



DATA

TRIP

(CLUSTERING)

**DETECTA Y ANALIZA PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PARA
CONOCER LA PERCEPCIÓN REAL DE UNA MARCA, UNA PERSONA O
UNA TEMÁTICA ESPECÍFICA Y DISEÑAR ESTRATEGIAS QUE
FORTALEZCAN SU IMAGEN Y POSICIONAMIENTO.**

PRINCIPALES BENEFICIOS



REPUTACIÓN Y POSICIONAMIENTO

Detectamos y analizamos menciones, comentarios y reseñas en línea para capturar la verdadera esencia de cómo tu marca es percibida en el mercado. Este enfoque permite desarrollar estrategias específicas para fortalecer y mejorar tu imagen de empresa.



COMPETENCIA

Recolectamos y analizamos información sobre las actividades y estrategias de los competidores, proporcionando un entendimiento profundo de sus movimientos. Este conocimiento ayuda a nuestros clientes a anticipar cambios y ajustar tácticamente sus estrategias competitivas.



TENDENCIAS

Identificamos tendencias emergentes al monitorizar y analizar conversaciones en redes sociales. Observamos el tono, los creadores de contenido clave y la evolución de los temas para que puedas adaptar tus estrategias de negocio y capitalizar oportunidades de mercado.



CRISIS Y OPORTUNIDADES

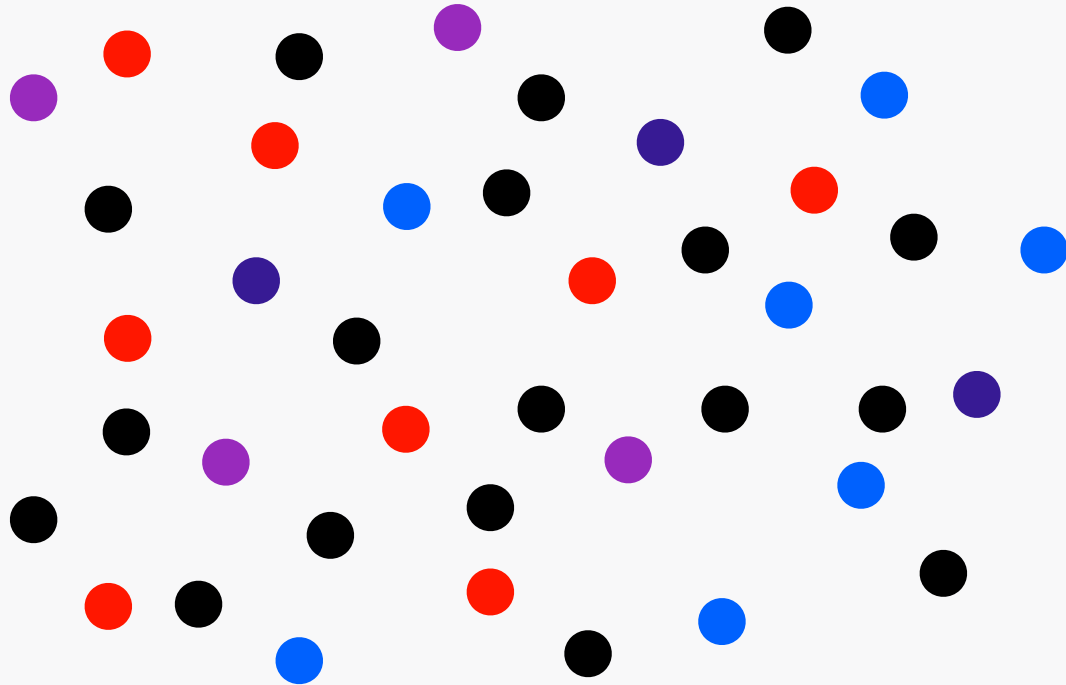
Nuestros sistemas no solo reaccionan a las crisis, sino que anticipan posibles problemas antes de que escalen. A través de alertas tempranas y análisis predictivo, proporcionamos a las empresas herramientas para manejar desafíos de manera proactiva

METODOLOGIA

DETECTA MILES DE CONTENIDOS EN TIEMPO REAL

Monitoreamos redes sociales y diversas fuentes digitales con nuestra tecnología propia, capturando información clave en el momento exacto.

