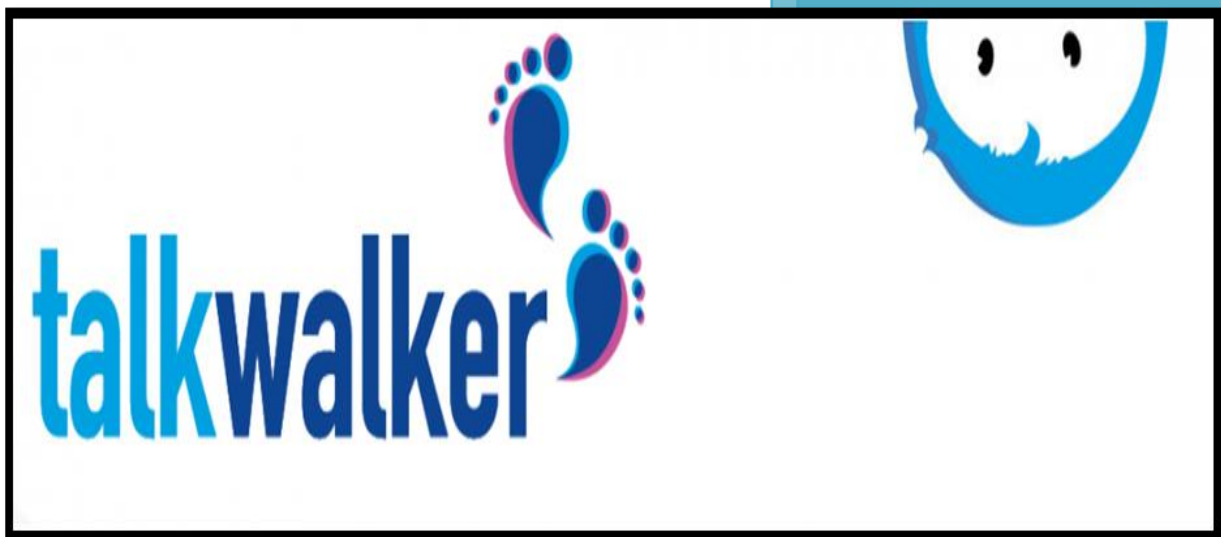


2013

UNIVERSIDAD DE ALICANTE

TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

LA TRADUCCIÓN-VIGILANCIA TALKWALKER



LARA MARTÍN MORA, PILAR BUSQUIER

PLAZA Y KENDALL HARTEEL

TRADUCCIÓN TÉCNICO-CIENTÍFICA

02/12/2013

TABLA DE CONTENIDOS

➤ Presentación de <i>Talkwalker</i>	2
➤ ¿Qué es <i>Talkwalker</i> ?	2
➤ Funciones de <i>Talkwalker</i>	3
• Monitorizar Medios Sociales Mundiales.....	3
• Analíticas para tomas decisiones.....	3
• Creación de informes.....	3
• Participación con interlocutores clave.....	4
➤ Relación con la vigilancia.....	5
• Fases.....	5
• Tipos – clientes.....	6
- Agencias.....	6
- Relaciones públicas.....	6
- Monitorización de medios.....	6
- Estudios de mercado.....	7
- Marketing.....	7
➤ ¿Cómo debe utilizarse?	7
➤ Posibles alternativas.....	8
➤ Conclusión.....	11
➤ Más enlaces	12

PRESENTACIÓN DE *TALKWALKER*

Para hacernos una idea general acerca de la herramienta de vigilancia *Talkwalker*, o dicho de otro modo, entender en líneas generales qué nos ofrece este programa, en qué ámbito podemos emplearlo y dónde podemos encontrarlo, tenemos al alcance dos sencillas fuentes de información: el blog principal del programa: <http://blog.talkwalker.com/en/%C3%A7>, y un breve vídeo de presentación del mismo: *Social Media Monitoring made easy*, <http://www.talkwalker.com/es/home/>.

