MY OBSERVER

BUZZINESS INTELLIGENCE TRACKER

Observatorio Telecomunicaciones Móviles 2011

Índice - Guía

- Briefing
- Metodología
- Resultados
  - At a Glance
  - Entidades
    - Detalladas y Valoraciones
  - Temáticas
    - Detalladas y Valoraciones
  - Entidades & Temáticas
- Créditos

Briefing

R

Resumen del Estudio

- **Concepto a Investigar**: Empresas de Telecomunicaciones Móviles (Movistar, Vodafone, Orange, Yoigo)
- **Período de Estudio**: 1º Trimestre de 2011
- **Idiomas/Paises**: Español en España
- **Alcance**: Twitter

1 Menciones — Presencia

- Análisis global de presencia y menciones
- Valoración de las menciones
- Perso de los operadores en el sentimiento positivo-negativo de las menciones
- Valoraciones por Operador

2 Referenciación — Entidades

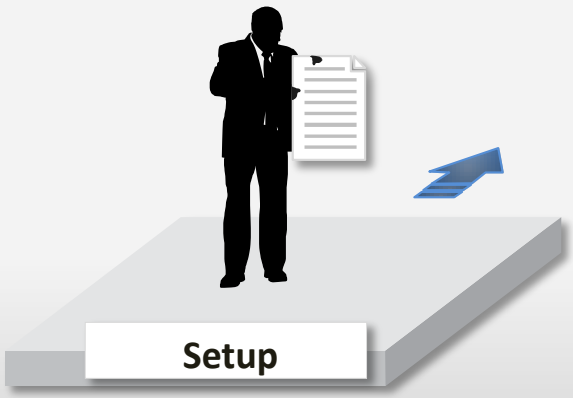
- Entidades asociadas a las menciones
- Tipología de entidades mencionadas
- Tipología de entidades mencionadas y valoración
- Tipología de entidades mencionadas según operador

3 Asociación — Temáticas

- Temáticas asociadas a las menciones
- Tipología de temáticas mencionadas
- Tipología de temáticas mencionadas y valoración
- Tipología de temáticas identificadas según operador

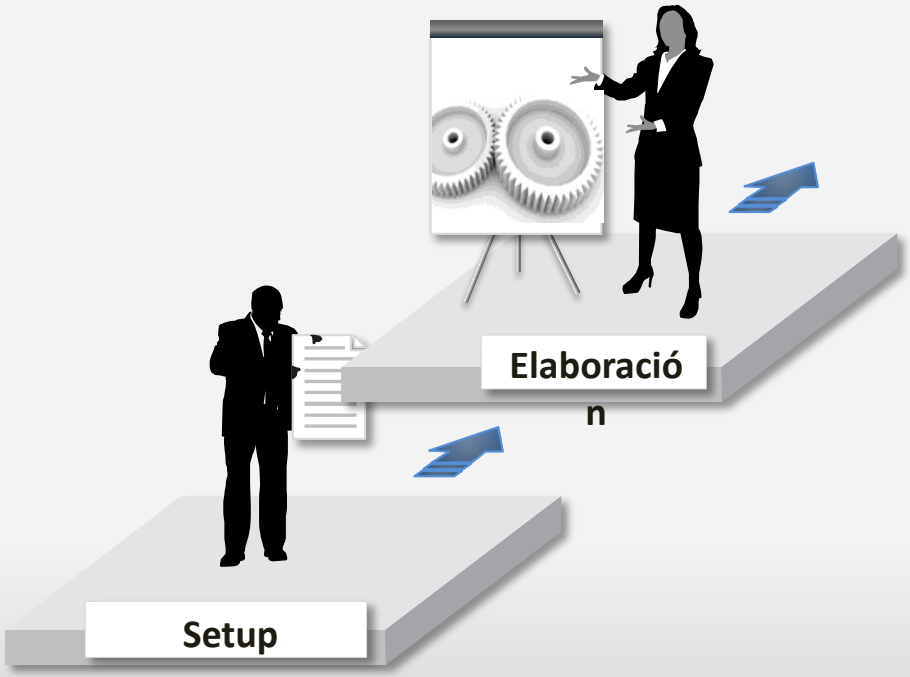
- Relación de las temáticas y entidades entre los operadores y valoración

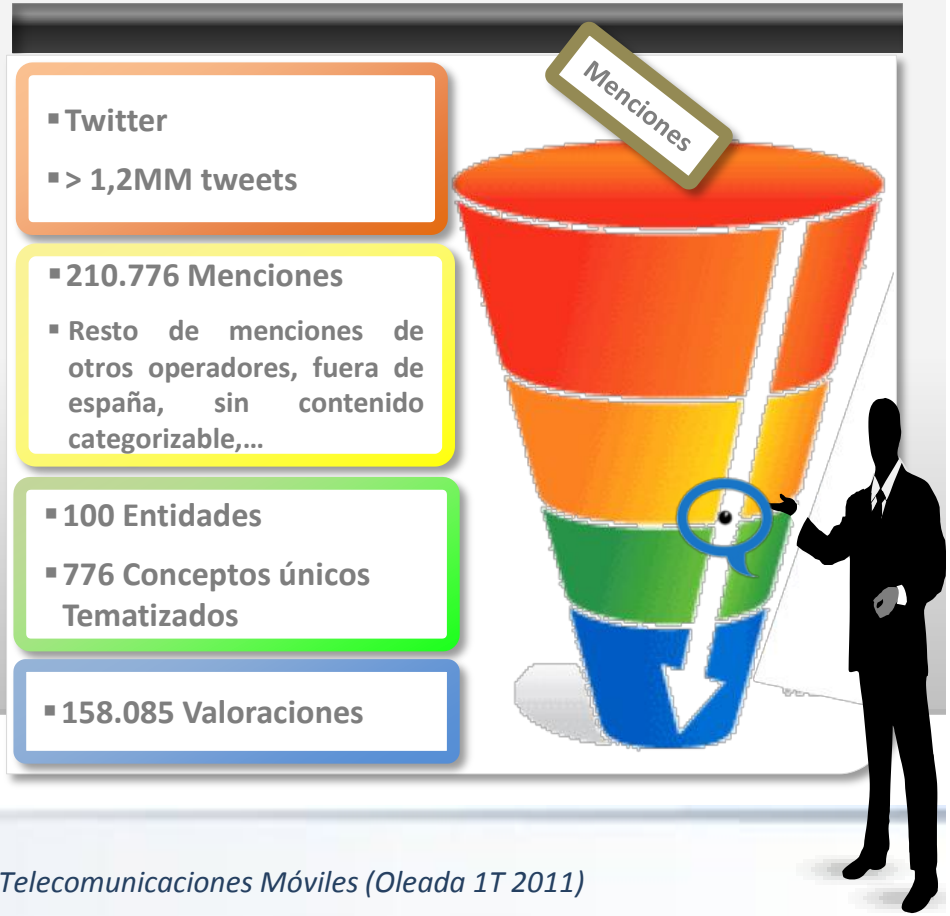
Enfoque del Análisis y Metodología



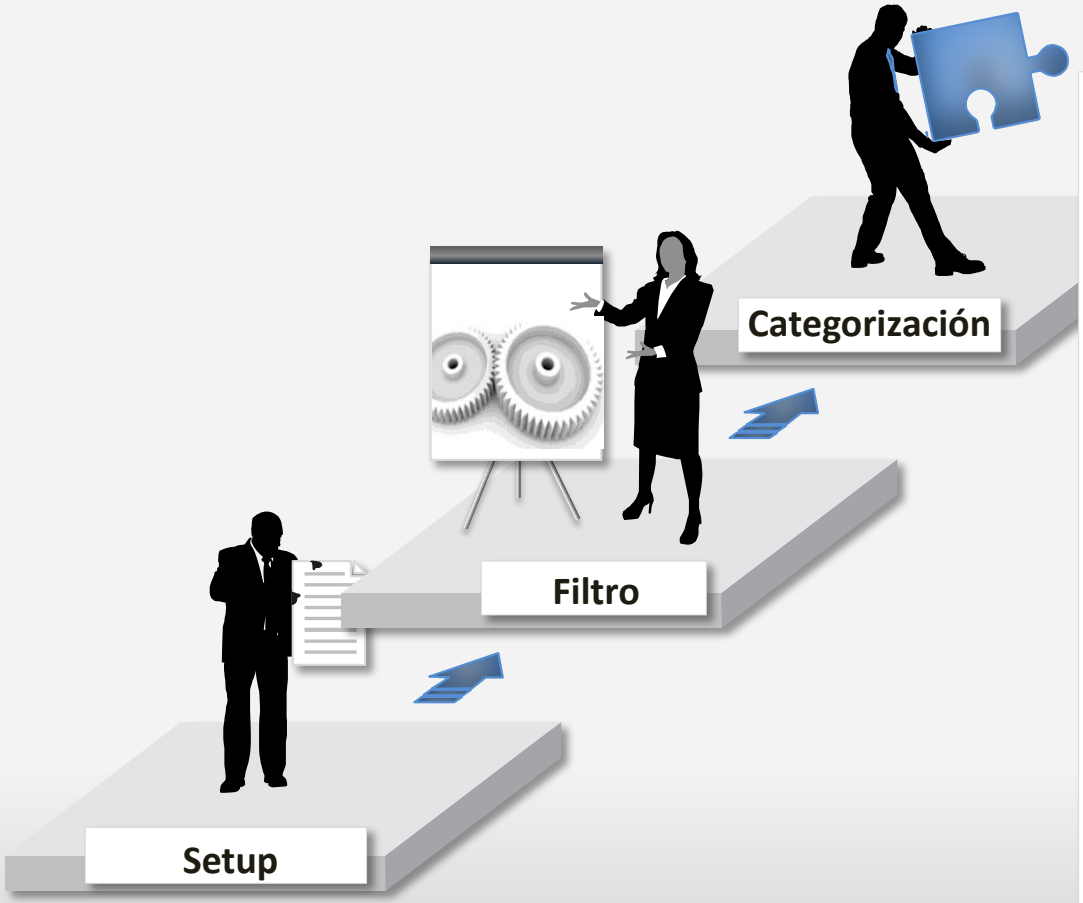
Análisis de los Líderes en Telefonia Móvil en el mercado Español:

Enfoque del Análisis y Metodología





Enfoque del Análisis y Metodología (I). Entidades



Entidades

Medios

- **Prensa**. Comentarios relacionando los operadores con la prensa
- **Red Social**. Comentarios relacionando los operadores con redes sociales

Eventos

- **Sponsor Otros**. Relacionados con Sponsors no deportivos
- **Sponsor Deportivo**. Relacionado con Sponsor's deportivos
- **Artista**. Apariciones relativas a artistas, cantantes, actores, múscia, cine, …

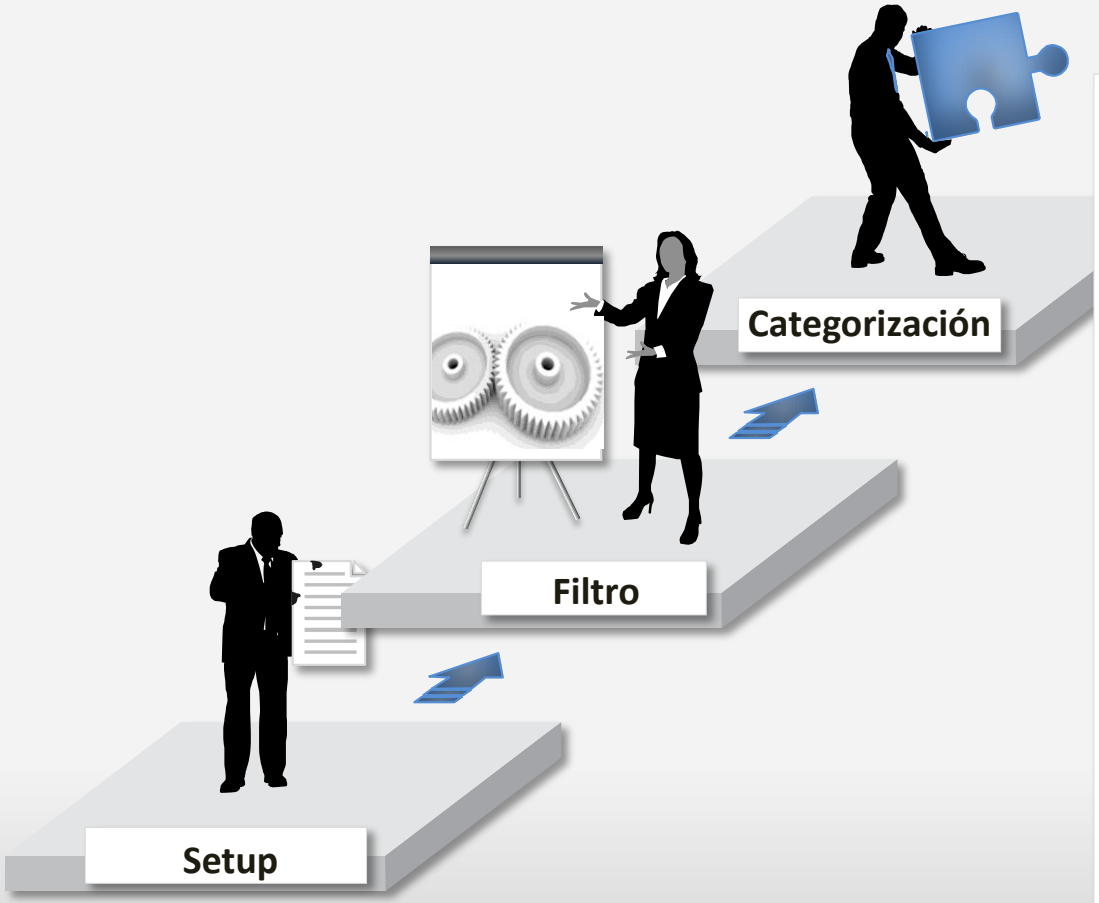
Imagen

- **Great Place To Work.** Referencias del sponsor con la encuesta sobre calidad laboral
- **Empresa**. Relacionados con otras empresas no del sector (Banca, multinacionales, bolsa,…)
- **Organización**. Relacionados con algún organismo o institución, básicamente CMT y FACUA
- **Peor Empresa**. Corriente de opinión en Twitter con miles de retweets sobre el nombramiento de Movistar como "Peor Empresa del Año": http://bit.ly/gYhVMU

Sector

- **Fabricante**. Relacionados con fabricantes de móviles y dispositivos o con algunos de sus modelos
- **Telco**. Relacionados con otras empresas del sector telecomunicaciones

Enfoque del Análisis y Metodología (II). Temáticas



Temáticas

Loyalty

- **Amistad**. Aspecto relativos a uso e interacción con amigos, familiares, etc…
- **Eventos**. Actividades promovidas por el operador
- **Fidelidad**. Marcas o uso que denotan marca (concierto Movistar, o evento Vodafone)
- **Fidelización**. Comentarios directos sobre programas de fidelización, puntos, canjes,…

Marca

- **Alianzas**. Alianzas de operadores entre si o con otras compañías y fabricantes
- **Imagen**. Aspectos de valoración directa de la imagen de una compañía, sin una referencia clara de servicio, uso, precio,…

Comercial

- **Precio**. Comentarios directos del precio
- **Perfil Cliente**. Comentarios asociados a Clientes Prepago, Autónomos, Emprendedores,…
- **Venta**. Opiniones sobre el proceso de adquisición de una línea o terminal
- **Oferta**. Comentarios globales sobre ofertas, packs, bundles,…

