

Optimizadata Analytics

Herramienta de Inteligencia de Mercado para la monitorización de todas las métricas de los canales propios en redes sociales y web, reputación online y vigilancia competitiva



*¡Mejor solución de Marketing
y promoción para destinos!*

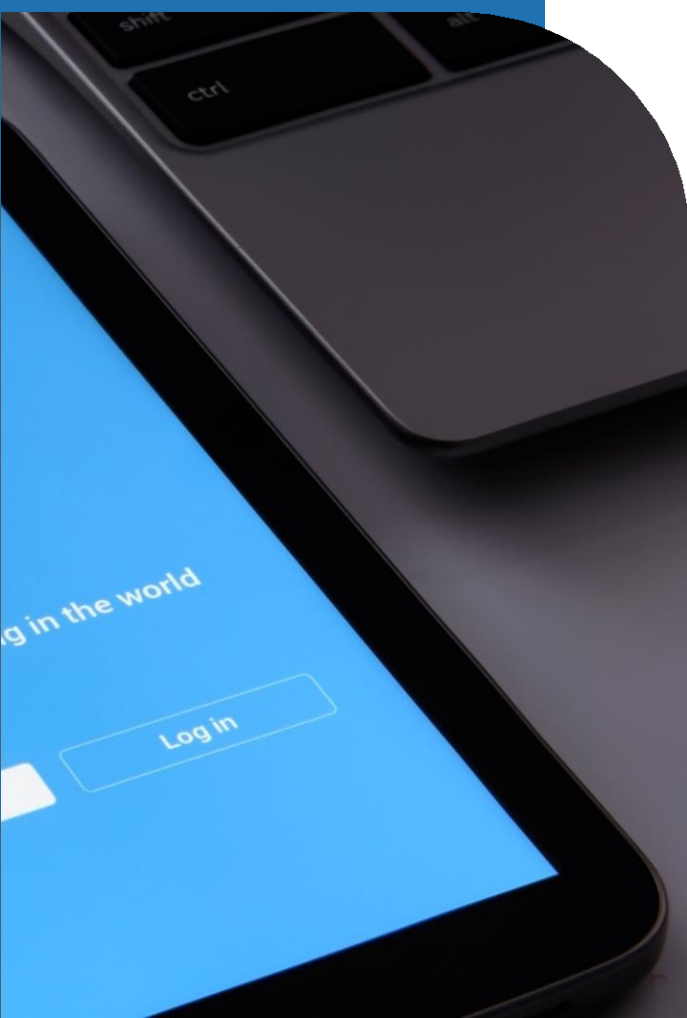
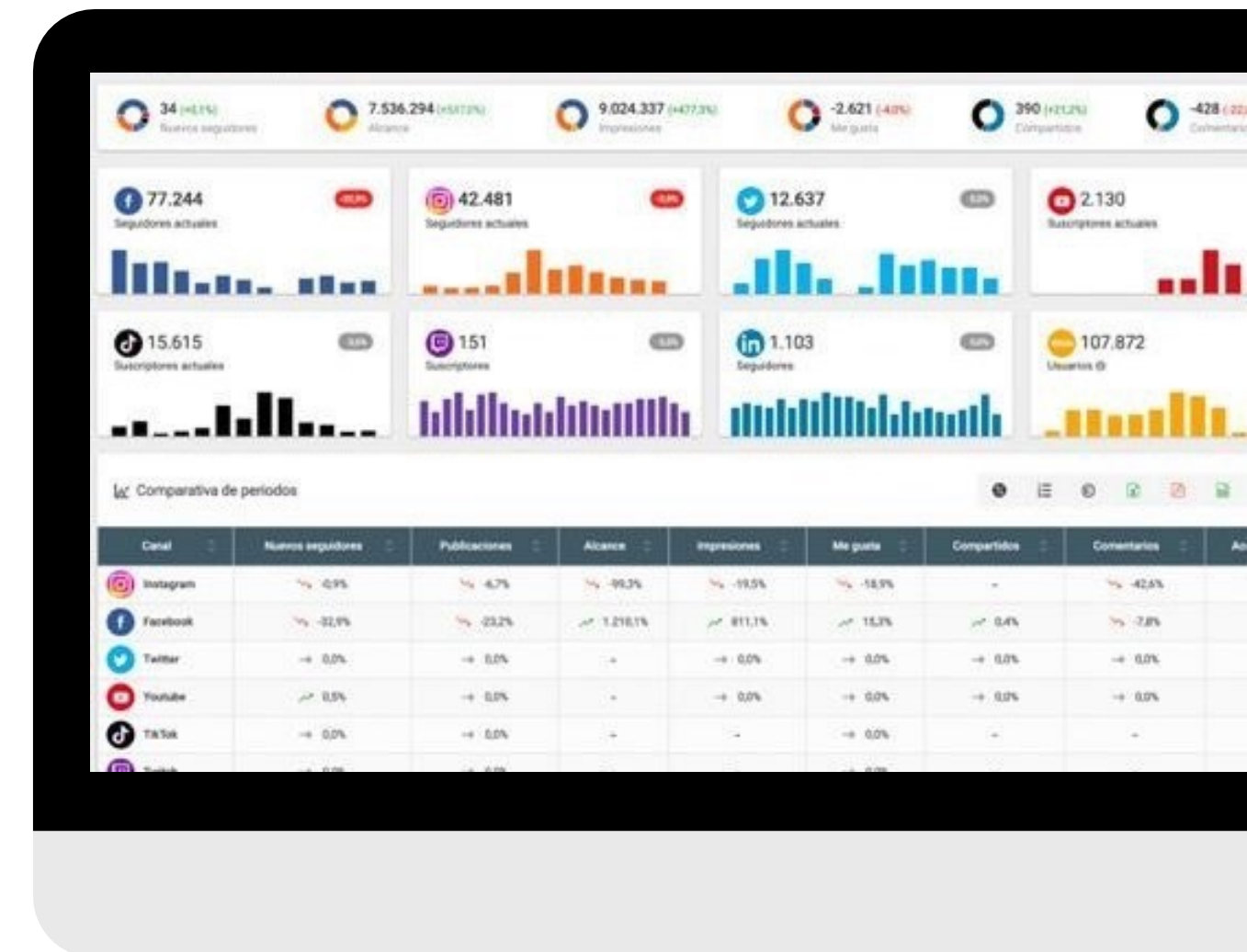


Análisis de presencia y actividad online.

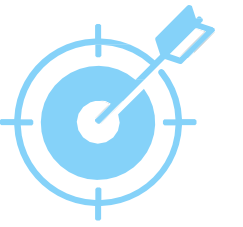
Canales propios



- ✓ Cuadro de mando para visualizar todos los datos obtenidos de los canales en los que tiene presencia un destino turístico.
- ✓ Permite realizar un control, seguimiento y comparativa de todas las métricas de los canales de Redes Sociales y otras fuentes.
- ✓ Monitorización de todos los eventos, menciones y hashtags.

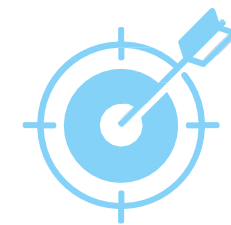


Objetivos principales de la herramienta (1)



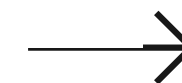
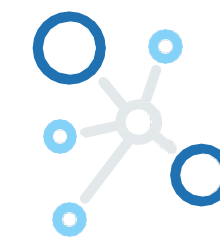
- ✓ **Generar visualizaciones** e informes fáciles y entendibles.
- ✓ Simplificar el análisis de datos para tomar **decisiones en marketing y promoción.**
- ✓ Mostrar una **evolución y comparativa** de todas las métricas, partiendo de un histórico de cada cuenta.
- ✓ **Controlar la reputación online** del destino turístico a través de escucha activa.
- ✓ Conocer a nuestra audiencia y su comportamiento.

Objetivos principales de la herramienta (2)



- ✓ **Medir el impacto** de nuestras publicaciones y detectar cual es el momento oportuno para publicar.
- ✓ **Establecer un Set Competitivo** con otros destinos turísticos para controlar su evolución y estrategias.
- ✓ **Asignar un valor monetario a** todas nuestras acciones orgánicas (ROI orgánico).
- ✓ **Seguimiento y comparativa** de hashtags, menciones y localizaciones.
- ✓ **Ahorrar mucho tiempo.**

Conectamos con los siguientes canales





Monitorización de canales digitales de la empresa

En OptimizaData Analytics mantenemos una comunicación continua con los canales digitales, permitiendo tener toda la información online en un único panel de control.

Así pues, conectamos con todas las Redes Sociales, Google Analytics (página web), Google Alerts, Google Trends, portales de opinion (TripAdvisor), monitorización de hashtags, palabras clave y menciones, comparativa y escucha activa de cuentas de otros destinos, etc.



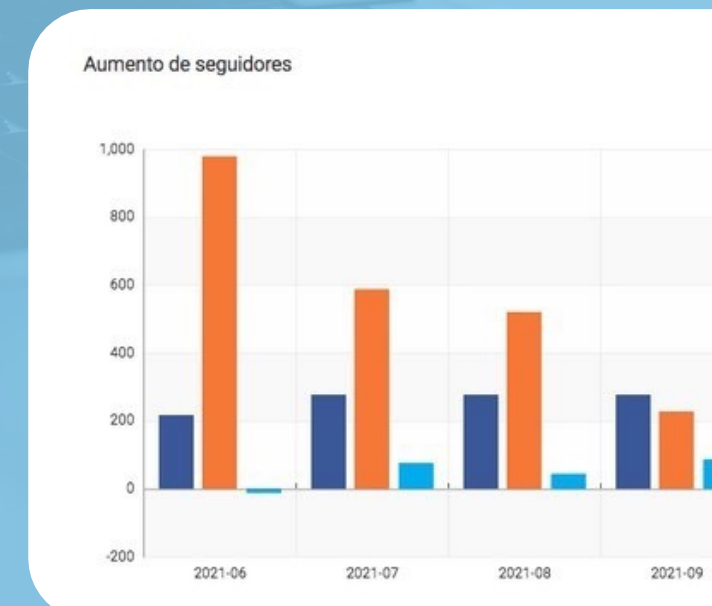
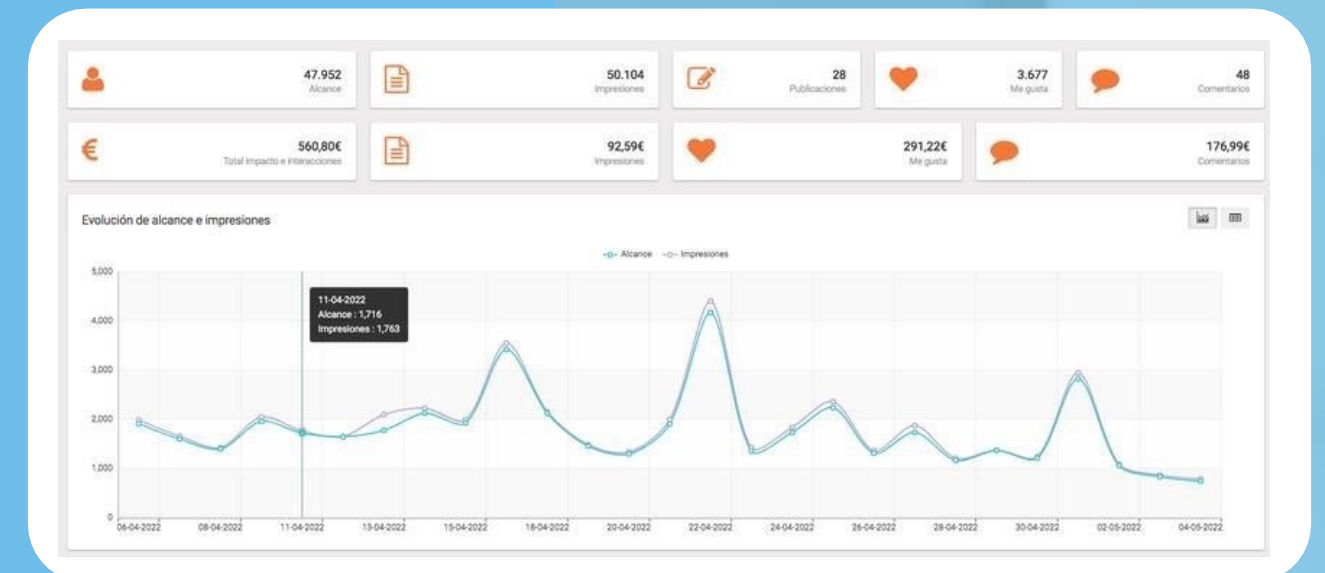
Control de audiencia y su comportamiento



Es importante planificar las estrategias de marketing conociendo quién está detrás de nuestros contenidos para saber a quiénes debemos dirigirnos y a qué hora debemos hacerlo para que el impacto sea real.



