

Observatorio de las opiniones y emociones de los usuarios en las redes sociales

Lynguo es una aplicación Software como Servicio (SaaS) desarrollada por el IIC que analiza el **contenido de las redes sociales** (Twitter, Facebook, blogs, foros, etc.) y proporciona una valoración sobre las **opiniones y emociones de los consumidores** respecto a una marca, producto o institución, clasificándolas como positivas, negativas o neutras, y estudiando su evolución en el tiempo.

La opinión en la Web 2.0 plantea un escenario atractivo y novedoso debido a la **inmediatez y espontaneidad** de las opiniones, volcadas en un formato **no estructurado**.

Todos queremos saber qué se opina de nosotros, de nuestra marca, producto o institución; esto nos permite planificar nuestras acciones. Pero analizar el contenido de grandes cantidades de información espontánea no estructurada pone en evidencia la necesidad de emplear técnicas avanzadas de procesamiento de datos y un análisis automatizado. Esto permite trabajar con la subjetividad y cuantificar el sentimiento y las opiniones sobre hechos, personas, ideas e instituciones.

Lynguo da respuesta a este problema incorporando en la aplicación un modelo computacional y lingüístico que permite monitorizar, analizar, clasificar, detectar tendencias, almacenar y visualizar la información mediante algoritmos propios.

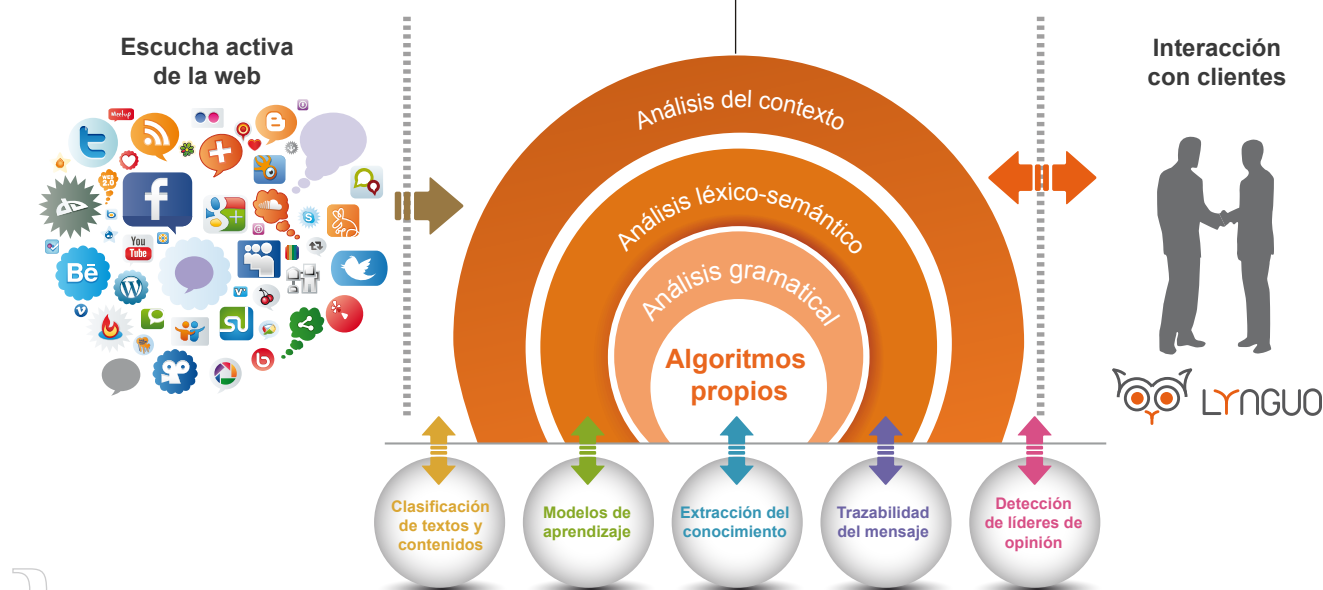


FUNCIONAMIENTO

La operativa principal de Lynguo se desarrolla en las siguientes etapas:

- **Escucha activa de la web:** Un módulo captura la información de la web en tiempo real, filtrando su contenido conforme al objetivo que se quiera analizar, evitando la acumulación de «ruido» en torno a la marca. Toda esta información se analiza, organiza y almacena para su consulta.
- **Tratamiento de la información:** Los datos recibidos son procesados en tiempo real mediante algoritmos desarrollados por el IIC para obtener la opinión contenida en los comentarios, extraer los conceptos asociados, clasificar por categorías temáticas, establecer la red de relaciones entre los mismos y generar alertas de acuerdo con las reglas definidas por el usuario.
- **Presentación de los resultados:** Una potente interfaz de usuario permite visualizar y consultar toda la información almacenada, su evolución en el tiempo y la comparación con otros productos o marcas de la competencia o instituciones similares.

Las redes sociales ponen a disposición de las empresas o entidades una información muy valiosa acerca del grado de satisfacción de sus consumidores o usuarios; información que, correctamente analizada, contribuye a que sean más competitivas y eficientes.

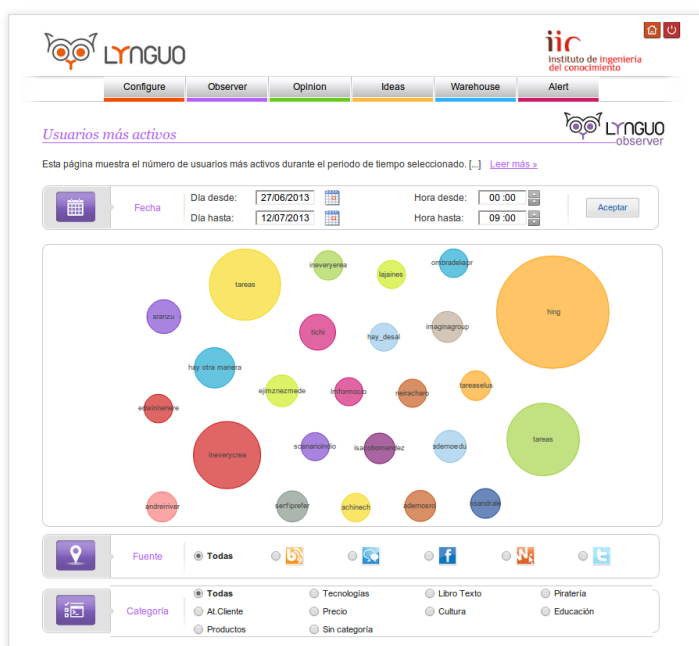


Lynguo



Además, el usuario de Lynguo puede adaptar la operativa a sus necesidades:

- **Configurador:** El módulo *LynguoConfigure* permite establecer filtros sobre palabras y usuarios «prohibidos» para evitar la aparición de comentarios que no estén relacionados con la marca que se quiere analizar.
- **Alertas:** El módulo *LynguoAlert* facilita al usuario la creación y modificación de sus propias reglas para detectar en tiempo real conceptos o palabras, y le permiten además generar alertas indicando el canal de notificación de las mismas, por ejemplo, email.



BENEFICIOS

Lynguo proporciona a las instituciones u organizaciones información elaborada en tiempo real sobre la opinión en las **redes sociales**, ofreciendo a los responsables de negocio o de comunicación la posibilidad de:

- Analizar una **gran cantidad de comentarios** de los usuarios acerca de una marca, **clasificando los contenidos** por temas.
- Conocer las **ideas y conceptos asociados** a su marca y a las de la competencia.
- Captar automáticamente el **sentimiento** (*Sentiment Analysis*).
- Medir su **impacto** (*Klout* y otros medidores).
- Consultar la **tendencia de la opinión** y su comparación entre marcas (*Trender*).
- Acceder a los **contenidos históricos**.
- Detectar los **usuarios más activos**.
- Facilitar la **interacción con los usuarios** de la marca (*Engagement*).
- Identificar **comunidades de opinión** en las redes sociales.
- Recibir **alertas en tiempo real** a partir de reglas definidas por el administrador.
- Estudiar la **influencia de una campaña** de marketing en la imagen de una empresa.

Lynguo

adici
asociación
para el desarrollo
de la ingeniería
del conocimiento

Producto original
propiedad de:

