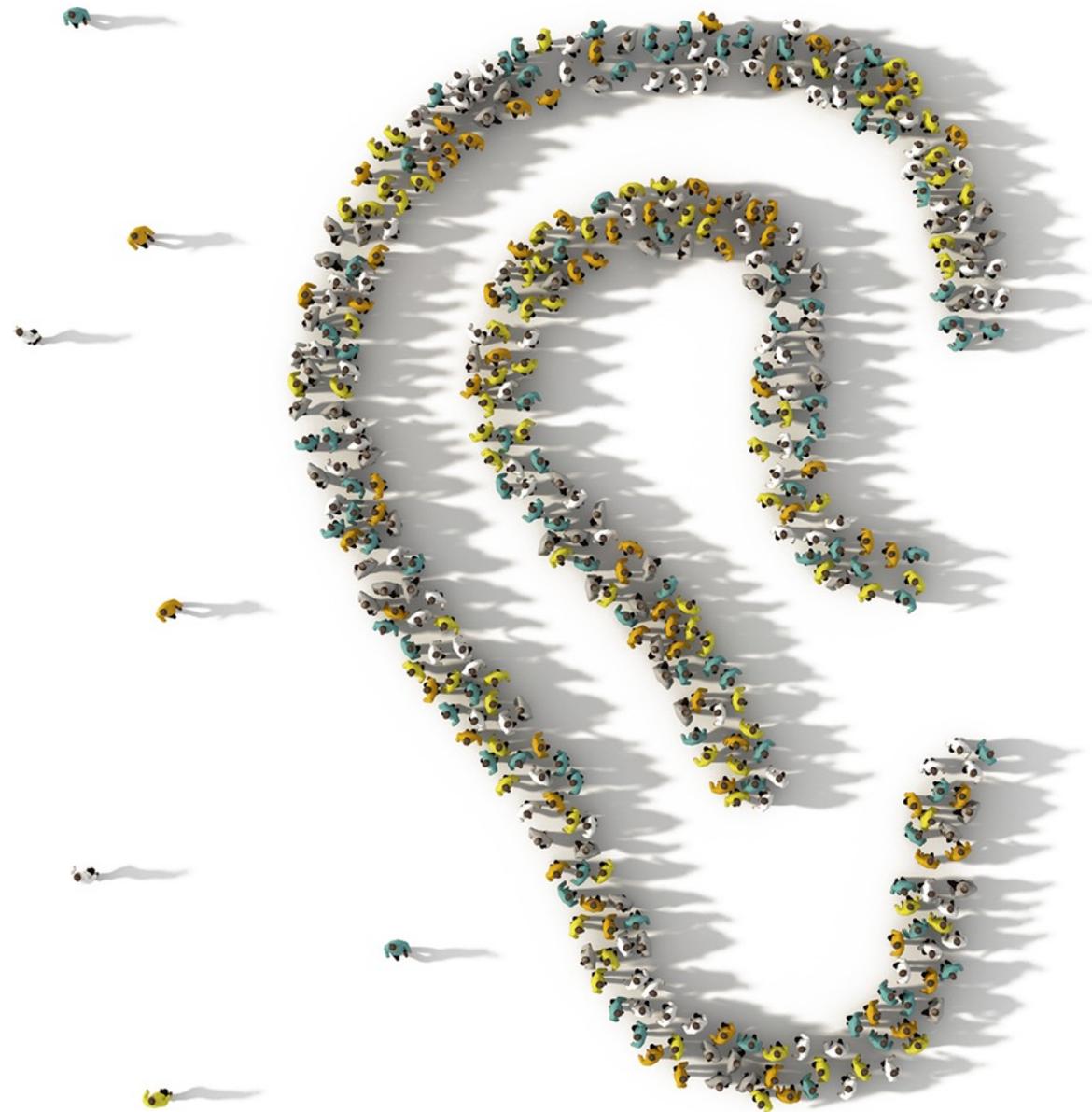


A IMPORTÂNCIA DO *SOCIAL LISTENING* NA GESTÃO ESTRATÉGICA DAS ORGANIZAÇÕES E DOS TERRITÓRIOS

CTC
AUTÓNOMA

GRUPO
AUTÓNOMA
ENSINO SUPERIOR



QUEM SOMOS

O Centro de Transferência de Conhecimento (CTC), tem como missão gerar valor e transferir o conhecimento produzido pelas Unidades Académicas e de Investigação, da Universidade Autónoma de Lisboa, da Escola de Pós-Graduação Autónoma Academy e da Escola Superior de Enfermagem São Francisco das Misericórdias, em estreita ligação com outras Unidades do Sistema Científico e com outros Centros e Associações com intervenção na comunidade.

SOCIAL LISTENING

O *Social Listening* é uma metodologia de análise do consumidor, complementar aos meios mais tradicionais, com a vantagem de obter informação genuína (partilhada pelas pessoas), em tempo real e com volume de informação (sem limite de pessoas ou comentários);

O *Social Listening* é uma metodologia que permite “ouvir” os indivíduos através das suas publicações online (redes sociais, blogs, sites, ...) utilizando a IH e IA.

Desta forma, é possível identificar os pontos fortes e fracos sobre qualquer tema (marca, empresa, partido político, cidade, comportamentos atuais e futuros, ...), ter uma visão prospetiva e implementar ações que promovam um sentimento positivo.

SOCIAL LISTENING

Metodologia

Fase 1. Definição do tema a estudar e parametrização da plataforma de *listening*.

Tema: deve ser o mais concreto possível.

Definição dos termos (palavras e frases) a procurar.

Definição do período em análise que pode ser anterior à data atual (as plataformas têm acesso a *back data*).

SOCIAL LISTENING

Metodologia

Fase 2. Validação, tópicos e subtópicos, análise de sentimentos.

Após a obtenção dos comentários é importante validar o sentimento atribuído pela plataforma. As máquinas não conseguem interpretar a ironia e podem atribuir sentimentos errados. É fundamental o “olho humano” sobre a máquina para garantir que os sentimentos são os corretos.

A informação obtida é muita e difícil de interpretar. É importante agregar os comentários em subtópicos e tópicos (subcategorias e categorias).

Nos subtópicos e tópicos é calculado o NSI (*Net Sentiment Index*) e, desta forma, são identificados os pontos fortes e fracos.

SOCIAL LISTENING

Metodologia

Fase 3. *Outputs*, com a análise do NSI dos subtópicos e tópicos, é possível realizar curvas de valor, análise SWOT e *insights*.

Com os *outputs* obtidos é possível ter uma visão estratégica/tática e elaborar um plano de ações que resolva os pontos fracos e potencie os pontos fortes.

SOCIAL LISTENING

Exemplos de Aplicações

Reposicionamento de Sintra (Associação de Turismo de Sintra);
Felicidade dos munícipes e turistas na Ericeira (C.M. Mafra);
Mobilidade em Lisboa (Carris);
Processo e satisfação com a compra online (El Corte Inglés);
Sentimento sobre as TELCOMS em Portugal (MEO/NÓS/Vodafone);
Sentimento sobre a marca Toys “R” Us (Espanha).

SINTRA: DESAFIO

Motivar o turista a considerar Sintra como um destino de férias. Não um local a visitar, apenas, por um dia.

Listening

- Total mentions – **7.539**
- Unique authors – **6.781**
- OTS (oportunidades de visualização) - **48.946.570**
- Nível confiança - **95%**; Erro amostra – **1,2%**
- Facebook, Twiter, outros locais online (blogs, jornais, ...).

Julho e Dezembro de 2019.

