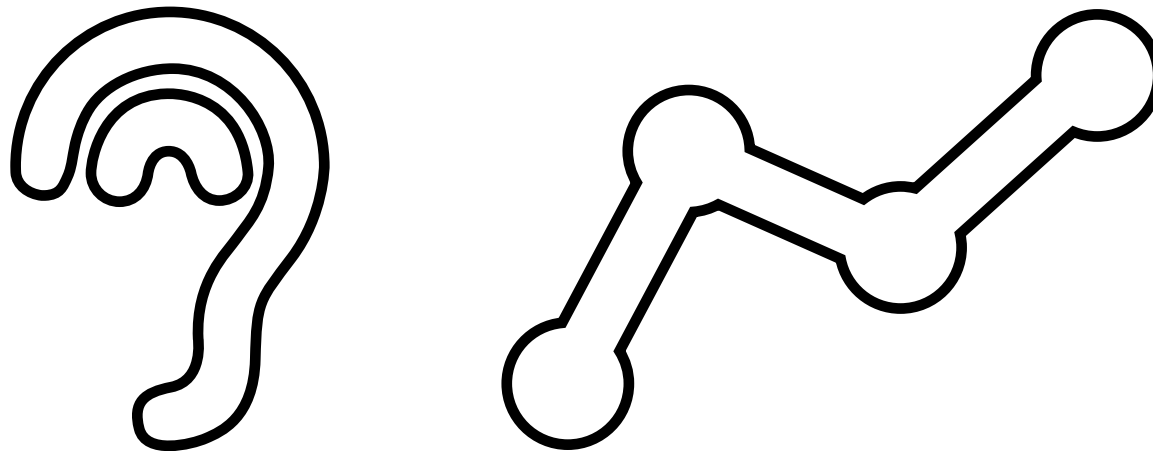




MONITORING- & WEBCARETOOLS 2012

GIDS VOOR HET MANAGEN VAN DE ONLINE DIALOOG





INHOUDSOPGAVE

1. INTRODUCTIE	3
1.1. LEESWIJZER	3
1.2. VERANTWOORDING ONDERZOEK	4
WERKWIJZE	6
BETROUWBAARHEID	6
TOT SLOT	7
2. DE MARKT VAN MONITORING EN WEBCARE	8
2.1. DE ONTWIKKELING VAN SOCIAL MEDIA MONITORING	9
2.2. ONTSTAAN VAN WEBCARE IN NEDERLAND	10
2.3. AAN DE SLAG MET MONITORING EN WEBCARE	11
KEUZEPROCES VOOR EEN MONITORINGTOOL	12
2.4. CRITERIA TOOLS	14
3. ANALYSE MONITORING- EN WEBCARETOOLS	16
3.1. BEDRIJFSFOCUS	16
TOOL	18
HYBRIDE (TOOL EN DIENSTEN)	18
DIENSTEN	18
3.2. TECHNOLOGIE	19
3.3. BRONNEN	20
3.4. GENEREREN VAN META-DATA	22
3.5. SELECTIEMOGELIJKHEDEN	23
3.6. USER INTERFACE	24
3.7. RAPPORTAGEMOGELIJKHEDEN	25
3.8. WEBCARE	26
3.9. PRIJSSTELLING	27
3.10. TENSLOTTE	28
COLOFON	29
BIJLAGE 1. OVER UPSTREAM	30
BIJLAGE 2. INFOSHEET VAN LEVERANCIERS	32
BIJLAGE 3. OVERZICHT LEVERANCIERS EN FUNCTIONALITEIT	39
BIJLAGE 4. DETAILINFORMATIE PER LEVERANCIER	41



1. INTRODUCTIE

Het rapport Monitoring- en webcaretools 2012 brengt voor het eerst deze snelgroeiende markt in kaart. Het rapport is het resultaat van een uitgebreide inventarisatie en analyse van de specificaties van veel voorkomende tools. Met de informatie uit dit rapport moeten organisaties in staat zijn zich snel te oriënteren bij de selectie van een dergelijke tool.

Het rapport bevat:

- mogelijke doelstellingen die kunnen worden gerealiseerd met monitoring- en webcare tools;
- een omschrijving van de meest relevante specificaties van deze tools in relatie tot de doelstellingen;
- inventarisatie van de specificaties per tool;
- een bijlage met detailinformatie per tool.

Tijdens het onderzoek hebben we nauw en in alle openheid samengewerkt met de verschillende leveranciers. Hoe meer duidelijkheid er is in de markt, hoe eenvoudiger keuzes kunnen worden gemaakt en hoe beter de markt zich als geheel ontwikkelt. We zijn alle leveranciers dan ook dankbaar voor hun medewerking.

1.1. LEESWIJZER

Dit rapport bestaat uit drie verschillende onderdelen. Het eerste deel bestaat uit een inleiding in monitoringtools: voor welke doeleinden zijn deze bruikbaar en hoe zijn deze toe te passen. Dit staat in hoofdstuk 2. In hoofdstuk 3 behandelen we de verschillende criteria welke van belang zijn bij de selectie van een monitoring- en webcaretool. Per criterium wordt aangegeven wat hier de essentie van is en in het kort hoe leveranciers hier op scoren. Detailinformatie hoe de individuele bedrijven scoren op de verschillende criteria is te vinden in de bijlage 4.



1.2. VERANTWOORDING ONDERZOEK

Op basis van onze ervaring en na raadpleging van verschillende externe bronnen hebben we thema's in kaart gebracht die van belang zijn bij de selectie van monitoring- en webcaretools. Op hoofdlijnen zijn dat de volgende onderwerpen:

- bedrijf (omzet, medewerkers, etc);
- technologie (waarop gebaseerd, roadmap);
- bronnen (welke bronnen, dekking);
- meta-data (sentiment, trends, geo);
- selectiemogelijkheden (*queries*, iteratief);
- user interface (welke functionaliteiten);
- rapportage (welke mogelijkheden om informatie te tonen);
- webcare (webcarefunctionaliteiten);
- prijsstelling (op welke basis wordt de prijs bepaald);
- additioneel (*free format* voor de leverancier).

Per tool hebben we deze onderwerpen in kaart gebracht. Het onderzoek bestaat dan ook gedeeltelijk uit deskresearch. Daarnaast hebben we fieldresearch uitgevoerd via een vragenlijst met open en gesloten vragen. Deze vragenlijst is in eerste instantie gepubliceerd op Marketingfacts.nl en Upstream en -na verwerking van de feedback- verspreid onder de deelnemende leveranciers.



De volgende leveranciers hebben deelgenomen aan het onderzoek:

- Buzzcapture;
- Clipit;
- Coosto;
- Finchline/magpipe;
- Media Injection;
- Meltwater;
- Obi4Wan;
- Oxyme;
- Publistat;
- Salesforce Marketing Cloud (voorheen Buddy Media + Radian6);
- SDL SM2 (voorheen Alterian SM2);
- Teezir;
- Tracebuzz.

Deze leveranciers zijn geselecteerd op basis van twee belangrijke criteria:

- Is er sprake van een meer geavanceerde tool?
- Is er sprake van een tool die zich in belangrijke mate op de Nederlandse markt richt?

Voor het eerste criterium is belangrijk dat een tool breed inzetbaar is voor alle brontypen, inclusief blogs en fora, en niet alleen voor grote sociale netwerken als Twitter en Facebook. Een ander belangrijk aspect is dat er een wat meer geavanceerde vorm van data-analyse en -representatie plaatsvindt. Anders gezegd, alleen een inventarisatie van tweets, updates, et cetera is onvoldoende.



Wanneer richt een tool zich in belangrijke mate op de Nederlandse markt? Dit tweede criterium komt bijvoorbeeld tot uitdrukking in een focus op Nederlandse bronnen, een Nederlandse interface of bijvoorbeeld een Nederlandse vestiging en/of vertegenwoordiging.

Als gevolg van dit criterium hebben we internationale tools als Hootsuite, Tweetdeck en CoTweet buiten beschouwing gelaten.

Ga naar **bijlage 2** voor **infosheets met korte achtergrondinformatie** per leverancier.

WERKWIJZE

Op basis van de ingevulde vragenlijsten is een eerste overzicht gemaakt van de overeenkomsten en verschillen tussen de leveranciers. Dit overzicht, en alle ingevulde vragenlijsten, zijn vervolgens ter controle verstuurd naar alle leveranciers. Iedere deelnemer ontving dus de antwoorden van de andere partijen met de vraag hierop desgewenst te reageren. Op basis van alle feedback is de definitieve versie van de beschrijving per leverancier gemaakt die in dit onderzoeksrapport te vinden is als bijlage 3.

BETROUWBAARHEID

De leveranciers hebben zelf uitgebreid antwoord gegeven op onze vragen. Dit vond plaats in alle transparantie: alle leveranciers hebben de antwoorden van alle leveranciers gekregen. Voor dit onderzoek hebben we de tools zelf niet inhoudelijk getest en/of beoordeeld. Doelstelling is wel om volgend jaar het rapport aan te vullen met reacties en reviews van gebruikers die we zullen verzamelen via **marketingfacts.nl**.



Indien u van mening bent dat de informatie over een specifieke tool of leverancier afwijkt van de werkelijkheid, dan vernemen wij dat graag. Uw reactie kunt u sturen naar algemeen@upstream.nl. Upstream zal de leverancier in kwestie uitnodigen voor een reactie en deze periodiek verwerken in een volgende editie van dit onderzoek. De laatste versie van de leveranciersmatrix en onderliggende formulieren zijn altijd te vinden via [marketingfacts.nl](http://www.marketingfacts.nl), via het channel Customer service. (http://www.marketingfacts.nl/rubrieken/customer_service/).

Voor meer informatie over het onderzoek of ondersteuning bij het uitzetten van uw eigen webcare-omgeving kan contact worden opgenomen met Upstream: emile@upstream.nl.

TOT SLOT

Wij hopen dat we met dit rapport organisaties helpen bij de implementatie van social business in het algemeen en bij de selectie en implementatie van monitoring- en webcaretools in het bijzonder. Als netwerkorganisatie geloven wij heilig in de kracht van samenwerking en het delen van informatie!

Opmerkingen, commentaar, vragen en in het algemeen meedenken over de inhoud stellen we dan ook zeer op prijs en zijn aan ons kenbaar te maken via [**algemeen@upstream.nl**](mailto:algemeen@upstream.nl).

Dit rapport, inclusief de detailinformatie per leverancier, is gepubliceerd op marketingfacts.nl. Hier zal de informatie ook up-to-date gehouden worden met nieuwe functionaliteiten die leveranciers aanbrengen en/of nieuwe leveranciers die op de markt komen. Bij het up-to-date houden en het leveren van reviews e.d. wordt de marketingfacts.nl community betrokken.



2. DE MARKT VAN MONITORING EN WEBCARE

Sociale media zijn overal. In Nederland worden dagelijks meer dan 6,4 miljoen tweets¹ verstuurd. Via Facebook vinden meer dan 15 miljoen updates² per dag plaats. Ook het aantal blogposts en comments op nieuwssites blijft groeien. In tv-reclame tonen bedrijven haast eerder hun Facebook Fanpage dan de URL van hun webpagina. De conclusie is onvermijdelijk: een steeds groter deel van onze communicatie vindt plaats via digitale (sociale) kanalen.

Deze explosie aan digitale communicatie biedt volop kansen om op nieuwe manieren te luisteren en interacteren met de omgeving. Nooit eerder bleef zoveel beschikbaar van de communicatie tussen mensen en organisaties. Het gesproken woord is vluchtig, terwijl digitale communicatie vaak niet meer verdwijnt en via zoekmachines eenvoudig is te vinden. Met de toename van het aantal online conversaties groeit bij organisaties ook de noodzaak en behoefte om te participeren in de online dialoog.

¹ http://semicast.com/publications/2012_07_30_Twitter_reaches_half_a_billion_accounts_140m_in_the_US

² <http://www.marketingfacts.nl/statistieken/social-media-marketing/>



2.1. DE ONTWIKKELING VAN SOCIAL MEDIA MONITORING

Social media monitoring schept de mogelijkheid om conversaties rondom bedrijven, instellingen, merken, producten, diensten en -zelfs- personen te inventariseren en analyseren. Dat kan steeds gestructureerder en efficiënter, vanwege de snelle ontwikkeling van online monitoringtools in de afgelopen jaren³.

Als startpunt is het goed om de belangrijkste begrippen goed te definiëren⁴:

- **Digitale communicatie:** alle communicatie die plaatsvindt met behulp van digitale media die (deels) vrij beschikbaar en doorzoekbaar is. Voorbeelden zijn sociale media (Twitter, Facebook), reacties op nieuwssites, blogs, fora etc.;
- **Social media monitoring:** het actief monitoren van sociale media door middel van gerichte zoekopdrachten. Dit heeft als doel onmiddellijk op de hoogte te zijn van de berichtgeving over het interessegebied (zoekopdracht);
- **Social media analyse:** het (statistisch) analyseren van alle digitale communicatie rondom een onderwerp, bron of auteur en het hieruit trekken van conclusies (sentiment, frequentie, onderwerpen, etc.);
- **Webcare:** Webcare⁵ is de structurele, real-time serviceverlening van een organisatie via sociale media aan een of meerdere specifieke doelgroepen. Met webcare antwoordt een organisatie op vragen, verstrekt ze informatie en lost ze klachten op. Dat doet de organisatie zowel reactief als op eigen initiatief. Opgedane inzichten over producten, diensten en/of serviceverlening worden bovendien intern teruggekoppeld aan relevante personen en/of afdelingen.
- **Social media hub:** een door een organisatie speciaal ingerichte ruimte om digitale communicatie te monitoren. Een dergelijke hub wordt door partijen zoals Forrester ook wel social intelligence command center of listening center genoemd.

³ Social Media Management Systems buyers guide 2011 - eConsultancy 2011

⁴ Marketingfacts jaarboek 2012 - Marketingfacts juni 2012

⁵ Meer informatie over de definities van webcare bekijk: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/professionele-webcare-verdient-een-heldere-definitie>



2.2. ONTSTAAN VAN WEBCARE IN NEDERLAND

Wanneer zijn bedrijven voor het eerst actief online discussies gaan monitoren? Daarvoor grijpen we terug naar de oorsprong van het Nederlandse begrip webcare. In juli 2006 richtte kabelbedrijf UPC Nederland als eerste organisatie in Nederland een webcareteam op, primair om vragen en klachten te identificeren die klanten online posten. Het team beantwoordde vragen, loste klachten op en reageerde in online discussies op fora zoals Geenstijl.nl of Chelloo.com⁶⁷. Opvallend was dat UPC met webcare primair koos om klanten te helpen, online reputatiemanagement was van secundair belang.

In de daaropvolgende jaren pionieren UPC, Vodafone en nog een handvol andere bedrijven er flink op los. Eind 2009 vindt binnen de centrale overheid een eerste voorzichtige verkenning plaats en in 2010 maakt uitvoeringsinstantie UWV een vliegende start met webcare.

De meeste grote Nederlandse bedrijven kijken in die beginjaren enigszins de kat uit de boom, voeren op bescheiden schaal pilots uit en startten ‘pas’ in 2010 en 2011 met een gestructureerde vorm van webcare⁸.

Daarmee is de markt voor webcare in Nederland net zo jong, als veel van de monitoring- en webcaretools.

⁶ http://www.marketingfacts.nl/berichten/20060808_upc_buigt_voor_geenstijl.nl/

⁷ http://www.marketingfacts.nl/berichten/20070117_webcare_team_upc_doet_goede_zaken/

⁸ <http://www.marketingfacts.nl/berichten/webcare-in-nederland> - Upstream, RepMen april 2012



2.3. AAN DE SLAG MET MONITORING EN WEBCARE

Voordat je een monitoringtool selecteert, is het van belang om vast te stellen welke doelstellingen je voor ogen hebt met online monitoring en webcare. Zach Hofer-Shall van Forrester onderscheidt vijf doelen die veelvuldig toegepast worden in relatie tot online monitoring:⁹

- **Crisismanagement:** kritiek geuit op social media kan zich snel verspreiden ten tijden van een crisis. Door het online monitoren van merk-gerelateerde conversaties kan er veel sneller op problemen ingesprongen worden om zo eventuele reputatieschade te minimaliseren.
- **Klantenservice:** consumenten tweeten, bloggen en posten over hun problemen. Bedrijven en organisaties dienen zodoende te reageren binnen dezelfde kanalen. Online monitoring helpt met het identificeren en interacteren binnen het kanaal waarin het bericht is verschenen.
- **Marktonderzoek:** online discussies tussen mensen bieden een bron aan informatie en geven de mogelijkheid om real-time marktonderzoek uit te voeren. Online monitoringtools geven marktonderzoekers de mogelijkheid om data te verzamelen en te analyseren op basis van bijvoorbeeld sentiment, gerelateerde onderwerpen of demografische gegevens (geslacht, leeftijd en locatie).
- **Marketing measurement:** social media monitoring kan meetbare metrics zoals aantal likes en aantal reacties monitoren en meten. Zodoende kan het meten van deze statistieken bijdragen aan de effectiviteit van campagnes, events, et cetera.

⁹ The Keys To A Social Intelligence Command Center – Forrester mei 2012



- **Engagement marketing:** social media hebben de deur geopend om een-op-een in contact te komen met (potentiële) klanten. Deze mentaliteit toe-eigenen is een proces van vallen en opstaan. Engagement marketing kan worden gebruikt om een leerproces op te zetten, om steeds gerichtere kansen te identificeren en met klanten real-time een relatie op te bouwen.

Deze doelen komen ook terug in de Nederlandse markt. In het onderzoek naar de status van webcare in Nederland¹⁰ (Upstream/RepMen, 2012) geeft meer dan tweederde van de respondenten aan dat klanttevredenheid belangrijk is, alsmede interactie c.q. engagement. 62% van de respondenten vindt het belangrijk commerciële vragen te beantwoorden. Opvallend is dat marktonderzoek momenteel nog weinig wordt genoemd.

KEUZEPROCES VOOR EEN MONITORINGTOOL

Nadat je doelstellingen in kaart hebt gebracht wil je potentiële leveranciers in kaart brengen. Toch is het van belang om je als organisatie eerst enkele vragen te stellen. Op Marketingfacts gaat Erik van Roekel dieper in op de zeven stappen van het aankoopproces¹¹.

1. Beschrijf je behoefte

Welk resultaat moet de tool leveren voor je business? Waarom is dat van belang? Wat voegt de tool toe? Wat is je budget? Voor het beantwoorden van deze vraag bieden de eerder genoemde doelstellingen van Forrester een goed handvat.

¹⁰ De status van webcare in Nederland – Upstream & Repmen april 2012

¹¹ http://www.marketingfacts.nl/berichten/20110718_social_media_tools_en_listening_centers/



2. Beschrijf de requirements

Wat moet de tool kunnen doen? Welke randvoorwaarden stel je daarbij? Vergeet daarbij niet te prioriteren, want niet alles kan even belangrijk zijn. In dit rapport vind je een matrix waarbij we de belangrijkste functionaliteiten afzetten tegen de bovengenoemde doelstellingen.

3. Maak een longlist

Breng leveranciers in kaart. Speur Google af, vraag vakgenoten, adviseurs, et cetera om een overzicht te krijgen van beschikbare tools. Leg contacten met bedrijven in andere bedrijfstakken van vergelijkbare omvang die hierin voorop lopen. De matrix met belangrijkste specificaties per tool in bijlage 3 kan daarbij van dienst zijn.

4. Maak een shortlist

Vraag informatie op bij de leveranciers en maak een eerste selectie door de tools die niet (kunnen) voldoen aan je belangrijkste *requirements*. Voor het maken van de shortlist bieden de detailformulieren in bijlage 4 per leverancier een goede start.

5. Sorteert je shortlist

Hou je shortlist van tools nogmaals langs al je *requirements*, maar nu op detailniveau. In welke mate voldoet iedere tool al standaard, en welke eventuele aanvullingen komen tegemoet aan de punten waar niet aan voldaan wordt?

6. Ga in gesprek met je top-3

Ga een gesprek aan met de drie partijen die het beste matchen met je *requirements*. Deel je requirements en bevindingen met de leverancier. Vraag om een demonstratie en referenties. Stuur als het even kan aan op een testperiode waarin je de tool kosteloos of tegen minimale kosten kunt gebruiken.

7. Maak een definitieve keuze

Evalueer, maak een top 2, vraag gerichte offertes aan en start de definitieve onderhandelingen.

Wilt u ondersteuning bij het selecteren en/of implementeren van uw webcare-activiteiten, neem dan contact op met Emile Peters via (026) 711 38 24 of emile@upstream.nl.



EEN MARKT IN ONTWIKKELING

Met het groeiend aantal organisaties dat belang hecht aan monitoring en webcare is de vraag naar meer geavanceerde social media monitoring- en webcaretools sterk in ontwikkeling.

Ook het aanbod groeit snel. Niet alleen signaleren we een toename van het aantal leveranciers van Nederlandse origine, ook internationaal opererende leveranciers lijken zich meer en meer op de Nederlandse markt te richten.

2.4. CRITERIA TOOLS

Waar let je op bij aanschaf van een monitoring- en webcaretool? Zoals we zagen in het vorige hoofdstuk zijn er veel verschillende tools en is het van belang om je *requirements* vooraf te definiëren en prioriteiten te stellen. Maar wat zijn de vragen die je moet stellen en hoe weet je wat de verschillen tussen leveranciers zijn? Om enerzijds dit proces te vergemakkelijken en anderzijds de grootste verschillen tussen leveranciers op tafel te krijgen, hebben we negen thema's gedefinieerd waarop we de leveranciers bevraagd hebben:

1. Bedrijfsfocus

Waar ligt de focus van de leverancier? Heeft de leverancier een smalle landendekking of juist een brede landendekking? Is de leverancier gericht op technologie, op service of op beide?

2. Technologie

Van welke technologie maakt de leverancier gebruik? Hoe is de beveiliging van het systeem en de data geregeld? Aan welke randvoorwaarden moet de gebruiker voldoen om de tool te kunnen gebruiken? Waar wordt data opgeslagen en hoe worden klantgegevens bewaard?



3. Bronnen

Welke bronnen kunnen worden gevolgd? Worden meer ‘traditionele’ bronnen ook meegenomen?

4. Analyses

Is het mogelijk om een sentimentanalyse uit te voeren en hoe komt dit tot stand? Wordt dit handmatig of automatisch gedaan? Is het mogelijk om de geo-locatie van uitingen te bepalen?

5. Selectiemogelijkheden

Wat kan de gebruiker zelf doen met de data? Welke tijdsintervallen zijn mogelijk?

6. User Interface

Hoe flexibel is de tool in te stellen? Is het dashboard te personaliseren? Kan de gebruiker makkelijk grafieken aanpassen?

7. Rapportage

Op welke wijze kunnen rapportages worden gegenereerd? Kunt u dit eenvoudig zelf doen? Kunt u rapportages en/of ruwe data exporteren? Kunnen rapportages volautomatisch periodiek worden verstuurd?

8. Webcare

Hoe is de workflow georganiseerd in de tool? Is het makkelijk om webcare-activiteiten te monitoren? Is het mogelijk om over de workflow te rapporteren?