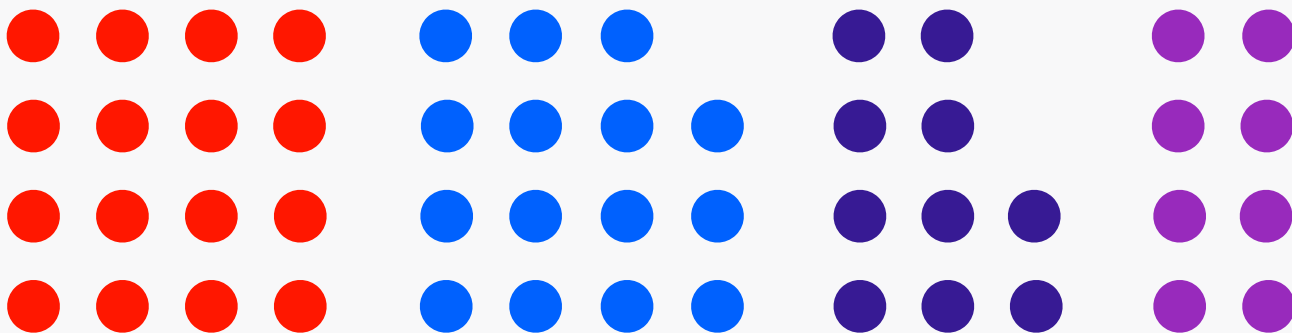
Esto te permite anticiparte a tendencias, detectar riesgos tempranos y no perder ninguna señal importante, transformando el ruido del entorno digital en oportunidades de valor.



ANALIZA Y SELECCIONA A LOS CONTENIDOS MÁS RELEVANTES

Aplicamos un análisis profundo que filtra y organiza lo que realmente importa, simplificando volúmenes masivos de información en datos claros y accionables.

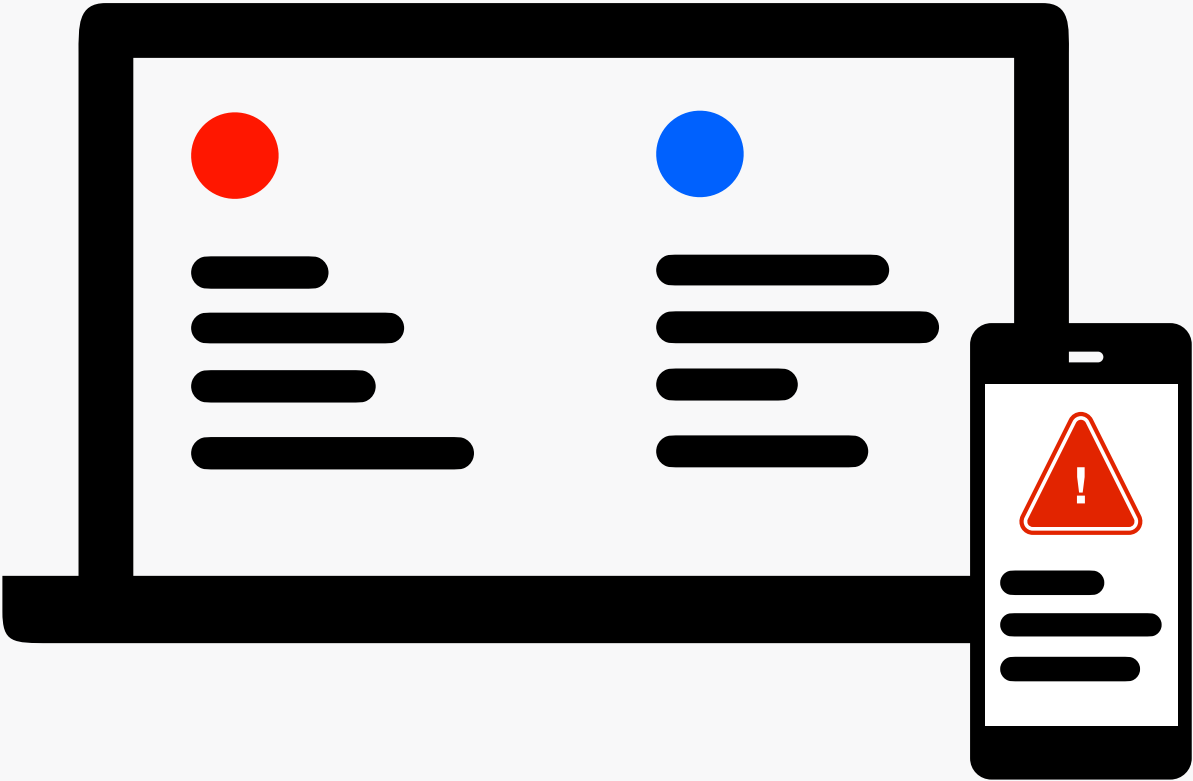
Así obtenés una visión precisa de los temas, actores y conversaciones que impactan en tu marca o sector, evitando distracciones y concentrándote en lo que genera resultados.



