



## PSE SOCIAL & DIGITAL ANALYTICAL MODEL



### A digitalização da economia veio para ficar!

A proliferação de meios e canais trouxe um mundo de oportunidades, desafios e ameaças. Com este cenário surgem novas demografias e novas personalidades digitais.

É preciso conhecê-las! Compreender a experiência holística do cliente, de forma a envolver e converter os clientes certos para que a mensagem da sua empresa seja propagada pela esfera social.

Torna-se fundamental identificar os objetivos de negócio que são críticos e a forma como o social e o digital contribuem para os mesmos.

É neste contexto e para responder a estes desafios que surge o **PSE Social & Digital Analytical Model** com uma estratégia baseada no conhecimento e que procura:

- **Alavancar** a utilização e **beneficiar** da transformação dos meios digitais;
- **Rentabilizar** o negócio, otimizar os modelos já existentes e criar novas ofertas.

O **PSE Social & Digital Analytical Model** faz parte da oferta da área de **Marketing Innovation & Leadership by Knowledge**.

É um modelo completo, end-to-end, de Social CRM que visa obter valor para o seu negócio através do conhecimento.

Funciona como uma aproximação analítica que visa explorar, identificar e sugerir soluções para problemas de marketing social e digital, fornecendo ainda orientações e linhas de ação para uma estratégia de negócio neste âmbito.

Como é uma estratégia baseada no conhecimento, o **PSE Social & Digital Analytical Model** está construído sobre 3 pilares:

- **Valor** (Gerar impacto real no negócio)
- **Inovação** (Identificar e explorar novas oportunidades de negócio, novos produtos e novos modelos de negócio)
- **Liderança** (Promover a diferenciação e obter vantagens competitivas).

Fundado sob a metodologia PSE – Perceber, Solucionar, Executar - o **PSE Social & Digital Analytical Model** inclui os seguintes componentes:

- Stages of Social Enlightenment – modelo de maturidade organizacional para identificar o estágio atual, os pontos fortes e fracos e definir a estratégia digital.
- Aplicações de Social CRM – processos analíticos, modelos e algoritmos.
- PSE Social & Digital Business Impact Calculator.
- Serviços de consultoria.

O **Stages of Social Enlightenment** consiste num modelo de maturidade e desenvolvimento organizacional que permite identificar o estágio de desenvolvimento da organização na área Social e Digital; identificar o nível de prontidão de cada um dos fatores de sucesso; criar o Digital SWOT e definir a estratégia Social e Digital adequada para a organização.

As **Aplicações de Social CRM** consistem em processos analíticos, modelos e algoritmos de Social & Digital CRM para medir, prever e atuar nos 5 building blocks sociais:

- Envolvimento
- Interação
- Intimidade
- Influência
- 360° Digital Profiling

Porque nenhuma estratégia é viável sem a criação de valor, sem uma materialização efetiva e sem impacto no negócio, o **PSE Social & Digital Business Impact Calculator** é um instrumento para mensurar o impacto Social e Digital no negócio.

Dependendo do contexto de negócio, do estágio de maturidade social, da estratégia e dos objetivos definidos, o PSE Social & Digital Analytical Model inclui diferentes serviços de consultoria, processos de implementação e entregáveis em cada uma das suas etapas.

#### ETAPAS PARA A CRIAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA BASEADA NO CONHECIMENTO!



O modelo inicia-se com a aplicação de um modelo de maturidade social que tem como objetivo identificar o estágio em que a empresa se encontra do ponto de vista da eficácia social e digital.

- Selecione um mínimo de 3 a 5 pessoas membros da sua organização em diferentes níveis hierárquicas e conheça como é que a sua presença no mundo social e digital é entendida internamente.

- Identifique pontos fortes e fracos nesta área de atuação.