9. Prijsstelling

Hoe is de prijsstelling opgebouwd? Wat zijn additionele kosten, bijvoorbeeld voor data, zoekopdracht of gebruikers?

Deze criteria en de verschillen hierin per leverancier worden in het volgende hoofdstuk uitgewerkt.



3. ANALYSE MONITORING- EN WEBCARETOOLS

In dit hoofdstuk worden de verschillende criteria behandeld die van belang zijn bij de selectie van een monitoring- en webcaretool. Op basis van deze criteria hebben alle leveranciers antwoord gegeven op een door ons opgestelde vragenlijst. Per hoofdcriterium wordt aangegeven waarom deze van belang is en hoe de verschillende leveranciers hier op scoren.

In bijlage 4 wordt de detailinformatie gegeven per leveranciers op basis van hun antwoorden per criterium.

3.1. BEDRIJFSFOCUS

Bij de selectie van een tool is het van belang te weten in hoeverre de focus van de leverancier past bij de behoefte van de organisatie. Is het een nationaal of internationaal gerichte organisatie? In welke mate wil je de analyse in eigen hand houden, of juist niet? In dit thema is gevraagd naar de ontstaansgeschiedenis, focus en toekomstverwachtingen van de leverancier.

VARIERENDE SAMENSTELLING, GEZAMELIJKE GROEI

Zoals eerder gesteld hebben alle leveranciers een vestiging of vertegenwoordiging in Nederland. Van de 13 leveranciers zijn er 10 afkomstig uit Nederland. Uitzonderingen zijn Salesforce Marketing Cloud (Buddy Media + Radian6), SDL SM2 (voorheen Alterian) en Meltwater. Productontwikkeling vindt plaats in het land van oorsprong. De van oorsprong Nederlandse leveranciers variëren van 7 tot 32 medewerkers.

Opmerkelijk, maar uiteraard niet onverwacht, is dat alle leveranciers de verwachting uitspreken dat de markt voor social media monitoring en webcare de komende jaren sterk zal gaan groeien.



NATIONAAL OF INTERNATIONALE FOCUS

Is uw organisatie nationaal of internationaal gericht? Welke landen zijn belangrijk? In het keuzeproces voor een monitoringtool is het van belang om te weten of een tool de online buzz in die landen monitort die voor u belangrijk zijn. Daarbovenop is het essentieel te weten of bij de dataverwerking en -analyse taaltechnologie beschikbaar is in de vereiste landen.

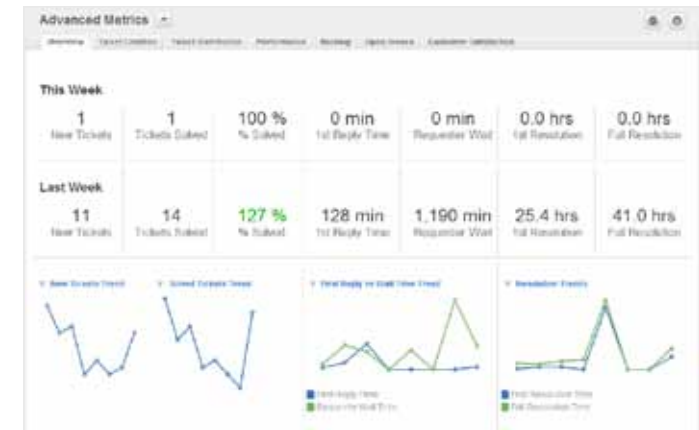
TECHNOLOGIE VERSUS SERVICE

Publistat en Oxyme zijn strikt genomen geen leveranciers van een monitoringtools, maar dienstverleners gespecialiseerd in het monitoren van digitale en traditionele media. Op basis van afgesproken zoekprofielen krijgen de klanten op terugkerende basis rapportages. Beide leveranciers gebruiken hun eigen, interne tools die niet apart als SaaS beschikbaar zijn. Wel biedt Publistat een online dashboard waar de klant ook zelf kan zoeken, filteren en rangschikken.

SDL SM2, Buzzcapture en Clipit hanteren een hybride model: zij bieden klanten naar keuze de tool als SaaS en/of uitgebreide (aanvullende) dienstverlening op basis van hun eigen tool.

De overige leveranciers leveren primair de tool en werken voor de implementatie veelal samen met externe partners.

Behalve Publistat en Oxyme leveren alle leveranciers tools met functionaliteiten op het gebied van online monitoring én webcare. Voor de webcarefunctionaliteit werkt Oxyme samen met Zendesk.



Oxyme



SDL SM2



TOOL	• Coosto • Teezir • Finchline • OBI4wan • Media Injection	• Tracebuzz • Salesforce Marketing Cloud (Buddy Media + Radian6) • Meltwater
HYBRIDE (TOOL EN DIENSTEN)	• Buzzcapture • Clipit	• SDL SM2
DIENSTEN	-	• Publistat • Oxyme
	Nederland+	Internationaal



Clipit



3.2. TECHNOLOGIE

Met welke software heeft u te maken en wat zijn de beperkingen waar u rekening mee moet houden? Alle leveranciers uit het onderzoek maken gebruik van Software-as-a-Service (SaaS) technologie. Software as a Service, vaak afgekort als SaaS, ook wel eens Software on Demand genoemd, is software die als een online dienst wordt aangeboden. De klant hoeft de software niet aan te schaffen, maar sluit bijvoorbeeld een contract per maand per gebruiker, eventueel in combinatie met andere parameters. De SaaS-aanbieder zorgt voor installatie, onderhoud en beheer, de gebruiker benadert de software over het internet bij de SaaS-aanbieder. SaaS is een nieuwe vorm van Application Service Provider (ASP) diensten, aldus Wikipedia.

BELANGRIJKE RANDVOORWAARDEN

Het is belangrijk dat de tool compatibel is met de software van uw organisatie. Bij de meeste leveranciers is toegang via alle gangbare browsers mogelijk, met uitzondering van SDL SM2 (Microsoft Silverlight), Meltwater (Flash) en Salesforce Marketing Cloud (Adobe Air). Alle leveranciers hebben het voornemen om deze platformafhankelijkheid kwijt te raken, vaak door migratie naar HTML5¹². Dit is een belangrijke overweging om mee te nemen als de organisatie veel gebruik maakt van Apple-producten zoals de iPad (deze ondersteunt Flash niet maar HTML5 wel).



Salesforce Marketing Cloud

¹² <http://www.bbc.co.uk/news/business-17931814>



API

Welke tools kunnen worden gekoppeld aan uw systemen? Bijvoorbeeld via een Application Programming Interface (API)? Dit lijkt steeds belangrijker te worden. Daarbij wordt in eerste instantie meestal gedacht aan een koppeling met het Customer Relations Management (CRM) systeem. Meltwater en Finchline bieden echter (nog) geen open API.

MOBIEL

Alle leveranciers bieden (delen van) de functionaliteit ook via mobiele platformen aan. Dit varieert van webpagina's gericht op mobiel gebruik tot en met apps voor diverse platformen. Details zijn te vinden in de detailbeschrijvingen per leverancier in bijlage 4. Buzzcapture, Tracebuzz en Salesforce Marketing Cloud bieden de functionaliteit ook aan via een App. De overige leveranciers doen dit over het algemeen via webapps met behulp van HTML5.



Buzzcapture

3.3. BRONNEN

Wat zijn voor uw organisatie belangrijke bronnen? Zijn internationale bronnen belangrijk of alleen Nederlandse bronnen? Mogelijk werkt de tool met een ruime, maar gesloten set bronnen. Hoe groot is de kans dat u belangrijke posts mist? Heeft u wellicht alleen interesse in blogs of Twitter, dan bestaan aparte tools die mogelijk geschikt zijn. Deze vallen buiten onze inventarisatie.



ONDERSTEUNENDE MEDIABRONNEN

Alle tools monitoren Twitter en Facebook. Sommige leveranciers slaan alle berichten op waardoor op ieder willekeurig moment op ieder onderwerp tot enkele jaren terug een selectie en analyse kan worden gemaakt. Andere leveranciers vinden pas berichten nadat een specifieke selectie is opgegeven. Zoeken in een archief van berichten is dan niet mogelijk.

Blogs en nieuwssites worden breed ondersteund. Specifieke bronnen kunnen (meestal via de leverancier) naar wens worden toegevoegd aan de bronnenset.

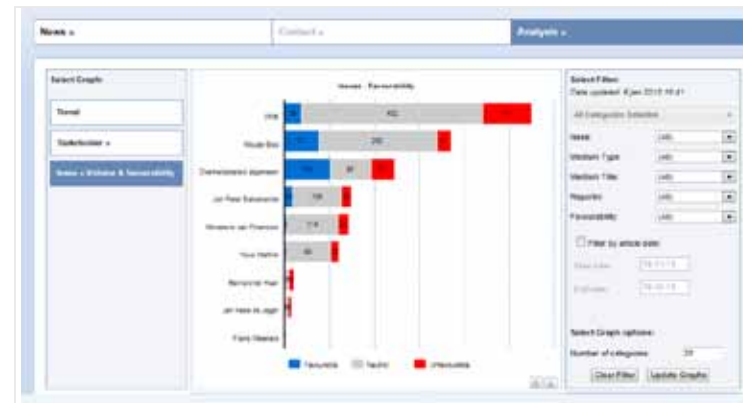
De functionaliteit voor het doorzoeken van video's en foto's verschilt sterk. Sommige leveranciers kunnen hierin niet zoeken, sommigen alleen op titel en reacties, andere ook in *embedded data* (bijvoorbeeld *exif data in fotos*).

Publistat en Oxyme zijn ook in staat om in offline media (traditionele media zoals kranten, radio en televisie) te zoeken. Dit zijn de meer servicegerichte leveranciers, die eigen analisten in huis hebben en de mogelijkheid om specifiek offline media te analyseren.

Leveranciers hanteren geen eenduidige definitie van bron, zo lijkt het. Daardoor is het niet goed mogelijk uitspraken te doen over het aantal bronnen dat de verschillende leveranciers monitoren en deze aantallen te vergelijken. In de volgende editie van onze inventarisatie zullen we hier nadrukkelijk op terugkomen.



Obi4wan



Publistat



3.4. GENEREREN VAN META-DATA

Wat is uw achterliggende doel met online monitoring? Welke informatie heeft u nodig? Dit heeft implicaties voor de requirements. In hoeverre kunt u bijvoorbeeld zoeken in de meta-data om de gewenste analyses mogelijk te maken? Het toekennen van meta-data is van belang voor het flexibel kunnen doorzoeken van informatie. Het kan dan gaan om sentiment van een bericht, achterliggende gegevens uit de biografie van de auteur, geo-informatie, et cetera.

SENTIMENTANALYSE

De meeste tools bieden de mogelijkheid van volautomatische sentimentanalyse (met uitzondering van Salesforce Marketing Cloud en Publistat. Salesforce Marketing Cloud biedt via een insight partner een automatische analyse). Echter, sentiment bepalen met behulp van de computer is uitermate complex.

Ten eerste moet er een sentiment kunnen worden vastgesteld. Dit gebeurt in essentie op basis van een lijst met woorden die een positieve of negatieve connotatie hebben, te vergelijken met de inhoud van de post. Afhankelijk van de specifieke zoekopdracht en de gebruikte tool kan in meer of mindere mate daadwerkelijk een sentiment worden vastgesteld. Daarnaast zijn Twitter berichten vanwege de vorm vaak lastig op een betrouwbare manier te beoordelen.

De tweede uitdaging ligt in de taal zelf. Sarcasme, ironie en cynisme bezorgen leveranciers al enige tijd hoofdbrekens. Als er bovendien meer bedrijven of merken in een post figureren, blijft het lastig het juiste sentiment aan het juiste bedrijf of merk te koppelen. Ook is vast lastig om vast te stellen op welk deel van een bericht het positieve of negatieve sentiment slaat als er bijvoorbeeld twee organisaties genoemd worden.



Media Injection



Volautomatische sentimentanalyse is dan ook niet waterdicht. De meeste aanbieders claimen een betrouwbaarheid van 60-80% bij sentimentanalyse. Daarmee heeft volautomatische sentimentanalyse tot dusver vooral een sterk indicatief karakter.

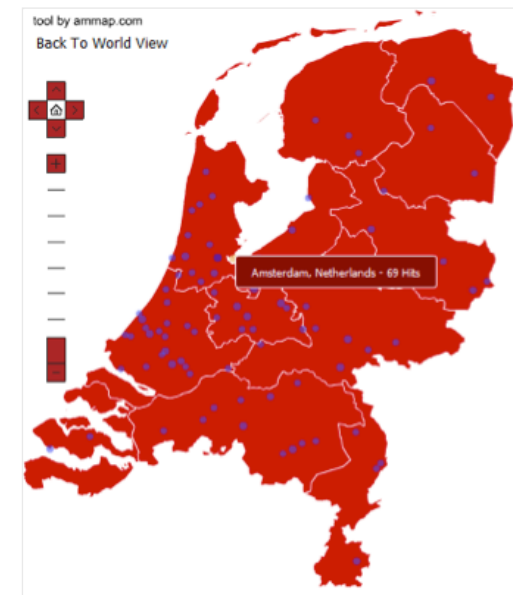
Als sentimentanalyse voor u belangrijk is, speelt de herkomst van de leverancier een belangrijke rol. Taalkennis speelt daarbij een grote rol. Als een leverancier zich concentreert op het (kleine) Nederlandse taalgebied lijkt dat zeker een voordeel. Bij sommige leveranciers kan het sentiment door de gebruiker handmatig worden aangepast. Publistat levert de dienst om handmatig door experts sentiment te laten bepalen.

ACHTERLIGGENDE INFORMATIE VAN DE AUTEUR

Achterliggende informatie uit de biografie van de auteur (bijvoorbeeld het aantal followers of friends) wordt door alle tools meegenomen, evenals een indicatie van het relatieve belang of invloed van de bron. Een aantal tools bieden ook geo-informatie, waardoor nadere selectie en analyses op geografisch gebied mogelijk is.

3.5. SELECTIEMOGELIJKHEDEN

De wijze waarop u onderwerpen kunt selecteren verschilt per tool. De mogelijkheden variëren van het simpelweg aanklikken welke onderdelen getoond moeten worden, tot het volledig invullen van een zoekquery.



Meltwater



ZOEKOPDRACHT FORMULEREN

Bij alle tools moeten gebruikers een zoekopdracht ingeven. Het *format* van deze *query* verschilt echter. Media Injection, Salesforce Marketing Cloud en Tracebuzz stellen hieraan speciale eisen: de gebruiker moet een invulformulier invullen. Voordeel is dat de formulering van een zoekopdracht eenvoudiger wordt, tegelijk biedt deze werkwijze minder flexibiliteit. Naast het formulier biedt Tracebuzz de mogelijkheid aan de gebruiker om op geavanceerde wijze de zoekopdracht in te stellen, waardoor op flexibele wijze kan worden gezocht. Bij Clipit wordt in overleg de query opgesteld met de redactie.

3.6. USER INTERFACE

De user interface is een niet te onderschatten requirement en bepaalt mede in hoeverre gebruikers de tool omarmen of links laten liggen. Belangrijke criteria zijn:

- toegankelijk design;
- begrijpelijke, intuïtieve navigatie;
- personalisatie van het online dashboard;
- aanpassen van grafieken.

Bij de definitieve selectie en de praktijktest is het raadzaam om gebruikers te betrekken en mede op basis van hun ervaringen conclusies te trekken over de geschiktheid van een tool.



Tracebuzz



Teezir



3.7. RAPPORTAGEMOGELIJKHEDEN

Alle tools bieden de volgende rapportagemogelijkheden:

- grafieken;
- automatische meldingen (alerts) bij wijzigingen in volume of sentiment;
- rapporten;
- export van data via Comma Separated Values (csv) of Excel.

Een opkomend verschijnsel zijn *social media hubs*, door Forrester ook wel *social media command centre's* genoemd, waar medewerkers relevante online ontwikkelingen op een of meerdere schermen continue in de gaten houdt via narrowcasting. Meltwater, Finchline, Publistat, Oxyne en Clipit ondersteunen dit (nog) niet.





BEPERKING LIGT IN DE DATA

De onderliggende data hebben grote invloed op de rapportagemogelijkheden. Daarin bestaan flinke verschillen tussen de tools. Zo zijn sommige bijvoorbeeld in staat om rapportages te genereren, waarin de ontwikkelingen van minuut tot minuut kunnen worden gevolgd en geanalyseerd. Andere tools kunnen maximaal inzoomen op een tijdsinterval van een dag.

3.8. WEBCARE

Op het gebied van webcare is het belangrijk dat de tools mogelijkheden hebben op het gebied van workflowmanagement die aansluiten bij het bedrijf. Meer in het bijzonder gaat het om aspecten als:

- definiëren verschillende typen gebruikers (medewerkers, supervisor, manager);
- automatisch *taggen* of labelen van berichten;
- (automatisch) toewijzen van berichten aan specifieke medewerkers;
- bewaking van service levels en
- opstellen van managementrapportages.

Het scala aan functionaliteiten is breed en varieert sterk per tool. De verwachting is dat de ontwikkeling van deze functionaliteiten bij alle leveranciers prioriteit heeft.



Finchline

In de volgende editie van deze inventarisatie zullen we uitgebreider ingaan op de webcare-functionaliteiten per leverancier.



3.9. PRIJSSTELLING

Alle tools worden aangeboden via een huurmodel, waarbij klanten -zoals gebruikelijk bij SaaS- betalen voor de gebruikslicentie. De prijzen van de geïnventariseerde tools verschillen sterk en zijn afhankelijk van een aantal essentiële factoren:

- het aantal gebruikers;
- het soort gebruikers (administrator, editor, read-only);
- het aantal zoekopdrachten;
- het aantal berichten en/of de hoeveelheid data;
- het aantal platformen waarop de organisatie rechtstreeks wil kunnen reageren
- de wijze van implementatie.

Een duidelijke indicatie van de prijs per leverancier is dan ook moeilijk te geven. Ter vergelijking van de implementatie- en licentiekosten is het verstandig om iedere leveranciers een voorstel te vragen voor precies dezelfde scenario's.



3.10. TENSLOTTE

De meest geschikte tool bestaat (nog) niet. Zoveel organisaties, zoveel wensen. Pas na een serieuze analyse van uw informatiebehoefte bent u in staat de tool te selecteren die het beste aansluit bij uw organisatie.

Dan nog verdient het aanbeveling om verschillende leveranciers te vragen een demonstratie te geven. Betrek hierbij ook de mensen die dagelijks met de tool moeten werken, bijvoorbeeld de leden van uw webcareteam.

Zij hebben belang bij een toegankelijke interface en snelle navigatie binnen de online tool en kunnen waardevolle feedback geven. Tenslotte kunt u natuurlijk ook de twee tools bovenaan uw shortlist een maand testen voordat u een knoop doorhakt. Tegen die tijd ziet u echt de bomen door het bos.



COLOFON

Auteurs

Ronald van der Aart (RepMen)

Marco Derksen (Upstream)

Martijn Kriens (Upstream)

Ondersteuning

Stephanie de Smale (Upstream)

Marloes van Willigenburg (Upstream)

Met dank aan

Erik van Roekel (ING, Marketingfacts)

Danny Oosterveer (Marketingfacts)

Vormgeving

Duotoon, Moniek Bertens

En uiteraard dank aan alle leveranciers van
monitoring en webcaretools voor hun medewerking
bij het beantwoorden van de vragen!



BIJLAGE 1. OVER UPSTREAM

WAAR WE IN GELOVEN

De opkomst van nieuwe, digitale communicatiemiddelen maakt dat mensen steeds makkelijker en persoonlijker met elkaar in contact staan. Klanten, partners en medewerkers praten via steeds meer kanalen over en mét organisaties. Los van hiërarchie vinden ze manieren om zichzelf te organiseren. Deze ontwikkeling vergt een omslag in de cultuur van organisaties. Zoals het loslaten van de centrale regie en ruimte bieden aan zelfmanagement. Dit leidt tot transparantere communicatie en een meer organische relatie tussen de organisatie en haar omgeving. Dat noemen wij: social business.

Weten wat social business voor uw organisatie kan betekenen?

Neem dan contact op met Emile Peters via (026) 711 38 24 of emile@upstream.nl.

WAT WE DOEN

UPSTREAM: DE CONNECTED COMPANY

Vanuit onze visie richten we ons op het inspireren van organisaties en het geven van strategisch advies. We ondersteunen bij de implementatie van wat we ook wel social business noemen. Denk hierbij aan het inrichten van social monitoring, training, het opzetten van online communities en co-creatie. Dit alles doen we op basis van actuele marktkennis dat we vergaren uit onze platformen/communities: Marketingfacts, TravelNext, FoodNext en SportNext. Met deze combinatie van contentontwikkeling in eigen beheer, het opbouwen van betrokken communities en consultancy op het gebied van social business lopen we voorop in Nederland. Upstream helpt bij organisatievernieuwing om in te spelen op de veranderende maatschappij.

WIE MOGEN WE TOT ONZE KLANTEN REKENEN?

Onze klanten zijn zowel grote als kleine organisaties die inzien dat transparante communicatie en conversatie een steeds grotere rol gaan spelen binnen de bedrijfsvoering. Voorbeelden zijn TUI Nederland, Rabobank, DeliXL, UMC St. Radboud, ANWB media, Mediawijzer, Gemeente Amsterdam, Gemeente Nijmegen, TMG, Sanoma, ING en RTLnieuws.



	Digitale strategie	Van inspiratie workshops tot en met het strategisch plan hoe om te gaan met de mogelijkheden van social business. Upstream helpt klanten op basis van ons 7i-netwerkmodel om richting te bepalen en de organisatie in beweging te krijgen.
	Kennissessies	We organiseren kennissessies die in het teken staan van het veranderende medialandschap, toegespitst op de betekenis van deze cultuurverschuiving op organisaties.
	Monitoring	Door de explosie in het gebruik van digitale media is het mogelijk om op nieuwe manieren te luisteren en te communiceren met klanten, partners en medewerkers. We helpen organisaties monitoring- en webcaretools te implementeren en gebruiken.
	Online communities	Op basis van het in eigen huis ontwikkelde ‘van stranger tot evangelist-model’ helpen we organisaties met het opzetten, beheren en doorontwikkelen van online netwerken.
	Co-creatie	We helpen organisaties met digitale co-creatie door het netwerk intensief en duurzaam te betrekken van begin tot eind.

LEESTIP:

Lees ook onze quickscan over de status van webcare in Nederland:

<http://www.slideshare.net/UpstreamStrategies/webcare-in-nederland-een-quickscan>

BIJLAGE 2. INFOSHEET VAN LEVERANCIERS

1. SDL SM2 (ALTERIAN SM2)

Website: www.sdl.com/products/SM2/

Contactgegevens: Paul Kloet • pkloet@sdl.com

Het bedrijf SDL bestaat sinds 1992. De internationale tool Alterian SM2 bestaat sinds 2007 en is na overname door SDL in 2012 SDL SM2 geworden. De tool biedt de mogelijkheid om (wereldwijde) historische data tot 2007 terug te zoeken.