Calidad

- **Tecnología y Usos**. Comentarios sobre la tecnología y usos de los terminales y accesorios
- **Interacciones**. Referencia a interacciones con el operador, normalmente a través de sus servicios de Customer Care
- **Operaciones**. Procesos con los móviles relativos al operador, como activación, …
- **Servicio**. Valoraciones globales sobre servicio, cobertura, funcionamiento, etc…

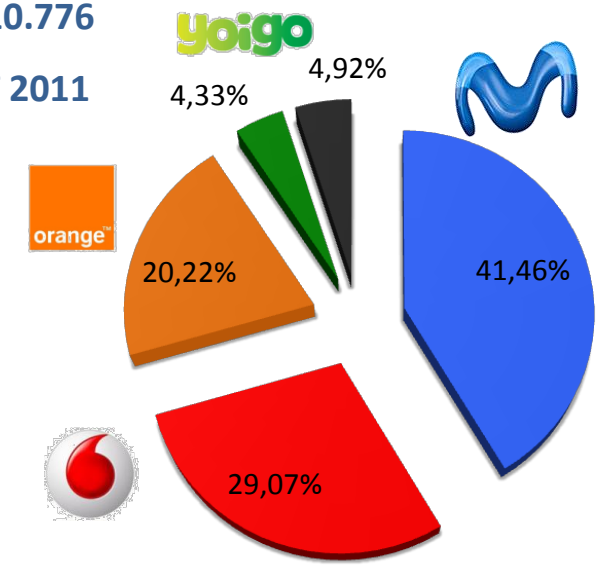
Índice - Guía

- Briefing
- Metodología
- Resultados
  - At a Glance
  - Entidades
    - Detalladas y Valoraciones
  - Temáticas
    - Detalladas y Valoraciones
  - Entidades
- Créditos

At A Glance

GLOBAL y Share of Market

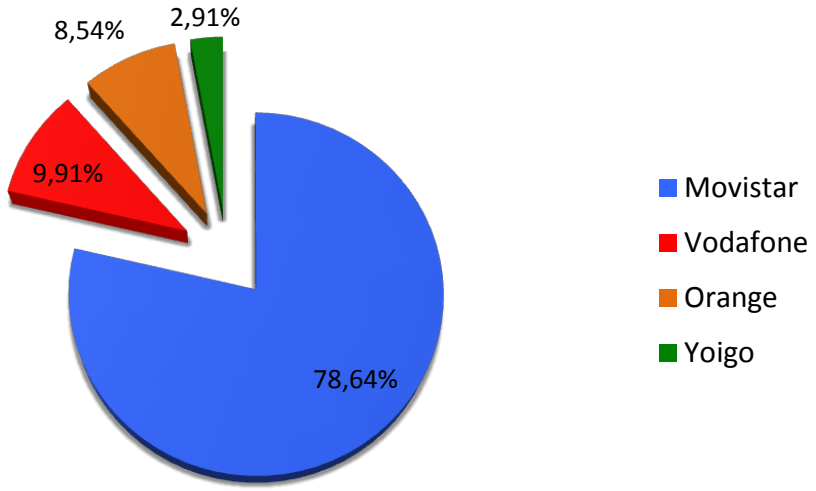
- Total Menciones: **210.776**
- Medio: **Twitter, 1T 2011**
- Español
- España

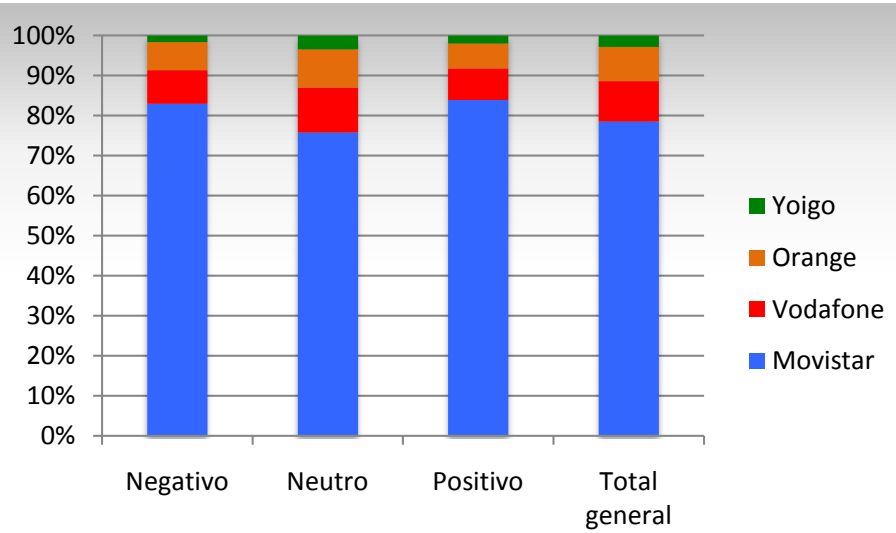


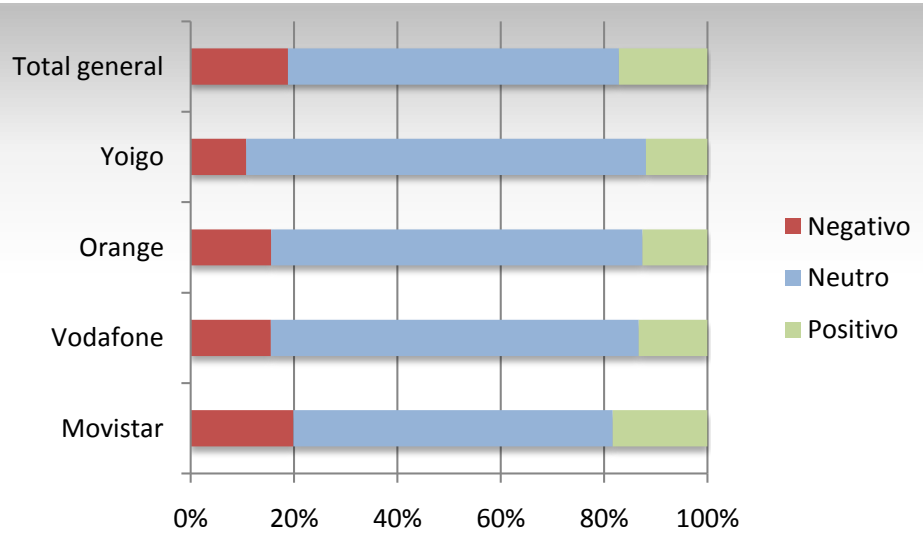
SOM

4,92% Otros Operadores
CMT Febrero 2011
-por líneas móviles-

PRESENCIA







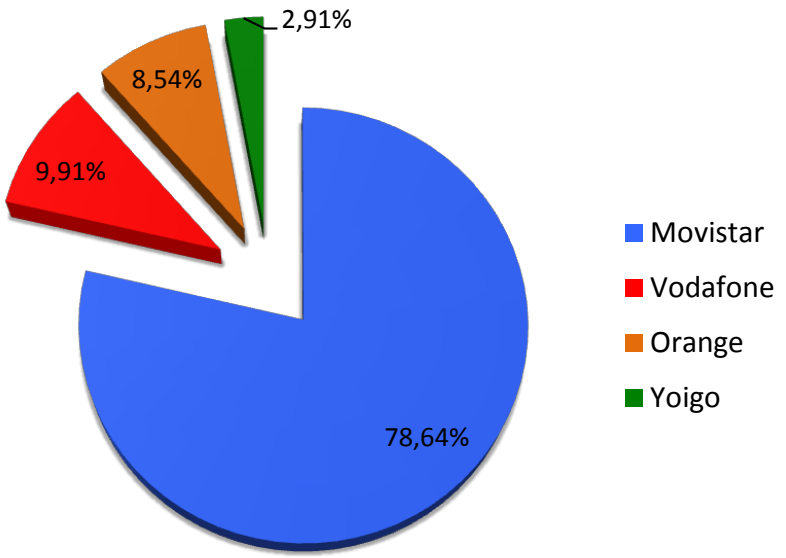
Índice - Guía

- Briefing
- Metodología
- Resultados
  - At a Glance
  - Entidades
    - Detalladas y Valoraciones
  - Temáticas
    - Detalladas y Valoraciones
  - Entidades & Temáticas
- Créditos

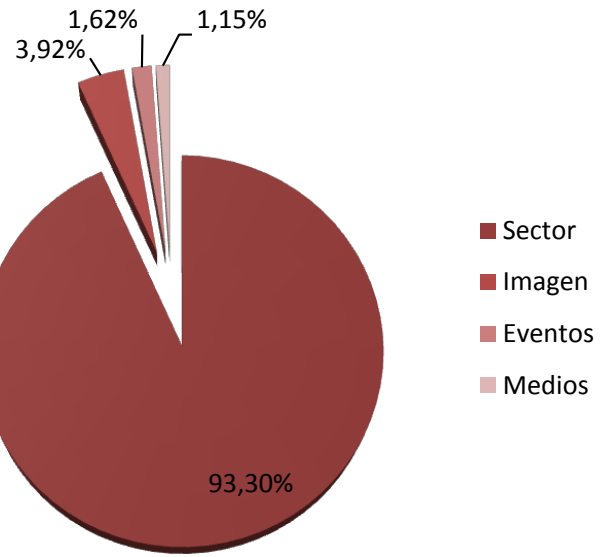
Presencia y Relación con Entidades

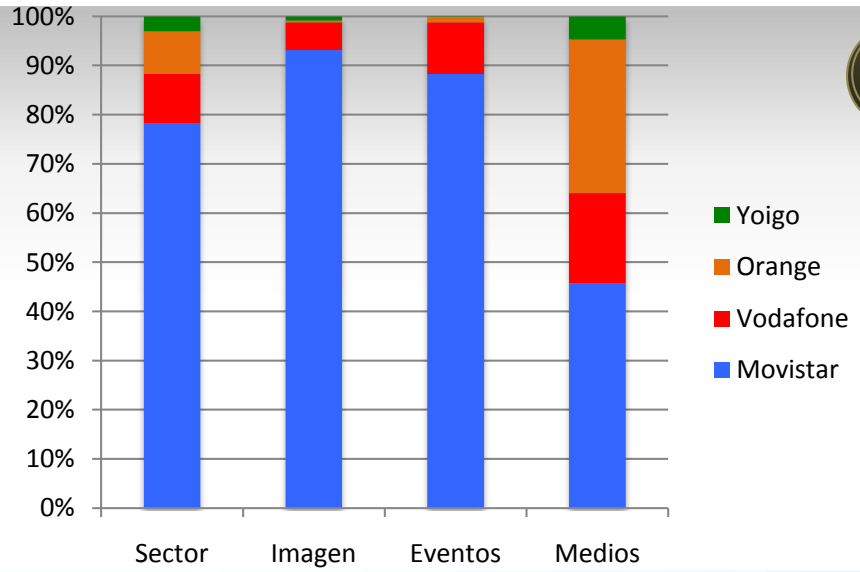
E

PRESENCIA



ENTIDADES





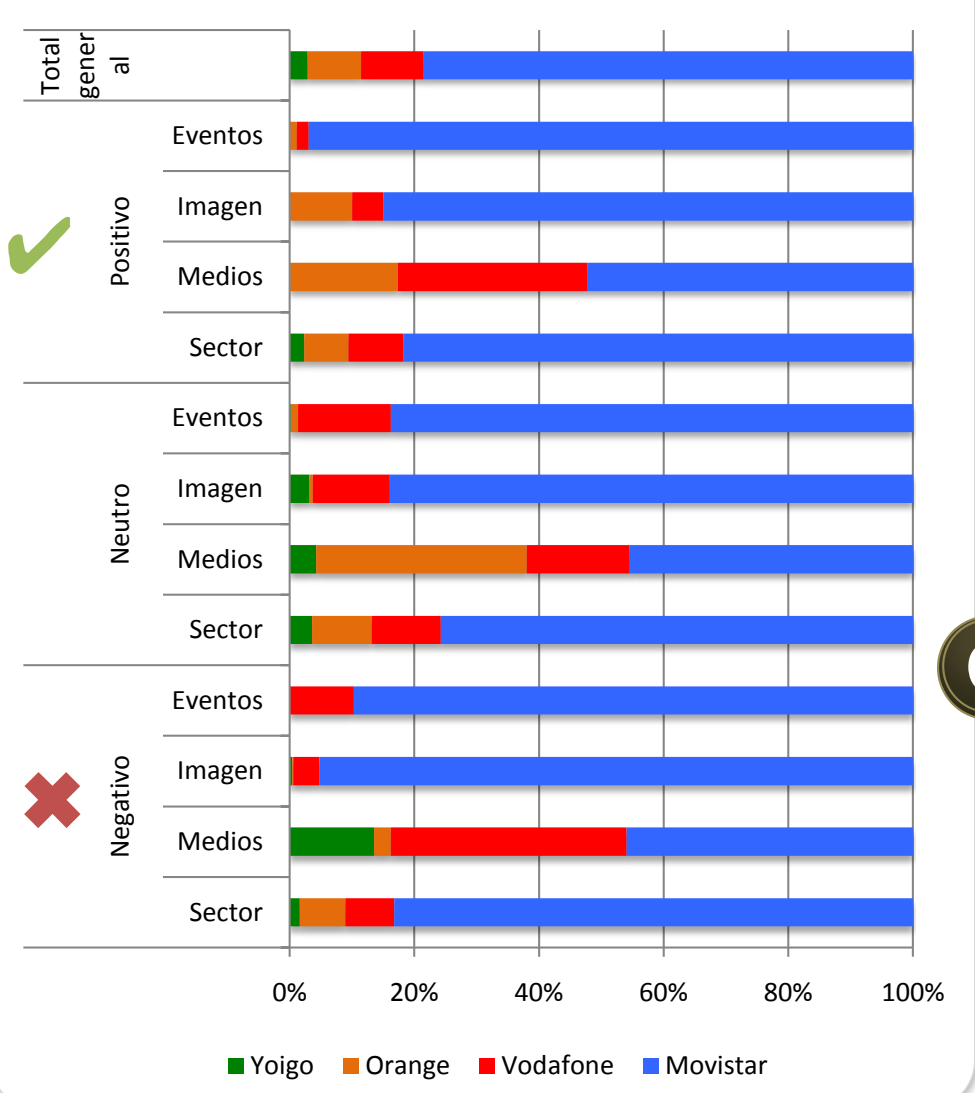
C

- La relación en los comentarios con entidades está claramente vinculada al sector (93,30%)
- Sin embargo, la poca presencia en medios es captada claramente por Orange y ligeramente por Yoigo
- Sin embargo tanto Orange como Yoigo a penas tienen presencia en eventos, donde la maquinaria de marketing y comunicación de Movistar y Vodafone demuestran su mayor capacidad