Con estas gráficas se pueden detectar fácilmente los horarios de actividad y la segmentación de edades y género de nuestra audiencia.





Reacciones e impacto de los contenidos



Un destino turístico no solo se debe fijar en la evolución de sus seguidores, sino que también es importante controlar el impacto de sus contenidos y la evolución de las reacciones.



Identificar cuándo impactan más nuestras publicaciones y alertar por correo de reacciones negativas.

Canal	Publicaciones	Alcance	Impresiones	Me gusta	Compartidos	Comentarios
Instagram	35,3%	40,7%	42,0%	66,8%	-	1.580,6%
Facebook	5,0%	34,6%	38,2%	1,7%	-14,1%	25,0%
Twitter	-15,4%	-	-100,0%	-1,2%	-20,8%	-100,0%
Youtube	→ 0,0%	-	→ 0,0%	→ 0,0%	→ 0,0%	→ 0,0%

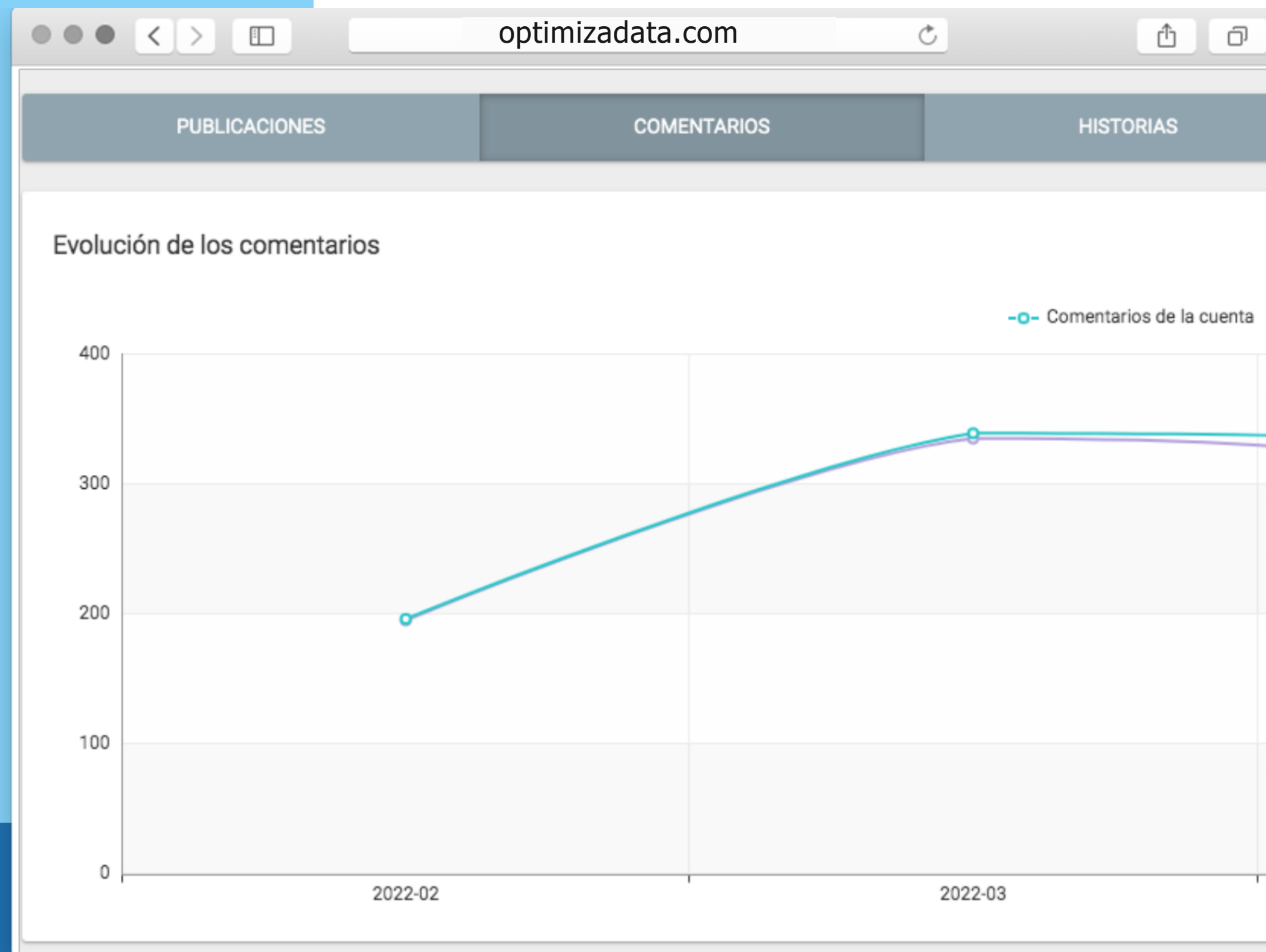
Summary metrics: 68 (+7,9%) Publicaciones, 470.919 (+36,1%) Alcance, 551.269 (+30,2%) Impresiones, 7.135 (+56,3%) Me gusta, 1.010 (-14,8%) Compartidos, 1.171 (+927,2%) Comentarios

Análisis de las publicaciones y comentarios. Control de atenciones

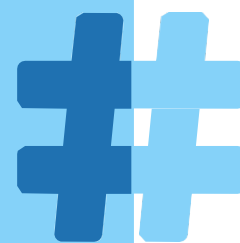


Optimizadata Analytics permite controlar los comentarios (atenciones) que generamos y ver su evolución a lo largo del tiempo.

Permite filtrar las opiniones semánticamente para cuantificar el uso de palabras clave.



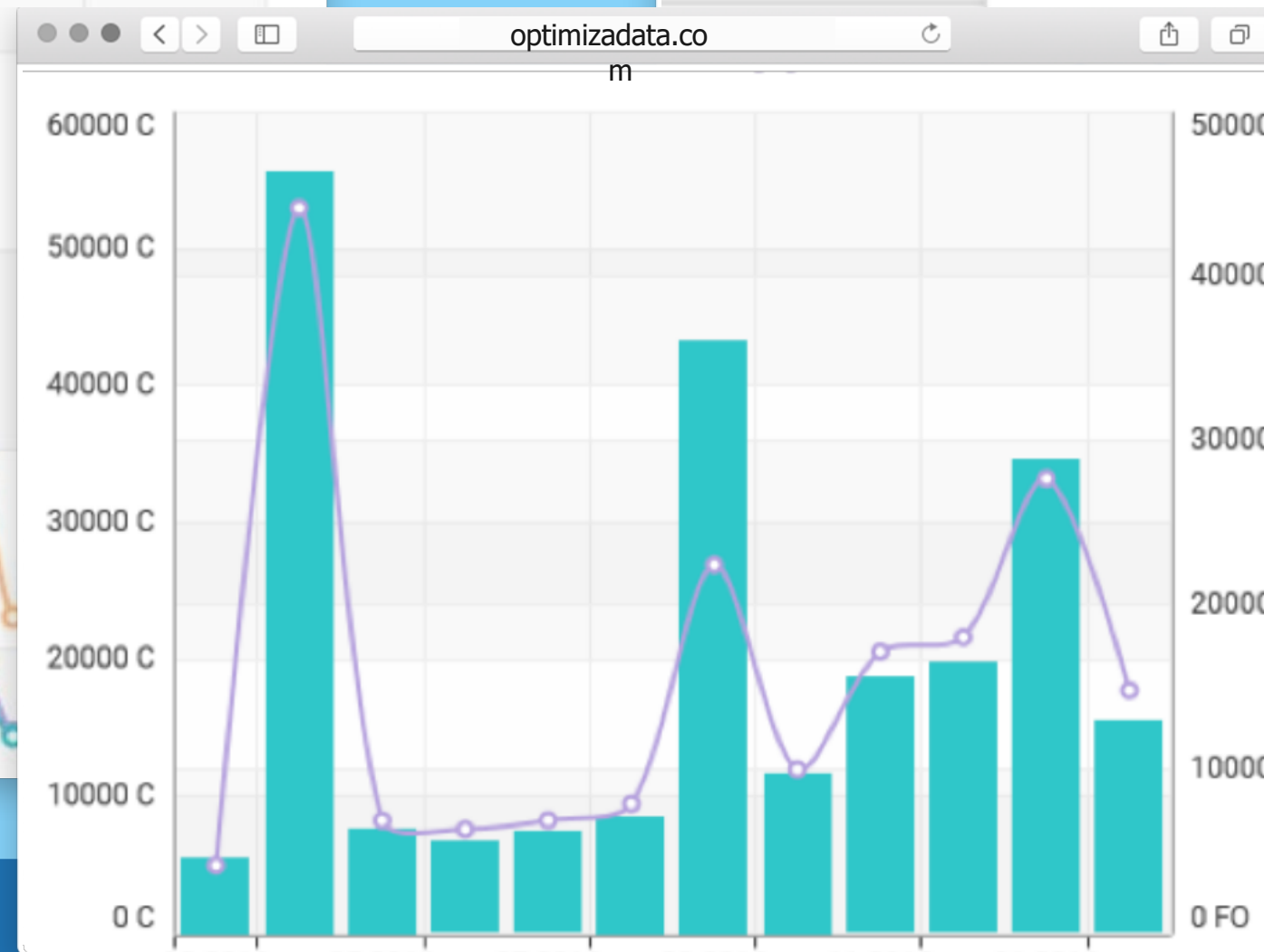
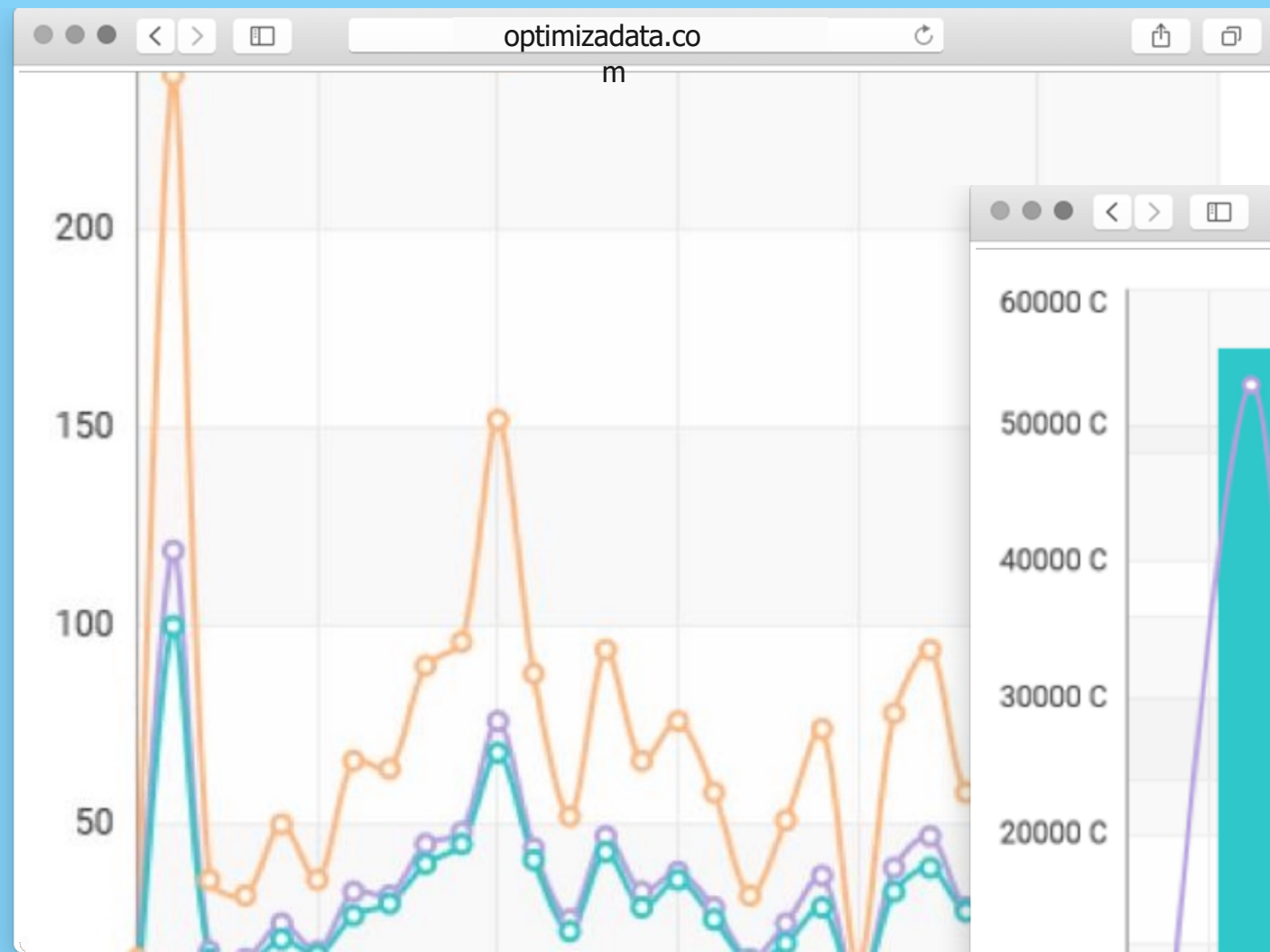
Seguimiento de eventos, menciones y hashtags



