



Gestión de la Reputación
de marca

3SME



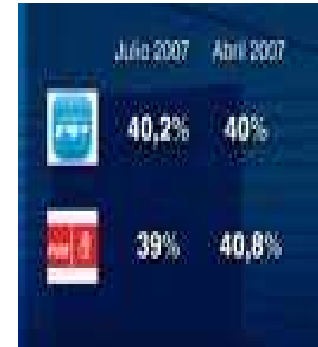
Urbanismo



Seguridad Ciudadana



Limpieza



Intención de voto



Nuevas Tendencias

Gestor de Reputación de Marca Corporativa GRM 2.0



Funcionalidades

- Posicionamiento en Buscadores del dominio
 - Módulo SEO y Módulo SEM
- Análisis de reputación de “marca” de políticos
- Análisis de presencia en webs relevantes del sector.
- Análisis y Seguimiento en medios digitales del Impacto de Campañas políticas o eventos relevantes
- Módulo de Blogosfera y Medios Digitales
- Análisis comparado de la Competencia
- Mercados Emisores: análisis del posicionamiento en otros mercados.
- Multidioma: En inglés y castellano, para aquellos contenidos en los que el mercado extranjero sea un referente.

Partido Político

Posicionamiento



Observar y analizar en el tiempo, en términos de *imagen de marca, la posición de un partido político*. El seguimiento se realiza sobre medios digitales: posicionamiento en buscadores, blogosfera y medios digitales. El análisis se realiza tanto en relación al posicionamiento natural en principales buscadores (Posicionamiento SEO) como en el posicionamiento vinculado a los enlaces patrocinados en los mismos (Posicionamiento SEM).

- Posicionamiento SEO
- Posicionamiento SEM

Eventos

Posicionamiento

Analizar el posicionamiento y reputación de marca en un entorno digital de todos los *anuncios públicos y eventos vinculados con iniciativas* con repercusión social. La información proporcionada por el GRM 2.0 es relevante ya que posibilita al gestor realizar el seguimiento on line de determinados eventos o anuncios públicos (subida o bajada de impuestos, sondeos de nuevas normativas, mítines, visitas de personas de relevancia etc.). La plataforma es capaz de rastrear los contenidos on line de un evento aunque este se desarrolle en el ámbito off line.



Presencia en Webs Sectoriales

Posicionamiento



El Gestor de Reputación de Marca GRM 2.0 realiza una completa monitorización del posicionamiento no sólo de una dirección web, sino del número de ocasiones en las que una marca aparece en las **principales webs del sector**, se este modo se puede **analizar el nivel de presencia y notoriedad** de marca obtenido.

Campañas Políticas

Seguimiento del Impacto

Realizar un seguimiento en medios digitales sobre el impacto en el mercado de **campañas e iniciativas específicas de promoción política**. El Gestor de Reputación de Marca GRM 2.0 recoge el *eco* sobre los medios digitales de cualquier campaña política, desarrollada on line o sobre medios tradicionales



Redes Sociales, Blogosfera y Medios Digitales

Reputación de Marca



El GRM evalúa la relevancia, sobre nuestra marca, de multitud de fuentes como medios digitales, redes sociales y blogs de referencia. Permite **Identificar fuentes de información hostiles o afines**, así como los **medios on line en los que mayor repercusión pueden tener aquellas iniciativas** vinculadas al ámbito político. Igualmente a partir del análisis de las inserciones es posible realizar un **análisis cualitativo del posicionamiento**. Y finalmente permite **seguir e influir en las conversaciones** que están teniendo lugar en internet y que afectan a la reputación de nuestra marca y de la competencia.

Competencia

Análisis Comparado

El GRM 2.0 permite el análisis de todos sus módulos con hasta **5 competidores**, **que decide cada usuario**, la presentación de los resultados de la competencia permite reaccionar ante determinadas campañas promocionales del resto de competidores y analizar desde la percepción de los usuarios sus principales puntos fuertes y débiles. El vocablo “competidor” hace referencia tanto a nombres concretos de personas públicas como a siglas del partido.



Posicionamiento

Mercados Emisores



El Gestor de Reputación de Marca 2.0 permite discriminar el posicionamiento de nuestra reputación de marca en distintos mercados emisores: España, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. Permite pues segmentar su posicionamiento en distintos mercados, y proveer al gestor de mismo información útil para discriminar campañas políticas en cada uno de ellos.

Inglés y Castellano

Multiidioma

El Gestor de Reputación de Marca GRM 2.0 está implantado en 2 idiomas inglés y castellano, que combinado con su adaptabilidad al mercado emisor permite, por ejemplo evaluar el mercado español en inglés, orientado hacia la comunidad inglesa residente en España, que actúa en muchas ocasiones como prescriptores de candidatos políticos.