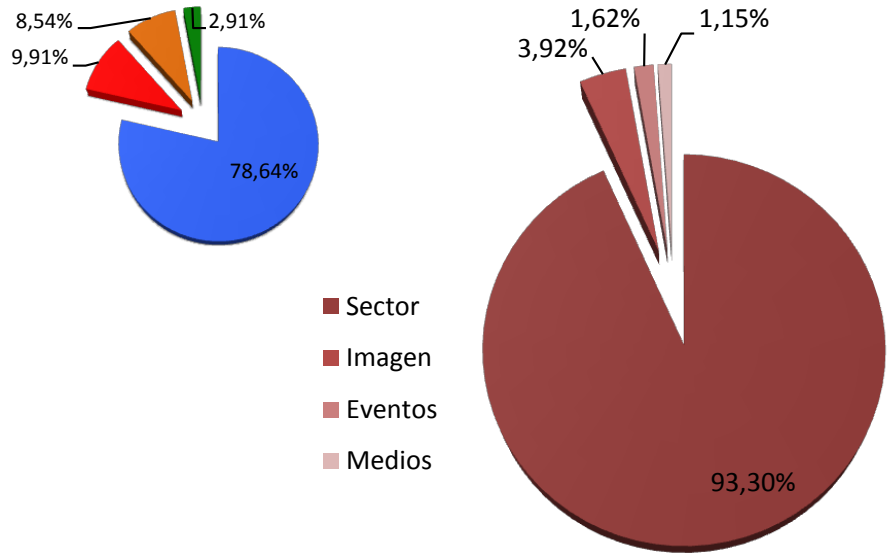
Presencia y Relación con Entidades

E

VALORACIÓN/ENTIDADES



PRESENCIA/ENTIDADES



C

- La presencia Sectorial es muy parecida en cuanto a las valoraciones de los 4 operadores
- En Medios es donde Orange consigue una mayor presencia positiva, mientras que la valoración negativa en medios de Vodafone es relevante, así como la de Yoigo
- Eventos y Medios penalizan también claramente a Vodafone

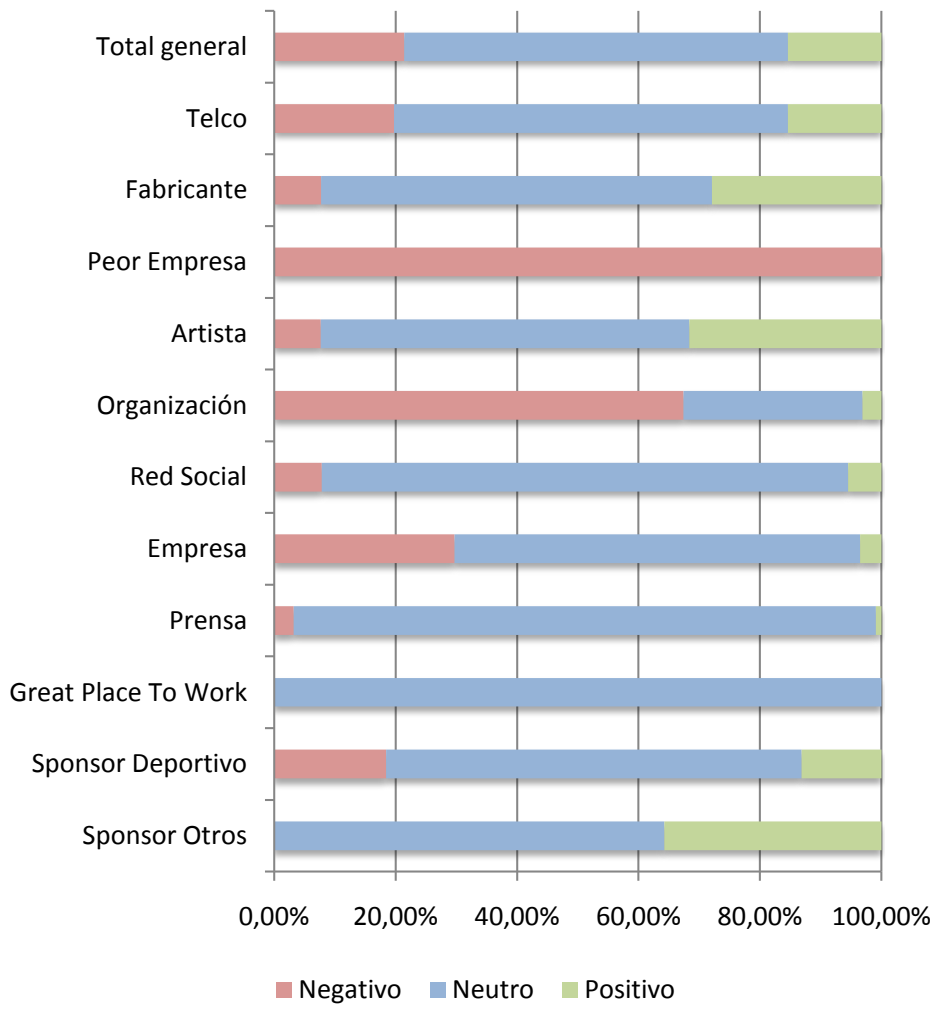
Índice - Guía

- Briefing
- Metodología
- Resultados
  - At a Glance
  - Entidades
    - Detalladas y Valoraciones
  - Temáticas
    - Detalladas y Valoraciones
  - Entidades
- Créditos

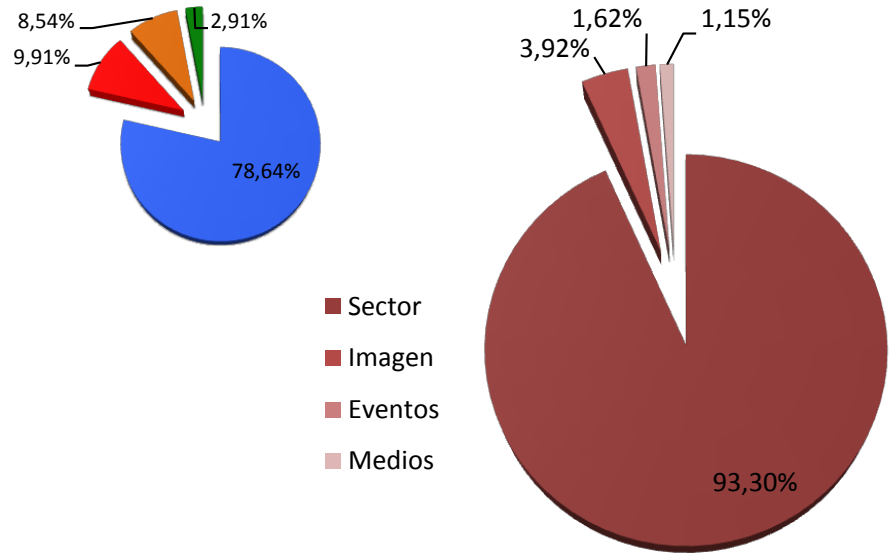
Presencia y Relación con Entidades. Detalle Entidades

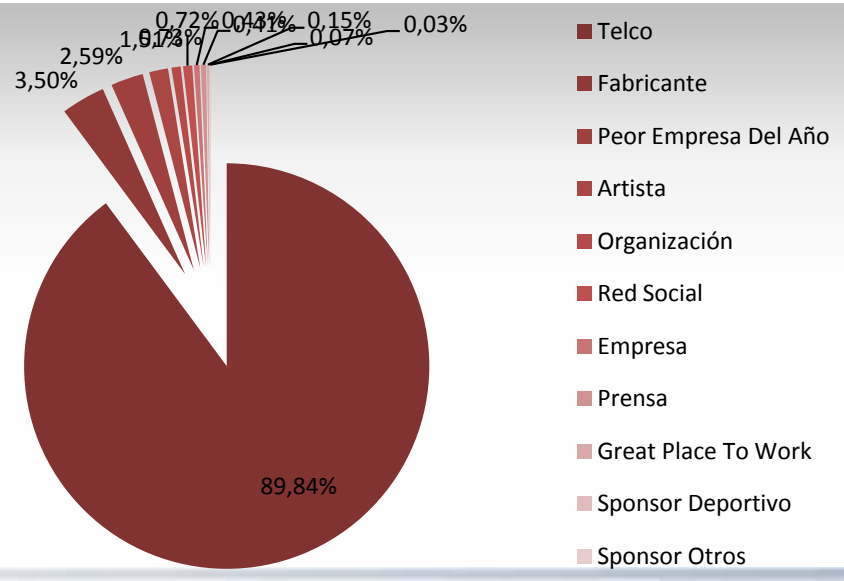
E

DETALLE ENTIDADES por VALORACIÓN



PRESENCIA/ENTIDADES

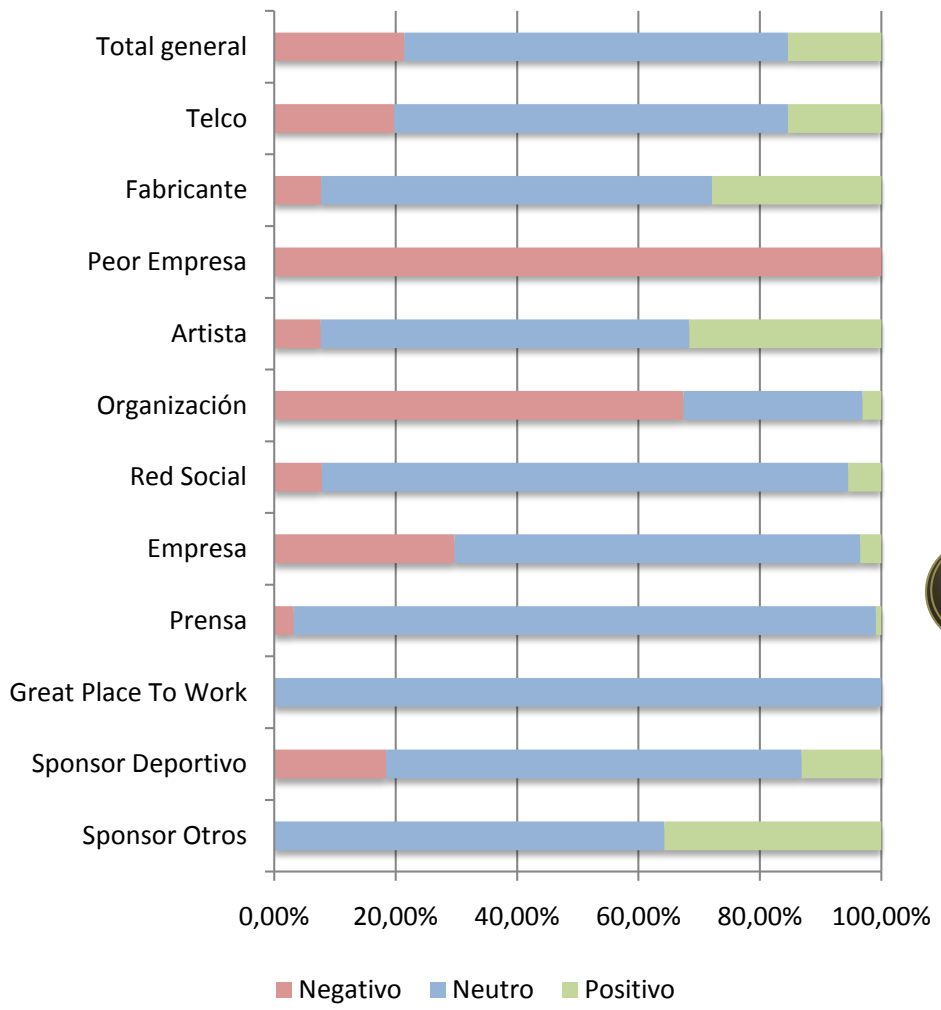




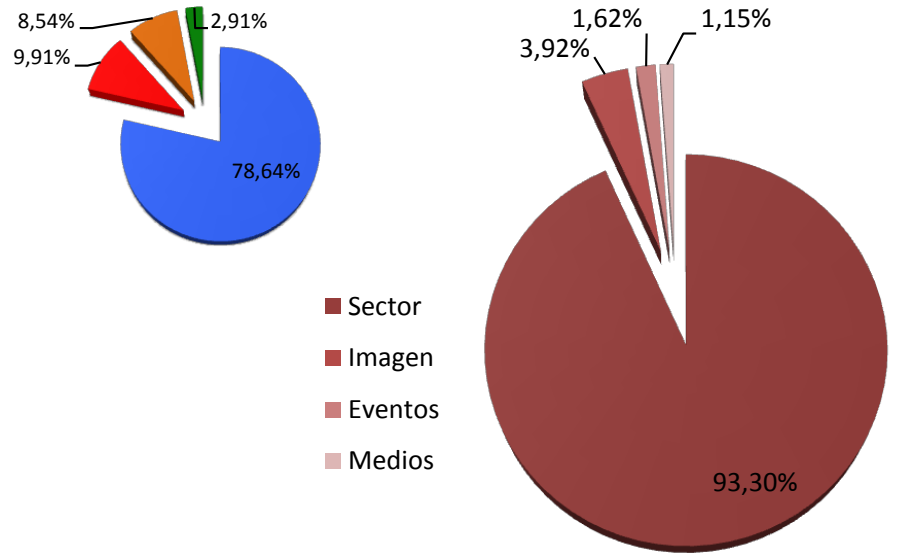
Presencia y Relación con Entidades. Detalle Entidades

E

DETALLE ENTIDADES por VALORACIÓN



PRESENCIA/ENTIDADES



C

- Después de la presencia Sectorial que es claramente dominante, el split de entidades nos dice que lo siguiente que se valora son aspectos de imagen ("Peor Empresa", Artistas, Organización,…)
- "Peor Empresa" viene determinado por una noticia sobre Movistar con mucho peso, que ha generado gran numero de Retweets
- Los últimos por su poco peso son los sponsors de los dos grandes

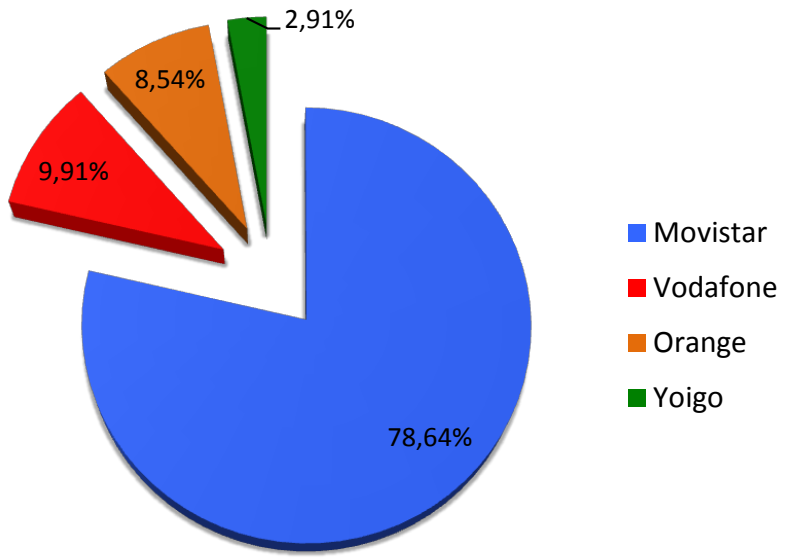
Índice - Guía

- Briefing
- Metodología
- Resultados
  - At a Glance
  - Entidades
    - Detalladas
  - Temáticas
    - Detalladas y Valoraciones
  - Entidades & Temáticas
- Créditos

