



KNEWIN

Cómo ser más preciso
en tus **acciones de**
comunicación



¿Qué puedes hacer hoy para mejorar las estrategias de comunicación de tu empresa?

El mundo es uno y está conectado. En un escenario en el que muchas empresas todavía se diferencian entre online y offline, una estrategia eficiente para los negocios es combinar ambos en busca de una comunicación más inteligente y precisa. Independientemente del área de actuación o del tamaño del negocio

en el que opere, debes ser consciente de los cambios del mercado y estar preparado para trabajar en un mundo aún más ágil. El monitoreo, la medición y el análisis de los resultados son pasos importantes para evaluar tu posición en el mercado, la percepción de los clientes y anticiparse a las tendencias.



NO IMPORTA CUÁL
SEA TU NEGOCIO, **NO PUEDE**
SOBREVIVIR SIN LA TECNOLOGÍA



En la nueva era de la comunicación, no basta mirar sólo a tu sector. Es necesario tener en cuenta factores como las áreas involucradas, los diferentes contextos de mercado, el comportamiento de la competencia y del público. Esto ha motivado a los profesionales que trabajan en la comunicación corporativa a buscar herramientas para las relaciones con la prensa que sean capaces de optimizar el tiempo en la rutina de trabajo y aumentar la productividad.

Una plataforma de inteligencia en comunicación es una herramienta poderosa para correlacionar datos, percibir patrones y anticiparse a las circunstancias del mercado, sean éstas favorables o no.

Siete de cada diez empresas han dicho que todavía no tienen control directo sobre los datos, aunque saben cuánto afecta esto a la capacidad de explotar plenamente el potencial de este recurso para lograr objetivos estratégicos.

Fuente: Encuesta sobre la calidad de los datos mundiales de 2019, realizada por [Serasa Experian](#)

¿Está tu compañía entre esas siete?

¿Qué podrías hacer con el acceso a millones de datos sobre el segmento de negocios de tu organización?

Más que entregársela, las soluciones tecnológicas, como Knewin News, organizan y analizan estas informaciones. En un escenario en el que hay gigas y gigas de datos a disposición de las empresas, es necesario filtrar estos datos y transformar la big data en un volumen más pequeño y cualificado. Tener acceso a datos refinados puede ser el gran diferencial de tu negocio.



EN LA ERA DE LA COMUNICACIÓN
DIGITAL, ¿POR QUÉ TU **CLIPPING DE
PRENSA SIGUE SIENDO ANALÓGICO?**



En la punta de la regla

Cualquiera que haya trabajado en una gran empresa o institución ciertamente está familiarizado con este escenario: pasantes y profesionales que revisan periódicos y revistas para cortar las noticias de interés para la organización, ordenar, medir y calcular el retorno en medios espontáneos.

Este trabajo manual fue, durante mucho tiempo, la forma principal de validar la efectividad de la comunicación y demostrar el éxito del trabajo de la oficina de prensa. Sin embargo, esta tarea se hizo más difícil cuando comenzó a evaluar, también, los espacios obtenidos en programas de televisión y citas en la radio.



¿Qué pasa con la web y los medios sociales?

Lo que ya era laborioso se vuelve aún más complicado en la era de la comunicación digital. El seguimiento de los blogs y los medios sociales exige mucho más que una gran cantidad de horas dedicadas.

La equivalencia publicitaria se ha convertido en una métrica insuficiente con la transformación digital y la cantidad de nuevos medios que surgen. Además, en general, los artículos de los portales en línea miden mucho más que cualquier espacio publicitario, distorsionando los valores medidos. Otra dificultad es cómo valorar el contenido en los medios sociales, ya que son formatos y propuestas diferentes.



El momento de retirar la equivalencia publicitaria

La equivalencia publicitaria como medida termina siendo engañosa, porque sugiere que todas las acciones de comunicación están destinadas a ser citadas. Esta técnica equivale a una cita de un vehículo más general con un nicho o vehículo influyente, que tiende a dar resultados más significativos.

La equivalencia publicitaria sigue entre las tres métricas preferidas de los CCOs para monitorear, como lo indica la investigación del Nasdaq. Por otro lado, el 90% de ellos ya consideran la posibilidad de monitorear al menos 12 métricas diferentes, aunque todavía no han comenzado a trabajar con todas ellas.



MÁS QUE CLIPPING DE PRENSA, INTELIGENCIA EN LA COMUNICACIÓN

Los nuevos indicadores de rendimiento, más centrados en lo digital, ayudan a comprender la repercusión de los contenidos divulgados, extraer el conocimiento del mismo y generar insights en tiempo real para la toma de decisiones. Aprende más:



ANÁLISIS DE SENTIMIENTO

sirve para categorizar el contenido en positivo, neutro y negativo. De esta manera, es posible identificar fallos de comunicación y gestionar las posibles crisis, dando un rápido retorno a las negativas.



CRITERIO DE AUTORIDAD DEL VEHÍCULO PERIODÍSTICO

la credibilidad y la notoriedad de un vehículo ayudan a comprender el posicionamiento de tu marca en los medios de comunicación.



AUDIENCIA DEL VEHÍCULO

cuenta el número de personas a las que llega un artículo de la marca.



EXPOSICIÓN EN LA PRENSA

más que analizar la opinión del público, es necesario evaluar si los temas que utiliza tu empresa son relevantes para la prensa y comprobar si estás activando el contenido adecuado para los influenciadores y vehículos adecuados.