REPORTES EJECUTIVOS, ANALÍTICOS Y ALERTAS EN TIEMPO REAL

No solo entregamos datos, sino insights estratégicos que impulsan decisiones poderosas.

Nuestros reportes ejecutivos y alertas inmediatas te brindan el contexto necesario para reaccionar rápido, proteger tu reputación, optimizar campañas y ganar ventaja competitiva en entornos complejos.



PROTODCOLO DE ALERTAS

Gestión de información para crisis y alertas, adaptando el nivel de detalle, la frecuencia y el canal de comunicación para asegurar que cada actualización sea realmente útil y accionable.



ESTADIO LATENTE

Anticipación y Preparación: Identificamos señales tempranas que indican potenciales problemas. Proporcionamos información esencial que permite a nuestros clientes prepararse y posiblemente evitar la crisis.



ESTADIO EMERGENTE

Respuesta Temprana: A medida que la crisis comienza a materializarse, aumentamos la frecuencia y especificidad de nuestras alertas para preparar a los clientes para acciones inminentes.



PICO DE ACTIVIDAD

Manejo en el Punto Crítico: Cuando la crisis está en su apogeo, ofrecemos datos concentrados y análisis en tiempo real para guiar las decisiones en el momento más crítico.



EVALUACIÓN Y APRENDIZAJE

Reflexión Constructiva: Una vez que la crisis se modera, proporcionamos un análisis en profundidad que ayuda a entender tanto los éxitos como las áreas de mejora, fortaleciendo las estrategias para el futuro.

REPORTES Y ALERTAS

Anticipamos problemas antes de que escalen con alertas tempranas y análisis predictivo, ayudándote a gestionar desafíos de forma proactiva.



Reputación

GUCCI

Febrero 2024

Incidente de Robo en Nueva York Resalta Desafíos de Seguridad y Reputación de Marca.

Este reporte ofrece una visión integral de Gucci, comenzando por el reciente incidente de robo en una tienda de Manhattan, que plantea cuestionamientos sobre seguridad y repercusiones en la imagen de la marca.

Se examina la respuesta de la comunidad digital ante las políticas de Kering y la versatilidad de Gucci en la cultura popular, resaltando su presencia desde la música hasta eventos de moda.

Además, se destaca la alianza estratégica con Xiao Zhan, subrayando cómo su imagen y popularidad potencian la visibilidad y el prestigio de Gucci en el mercado global. Este análisis demuestra la complejidad de manejar una marca de lujo en el entorno actual, equilibrando entre desafíos de seguridad, gestión de reputación y asociaciones influyentes.

⌚ Tiempo de lectura 12 minutos.

Social Listening GUCCI

Para realizar un reporte de escucha de redes sociales sobre Gucci, hemos analizado las 541 publicaciones relacionadas con la marca detectadas en las últimas 48 horas.

Estas publicaciones fueron generadas por 467 usuarios con un impacto viral potencial máximo de más de 5 millones de vistas y un total de 9.541 interacciones.

Se destacan los siguientes puntos clave que reflejan la percepción actual de la marca en el ámbito digital:

Robo significativo en tienda de Gucci en Manhattan:

Varias publicaciones detallan un robo en una tienda de Gucci en Nueva York, donde ladrones armados sustrajeron mercancía valorada en más de \$50,000. Este evento ha generado considerable atención en las redes, con múltiples usuarios compartiendo detalles y expresando preocupación por la seguridad en las áreas de compras de lujo.

Respuesta corporativa y política

Algunos comentarios en las publicaciones señalan que la empresa matriz de Gucci, Kering, ha apoyado a organizaciones anti-policiales, sugiriendo una conexión entre la política corporativa y la seguridad de sus tiendas. Este aspecto ha generado discusiones sobre la responsabilidad social corporativa y su impacto en la comunidad.

