

Análisis de comentarios en las redes sociales de la empresa

PRACTICANTE: Sebastian Londoño Tobon

PROGRAMA: Ingeniería en sistemas

ASESORES: Giovanni Lopez Ceballos – Deisy Loaiza Berrio

Semestre de la práctica: 2023-1

Se implementó una solución tecnológica para la gestión proactiva de comentarios negativos en redes sociales. La recopilación y análisis de datos de Facebook e Instagram permitió una visión clara de la percepción de la marca.



La respuesta ágil a comentarios negativos, facilitada por la notificación automatizada a través de Microsoft Teams, mejoró la reputación corporativa y la satisfacción del cliente. La solución optimizó recursos y proporcionó una base para la identificación de áreas de mejora, fortaleciendo así la posición de la empresa en el entorno digital.

Introducción

En un mundo digitalizado, la gestión de comentarios negativos en redes sociales es vital para preservar la reputación corporativa. Este proyecto se centra en desarrollar una solución tecnológica para identificar y abordar eficazmente tales comentarios en plataformas como Facebook e Instagram. Nuestro objetivo es proporcionar a las empresas una herramienta que mejore la percepción de la marca y promueva la satisfacción del cliente mediante respuestas proactivas a sus inquietudes.

Objetivo general

- ✓ Crear tecnología para gestionar críticas en redes sociales, transformando la reputación corporativa

Objetivos específicos

- ✓ Diseñar un sistema de análisis de comentarios en redes sociales.
- ✓ Implementar técnicas de procesamiento de lenguaje natural para analizar sentimientos.
- ✓ Desarrollar un mecanismo de notificación de comentarios negativos.
- ✓ Evaluar la efectividad de la notificación automatizada de comentarios negativos en la reducción del tiempo de respuesta del equipo de comunicaciones.

Metodología

Se utilizó una metodología estructurada que incluyó la identificación del problema, la recopilación de datos mediante las API de Facebook e Instagram, el pre procesamiento de datos y el análisis de sentimientos con modelos pre entrenados como Vader, Transformers de Hugging Face, NLTK y IBM Watson Natural Language Understanding. Se optó por IBM Watson debido a su capacidad para evitar el contrapeso emocional. Esto permitió crear una solución para la gestión proactiva de la reputación corporativa en redes sociales.



Resultados

Se logró una visión clara de la percepción de la marca en redes sociales, con una tendencia positiva en Instagram y una más neutra a negativa en Facebook. La solución tecnológica permitió identificar y categorizar eficazmente comentarios negativos, facilitando una respuesta proactiva del equipo de comunicaciones. La notificación automatizada mediante Microsoft Teams fue efectiva para mejorar la gestión de la reputación corporativa en redes sociales.

Más información sobre el proyecto



Conclusiones

- ✓ La solución tecnológica permitió una respuesta ágil a comentarios negativos, mejorando la imagen de la empresa y la satisfacción del cliente.
- ✓ La rápida atención a comentarios negativos redujo las quejas en línea y aumentó la satisfacción del cliente.
- ✓ La automatización liberó recursos del equipo de comunicaciones para tareas estratégicas.
- ✓ El análisis identificó áreas de mejora, permitiendo acciones correctivas proactivas.
- ✓ El compromiso con la atención al cliente y la transparencia mejoró la reputación corporativa y la confianza del público.

DATOS DE CONTACTO DEL AUTOR:

+57 3104100508

+57 3104100508

sebastian.londono9@udea.edu.co

sebastian_london_t_

<https://www.linkedin.com/in/sebastian-londo%C3%B1o-990baa225/>