2. BUZZCAPTURE

Website: <http://www.buzzcapture.com/nl/>

Contactgegevens: alex@buzzcapture.com • +31 (0)20 320 03 77

Buzzcapture (zowel tool als organisatie) bestaat sinds 2006. Buzzcapture is van oorsprong Nederlands en kenmerkt zich door de focus op kwalitatief hoogwaardige data. Dat wil zeggen handmatige sentimentanalyse en datakwaliteit (accuraatheid sentimentanalyse, dekking).



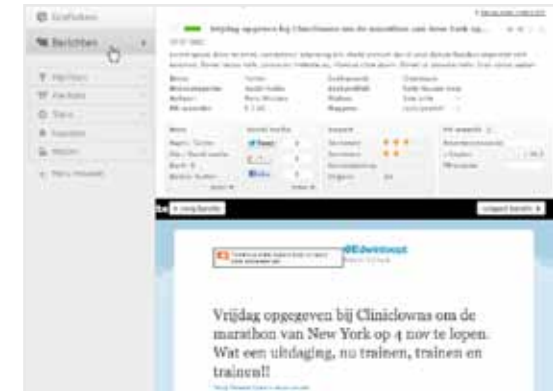


3. CLIPIT

Website: <http://www.clipit.nl/>

Contactgegevens: info@clipit.nl • +31 (0)24 8000 704

Clipit bestaat reeds 11 jaar. Clipit focust op een eenvoudige overzichtelijke tool, waarbij PR-waarde berekening een kenmerkende feature is. Clipit is van oorsprong een Nederlands bedrijf. Clipit biedt kwalitatief hoogwaardige data aan, dankzij een professionele redactie die uitgebreide zoekopdrachten samenstelt.



4. COOSTO

Website: <http://www.coosto.nl/>

Contactgegevens: info@coosto.nl • +31 (0)40 293 91 90

Coosto is op 29 augustus 2010 gelanceerd. Het bedrijf is een dochteronderneming van het in 1999 opgerichte Wiseguys Internet B.V; een softwarebedrijf dat zich toelegt op datamining, webcrawling en natural language processing. De tool kenmerkt zich door geavanceerde zoektechnologie, een hoog volume aan data, een historisch archief vanaf januari 2009 (onafhankelijk van zoekterm) en de mogelijkheid om onbeperkt te zoeken.



5. FINCHLINE/MAGPIPE

Website: <http://www.finchline.nl/>
<http://blog.magpipe.nl/>

Contactgegevens: info@howardshome.nl • +31 (0)30 608 35 40

De Nederlandse organisatie Howards Home bestaat reeds 12 jaar. Finchline en Magpipe zijn beide producten van Howards Home. Waar Finchline een dashboard is voor Social media/nieuws monitoring en analyse, is Magpipe een platform waar alle actuele online informatie over (potentiele) klanten en concurrenten gefilterd, samengevat en gedeeld kan worden met collega's.



6. MEDIA INJECTION

Website: <http://mediainjection.nl/>

Contactgegevens: info@mediainjection.nl • + 31 (0)20 820 37 22

Media Injection biedt sinds 2010 haar klanten een Social Enterprise Marketing Platform aan. Hiermee beheren top 500 merken hun complete social media aanwezigheid, kanalen, conversaties & campagnes terwijl ze real time inzicht krijgen in het resultaat van de gekozen strategie. Media Injection maakt zicht sterk via de uitgebreide mogelijkheden om social media beheer naadloos te integreren binnen bestaande bedrijfssystemen om het zodoende volledig op te nemen in de organisatie.





7. MELTWATER

Website: <http://www.meltwater.nl/>
Contactgegevens: <http://www.meltwater.nl/contact-support/>
 Meltwater News: +31 (0)20 7400 500
 Meltwater Buzz: +31 (0)20 7400 813
 Meltwater Press: +31 (0)20 7400 812

De organisatie Meltwater bestaat sinds 2001. Meltwater Buzz is als enige Social Media monitoringstool Preferred Marketing Partner van Facebook. Dat wil zeggen dat ze nauw samenwerken op het gebied van ontwikkeling en dataverkeer. Meltwater Buzz is een internationale tool die de mogelijkheid heeft om zowel lokaal als internationaal te monitoren.



8. OBI4WAN

Website: <http://www.obiqwan.nl/>
Contactgegevens: info@obi4wan.nl • +31 (0)75 760 00 24

OBI4wan doorzoekt en archiveert het Nederlandstalige internet en biedt daarmee een zeer volledige en efficiënte webcare en monitoring oplossing voor de Nederlandse en Belgische markt. OBI4wan bestaat bijna 2 jaar en komt voort uit SiteData, waar in 2007 is gestart met de ontwikkeling van de oplossing. OBI4wan ontwikkelt en biedt ondersteuning vanuit Nederland, waardoor een hoog serviceniveau geboden wordt en snel functionaliteit toegevoegd wordt op basis van de constant ontwikkelende markt en klantwensen. OBI4wan verzamelt haar eigen data ongeacht zoekopdrachten, zodat bij elke zoekopdracht direct een enorme hoeveelheid historische en actuele data beschikbaar is. >>





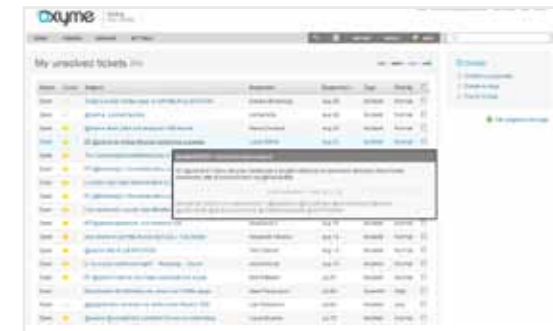
OBI4wan kenmerkt zich door efficiënte webcare en workflow, volledigheid, integratie met bestaande systemen, inzichtelijke en vrij in te richten rapportages, campagnemanagement, en hoog gebruiksgemak.

9. OXYME

Website: <http://www.oxy.me.com/>

Contactgegevens: cu@oxy.me.com • +31 (0)20 625 00 05

De Nederlandse organisatie Oxy.me bestaat sinds 2007. Oxy.me is niet zo zeer een tool alsmede een dienst. Onderscheidend is de tijd die besteed wordt aan het filteren van kwalitatief goede data. Bovenop de automatische zoekmachine, werken ze met menselijke analyse om extra lagen aan de zoekresultaten toe te voegen, zoals sentiment.



10. PUBLISTAT

Website: <http://www.publistat.nl/>

Contactgegevens: info@publistat.nl • +31 (0)20 528 92 95

Het Nederlandse bedrijf Publistat bestaat sinds 2000. Naast dat Publistat een online dashboard kent, leveren zij meer diensten. Publistat onderscheidt zich door de compleetheid van mediasoorten in één tool (zowel online, print, RTV als social media) en de persoonlijke analyse door getrainde analisten, in plaats van geautomatiseerde analyse. Voordeel is betrouwbare en uitgebreide sentimentanalyse en filtering van relevantie items. Publistat levert ook diensten zoals live monitoring tijdens crises.





11. SALESFORCE MARKETING CLOUD

Website: <http://www.Radian6.com>
<http://www.webcarecompany.nl>

Contactgegevens: <http://www.webcarecompany.nl/contact> • +31 (0)88 345 0 345

The Webcare Company is opgericht in 2010 en is exclusief partner en reseller van het internationale platform Salesforce Marketing Cloud (Buddy Media + Radian6). Radian6 bestaat sinds 2006 en biedt gebruikers de mogelijkheid om op een snelle en efficiënte wijze inzicht te krijgen in de klantinteractie via social media. Daarnaast wordt Buddy Media ingezet als platform voor social media marketing.

Het platform Radian6 is vanuit elke browser te benaderen en bestaat uit twee componenten: het dashboard en de Engagement Console. Met behulp van het dashboard zijn de gebruikers in staat om de klantinteractie visueel zichtbaar te maken in interactieve widgets en diepgaande analyses te maken. Een toegevoegde waarde is de wereldwijde alliantie Twitters Firehose van publieke tweets die beschikbaar is voor de gebruikers van het platform. Daarnaast heeft de Engagement Console een intuïtieve workflow om berichten efficiënt af te handelen en de dialoog aan te gaan.

Tenslotte biedt The Webcare Company alle klanten van Salesforce Marketing Cloud in Nederland, België, Duitsland en Frankrijk professional service. Dit beslaat consultancy, analyses en rapportages, training en workshops, narrowcasting en maatwerkoplossingen.





12. TEEZIR

Website: <http://www.teezir.com/nl/>

Contactgegevens: info@teezir.com • +31 (0)30 267 96 48

Teezir is een Nederlandse organisatie en bestaat sinds 2007. Onze omgeving kenmerkt zich door het op grote schaal crawlen van big (meta)data, indexeren en sentiment analyseren van deze data en het ontsluiten ervan in een online dashboard. Kenmerkend aan Teezir is het combineren en analyseren van specifieke content zoals 'kranten content', RTV of bedrijfsspecifieke content naast alle Social Media content.



13. TRACEBUZZ

Website: <http://www.tracebuzz.nl/>

Contactgegevens: Mohamed@tracebuzz.com • +31 6 43 49 74 94

Tracebuzz is een van oorsprong Nederlandse organisatie en bestaat sinds 2009. De tool Tracebuzz onderscheidt zich door de manier van zoeken. De tool maakt gebruik van bestaande zoekmachines en filtert webcare-resultaten, waardoor de gebruiker alleen in de meest relevante resultaten hoeft te werken.





BIJLAGE 3. OVERZICHT LEVERANCIERS EN FUNCTIONALITEIT

	BUZZCAPTURE	CLIPIT	COOSTO	FINCHLINE/ MAGPIPE	MEDIA INJECTION	MELTWATER	OBI4WAN	OXYME	PUBLISTAT	SALESFORCE MARKETING CLOUD	SDL SM2	TEEZIR	TRACEBUZZ
ORGANISATIE													
WERKNEMERS NEDERLAND / BUITENLAND	17/0	25/0	35/6	25/0	15/0	30/900	7/0	20/0	25/0	0/600*	5/40	10/0	7/0
BESTAANSDUUR SOCIALE MEDIATOOL / MOEDERBEDRIJF	6	11	2/13	12	2	3/11	2/10	5	12	6	5/20	5	3
DIENTSTVERLENING / TOOLLEVERANCIER													
SCHAALBAARHEID JA / N.V.T.													
TECHNOLOGIE													
SAAS JA / N.V.T.													
OPEN API'S JA / NEE / N.V.T.													
PLATFORM ONAFHANKELIJKHEID JA / FLASH / ADOBE AIR													
MOBIEL BESCHIKBAAR JA / FLASH / N.V.T.													
BRONNEN													
OPSLAG VAN BRONNEN ALLE BERICHTEN / SELECTIE													
ZELF TOEVOEGEN VAN BRONNEN JA / NEE													
TAALGEBIEDEN													
	NL, BE, LU, DE, UK	NL	NL, BE, UK	NL, UK	NL, UK, DE, FR, ES, IT	INT.	NL, BE, FR	INT.	INT.	INT.	INT.	NL, UK, BE	INT.
TRADITIONELE WEBSITES JA													
SOCIALE NETWERKEN JA													
NIEUWS JA													
FORA/DISCUSSIE BOARDS JA													
BLOG'S JA													
AFBEELDINGEN JA / NEE / TITEL / COMMENTS													
VIDEO JA / NEE / TITEL / COMMENTS													
OFFLINE MEDIA JA / NEE													
META-DATA													
NL SENTIMENT POSITIEF / NEGATIEF / NEUTRAAL JA / NEE													
SENTIMENT HANDMATIG AAN TE PASSEN JA / NEE													
INFORMATIE OVER AUTEURS JA / NEE													
SELECTEREN OP BELANG BRON JA / NEE													
SELECTEREN OP GEO JA / NEE													
TRENDANALYSE JA / N.V.T.													
SELECTIE													
QUERY LANGUAGE VOOR SELECTIE QUERY / FORMULIER / N.V.T.													
INZOOMEN OP RESULTATEN (DRILL DOWN) JA / NEE													
MINIMALE TIJDSINTERVAL MINUUT / UUR / DAG													
ITERATIEF QUERY OPBOUWEN JA / NEE / N.V.T.													
USER INTERFACE													
MONITORING JA													
WEBCARE JA / NEE													
WORKFLOW WEBCARE JA / NEE													
1 U. SLA NASTREVEN REALTIME / ALERT / LABELING / STATUS / N.V.T.													
RAPPORTAGE													
GRAFIEKEN JA													
ALERTS JA													
NARROWCASTING JA / NEE													
AUTOMATISCHE RAPPORTAGES EN VERSPREIDING JA / NEE													
WEBCARE													
TOEWIJZEN AAN BEHANDELAAR JA / N.V.T.													
NOTITIES BIJ BERICHTEN EN ANTWOORDEN JA / N.V.T.													
ALERTS OP AUTEURS JA / NEE													
BEWAKING BEANTWOORDING JA / NEE / N.V.T.													
STATISTIEKEN WEBCARE ACTIVITEITEN JA / NEE / N.V.T.													
PRIJSSTELLING													
TIJDELIJK OPSCHALEN IN TIJDEN VAN CRISIS JA / NEE													



BIJLAGE 4

DETAILINFORMATIE PER LEVERANCIER

SDL SM2 (VOORHEEN ALTERIAN SM2)	42
BUZZCAPTURE	55
CLIPIT	67
COOSTO	80
FINCHLINE/MAGPIPE	93
MEDIA INJECTION	105
MELTWATER	118
OBI4WAN	138
OXYME	150
PUBLISTAT	166
SALESFORCE MARKETING CLOUD	178
TEEZIR	191
TRACEBUZZ	203



SDL PLC

BEDRIJFSNAAM / TOOL

NAAM TOOL:

SDL SM2 (hiervoor Alterian SM2)

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU)

5 in Nederland, 40 in EU. Betreft hier alleen Social Intelligence Divisie en directe medewerkers. Veel support, development e.d. wordt geleverd vanuit U.K. en U.S.A. SDL als bedrijf heeft enkele honderden medewerkers in NL en meer dan 1.000 in EU.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?)

20 jaar. Oplossing SDL SM2 bestaat sinds mid-2007. Was voorheen Alterian SM2 en is naar overname door SDL in 2012 SDL SM2 geworden.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

We enable global businesses to engage with their customers

In the language, the media and at the moment they choose

We help businesses manage their brands and drive global revenues

Providing enterprise-ready innovative solutions for managing the end-to-end customer experience

We offer integrated Global Information Management solutions that drive the customer experience for:

- Analysis & Intelligence
- Content Creation & Management
- Language Management
- Campaign Management
- Multi-Channel Engagement
- Customer Experience Optimization

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Omzet is bijna verdubbeld in 5 jaar. 2007 £117.4m tot £ 229.0m in 2011. Dit betreft omzet van bedrijf als geheel. Omzet Social Intelligence divisie is vele malen harder gestegen, maar is vertrouwelijke informatie.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

Vertrouwelijk.



SDL PLC

BEDRIJFSNAAM / TOOL

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

Web content Management Translation Management Campaign Management Social Media Monitoring and Engagement Real-time Targeting Media Management

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

Breedt scala aan diensten. Consulting, Social Media onderzoek evt. aangevuld met traditioneel markt onderzoek. Social Media rapportages zoals: concurrentieonderzoek, marktonderzoek etc.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Geen specifieke focus. Hebben veel ervaring/klanten in Pharma, Telecom, Overheid, Automotive, Finance.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

- Historische data tot 2007
- Talencapaciteit voor 60 verschillende talen
- Niet alleen social media onderzoek, maar ook traditionele marktonderzoek.
- Integratiemogelijkheden met andere oplossingen, als campagne management, web content management etc.

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

SDL SM2 wordt zowel lokaal als internationaal door een groot aantal bureaus gebruikt. Bijvoorbeeld: TNS, BBDO Proximity, Ogilvy, Wunderman, The Reference, Freedata Labs, Publicis, Rapp

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

SDL voert zeer regelmatig audits uit, (zowel intern als extern) om beveiliging van systeem te waarborgen. SDL heeft een groot aantal klanten in zeer beveiligde sectoren als Overheid, Financiële instellingen, Pharmaceutische instellingen, waardoor we dan ook regelmatig controles moeten uitvoeren.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

SM2 is een SaaS oplossing waardoor onze klanten veel flexibiliteit hebben. Waar nodig, kan de capaciteit van het systeem zeer eenvoudig worden opgeschoefd.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM,INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Klanten kunnen gebruik maken van een support afdeling, bij wie ze ook verzoeken voor nieuwe functionaliteiten kunnen indienen. Deze worden altijd besproken met development en product marketing. Afhankelijk van de technische mogelijkheden, onze visie, ontwikkelingstijd e.d. wordt dit al dan niet toegevoegd aan de roadmap. Voorbeeld: We kregen vanuit een aantal klanten een verzoek voor een meer geavanceerd alert system. Sinds de laatste update wordt is dit nu mogelijk binnen SM2 en kunnen gebruikers zelf Alerts aanmaken en beheren.



SDL PLC

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SDL SM2 is volledig SaaS

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja, volledig gedocumenteerde API. Is te gebruiken door onze klanten.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Standaard intergratie mogelijk met veel van onze eigen software oplossingen als web content management and campaign management oplossing. SM2 kan worden geïntegreerd met andere oplossing, maar complexiteit hiervan verschilt per integratie

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Alle klanten hebben toegang tot de gehele database en hebben onbeperkt toegang tot onze support afdeling en trainingsfaciliteiten. Hiervoor worden geen extra kosten gerekend. Daarnaast kunnen we afzonderlijk SLA's afspreken met individuele klanten, afhankelijk van hun eisen en behoeften.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

Er zijn 3 belangrijke pijlers.

- Eigen visie (zowel van de afdeling als het gehele bedrijf)
- Ontwikkelingen in de markt
- Gebruikers input van klanten. Zoals eerder beschreven kunnen klanten input leveren welke altijd door SDL worden beoordeeld. Afhankelijk van de mogelijkheden wordt dit toegevoegd aan de roadmap.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)

Internet browser (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Safari) Dashboard en Engagement console vereisen momenteel Microsoft Silverlight. Dit zal overigens worden omgezet naar HTML.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

All onderdelen (resulaten, rapportage, analyses etc) zijn beschikbaar op mobiele devices, behalve Dashboard en Engagement Console. Dit loopt namelijk om MS Silverlight. In de nabije toekomst zullen er geen beperkingen meer zijn.



SDL PLC

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Sm2 heeft een database met ongeveer 42 miljard conversaties die terug gaan tot 2007. Volgende bronnen zijn geïndexeerd.

- Blogs
- Message Boards and Forums
- Microblogs • Wikis
- Video and Photosharing
- Social Network (Ning, Facebook, LinkedIn)
- Classified Sites
- Review Sites (ePinions)

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER

Ja, gebruikers kunnen zelfstandig bronnen toevoegen aan het systeem via de optie “Custom Sources”. Bronnen kunnen ook worden gestuurd aan support voor toevoeging. Voor toevoegen van bronnen is geen goedkeuring vereist. Wij houden echter de database schoon, door te voorkomen dat er duplicaten e.d. in voorkomen.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Gebruikers kunnen alleen zelf bronnen toevoegen via RSS feeds. Verder stellen we geen vereisten.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Data uit alle landen wordt opgeslagen en data wordt niet gewist uit het data warehouse. (alleen opschonen van Spam e.d.) Het datawarehouse staat in the U.S.A. en hier worden de berichten uit alle 60 landen die SM2 ondersteunt opgeslagen.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN(OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Elke gebruiker krijgt een eigen beveiligde omgeving op onze server. Deze omgeving is alleen toegankelijk voor de gebruiker en daar worden de gegevens opgeslagen.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Zoekopdrachten kunnen wereldwijd worden opgezet. SM2 ondersteunt meer dan 60 verschillende talen, welke zijn:

Afrikaans, Albanian, Arabic, Basque, Bulgarian, Belarusian, Catalan, Chinese, Croatian, Czech, Danish, Dutch, English, Estonian, Faeroese, Farsi (Persian), Finnish, French, Gaelic, Irish, German, Greek, Hebrew, Hindi, Hungarian, Icelandic, Indonesian, Italian, Japanese, Korean, Latvian, Lithuanian, Macedonian, Malaysian, Maltese, Norwegian, Polish, Portuguese, Rhaeto-Romanic, Romanian, Russian, Sami, Serbian, Slovak, Slovenian, Sorbian, Spanish, Sutu, Swedish, Thai, Tsonga, Tswana, Turkish, Ukrainian, Urdu, Venda, Vietnamese, Xhosa, Yiddish, Zulu.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Taal wordt geselecteerd door taalherkenning. Land van afkomst door profiel informatie of Geo-mapping. SM2 maakt gebruik van taalherkenning, dus wanneer je in je zoekopdracht selecteert dat je enkel berichten in het Nederlands wilt, krijg je geen berichten in een andere taal. Via de landenfilter kun je aangeven uit welk land je berichten wil. Het gaat erom in welk land een bericht wordt geplaatst. Met het talenfilter bepaal je in welke taal je berichten wilt. Je hebt uiteraard de mogelijkheid alle landen en talen aan te houden of een combinatie.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Berichten worden op een aantal verschillende manier binnen gehaald.

1. API's
2. Externe dataleveranciers
3. Eigen crawlers
4. Customer sources welke klanten toevoegen.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja, ongeveer 45.000 + custom sources van gebruikers.

Warehouse zoekt 24/7, maar kan vertraging in update zitten. Gemiddeld tussen 15 minuten en een uur.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja, Facebook, Hyves, Google+, Ning, Linkedin etc. Warehouse zoekt 24/7, maar kan vertraging in update zitten. Gemiddeld tussen 15 minuten en een uur.

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ja, zowel bericht als comments. Warehouse zoekt 24/7, maar kan vertraging in update zitten. Gemiddeld tussen 15 minuten en een uur.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja, 160.000 + custom sources van gebruikers. Zowel bericht als comments.

Warehouse zoekt 24/7, maar kan vertraging in update zitten. Gemiddeld tussen 15 minuten en een uur.

BLOG'S

Ja, 550.000 + custom sources van gebruikers. Zowel bericht als comments.

Warehouse zoekt 24/7, maar kan vertraging in update zitten. Gemiddeld tussen 15 minuten en een uur.

AFBEELDINGEN

Ja, comments beschikbaar. Net als post datum en land. Geen GPS locatie. Alle belangrijke als Flickr, Instagram e.d.

Warehouse zoekt 24/7, maar kan vertraging in update zitten. Gemiddeld tussen 15 minuten en een uur.



SDL PLC

BRONNEN

VIDEO

Ja, comments beschikbaar. Net als post datum en land. Geen GPS locatie. Alle belangrijke als YouTube e.d.

Warehouse zoekt 24/7 , maar kan vertraging in update zitten. Gemiddeld tussen 15 minuten en een uur.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)

Ja, externe leverancier. Geen firehose. Selectie van land en taal wordt door SM2 geanalyseerd d.m.v. taalherkennig, profiel informatie en geo-mapping. Aantal volgers wordt ook aangegeven.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES,

Ja, FB fanpages. Voor FB is een speciale zoekopdracht beschikbaar, waardoor je op specifieke pagina's kan zoeken.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Ja, tevens onderdeel van warehouse. Zowel internationale als nationale bronnen.