Diversidad en menciones de marca:

Además del incidente de robo, Gucci aparece mencionado en diversos contextos en las redes sociales, desde el lanzamiento de música ("GUCCI LOS PAÑOS" de Karol G superando los 100 millones de streams en Spotify) hasta la moda y el estilo de vida (el Corte Inglés bajando el precio de un bolso que parece de Gucci). Esto destaca la versatilidad de la marca en la cultura popular.

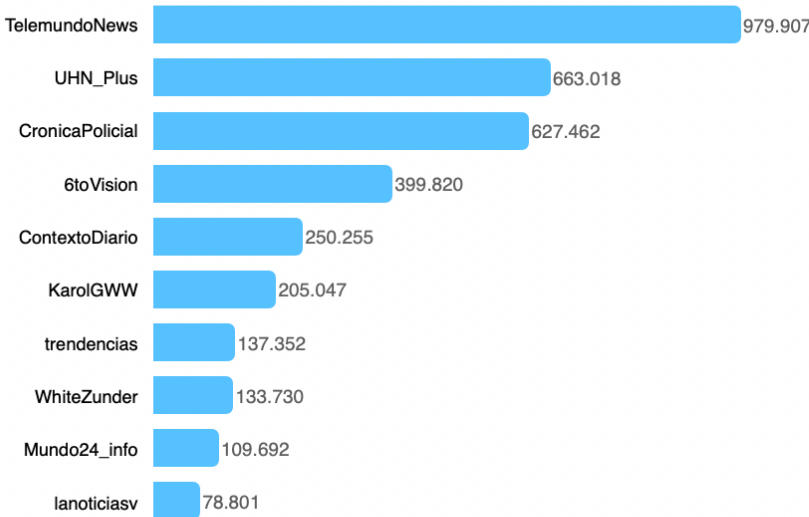
Críticas y humor

Algunas publicaciones utilizan el incidente de robo y la marca Gucci en un tono más humorístico o crítico, reflejando la variedad de percepciones que tiene la marca en el público. Desde comentarios sobre el descuento en productos Gucci para "enriquecedores culturales" hasta menciones irónicas sobre la preferencia de la marca en ciertos sectores sociales.

www.thedatatrip.com

Social Listening GUCCI

Detectamos a los siguientes usuarios como los principales influenciadores (mayor cantidad de seguidores)



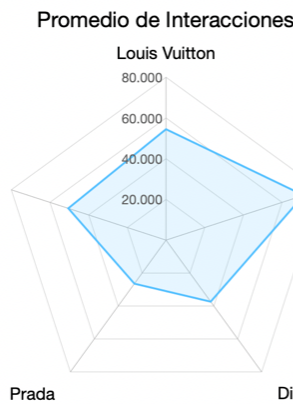
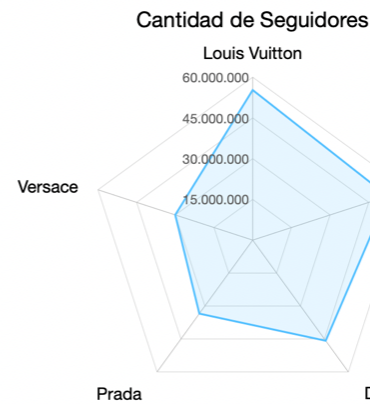
Nube de palabras más mencionadas

aca años anuel armados asistir bait baiteo bolsa bolso buzo
cadena cara cartera casa chat coach comprar creativo creo desfile dior director diseñada
dolares empresa era eres estoy etc flow gente gordos gratis grupo
guccifw hanni hombres igual ir jjeo ladrones lagrimas
llevandose llorar lujo luz lv manhattan marca marcas
mercancia mfw mierda mil milan milanfashionweek
moda mujer new notnicobjs nuevayork organizaciones pa panos papa parece personalizada
plena policia portavoz prada quiere quiero roban robaron rockstar ropa sabato
samo semana short studio tacos tan tienda tumbando
valorada ver viaje viste vos vuitton weibo xiao xiaozhan
xiaozhanxgucci york zapatos zhan

www.thedatatrip.com

Market Report GUCCI

Usuario	Seguidores	Interacciones Totales	Me Gusta	Comentarios	Ratio de Interacciones	Promedio de Interacciones
louisvuitton (louisvuitton)	55.267.994	2.723.070	2.700.278	22.792	0,10 %	54.461
gucci (gucci)	52.365.322	3.559.679	3.538.803	20.876	0,14 %	71.194
dior (dior)	45.808.588	1.868.227	1.858.748	9.479	0,08 %	37.365
prada (prada)	33.472.258	1.321.866	1.316.590	5.276	0,08 %	26.437
versace (versace)	30.034.964	2.525.751	2.507.802	17.949	0,17 %	50.515



www.thedatatrip.com



Alertas Data Trip
Reporte Diario de Menciones - DataTrip - Set: CALAMAR

16 de mayo de 2024, 6:23

Estimado cliente,
Le acercamos la información sobre las conversaciones detectadas en redes sociales y sitios online durante el día de ayer para el set CALAMAR