Optimizadata Analytics **monitoriza cada evento, mención o hashtag** para conocer su repercusión en el ecosistema digital, permitiendo obtener todas las publicaciones, tanto propias como ajenas, que se desprenden del uso de nuestros hashtag. También monitoriza todas las **noticias digitales indexadas en internet y las búsquedas en Google (Trends – Search)**.

Fecha	Imagen	Texto	Tipo
2020/07/10		Last autumn during the #feriamodernistaalcoy Photographer: Wanderley tejeiro ...	GraphImage
2020/05/30		Como cada semana os pasamos el enlace de nuestro programa en youtube y Facebook...	GraphImage
2020/05/17		Esta semana contamos con la compañía de Lorena Zamorano (concejal de Turismo ...	GraphImage
2020/05/08		?????????La Feria Modernista de Alcoy queda aplazada a 2021. Volveremos a viajar ...	GraphVideo
2019/11/14		El Último viaje de Santiago Desde que llevo inmerso en el proyecto de la Casa ...	GraphSidecar
2019/11/11		#Repost @alcoyamigosmodernismo Velada modernista #alcoymodernista #feriamodernis...	GraphImage
2019/11/10		Velada modernista #alcoymodernista #feriamodernistaalcoy #modamodernista moderni...	GraphImage

Controlar y alertar de las reacciones negativas



A screenshot of the Optimizadata dashboard. At the top, there is a navigation bar with a hamburger menu, a refresh icon with a '0' notification, a bell icon with a '1' notification, and a green 'ONLINE' status indicator. Below this, a section titled 'ALERTAS EN EL SISTEMA' is visible, along with a partially obscured 'Facebook - F' link. The main content area shows a 'culturar post página' entry dated '018-10-08' with a three-dot menu icon.

Informes de resultados

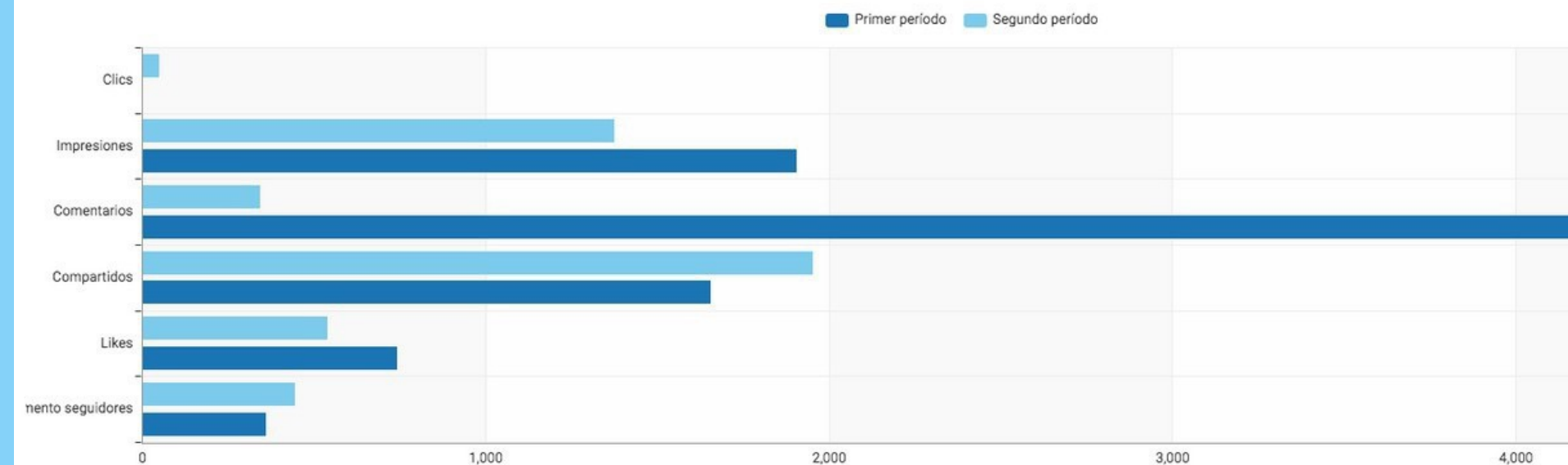
Los destinos turísticos necesitan periódicamente un informe de resultados para realizar comparativas y testear su salud digital.

Optimizadata Analytics permite configurar tres tipos de informes diferentes: Personalizados, comparativos y de cuentas.

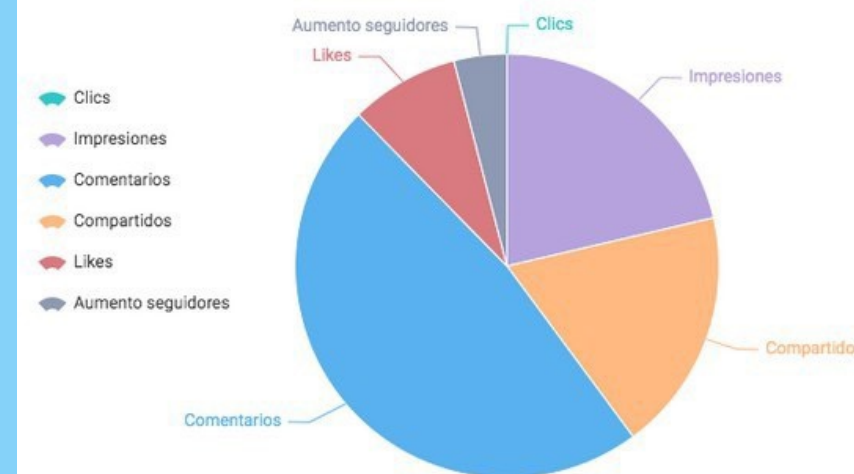
Estos son el instrumento ideal para justificar las acciones de promoción y marketing de un destino ante estamentos superiores, prensa, etc.



