%	100%	100%	80%	0%	0%	82%	93%	0%	83%	100%	85%
	12%	34%	0%	4%	0%	0%	20%	0%	0%	8%	2%	0%	0%	0%	13%
	1%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	4%	0%	17%	0%	2%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
 - Relaciones entre influenciadores
 - Análisis de influenciadores
 - Social CRM
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

los 5 usuarios más activos

9/6/2011



aneka lewis

@anekaLeidoscope Bilbao, Spain

Evaculación precoz de la risa. No estoy loca; me lo sé pasar bien, sola. Vaga, bruta y mal pensada. Demasiado. Tueteo a 92732tw/h. Lo que tiene ser de Bilbao. ;D <http://tuenti.com>



Lucía

@lu_bobadilla Bilbao

Extremeña a la bilbaína estudiante de Publicidad y RR.PP en la universidad del País Vasco UPV/EHU. Siempre tuve la cabeza llena de pájaros.



Sandra Martinez

@sandramtz_rm9 Vitoria, Spain

Nacida un 27 de Julio de 1994. Me gusta la música, el cine, los libros. Aficionada al fútbol, las motos y la F1. Sígueme y te sigo :)



Oscar

@iOJKAR Bilbao, País Vasco

Un buen día me hice un Tuister y no entendía ná. Seguí entrando y le fui pillando el gusto y ahora estoy tol dia enganchau ;-) LiveProfile PIN LP7BCE4I <http://www.facebook.com/iokar>



Jon

@jon1979 Barakaldo

Londres, París y Roma.



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
 - Relaciones entre influenciadores
 - Análisis de influenciadores
 - Social CRM
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

social CRM

- ▶ Integraremos los resultados individualizados, entre la información que obtenemos en Internet y la gestión de relaciones con clientes que lleve a cabo cada Institución.
- ▶ Incorporamos de facto la integración con "sugar CRM".

Contactos

Recientes: Benton Vesely, Anytime Air Sup, Buscar Targets, Open Ideas, Lexington Shore, EEE Endowments, Javier Llinares, Base Implementa, Base Implementa, Insight Market

Acciones: Nuevo Contacto, Nuevo Contacto desde vCard, Ver Contactos, Importar Contactos

Benton Vesely

Editar, Duplicar, Eliminar, Buscar Duplicados, Administrar Suscripciones, Ver Registro de Cambios

Visión General	
Nombre: Benton Vesely	Tel. oficina: (051) 838-6419
Cargo: President	Móvil: (470) 330-0656
Departamento:	Dirección alternativa:
Cuenta: EEE Endowments LTD	Fax:
Dirección principal: 123 Anywhere Street Ohio NY 42699 USA	
Correo electrónico: sugar.vegan@example.info (Rehusado) phone.sugar.the@example.co.uk (Responder a)	
Descripción:	
Más Información	
Informa a:	Sincronizar con Outlook: <input type="checkbox"/>
Toma de contacto: Email	No llamar: <input type="checkbox"/>
Campaña:	
Otro	
Asignado a: Chris Oliver	Fecha de Modificación: 14/08/2011 12:23am por J
Fecha de Creación: 14/08/2011 12:23am por Javier Llinares	

The screenshot shows the SugarCRM interface for a contact named 'Benton Vesely'. It includes tabs for Inicio, Cuentas, Contactos (selected), Oportunidades, Clientes Potenciales, Actividades, Documentos, and a navigation bar with >>. Below the tabs are recent items and actions like 'Nuevo Contacto'. The main content area shows a contact card with fields for Name, Title, Department, Account, Address, Email, and Description. It also includes sections for 'Más Información' (Informa a, Toma de contacto, Campaña) and 'Otro' (Asignado a, Fecha de Creación). On the right side, there are social media integration snippets for 'Ruta Senderismo en Andorra Camí de l'Ossa', 'RESTAURANT ARROSSERIA ANDORRA ARRO CALDOS PAELLA DE MARISC I ESCUPINYES', and 'Hotel La Cabana -Ordino- Andorra'.