Temática: OPERACION CALAMAR

- El día de ayer 122 usuarios han mencionado 173 veces las palabras monitoreadas en esta temática. Se detecta un **+534,86%** con respecto al promedio de los últimos 7 días.

- La sumatoria de los seguidores de las personas que participaron de la conversación generó un impacto viral que superó los 23 millones de visualizaciones potenciales. Detectándose un **+1.470,26%** con respecto al promedio de los últimos 7 días.

- Detectamos a los siguientes usuarios como los principales influenciadores (mayor cantidad de seguidores):

1) [DiarioLibre](#) [1.777.435 seguidores]
2) [SIN24Horas](#) [1.742.276 seguidores]
3) [ListinDiario](#) [1.598.747 seguidores]
4) [nurlapiera](#) [1.549.864 seguidores]
5) [CDN37](#) [1.291.569 seguidores]

- Dentro de las menciones generadas por personas con más seguidores/mayor impacto viral se destacan:

1) [DiarioLibre \(Diario Libre\)](#) [n l#JusticiaDLI El expediente introduce nuevos imputados e investigados en la supuesta trama de corrupción ? https://t.co/ceo1GYrGpl](#) [#DiarioLibre](#) [#DonaldGuerrero](#) [#Corrupción](#) [#CasoCalamar](#) [https://t.co/AwFPEONxn0](#) [1.777.435 seguidores]

2) [SIN24Horas \(Noticias SIN\)](#) [Implicados en Operación Calamar obligaron a empresarios a cederles parte de sus contratos con el Estado, según la PEPCA.](#) [#NoticiasSIN](#) [#SIN24Horas](#) [@aliciaortegah](#) [#GrupoSIN](#) [#AliciaOrtega](#) [https://t.co/fdskdvmnFQ](#) [https://t.co/c43U5nAeb4](#) [1.742.276 seguidores]

3) [SIN24Horas \(Noticias SIN\)](#) [MP: Implicado en Operación Calamar realizó declaración jurada falsa para lavar activos.](#) [#NoticiasSIN](#) [#MP](#) [#Implicados](#) [#Calamar](#) [#Activos](#) Más detalles en nuestro periódico [https://t.co/Ovpz0o2vQa](#) [https://t.co/kcP9XGB5ul](#) [https://t.co/C2BCxRatan](#) [1.742.276 seguidores]

4) [SIN24Horas \(Noticias SIN\)](#) [En fundas plásticas implicados en Operación Calamar trasladaban sumas millonarias.](#) [#NoticiasSIN](#) [#Implicados](#) [#Operación](#) [#Calamar](#) [#Fundas](#) [#Millones](#) Más detalles en nuestro periódico [https://t.co/Ovpz0o2vQa](#) [https://t.co/0YAeo0C6TG](#) [https://t.co/EJ5hso3ZMH](#) [1.742.274 seguidores]

5) [SIN24Horas \(Noticias SIN\)](#) [Maniobras fraudulentas de las que se valían imputados del caso Calamar para sustraer dinero del Estado.](#) [#NoticiasSIN](#) [#SIN24Horas](#) [@aliciaortegah](#) [#GrupoSIN](#) [#AliciaOrtega](#) [#Acusado](#) [#Justicia](#) [#MinisterioPúblico](#) [#OperaciónCalamar](#) [https://t.co/1iBW4DAKDW](#) [1.742.267 seguidores]



