

¡Samsung deslumbra el Consumer Electronic Show 2021!

Posted on 25 de enero de 2021 by Diario Humano



Samsung presentó el Galaxy S21 en uno de los eventos de la industria tecnológica más grande del año, el CES 2021

Diario Humano | La Paz, Baja California Sur

Si bien, tradicionalmente el evento se lleva a cabo en la ciudad de Las Vegas, Estados Unidos (EEUU), para adaptarse a las circunstancias de la pandemia, los organizadores decidieron llevar el evento en formato virtual.

Este fue **transmitido** en plataformas como **IGN y CNET**. Sorprendió que Consumer Electronic Show (**CES 2021**) alcanzara **400 mil menciones sobre el evento**, menos de la mitad del ruido que generó **el año pasado**.

Pero la innovación de **Samsung** sobresalió. Hizo algunos anuncios, incluyendo su nueva **TV Neo QLED**, los **Galaxy Buds Pro**, y por supuesto, su **smartphone** insignia, [Galaxy S21](#).



Reportaron un **sentimiento positivo del 28% alrededor de la marca**. Este pequeño dashboard resalta el triunfo de **Samsung** en un apagado **CES 2021**.

Los dashboards son una forma magnífica de obtener una muestra rápida de una industria o empresa. Éste muestra cómo **Samsung** destacó en los temas generales del CES 2021, y da un panorama general sobre las marcas más mencionadas y cómo la innovación impulsó un sentimiento positivo de Samsung.

¿Cuál es la lección para los negocios? Las empresas de los distintos sectores encuentran desafíos grandes al momento de adaptarse a la nueva normalidad, y las del sector tecnológico no son la excepción. En una industria que prospera gracias al papel que juega la innovación, la escucha social ayuda a las empresas de tecnología no solo con una comparativa de mercado competitiva, sino que también ofrece insights a las necesidades cambiantes de los consumidores pues identifica sus preocupaciones, lo cual puede ayudar a generar mensajes más sólidos enfocados en el consumidor.



Sobresalieron del resto con los temas importantes del CES 2021 al alcanzar 32 mil menciones y abordar rápidamente las preocupaciones de los consumidores con sus “innovaciones para una mejor normalidad”.