¿QUÉ ES *TALKWALKER*?

De acuerdo con la página principal de *Talkwalker* (<http://www.talkwalker.com/es/home/>), ésta es una herramienta de monitorización y análisis de medios sociales, además de ser una programa de gestión de la reputación en línea. Ésta herramienta es similar a *Google Alerts* en cuanto a su funcionamiento pero los resultados que nos proporcionan son distintos.

Lo que hace *Talkwalker* es monitorizar la web, es decir, va observando el curso de uno o varios parámetros de la web para detectar lo que le hemos pedido al crear la alerta previamente. Nos proporciona entonces alertas sobre las últimas menciones relevantes en Internet directamente en la bandeja de entrada de nuestro correo electrónico o en un lector de *feed RSS*, que es un archivo generado por algunas páginas web y que contiene una versión específica de la información contenida.

Las búsquedas que realiza *Talkwalker* se centran en grandes cantidades de información, de hecho su índice es uno de los más grandes si lo comparamos con este tipo de programas. Para hacernos una idea, sus búsquedas abarcan unos 150 millones de fuentes en 187 idiomas y 247 países.

Ésta herramienta de vigilancia fue desarrollada por *Trendictio*, una empresa privada fundada en el 2009 y son sede en Luxemburgo. Este servicio de alertas fue puesto en

marcha en marzo 2013, cosa que lo convierte en un programa bastante reciente, aunque actualmente es considerado por los usuarios como uno de los mejores programas de vigilancia.

FUNCIONES DE *TALKWALKER*

1. Monitorizar Medios Sociales Mundiales

Esta función de *Talkwalker* nos permite rastrear todas las conversaciones de nuestro interés que se encuentren en diversos medios sociales (Twitter, Facebook, foros...) e incluso podemos rastrear fragmentos de artículos periodísticos, vídeos o programas de radio. Para ello el programa filtra los resultados mediante un panel de control que detecta las novedades de una determinada empresa. Cabe destacar que para obtener un resultado que se adecue a nuestras necesidades traductoras debemos hacer uso de los operados booleanos habituales tales como (AND, OR, NOT).

Para más información sobre esta función, acceder a:

<http://www.talkwalker.com/es/features/monitorizacion/>

2. Análíticas para tomar decisiones

Talkwalker permite analizar la información presente en los medios sociales y realizar analíticas y gráficos. Esta función resulta útil a la hora de crear informes a partir de los resultados obtenidos, los cuales se pueden filtrar por ámbito geográfico, idioma, tema, relevancia y fecha. Otra gran utilidad de esta función es el análisis automatizado de las opiniones. Mediante este rastreo podemos conocer la reputación de la compañía en 29 idiomas. Una de las ventajas más destacadas de esta función es que, *Talkwalker* permite incluir aplicaciones de terceros para potenciar su análisis. Puede integrar diccionarios por ejemplo.

Para más información sobre esta función, acceder a:

<http://www.talkwalker.com/es/features/analyze/>

3. Creación de informes

Talkwalker permite elaborar un informe, podremos de esta manera exportar los datos que nos interesan e incluso descargar gráficos. Dentro de esta función tenemos la posibilidad de marcar favoritos y estos informes los podremos recibir o por suscripciones a flujos RSS o por correo electrónico. Con estos informes podremos crear reseñas de prensa, preparar argumentaciones comerciales, comunicar la presencia de cualquier marca en las redes sociales, etc. Los datos generados por *Talkwalker* se pueden guardar en formato de hoja de cálculo; o bien en formato de Word, Power Point o PDF. Esto nos permite crear informes de manera instantánea y eficaz, ahorrando así tiempo que podríamos perder elaborando informes manualmente.

Esta función tiene una serie de “subfunciones” que nos permiten personalizar los informes dándoles el formato y estructura que nosotros queramos, además de la posibilidad de crear unas plantillas para que la información se actualice automáticamente según estas plantillas. Finalmente, podemos etiquetar el informe.