SDL PLC

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Is sentimentanalyse mogelijk, welke sentimenten kunnen worden bepaald?

Positief/negatief: Positief, Negatief en Neutraal.

Andere sentimenten: 16 emoties als verdriet, blijdschap etc. Emoticons.

Geautomatiseerd: Ja

Handmatig aan te passen. Ook woordenboek is aan te passen, waardoor je geautomatiseerd sentiment kunt verbeteren. Of bijvoorbeeld woorden toevoegen die veelal in je branch of doelgroep worden gebruikt.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)

Sentiment wordt bepaald op basis van algoritmes met woorden uit het woordenboek. Is niet zelflerend. Echter kun je het system wel nieuwe woorden leren.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

Verschilt, mede door complexiteit van berichten. Sentiment is erg moeilijk voor software, maar ongeveer 70% betrouwbaarheid.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Ja, waar mogelijk wordt profielinformatie gedeeld. Leeftijd, geslacht e.d. Daarbij kun je altijd alle berichten welke je hebt binnengehaald per auteur selecteren, zodat je ook eerdere berichten kunt terug zien. Door deze selectiemogelijkheid kun je alle rapportages (sentiment analyse, theme clouds, gebruikte domeinen etc.) voor een specifieke auteur gebruiken.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Ja, is de belangrijkste zoek parameter.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja, wijze waarop invloed wordt bepaald hangt af van het domein. B.v. Twitter wordt bepaald door aantal volgers, Blogs wordt gekeken naar page views e.d.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Alle trends en rapportages kunnen worden uitgevoerd over een periode naar keuze. Dit maakt het dus zeer eenvoudig om bijvoorbeeld het volume of sentiment te analyseren en meten hoe dit zich ontwikkelt. Daarbij kun je ook nog allerlei vergelijkingen maken, waardoor je verschillende trends tegen elkaar kunt afzetten.

SDL PLC

GENEREREN META-DATA

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Je kunt dit niet handmatig doen. (of je moet alleen Custom Sources gebruiken) Via de influence detectie zoals eerder besproken kan wel een waarde aan een bron worden gegeven. Bijvoorbeeld een belangrijk blog omdat dit een groot publiek heeft.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Ja, automatische vertaling is geïntegreerd. Taal wordt automatisch door het systeem bepaald en vertaald naar je taal van voorkeur op basis van je instellingen.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja, mits beschikbaar via Geo-Mapping of profiel informatie.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Alle data kan worden geëxporteerd. Je kunt het dus bijvoorbeeld naar Excel exporten en daar aanvullen met CBS informatie. Via API kun je zelf automatisch data in je eigen systeem of warehouse uploaden.

The screenshot displays the SDL|SM2 web application interface. At the top, there's a navigation bar with 'SDL|SM2' and user options like 'Meer', 'Profiel', 'Dashboard', 'Gebruikers', 'Instellingen', 'Rapporten', and 'Logboek'. Below this is a search bar with filters and a 'View Results' section showing 712 results. The left sidebar contains a 'Search Setup' section with various filters like 'Reports', 'View Results', 'Daily Volume', 'Share of Voice', 'Compare Dates', 'Themes', 'Demographics', 'Top Languages', 'Top Countries', 'Top Domains', 'Top Authors', 'Categories', 'Author Tags', 'Map Overlay', 'Storyboard', 'Sentiment', 'Brand References', 'Content Tone', 'Content Emotions', 'Data', 'View Routes', 'Generate Report', 'Setup', and 'Workflow'. The main content area shows a list of search results for the query 'gepersonaleerde nammerplaat'. Each result includes a title, URL, published date, and a popularity score. For example, the first result is 'gepersonaleerde nammerplaat - pagina 137 - autoblog.nl' published on 11/1/2011, with a popularity score of 10. The interface also includes a 'Search Filters' section with options to filter by country and language, and an 'Actions' section with a 'Delete results' button.

SDL PLC

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

Query kan enerzijds worden gebouwd met de “Query Builder” welke de gebruiker alleen vraagt de woorden in de juiste kolommen in te vullen. Het systeem bouwt de query automatisch. Daarnaast heb je zelf de mogelijkheid om een query te maken of te uploaden.

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Ik weet niet precies wat je bedoelt. Als je bedoelt of je de query kunt aanpassen op basis van de verkregen resultaten en deze vervolgens opnieuw laten uitvoeren, dan is dat mogelijk.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)?

Ja, elke grafiek of onderdeel daarvan heeft een drill-down functie.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Allereerst wordt relevantie met name bepaald door het opzetten van key words. Je kunt irrelevante resultaten wissen, (b.v. een heel domain of Twitter account alsmede specifieke resultaten.) maar je zult dit dan handmatig moeten aangeven. Daarnaast kun je irrelevante domeinen op een blacklist zetten en heeft SM2 een ingebouwd spam filter.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ..)

Uur





SDL PLC

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)?

Profieloverzicht, search interface, resultatenoverzicht, rapportageoverzicht, dashboard en engagement console (webcare).

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Via workflow kunnen berichten worden toegewezen aan andere gebruikers. Daarbij kan status, notitie en prioriteit worden toegevoegd. Elke gebruiker kan de berichten selecteren die aan hem/haar zijn toegewezen. Filteren voor status, prioriteit is daarbij ook mogelijk. Via Engagement console kan men reageren op berichten afkomstig van FB, Twitter, YouTube en Flickr.

Rapporten kunnen ook automatisch worden gegenereerd en automatisch worden gedeeld met andere gebruikers. Voor het dashboard geldt hetzelfde.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIELEVEL VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Niet van gebruikers. Wel berichten, zoals hierboven beschreven.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN?

Alle gebruikers hebben zelfde rechten. Mits ze read-only toegang hebben. Maar dat geldt dan voor het hele systeem.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Elke grafiek biedt drill-down functie. B.v. drilldown op een bepaalde dag in het grafiek “Daily Volume” of sentiment in “Sentiment Analysis”.

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

We trachten er wel naar, maar wordt geen garantie op gegeven. Het kan langer duren dan een uur voordat een bericht wordt geïndexeerd.



SDL PLC

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

PDF, XML, HTML, TXT, XLS Daarnaast kan dashboard nog worden gedeeld met HTML share URL.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Daily Volume, Share of Voice, Compare Dates, Basic/Advanced Themes, Demographics, Domains Report, Author Tags, Map Overlay, Sentiment, Tone, Content Emotions, Top Countries, Top Languages, Influence etc.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Gebruikers kunnen eigen Alert maken op basis van volume of sentiment. Dit kan geheel zelf worden opgezet. B.v. een alert wanneer negatief sentiment met x-% stijgt t.o.v. week ervoor. Alerts worden gecommuniceerd via email met beschrijving en directe link naar de data en rapportage in SM2.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Dashboard geeft een direct en altijd up to date overzicht weer. Dit kan automatisch worden gedeeld via een share URL en kan door de gebruiker zelf worden opgezet en beheerd.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

Dashboard.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

SM2 kan automatisch rapportage generen en verspreiden van alle grafieken en een overzicht van de resultaten. Dit kan dagelijks, wekelijks of maandelijks automatisch worden gedaan en gedeeld. Daarnaast kan Dashboard, zoals eerder beschreven, worden gedeeld via url.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Geen, behalve die workflow inzicht in berichten welke nog behandeld moeten worden, welke al behandeld zijn e.d.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Geen SLA, proberen data z.s.m. binnen te halen maar kan langer duren dan een uur.

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Individuele uitingen kunnen via workflow worden geprioriseerd en toegewezen aan gebruikers. Daarbij kan ook een notitie worden geplaatst voor degene die het bericht zal opvolgen. Reageren kan vervolgens via de webcare functionaliteit.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Zie bovenstaand.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Nee, enkel op volume of sentiment. Via workaroud wel mogelijk door voor een individu een subroep aan te maken en hiervoor een Alert in te stellen.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Via een workflow kunnen berichten worden toegewezen aan andere gebruikers. Daarbij kun je een status en prioriteit aangeven. Elke gebruiker kan de berichten selecteren die aan hem/haar zijn toegewezen. En daarbij evt. ook weer prioriteit en/of status aanhouden. Aan de Engagement Console kunnen onbeperkt Twitter, Facebook, YouTube en Flickr accounts worden gekoppeld. Gebruiker kan vervolgens aangeven met welke account er gereageerd moet worden. (Bedrijven hebben natuurlijk vaak verschillende account voor verschillende doeleinden) Via een overzicht kun je altijd inzicht houden in de afgehandelde en nog openstaande berichten.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

Ja, tool houdt een overzicht van de toegewezen berichten en de antwoorden daarop.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Ja, elke gebruiker kan zijn/haar berichten managen en waar nodig toewijzen aan andere gebruikers. Daarbij kunnen gebruikers altijd input leveren, bijvoorbeeld om een instructie te sturen bij een betreffend bericht, voordat een antwoord wordt verzonden.

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Geen automatische statistieken. Enkel handmatig. Bijvoorbeeld selecteren op openstaande en gesloten berichten per gebruiker om te bepalen hoeveel berichten zijn afgehandeld.



SDL PLC

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.).

Contractduur is 1 jaar en wordt automatisch verlengd tenzij opgezegd. Eventueel is korter contract mogelijk voor een pilotfase.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE.

SM2 biedt ongelimiteerd zoekopdrachten, in alle landen en talen, en volledige historische database. De servercapaciteit is de belangrijkste parameter voor de kosten. Op basis van je zoekopdracht vind SM2 een x- aantal resultaten, welke worden opgeslagen. Wanneer je op je opslag limiet zit, kun je upgraden of resultaten wissen. Dit laatste zorgt ervoor dat je weer nieuwe data kunt binnen halen.

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Alle modules zijn standaard in de licentie toegevoegd.

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Trainingsmateriaal, video's, webinars, white papers e.d. zijn inbegrepen. Gepersonaliseerde trainingen kunnen online of op locatie worden gegeven. Kosten hiervan hangen af van aantal deelnemers, duur e.d.

SDL levert een breed scala aan consultancy mogelijkheden. Ook de kosten hiervan hangen af van de exacte vereisten.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Nee, gratis en onbeperkt toegankelijk.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Normaal gesproken kun je opschalen tot einde van je contract. Overleg is altijd mogelijk.

Account kan eenvoudig worden opgeschaald door contact op te nemen met de AM. Deze kan een orderformulier sturen en dan wordt het account direct opgeschaald.

ADDITIONELE INFORMATIE

IS ER NOG ANDERE INFORMATIE DIE NOG NIET IS GEVRAAGD, MAAR WEL VAN BELANG IS VOOR DE BESCHRIJVING VAN DE TOOL?

Meeste is afgedekt via jullie vragen. Graag wel eerst inzage bieden in de beschrijving voor de publicatie.



BUZZCAPTURE

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

17 Full-time, 12 part-time.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

2006

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Buzzcapture koppelt innovatieve technologie aan goede service. De insteek hierbij is dat de datakwaliteit zodanig is dat de klant strategische beslissingen kan nemen op basis van onze data. Buzzcapture is proactief in het 'actionable' maken van de inzichten en helpt klanten optimaal gebruik te maken van de tool. Verder levert Buzzcapture naast technologie ook rapportages en advies. Qua Ontwikkeling ligt Buzzcapture's focus op het bieden van ORM oplossingen die de online presence in kaart brengen en bedrijven in staat stellen om de conversatie aan te gaan met de klant. Dit zijn drie kerngebieden waarin we ons de komende jaren nog verder in zullen specialiseren.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Buzzcapture is sinds 2007 vervijftienvoudigd qua omzet.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

Omzetgroei voor 2012: 70%.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

- Monitoring
- Webcare
- Social Narrowcast
- Social App

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

- Periodieke Rapportages
- Ad hoc rapportages; advies, strategie, trainingen

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Focus ligt op grote merken. Buzzcapture werkt veelal direct met eindklanten.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

- Datakwaliteit (accuraatheid sentimentanalyse, dekking)
- Gebruiksgemak
- Inzicht in ROI en Impact van uitingen
- Rapportage functionaliteiten
- Aanleverfrequentie (real-time)



BUZZCAPTURE

BEDRIJFSNAAM / TOOL

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

Wij werken met enkele mediabureau's en onderzoekbureau's, maar voornamelijk direct met eindklanten.

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

Hiervoor zijn diverse mechanismen ingebouwd, automatische beveiligingstools, alle klanten loggen in via HTTPS beveiliging.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

Schaalbaarheid is essentieel voor de groei van Buzzcapture. Onze technologie is modulair opgebouwd met het doel om uiteindelijk wereldwijd te kunnen monitoren. Op dit moment monitort Buzzcapture de Benelux, Duitsland en UK.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Via klantensessies die regelmatig worden georganiseerd en via regulier contact met klanten via hun social media analist die ze toegewezen krijgen. Laatste resultaat hiervan is de lancering van de nieuwe Brand Monitor (per 1 juli 2012) die grotendeels werd bepaald uit input van klanten. Wij brengen ook klanten samen waar we faciliteren om gebruikerservaringen uit te wisselen.



BUZZCAPTURE

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE

(SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SAAS

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja, Buzzcapture kan alle data via een API aanbieden. Klanten kunnen hierdoor toegang krijgen tot de ruwe data set van hun gehele industrie. Derden kunnen hier ook gebruik van maken op voorwaarde dat de klant akkoord geeft.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Via de API kan integratie met vrijwel ieder software packet gemakkelijk bewerkstelligd worden.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Buzzcapture garandeert 99% uptime.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

Via reguliere contacten met klanten en sessies die plaatsvinden. Release cyclus: maandelijks. Elke 6 maanden een grote release.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)

Browser >IE7, verder zijn er geen eisen.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Via een App zijn volume, concurrenten, trends, bronnen, influentials, sentimenten beschikbaar.



BUZZCAPTURE

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Omdat leveranciers verschillend tellen heeft het weinig zin om aantallen te noemen. In het kort: alle publiekelijk toegankelijke bronnen waar nieuws of meningen te vinden zijn worden gemonitord.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Via de leverancier.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Geen, zolang er akkoord is van de klant worden users toegevoegd, ook van derde partijen.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Alle data wordt in Nederland opgeslagen en niet verwijderd.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Op Buzzcapture servers.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Nederland, België, Luxemburg, Duitsland, UK.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Op taal, land, profile.

Berichten van een Nederlander in een andere taal komen binnen wanneer dat relevant is. Deze optie is te configureren. Wanneer de taalfilter geactiveerd is, komen deze niet binnen, wanneer de taalfilter niet geactiveerd is komen deze wel binnen.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Per individueel bericht. Deze worden gecrawld en vervolgens automatisch gefilterd.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja, per uur/ of 2 uur, afhankelijk wat zij toestaan.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja, continu, Hyves, Facebook, LinkedIn, YouTube, etc. etc.

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIZ.NL)

Ja, artikelen en reacties, elk uur of 2 uur.



BUZZCAPTURE

BRONNEN

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja, artikelen en reacties, afhankelijk wat toegestaan is per uur.

Maximaal: 24 uur.

Buzzcapture heeft exclusief toegang tot alle content op Tweakers.

BLOG'S

Ja, artikelen en reacties, afhankelijk wat toegestaan is per uur. Maximaal: 24 uur.

AFBEELDINGEN

Nee.

VIDEO

Niet videocontent zelf, wel de comments.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)

Ja, via keyword search.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Ja. alle publieke pagina's onafhankelijk van land of taal; updatefrequentie: continu

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Nee.



BUZZCAPTURE

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Positief/negatief: ja

Andere sentimenten ja, Neutraal (is ook een sentiment)

Geautomatiseerd Ja

Handmatig Ja (wij combineren handmatig met automatisch)

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)

Automatische sentimentanalyse is zelflerend maar belangrijkste correctie vindt handmatig plaats.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

60-70%. Van belang is dat Buzzcapture zich onderscheid op dit vlak omdat we op merkniveau sentiment toekennen. Dit in tegenstelling tot andere leveranciers die 1 sentiment toekennen aan een heel bericht. In een groot aantal berichten komen meerder merknamen voor. Zie als voorbeeld: <http://nos.nl/artikel/358910-kpn-en-tmobile-helpen-vodafone.html>

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Ja, maar dit afhankelijk van de bron en wat wettelijk is toegestaan is. Historie van auteurs is beschikbaar maar wij verzamelen geen profielinformatie over verschillende platforms.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN

Ja.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja: op basis van 3 factoren: bereik van de bron/platform, autoriteit van de bron en positie van de content. Bij Twitter kijken we ook naar Bio.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Volume, sentiment, tijdstip, datum, impact, topic/brand, brontype.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Ja: op basis van 3 factoren: bereik van de bron/platform, autoriteit van de bron en positie van de content. Bij Twitter kijken we ook naar Bio.



BUZZCAPTURE

GENEREREN META-DATA

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Geen directe vertaling beschikbaar. Taal instelling en vervolgens automatisch bepalen kan uiteraard wel.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Ja, via onze API en dit gebeurt al binnen onze eigen tool m.b.v ROI berekening die gemiddelde CPM rates meeneemt.

BUZZCAPTURE

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

Via more search options query builder die de gebruiker helpt. Buzzcapture ondersteunt de standaardzoekmethoden (Boolean).

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Ja.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

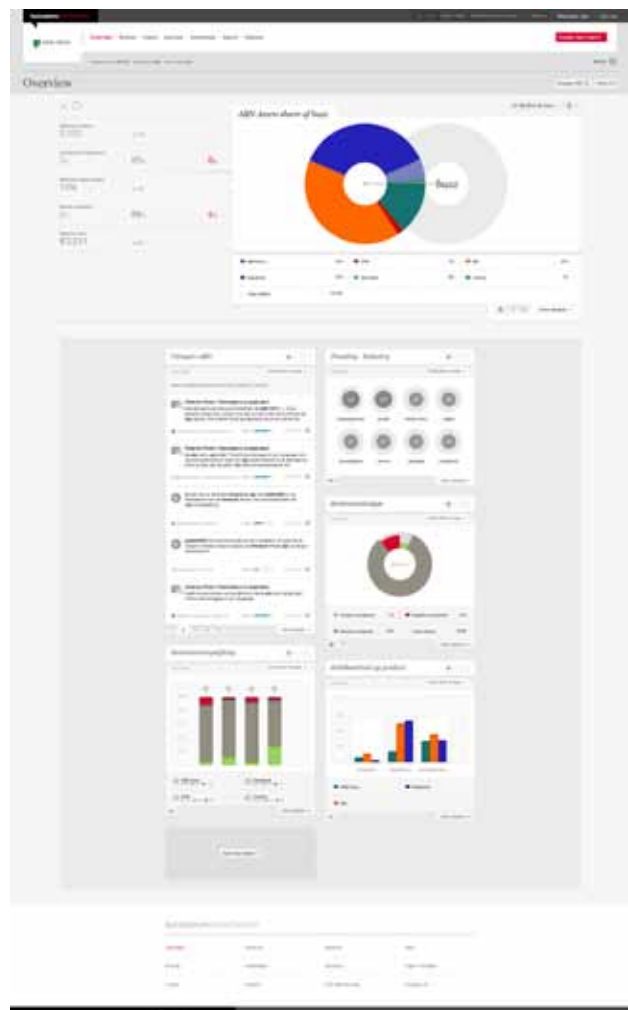
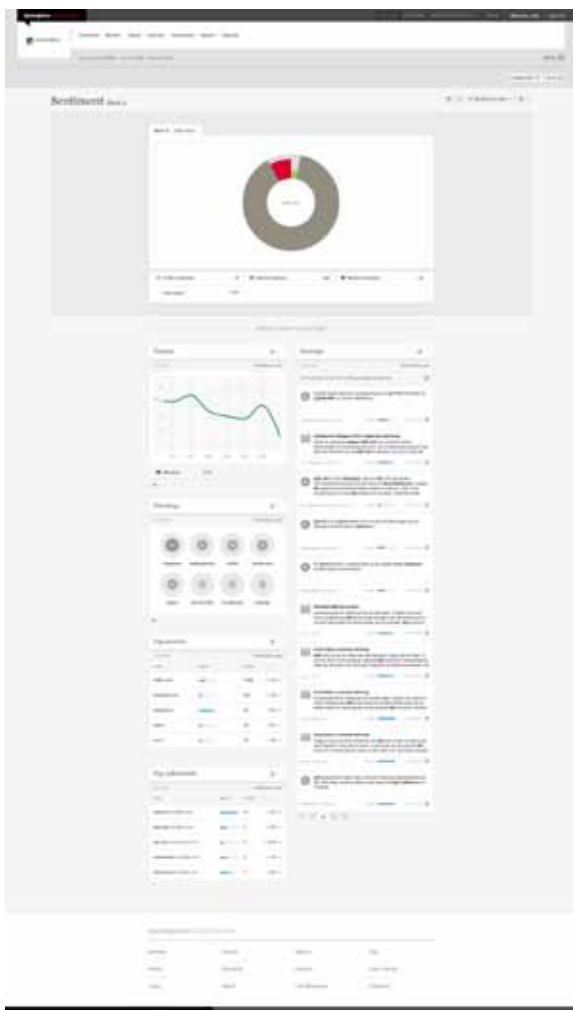
Ja, gebeurt automatisch op detailniveau.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Ja, relevantie zal in dit geval zijn obv Impactfactor die aan het bericht wordt toegekend.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUTE, ...)

Uur.





BUZZCAPTURE

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Buzzcapture heeft voor webcare doeleinden een aparte tool ontwikkeld die specifiek is ingericht voor webcareteams. Onze visie is dat de gebruikersbehoefte tussen Corp Communicatie & Marketing enerzijds en Customer service anderszijds totaal verschillend is. Een “one size fits all” oplossing gaat ten koste van efficiëntie.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN

Vanuit Buzzcare flexible labels/tags toekennen, Conversation History, Notes toevoegen, Alerts, Daily of weekly auto-reports.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIE NIVEAU VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Ja, er wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende users die verschillende rechten hebben.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Er zijn meerder standaardrollen (webcareteamlid, webcareteamleider, externe, management, etc.). Rollen hebben betrekking op welk niet toegang krijgen tot uitingen, kunnen reageren, data kunnen exporteren.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Grafieken zijn interactief en kan op detailniveau worden ingezoomd.

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

Uiteraard is de sortering van uitingen hierop aangepast en een trending topic cloud beschikbaar die continu gegenereerd wordt op hot topics te detecteren. Verder zijn er andere manieren zoals Alerts en Impact om de workload prioriteit te geven.



BUZZCAPTURE

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Automatische rapportages per E-mail, email updates, online “published” rapportages. Als aanvulling op de rapporten die vanuit de tools beschikbaar zijn, bieden we meer kwalitatieve onderzoeksrapportages. Deze zijn zowel periodiek als Ad hoc (bijvoorbeeld crisis- en campagnerapportages). Exports zijn mogelijk via PDF, Excel, XML, E-mail, PNG

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Grafieken (Bar charts, line charts, PIE charts, Benchmark charts), Tagclouds, Posting feeds, etc.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Alerts op absolute, relatieve (%) aantallen en “immediately when arrives”. Alerts worden per email en SMS geleverd.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Alle informatie wordt realtime weergeven via rapportages, Alerts, mail of via de App.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

Buzzcapture biedt klanten gratis extra visualisatie mogelijkheden via Social Narrowcast.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Reguliere updates: bi-daily, daily, weekly.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Dit kan via de statistics sectie.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Via de narrowcast of rapportagesectie kan dit worden getoond.