#### QUESTIONÁRIO DE ASSESSMENT "STAGES OF SOCIAL ENLIGHTENMENT"

**Stages of Social Enlightenment**

**RESEARCH & INSIGHTS**

**TARGETING**

**WORKFORCE**

**CHANNELS**

**CAMPAIGNS**

**ANALYTICS**

Pensando na área analítica existente na sua empresa, classifique numa escala de 0 a 10 (ou seja, de 'raramente' a 'sempre'), as seguintes afirmações:

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A empresa tem um plano estratégico para incluir a análise preditiva nas suas atividades de marketing e que no processo de tomada de decisão.											
Os objetivos e as metas são comunicados, de forma clara, e medidas para promover a responsabilização e melhoria da performance.											
A análise preditiva está incluída em todas as atividades de marketing.											
A gestão de topo comunica a estratégia analítica e fornecem suporte a todas as iniciativas para melhorar o campo da análise de dados.											
Existem recursos suficientes para responder às necessidades de análise e de reporting.											
A equipa analítica tem um elevado nível de proficiência e utiliza metodologias na área do marketing analítico de vanguarda.											
As ferramentas e sistemas integram dados 'online' e 'offline' num repositório único para servir de suporte à análise.											
Os relatórios e análises estão disponíveis para utilização e são comunicados por toda a organização.											
Existem processos e sistemas para automatizar as funções de reporting e de distribuição da informação.											
As ferramentas de data mining e de modelização estatística estão disponíveis e são utilizadas na análise.											
A análise e o conhecimento são o catalisador da inovação e da criação de novas soluções de negócio.											

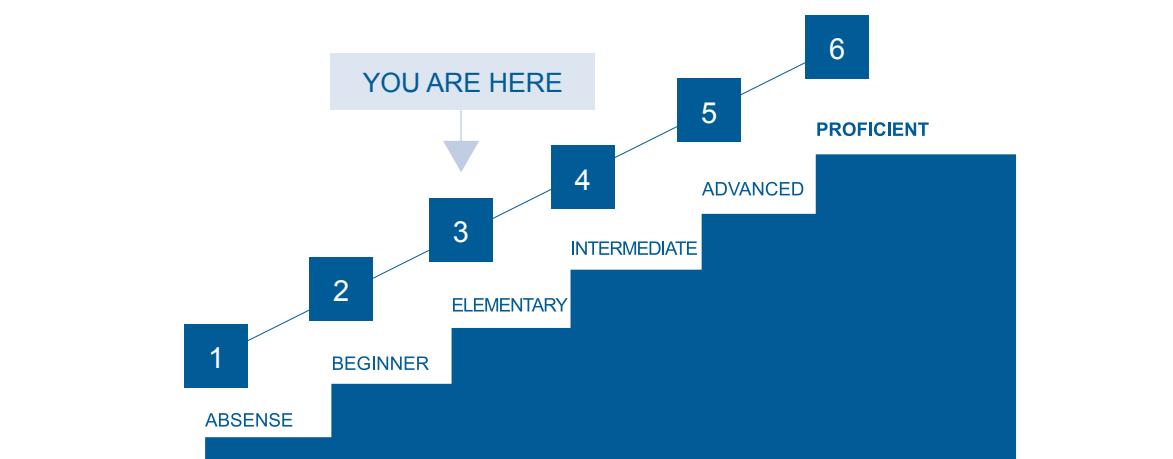
Este questionário é da responsabilidade da divisão 'Research & Insights' da empresa PSE - Produtos e Serviços de Estatística | Tel 213170910 | [psinfo@pse.pt](mailto:psinfo@pse.pt) | [www.pse.pt](http://www.pse.pt)

Anterior Seguinte

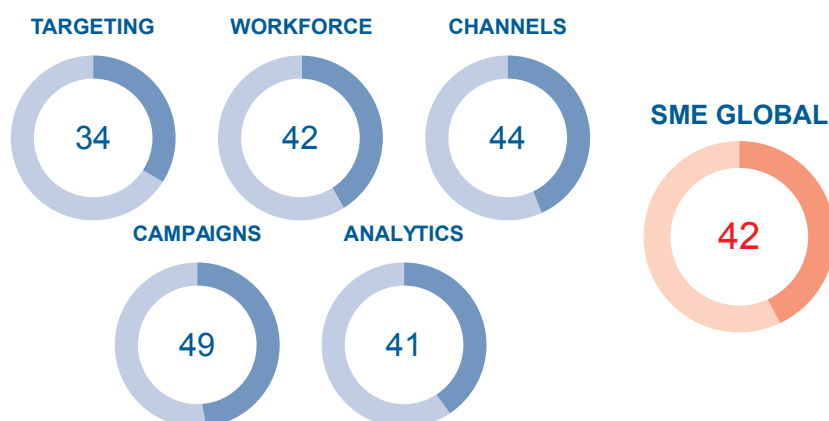
A aplicação deste instrumento, para além de identificar o estágio de maturidade, indica também quais os fatores de sucesso através de uma análise SWOT Digital e disponibiliza insights competitivos com um modelo de Benchmarking.