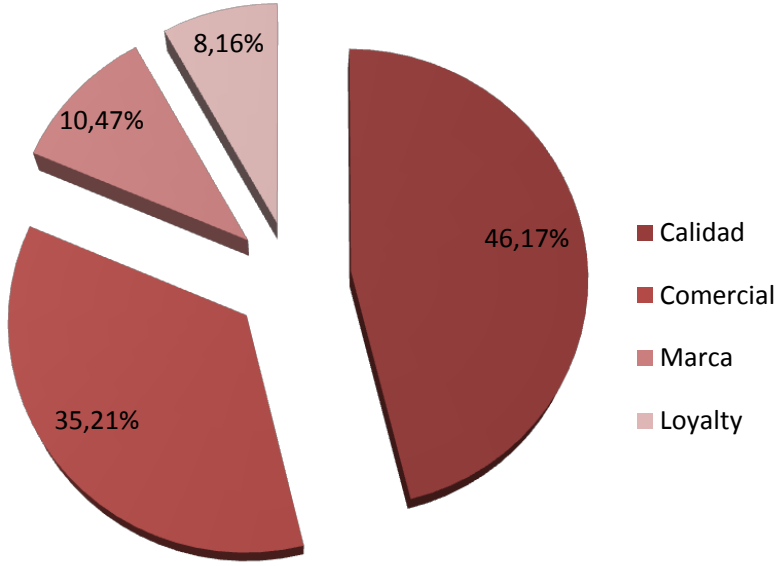
Presencia y Relación con Temáticas

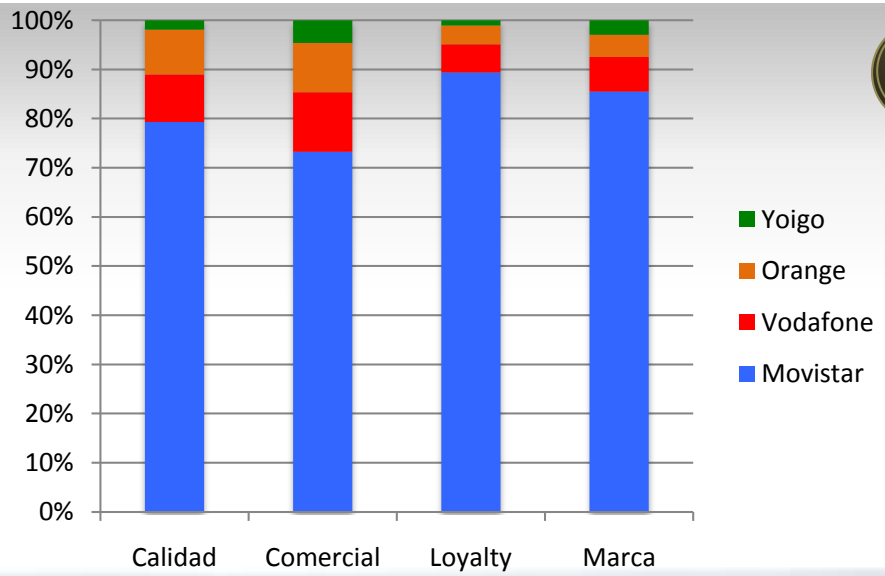
T

PRESENCIA



TEMÁTICAS





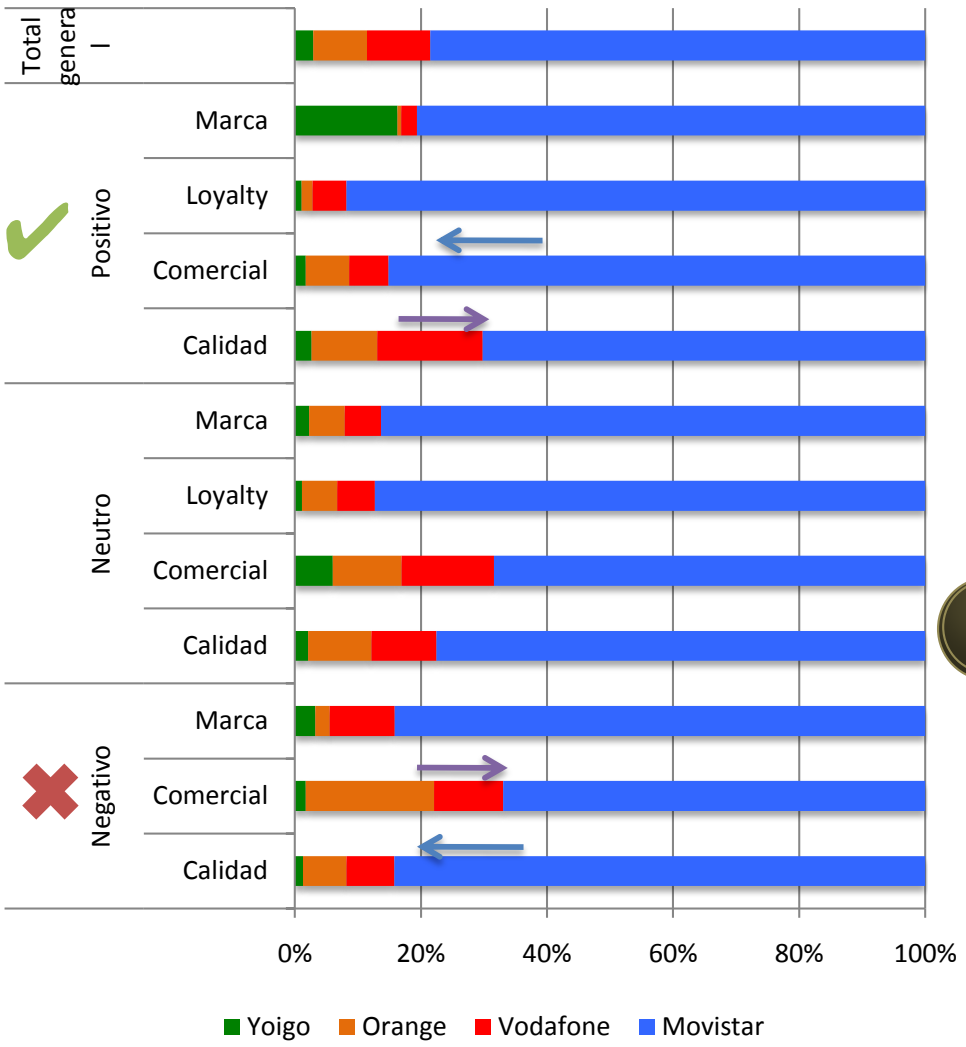
C

- Mucho equilibrio en el interés de los usuarios de Twitter en opiniones sobre Calidad y aspectos comerciales de los operadores, sin dejar de contemplar las valoraciones de Marca y Fidelidad de las mismas
- Además tanto Calidad como Comercial, son los dos parámetros donde más terreno de opinión cede Movistar

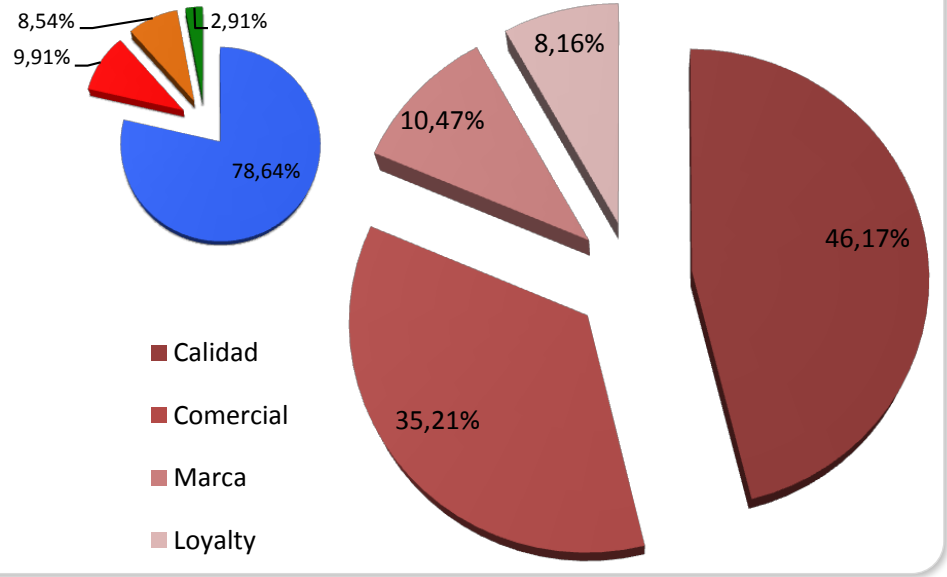
Presencia y Relación con Temáticas

T

VALORACIÓN/TEMÁTICAS



PRESENCIA/TEMÁTICAS



C

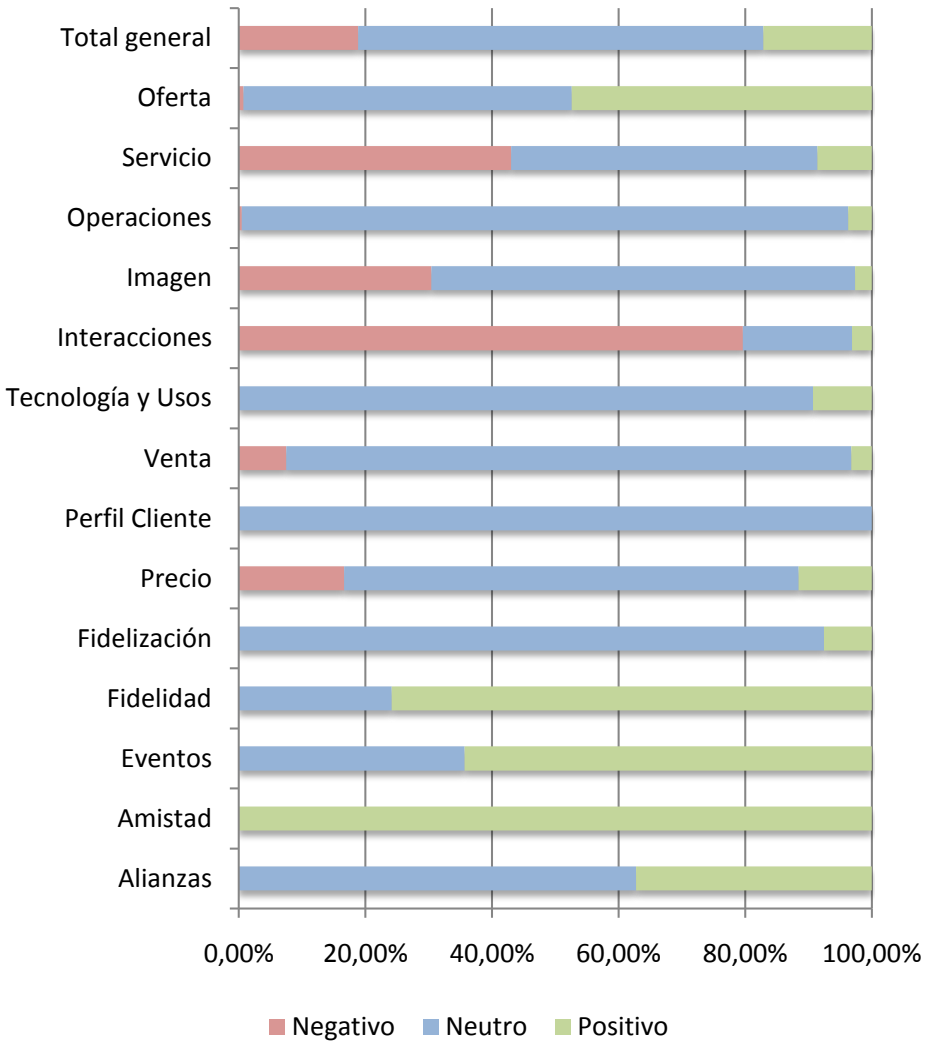
- Destaca la valoración positiva de la Marca Yoigo
- Mientras que Movistar avanza en Calidad "negativa", frene a la "positiva", sus competidores sufren el mismo procesos en valoración comercial, donde Movistar mejora sus parámetros de "positividad"

Índice - Guía

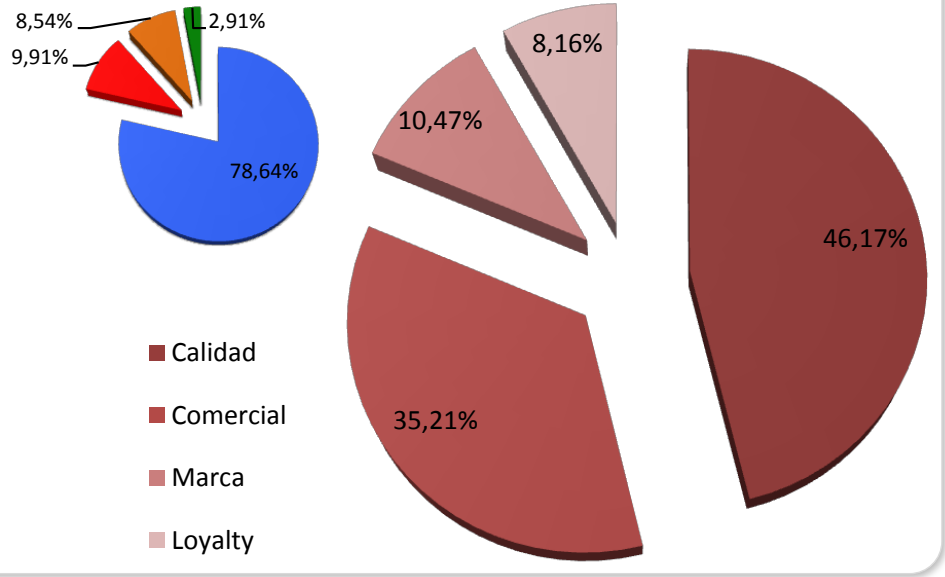
- Briefing
- Metodología
- Resultados
  - At a Glance
  - Entidades
    - Detalladas
  - Temáticas
    - Detalladas y Valoraciones
  - Entidades & Temáticas
- Créditos

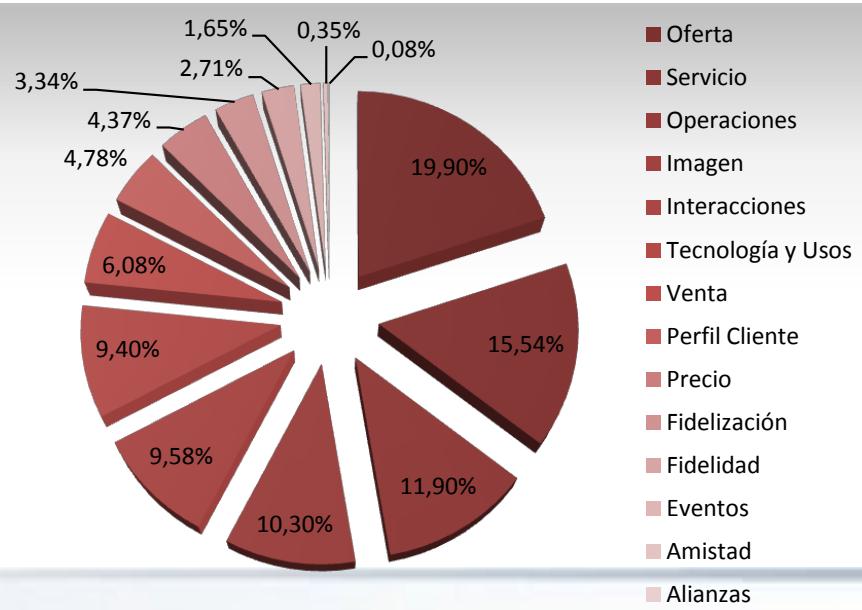
Presencia y Relación con Temáticas. Detalle Temáticas