Para más información sobre esta función, acceder a:

<http://www.talkwalker.com/es/features/report/>

4. Participación eficaz con interlocutores clave

Con esta función, *Talkwalker* nos permite vincular todas nuestras plataformas sociales para publicar información y responder a ella desde un mismo panel de control. Esto nos permite gestionar nuestras redes sociales y participar en foros y blogs a tiempo real. También nos permite rastrear influyentes; esto significa que *Talkwalker* lleva a cabo una serie de búsquedas e identifica publicaciones y autores importantes para ponernos en contacto y adquirir información. Lo hace combinando características de relevancia, alcance y grado de participación en la web utilizando la ayuda del programa *Influrank*, que filtra la información importante según su posición en Internet de acuerdo con unos parámetros de relevancia.

Dentro de esta función también podemos utilizar el etiquetado y la marcación de las menciones para organizar nuestra información. A cada persona se le puede asignar una función gracias a ésta función, lo que viene bien para empresas.

Para más información sobre esta función, acceder a:

<http://www.talkwalker.com/es/features/engage/>

RELACIÓN DE *TALKWALKER* CON LA VIGILANCIA

Con la gran cantidad de información que se maneja hoy en día, la importancia de manejarla y saber controlarla en el mundo empresarial se ha convertido en una pieza clave de su engranaje en términos de competencia, éxito y ganancias. La mundialización, por su parte, ha generado una necesidad de comunicación multilingüe. Esta necesidad lingüística puede suponer un obstáculo para la empresa, y es ahí donde el traductor entra en juego. Hablamos de la inteligencia competitiva, es decir, la capacidad de manejar de manera inteligente los servicios de búsqueda y explotación de información para tomar las decisiones correctas. Particularmente, nos centramos en el motor de la inteligencia competitiva, lo que conocemos por vigilancia, y dentro del ámbito de la traducción, la traducción vigilancia.

El proceso de traducción vigilancia está dividido en varias **fases**, aunque no hemos de olvidar que se trata de un proceso cíclico en el que el traductor tiene un papel muy activo:

- I. En primer lugar, el traductor, una vez recibido el encargo, tiene que comprender su naturaleza y concretar las necesidades implícitas.
- II. Una vez definido, se han de buscar fuentes de información para determinar las palabras claves de la búsqueda.
- III. A continuación, y aquí es donde la herramienta *Talkwalker* nos puede ser de gran utilidad, se configura la automatización de las búsquedas teniendo en cuenta las palabras clave.
- IV. *Talkwalker* nos ayuda en la ejecución de la cuarta fase, la recogida de datos, gracias a la configuración de búsquedas.
- V. En la última fase, aquella de analizar y tratar la información, también nos pueden servir *Talkwalker*, puesto que tiene la opción de ordenar los datos mediante

gráficas, (es importante saber que esta opción solo está disponible en la versión de pago del programa).

Una vez finalizadas las fases, al traductor no le queda más que generar y difundir el producto final.

En cuanto a los **tipos** de vigilancia, nos hemos dado cuenta que según el tipo de cliente estaremos frente a un tipo de vigilancia u otra. Sin embargo, las dos vigilancias que destacan son la **competitiva** y la **reputación en línea**.

1. Agencias

El tipo de vigilancia presente con este tipo de cliente es la competitiva y la de la reputación en línea; ya que el programa irá rastreando la reputación de una agencia u otra para conocer su popularidad y la opinión de los usuarios respecto a los servicios que ofrece esta agencia por ejemplo. La vigilancia competitiva le permitirá a dicha agencia para comparar sus resultados y eficacia con otras agencias, utilizando la supervisión de los periodos críticos; éste sería otro ejemplo.