Desenhado para identificar qual a estratégia social e digital mais adequada para a sua organização otimizar a presença no mundo digital, o “*Stages of Social Enlightenment*” fornecer-lhe-á um relatório estratégico completo identificando KPI's, métricas de sucesso e o roadmap aconselhado para o “*Path to Enlightenment*” incluindo planos de execução e de investimento.

#### ESTÁDIO DE MATURIDADE SOCIAL DA EMPRESA X



#### YOUR COMPANY AT A GLANCE!



Com base nestes resultados poderão sugerir-se diferentes trajetórias e consequentemente a implementação de diferentes aplicações analíticas de Social CRM. Cada caso pode ser um caso.

O **PSE Social & Digital Analytical Model** é composto por um conjunto de aplicações analíticas de Social CRM para ativar e otimizar o estágio em que a organização se encontra.

As aplicações analíticas de Social CRM estão agrupadas em 5 grandes blocos e traduzem-se numa coletânea de processos, modelos e algoritmos para suportar uma estratégia baseada no conhecimento.





#### ENVOLVIMENTO

Analisa a relação de um indivíduo com uma organização. Mede o número de visitas, período ou duração da visita, número de ações, retorno de visitantes, etc.. Ou seja, mede o que muitas vezes se designa por *indicadores implícitos de interesse*.

#### INTIMIDADE

Mede os afectos e os sentimentos manifestados por um indivíduo, incluindo as suas opiniões e as suas perspetivas. A intenção é fornecer ferramentas para medir a subjetividade como o sentimento (medido através dos comentários e publicações em blogs, fóruns de discussão, etc..)

#### 360° DIGITAL PROFILING

Visa criar um perfil holístico / 360° de cada indivíduo com base nos indicadores das 4 dimensões analisadas. A relação de um cliente com uma organização dependerá da utilização que faz do seu site, da sua atividade nele (medidas através das dimensões 'involvement' e 'interaction'), da sua afinidade e do seu patrocínio (medidos pelas dimensões 'intimacy' e 'influence'). A identificação das métricas chave, com base nestas 4 dimensões, e a força da relação entre elas dar-nos-ão uma imagem holística sobre os clientes (ou utilizadores) num contexto social.

#### INTERAÇÃO

Analisa os eventos em que um indivíduo contribui com conteúdo para a organização ou requer informação adicional ou fornece informação de contacto ou compra de um produto / serviço. Está intimamente relacionado com as ações em que clientes tentam aprofundar a sua relação com a marca no futuro, construindo a ideia de compromisso. A interação é tanto uma resposta comportamental, que se relaciona com a troca de comunicação entre o website, o cliente e os resultados imediatos, como uma resposta organísmica do envolvimento.

#### INFLUÊNCIA

O objetivo é explorar a capacidade dos clientes em influenciar outros clientes, seja através de palavra passa palavra ou de recomendações nas redes sociais. Calcula as probabilidades de um indivíduo poder influenciar amigos e outros pares na compra de uma marca, de um produto ou de um serviço. Qualitativamente aborda questões relativas ao reconhecimento / notoriedade da marca, à lealdade e à possibilidade de voltar a comprar.

## Business impact calculator

Nenhuma estratégia é viável sem a criação de valor, pelo que o **PSE Social & Digital Analytical Model** inclui o **PSE Social & Digital Business Impact Calculator** cujo propósito é compreender o impacto dos esforços sociais e integrá-lo com as outras atividades de marketing.

O **PSE Social & Digital Business Impact Calculator** é constituído por relatórios detalhados sobre análises de custo/benefício, de impacto financeiro e de impacto no marketing.

O impacto no negócio é verificado por um conjunto de modelos de avaliação, de onde se destaca o PEC (equivalente de compra) que mede e quantifica o valor das ações digitais e compara-as com o custo de compra, caso essas ações fossem realizadas através dos meios de publicidade tradicional.