VALORACIÓN/TEMÁTICAS



PRESENCIA/TEMÁTICAS

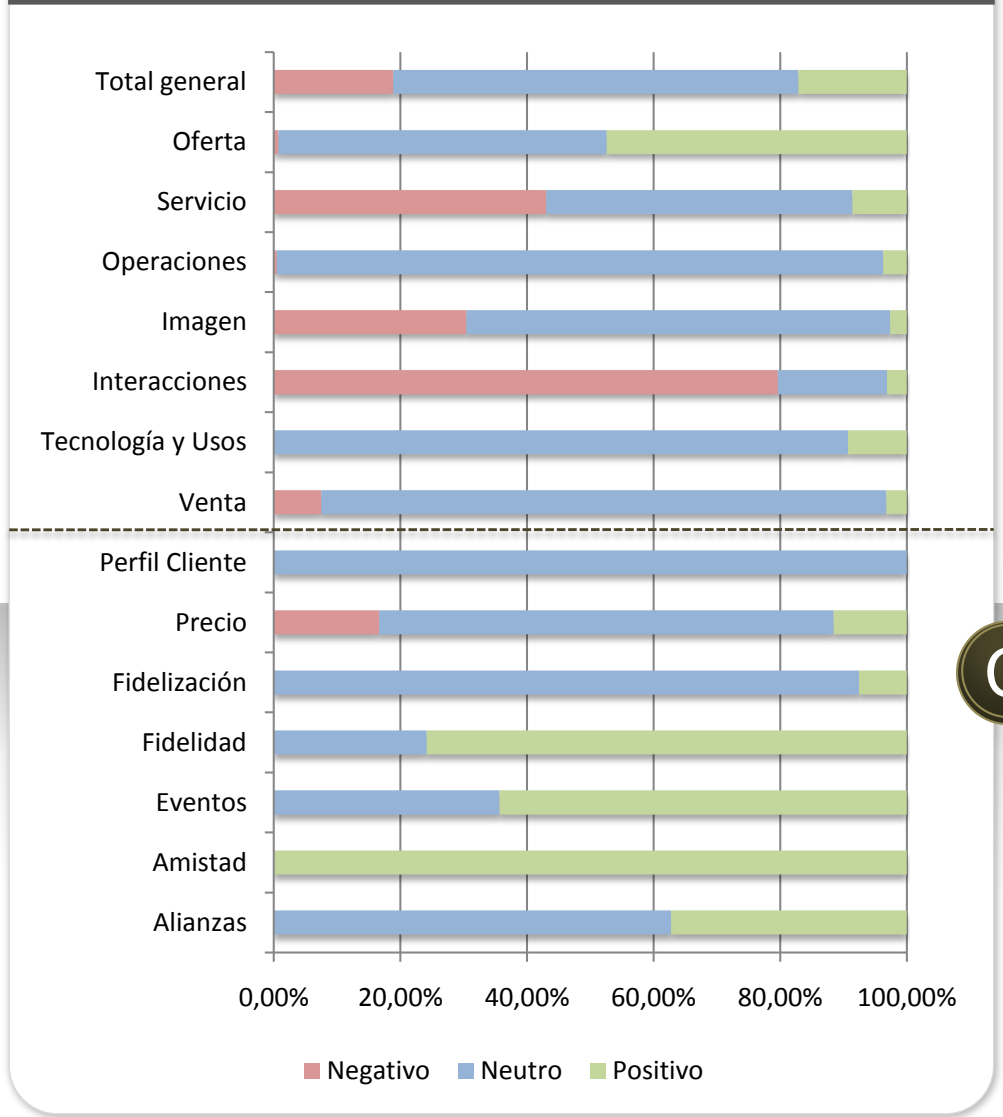




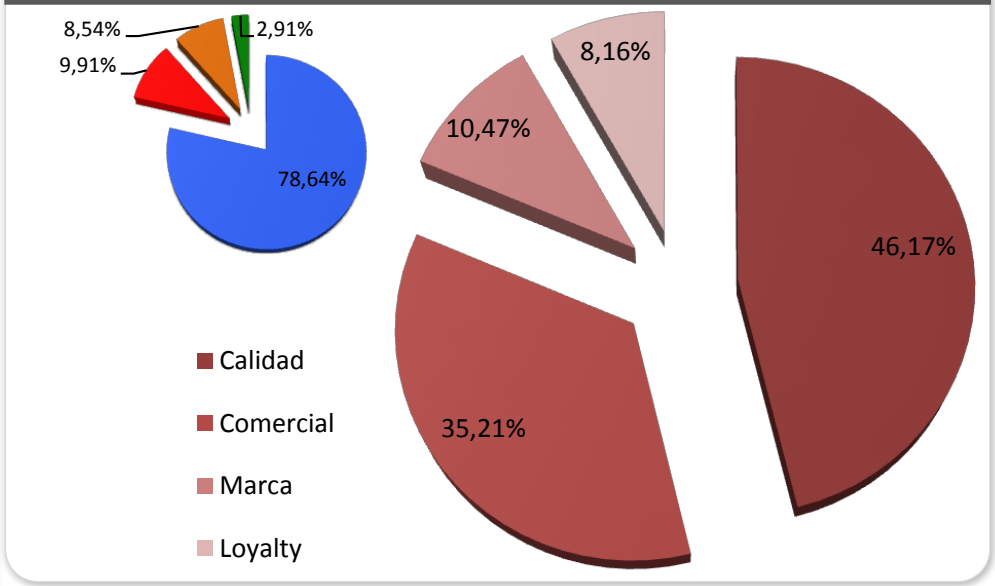
Presencia y Relación con Temáticas. Detalle Temáticas

T

VALORACIÓN/TEMÁTICAS



PRESENCIA/TEMÁTICAS

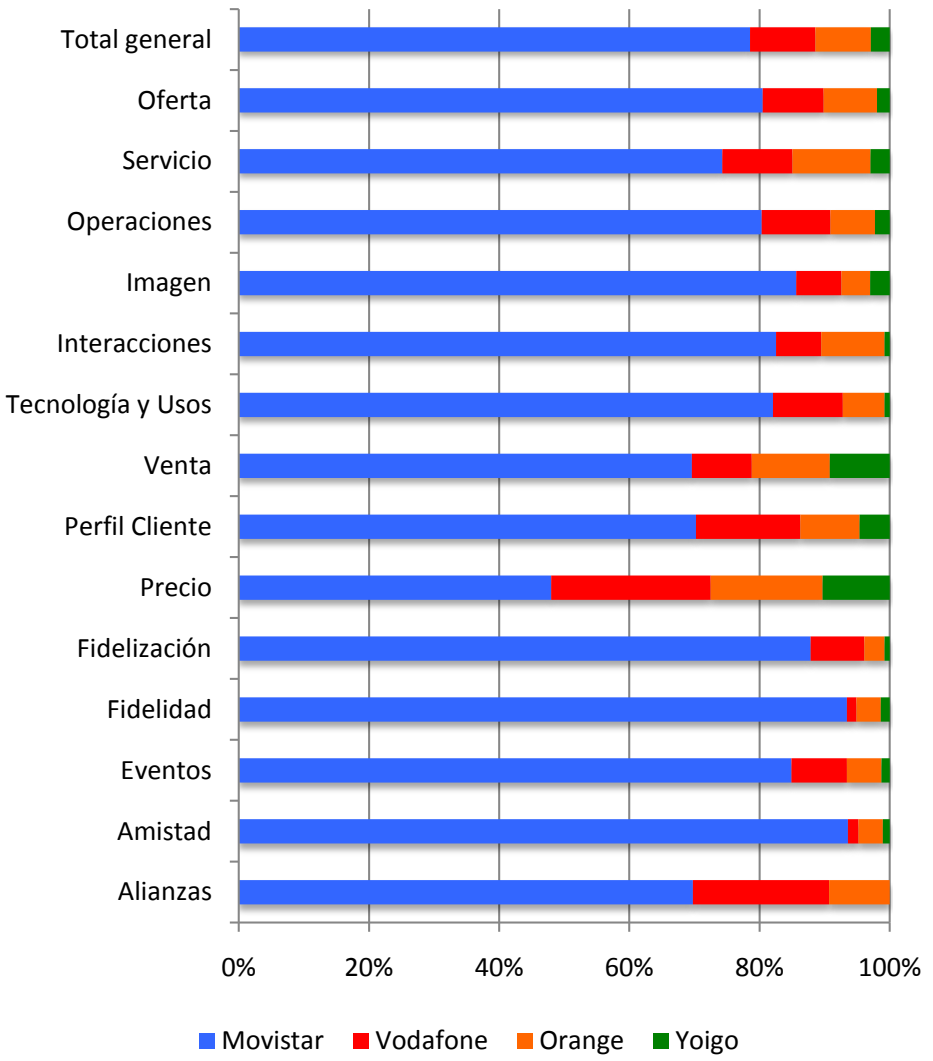


C

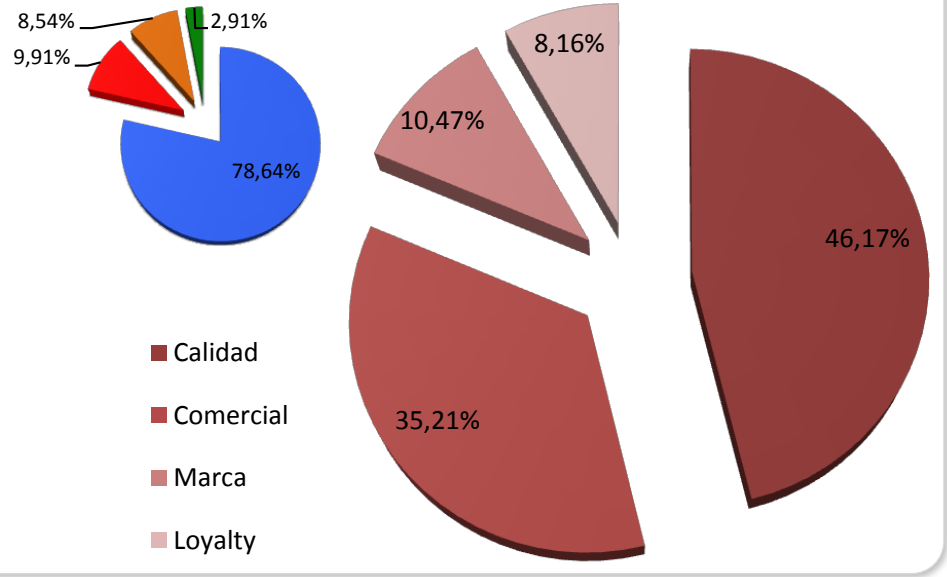
- Las 7 primeras categorías aglutinan casi el 80% de la opinión tematizada
- En ellas no esta precio como tal, si bien Oferta es la segunda, la cultura del sector hace que se hable mucho de ofertas, promociones, bundles,….y poco de precio concreto
- En el top 6 categorías de opinión se concentran casi todas las valoraciones negativas (salvo las relacionadas con precio)

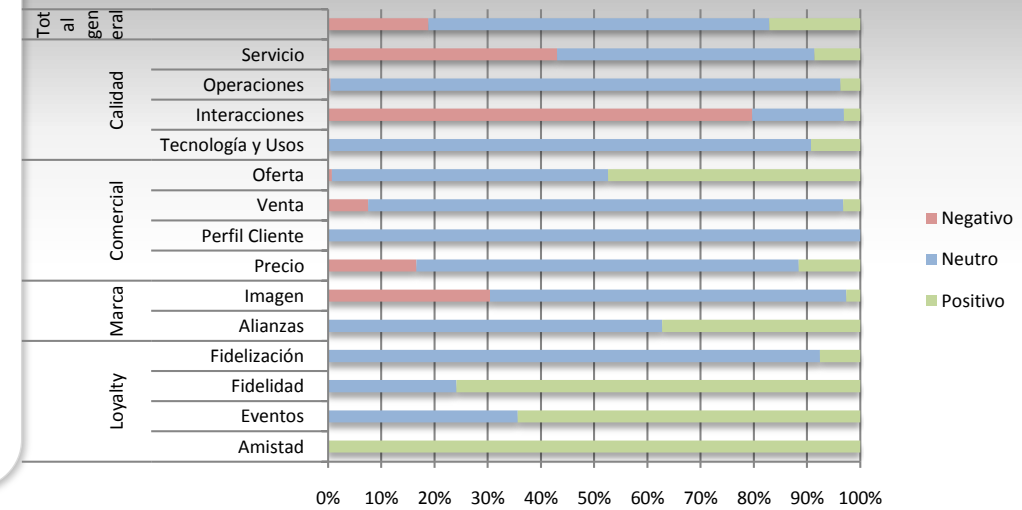
Presencia y Relación con Temáticas. Detalle Temáticas

VALORACIÓN/TEMÁTICAS



PRESENCIA/TEMÁTICAS

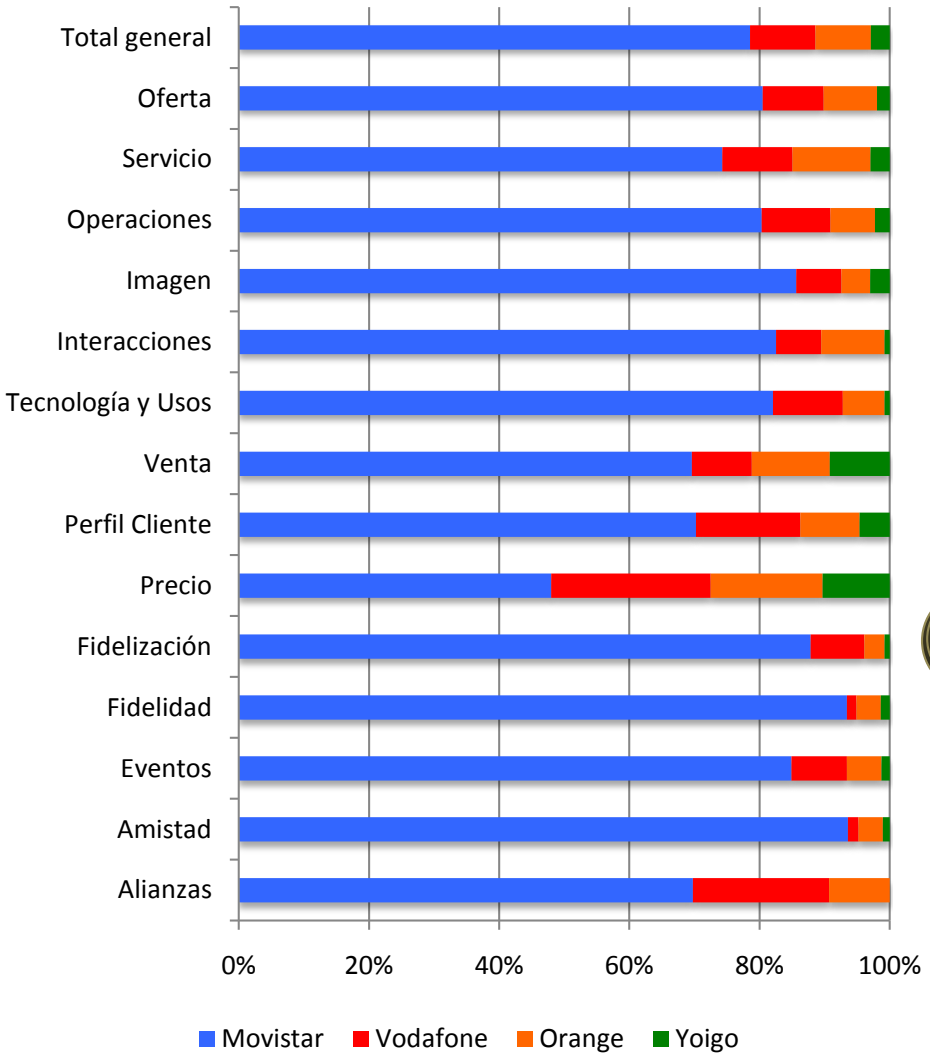




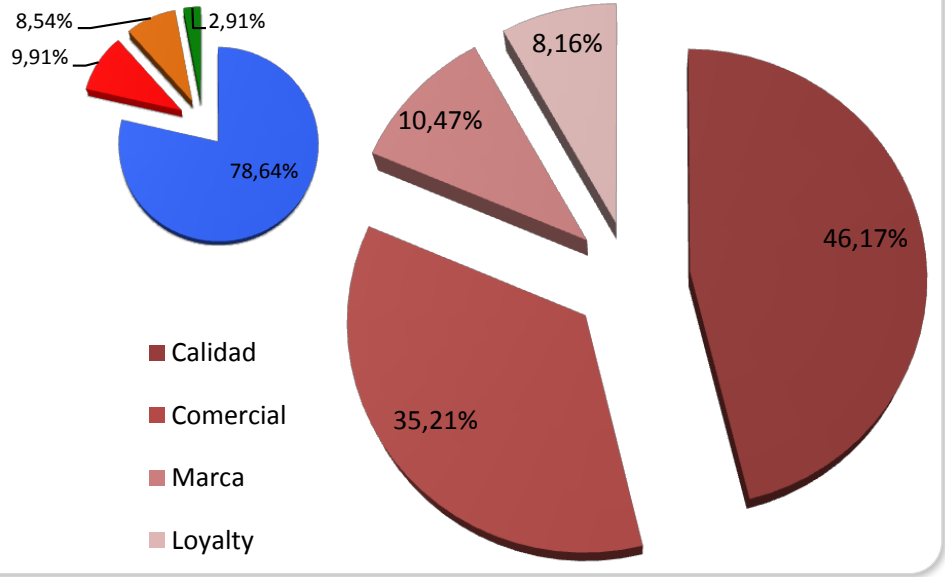
Presencia y Relación con Temáticas. Detalle Temáticas

T

VALORACIÓN/TEMÁTICAS



PRESENCIA/TEMÁTICAS



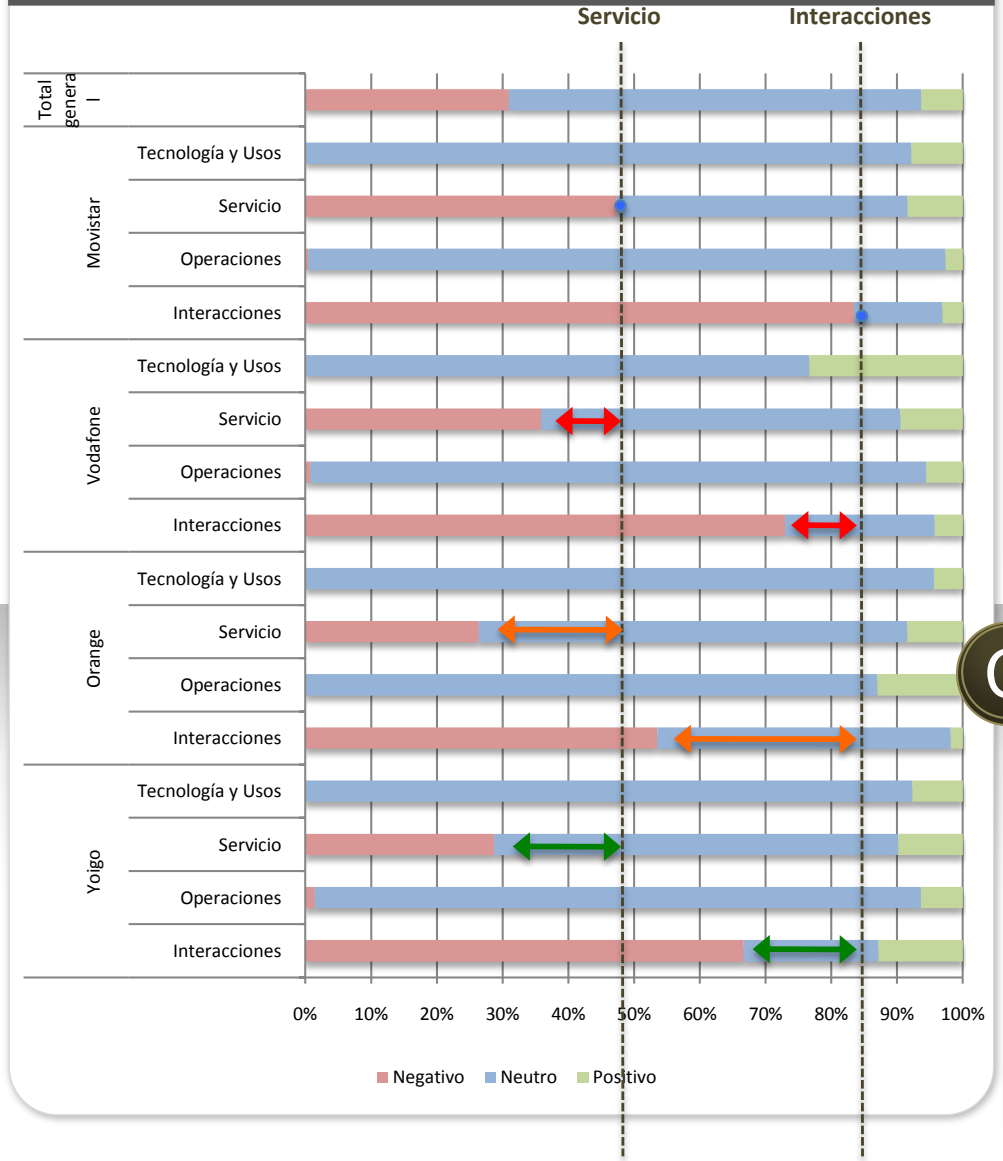
C

- En Precio todos los operadores ganan terreno claramente a Movistar, así como en venta y aspectos relacionados con "Perfil de Cliente" (oferta dirigida)
- En estos aspectos destaca claramente el posicionamiento de Yoigo

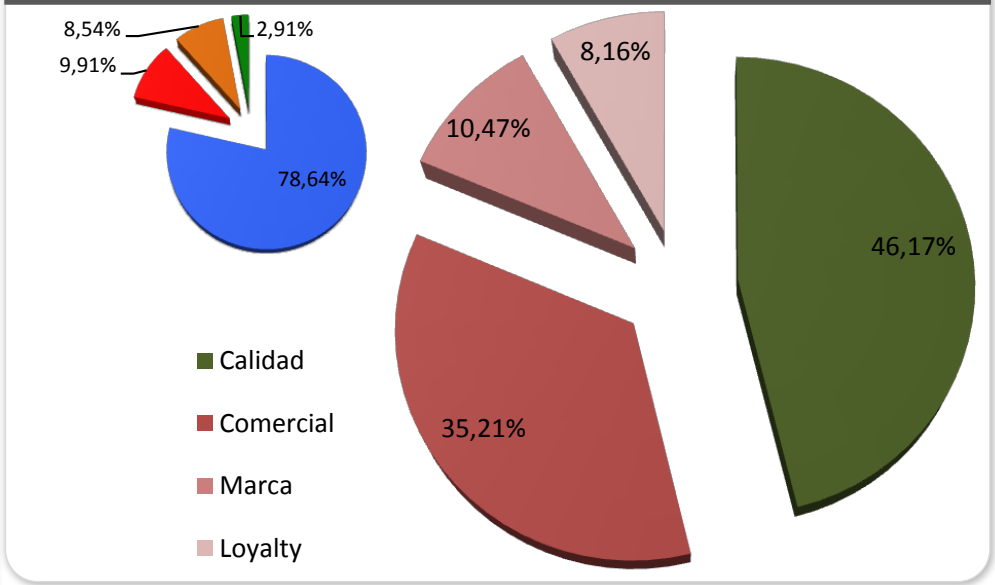
Presencia y Relación con Temáticas. Detalle Temáticas. Calidad

T

VALORACIÓN/TEMÁTICAS



PRESENCIA/TEMÁTICAS



C

- Las interacciones con operadores y el servicio son las áreas donde obviamente las manifestaciones de los usuarios tienen mas connotaciones negativas
- La parte de uso (utilización) y tecnología es aprovechada diferencialmente por Vodafone
- En valoraciones negativas por servicio todos están por debajo de Movistar, sin embargo en interacciones, aunque están por debajo, solo Orange está a una distancia considerable

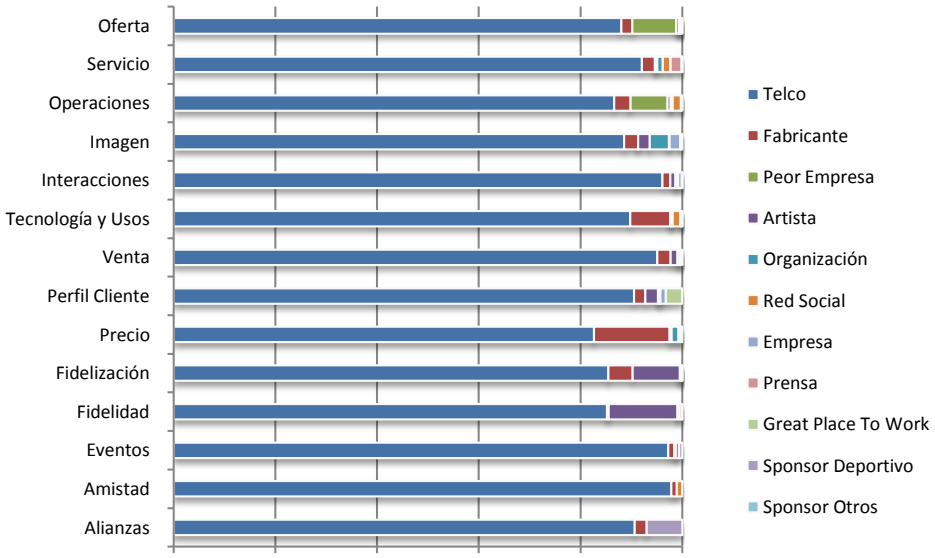
Índice - Guía

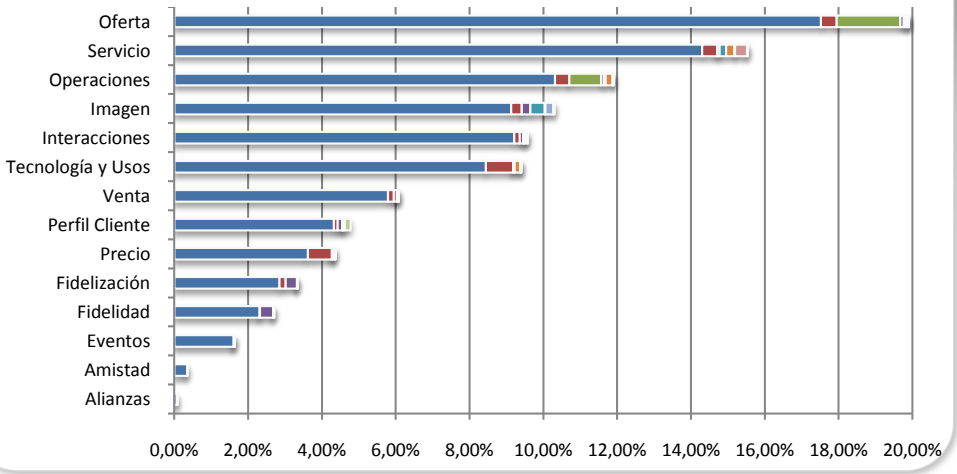
- Briefing
- Metodología
- Resultados
  - At a Glance
  - Entidades
    - Detalladas y Valoraciones
  - Temáticas
    - Detalladas
  - Entidades & Temáticas
- Créditos