Para más información sobre esta herramienta, acceder a: <http://www.talkwalker.com/es/clients/agencias/>

2. Relaciones públicas

En este caso, la vigilancia principal es la de la reputación en línea. Las relaciones públicas están muy interesadas por todo aquello que se va diciendo en las redes sociales, sea sobre un cliente o sobre una marca. Lo que podrán hacer con este tipo de vigilancia será, pus, gestionar la reputación de su marca, proteger su propia reputación, rastrear actividades de sus clientes, conversar con personas influyentes y gestionar su propia actividad en momentos de crisis.

Para más información sobre esta herramienta, acceder a: <http://www.talkwalker.com/es/clients/public-relations/>

3. Monitorización de medios

En primer lugar saber que el tipo de vigilancia presente en esta herramienta es la vigilancia tecnológica la cual abarca las innovaciones técnicas, los informes de investigación y las publicaciones y novedades en este caso obtenidas de una red social. A través de esta herramienta, podemos cubrir información de interés a escala mundial. Para más información sobre esta herramienta debes acceder a: <http://www.talkwalker.com/es/clients/monitorizacion-de-medios/>

4. Estudios de Mercado

Mediante esta herramienta se hace uso de tres tipos de vigilancia. En primer lugar, la vigilancia competitiva (análisis de la competencia), en segundo lugar la vigilancia sectorial y en tercer lugar la reputación en línea, en la cual realizamos un seguimiento informativo solicitado por el cliente en cuestión. La herramienta de estudios de mercado permite al usuario analizar conversaciones relacionadas con las empresas en 187 idiomas a través de medios sociales.

Para más información sobre esta herramienta debes acceder a:

<http://www.talkwalker.com/es/clients/market-research/>

5. Marketing

Finalmente, la herramienta de estudio para marketing abarca dos tipos de vigilancia; la vigilancia competitiva y la reputación en línea. Gracias a esta herramienta, *Talkwalker* nos permite rastrear y medir los indicadores clave de rendimiento de campañas, así como detectar las personas influyentes en la marca y tendencias del sector.

Para más información sobre esta herramienta debes acceder a:

<http://www.talkwalker.com/es/clients/marketing/>

¿CÓMO DEBE UTILIZARSE?

La página de *Talkwalker* con la que se puede crear una alerta es <http://www.talkwalker.com/es/alerts>

Hay cinco apartados que cabe rellenar cuando estamos creando una alerta con este programa:

- **BÚSQUEDA:** Indicar palabra o grupo nominal que deseamos buscar.
- **RESULTADO:** Todo, noticias, blogs o discusiones.
- **IDIOMA:** Todos o uno (se puede elegir entre varios).
- **FRECUENCIA** de las notificaciones: cada vez que ocurre la mención, una vez al día o una vez a la semana
- **CANTIDAD** de menciones: Solo las más relevantes o todas

Todo está explicado paso a paso en el siguiente tutorial:

<http://www.youtube.com/watch?v=yFyLmVKNg7o>

POSIBLES ALTERNATIVAS

En un estudio realizado con más de 300 herramientas, *Talkwalker* se ha posicionado entre las 5 mejores: *Engagor*, *Heartbeat*, *Radarly*, *Synthesio*, *Talkwalker*.

<http://www.talkwalker.com/es/about-us/in-the-news/>

Ninguna de estas cinco es mejor que otra, sino que cada una destaca por características más concretas.

- *Engagor* es sobre todo interesante en el ámbito del marketing. Concretamente, esta herramienta se enmarca en el modelo CRM (del inglés *Customer Relationship Management*).
- *Heartbeat* destaca por su función analítica. Además, ofrece la opción de combinar los filtros de idioma y país simultáneamente. Posibilidad que se ofrece en muy pocas herramientas.
- *Radarly*, valorada por tener un muy buen interfaz, por la sencillez de la elección de los filtros, por su velocidad y por tener resultados de búsqueda muy positivos.
- *Synthesio*, sobre todo valorado por la facilidad de uso, muy intuitiva. Además, ofrece la posibilidad de categorizar las fuentes de información atendiendo a unos parámetros prediseñados por el programa.

