

Contacto y planteamiento de problema-necesidad

-Nos contacta una empresa motivado por el siguiente problema:

-La dirección nos informa de la necesidad de implantar un sistema que permita poder analizar y conocer las inquietudes y características de las diferentes comunidades según redes que siguen a la empresa. El objetivo es poder conocer y segmentar a las diferentes sensibilidades de sus propios clientes de cara a poder escucharlos y aumentar su satisfacción

Análisis y corroboración del problema y valoración de la solución a implementar que cubra la necesidad.

-Iniciamos el proceso de valoración y nos incorporamos al flujo de conexión entre cliente y empresa de cara a evaluar el problema o problemas, sus necesidades y posibles soluciones.

-Comenzamos a monitorizar diferentes plataforma de cara a poder inferir necesidades, reclamaciones o sentires de los miembros de la comunidad.

-Detectamos una gran cantidad de reclamaciones y sobretodo una tendencia de uso de los diferentes perfiles de redes como canal de comunicación por parte de la comunidad, haciendo muy importante la presencia en cada uno de ellos.

Diagnostico realce problema

-Tras la reuniones con dirección se llega al acuerdo de que el sistema debe reunir las siguientes características:

1. Integración con todos los canales de comunicación
2. Monitorización y clusterización de reclamos y necesidades
3. Derivación de flujo en busca de respuesta a través de un dashboard de consumo.
4. Seguimiento y segmentación de las diferentes comunidades en busca del buyer persona.
5. Dash de acceso a los datos inferidos de clusterización de usuarios.

Modelado y Diseño de la solución

Modelamos las diferentes desarrollos que comprendía:

- Integración con todas las Apis acordadas
- Procesamiento y lógica de gestión de esas comunicaciones
- Dash de consumo de esas comunicaciones

- Aplicación del sistema de segmentación psicográfica de Dataka (datakaverse).
- Dash de consumo de las diferentes segmentaciones.

Implementación del desarrollo

To da la implementación fue Cloud y el consumo vía web, generando un entorno de convivencia entre este Helper y el resto de sistemas como software de gestiona de redes o Tablou.

Consecuencias

- Control total de funnel de entrada de comunicaciones de fans
- Aumento de canales de entrada de solicitudes, aportando muchísima libertad de comunicación con los usuarios.
- Enorme capacidad de comunicación y sondeo directo con las comunidades.
- Buyer persona y buyer consumidor de las diferentes comunidades de la marca de cliente.
- Aumento significativo de conocimiento de las inquietudes de los clientes, provocando un mayor engagement al hablar y difundir información de interés de la comunidad.
- Mayor capacidad de apuesta en plataformas ADs, aumentando el rol, al conocer mucho mejor su base fan.