

"Digimind nos ha ayudado a tomar acciones más rápido. Podemos reaccionar con mucha más velocidad y ser más proactivos que reactivos"

Carlos Carreño
Omnichannel Marketing Manager
en Cinépolis



 **Cinépolis**



cinepolis.com



@Cinepolis

Cinépolis es la segunda compañía de exhibición cinematográfica más grande del mundo por número de asistentes. Cuenta con 48 años de historia, operaciones en 258 ciudades y 5,764 de salas, de las cuales 3,688 se encuentran en México.

El reto

Cinépolis quería contar con una herramienta de social listening o escucha social que le permitiera tener claridad para evaluar lo que sus clientes destacan de la marca y conocer áreas de oportunidad respecto al servicio que ofrecen. Su objetivo con esto era para poder tomar acciones rápidas y apoyar las solicitudes de sus clientes.

El proyecto



Obtención de insights del consumidor

Monitorizar las diferentes marcas y servicios de Cinépolis.



Gestión de la reputación online

Analizar las conversaciones para optimizar los contenidos.



Optimización de la experiencia del cliente

Usar la data obtenida para tomar decisiones accionables.

La solución

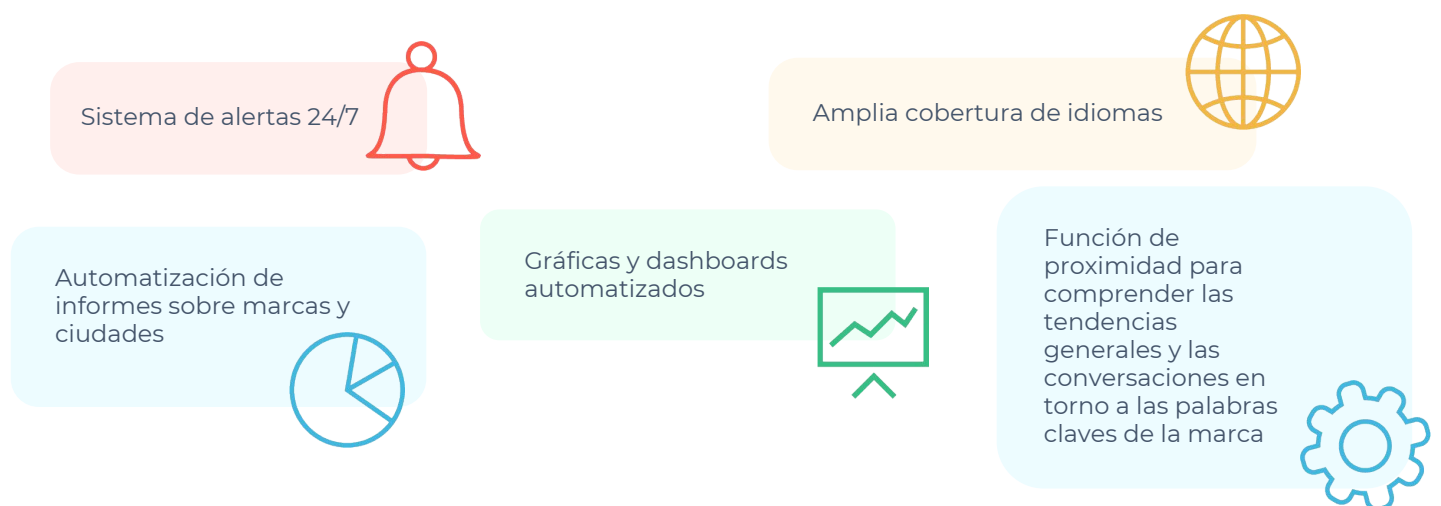
- Monitorización de 250 mil menciones en redes sociales de diferentes marcas del grupo, como Cinépolis VIP, 4DX, IMAX, MacroXE, y los diferentes servicios de la cadena, como la programación de las películas y los productos de dulcería.
- Soporte de un equipo de expertos: consultores especializados, formadores y especialistas en insights.
- Dashboard, reportes y alertas automatizadas.



KPI's y métricas monitorizadas

- **Para obtener insights de sus clientes, Cinépolis:**
 - Utiliza los dashboards de Digimind que dan cuenta de las características demográficas y de geolocalización de sus audiencias en redes sociales.
 - Mediante palabras claves, identifica las menciones relevantes en redes sociales y con ello detecta **las necesidades, expectativas y el sentimiento** de su audiencia en relación a sus marcas y servicios en todo México.
 - Evalúa en tiempo real la **visibilidad, el share of voice y el buzz** de sus campañas. "Nos ha ayudado sentir la temperatura de la marca en redes sociales", señala **Helena Hernández, Social Media Coordinator de Cinépolis**.
- **Para gestionar la reputación online de sus salas y servicios, Cinépolis:**
 - Analiza las tendencias de las conversaciones en torno a su marca en diferentes periodos de tiempo para **optimizar sus estrategias de marketing de contenido y de relaciones públicas**.
 - Detecta en tiempo real si hay cambios significativos en el número de menciones, a través del sistema de alertas automatizadas y personalizables. Con ello, la cadena puede identificar posibles crisis de comunicación y reaccionar de forma oportuna. "Nos permite tener en tiempo real alertas sobre temas y/o conversaciones sensibles que pueden afectar la reputación corporativa y poder darles seguimiento, así como tomar acciones e implementar estrategias mucho más rápidas", señala **Ramón Ramírez, PR Director de la cadena**.
- **Para optimizar la experiencia del cliente, Cinépolis:**
 - Toma en cuenta el social listening para tomar **decisiones accionables en tiempo real**. La monitorización de redes sociales permitió a la cadena detectar el masivo interés por una película que posteriormente programó, obteniendo excelente feedback en redes sociales.

Las ventajas de Digimind Social



Acerca de Digimind

Digimind es una compañía SaaS líder en monitorización de redes sociales e Inteligencia Competitiva, diseñada para marcas y agencias que deseen acelerar su proceso de transformación digital a través de estrategias insight-driven. Fundada en 1998, Digimind cuenta con clientes de la talla de LinkedIn, Sony, McCann Worldwide y Lexus.