BUZZCAPTURE

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Direct reageren, doorsturen (mail), doorsturen met conversatie geschiedenis, classificaties en interne notities, exporteren naar excel of txt bestand.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Dit is uiteraard mogelijk.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Ja, via email of SMS worden geleverd.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Ja.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

Conversatiehistorie is beschikbaar in een overzicht en exporteerbaar.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Er is geen chatfunctionaliteit beschikbaar maar wel gezamenlijk toevoegen van comments via interne notities.

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Tijd, frequentie, type vraag/klacht, actie van het webcareteam, status, bron, brontype.





BUZZCAPTURE

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Minimale contracttermijn is 1 jaar. Mogelijk tot opt out is bespreekbaar.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

1^e gebruiker: 9.500 per jaar, additionele gebruikers 200 euro per maand per gebruiker. Geen onderscheid tussen admins en gewone gebruikers. Aantal zoekopdrachten of resultaten is onbeperkt.

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Vanaf 8.000 euro per jaar, per module

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

- Trainingen Onsite: 800 euro
- Trainingen online: 180 euro
- Consultancy: uurtarief 130 euro
- Webcare uurtarief: 75 euro

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT

Nee.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Dit kan gemakkelijk en meteen.

ADDITIONELE INFORMATIE

IS ER NOG ANDERE INFORMATIE DIE NOG NIET IS GEVRAAGD, MAAR WEL VAN BELANG IS VOOR DE BESCHRIJVING VAN DE TOOL?

De kwaliteit van tools is in een vragenlijst niet altijd te bevatten. Bekijk daarom even op ons YouTube kanaal wat instructiefilmjes. Deze geven de beste manier om gevoel te krijgen van het gebruiksgemak en de mogelijkheden van onze tools.



CLIPIT

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

25 medewerkers.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

11 jaar.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Clipit focust op een eenvoudige overzichtelijke tool, op de kwaliteit van de data en het uitdrukken van online en social resultaten in euro's; de ROI van online en social media.

De tool van Clipit kenmerkt zich door een overzichtelijk werkschermbord. De tool is zeer eenvoudig in gebruik. De data is dankzij een professionele redactie relevant en compleet door extractie methodieken van iedere website vorm, dus niet alleen inzicht in social media of afhankelijkheid van RSS, maar het totaalplaatje inclusief kwalitatieve resultaten uit nieuwssites, weblogs, fora's en reacties etc.

Voor elk gevonden bericht wordt de PR-waarde berekend, de waarde van het bericht voor de gebruiker, uitgedrukt in euro's. Dankzij deze toepassing kunnen organisaties eenvoudig berekenen wat de ROI is van online en social campagnes.

Dit zijn drie kerngebieden waarin we ons de komende jaren nog verder in zullen specialiseren.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

We zien een stijgende lijn in de omzet van Clipit in de afgelopen 5 jaar.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

We verwachten steeds meer toepassingen op de data aan te kunnen bieden, waarmee we zowel de diepte als in breedte kunnen groeien.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

- Monitoring
- PR-tracking
- Webcare
- Lead generatie
- Online reputatiemanagement
- Sentimentanalyse
- PR-waarde berekening

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

- Dataleverancier (uitgebreide API)
- Zoekformules opstellen en finetunen (booleanteknik)
- Trainingen

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

- PR/communicatie
- Bureaus
- Kwalitatieve data-analyse

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

- PR-waarde berekening
- Datakwaliteit
- Compleet overzicht online
- Professionele redactie filtert resultaten
- Eenvoudig in gebruik en overzichtelijk
- Sentimentanalyse
- Prijs/kwaliteit

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

- PR bureaus
- Communicatiebureaus
- Social media bureaus
- (Online) marketing bureaus
- (Markt) onderzoeksbureaus

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

- Het dataverkeer van de portal, mobiele portal en api wordt versleuteld via SSL
- Externe gespecialiseerde partij verzorgt de gehele netwerk, serveromgeving en beveiliging

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAALBAAARHEID VAN HET SYSTEM?

Het systeem is aan te passen aan de behoefte van de gebruiker. Er wordt standaard een dashboard met opties aangeboden, waarbinnen de gebruiker filters en analyses kan toepassen om zo een perfecte informatieweergave te creëren.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Feedback via;

- Klanttevredenheidsonderzoek
- Sessies met kerngroep

Uitkomsten;

- Clipit is ontzettend overzichtelijk
- Goede datakwaliteit
- Snelle/vriendelijke service
- Pioniers (ref. PR-waarde)

SOFTWARE-INSTALLATIE

(SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SAAS, er zijn geen software-installaties nodig.

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja, we bieden data aan via API. Hiermee kan op verschillende niveaus informatie worden binnengehaald, namelijk gefilterd op;

- Zoekopdracht
- Bron(nen)
- Sentiment
- Analyse

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Nee.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE

Geen standaard afspraken, maar in overleg wanneer van toepassing wij streven naar 24/7 beschikbaarheid. De systemen worden 24/7 gemonitord op meer dan 150 punten.

De server- en netwerkomgeving is virtueel en redundant uitgevoerd, staat in professioneel datacenter en heeft op alle hardware een 24x7 4 uur onsite mission critical warranty.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

De roadmap wordt bepaald aan de hand van markt-ontwikkelingen en behoeftes die naar boven komen uit het klanttevredenheidsonderzoek en klantcontact. De ontwikkeling wordt tot in conceptversie uitgewerkt waarna een kerngroep van gebruikers input geeft.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)

Standaard browser (vanaf IE7+)

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Het online dashboard is beschikbaar op mobile devices. Hier kunnen berichten worden bekeken, geopend, de sentimentanalyse wordt weergegeven. Grafieken en statistieken zijn niet zichtbaar voor de dedicated mobiele website, maar wel te bekijken op een tablet.

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Zo'n 70% van onze berichten is afkomstig van redactionele en social media bronnen als nieuwssites, persberichten, weblogs, nieuwsbrieven, discussiefora, reviewsites en social networks.

30% is afkomstig van Twitter. We halen bij Twitter de berichten binnen die matchen met de zoekopdrachten van onze gebruikers.

We scannen 10.000 bronnen, maar tellen niet ieder profiel op elke pagina als bron mee.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Gebruikers kunnen zelf bronnen aandragen, waarna Clipit ze toevoegt. Clipit leest fulltext uit en bouwt voor afwijkende websitevormen handmatig templates.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Clipit werkt met een professionele redactie die aan de hand van zoekformules resultaten tot in detail filtert. Dit wordt gedaan aan de hand van operators als AND, OR, NOT, NEAR en NOT IN. Hiermee kunnen specifieke postings en/of auteurs worden uitgesloten.

Verder kan er op bron / taal / type of thema worden gefilterd.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Clipit focust op Nederlandstalige content. Een gebruiker kan onbeperkt terugzoeken in alle data die ooit voor hem gevonden is. Een backsearch kan tot 10 weken terug.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Informatie met betrekking tot het toevoegen van gebruikers is zichtbaar in het online dashboard. Aanvragen of wijzigingen van nieuwe queries komen binnen via onze e-mailbox.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

We focussen op Nederlandstalige content en scannen op de grotere Engelstalige, Franstalige, Duitstalige en Spaanstalige bronnen. De tool zelf wordt weergegeven in het Nederlands.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Onze tool voert geautomatiseerd voor elk bericht een taalanalyse uit.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Geautomatiseerd met 40 simultane spiders.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja, Clipit is volledig in het Nederlandstalige online bronnenlandschap. Denk bij traditionele covering aan nieuwssites (NU), persberichten (persberichten.com), weblogs (Dutchcowboys) en nieuwsbrieven. Bronnen worden minstens eens per dag uitgelezen. Bronnen met meer activiteit worden vaker op een dag gescand, tot elk uur toe (bijvoorbeeld NU.nl). We scannen zowel het artikel als de reacties.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

We scannen sociale netwerken en communities, berichten zijn afkomstig uit het openbare gedeelte van de sites. We scannen onder andere Twitter, Facebook, Hyves, LinkedIn, Pinterest en Google+.

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ja, scannen alle Nederlandstalige sociale nieuwssites alsook de sociale onderdelen binnen nieuwssites, zoals reacties op redactionele artikelen.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

We scannen alle Nederlandstalige (discussie)fora. Hierbij wordt zowel het artikel/stelling als de reacties weergegeven. Om samenhang weer te geven worden reacties op één artikel in ons overzicht gebundeld, maar worden ze wel als los bericht beschouwd. Op die manier kunnen we een nieuw bericht vinden op een forum, ook als de discussie al enige tijd stil is.

BLOG'S

We scannen alle Nederlandstalige blogs. We lezen hier zowel de artikelen als de reacties uit.

AFBEELDINGEN

We scannen de titels, tags, auteurs en comments bij afbeeldingen en video's. Op die manier wordt data van onder andere Flickr, Pinterest en youtube uitgelezen.

VIDEO

We scannen de titels, tags, auteurs en comments bij afbeeldingen en video's. Op die manier wordt data van onder andere Flickr, Pinterest en youtube uitgelezen.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)

Ja, we scannen Twitter elk uur en halen die berichten binnen die matchen met de zoekopdrachten van onze gebruikers. We analyseren de berichten met behulp van uitgebreide zoekformules (booleans), taalanalyse, sentimentanalyse en relevantie-analyse.



CLIPIT

BRONNEN

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Voor Facebook scannen we openbare gedeeltes zoals prikborden, discussies. Op aanvraag kunnen we voor gebruikers eigen of specifieke (bedrijfs)pagina's uitlezen. Ook hier ligt de focus op Nederlandstalige content, internationale pagina's op aanvraag.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Clipit leest de online versies van offline media uit, zoals online kranten en tijdschriften en websites van tv en radio.

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Positief/negatief: Ja

Andere sentimenten: Zeer positief, positief, zeer negatief, negatief, neutraal

Geautomatiseerd: ja

Handmatig: Handmatig aan te passen bijvoorbeeld in geval van sarcasme.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)

Sentiment wordt bepaald aan de hand van woordenlijst met geïndexeerde woorden en gecombineerd met NLP. De sentimentanalyse bekijkt 100 woorden rondom de zoekopdracht om de juiste context te bepalen.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN

Betrouwbaarheid van 80%

Sommige Twitterberichten zijn extreem kort waardoor geen uitgesproken sentiment kan worden bepaald.

Sarcastische of cynische uitspraken zijn door mensen al moeilijk te interpreteren, met name bij afwezigheid van intonatie. Voor een geautomatiseerd systeem geldt hetzelfde.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Bij elk bericht vanuit social media wordt standaard de auteur getoond in het overzicht. In het geval van Twitter wordt ook het aantal volgers van de auteur in kaart gebracht. Bij het samenstellen van analyses kan geselecteerd worden op meest actieve auteur rondom de zoekopdracht en meest positieve/negatieve auteur. Daarnaast kan de tool op basis van PR-waarde (o.a. aantal volgers, sentiment, branding) berekenen hoeveel PR-waarde en dus hoeveel impact een auteur heeft voor het merk.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Clipit steekt de zoekformules in op basis van informatiebehoefte. In deze eerste fase kan al rekening worden gehouden met belangrijke thema's/keywords. Ook bij de analyses kan worden geselecteerd op keywords, waarbij in verschillende weergaves wordt weergegeven welke woorden vaak voorkomen in de contact van het merk. Dus waarmee wordt dit merk in een bepaalde periode geassocieerd.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

De invloed van een auteur wordt bepaald aan de hand van de hoeveelheid berichten die hij plaatst over het merk en de mate waarin hij positief of negatief is over het merk. De impact die een auteur voor je organisatie kan hebben wordt tevens weergegeven in de PR-waarde van een auteur voor het merk. Die wordt gebaseerd op het bereik van de auteur (aantal volgers), het sentiment, branding (hoe vaak wordt merk genoemd en waar) en de kernboodschap (in hoeverre brengt deze boodschap je kernwaarden over).

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Volume (per zoekwoord of totaal) en sentiment (per zoekwoord of totaal).

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Belang van bronnen wordt op 3 manieren in kaart gebracht; volume, sentiment en PR-waarde. Hoe vaak schrijft deze bron over het merk, bericht de bron positief of negatief over het merk en de PR-waarde die de bron genereert voor je merk; wat kost het om te adverteren op deze bron, hoe lang zijn de artikelen, hoe vaak wordt een artikel bekeken, wat is het sentiment, branding.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

De taal van een uiting wordt automatisch bepaald. Het is niet mogelijk de uiting direct te vertalen.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

We lezen geen geo-data van uitingen uit.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Wij koppelen elk gevonden bericht aan openbare databronnen als STIR. Met die gegevens is het mogelijk de PR-waarde van een bericht te berekenen. De gegevens van STIR worden weergegeven bij elk bericht.

Ook de andere kant op is data uitwisseling mogelijk met behulp van xml en API. Deze data kan in externe bronnen worden verwerkt.



CLIPIT

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

Bij Clipit bouwt een professionele redactie de queries (Booleans). Daarbij wordt gebruik gemaakt van operators als AND, OR, NOT, NOT IN, NEAR en wildcards als * die één of meerdere tekens vertegenwoordigd, groepen van logische blokken middels haakjes en case sensitivity. Booleans kunnen enorme vormen aan nemen, wanneer er sprake is van ingewikkelde merknamen als Hi of Ben.

Onze redactie kan deze resultaten tot in detail filteren zonder dat de gebruiker items mist.

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

De queries worden dagelijks bijgewerkt op basis van zoekresultaten. In de zoekopdrachten wordt ook rekening gehouden met verschillende schrijfwijzes van (merk)namen.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

De resultaten kunnen naar wens worden gecategoriseerd en geselecteerd. Dat kan op basis van soort bron, sentiment, relevantie, periode en per thema.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Ja, er kan worden geselecteerd op relevantie. Relevantie wordt bepaald op basis van het aantal keren dat een merknaam voorkomt in het bericht en de plaats van de vermelding (titel telt bijv. zwaarder mee dan body).

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ...)

Het minimale tijdsinterval is 1 dag.

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

PR-waarde berekening, monitoring, webcare, analyses (grafieken/statistieken), rapportage, archief, mappenstructuur, sentimentanalyse, excelexport, aanlevering via RSS, XML en API, internationaal bronnenpakket.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Direct vanuit het nieuwsoverzicht berichten sorteren in mappen, doorzetten naar collega's, delen via e-mail of social media, direct reageren op tweets, berichten als favoriet bewaren, berichten verwijderen, bronnen uitsluiten, advertentiewaardes van bronnen wijzigen en bewaren. Ook kunnen er labels met acties aan de berichten worden gekoppeld. Op deze toepassingen kan ook gefilterd worden in de dataweergave.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIELEVEL VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Classificatie van berichten kan worden aangegeven door gebruik te maken van mappen, daarnaast kunnen berichten als favoriet worden bewaard en kunnen er labels met acties aan de berichten worden gekoppeld.
Acties kunnen naar medegebruikers worden doorgeplaatst.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Gebruikersclassificatie kent drie niveaus;

- Administrator beheert het account, heeft toegang tot het online dashboard en ontvangt updates per e-mail. Kan overal bij en alles wijzigen/toevoegen/verwijderen.
- Gebruiker heeft toegang tot het online dashboard en ontvangt de updates per e-mail. Deze gebruiker kan geen wijzigingen aanbrengen.
- Ontvanger ontvangt alleen de updates per e-mail. Heeft geen toegang tot het online dashboard en kan geen wijzigingen aanbrengen.

Het aantal administrators, gebruikers en ontvangers is onbeperkt.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Wanneer in een grafiek op een bepaald punt wordt geklikt, worden berichten uit die selectie weergegeven. Deze filters zijn ook op te slaan. Op die manier is het eenvoudig om verbanden te leggen tussen de inhoudelijke berichten en de kwantificatie uit grafieken en statistieken.

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ Overschrijving ETC.)

De berichten die wij scannen komen realtime binnen, zodra een bericht is gevonden wordt deze in het online dashboard geplaatst. Updates per e-mail kunnen zo vaak als gewenst worden verstuurd. Actieve bronnen worden tot 1 keer per uur gescand.

CLIPIT

RAPPORTAGE

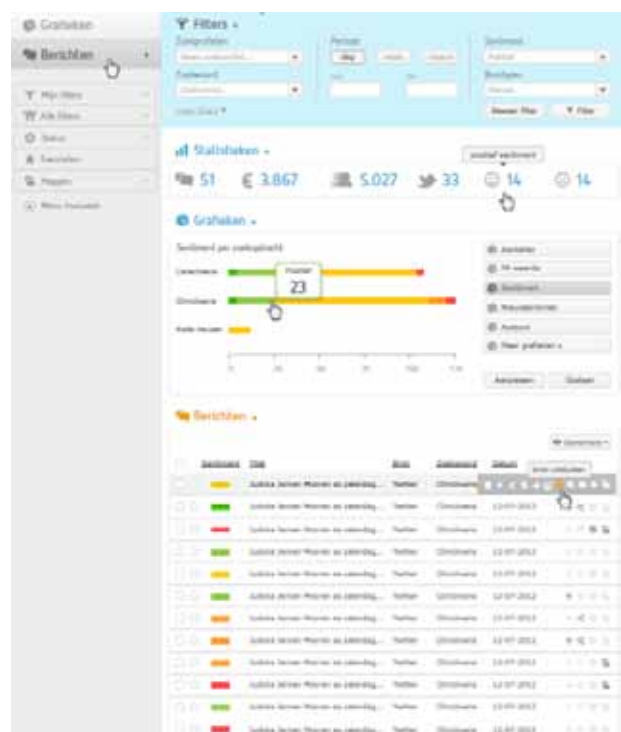
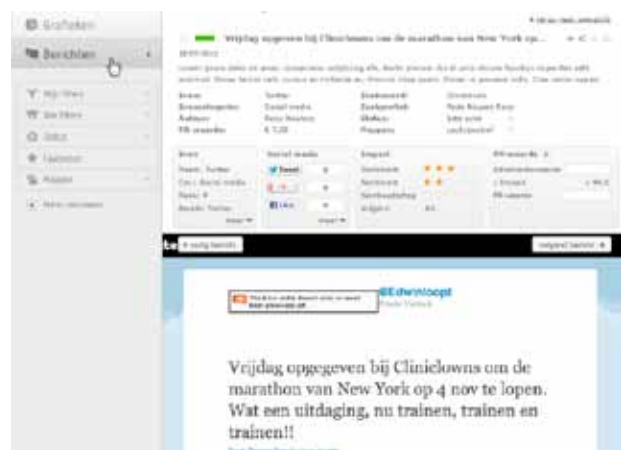
WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Elke rapportage kan worden gemaakt op basis van de totale berichtgeving of per zoekopdracht.

Hoeveelheid PR-waarde Hoeveelheid PR-waarde per periode Hoeveelheid berichten Sentiment

Trend in hoeveelheid Sentimenttrend Keywordanalyse Meest actieve bronnen Sentiment per bron

PR-waarde per bron Meest actieve auteurs Sentiment per auteur PR-waarde per auteur.



WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)?

Staafdiagrammen, trendgrafieken, kale dataweergave, tagclouds.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Mail (standaard)

RSS - ingesteld door Clipit op aanvraag, pull methodiek, realtime of periodiek

XML - ingesteld door Clipit op aanvraag, push methodiek, periodiek

API - ingesteld door Clipit op aanvraag, pull methodiek, realtime

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Via de API kunnen gevonden berichten direct worden binnengehaald door de gebruiker.

Analyses die zijn ingesteld op een periode van de afgelopen, dag, maand, jaar verversen zichzelf op elk moment dat een nieuw bericht wordt opgehaald.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

Clipit kan via RSS, XML en API kale data aanleveren op elk gewenst tijdstip en frequentie. Deze data kan worden gebruikt voor overzichtsschermen. Een overzichtsscherm heeft Clipit in de vorm van een online dashboard.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Wanneer analyses worden ingesteld, updaten dezen zichzelf aan de hand van de ingestelde criteria. Er is geen sprake van automatische doorplaatsing of verspreiding.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Statistieken relevant voor webcare zijn;

Meest actieve auteurs in combinatie met sentiment, sentimenttrend en sentiment over het merk in een bepaalde periode.

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

- Vanuit het nieuwsoverzicht kan de gebruiker;
- Direct reageren op tweets (of retweeten)
- Doorplaatsen naar collega's
- Doorplaatsen naar social media
- Opslaan in een map
- Labelen met een actie
- Opmerking bij bericht plaatsen

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Mogelijk. Verschillende labels met actie aan gekoppeld en vervolgens door te plaatsen aan juiste gebruiker.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

-

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Privéberichten niet mogelijk vanuit de tool. Wel reply en retweet of doorplaatsen op verschillende media vanuit tool.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?**IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?**

Tussen gebruikers vindt conversatie plaats via opmerkingen bij berichten

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

-



CLIPIT

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Abonnementen per 3, 6 of 12 maanden. Automatisch verlengd tenzij anders afgesproken.
Opzegging tot een maand voor de verlenging

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

Kostenstructuur per zoekopdracht een extra opties (basis is redactionele bronnen, extra is social media, aanlevering via API, rss, xml, in optie analyse tevens PR-waarde berekening en optie om eigen grafieken en statistieken te maken), ongeacht het aantal berichten. Gebruikers onbeperkt.

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Prijs wordt per maand, afhankelijk van aantal zoekopdrachten en extra opties.
Prijzen vanaf 25 euro per maand.

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Gratis.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT

Nee, support is onbeperkt.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Crisisaccounts zijn mogelijk, ook zelf in te stellen. Bestaande zoekopdrachten kunnen ten alle tijden worden gewisseld.

ADDITIONELE INFORMATIE

IS ER NOG ANDERE INFORMATIE DIE NOG NIET IS GEVRAAGD, MAAR WEL VAN BELANG IS VOOR DE BESCHRIJVING VAN DE TOOL?

Clipit berekent sinds februari voor elk bericht de PR-waarde, uitgedrukt in euro's. Dit doen we als eerste in de branche volledig geautomatiseerd. De PR-waarde gaat uit van het principe, wat had het gekost als ik een advertentie van vergelijkbare waarde zou inkopen. Er wordt dus uitgegaan van advertentiekosten en vertoningen, maar ook van sentiment, branding, kernboodschap, lengte van artikel en aantal volgers.



COOSTO

BEDRIJSNAAM / TOOL

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

22 FTE.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?)

De dienst Coosto is op 29 augustus 2010 gelanceerd. Coosto is een dochteronderneming van Wiseguys Internet B.V., opgericht in 1999. Wiseguys levert Spider, webmining en classificatie technologie.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Bij Coosto ligt de prioriteit bij het ontwikkelen van innovatieve technologie voor grote hoeveelheden social webdata (big data).

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Niet vrijgegeven.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

Niet vrijgegeven.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

Monitoring, webcare (workflow management & engagement).

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

Training, technische consultancy m.b.t. de dienst Coosto.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Coosto wordt gebruikt door bedrijven en organisaties in de volgende sectoren: overheid, financieel, ICT, gezondheid, energie, recreatie, educatie en retail.