Entidades & Temáticas

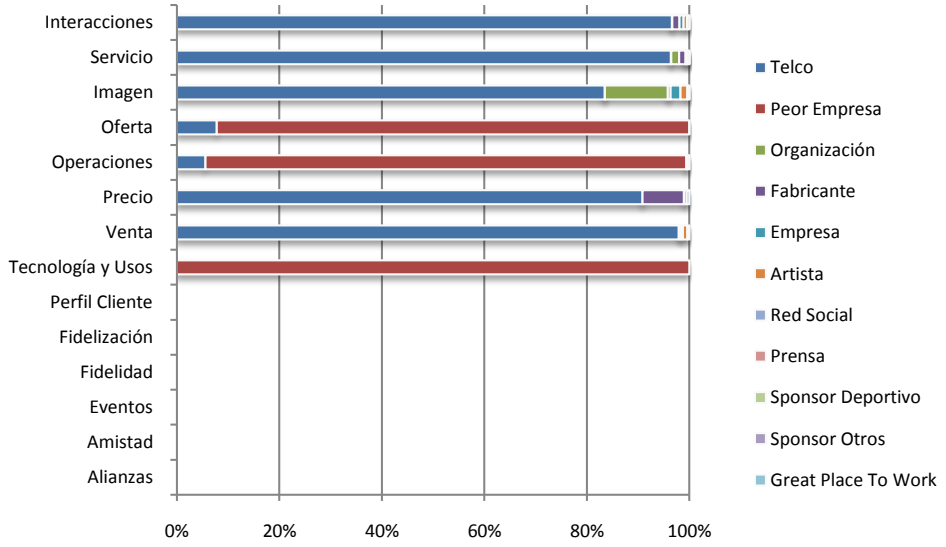
E&T

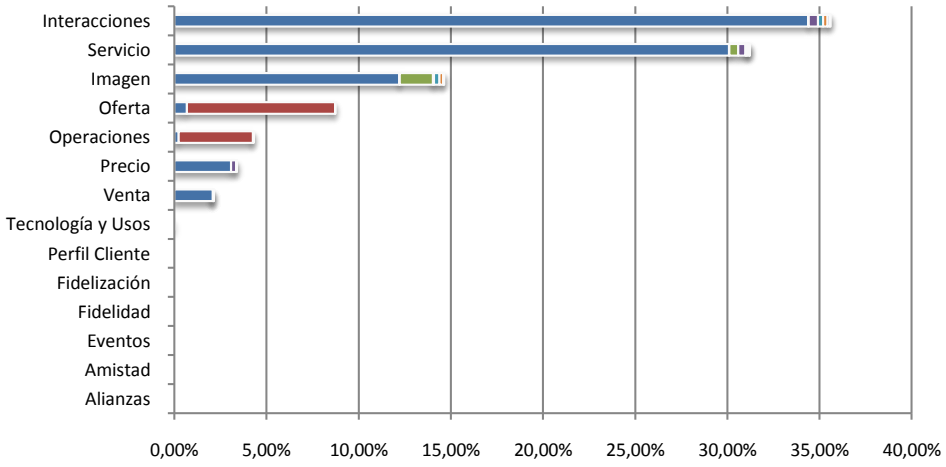
ENTIDADES/TEMÁTICAS





VALORACIONES NEGATIVAS

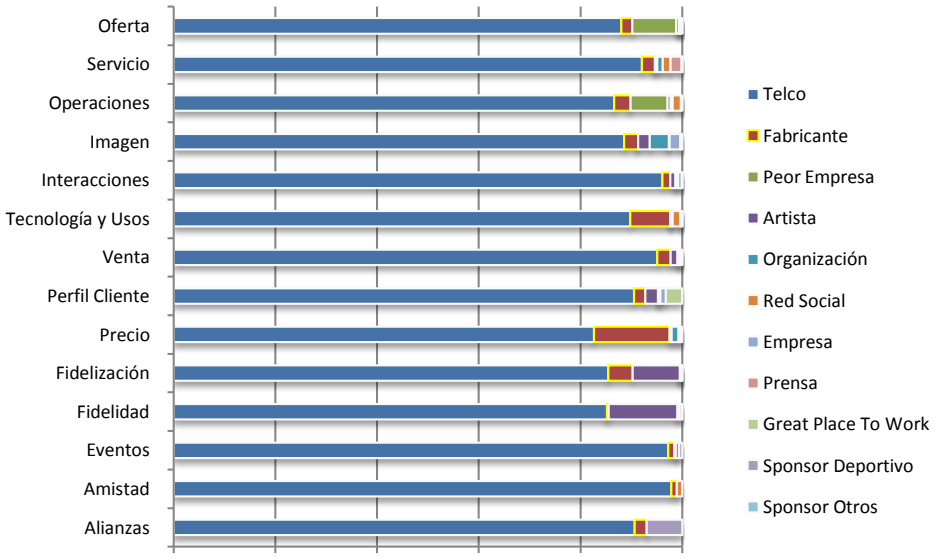


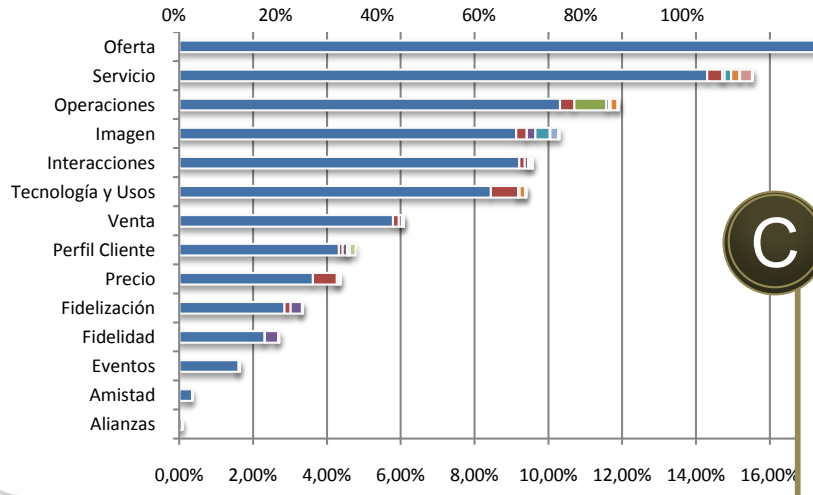


Entidades & Temáticas

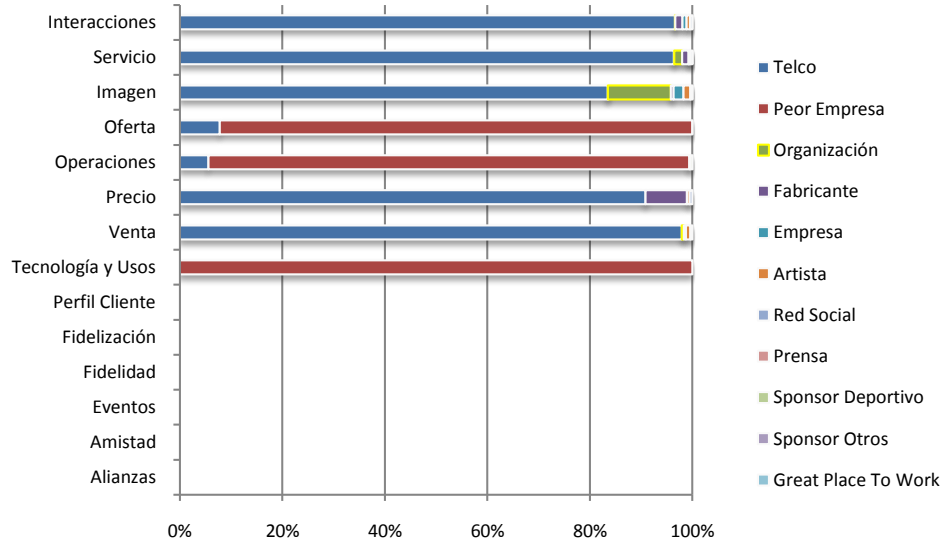
E&T

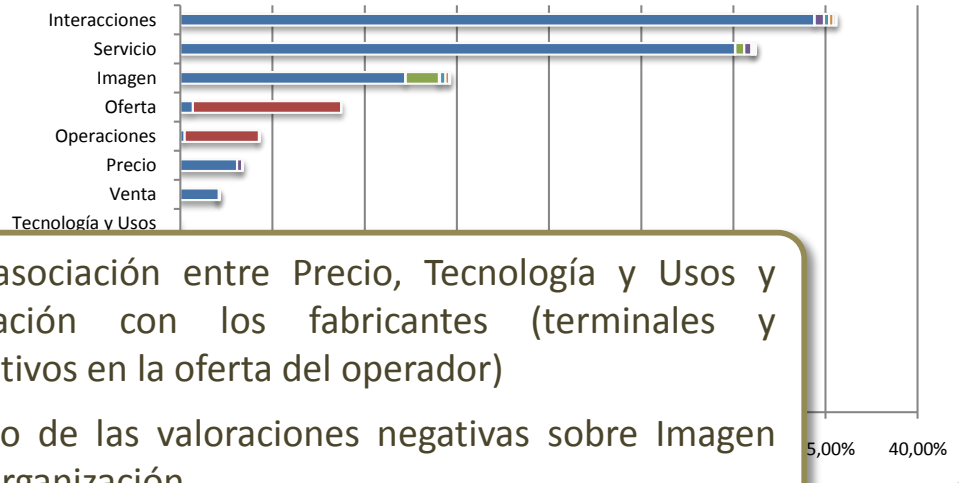
ENTIDADES/TEMÁTICAS





VALORACIONES NEGATIVAS





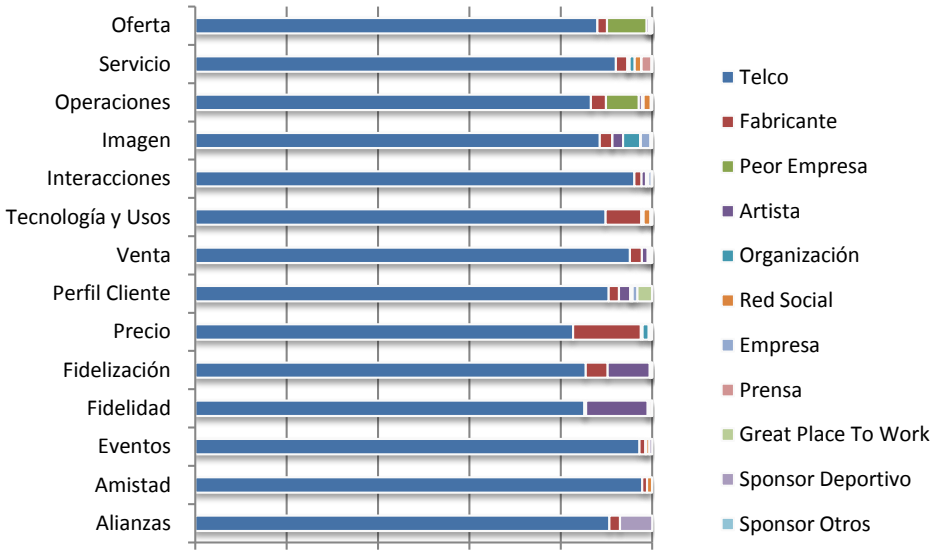
C

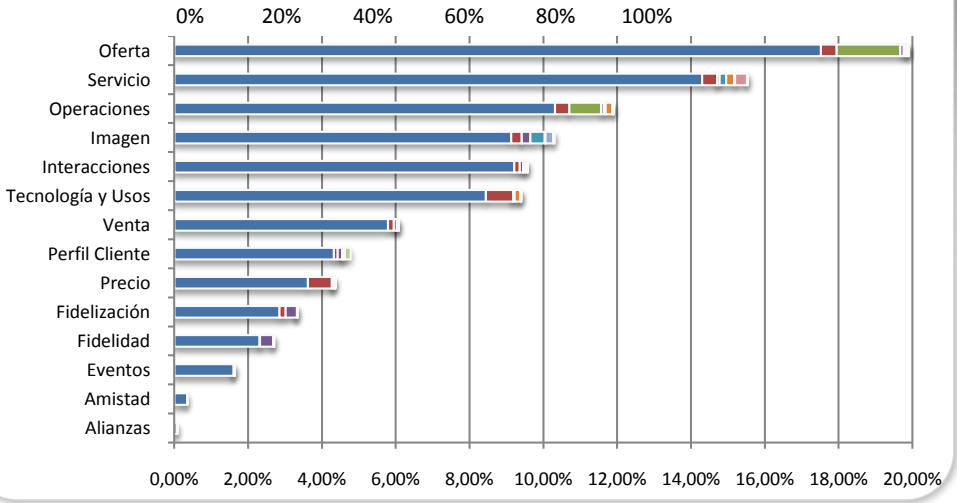
- Clara asociación entre Precio, Tecnología y Usos y Fidelización con los fabricantes (terminales y dispositivos en la oferta del operador)
- Impacto de las valoraciones negativas sobre Imagen en la Organización