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- **Trabajo en equipo**
 - Buzón
 - Acción
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

trabajo en equipo

work-flow



buzón

- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
 - **Buzón**
 - Acción
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

El sistema esta concebido para trabajar con equipos numerosos. Cada persona dispone de su propio buzón, donde se incorporan los documentos que el sistema va recuperando según los criterios de búsqueda y que asigna de forma automática a cada usuario, en función de las tareas que tiene delegadas.



The screenshot displays a grid of news items from different social media platforms:

- Blog (25/12761):**
 - ANUNCIARON QUE AQUELLOS QUE PERSISTAN CON LAS ... (09/08/2011)
 - OMS | DENGUE (09/08/2011)
 - SI EL MOSQUITO O ZANCUDO DA LA MALARIA Y EL (09/08/2011)
- Twitter (25/777):**
 - GIGILINAR (10/08/2011): Haceinstantes.net: El sexo por la mañana previene resfrios http://bit.ly/nVDoVU qué gripe ni gripe! A muchos les vendría bien jajaja
 - MCODINA_T (10/08/2011): @solm89 nopal, ahora me agarro la gripe a full, es idea tuya nomás... quizás te dejaste llevar por mis boludeces, pero es natural en mi jajaja
- Facebook (25/1184):**
 - DENGUE!!!** (Community) (13/07/2011): Prensa: info@veltracmusic.com Management: jcvelasquez@veltracmusic.com Booking: ofernandez@veltracmusic.com
 - DENGUE DE** (Musician/band) (13/07/2011):
- YouTube (25/196):**
 - 26 ENTREVISTA A JANE BURGERMEISTER GRIPE A VACUNA MORTAL (SUB) CORREGIDO.MP4 (13/07/2011): Views: 7 Comments: 0 Favorite: 0
 - 2/5 XAVIER URIARTE - ENTREVISTA (13/07/2011): Views: 705 Comments: 0 Favorite: 2



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
 - Buzón
 - **Acción**
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

acción

En cada uno de los canales donde se han distribuido los documentos, puede observarse el detalle para cada documento y para cada uno de ellos pueden realizarse acciones.

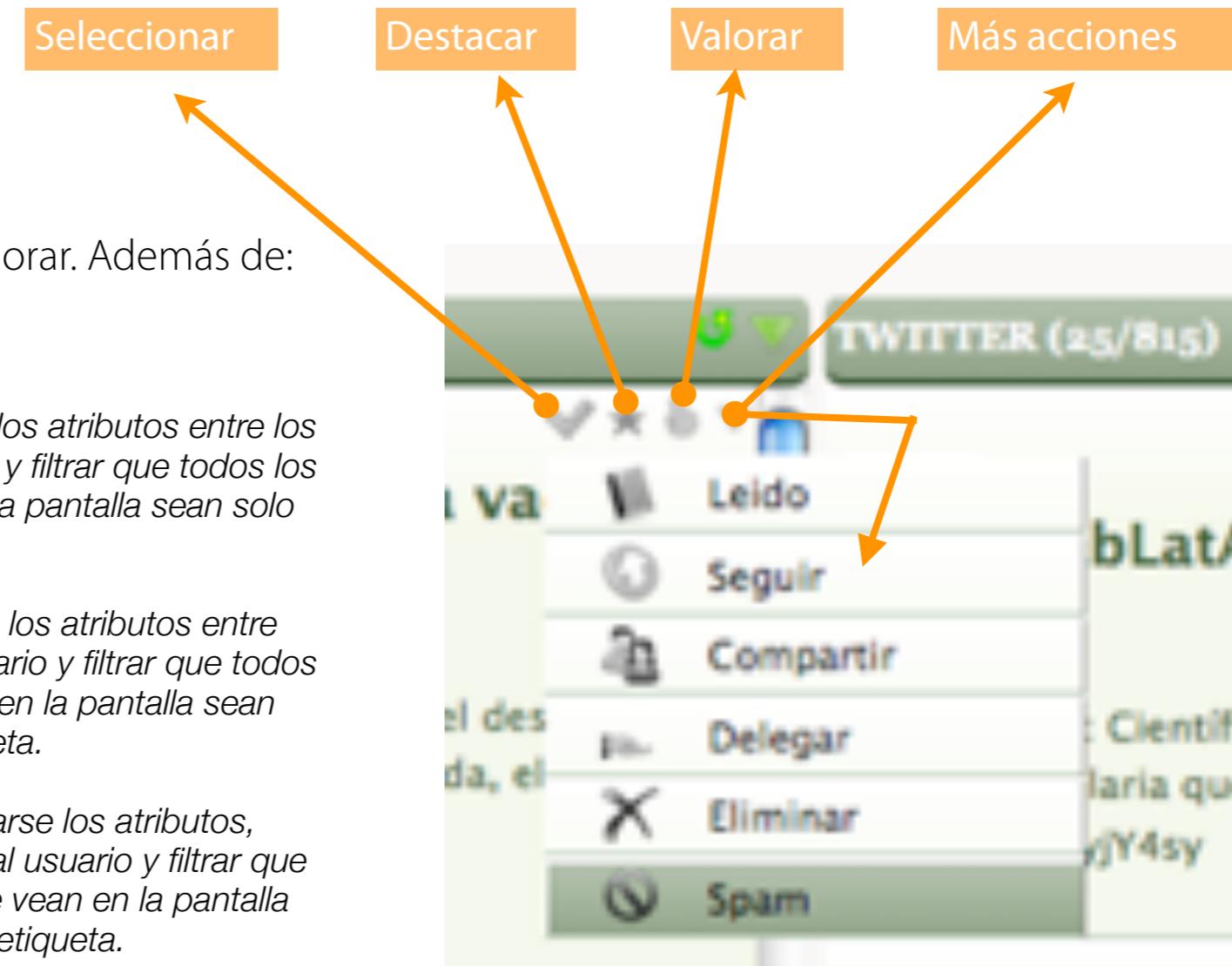
Las principales:

Seleccionar, Destacar, Valorar. Además de:

Leído: Pueden seleccionarse los atributos entre los posibles asignados al usuario y filtrar que todos los documentos que se vean en la pantalla sean solo de esa categoría o etiqueta.

Seguir: Pueden seleccionarse los atributos entre los posibles asignados al usuario y filtrar que todos los documentos que se vean en la pantalla sean solo de esa categoría o etiqueta.

Compartir: Pueden seleccionarse los atributos, entre los posibles asignados al usuario y filtrar que todos los documentos que se vean en la pantalla sean solo de esa categoría o etiqueta.





- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- **Valoración opiniones**
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

Valoración de opiniones



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- **Valoración opiniones**
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

valoración de opiniones

- ▶ La valoración de opiniones o tono de las conversaciones, nos indican el posicionamiento de las personas ante ciertas temáticas.

Masivos

- ▶ Los procesos de valoración masivos son aquellos que buscan patrones en los datos para concluir en la polaridad del tono de las conversaciones.
- ▶ Combina palabras entre sí; palabras e influenciadores; temas y palabras; temas e influenciadores; hashtags e influenciadores.

Individualizados

- ▶ Mediante la extracción de muestras significativas, puede realizarse una valoración manual para indicar el tono de cada uno de los documentos o conversaciones.

- ▶ Por ejemplo, si aparece la palabra "ATC" o "Almacén Temporal Centralizado" o "Cementerio nuclear" en el diario "El Mundo", podemos deducir de que su tono es negativo al hablar del Gobierno y que su tono es positivo al hablar de la energía nuclear.