Coosto is echter een generiek product wat gebruikers de vrijheid biedt om precies datgene eruit te halen dat voor hun organisatie relevant is. Dit zorgt ervoor dat Coosto door vele verschillende type organisaties/bedrijven kan worden ingezet.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

Volume aan data, historisch archief vanaf januari 2009 (onafhankelijk van zoekterm), flexibele snelle manier van zoeken, diepgaande data-analyse.

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

Al onze partners zijn te vinden op onze website: <http://www.coosto.nl/home/partner>



COOSTO

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

De Coosto servers zijn zowel software als hardware-matig redundant uitgevoerd. Daarnaast draait er een real time redundante backup. De hardware beschikt over redundante powersupplies en netwerksupplies.

De servers worden door Coosto gehost in een zwaar beveiligd datacenter van KPN voorzien van een luchtgekoelde omgeving. In het datacenter zijn 24 uur per dag, 7 dagen per week diverse beveiligingscamera's actief. In het datacenter houdt de portier 24x7 toezicht op het betreden en verlaten van het datacenter. Alle racks waarin in de servers staan zijn voorzien van cijfersloten. Het datacenter is beveiligd met het VESDA systeem (hoge snelheid rook- en fijnstofdetectie). De alarmopvolging is 24x7. Fysieke toegang tot het datacenter is 365 dagen per jaar mogelijk, 24 uur per dag mogelijk door een KPN uitgegeven persoonsgebonden toegangspas op naam van een Coosto medewerker.

Het datacenter heeft meerdere redundante verbindingen met de Amsterdam Internet Exchange (AMS-IX), verschillende transit-partijen en directe verbindingen naar de belangrijkste Nederlandse ISP's. De stroomvoorziening in het Datacenter is aangesloten op twee onafhankelijke 2.000 KVA transformatorstations. Tevens is de stroomvoorziening voorzien van een no-break systeem. Dit systeem is een back-up voorziening bestaande uit een dieselgenerator, 230 VAC Nobreak en 48 VDC, waarop in geval van calamiteiten overgeschakeld kan worden.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

De architectuur van Coosto is zo ontwikkeld dat het lineair schaalt.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Coosto richt zich voor de ontwikkeling van het product voornamelijk op hetgeen de klanten als input leveren in combinatie met R&D. Via een feedbackknop in de tool kunnen klanten opmerkingen en suggesties indienen. Deze nemen wij allen mee in de bespreking van onze roadmap. Daarnaast leveren de klantcontacten van onze accountmanagers belangrijke nieuwe input op.

Voor specifieke onderwerpen organiseren wij klantsessies om meer input te krijgen van onze klanten. Een voorbeeld: Voor de doorontwikkeling van onze webcare omgeving hebben wij onlangs een serie klantsessies georganiseerd. Tijdens deze sessies hebben een set van opdrachtgevers hun wensen kenbaar gemaakt voor de nieuw te realiseren functionaliteit.



COOSTO

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SaaS.

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Middels API calls.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Voor support kunnen de klanten via een speciale knop in de tool hun vraag of opmerking plaatsen. Deze wordt binnen het uur door de support afdeling behandeld. Voor dringende vragen is de support afdeling tevens telefonisch bereikbaar.

Coosto wordt gewaarborgd door een gedetailleerd service level agreement waarin diverse probleem klassen gekoppeld zijn aan response tijden en verplichtingen vanuit Coosto.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

De roadmap wordt voornamelijk opgebouwd aan de hand van gebruikersfeedback en klant- en partnersgesprekken. De roadmap voor de komende 2 kwartalen wordt via een link in de tool aan de klanten gecommuniceerd.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)?

Coosto kan gebruikt worden binnen iedere moderne Internetbrowser m.u.v. IE6.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Coosto is volledig compatible voor mobile devices.



COOSTO

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

385.000 bronnen (en groeiende), gemiddeld 3.1 miljoen berichten per dag (en groeiende).

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Gebruikers kunnen aan ons doorgeven welke bronnen zij graag toegevoegd willen hebben.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Coosto indexeert opinie, meningen en nieuwsberichten. Postings die binnen deze categorieën vallen worden toegevoegd aan onze database ongeacht het type bron, platform vanuit waar er wordt gepost, of het device dat wordt gebruikt om een bericht te posten. Bij het indexeren van berichten wordt taalclassificatie toegepast.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

De data wordt opgeslagen in onze daarvoor speciaal ingerichte serverparken in Nederland.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN(OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

In een eigen data storage netwerk.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Momenteel Nederland, België en het Verenigd Koninkrijk.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)?

Deze worden geïndexeerd zolang de andere taal niet dominant is.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Berichten worden binnengehaald door binnen ons bedrijf ontwikkelde spiders technologie.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Coosto indexeert opinie, meningen en nieuwsberichten. Statische websites, zoals bv. corporate webpagina's worden binnen Coosto niet meegenomen.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja: Twitter, Facebook, LinkedIn, Hyves, Google+.

Posts en reacties. Updatefrequentie: Twitter/Facebook realtime, overig ieder uur.

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIIJ.NL)

Ja. Posts en comments.

Updatefrequentie: ieder uur.



COOSTO

BRONNEN

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja, meer dan 100 K. Posts en comments. Updatefrequentie: ieder uur.

BLOG'S

Ja, meer dan 100 K. Posts en comments. Updatefrequentie: ieder uur.

AFBEELDINGEN

Titels van en reacties op afbeeldingen.

VIDEO

Nee.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (B.V. FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)?

Ja, Coosto is aangesloten op de Twitter firehose.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

De openbare pagina's. In het geval dat een Facebook account voor de webcare wordt gekoppeld aan Coosto alle berichten van die pagina (binnen de eigen projectomgeving).

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Alleen digitaal beschikbare artikelen.



COOSTO

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Positief/negatief: ja.

Andere sentimenten: neutraal.

Sentiment wordt geautomatiseerd toegekend. Gebruikers kunnen voor elk bericht het sentiment handmatig aanpassen.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK).

Neutraal.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

Gemiddeld kan Coosto 85% van de berichten voorzien van een sentiment, waarvan weer 85% correct wordt geclassificeerd. De betrouwbaarheid van de sentiment-analyse is in enige mate afhankelijk van het type zoekopdracht. Van berichten met ironie, sarcasme of straattaal is het sentiment lastiger te bepalen. Bij een zoekopdracht die veel van dergelijke berichten oplevert zal de nauwkeurigheid wat lager zijn. Het genoemde percentage van 85% is een gemiddelde.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Ja. Alle bronnen.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Ja.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja. Bij de invloed wordt voornamelijk gekeken naar interactie: als een auteur een bericht plaatst, hoe vaak wordt hier op gereageerd/ hoe vaak wordt dit bericht doorgeplaatst (geretweet). Daarnaast wordt het aantal volgers meegenomen. Dit alles wordt gemeten op basis van een oneindige boomstructuur, onafhankelijk van tijd.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Volume (hoeveel), sentiment (hoe), trending topics (wat), websites (waar), auteurs (wie). Deze vormen kunnen in iedere denkbare combinatie toegepast worden.



COOSTO

GENEREREN META-DATA

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Ja, Coosto biedt een bereikscore waarmee men bronnen kan selecteren die een groot potentieel bereik hebben.

Voor de totstandkoming van deze score wordt gekeken naar populariteit op basis van traffic.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Deze optie is op dit moment niet beschikbaar.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Alle data kan worden geëxporteerd naar CSV- of Excel-formaat, van waaruit het gekoppeld kan worden aan andere externe bronnen.



COOSTO

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

Geavanceerde boolean operators.

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Ja.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN?

(TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

Ja.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Is een standaard sortering in Coosto op basis van ADF.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ..)

Maand, week, dag, uur, minuut.



COOSTO

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Monitoring en webcare. Binnen zowel de monitoring als webcare module zijn rapportage-modules aanwezig.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Aan ieder bericht kan met een taak en label worden toegewezen aan een collega. Men kan ook instellen dat dit automatisch wordt gedaan. Men kan vervolgens memo's toevoegen aan een taak, vanuit een taak reageren op het betreffende bericht en de status van een taak aanpassen. Er kunnen rapportages worden uitgedraaid over zowel de taken (o.a. behandeltijd, acties) en de engagement (o.a. reactietijd).

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIELEVEL VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Ja.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Admin: kan alles wat betreft monitoren en webcare en heeft tevens het recht om gebruikers te beheren.

Editor: kan alles wat betreft monitoren en webcare, behalve gebruikers beheren.

Guest: kan na inloggen alle data bekijken, maar niet zelf zoeken/zoekopdrachten aanpassen.

Kan tevens gebruik maken van de webcareomgeving.

Receiver: kan niet inloggen in Coosto maar wel alerts en automatische rapportages ontvangen.

Rechten worden per gebruiker ingesteld. Alerts, rapportages en webcare taken kunnen wel direct aan groepen deelnemers worden toegekend.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Door in de grafiek te klikken kan worden ingezoomd op een bepaalde periode (b.v. een dag).

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

Coosto kan berichten automatisch in de webcare omgeving laten binnenkomen en desgewenst een e-mail naar de webcare-medewerker sturen als er een nieuw bericht is. Vanuit de tool kan vervolgens direct op het bericht worden gereageerd, maar ook advies worden gevraagd aan collega's.



COOSTO

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Webcare: taken, engagement.

Monitoring (PDF): volume en sentiment, Trending topics, bronnen, auteurs, berichten van een enkele zoekopdracht of van een vergelijking. Het is tevens mogelijk deze rapportage automatisch te laten versturen. Dit kan per dag, week of maand, waarbij zelf de gewenste dag kan worden gekozen. Ieder onderdeel van Coosto is te exporteren naar Excel, CSV, PDF, JPEG, GIF of TIF.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Lijngrafieken, staafgrafieken, tagcloud.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Alerts zijn naar eigen wens in te stellen:

- Alert bij een overschrijding van een bepaald volume aan berichten.
- Alert bij een bepaald aantal positieve en/of negatieve berichten.
- Alert zodra er een bericht verschijnt
- Wel of geen updates na de 1^e notificatie.

Alerts zijn realtime voor zover de data realtime wordt geïndexeerd (Twitter, Facebook) en worden per e-mail verstuurd. Naast de notificatie zelf worden ook de 50 meest recente berichten getoond. Alerts worden verstuurd per e-mail.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Zie bovenstaand antwoord.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

Coosto heeft hiervoor zijn zogenaamde 'Sonar'. Deze laat de realtime berichtgeving zien rondom een zoekopdracht, inclusief sentiment, trending topics en volume opbouw, onafhankelijk van het type bron.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Alerts worden automatisch verstuurd.

PDF rapportages kunnen automatisch worden verstuurd. Dit kan per dag, week of maand, waarbij zelf de gewenste dag kan worden gekozen.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Er kunnen rapportages worden uitgedraaid over zowel de taken (o.a. behandeltijd per agent, behandeltijd per label, behandeltijd per bron, acties) en de engagement (o.a. reactietijd).



COOSTO

RAPPORTAGE

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Coosto kan berichten automatisch in de webcare omgeving laten binnenkomen en desgewenst een e-mail naar de webcare-medewerker sturen als er een nieuw bericht is. Vanuit de tool kan vervolgens direct op het bericht worden gereageerd, maar ook advies worden gevraagd aan collega's.



COOSTO

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Aan ieder bericht kan met een taak en label worden toegewezen aan een collega. Men kan ook instellen dat dit automatisch wordt gedaan. Men kan vervolgens memo's toevoegen aan een taak, vanuit een taak reageren op het betreffende bericht en de status van een taak aanpassen.

Een webcare agent kan direct vanuit Coosto een reactie plaatsen op het betreffende bericht.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Aan ieder bericht kan met een taak en label worden toegewezen aan een collega. Men kan ook instellen dat dit automatisch wordt gedaan. Men kan vervolgens memo's toevoegen aan een taak, vanuit een taak reageren op het betreffende bericht en de status van een taak aanpassen.

Er kunnen rapportages worden uitgedraaid over zowel de taken (o.a. behandeltijd, acties) en de engagement (o.a. reactietijd).

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Ja.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Reageren is mogelijk op Twitter en Facebook, fora en blogs.

Reageren op privéberichten is ook mogelijk.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

Alle taken en bijbehorende conversaties worden bewaard in de webcareomgeving (tenzij men ze wil verwijderen). Deze taken zijn op verschillende manieren te sorteren.



COOSTO

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Doorlopend contract of jaarcontract met mogelijkheid tot tussentijds opzeggen.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

Vanaf 150 euro (via partner).

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Vanaf 150 euro (via partner).

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Training 500 euro per groep, inclusief doorlopende technische consultancy.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Support is inbegrepen in bovengenoemde prijzen.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Dit is mogelijk.



HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

25 medewerkers.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

12 jaar. We nemen al sinds 2000 de belangrijkste nieuwsbronnen en weblogs mee, begin 2010 zijn we gestart met monitoren twitter, facebook, fora en andere some bronnen.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

De snelle opkomst van Social Media heeft het ondernemerschap voorgoed veranderd:

Zowel de hoeveelheid informatie, de snelheid van kennisdeling, het groeiende aantal participerende en publicerende individuen en organisaties groeien de komende jaren explosief.

Het is voor organisaties meer dan ooit van belang om deze groeiende hoeveelheid online informatie te kunnen verzamelen, filteren, verrijken en te delen ter versterking van haar eigen bedrijfsvoering. Alle organisatiedisciplines gericht op de klant gaan niet langer als losse 'kolom' opereren maar als een eenheid. Informatie moet binnen deze structuur eenduidig en consistent verzameld en gedeeld worden; zowel intern als extern.

Social Media creëren nieuwe vormen van klantrelaties en samenwerken waardoor het structureren van 'social conversations' de commerciële slagvaardigheid van een organisatie bepaalt.

HOWARDSHOME ENABLES ORGANISATIONS TO CREATE SOCIAL BUSINESS VALUE

HowardsHome maakt van ongestructureerde online data, gestructureerde strategische informatie.

HowardsHome biedt met haar producten en expertise organisaties de mogelijkheid om online informatie en social conversations te kunnen verzamelen, filteren, verrijken en delen ter versterking van de commerciële activiteiten en van de eigen interne organisatie.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Onze omzetcijfers worden niet openbaar gepubliceerd.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

Op basis van de ingezette Social Business strategie wordt de komende jaren een belangrijke omzetgroei verwacht.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

- Finchline: Social media/nieuws monitoring en analyse
- Magpipe: Social business platform voor organisaties
- HowardsHome: nieuwsmonitoring en distributie

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

Via gespecialiseerde partners.



HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

BEDRIJFSNAAM / TOOL

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

- Sales & marketing (bureaus en professionals)
- Public relations
- Marktonderzoek
- R&D
- Organisatiebureau's en business consultancy

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

Finchline:

- Focus op Nederlandse taal
- Realtime
- Analyse mogelijkheden
- Gebruiksgemak

Magpipe:

- Integratie LinkedIn / Twitter
- Social business platform, gaat verder dan webcare:
- Een platform waar alle actuele online informatie over (potentiele) klanten en concurrenten optimaal gefilterd, samengevat en gedeeld kan worden met collega's
- Het vergroot de samenwerking en de effectiviteit van alle commerciële disciplines binnen een organisatie op basis van het verzamelen en delen van online informatie met als resultaat nieuwe klanten en meer omzet uit bestaande klanten
- Helpt bij het integreren van beschikbare online informatie binnen CRM omgevingen
- Mogelijkheid om kennis binnen de hele organisatie te delen (niet alleen binnen één klein team)

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

O.a. Deloitte, Lammers van Toorenborg PR, Pondres, 3sixtyfive.

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

Periodieke audits en eigen personeel.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

Volledig schaalbaar doordat systemen in cloud staan (binnen EU ivm privacy wetgeving).

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Maandelijks ontwikkelcyclus. Input vanuit partners, support en eigen sales plus analyse van gebruik.



HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SaaS

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Software is ivm schaalbaarheid en gebruik door diverse toepassingen vrijwel volledig op API's gebaseerd. Deze API's zijn nog niet publiek beschikbaar, dit staat wel op de roadmap.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Finchline: diverse deelmogelijkheden, nu meestal maatwerk

Magpipe: Alle bekende CRM pakketten staan op de roadmap

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Best effort / uptime 2011: 99,95%

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

Roadmap wordt vastgesteld voor 1 jaar, 3 maanden en komende ontwikkelcyclus van 1 maand. De roadmap is gebaseerd op gebruikersvragen, en op basis van inzichten in marktonwikkelingen en technische mogelijkheden.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)

IE 9+ / Chrome of Firefox

Alles is volledig HTML 5 en werkt net zo goed op pc als op tablets.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Alle, geen beperkingen. Voor Magpipe ook mobiele apps voor ios (Apple), Android en Blackberry.



HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Ons uitgangspunt is een zo breed mogelijke brondekking. Klanten selecteren Finchline mede vanwege deze bewezen optimale brondekking.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Ja, via verzoek aan de helpdesk. Hier zijn geen kosten aan verbonden.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Een bron moet actief zijn en waarde toevoegen. We bezoeken de bron zelf, als hier bijvoorbeeld een jaar geen berichten zijn opgenomen dan nemen we deze niet mee.

Voorbeeld: Een site die een RSS feed van nu.nl doorplaatst zonder waarde toe te voegen nemen we niet op.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Nederland en Ierland. Maximaal 1 jaar.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

In de gebruikersdatabase.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Alleen Nederland (Finchline)

Nederlands en Engels (Magpipe), in principe taalafhankelijk.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Eigen ontwikkelde algoritmes. Door onze meer dan 10 jaar ervaring op dit gebied levert dit een beter resultaat dan de taaldetectie die bijvoorbeeld Twitter zelf levert.

Niet-Nederlandse berichtgeving van een Nederlander wordt niet meegenomen.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Meeste berichten via zelfontwikkelde crawlers. We crawlen volledige berichttekst en vertrouwen niet zonder meer op de aanlevering die in RSS feeds zit.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja, belangrijkste bronnen (near) realtime, andere bronnen meerdere malen per dag.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja, belangrijkste bronnen (near) realtime, andere bronnen meerdere malen per dag. Artikelen, posts en comments.



HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

BRONNEN

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ja, belangrijkste bronnen (near) realtime, andere bronnen meerdere malen per dag.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja, belangrijkste bronnen (near) realtime, andere bronnen meerdere malen per dag.

BLOG'S

Ja, belangrijkste bronnen (near) realtime, andere bronnen meerdere malen per dag.

AFBEELDINGEN

Nee.

VIDEO

Nee.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)

Omdat taaldetectie van Twitter onvoldoende functioneert hebben we zelf crawlers ontwikkeld. Dit blijkt in vergelijkende tests bijzonder effectief en levert een beter resultaat. We halen alle Nederlandstalige tweets op, op dit moment > 5 miljoen per dag.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Dit gebeurt via zoekinterface van facebook. Alle publiek beschikbare informatie over opgegeven trefwoorden wordt geïndexeerd.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

De sites van kranten, omroepen en dergelijke worden meegenomen. RTV uitzendingen vallen buiten de monitoring. Rechtspraak, parlementaire informatie, etc. zijn wel inbegrepen.



HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Positief/negatief: ja

Andere sentimenten? (neutraal en onbekend)

Geautomatiseerd ja

Handmatig Nee

Twittersentiment vanaf augustus

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)
NLP

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

Hangt van het onderwerp af, tussen de 70 en 80%.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Auteurs, persoons en bedrijfsherkenning worden standaard binnen FinchLine aangeboden. Afhankelijk van bron ook bio informatie beschikbaar. Binnen Magpipe worden aanvullende functies aangeboden waarin bijvoorbeeld historie wordt opgebouwd (social CRM).

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN

Ja.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Nee.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Sentiment, volume, personen, bedrijven, bronnen, tijd, share of voice, auteur, thema's, etc.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Nee.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Nvt, we richten ons met Finchline op het Nederlands taal gebied.



HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

GENEREREN META-DATA

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UITINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Nvt, we richten ons met Finchline op het Nederlands taal gebied.

**IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-
WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.**

Alle data kan (geautomatiseerd) geëxporteerd / gedownload worden voor verwerking in eigen systemen.

HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

SQL en visuele drilldown.

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Ja.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN? (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

Ja.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Nee.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ...)

Uur, dag, week, maand, kwartaal, jaar.

Resultaten

Klikken op een datapunt geeft inzicht in de achterliggende artikelen.



HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Finchline Explore > nieuws en sociale media snel, realtime verkennen en analyseren

Finchline Enterprise > nieuws en sociale media rapporteren, delen en verspreiden

Magpipe > social business platform waarmee je berichten uit LinkedIn, twitter en alle andere bronnen die ook in Finchline zitten kunt delen en discussieren met collega's en van waaruit je kunt antwoorden. Magpipe gaat verder dan webcare. Het richt zich volledig om social conversations binnen en buiten je organisatie te managen.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Workflow kun je volledig zelf bepalen met behulp van groepen, tagging en zoekfilters. Magpipe is meer dan een webcare omgeving en richt zich op het managen van social conversations (intern en extern).

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIELEVELU VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Ja, door middel van tagging.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Finchline is single user (geen rollen en rechten)

Magpipe: groepsgebaseerd rechtensysteem (volledig aanpasbaar)

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Dit is mogelijk.

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

Voor ons niet van toepassing.





HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Sentiment, volume, personen, bedrijven, bronnen, tijd, share of voice, auteur, thema's. Wij leveren binnen onze diensten een onderscheidende en tijdbesparende Twitter- en Newscloud die visualiseert welke onderwerpen spelen of hebben gespeeld.

Brondata en de afgeleide analysedata zijn te exporteren in: PDF, CSV, XLS.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE? (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Staaf, pie, lijst, tag cloud, tabel, combinatie van één of meer onderwerpen, thema facet visualisaties.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

E-mail alerts > near realtime (tweets, nieuws en social).

Dagelijkse, wekelijkse of maandelijkse nieuwsbrieven.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Dit is standaard.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

News- en twittercloud kunnen op iedere HTML 5 browser getoond worden met auto-refresh.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Ja, over alle ingestelde topics, PDF en Excel via e-mail.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Niet van toepassing.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Niet van toepassing.

HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Reageren (afhankelijk van bron), doorsturen en delen met collega's, reageren naar collega's / discussieren, liken.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Zowel labelen als toewijzen gebruiker.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Ja, via zoekopdracht en volgen van personen.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Integratie met Twitter, uitgebreide LinkedIn integratie. Uitbreiding andere netwerken op roadmap.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

Niet van toepassing.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Magpipe is gericht op gebruik binnen de hele organisatie (niet alleen het webcare team).

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Engagement per gebruiker, activiteit in groepen, bedrijven, commentaren per periode etc.

Finchline Explore
Newscloud





HOWARDSHOME (FINCHLINE / MAGPIPE)

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN
STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)
?

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

- Finchline Explore: 99 euro per maand
- Finchline Enterprise: 600 euro per maand

Prijzen netto excl BTW

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Magpipe: 100 euro per maand voor de eerste 10 gebruikers.

Daarboven 10 euro per medewerker per maand excl implementatiebegeleiding.

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY.

90-125 euro per uur

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Nee.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Mogelijk in overleg.