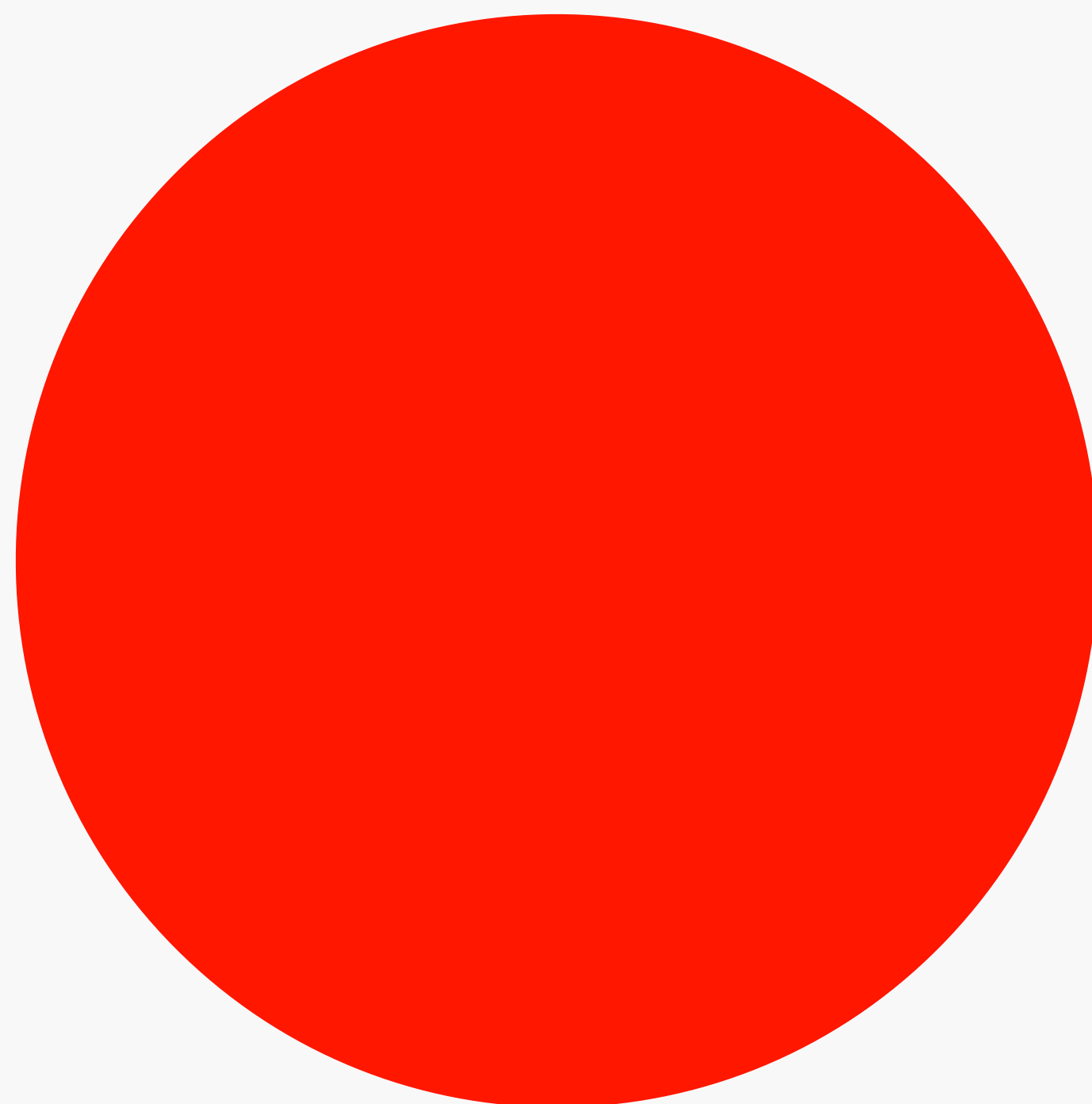
Alertas Data Trip
Alerta : Influenciador Detectado - Set: OPERACION...
Para: Desarrollo

Detalles

14 de mayo de 2024, 19:12

Alerta activada por: OPERACION CALAMAR

Máximo Superado: 50.000
Mención: ¡Desastre total! Si Leonel Fernández queda en tercer lugar, quedará mal por no tener estructura sólida como el PLDvn#Super7 #Super7FM #Noticias #SantoDomingo #AhoraPorLaSuper7 #FelizMartes #Elecciones #Política #Elecciones2024 #LeonelFernandez #DaniloMedina #FuerzaDelPueblo #PLD [https://t.co/ghFpkEjSdl](#)
Usuario: Super 7FM(super7fm) 123.879 seguidores.
Filtro País: DO
[Haga click para ver la publicación.](#)



**MÁS POTENTE,
MÁS SIMPLE,
MÁS INTELIGENTE.**