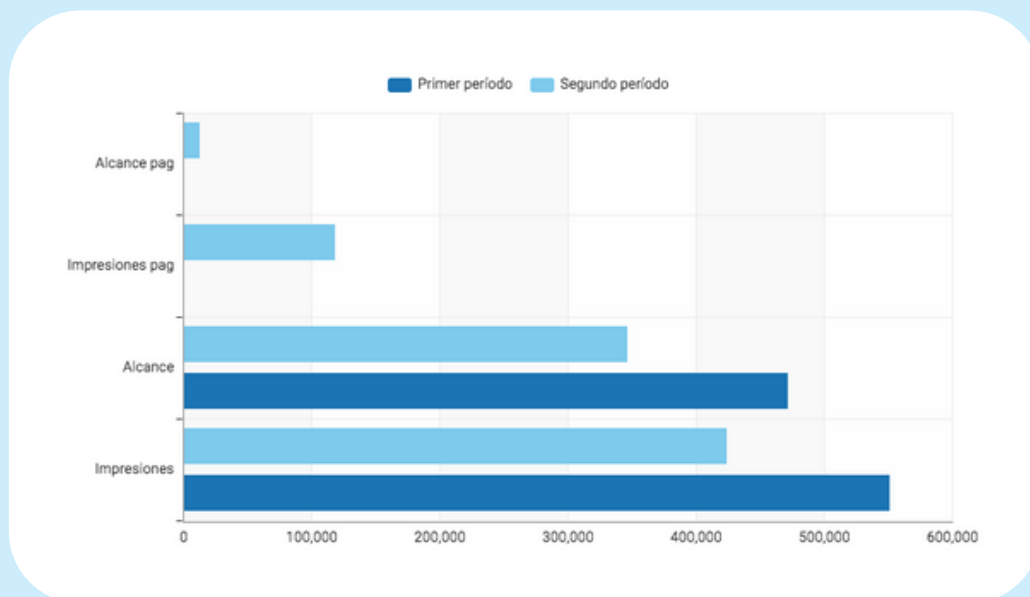
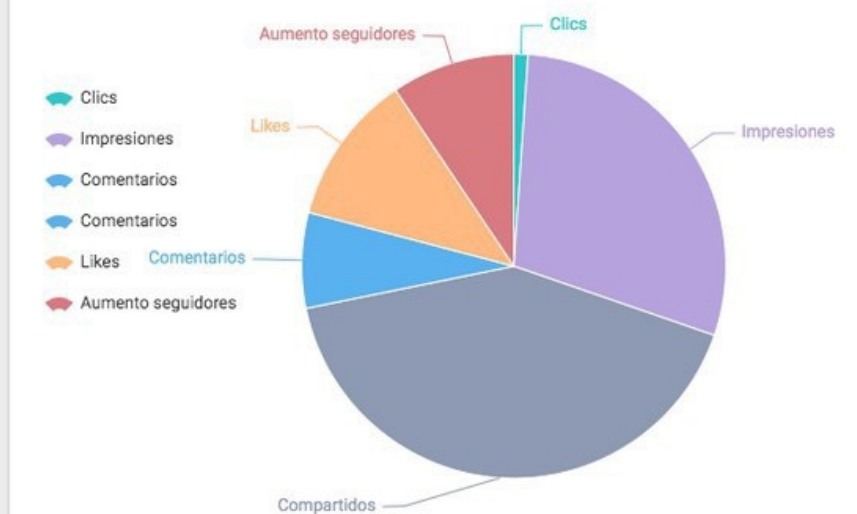
Comparación en euros



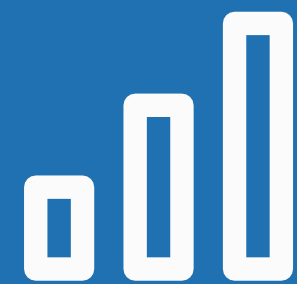
Monetización primer periodo



Monetización segundo periodo

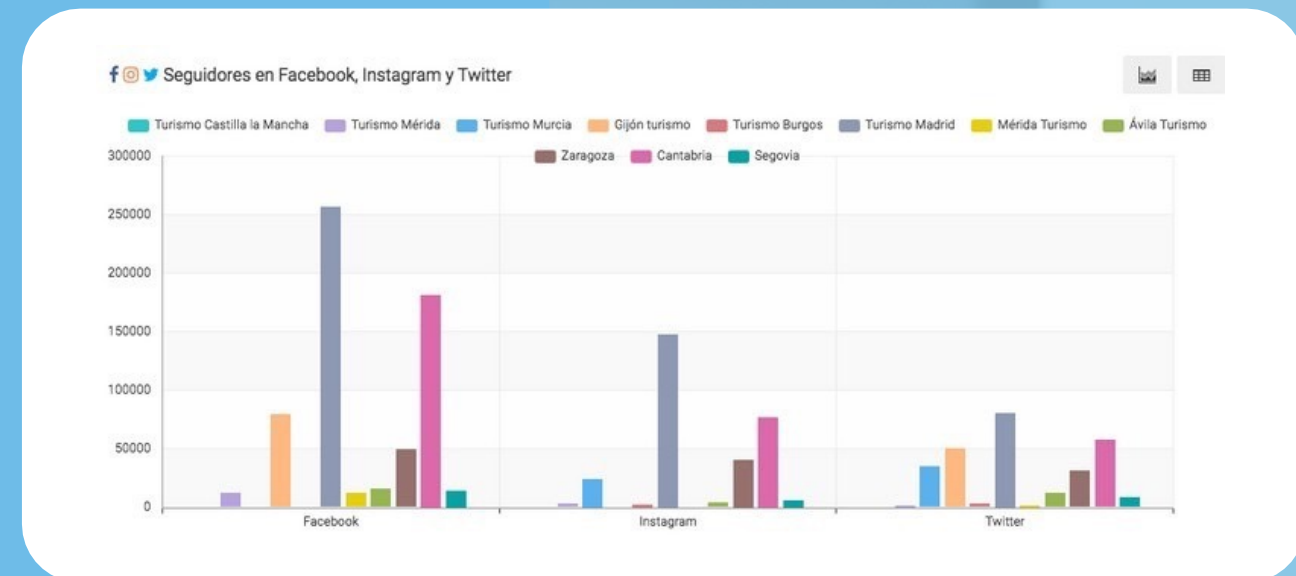


Vigilancia y set competitivo



Vigilar el crecimiento y evolución de **seguidores de otros destinos turísticos** para detectar campañas o crecimientos inusuales.

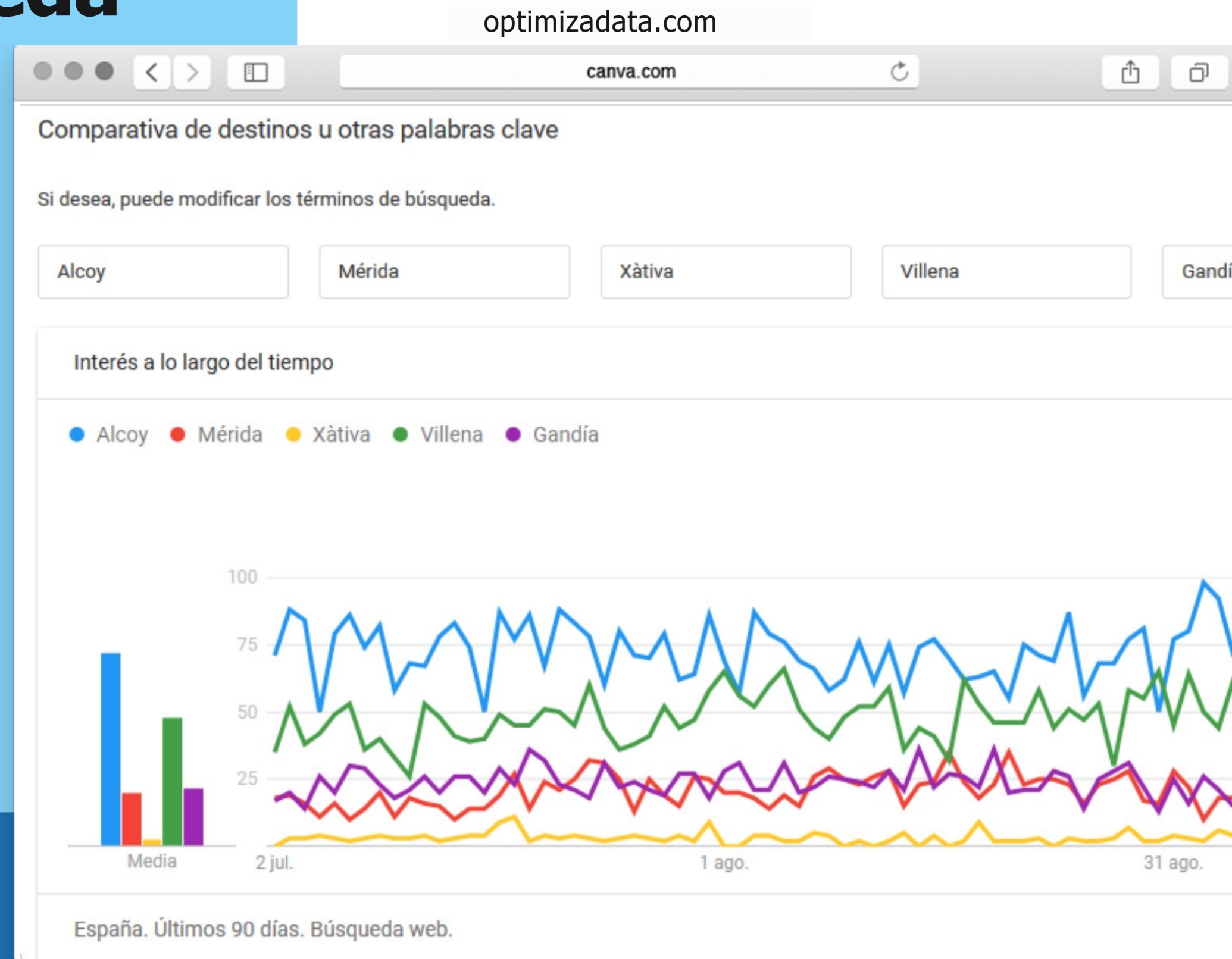
Permite comparar mes a mes cómo van evolucionando en sus estrategias de contenido y saber el **ranking de seguidores** en cada uno de los canales de redes sociales.



Press Clipping y tendencias de búsqueda

Controlar todas las noticias de nuestro destino que se indexan en Google. Identificar en qué medios de comunicación se están generando las noticias y visualizar su evolución a lo largo del tiempo.

Detectar el volumen de búsquedas en Google que se están realizando sobre nuestro destino, pudiendo filtrar por países, distintos periodos de tiempo, categorías específicas y tipos de búsqueda.





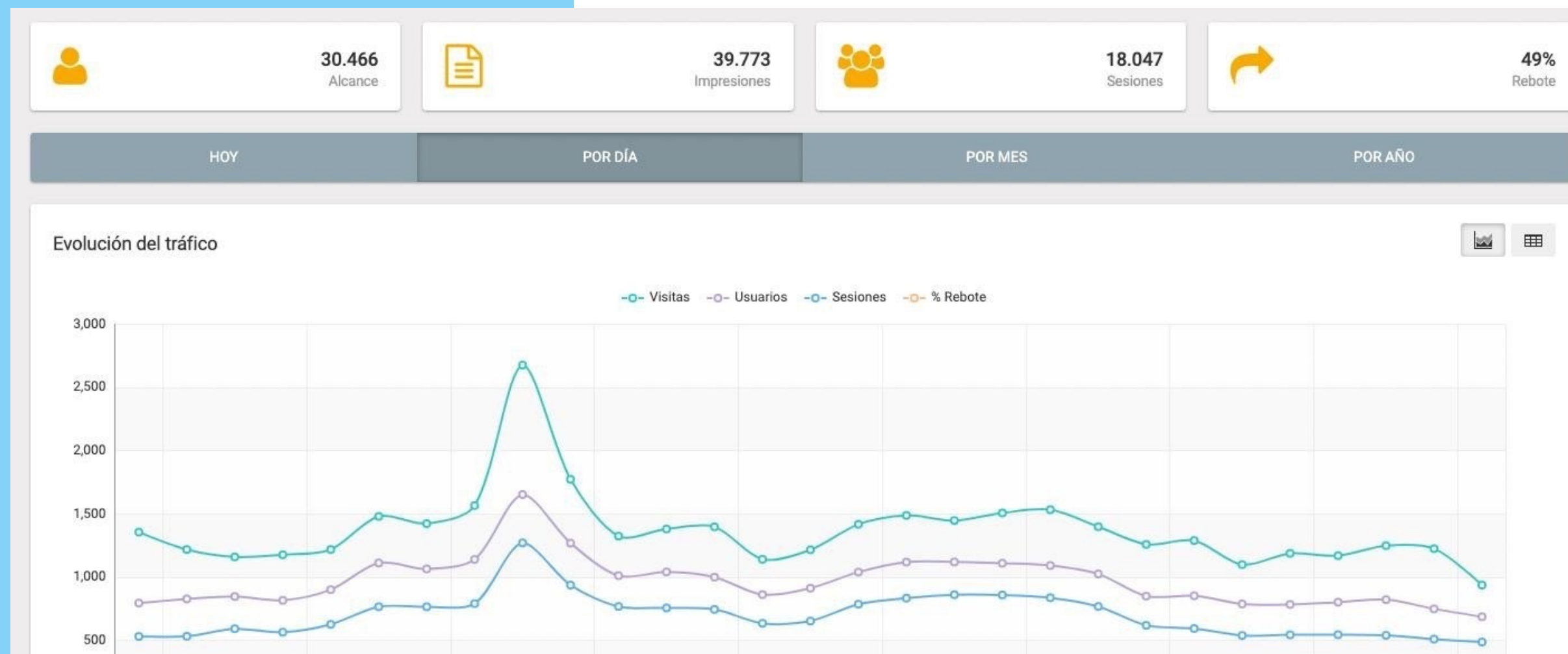
Monitorización y análisis del tráfico de la web



