Hermes

Contents

[Qué es Social Listening 1](#_Toc73983709)

[Qué se espera obtener: 1](#_Toc73983710)

[Marca, productos y servicios y Competencia 1](#_Toc73983711)

[Creación de contenido 1](#_Toc73983712)

[Aprendizaje de la competencia 1](#_Toc73983713)

[Atención al cliente 1](#_Toc73983714)

[Cómo hacerlo 2](#_Toc73983715)

[LinkedIn 2](#_Toc73983716)

[Etapa 1: Extracción de Posts 2](#_Toc73983717)

[Etapa 2: Extracción de usuarios 2](#_Toc73983718)

[Etapa 3: Extracción de impacto 2](#_Toc73983719)

[Twitter 2](#_Toc73983720)

[Análisis 2](#_Toc73983721)

[Análisis de impacto 2](#_Toc73983722)

[Entregables 3](#_Toc73983723)

[LinkedIn 3](#_Toc73983724)

[Estado Actual 3](#_Toc73983725)

[Fuentes: 3](#_Toc73983726)

# Qué es Social Listening

Supervisar las conversaciones y menciones alrededor de la marca y competencia que tienen lugar en las redes sociales, productos, ideas o temas que estén relacionados.

# Qué se espera obtener:

## Marca, productos y servicios y Competencia

* Marca (Branding), productos y servicios y el de tu competencia.
* Palabras claves y hashtags frecuentes en sector/industria.
* Personajes importantes de marca y competencia.
* Influenciadores.
* Slogan.

## Creación de contenido

* Titulos, Cantidad de clicks, Compartidos.
* Formatos, Blogs largos/cortos, tutorials y guías, videos, how-to guides, listicles.
* Tópicos, Keywords más comunes de la audiencia.

## Aprendizaje de la competencia

Nuevos productos o servicios (o una mejora de estos), reacción de la audiencia. Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades) del negocio para diferenciación y ofrecer algo mejor a tus seguidores.

## Atención al cliente

* Volúmen de mensajes.
* Tiempos de respuesta.
* Tiempo de resolución.
* Problemas resueltos y no resueltos.
* Conversión del sentimiento.
* Satisfacción del usuario.
* **Tono de las Comunicaciones.**
* **Protocolo de resolución de problemas.**
* Horario de atención.
* FAQ.
* Detectar apenas comienza el problema.
* Seguimiento y gestión.
* Anticipación para nuevos productos y servicios.

# Primera Instancia

En esta primera instancia, nos enfocaremos en lo siguiente:

## Branding

Se analizan los posts, reacciones y comentarios relacionados a Applaudo Studios para capturar el sentimiento de la publicación respecto a la compañía. Se analizan los tópicos, formatos, palabras claves e influenciadores con mayor impacto.

## Anticipación de problemas

Por medio del análisis anterior, su buscará detectar las posibles crisis tempranamente.

## Creación de Contenido

Se analizarán los posts tanto de Applaudo Studios como de la competencia a modo de capturar las estrategias que tienen mayor éxito.

Por competencia, nos referimos a las siguientes compañías:

1. Endava.
2. BairesDev
3. Growth Acceleration Partners.
4. Avantica.
5. Accelarance.
6. iTexico
7. Globant | Bellatrix

## Asignación de Recursos para Marketing

Por medio del uso de herramientas externas, se analiza como la competencia asigna sus recursos en las redes sociales.

## Geolocalización

El análisis anterior se divide en 2 aristas, comercial y reclutamiento. El análisis comercial, estará enfocado a publicaciones y usuarios de los Estados Unidos, mientras que el análisis para reclutamiento, está enfocado en américa latina.

## Cómo hacerlo

### LinkedIn

Se usará la técnica de web scraping con la herramienta Selenium/Octoparse, para obtener los posts de la compañía y su impacto. Esto se hace en 3 etapas:

#### Etapa 1: Extracción de Posts

Se extraen los posts relacionados a la compañía.

#### Etapa 2: Extracción de usuarios

Se extraen los usuarios que reaccionaron y/o comentaron.

#### Etapa 3: Extracción de impacto

De los perfiles extraídos, se obtiene el lugar de trabajo y la cantidad de conexiones.

### Twitter

Se espera desarrollar la extracción usando la Twitter API.

## Entregables

Se entregará un Dashboard visualizando la información recopilada de manera que fácilmente se puedan obtener insights de ella.

## Alcance y Tiempos

A continuación, se detallan las actividades a realizar y su estimado de tiempo:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Actividad** | **Tiempo (semanas)** | **Estado Actual %** |
| **Extracción** | **4** | **18.8%** |
| **Extracción LinkedIn** | **2** | **37.5%** |
| Extracción de Posts Applaudo Studios y Competencia | 1 | 50.0% |
| Extracción de Reacciones, Comentarios y Usuarios | 1 | 25.0% |
| **Extracción Twitter** | **2** | **0.0%** |
| Extracción de Posts Applaudo Studios y Competencia | 1 | 0.0% |
| Extracción de Reacciones, Comentarios y Usuarios | 1 | 0.0% |
| **Análisis** | **4** | **0.0%** |
| **Análisis de Publicaciones** | **2** | **0.0%** |
| Cálculo de Impacto | 0 | 0.0% |
| Análisis de Sentimiento | 1 | 0.0% |
| Análisis de Tópicos, Formatos, Key Words e Influenciadores | 1 | 0.0% |
| **Prevención de Crisis** | **1** | **0.0%** |
| Análisis de potenciales crisis | 1 | 0.0% |
| **Creación de Contenido** | **1** | **0.0%** |
| Análisis de estrategias de Applaudo Studios y de la competencia | 1 | 0.0% |
| **Asignación de recursos** | **2** | **0.0%** |
| Extracción de asignación de recursos de la competencia | 1 | 0.0% |
| Análisis de la asignación de recursos | 1 | 0.0% |
| **Total** | 10 | 7.5% |

# Fuentes:

<https://sproutsocial.com/insights/que-es-el-social-listening-en-redes-y-como-usarlo/>

<https://www.convinceandconvert.com/social-media-strategy/ways-brands-use-social-listening/>

<https://www.convinceandconvert.com/social-media-marketing/how-to-use-social-listening-to-improve-your-marketing/>

<https://ascend2.com/research/>