

Samsonite: Aprovechando la Escucha en Redes Sociales para Impulsar la Mejora del Servicio y del Producto en APAC y Oriente Medio



La escucha en redes sociales nos ha proporcionado información en tiempo real de un valor incalculable sobre nuestros clientes, ofreciendo mayor inmediatez y profundidad que los métodos tradicionales, como las encuestas. El método tradicional es una forma muy proactiva de comprender insights, mientras que lo que estamos tratando de hacer es complementarlo a través de una forma muy pasiva —lo que la gente ya está diciendo— e intentar extraer insights a partir de ahí.

Subdirector de Marketing Digital para APAC, Samsonite APAC y Oriente Medio

Acerca de Samsonite

Samsonite es líder mundial en equipaje de viaje y accesorios, reconocida por sus productos duraderos e innovadores y por su sólida presencia de marca en todo el mundo. En Singapur, donde lleva operando más de 25 años, Samsonite actúa como centro regional para el desarrollo de marca y la cadena de suministro, con múltiples puntos de venta y ubicaciones en aeropuertos que ofrecen una gama completa de productos y servicio posventa. La marca también pone énfasis en la experiencia del cliente y la sostenibilidad, alineando las iniciativas locales con su estrategia global "Responsible Journey".



Objetivos

Los equipos regionales de marketing digital y experiencia del cliente de Samsonite necesitaban maximizar su potencial de engagement en 13 mercados de APAC y Oriente Medio. El equipo requería un sistema integral de monitoreo y análisis capaz de procesar más de 50.000 menciones mensuales y de entregar inteligencia accionable a todos los niveles de la organización, desde los equipos de atención al cliente que necesitan alertas inmediatas sobre reclamaciones, hasta los directivos que planifican el desarrollo de productos trimestralmente.

El equipo abordó activamente distintos aspectos de la experiencia del cliente y la reputación de marca:

- Gestión de reclamaciones en tiempo real - Respuestas en 24 horas con alertas completamente validadas.
- Análisis de tendencias - Detección de patrones para orientar mejoras en productos y servicios.
- Inteligencia multimarket - Insights consistentes que respetan las culturas y plataformas locales.
- Transformación del feedback - Conversión de menciones en redes sociales en inteligencia de negocio accionable.

Para destacar en estas áreas, el equipo se centró en tres objetivos clave:

- Filtrar la señal del ruido - Procesar más de 50.000 menciones mensuales para entregar solo feedback validado y accionable.
- Capacidad de respuesta inmediata - Proporcionar alertas prioritarias sobre reclamaciones en menos de 24 horas para prevenir escaladas.
- Impulsar la transformación del negocio - Utilizar insights auténticos de los clientes para guiar mejoras en productos, políticas y servicios.



"Lo que estamos intentando hacer es complementarlo a través de un enfoque muy pasivo, lo que la gente ya está diciendo, e intentar extraer insights a partir de ahí."

Subdirector de Marketing Digital para APAC, Samsonite APAC y Oriente Medio

Desafío: Transformar el Volumen en Inteligencia en 13 Mercados Diversos

Samsonite Group opera en 13 mercados diversos de APAC y Oriente Medio, gestionando las marcas Samsonite y American Tourister. El equipo regional se enfrentó a una prioridad estratégica: transformar aproximadamente 50.000 menciones mensuales en redes sociales y comentarios de clientes en insights accionables que pudieran impulsar una mejora real del negocio.

El desafío iba más allá del volumen. La mayoría de las menciones consistían en contenido promocional en lugar de feedback accionable de los clientes. Además, la diversidad de mercados implicaba navegar por múltiples idiomas, contextos culturales y ecosistemas de plataformas —incluido el entorno digital restringido de China.

Los desafíos eran evidentes:

1/ Señal vs. ruido: La mayoría de las menciones eran promocionales y no resultaban accionables para la toma de decisiones empresariales.

2/ Complejidad multimarket: Gestionar idiomas, culturas y plataformas en 13 mercados, incluido el ecosistema restringido de China.