¿Por qué usar datos?

Marketing sin inteligencia de datos, hoy en día, es impensable. Más aún cuando vemos, a través de investigaciones y estudios, los impactos de esto:

Un informe de la consultoría BCG, en asociación con Google, muestra que, **si se utilizan bien, los datos del marketing digital se reflejan en ganancias de hasta 30% en eficiencia y un 20% más de ingresos, sólo con la optimización de las estrategias.**

54% de las empresas consideran que la mejora de la experiencia del cliente es la principal ventaja que se atribuye a las empresas basadas en datos, según la Encuesta Global sobre la Calidad de los Datos 2019, realizada por la Experian.

30%
aumento de
eficiencia

20%
más de
ingresos



El data driven marketing optimiza procesos y estrategias, desde la concepción de las acciones hasta la recepción. Estudiando los datos del mercado, sabrás si una determinada iniciativa ha tenido el éxito esperado y podrás decidir si es necesario reformularla o incluso abandonarla.



ROBOTS Y PROFESIONALES,
UNO AL LADO DEL OTRO



Según una encuesta de Avanade, las empresas que digitalizan procesos registran un aumento de la productividad de los empleados alrededor de 78%.

Al dedicar menos tiempo a tareas manuales y repetitivas, el equipo gana horas preciosas para centrar sus esfuerzos en lo que realmente importa: crear estrategias más eficaces. Además, las herramientas de inteligencia aportan una mayor transparencia y racionalización a los procesos, proporcionando una visión más amplia de la organización.

Un ejemplo claro es la generación de informes. Sin automatización, es necesario que el empleado reúna informaciones de diferentes lugares y prepare el documento. Esto lleva tiempo y corre el riesgo de posibles errores.

ADELÁNTASE
A LA COMPETENCIA



En el mundo de los negocios, las empresas que crecen son las que pueden descubrir y explorar oportunidades.

El clipping de prensa también sirve para trazar un mapa de los principales competidores, con un monitoreo de noticias relacionadas con la marca institucional y los productos de los pares. Además de recopilar datos relevantes, permite una vista macro y micro de lo que existe en el lado externo de tu negocio.

Con una herramienta big data, es posible **cruzar informaciones, utilizando un historial de datos como base**. Además de diferenciarse de los competidores, el profesional es más rápido para cambiar el curso de una estrategia, prever alguna situación de riesgo para tu negocio e incluso ver lagunas en el segmento que pueden ser exploradas.



KNEWIN

Para poner en práctica este monitoreo, existen herramientas inteligentes de clipping de prensa y recopilación de informaciones que permiten el análisis de datos en tiempo real, lo que te lleva a evaluar también tu propio rendimiento. Knewin News tiene la **mayor base de datos de vehículos de noticias de Brasil**, y captura datos en más de 80 idiomas.

Inspección de televisores, radios, periódicos, contenidos en línea, medios sociales, datos gubernamentales y reglamentarios, todo on demand, **sin límite de términos a supervisar y con la facilidad de incluir nuevas fuentes de captura.** La herramienta da acceso a las informaciones que interesa a tu empresa de forma estructurada, organizada y rápida, todo ello con una interfaz amigable e integrada.





1,2 mil
fuentes
monitoreadas



1,2 mil
fuentes
monitoreadas



1,2 mil
fuentes
monitoreadas



1,2 mil
fuentes
monitoreadas

Siga los resultados con noticias inteligentes diarias y un informe especial con **métricas cualitativas y cuantitativas**. ¡Diga adiós a las fallas de monitoreo!

Conclusión

En nuestro mundo hiperconectado y en constante cambio, los profesionales de la comunicación y las organizaciones necesitan estar alineados y constantemente actualizados.

Al centralizar las informaciones relevantes en un solo lugar, siempre actualizadas y disponibles de forma segura, sencilla y ágil, una plataforma de inteligencia en comunicación, marketing y ventas, como Knewin News, ayuda a tu equipo a formular las estrategias más productivas y rentables para tus negocios.

Con esta herramienta es posible captar y monitorear las noticias emitidas en los canales online y offline, compartir sus datos y movilizar a toda la empresa, haciendo que todos contribuyan a una toma de decisiones más eficaz.

Sobre Knewin

Fundada en 2011, Knewin es una empresa de tecnología cuyo propósito es hacer que la información sea útil y accesible para sus clientes. A través de nuestra plataforma de soluciones globales, ayudamos a las empresas a tener una visión integral y estratégica de sus marcas dentro de los medios tradicionales y nuevos, utilizando big data analytics e inteligencia artificial, generando más valor, conocimiento y competitividad para los negocios.

Knewin tiene la mayor base de datos de América Latina para el monitoreo de los medios de comunicación, además de soluciones de inteligencia y análisis de datos para los segmentos de comunicación y marketing. Con oficinas en São Paulo, Río de Janeiro, Porto Alegre, Recife, Miami, Bogotá, Ciudad de México, Quito y Lima.

Conoce más sobre Knewin y manténgase actualizado sobre la tendencia en Data Intelligence accediendo a nuestros materiales gratuitos

+55 (11) 5070-4400 • contato@knewin.com
Avenida Faria Lima, 2081 Pinheiros - São Paulo - SP