FONTES



Facebook



Twitter



Instagram



Websites



Pinterest



TripAdvisor



Forum



News Websites



YouTube



Blogs



Glassdoor



Tumblr



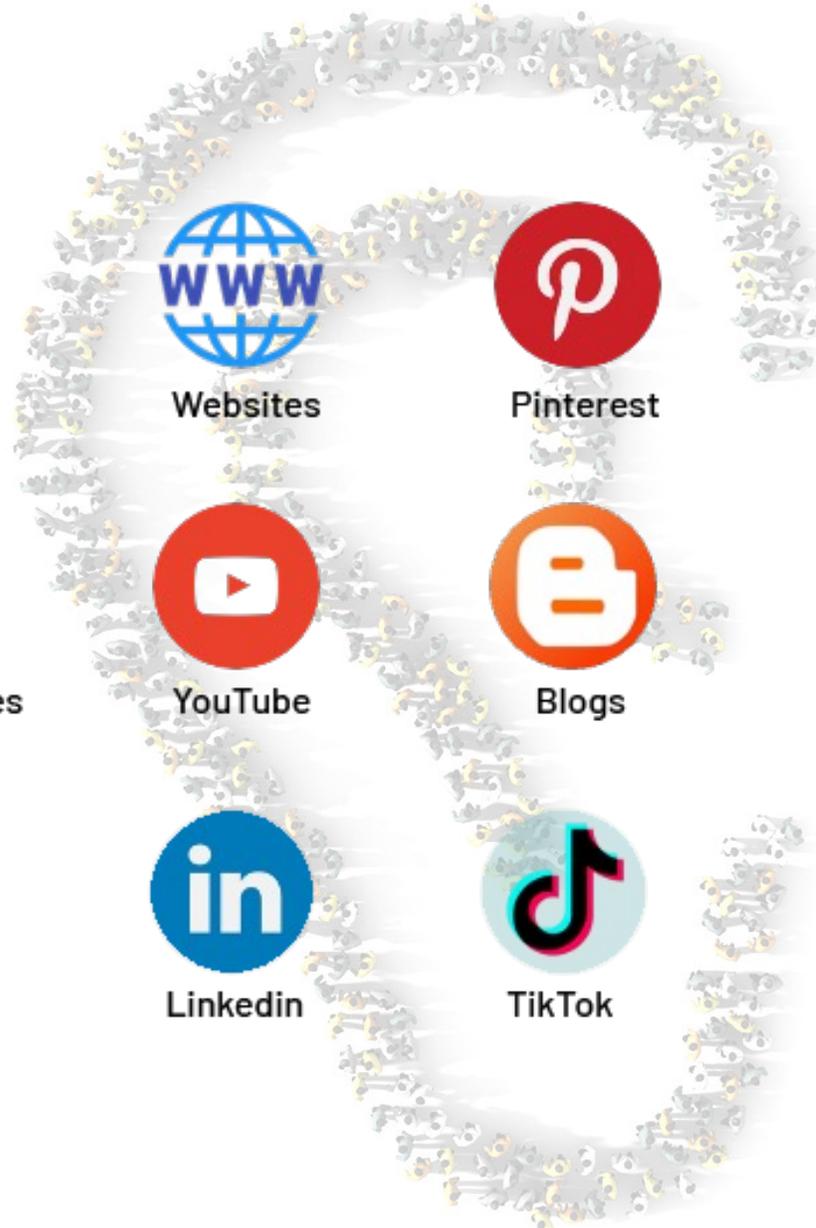
Reddit



LinkedIn



TikTok



INTELIGÊNCIA

IA + IH

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

BRANDWATCH

BRANSDEYE

NETBASE

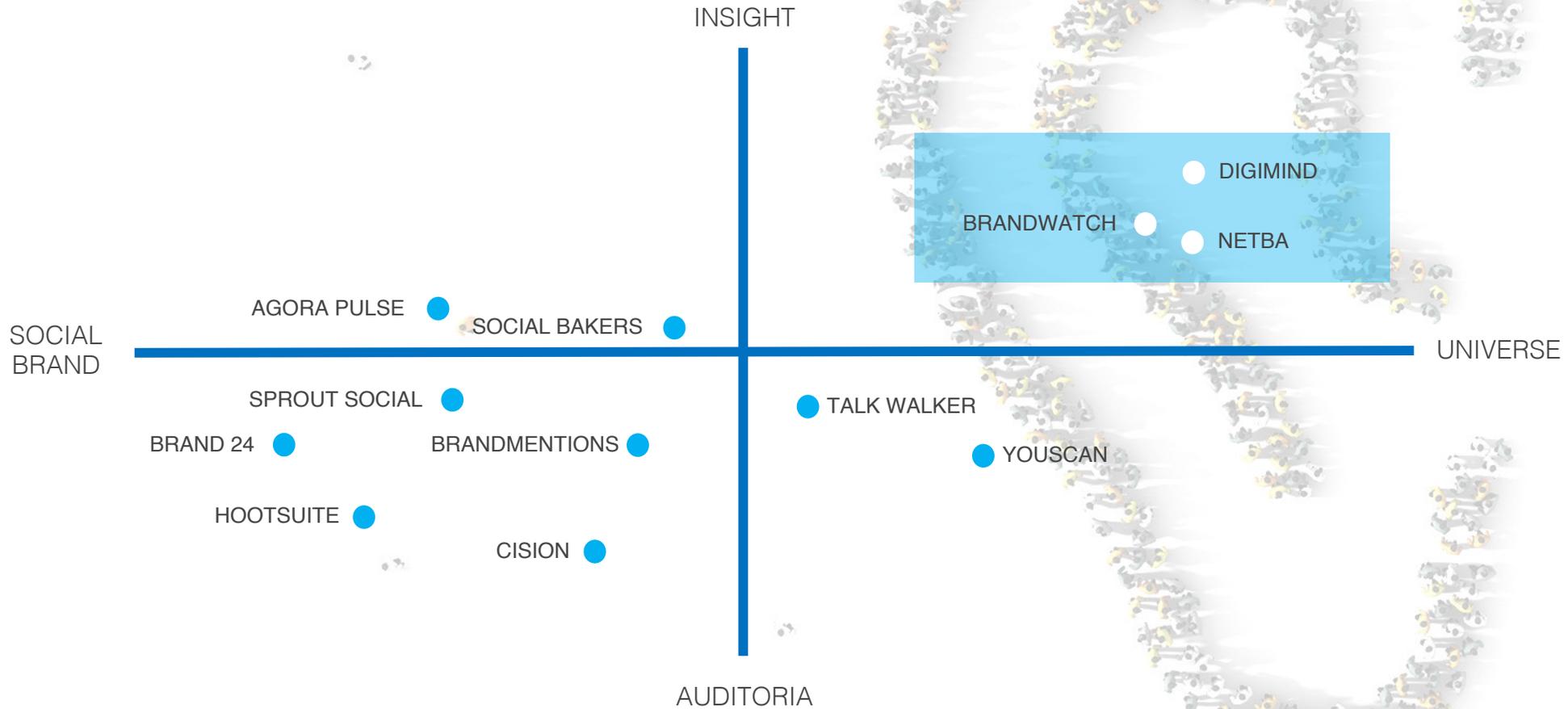
INTELLIGENCIA HUMANA

PARCEIROS

EQUIPA DEDICADA

DIGIMIND

SOCIAL LISTENING



SINTRA - LISTENING

Sentimento

99,8% dos comentários são positivos. Dois grandes fatores: atributos físicos, atributos emocionais.

Perceções

Atributos físicos (85,7%). Locais com história, natureza e praias, gastronomia, perto de Lisboa.

Atributos emocionais (14,3%). Encanto e magia.

Comentários

Locais com História a visitar (74%). Palácio da Pena, Quinta da Regaleira e Monserrate, natureza e praias (25%). Vistas, montanha, jardins, Praia Grande, Praia da Adraga, Praia da Ursa, *surfe bodyboard*. Gastronomia (1%).

SINTRA – INSIGHTS (LISTENING)

Sintra é um local mágico e encantador onde posso visitar o Palácio da Pena, Quinta da Regaleira e Monserrate

- Pouco conhecimento do que Sintra tem para oferecer, como praias, montanha, atividades ao ar livre e gastronomia.
- Sintra é visita de um dia. Os turistas ficam em Lisboa e vão a Sintra.
- Oportunidade de fazer um *upgrade* a Sintra. Dar a conhecer toda a oferta que permita ao turista passar mais dias em Sintra.

SINTRA – BENCHMARKING. CATEGORIAS

Locais mais referidos online. Não existe um local que ofereça tudo o que Sintra pode oferecer.