3/ Velocidad de respuesta: Entregar alertas diarias 100% depuradas para mantener a los equipos locales actualizados en todos los casos.

4/ Convertir el feedback en acción: Responder a las inquietudes, detectar tendencias y utilizar los insights para mejorar productos y servicios.

Solución: El Motor de Inteligencia Híbrida: Cómo Onclusive Transformó el Volumen Social en Acción Estratégica

El éxito se logró gracias a tres elementos: inteligencia artificial combinada con analistas humanos que validaban diariamente las alertas para obtener feedback accionable; informes alineados con las necesidades de los stakeholders, desde alertas diarias hasta insights trimestrales; y personalización regional que garantizaba un monitoreo localizado consistente, con China respaldada por alianzas locales.

El Marco de las 3 Columnas:

Columna 1: Tecnología + Análisis Humano

Plataformas de IA combinadas con analistas que comprenden los dialectos regionales, el contexto cultural y las normas propias de cada plataforma, incluidas Xiaohongshu, WeChat y Douyin en China. La validación manual cada mañana elimina imprecisiones, duplicados y entradas irrelevantes antes de enviar las alertas por correo electrónico.

Columna 2: Informes Alineados con los Stakeholders

Inteligencia estructurada según las necesidades de toma de decisiones: alertas diarias para los equipos de atención al cliente que permiten una respuesta inmediata; resúmenes semanales para el liderazgo regional que monitorea patrones; informes mensuales para los equipos de marketing y producto que analizan tendencias; revisiones trimestrales para la dirección ejecutiva que informan la planificación estratégica.