Ao contrário da visão técnica dos canais que as típicas soluções de digital analytics apresentam, o **PSE Social & Digital Analytical Model** é uma visão de negócio!





### Stages of Social Enlightenment

## STAGES OF SOCIAL ENLIGHTENMENT

Modelo de maturidade e desenvolvimento organizacional que permite identificar o estágio de desenvolvimento da organização na área Social e Digital.

- Estádio de Maturidade Social Atual
- Fatores de Sucesso e Dimensões Chave
- Modelo de Decisão & Scores
- Digital SWOT
- Estádios & Estratégias – Matriz de Enlightenment
- Relatório final com estratégia knowledge-based para potenciar o Social & Digital na organização:
  - indicadores, roadmap e plano de ação alinhado com o negócio.



### PSE SOCIAL & DIGITAL ANALYTICAL MODEL

## APLICAÇÕES DE SOCIAL CRM

Processos analíticos, modelos e algoritmos de Social & Digital CRM para medir, prever e atuar nas seguintes áreas:

### ENVOLVIMENTO

- Métricas para medir Popularidade, Atividade e Lealdade;
- Modelo de Engagement & Segmentação;
- Drivers & Triggers de Engagement;
- Modelos de Atribuição e drivers para a Conversão;
- Matriz Motivacional do utilizador Digital.

### INTIMIDADE

- Modelos PTAT (People talking about that);
- Modelos de Opiniões / Opinion Mining (OM);
- Análise Sentimental / Sentiment Analysis (SA);
- Modelos de Marketing de “Atração” a Marca / Produto;
- Estudo do Impacto de Marketing (análise de Buzz).

### 360° DIGITAL PROFILING

- Indicadores Digitais de Engagement Social & Digital;
- Personalidades Digitais Perfil e Segmentação;
- Visão 360°: do Social ao Negócio;
- Modelo de gestão de relações sociais;
- Comunicação direcionada e personalizada.

### INTERAÇÃO

- Métricas para Interação (reviews, word counts, transactions, downloads, uploads, change status, etc.);
- Índice Social vs. Índice de Compra;
- Degree Analysis & Quadrantes de Interação;
- Modelo de Sinais Vitais - Ciclo de Vida do Utilizador;
- Modelos de Conversão.

### INFLUÊNCIA

- Identificação de users chave (líderes, promotores, facilitadores, etc.);
- Métricas de Influência (Following Influence; Commenting Influence; Emotion Influence; PeerIndex Score);
- Segmentação Social;
- Modelos de Difusão;
- Modelos de Marketing Viral e Modelos ‘Opinion-based Cascading’;
- Modelização NPS (Net Promoter Score).
- Modelos de Conversão.

## BUSINESS IMPACT CALCULATOR

Ferramenta desenvolvida para compreender o impacto dos esforços sociais e integrá-lo com as outras atividades de marketing.

- Purchase Equivalency Calculator
- Earned Media Value vs. Marketing Spend
- Lead Value vs. Marketing Spend
- Brand Equity Growth vs. PR Spend
- Focus group vs. Social Media Monitoring or Community



## **PSE SOCIAL & DIGITAL ANALYTICAL MODEL**

O PSE Social & Digital Analytical Model inclui serviços de consultoria e modelos analíticos para quem pretende:

- Aumentar a conversão
- Atingir maiores audiências
- Saber do que falam os clientes, os utilizadores e as comunidades
- Criar novas ofertas e modelos de negócio
- Identificar comportamentos e personalidades digitais.



**A CRIAR**  
CONHECIMENTO  
PARA TRANSFORMAR  
O SEU NEGÓCIO

**Estamos focados na criação de valor para os nossos Clientes  
dando respostas analíticas ao negócio.**



PRODUTOS E SERVIÇOS DE ESTATÍSTICA

**PSE - PRODUTOS E SERVIÇOS DE ESTATÍSTICA, LDA**  
Av. Álvaro Pais, nº 11 - 2º | 1600-007 Lisboa - Portugal  
Tel: +351 21 3170910 | Fax: +351 21 3170919  
www.pse.pt | E-mail: spssinfo@pse.pt



**TRANSFORM  
BY ANALYTICS**  
CONSULTING & PROFESSIONAL SERVICES