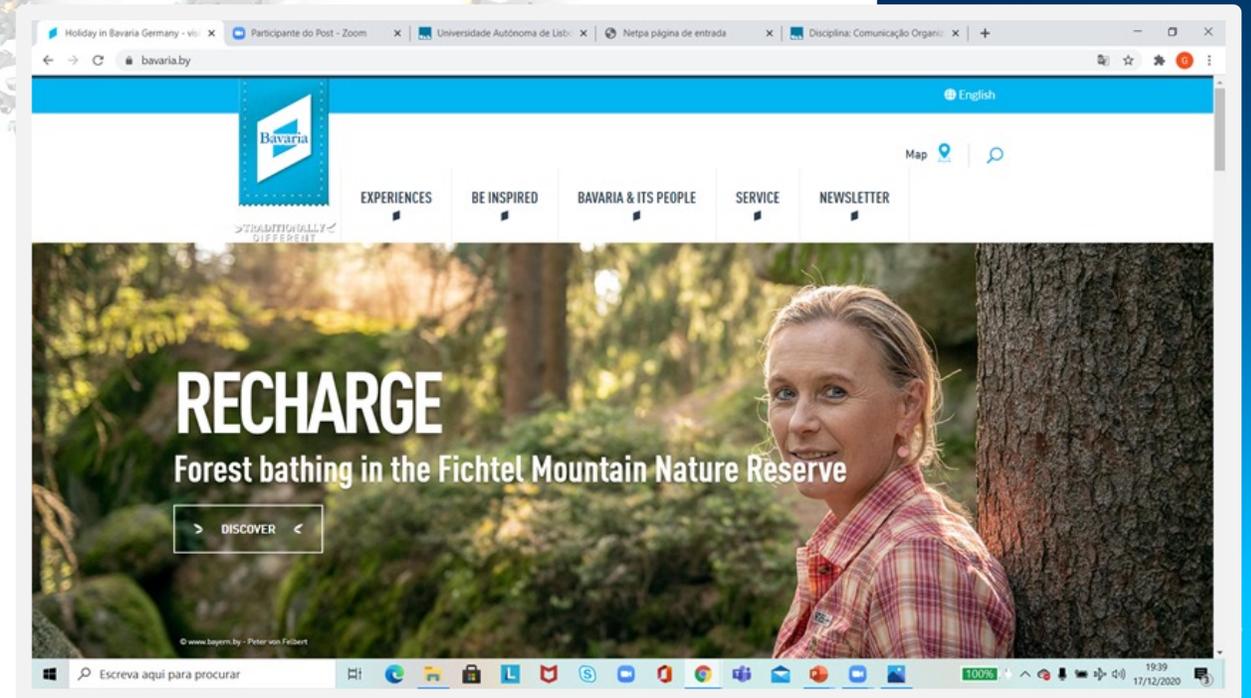
Locais com história	Natureza	Praias	Magia / Encanto	Gastronomia
Bruges	Parque Natural Sarec (Suécia)	Isola dei Conigli (Sicília)	Bran Castle (Roménia)	San Sebastián
Carcassonne	Parque Nacional Saxónia (Alemanha)	Kleftico Beach (Milos)	Giant's Causeway (Irlanda)	Londres
Praga	Wild Taiga (Finlândia)	Luskentyre (Isle of Harris)	Rio Tinto (Espanha)	Florença
Siena	Parque Nacional Lagos Plitvice (Croácia)	Playa de ses Illetes (Formentera)	Hallerbos (Belgica)	Berlim
Toledo	Parque Nacional Durmitor (Montenegro)	La Concha Beach (San Sebastián)	Gobekli Tepe (Turquia)	Lisboa
Paris	Parque Nacional Dolomiti (Itália)	Woolakomb Beach (Woolakomb)	Highgate Cemetery (Inglaterra)	Amsterdão
Cracóvia	Vatnajokull (Islândia)	Praia de Elafonissi (Elafonissi)	Stonehenge (Inglaterra)	Lion
Viena	Parque Nacional Ordesa (Espanha)	Cala Mariolu (Baunei)	Giethoorn (Holanda)	Roma
Roma	Parque Nacional Écrins (França)	Balos Lagoon (Kissamos)	Eisriesenwelt Ice Caves (Austria)	Paris
Atenas,	Parque Nacional Triglav (Eslovénia)	Black Sand Beach (Vik)	Königssee (Germany)	Compenhaga
....

SINTRA – BENCHMARKING BAVIERA

Let us inspire you! Bavaria has all anyone could ever need for a well-earned break from the hectic of everyday life.

Recharge those batteries at one of our contemporary wellness resorts or on a long and relaxing walk through the beautiful Bavarian countryside.

Families will always feel in great hands with our Kinderland providers whilst the wide diversity of our towns and cities will delight culture lovers and shopping fans alike.



SINTRA – REPOSICIONAMENTO

Benefício

Sintra is a unique and magic place! At one, I may enjoy from historic and world heritage places, pleasant beaches and landscape, wonderful gastronomy and outdoor activities. And just 30m from Lisbon and the airport!

Conceito

Feel the passion

O que Sintra ganha:

mais turistas, mais dias de estadia, mais empresas/negócio, mais riqueza.



O SOCIAL LISTENING É HOJE UM VETOR
DE IMPORTÂNCIA FUNDAMENTAL
NA GESTÃO ESTRATÉGICA
DAS ORGANIZAÇÕES E DOS TERRITÓRIOS