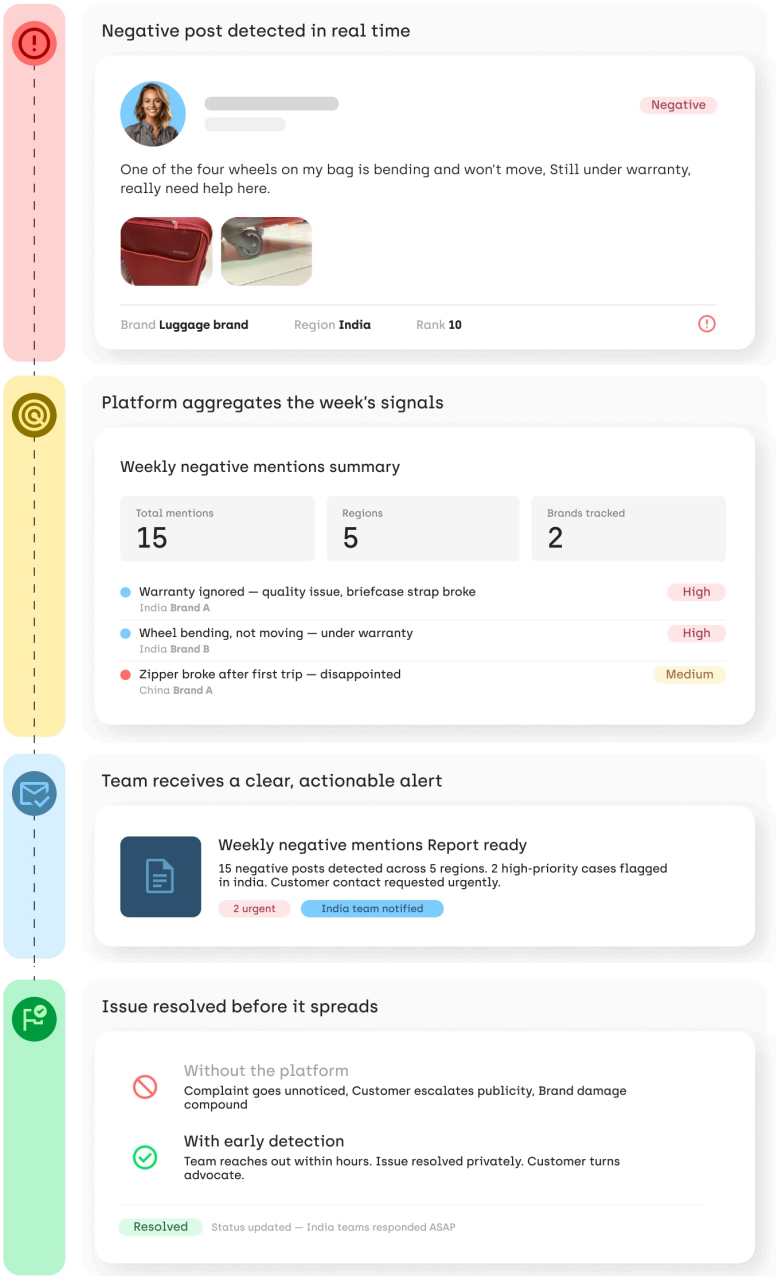
Columna 3: Personalización Regional

Los 13 mercados se monitorean mediante escucha social localizada, manteniendo al mismo tiempo la coherencia de calidad. La cobertura de China incluye alianzas locales especializadas para acceder a plataformas restringidas, garantizando una inteligencia regional completa.

Este modelo de inteligencia híbrida no sólo capturaba menciones —transformaba la conversación social pasiva en inteligencia de negocio activa. El marco permitió a Samsonite pasar de la respuesta reactiva a los problemas al reconocimiento proactivo de patrones, identificando problemas antes de que se agravarán e informando mejoras de políticas basadas en la voz auténtica del cliente. La arquitectura resultó ser tanto localmente receptiva como estratégicamente escalable en mercados diversos.

Permita que nuestro experto le muestre cómo transformar los datos de medios en inteligencia estratégica accionable. Programe una consulta personalizada para descubrir cómo nuestros analistas ofrecen análisis de reputación, inteligencia sobre stakeholders e insights competitivos para sus objetivos de comunicación.

From signal to resolution Before it escalates



Resultados: De la Sobrecarga de Feedback a la Inteligencia de Negocio Accionable

Samsonite transformó más de 50.000 menciones mensuales en inteligencia que reformó políticas, optimizó productos y reestructuró las operaciones de atención al cliente.

Excelencia Operativa

- Más de 50.000 menciones mensuales filtradas, con 2 alertas diarias que permiten una respuesta en 24 horas.
- Monitoreo los 7 días de la semana en 13 mercados de APAC y Oriente Medio, incluidas las plataformas específicas de China.
- Más de 60 informes entregados anualmente.

Insights Estratégicos

- Las preferencias específicas de cada mercado orientaron el desarrollo de productos.
- Los puntos de dolor se abordaron mediante reformas de políticas y las necesidades no cubiertas impulsaron la innovación.
- Las consideraciones culturales respaldaron la personalización regional.

Transformación del Negocio

- Políticas reformadas, costes de productos optimizados y cobertura de garantía ampliada.
- Experiencias premium en tiendas mejoradas y atención al cliente reestructurada a partir de los insights en redes sociales.



Permita que nuestros expertos le guíen en la conversión de datos de medios en inteligencia estratégica accionable. Reserve una consulta personalizada para descubrir cómo nuestros analistas ofrecen análisis de reputación, inteligencia sobre stakeholders e insights competitivos para respaldar sus objetivos de comunicación.

SOLICITA UNA DEMO



Acerca de Onclusive

Onclusive es líder mundial en tecnología y servicios de inteligencia mediática, dedicada a apoyar a los profesionales de las Relaciones Públicas, la Comunicación y el Marketing. Ofrecemos innovación de vanguardia, experiencia humana y un alcance mediático sin igual en una suite de soluciones de gestión, monitoreo y análisis de medios que respaldan cada etapa del ciclo de comunicación. Nuestra plataforma unificada y nuestros servicios permiten a nuestros clientes tomar decisiones rápidas, precisas y basadas en datos sobre sus estrategias de comunicación y marketing, ayudándoles a demostrar y mejorar su valor.