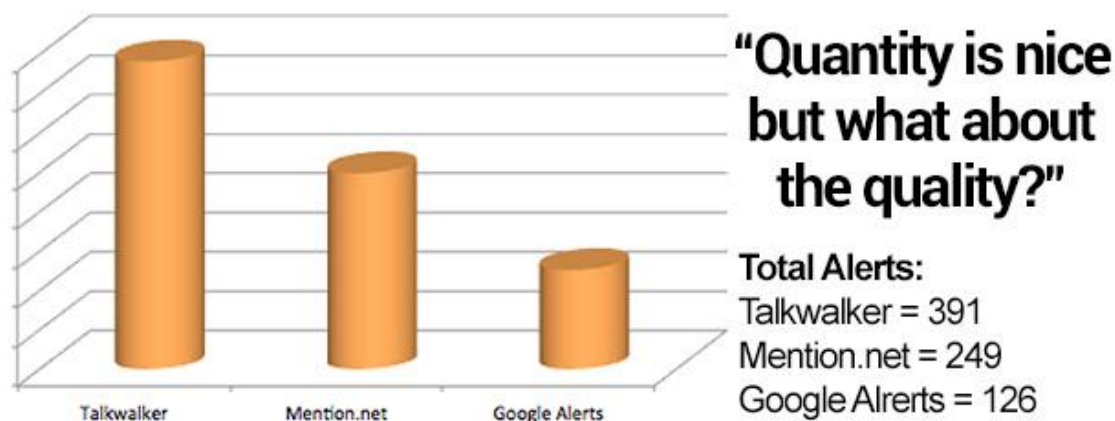
- *Talkwalker*, por último, es destacado principalmente por la calidad de sus funciones de análisis.

Por otro lado, hemos encontrado un estudio comparativo de las herramientas *Mention*, *Google Alerts* y *Talkwalker*. <http://moz.com/ugc/google-alerts-vs-mention-vs-talkwalker>

El estudio comparativo de estas tres herramientas se llevó a cabo en un periodo de tres días. Se incluyeron en las búsquedas seis palabras claves y ningún filtro, exceptuando el bloqueo de dos páginas de las que se obtenían resultados constantes.

Los parámetros empleados en la comparación fueron la cantidad de resultados, la calidad de los mismos, y la velocidad de envío de la información.

1. Cantidad de alertas

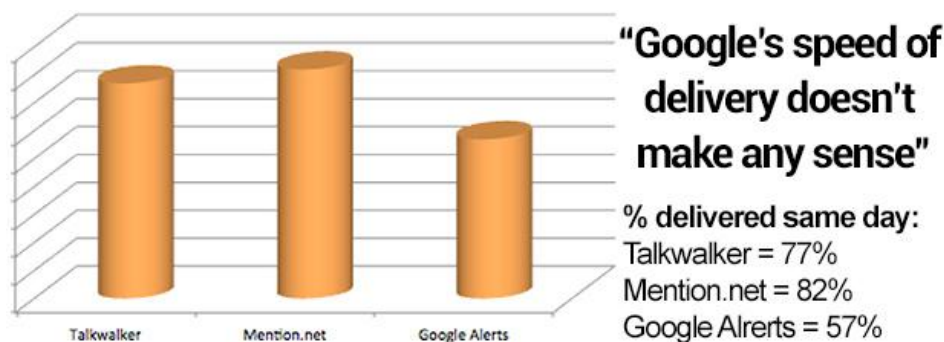


Talkwalker es el que más resultados ofrece, pero ¿son de calidad?

2. Calidad de las alertas

- **Google Alerts:** 92% de los resultados son de calidad. Pero un gran porcentaje de esas páginas pertenecen a la prensa, ignorando otros sitios como los blogs, foros y páginas personales.