MEDIA INJECTION

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

15 medewerkers.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

Maart 2010.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Media Injection richt zich op het aanbieden van een totaal oplossing op het gebied van social enterprise marketing software. Daaronder valt niet alleen Engagement, maar ook Listening, Analytics & Facebook marketing. Dit alles moet naadloos geïntegreerd kunnen worden met bestaande bedrijfssystemen.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Media Injection is in 2010 opgericht en is jaar op jaar met meer dan 500% gegroeid.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

1. Engagement & social campaigning platform
2. Social Analytics
3. Online + Social monitoring
4. Webcare
5. Facebook Marketing

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

Naast de software wordt er operationele & tactische consultancy aangeboden.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Media Injection is gespecialiseerd in social media engagement & social campaigning.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

Media Injection is het enige social enterprise pakket op de Nederlandse markt die het volledige spectrum van social media management aanbiedt. Waarbij andere aanbieders veelal zitten op buzz monitoring gaat Media Injection juist uit van de actieve communicatie binnen de owned social channels van een merk.

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

OMD, Isobar, GroupM, Nettribes

MEDIA INJECTION

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

Het platform is meerdere keren onderworpen aan een audit. Daarnaast huren we periodiek experts in om het hele platform te reviewen.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

Het platform wordt via de cloud aangeboden, waardoor het zeer schaalbaar is zowel in het binnenland als in het buitenland.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Met elke klant wordt er periodiek overleg gevoerd via een contact frequentie strategie. Tijdens dit overleg wordt de roadmap ook besproken en daar kan de klant aangeven waar prioriteit aan gegeven moet worden.





MEDIA INJECTION

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SaaS en in unieke gevallen lokaal ivm beveiligingsbeleid.

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja. Er zijn verschillende API's: CRM data, Conversie trackers, social sharing, statistieken, campagne data.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Er zijn integraties voor diverse pakketten beschikbaar waaronder RightNow, Omniture, Media Mind, DCM etc.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Er wordt een 99,9% uptime gegarandeerd. Verder is er 40 uur per week support beschikbaar en na kantoor tijden kunnen klanten contact leggen met een persoonlijke account manager om issues op te lossen.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

De roadmap wordt samen met de klant & de verschillende social networks ontwikkeld. Hierin staan alle taken die het komende jaar ontwikkeld moeten worden en afhankelijk van de prioriteit gebeurt dat eerder of later. Hier heeft de klant actief invloed op. Gemiddeld elke 6 weken komt er een nieuwe release.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)

Niet van toepassing, omdat de het systeem online beschikbaar wordt gesteld.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Voor mobiele apparaten (iOS & Android) zijn er native apps beschikbaar.



MEDIA INJECTION

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

250.000 bronnen wereldwijd, exclusief social networks.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Via leverancier. De taxonomie van de door te zoeken bronnen wordt samen met de gebruiker opgesteld. Media Injection stelt deze dan in, met goedkeuring van de gebruiker.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Deze criteria wordt in overleg met de klant opgesteld.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Nederland voor onbeperkte tijd.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Op de servers van Media Injection in Nederland.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Standaard ondersteuning voor Nederlands, Engels, Duits, Frans, Spaans, Italiaans.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Berichten uit social media worden herkend aan de taalinstellingen van het account van de desbetreffende gebruiker. Traditionele bronnen (zoals blogs, nieuwssites etc.) zijn op voorhand handmatig vastgelegd.

Niet-Nederlandse berichten van Nederlandse auteurs worden alsnog binnengehaald, maar van een ander label voorzien. Door middel van filters is dit bericht alsnog in te zien.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Berichten uit social networks worden binnen gehaald via beschikbare API's, indien beschikbaar real-time. Traditionele bronnen worden binnen gehaald via zowel technische crawling/spidering & rss feeds.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja, meerdere cycli per dag.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja, volledige ontsluiting, indien beschikbaar real time.

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ja, meerdere cycli per dag. In de huidige versie worden comments uitgesloten.

MEDIA INJECTION

BRONNEN

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja, meerdere cycli per dag. In de huidige versie worden comments uitgesloten.

BLOG'S

Ja, meerdere cycli per dag. In de huidige versie worden comments uitgesloten.

AFBEELDINGEN

Ja, inclusief meta data.

VIDEO

Ja, inclusief meta data.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)

Ja, real-time, volledige ontsluiting + phirehose level 2.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Ja, real-time, alle pagina's beschikbaar indien berichten publiekelijk gedeeld (privacy instelling).

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Nee.





MEDIA INJECTION

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Positief/negatief: Ja

Andere sentimenten? Nee

Geautomatiseerd Ja

Handmatig: Ja

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)?

Sentiment analyse is zelflerend via zogenaamde machine learning of kunstmatige intelligentie technologie, maar is optioneel voor 100% handmatig te analyseren.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

De sentiment analyse wordt volledig op elke klant afgestemd. Dit betekent dat elke klant een “eigen” analyse model heeft. Deze betrouwbaarheid kan dus per klant variëren.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Binnen de social networks is het volledig mogelijk om inzicht te krijgen in de auteurs, de activatie en influence historie. Hier zijn uitgebreid segmenten op aan te brengen zoals geslacht, leeftijd, connecties, interesses etc. Voor het traditionele web wordt er alleen onderscheid gemaakt op bron niveau (bv telegraaf.nl)

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Ja. Er kan een volledig maatwerk zoekprofiel door de gebruiker ingesteld worden die van zeer complex met meerdere keywords, concurrenten en alternatieve merknamen tot zeer simpel op het niveau van enkele keywords of hashtags kan variëren.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja, deze invloed wordt bepaald door het bereik van de auteur, maar nog sterker door de betrokkenheid van de auteur tot de klant. Zo kan een auteur voor merk A zeer invloedrijk zijn, maar voor merk B totaal niet.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Media Injection biedt meer dan 50+ indicatoren aan waaronder, sentiment, activatie, media waarde, influence indices, demografie, click analyse, fan groei, bericht/artikel inhoud etc.

MEDIA INJECTION

GENEREREN META-DATA

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Ja, dit is handmatig te bepalen. Verder wordt er automatisch geanalyseerd wat het belang van een bepaalde bron is voor de klant en indien nodig de waardering aangepast.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Het is niet mogelijk om berichten uit een andere taal te vertalen via Google Translate. Het systeem detecteert wel automatisch wat de taal van het ontvangen bericht is.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja, indien aanwezig.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Media Injection is gespecialiseerd in het koppelen van externe data. Zie vraag over API's.



MEDIA INJECTION

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

Wegens gebruiksvriendelijkheid stelt het systeem op basis van gebruikersinput zelf de “query” samen. De query of het zoekprofiel wordt via een hiërarchisch formulier opgebouwd:

- Merk naam + alternatieve merknamen
- Relevante concurrenten
- Topics/subjects/keywords

Per onderdeel is het mogelijk om de opdracht te verfijnen en aan te geven binnen welke bronnen gezocht moet worden (bv alleen facebook).

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Ja.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

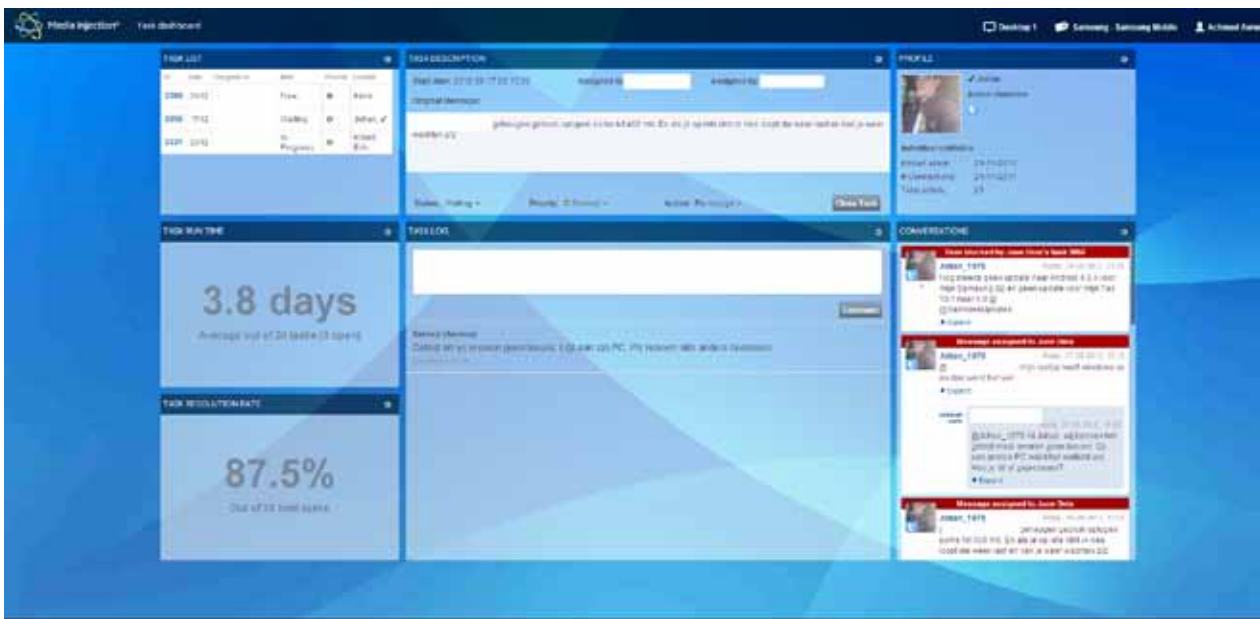
Nee, alle resultaten worden chronologisch weergegeven. Deze zijn echter wel weer te filteren op de onderdelen uit de vraag.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Ja, alle resultaten worden voorzien van een relevantie score om te voorkomen dat de resultaten “vervuild” worden met een overvloed aan resultaten. Het platform leert op basis van het zoekprofiel, de bron, de positie van de gevonden resultaten en het gebruik van de klant zelf wat de relevantie per bericht wordt.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ...)

Tot op minuut niveau.





MEDIA INJECTION

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (B.V. WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

- Community management/ webcare
- Publishing (content management naar social networks)
- Analytics
- Online + Social search
- CRM/Address book
- Conversion management
- Social sharing
- Reporting

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

- Assign: Ontvangen berichten en/of artikelen kunnen via workflow management aan teamleden toegekend worden
- Active message blocking: berichten die op dit moment door een teamlid behandeld/beantwoord worden, zijn geblokkeerd door andere gebruikers
- Message labels: berichten kunnen gelabeld worden om deze of in te delen in categorieën (bv klacht, vraag, compliment) of gearhiveerd worden.
- Task statistics: hiermee houdt de beheerder bij wat oa. De doorlooptijd van taken zijn, hoeveel berichten er verwerkt worden, wat de antwoordsnelheid is en dit op zowel netwerk als gebruikersniveau.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIE NIVEAU VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Ja.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Er zijn standaard 2 niveaus: users & admins. Hierbinnen zijn weer groepen aan te maken, waar per groep bepaald kan worden wat ze wel of niet kunnen.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Dit is niet mogelijk.

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UITING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

Berichten kunnen hier op gesorteerd worden. Door ook gebruik te maken van de label functie is eenvoudig uit filteren welke berichten wel en welke nog niet behandeld zijn.

Verder heeft elke gebruiker de beschikking over een unieke samenstelling van het dashboard waardoor ieder voor zich ten alle tijde kan zien waar hij of zij gebleven is met zijn of haar voorkeursinstellingen.



MEDIA INJECTION

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Via het dashboard heeft de gebruiker de volledige controle om rapportages te customizen. Verder zijn er ook standaard rapportages beschikbaar die via email in verschillende formaten opgestuurd kan worden.

Er kan gerapporteerd worden op meer dan 100 indicatoren, die grofweg in de volgende categorieën in te delen zijn:

- Netwerk activiteit
- Engagement activiteit
- Engagement valuation
- Impressies & Views
- Activatie ratio IPM
- Demografie
- Workflow & bericht doorloop- en response tijden
- Click aantallen/link prestaties
- Sentiment analyse
- Concurrentie search & engagement analyse
- Onderwerp analyse
- Trend analyse

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE? (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Van alle indicatoren die het systeem aanbiedt (50+) kan de gebruiker zelf aangeven welke er getoond moeten worden, in welke afmeting, welke grafieksoort (bar, line, pie, freq etc).

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Er kunnen verschillende alerts ingesteld worden die door de gebruiker zelf te bepalen zijn. Denk hierbij bijvoorbeeld bij het bereiken van mijlpalen zoals een bepaald aantal comments, nieuwe fans, likes etc. Deze kunnen vervolgens verstuurd worden via sms en email.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

De meest actuele informatie is real-time via het platform's dashboard te bekijken.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

Elk dashboard van het platform is zo ingericht zodat het tevens voor narrowcasting gebruikt kan worden. De klant kan vervolgens exact aangeven wat ze wel of niet laten zien. Terminologie in het dashboard is tevens aan te passen zodat voorbijgangers in begrijpbare taal kunnen lezen wat er met bepaalde resultaten bedoeld wordt.

MEDIA INJECTION

RAPPORTAGE

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Er kunnen op meerdere niveaus rapportages samengesteld worden:

- Project niveau
- Merk niveau

Deze kunnen vervolgens dagelijks, wekelijks of maandelijks naar ingeschreven gebruikers verstuurd worden.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

- Antwoordsnelheid
- Afhandeltijd
- Berichten intensiteit
- Bericht categorieën
- Totaal aantal berichten

Dit alles is zowel op netwerk als gebruikersniveau beschikbaar.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Zoals in de vraag hierboven aangegeven is het mogelijk om per netwerk in kaart te brengen wat de doorlooptijd of antwoordsnelheid is.





MEDIA INJECTION

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Reageren, doorsturen, retweeten/sharen, liken, toekennen aan een teamlid, inzicht in individuele statistieken, conversatie historie bekijken, labels toekennen, archiveren.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Zowel labelen als doorsturen is beide mogelijk.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Nee.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Twitter, Facebook, Youtube, LinkedIn, Hyves, Flickr etc. zijn volledig geïntegreerd. Er kunnen dus niet alleen berichten ontvangen en verstuurd worden, maar er kan ook gereageerd worden, indien beschikbaar via priveberichten.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

Bij elk bericht bestaat de mogelijkheid om direct de conversatie historie te bekijken.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Bij elke taak/bericht is het mogelijk om een logboek aan te leggen door meerdere teamleden. Leden kunnen ook onderling de taak naar elkaar doorschuiven indien nodig.

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Afhankelijk van het perspectief zijn er binnen Media Injection meer dan 50 indicatoren. Denk hierbij aan: (op persoons/auteurs niveau aan) influence, activation, performance. Maar ook zaken zoals Word of Mouth analyses, sentiment, media valuation, concurrentie analyses, antwoordsnelheid etc.



MEDIA INJECTION

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Contracten variëren tussen de 6 en 12 en 36 maanden. In de eerste maand bestaat er de mogelijkheid voor een break out om deze maand te benutten als test.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

Er bestaat een fixed fee contract of een pay per use contract. Bij de laatste wordt afgerekend op de hoeveelheid kanalen, users & modules. Een klant kan al starten met een volledige engagement, webcare & online/social search setup vanaf 750 euro per maand.

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Dit zit inbegrepen in de standaard prijs.

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Training, setup & initiele on-site begeleiding is beschikbaar. Afhankelijk van de situatie en het type klant wordt deze vantevoren berekend.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Nee, tenzij maatwerk of consultancy.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Het platform beschikt over ruim voldoende capaciteit en opschalen is zodoende op klant niveau niet nodig. Dit gebeurt volledig automatisch, zonder tussenkomst van de klant of gebruiker.



MELTWATER

BEDRIJFSNAAM / TOOL

Meltwater Buzz - social media intelligence

Meltwater News - online media monitoring

Meltwater Press - press outreach

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU)

Circa 30 in Nederland

Circa 300 in Europa

(900+ wereldwijd)

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?)

Meltwater News is voor het eerst op de markt geïntroduceerd in 2001. Meltwater Buzz is voor het eerst in de markt geïntroduceerd in april 2009. Terwijl Meltwater voortborduurt op de ervaring van het wereldwijd groeiende Meltwater News, is de transformatie tot SaaS-bedrijf (Software as a Service) in 2009 een feit. Nu heeft onze organisatie een breed scala aan productdivisies dat oplossingen biedt voor online en sociale media monitoring, mediacontact databases, online samenwerking, talentmanagement en zoekmachinemarketing.

Sinds 2010 is Meltwater Buzz ook in de Nederlandse markt actief en is sindsdien volledig gespecialiseerd in o.a. de lokale monitoring en engagement.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

De Meltwater Group is actief in groeiemarkten. Daar gaan we als buitenstaander met onze innovatieve technologie de uitdaging aan met bedrijven - en zelfs marktleiders - die vaak werken met achterhaalde oplossingen en business modellen.

Onze benadering is het creëren of verwerven van innovatieve SaaS-technologieën (Software as a Service), waarbij we onze verkooporganisatie en wereldwijde infrastructuur helemaal toespitsen op de verkoop van deze producten in kansrijke markten.

Deze strategie is te vergelijken met een bloem. In het midden van de bloem is het hart: onze internationale verkoopinfrastructuur, samengesteld uit teams met veel kennis over de lokale markt en cultuur. De blaadjes van de bloem staan voor onze verschillende producten.

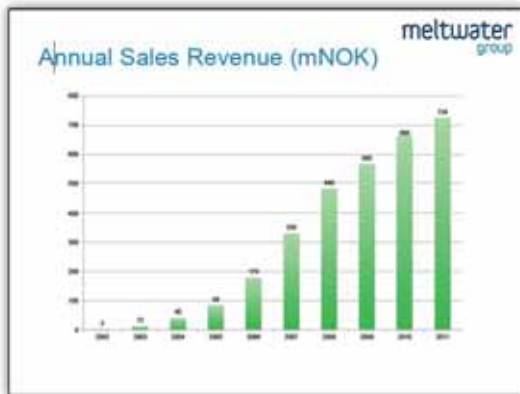
Hoewel onze huidige producten voor verschillende doelgroepen zijn toegesneden, hebben ze veel kenmerken en voordelen met elkaar gemeen:

- Business-to-business oplossingen
- Wereldwijd te implementeren
- Toepasbaar in de meeste bedrijfssegmenten
- Gemakkelijk te implementeren
- Kan in de gehele onderneming of voor specifieke functies worden uitgerold.
- Eenvoudig op maat te maken, flexibel en schaalbaar

MELTWATER

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR



VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

Niet van toepassing.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

Social Media (Meltwater Buzz)

Met Meltwater Buzz kunnen bedrijven en merken hun aanwezigheid op sociale mediasites volledig monitoren, beheren en versterken. Inclusief uitgebreide analyse van de content die wordt gegenereerd door de gebruikers van social media.

Met de Engage Module kunt u de mogelijkheden van Buzz op sociale media uitbreiden, waardoor u via alle sociale kanalen een nog grotere betrokkenheid creëert tussen uw merk of bedrijf en uw consumenten, klanten en andere relaties.

JitterJam is een slimme Social CRM module die meerdere toepassingen combineert op één enkel, allesomvattend platform: social media monitoring, verbetering van de communicatie en betrokkenheid met uw doelgroep, plus - op permissie gebaseerde - online marketing.

De Connect Module maakt het mogelijk om in slechts enkele minuten een Facebook Tab te vullen en te publiceren, of meerdere versies voor verschillende seizoenen, gelegenheden of zelfs geolocaties te creëren en te plannen. Connect is bovendien naadloos te integreren met de monitoring en Engage modules, zodat u het geheel van alle sociale ontwikkelingen rond uw organisatie via één intuïtief platform kunt beheren.

MRise creatie van sweepstakes en contests. Persoonlijke creatie en beheer is mogelijk binnen het systeem en daarnaast kunnen de analyses bekeken en geëxporteerd worden. De contactendatabase helpt daarna bij het aansturen en ondersteunen van marketing-opt-ins en via geïntegreerde analyseopties zij de resultaten en successen van Tabs te bekijken.

Via de RSS feed is het mogelijk inkomende berichten automatisch of handmatig te plaatsen op de eigen website of intranet om de social media communicatie te delen met klanten of medewerkers.



MELTWATER

BEDRIJFSNAAM / TOOL

Online Media (Meltwater News)

Meltwater News biedt de breedste zoekfunctie van alle vergelijkbare producten, gecombineerd met exclusieve analyse tools en een gedegen advies van onze consultants. Meltwater News biedt alle bedrijfs kritische informatie vanuit de hele wereld, waarmee men de concurrentie de baas blijft. Meltwater News biedt unieke interactieve analysefuncties, waarmee de vergaarde informatie en nieuwsdata nog beter benut kan worden. Denk aan trends evalueren, persactiviteiten in kaart brengen, markten en doelgroepen identificeren of de resultaten meten van marketing- en PR-campagnes.

Pers outreach (Meltwater Press)

MPress is een mediacontacten database met meer dan 10.500 journalisten. Het unieke aan dit platform is dat er naast het zoeken op onderwerp of locatie ook op trefwoorden gezocht kan worden waar de journalist op dat moment het meest actief over schrijft.

Hierdoor is het mogelijk de meest relevante contacten terug te vinden en via MPress persberichten toe te sturen. Nadat het bericht is verstuurd, kan men zien wie het persbericht heeft ontvangen en geopend.

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

- Aan het begin van de licentie krijgt de klant een volledige producttraining voor alle gebruikers.
- Gedurende de looptijd van de licentie krijgt de klant onbeperkt lokale consultancy van onze “client relations” afdeling.
- Automatische rapportages kunnen per persoon worden aangezet en gepersonaliseerd.
- Webinars en klantenworkshops op specifieke gebieden.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Meltwater werkt samen met zeer veel verschillende sectoren en richt zich daardoor niet op een specifieke markt. Te denken valt aan b2b, b2c, overheidsinstanties en ngo's.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

- Nederlandse speler met Internationale ontwikkelkracht:

Meltwater is een lokale speler met een internationale achtergrond en hebben daardoor de mogelijkheid om internationaal te monitoren en in te spelen op ontwikkelingen in de markt. Wij kunnen de krachten bundelen in een sterke software, maar wel lokale expertise bieden.

- Online Intelligence Partner

Daarnaast bieden wij een totale media oplossing voor onze klanten en zijn we een online intelligence partner. Alles zit bij ons onder één dak van (social) media monitoring tot het vinden van de juiste perscontacten en journalisten. Onze sales consultants werken nauw samen met onze klantenafdeling om elk afzonderlijke klant zo goed mogelijk en individueel bij te staan.

- Facebook Preferred Marketing Partner

Als enige Social Media monitoringstool in de wereld is Meltwater Buzz Preferred Marketing Partner van Facebook. We werken nauw samen op het gebied van ontwikkeling en dataverkeer.



MELTWATER

BEDRIJFSNAAM / TOOL

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

Niet van toepassing.

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

Niet van toepassing.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAALBAARHEID VAN HET SYSTEEM?

De oplossing kan naar wens worden uitgebreid. Hierbij valt te denken aan het uitbreiden van het aantal zoekopdrachten en / of de gebruikers van het systeem. Verder is Meltwater Buzz modulair opgebouwd en kan het platform volledig naar wens worden ingevuld en uitgebreid. Van zeer kleinschalig monitoring tot aan een volledig uitgerust webcare en Social CRM systeem en de mogelijkheid om Facebook tabs / apps zelf te creëren vanuit het systeem. De service kan meegroeien met de wensen en eisen van de klant.