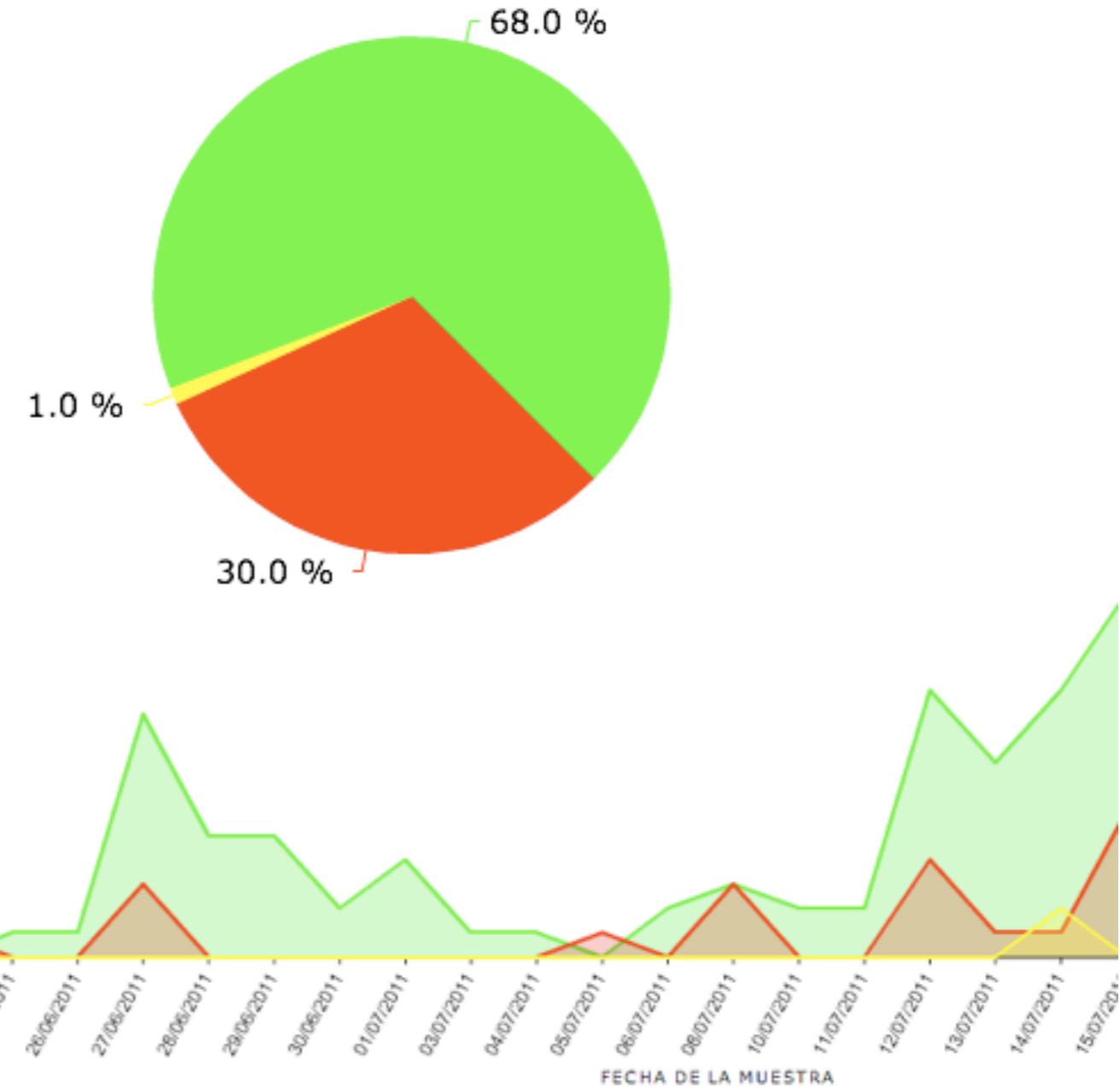
PERSONAS	ATRIBUTOS DE MARCA	LOCALIZACIONES	PROYECTO	CLIENTES
KICO RANGEL	ESCUCHA ACTIVA	VALENCIA	OGOV.EU	
RAUL ALEGRE	CONSULTORIA	MADRID	OPEN IDEAS	
JAVIER LLINARES	E-LIDER	BARCELONA	OGOV.EU	



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- **Valoración opiniones**
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

valoración

► Evolución diaria de la valoración del tono de las conversaciones (positivos, negativos y neutros).





- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- **Valoración opiniones**
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

valoración



- ▶ Para cada tematica de interes, estado del tono general (positivos, negativos y neutros) de las conversaciones que se producen.





- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- **Alertas**
- Reporting
- Conclusiones

Alertas

Gestión de crisis



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- **Alertas**
- Reporting
- Conclusiones

alertas

Volumen

► Un volumen fuera de los valores normales (a definir por el usuario), en más o en menos, hace saltar una alerta.

Influenciador

► Cualquier movimiento que produce una lista concreta de influenciadores, hace saltar una alerta.