- **Mention:** 87% de los sitios web son de calidad. No obstante, muchos no guardan relación con las palabras clave y no recogen otros relacionados.
- **Talkwaker:** 36% de los resultados de las búsquedas son de calidad, 1 de cada 3. *Talkwaker* ignora además muchos sitios interesantes que las otras herramientas encuentran, y por otro lado, muchos resultados con algunas de las palabras clave



resultan ser *spams*.

3. Velocidad del envío

- **Google Alerts:** Según muestran los resultados, es el más lento de los tres.
- **Mention:** Es el más rápido, con un 82% de alertas enviadas en el mismo día.
- **Talkwaker:** Lo que pierde en calidad lo gana en velocidad con un porcentaje del 77% de alertas del día.

El estudio se decanta así por *Mention* como la mejor de estas tres herramientas. Ofrece menos resultados que *Talkwaker*, pero de mejor calidad. Por otro lado, su porcentaje de calidad es menor que el de *Google Alerts*, pero *Mention* ofrece mayor variación informativa. Como y mencionamos previamente las páginas que rastrea *Google* son en su mayoría del ámbito de la prensa, por lo que limita bastante el rango de búsqueda. En cuanto a la velocidad, hemos podido constatar que *Mention* presentaba las cifras más altas. Cabe destacar además que *Mention* ofrece una vista previa de los resultados en la parte derecha de la pantalla, lo que hace más cómodo el proceso posterior de análisis. No obstante, *Mention* también presenta aspectos negativos, como el hecho de no mostrar la URL en su totalidad. Esto tiene un inconveniente: la necesidad de ir a la

página en cuestión para ver de qué se trata, y con ello, el posible problema de los *spams*. Problema que podría solucionarse optando por las capturas de pantalla.

Dicho así, el estudio comparativo concluye afirmando que la última y mejor opción de todas es la combinación de tres herramientas: *Google Alerts*, *Mention* y *Boardreader*, (herramienta de gran utilidad para la vigilancia de foros).

Más allá de estudios y comparaciones, la mayor parte de las opiniones de los usuarios en red coinciden en la confirmación de *Talkwalker* como mejor alternativa de *Google Alerts*. Son opiniones en su mayoría positivas, pero cabe decir que no se contempla la inconveniencia de los altos precios de la versión de pago de *Talkwalker*.

CONCLUSIÓN

Talkwalker es una de las herramientas más completas de monitorización que se puedan encontrar actualmente en el mercado, que nos ofrecerá la seguridad de que nada que se diga en las redes sociales o medios online nos pasará desapercibido. Además es una herramienta muy intuitiva y fácil de usar, tal y como se ha explicado con anterioridad, la inscripción a *Talkwalker* es realmente sencilla. *Talkwalker* facilita enormemente seleccionar la información que nos interesa y modificar los parámetros de búsqueda, así como generar informes y personalizarlos. *Talkwalker* nos puede ahorrar mucho tiempo en la búsqueda de información.

Para finalizar, cabe destacar que *Talkwalker* es una herramienta de pago aunque la inscripción y el darse de alta para crear alertas se pueden realizar de forma gratuita ya que se hará uso de la versión Demo. Respecto a las tarifas, existen cuatro y la elección de una u otra dependerá de las necesidades empresariales. Podemos encontrar la tarifa Sprint por 480 € mensuales hasta la Custom, la cual es una herramienta personalizada que puede costar más de 2.000 €. Para más información sobre las tarifas puedes consultar en la página principal de *Talkwalker* o accediendo a través del siguiente enlace: <http://www.talkwalker.com/es/resources/pricing/>

MÁS ENLACES

- <http://www.orestesocialmedia.com/talkwalker-alerts-una-alternativa-a-google-alerts/>
- <http://www.dominicdesbiens.com/articles/talkwalker-alertes-une-alternative-aux-alertes-google.html>
- <http://www.socialblabla.com/talkwalker-poderosa-herramienta-de-monitorizacion-en-redes-sociales.html>