Entidades & Temáticas

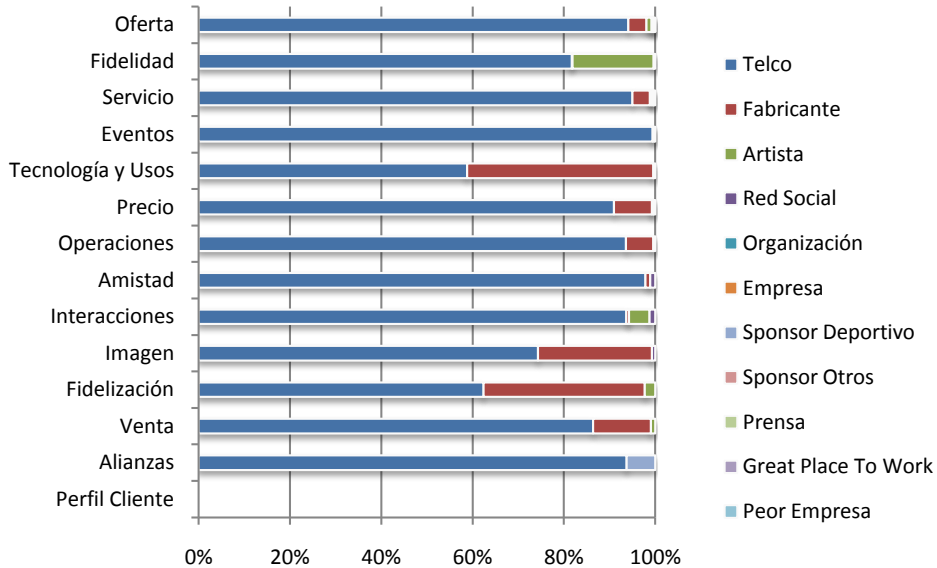
E&T

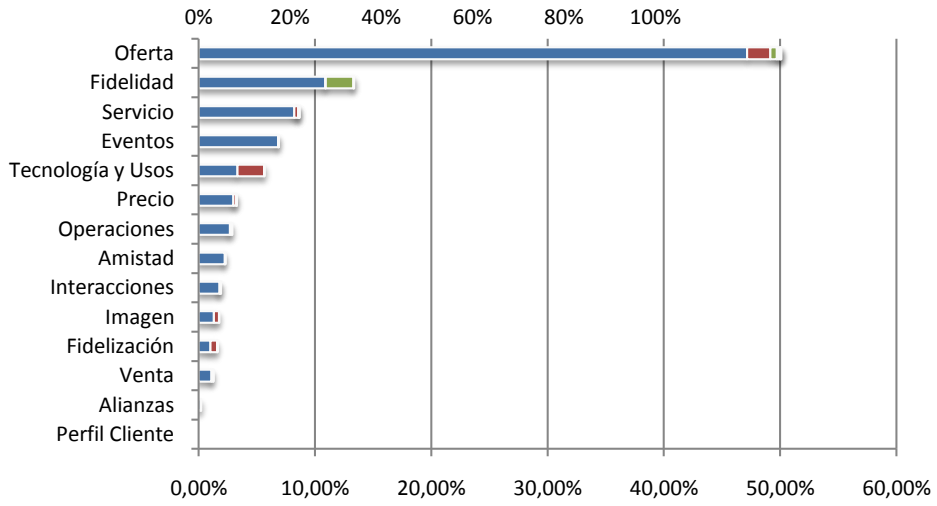
ENTIDADES/TEMÁTICAS





VALORACIONES POSITIVAS

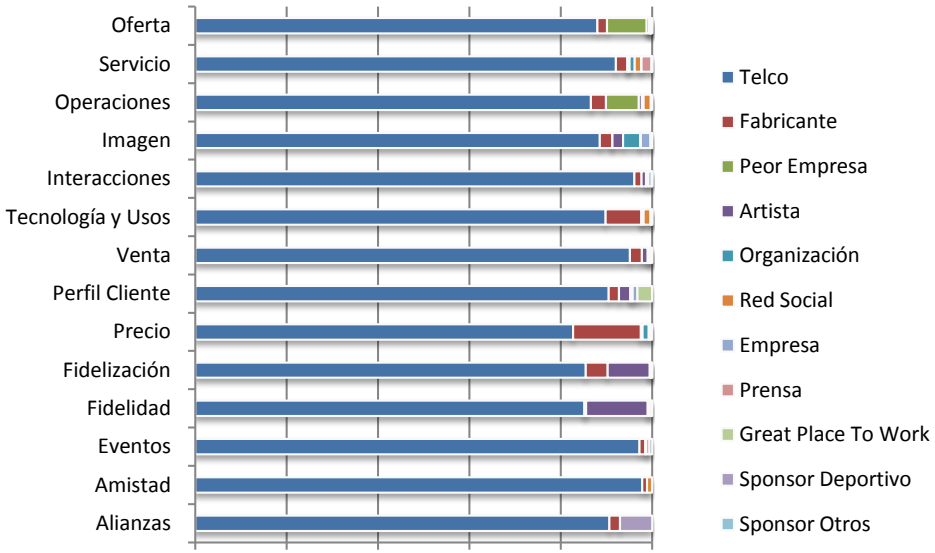




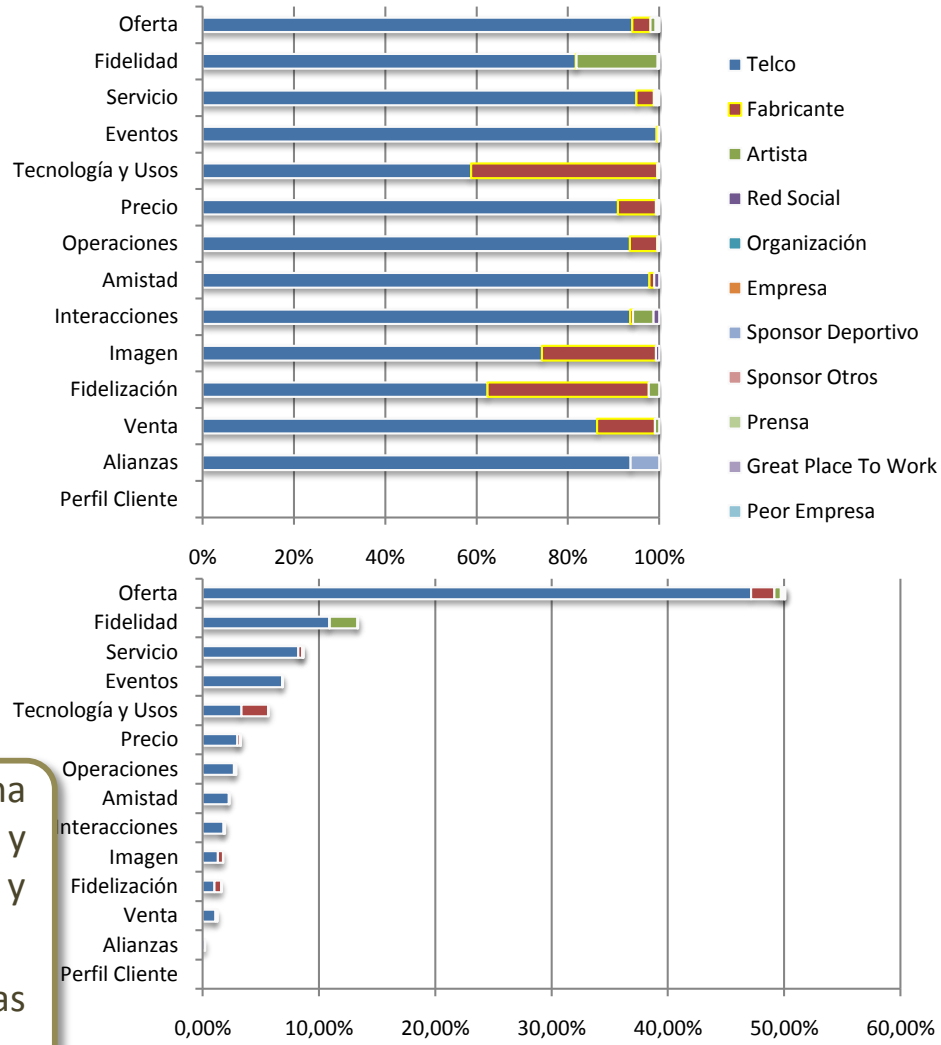
Entidades & Temáticas

E&T

ENTIDADES/TEMÁTICAS



VALORACIONES POSITIVAS

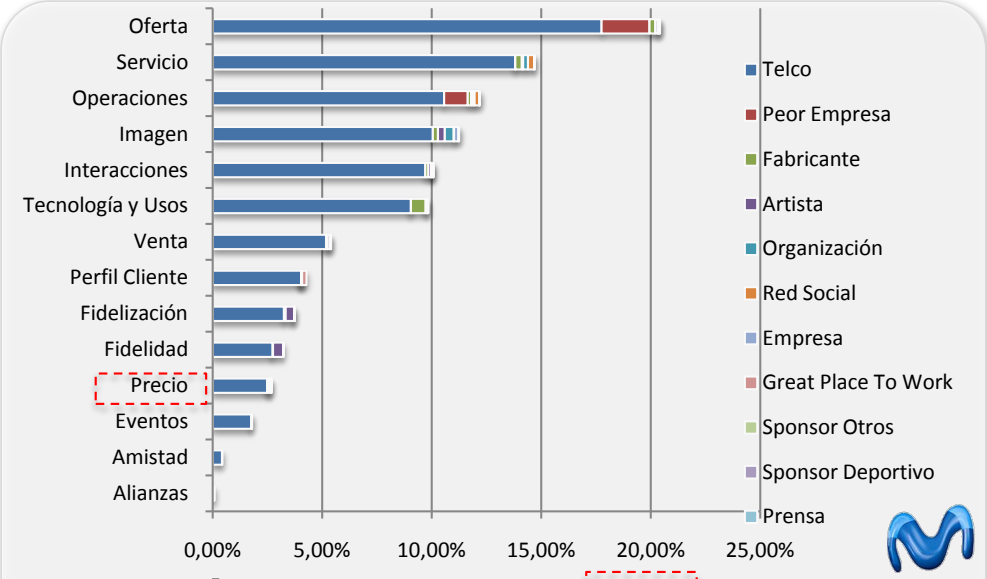


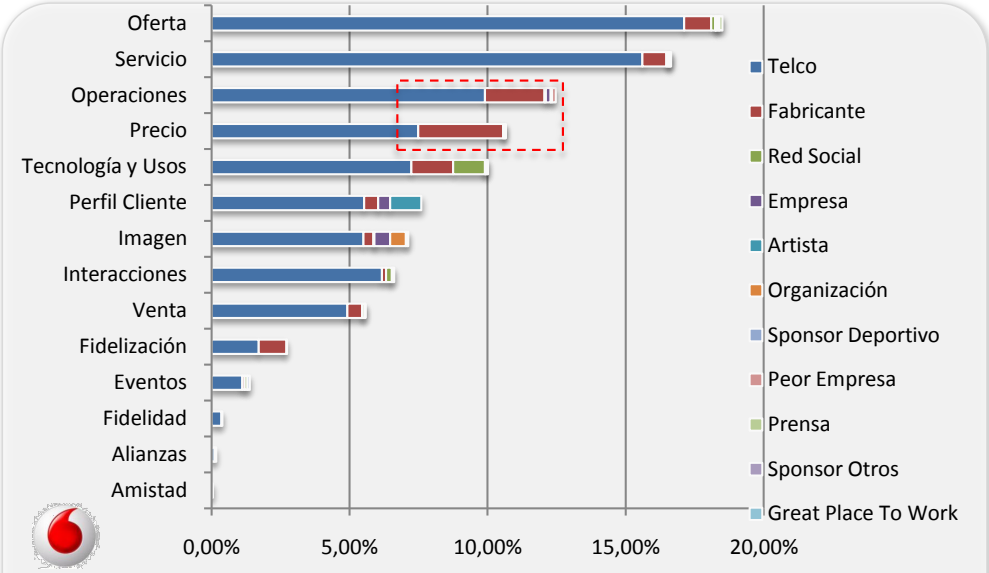
C

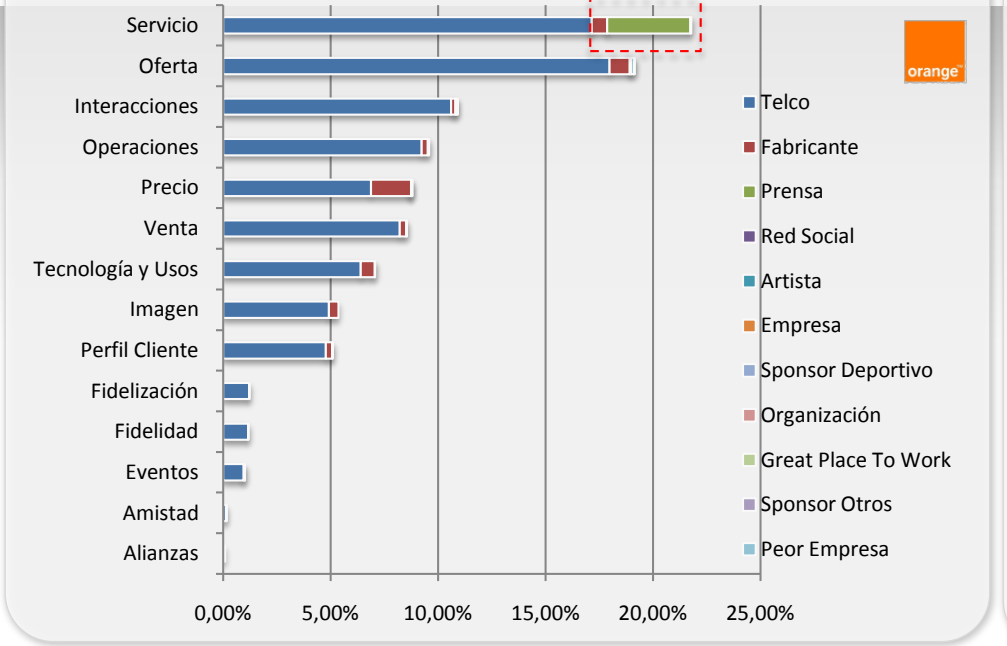
- Una vez más, en las valoraciones positivas se confirma la clara asociación entre Precio, Tecnología y Usos y Fidelización con los fabricantes (terminales y dispositivos en la oferta del operador)
- La presencia de "Artistas" generan muchas valoraciones de fidelidad a la marca

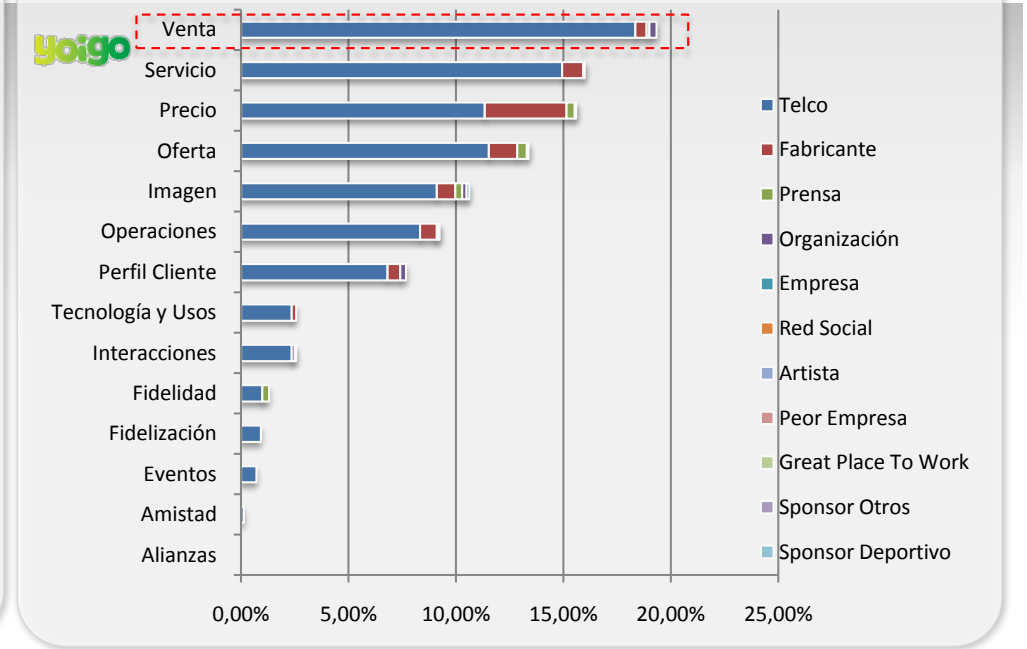
Entidades & Temáticas. Operadores

E&T





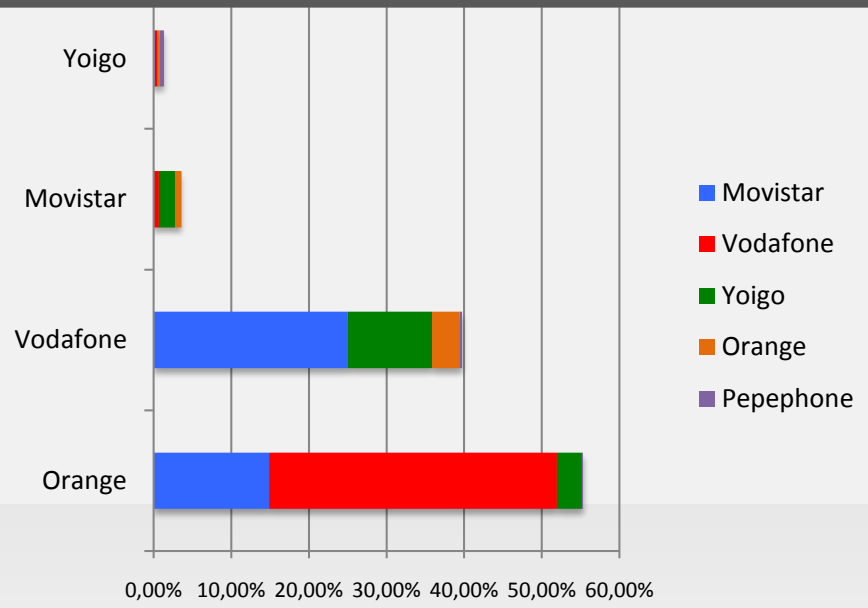


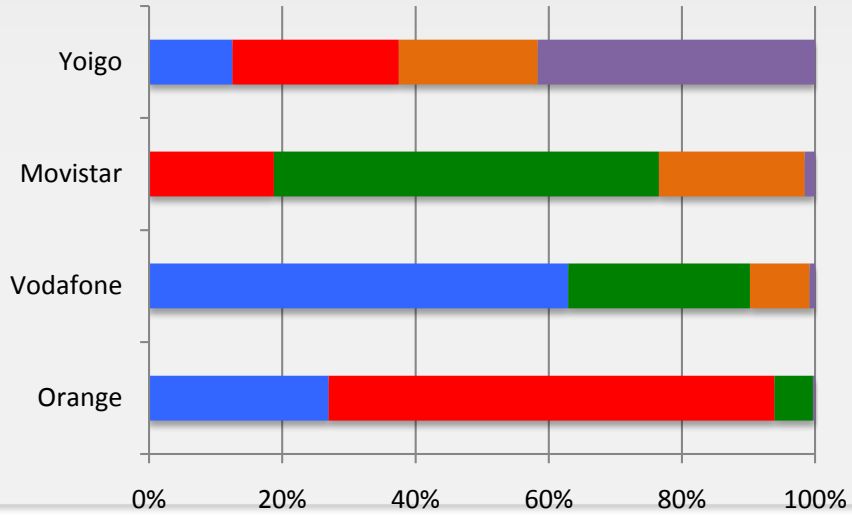


Entidades & Temáticas. Operadores. Como son relacionados

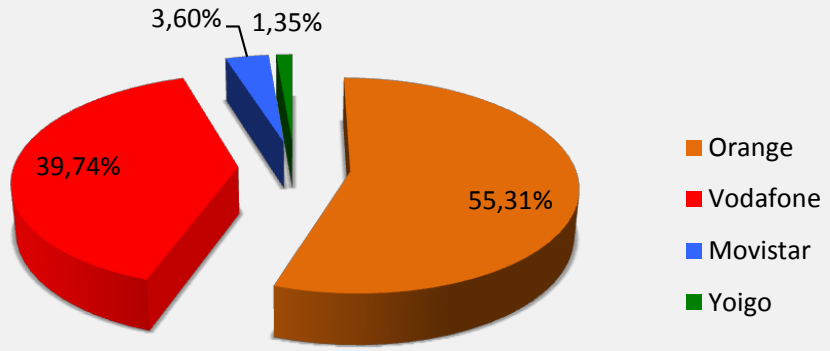
E&T

COMPARATIVAS





TOP COMPARADOS



C

- Vodafone y Orange acapara las comparativas
- Orange es comparada con Vodafone, mientras este es comparado con Movistar
- Curiosamente Movistar es poco comparado pero lo es con Yoigo quien como rival tiene a Pepephone

MY OBSERVER
BUZZINESS INTELLIGENCE TRACKER

- Informe-Observatorio Telecomunicaciones Operadores Móviles 1T 2011

  - Desarrollado con tecnología de búsqueda y extración de información propia
  - Análizado con tecnología lingüística desarrollada 100% en el seno de MyObserver, meiante motores de reconocimiento semántico, análisis ontológico, valoración de opinión y reconocimiento bla bla bla
  - Modelelado para el análisis del sector mediante técnicas de escucha, identificación y descubrimiento
  - Interpretado por el equipo de MyObserver de forma independiente y sin intervención de terceros
  - Todos los datos son públicos y recopilados de Internet con métodos legales y no invasivos

  - **Disponible informe completo (Ponderación por opinantes e impacto según seguidores, análisis de ECO, filtrado de publicidad o Community Managers, evolución temporal, afinidad temática, …), así como Conlcusiones y Recomendaciones en buzziness@myobserver.es ó llamando a Guidance al 91 788 57 56**

Créditos

Todos los derechos son reservados a MyObserver© a través de sus propietarios (Bitext y Guidance)