Palabra

► Si se escribe una palabra concreta entre la información que recuperamos, hace saltar una alerta.

Tema

► Todo lo que esté relacionado con un tema predefinido o una búsqueda concreta, hace saltar una alarma.

Alertas Escucha Activa

★ Escucha Activa

Se ha producido un incremento significativo en la conversación en el Hashtag #emprende2011

Beaz_Bizkaia

Wed Sep 14 11:50:17 CEST 2011

#emprende2011. Es más útil ser visible cuando lo necesitas: ha inventado un sistema para llamar camareros
http://twitter.com/#!/Beaz_Bizkaia/status/113912443771695104

redgaztempresa

Wed Sep 14 11:50:35 CEST 2011

La charla con Emilio Duro, fantástica. Un placer haberle escuchado. #emprende2011
<http://twitter.com/#!/redgaztempresa/status/113912516660301824>

afrikaelements

Wed Sep 14 11:51:15 CEST 2011

Pep Torres en el estrado para llenar de creatividad #emprende2011 <http://t.co/7HLsbgw>
<http://twitter.com/#!/afrikaelements/status/113912688274440192>



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- **Reporting**
- Conclusiones

reporting



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

reporting

Periódico

► Para cada proyecto, puede asociarse que, de forma automática, diariamente, semanalmente, mensualmente, bimensual, semestral y anual, se envíen reports a las cuentas de correo que se determinen.

Predefinidos

► Pueden ejecutarse los reports que se precisen desde la relación de reports que ya vienen predefinidos. Así mismo pueden definirse nuevos reports por el propio usuario.

Interactivos

► En un proceso de navegación y de interacción con el proyecto, el usuario puede construirse su propio report, incorporando algo tan valioso como la interpretación de la información



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- **Reporting**
- Conclusiones

reporting



turismodeEspaña

metodología y resumen

Los proyectos pueden trabajarse en base a 3 tipos de búsquedas diferenciadas:

- Geográficas:** Se recuperan [todos] los tweets que se producen desde un punto geográfico.
- Mi radar:** Se captura toda la actividad para unos determinados influenciadores conocidos.
- Específicas:** Se recupera en internet que hace referencia a un tema concreto.

Geográficas

MI radar

Ficha técnica

7/05/2011 to 15/07/2011

Búsquedas geográficas	Búsquedas Temáticas
Localidad Origen: Todo el Reino Unido	Influenciadores: 9.837
Radio en Km: Todo el Reino Unido	Nºm. Twits: 6.857
Referencias capturadas:	
Total influenciadores:	
Búsquedas:	
Influenciadores: Núm. Twits: Núm. posts:	

Distribución de la información

Este cuadro resume la distribución de los documentos capturados en función de su tipo de origen. Los destinos más populares son Facebook, YouTube y Twitter.

Total de documentos por origen de la información

Estos dos gráficos indican el total de documentos que se han capturado. A la izquierda porcentualmente y a la derecha en valores absolutos.



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

conclusiones



- Introducción
- Recopilar información
- Tratamiento Semántico
- Influenciadores
- Trabajo en equipo
- Valoración opiniones
- Alertas
- Reporting
- Conclusiones

es la solución porque...

- ▶ ... permite hacer un seguimiento diario de lo que se dice de nosotros y nuestra marca en Internet.
- ▶ ... facilita planificar las acciones de marketing y publicidad propias del entorno online.
- ▶ ... ahorra tiempo al tratar de gestionar búsquedas y alertas concretas sobre el grado de satisfacción de nuestro cliente.
- ▶ ... localiza e identifica los sitios virtuales, influenciadores, clientes potenciales y generadores de opinión.
- ▶ ... pondera el éxito de los atributos de nuestra marca, producto o servicio.
- ▶ ... alerta frente a contingencias que impactan negativamente en nuestra reputación.
- ▶ ... identifica lo que desea el cliente potencial, por tanto constata qué estrategia e innovación (I+D+i) van por el buen camino.
- ▶ ... se presenta como el repositorio digital de conversaciones que hablan de nosotros.
- ▶ ... es una herramienta lo suficiente versátil y flexible para adaptarse a los cambios que se puedan producir en nuestro mercado.