Visualizar el tráfico de nuestra página web permitiendo ver la evolución y comparativa según el periodo seleccionado.

Se detectan fácilmente los picos de tráfico.

Conocer toda la audiencia segmentada que está visitando nuestra web y cada una de las urls o secciones más demandadas.

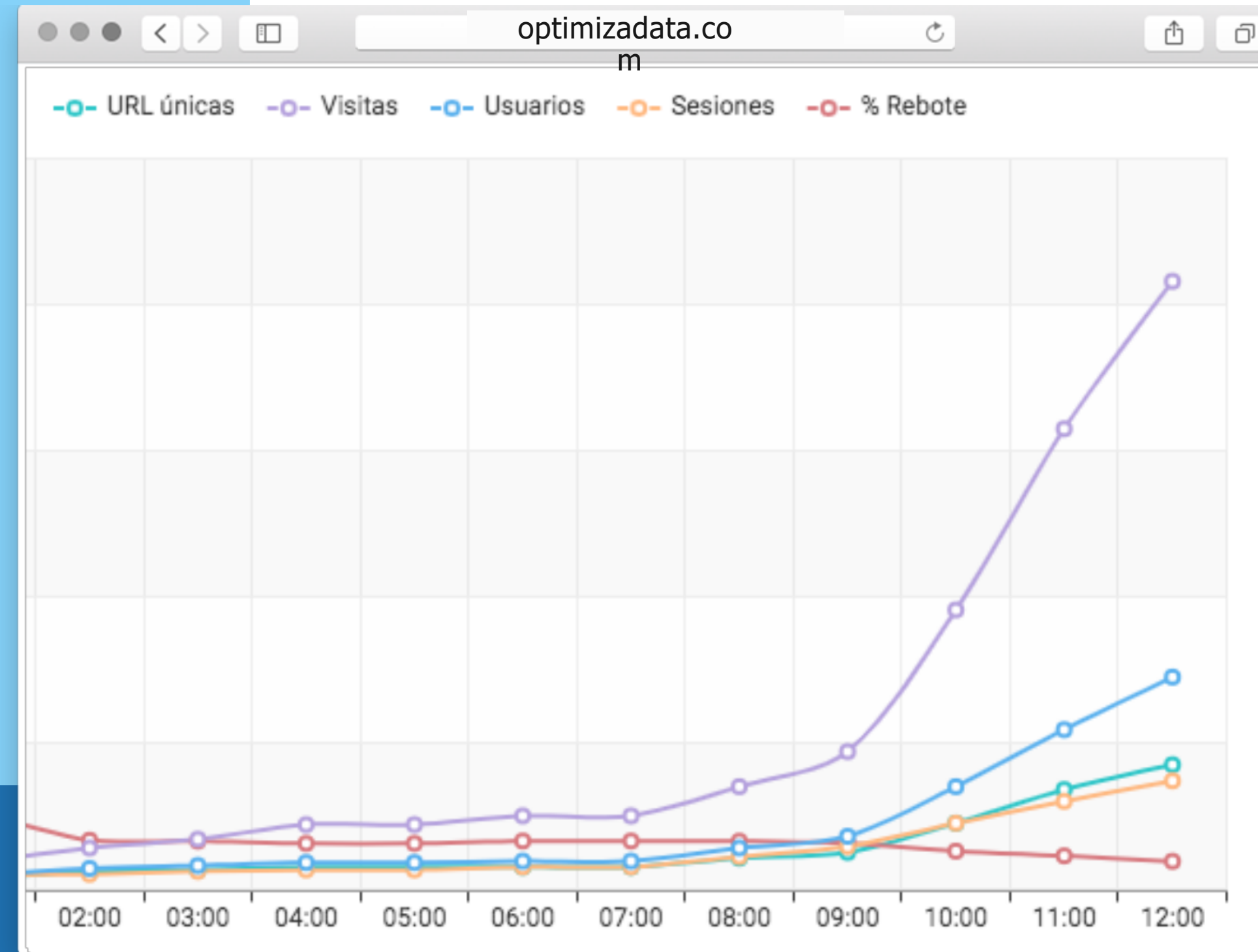


Analizar las páginas con más impacto en la web

El destino turístico detecta cuáles son las páginas más visitadas y ve fácilmente su evolución de visitas a lo largo del tiempo.

En cada url se muestra el tráfico por día y el que proviene de redes sociales.

Además con nuestro sistema único de trazabilidad mediante acortador de urls y generación de QR, podremos controlar y obtener resultados de todos los clics o lecturas QR que se generan y apuntan a nuestra página web.





Contacto

Nos encantaría hablar
y resolver tus dudas.

- **Número de teléfono**
+34 609 701170

- **Correo electrónico**
oscar.pitarch@disruptivehotels.com

- **Sitio web**
www.disruptivehotels.com