De architectuur (back-end) van het systeem is onlangs compleet vernieuwd. Hierdoor is het systeem makkelijker schaalbaar voor onze huidige en toekomstige klanten.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Wij luisteren altijd goed naar de input van onze klanten, omdat dit de ontwikkeling van ons systeem positief kan beïnvloeden. We kunnen echter niet garanderen dat specifieke eisen zullen worden uitgevoerd.

De laatste uitkomsten zijn de ontwikkeling van de Connect module waardoor klanten de creatie en beheer van de Facebook pagina in eigen hand kan houden. Dit na vraag vanuit de consument. Daarnaast wordt er veel geïnvesteerd in de monitoring van Facebook, gezien het feit dat deze normaal gesproken lastig te monitoren is.



MELTWATER

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))
SaaS

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?
Nee, er is wel een API in ontwikkeling.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?
Exporteren data en analyses naar eigen systeem.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Meltwater werkt met een onbeperkt consultancy & support model, waarbij de klant ondersteuning krijgt van een dedicated consultant. De klant kan bij de consultant terecht voor antwoorden op vragen, trainingen en technische support. Naast deze consultant hebben we verschillende ondersteunende afdelingen zoals een Client Relations afdeling, een Technische afdeling en een Marketing afdeling.
SLA op aanvraag.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

De afgelopen maanden zijn er drie belangrijke ontwikkelingen doorgevoerd en staat er nog één op de planning. Hieronder staan vier belangrijke verbeteringen en additionele functionaliteiten die zijn uitgevoerd of gepland staan voor 2012. Er is geen vaste releasecyclus, maar het systeem blijft zich continue ontwikkelen binnen de behoeften van de markt.

- De architectuur (back-end) van het systeem is onlangs compleet vernieuwd. Hierdoor is het systeem makkelijker schaalbaar voor onze 22.000 klanten, sneller, realtime, etc. (begin juni uitgevoerd).
- Een marketingfeature waarmee we onder andere bulk smsberichten en tweets kunnen uitsturen naar targetgroepen.
- Een Facebook contentmanagement systeem (per 1 juni beschikbaar)
- Integratie met Sales Force. Dit geeft de om je eigen CRM volledig te integreren met de gegevens uit Meltwater. (planning Q4 2012)

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)?

Ons systeem is te bereiken via alle apparaten met een internetverbinding. Er is nog geen app beschikbaar van het systeem. Aangezien een aantal gegevens worden gepresenteerd in op flashgebaseerde grafieken, kunnen deze specifieke gegevens niet bekeken worden op Apple apparaten. De andere functionaliteiten werken wel en zijn gewoon te bekijken. Daarnaast worden rapportages/alerts naar e-mail verzonden die overal kunnen worden opgehaald.



MELTWATER

TECHNOLOGIE

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Het systeem is te gebruiken op mobile devices. Zoals boven aangegeven zijn een aantal analyses in flash waardoor deze niet te zien zijn op iPhones of Ipads. Het engagement gedeelte (webcare) is echter volledig te gebruiken vanaf alle mobile devices.



MELTWATER

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Buzz:

200+ miljoen social media bronnen wereldwijd.

Wij werken met verschillende aggregators om ervoor te zorgen dat zoveel mogelijk bronnen worden afgedekt, ook zeer lokaal en regionaal. Deze aggregators/crawlers doorzoeken het web naar Social Media bronnen. Indien er nieuwe Social Media bronnen zijn, dan kunnen deze direct door de aggregator worden opgepikt gezien er niet uit een vaste bronnenlijst wordt geput. (blogs, message boards, social networks (Facebook/Linkedin/Hyves/ed), comments, microblogs(Twitter), videos, Wikipedia)

News:

180.000 bronnen wereldwijd

5000 bronnen in Nederland

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Dat kan via de leverancier.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

In de community map worden alle gegevens van de gebruikers opgeslagen gedurende de loop van de licentie. Ook de sociale profielen zijn hier te zien en men kan zelfs verschillende contact databases aanmaken om zeer gemakkelijk onderscheid te maken binnen de verschillende gebruikers (journalisten/medewerkers/gebruikers/klagers/ed).

Deleten of blokken van bepaalde berichten of personen is mogelijk binnen het systeem. Zo kan een bron die vooral veel ruisberichten oplevert, geblokkeerd worden zodat berichten van die specifieke bron niet meer meegenomen wordt in de analyses. Daarnaast kan men ook een enkel bericht verwijderen uit het systeem als deze niet relevant is voor de analyses.

Vacaturesites zijn hiervan een goed voorbeeld. Deze sites zijn voor veel van onze klanten niet interessant om mee te nemen in de monitoring. Als de zoekonderwerp wel in deze bron staat, kan men de hele site blokkeren zodat berichten van deze bron niet meer worden meegenomen in de monitoring.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Er zijn 3 datawarehouses in Noorwegen, USA en India. De data worden 6 maanden opgeslagen.

Verder zijn alle data te allen tijde exporteerbaar naar Excel of PDF zodat ook langere periodes met elkaar vergeleken kunnen worden.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN(OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Deze informatie wordt ook opgeslagen bij één van onze drie datawarehouses in Noorwegen, USA of India. Deze servers zijn in eigen beheer.



MELTWATER

BRONNEN

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Wereldwijde ondersteuning, o.a. Nederlands, Engels, Frans, Duits, Arabisch, Chinees, Italiaans, Spaans, Noors, Zweeds, Deens, Russisch, Tsjechisch, Fins, Japans, Pools, Roemeens, Turks, Koreaans, Hongaars, etc.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Er kan gefilterd worden op taal of locatie of een combinatie van beide (vb. België i.c.m. Frans en Nederlands of een combinatie van Nederland, Duitsland, België en Luxemburg). Als een Nederlander dus een bericht in een andere taal schrijft zal deze gewoon worden opgepikt.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Via zelf opgegeven zoekopdrachten worden de berichten via Aggregators binnen gehaald in het systeem en opgeslagen aan onze kant.

Doordat wij werken met een live database worden nieuw geopende kanalen direct toegevoegd.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Meltwater News is gespecialiseerd in de monitoring van alle online nieuws sites.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Meltwater Buzz monitort meer dan 200 miljoen social media bronnen waaronder fora, blogs, comments, open facebook groepen, Twitter, LinkedIn, Hyves, Flickr, Youtube berichten, ed.

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ook artikelen van nujijs.nl, geenstijl, tros radar, ed worden opgepikt door onze aggregators. 3.12

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Worden zeer lokaal tot wereldwijd opgepikt.

BLOG'S

Worden zeer lokaal tot wereldwijd opgepikt.

AFBEELDINGEN

Reacties op afbeeldingen worden gemonitord, daarnaast kan men vanuit het systeem afbeeldingen plaatsen en meten hoe vaak en wie er op hebben geklikt. Daarnaast kan men via de Connect module verscheidene foto galeries uploaden en de invloed daarvan meten.

VIDEO

Reacties op video's worden gemonitord, daarnaast kan men via de connect module filmpjes op de eigen Facebook pagina plaatsen en de impact meten.



MELTWATER

BRONNEN

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)?

Twitter wordt wereldwijd gemonitord. Daarnaast is het mogelijk de eigen Twitteraccount(s) te koppelen aan het systeem waardoor ontvangen en uitsturen zeer gemakkelijk is. Meltwater gebruikt aggregators en o.a. een firehose om grote hoeveelheden data realtime vanuit Twitter in het systeem te laden.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Facebook kan net als Twitter gekoppeld worden aan het systeem. Berichten die naar de eigen Facebook pagina worden gestuurd, worden direct door het systeem opgepikt en vanuit het systeem kan ook een reactie gegeven worden. Daarnaast is de groei van de eigen Facebook pagina te meten, de meest actieve personen op de Facebook pagina ed.

Door middel van onze Connect module die in juni is gelanceerd, kan men in een handomdraai een eigen Facebook pagina creëren en beheren. De Connect Module maakt het gemakkelijk om in slechts enkele minuten een Tab te vullen en te publiceren (polls, vragenlijsten, foto's, video's, ed), of meerdere versies voor verschillende seizoenen, gelegenheden of zelfs geo-locaties te creëren en te plannen. Connect is bovendien naadloos te integreren met de monitoring en engage modules, zodat het geheel van alle sociale ontwikkelingen rond de organisatie via één intuïtief platform beheerd kan worden.

Facebook is uiteraard een zeer gesloten kanaal. Wij zijn echter sinds kort preferred facebook partner waardoor wij alle mogelijkheden benutten om data vanuit Facebook binnen te halen. Wij monitoren open groepen en kunnen dit wereldwijd doen en op aanvraag nieuwe groepen toevoegen.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Alle online media worden opgepikt. Alle social media bronnen door Buzz (blogs, fora, Facebook, Twitter, ed) en de online media berichten door News. Offline media worden niet opgepikt.

MELTWATER

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Sentiment analyse is mogelijk, er wordt onderscheid gemaakt tussen positief, negatief en neutraal. Dit wordt automatisch gedaan op basis van de NLP (Natural Language Processing) techniek, maar kan handmatig aangepast worden.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)

Het sentiment wordt bepaald aan de hand van NLP, National Language Processing. Voor de Nederlandse markt is het sentiment optimaal ingericht, net als voor vele andere talen waaronder vanzelfsprekend Engels.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

70-80% accuraat

Handmatig aan te passen zodat het % kan oplopen tot 90%.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECombineerd?

In 2011 heeft Meltwater de Amerikaanse organisatie JitterJam overgenomen. Deze organisatie was gespecialiseerd in Social CRM en het verzamelen van allerlei meta data welke gebruikt worden om Sociale Profielen en rankings samen te stellen. Het is mogelijk deze informatie te gebruiken om de doelgroep te segmenteren en toe te voegen aan de eigen CRM gegevens.



IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Ja. Meltwater werkt met “campagnes” in zo’n zoekopdracht (boolean search) kunnen een onbeperkt aantal woorden met elkaar gecombineerd worden om tot een volledige zoekopdracht te komen (woorden combineren/uitsluiten).

MELTWATER

GENEREREN META-DATA

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

1. In een grafiek is af te lezen welke top 10 of top 50 personen het meest over “de zoekopdracht” hebben gesproken in bv de afgelopen 2 weken. Dit kunnen online ambassadeurs zijn of wellicht “klagers”.
2. RANK, Meltwater heeft in 2011 JitterJam overgenomen die gespecialiseerd zijn in Social CRM.

Hierdoor hebben we toegang tot veel extra persoonlijke data en maken we op basis van deze data een algoritme per bron en ook per persoon een RANK.

Op een schaal van 1-10 sterren geven we hiermee aan hoe invloedrijk de bron / persoon is. Dit is o.a. gebaseerd op het potentiële bereik (denk aan bv. aantal volgers op Twitter, aantal likes op Facebook, schrijft deze persoon ook op een blog en wat is de Google ranking van die blog, hoeveel bezoekers heeft de blog, hoe vaak verschijnt er een nieuw bericht etc.)

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Het is mogelijk om op al de genoemde gebieden trendanalyses uit te voeren.



Sentiment

Via onze sentiment analyse kan de klant in 1 oogopslag per aangegeven periode bekijken wat het sentiment was over de opgegeven zoekopdracht. Welke dag het meest-minst positief/negatief/neutraal was.

Themes Cloud

In de themes cloud kan men bekijken welke woorden het meest worden gebruikt in combinatie met de zoekopdracht. Dus in één oogopslag is zichtbaar wat er speelt in de markt. Daarnaast kan men ook nog dieper bekijken hoe vaak welk woord is voorgekomen.



Volume

Door onze volumegrafiek kan men bekijken wat het volume is van een bepaalde periode samen met de verwachte lijn hierin.

MELTWATER

GENEREREN META-DATA

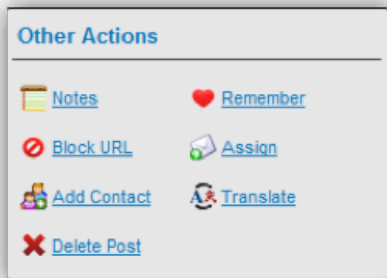


Geografie

Via onze landkaart kan men bekijken waar de berichten vandaan komen en op die manier bekijken in welke provincie/stad het meest wordt gesproken over het eigen onderwerp.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Via de “translate” knop aan de zijkant van elk bericht, wordt men verwezen naar de vertaal pagina waar men kan kiezen van welke taal het naar welke taal het vertaald dient te worden.



IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja, o.a. op basis van GPS locatie van mobiele telefoons.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Dit is momenteel nog niet mogelijk.



MELTWATER

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

De query wordt opgebouwd uit zoektermen die voor de gebruikers van belang zijn. Koppeling van verschillende termen aan elkaar, uitsluiten van woorden, ed. Er kan een onbeperkt aantal worden in een zoekopdracht worden geplaatst zodat men de zoekopdracht zo kan aanmaken dat hij die berichten binnenhaalt die de klant wilt zien. (Boolean Search)

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Het is mogelijk zelf de query aan te passen en te wijzigen aan de hand van de gevonden data. De data die dan in het systeem staat zal dan niet verloren gaan.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

Drill down is mogelijk op bv. bepaalde onderwerpen (drill down bij bijvoorbeeld de themes cloud), selectie op bepaalde bronnen, personen, e.d.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Er kan geselecteerd worden op bereik van het bericht, op positief/negatief, op social media kanaal, op plaats, op persoon, ed.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ..)

Het is mogelijk te selecteren op dag niveau (dus dag, bepaalde dagen, weken, maanden, e.d.)

MELTWATER

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)?

- Monitoring nationale en internationale social media
- Webcare (beheer eigen social media kanalen)
- Automatisch en persoonlijke rapportages
- Connect (beheer eigen Facebook pagina)
- RSS feed

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Het is mogelijk berichten naar elkaar door te zetten, de eigen workflow te bekijken en af te vinken als berichten zijn afgehandeld. Daarnaast kan men reageren vanuit het systeem en worden deze reacties opgeslagen in de kalender zodat voor iedereen duidelijk is hoe de webcare verloopt. Rapportages kunnen per dag/week of maand automatisch verstuurd worden en per persoon aangepast worden. Een voorbeeld van de workflow is:



IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIE NIVEAU VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Het is mogelijk om personen verschillende rollen toe te bedelen. Hierdoor kan men bepalen wie alleen mag lezen of ook de webcare kan beheren. Daarnaast is het mogelijk subaccounts toe te voegen zodat onder één account verschillende bedrijfsonderdelen toegevoegd kunnen worden en men kan bepalen wie tot welk onderdeel toegang mag krijgen.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Er kunnen verschillende rollen worden toegekend aan de verschillende gebruikers. De volgende opties zijn mogelijk voor de gebruikers:

- **External Admin:** Als "Admin" kan je naast alles zoals bij "User" ook alle management functionaliteiten van het systeem zelf beheren waaronder: nieuwe gebruikers aanmaken, rollen verdelen etc.
- **External User:** Als "User" kan je alle functionaliteiten van het systeem gebruiken, zoals de analyses in de monitoring en engagement, rapportages instellen en ontvangen, alerts instellen en ontvangen, nieuwe zoekopdrachten aanmaken, bestaande zoekopdrachten veranderen etc.
- **External Read Only:** Als "Read Only" kan je gebruik maken van alle functionaliteiten in het systeem zoals bij een "User", behalve het instellen van nieuwe zoekopdrachten of het veranderen van bestaande zoekopdrachten.

MELTWATER

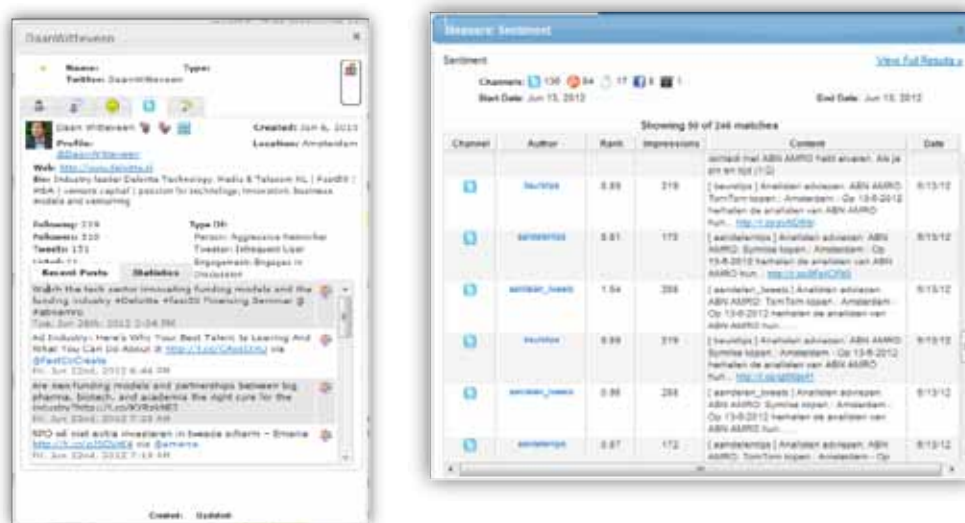
USER INTERFACE

- **Outbound / Engage:** Voor ieder van de bovenstaande rollen geldt dat ze zowel met als zonder een “outbound” optie kunnen worden ingesteld. De outbound optie betekent dat die gebruiker ook gemachtigd is om berichten uit te sturen via de ENGAGE module.
- **Zoekopdrachten en Engage account verdeling:** Voor iedere gebruiker geldt dat we kunnen instellen tot welke zoekopdrachten en resultaten ze toegang mogen krijgen. Hetzelfde geldt voor de machtiging vanuit welke Twitter en / of Facebook accounts de gebruiker berichten mag versturen in de Engage module. We kunnen dit zo ver als nodig op maat maken.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Men kan indien nodig vanuit de grafieken inzoomen op zeer gedetailleerd niveau.

Zo kan men de berichten bekijken achter de themes cloud/sentiment/trend analyses. Vanuit de landkaart doorklikken op de specifieke berichten per stad en vanuit de berichten ook nog de persoonlijke informatie van de persoon achter een bron bekijken (persoonlijke informatie, aantal volgers, uitgestuurde berichten, invloed op de social media, etc.)



VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

Berichten worden nagenoeg realtime binnen gehaald waardoor gebruikers deze SLA goed kunnen behalen.



MELTWATER

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

- Trends, of trending topics worden weergegeven in de Themes Cloud. In de Themes Cloud komen de woorden naar voren die het meest genoemd worden i.c.m. de zoekopdracht. Hierin kun je dus in een oogopslag zien wat er speelt. Deze kan als rapport dagelijks, wekelijks, of maandelijks naar e-mail verzonden worden of via het dashboard worden bekeken.
- We kunnen zoekopdrachten aanmaken naar de concurrent, zodat we alle analyses (Themes Cloud, Top Influencers etc.) ook van de concurrent kunnen maken. Daarnaast kunnen we onder het tabblad Compare bedrijven vergelijken met de concurrent. Bijvoorbeeld: het aantal berichten, het aantal post, demografische gegevens, geografische gegevens en sentiment.
- In het dashboard of via report/alerts kunnen we sentimentgrafieken bekijken. Dit sentiment wordt gemeten op basis van een computergestuurd systeem dat zich baseert op Natural Language Processing studies.
- Alle analyses zorgen voor inzicht in trends en kansen en gevaren (Themes cloud, sentiment, trendgrafieken, volumegrafieken). Voor kansen en gevaren op allerlei onderwerpen kunnen alerts worden ingesteld.
- Het systeem voegt aan ieder bericht of gebruiker een Ranking toe, zodat we op een schaal van 1 op 10 kunnen zien hoe invloedrijk of belangrijk het bericht is. Dit wordt gebaseerd op vele verschillende gegevens zoals: het aantal followers op Twitter, retweets, hoe vaak een persoon listed staat, hoeveel Facebook likes, heeft diegene daarnaast een blog? Hoeveel mensen zijn geabonneerd op de blog en de score in Google resultaten.

Daarnaast brengt het systeem ook Topinfluencers in kaart. Met Topinfluencers brengen we in kaart wie of welke bron de zoekopdracht het vaakst noemt.

NB: De analyses worden door het systeem gedaan, gegevens zijn wel handmatig aan te passen. De rapportages naast de analyses in het dashboard die dagelijks, wekelijks of maandelijks naar e-mail worden verzonden, kunnen per gebruiker naar behoeften worden ingesteld.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Alle data worden in het dashboard grafisch weergegeven.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

RSS feed en e-mail alerts. Deze zijn realtime en kunnen via de RSS per bericht worden doorgestuurd naar de opgegeven personen.

Via volume alerts kan er een alert worden aangezet op het aantal berichten (totaal/positief/negatief en/of neutraal).

MELTWATER

RAPPORTAGE

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUNT DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Men kan rapportages aanzetten per dag/week of maand of per direct een rapportage aanmaken, die op basis van alle gegevens die in het systeem beschikbaar zeer uitgebreid tot zeer summiere informatie en analyses kan bevatten. Daarnaast zijn er realtime alerts beschikbaar en RSS feeds zoals in vorig antwoord beschreven.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUNT DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

Onze RSS feed genereert realtime de informatie stroom, welke voor narrowcasting gebruikt kan worden.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUNT DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Men kan automatisch gepersonaliseerde rapportages versturen naar iedere geïnteresseerde (hoeft geen gebruiker van het systeem te zijn). Men kan kiezen welke analyses en gegevens in de rapportage terecht moet komen door middel van het aanvinken van de opties. Deze rapportages worden automatisch elke dag, week of maand naar de opgegeven mailadressen toegestuurd.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Het is mogelijk om verschillende statistieken van de eigen webcare activiteiten te bekijken. Mogelijkheden zijn onder andere: bekijken welke berichten het beste worden opgepikt, aantal personen dat op de ingegeven links drukt en de personen die engagen met jullie, groei van de eigen social media, etc.



VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Berichten worden nagenoeg realtime in het systeem geladen dus voor bedrijven of organisaties is het via Meltwater mogelijk deze norm ruim te behalen.



MELTWATER

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Alle bronnen:

- Doorsturen
- Notities toevoegen
- Berichten “onthouden”
- Berichten verwijderen
- Accounts blokken

Facebook en Twitter:

- Alle bovengenoemde mogelijkheden +
- reageren
- doorzetten

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Dit is mogelijk doordat berichten in mappen geplaatst kunnen worden. Daarnaast kan men via het systeem berichten naar elkaar doorsturen en tags toevoegen.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Wel op volumes en sentiment, niet op individuen. Ook kan via een eigen zoekopdracht worden gezocht op individuen en daar alerts op worden ingesteld.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

In een basislicentie kunnen 10 Facebook en / of Twitter accounts worden gekoppeld aan de Engage module.

Voor de Engagement module bij Meltwater Buzz geldt dat het mogelijk is om vanuit het systeem te reageren op Facebook en Twitter berichten in de monitoring + het versturen van berichten vanuit het systeem. Daarbij zijn het versturen van privé berichten ook mogelijk.

Daarnaast is het ook de bedoeling van de Engagement module om alle inkomende en uitgaande berichten te managen en te analyseren.

Meltwater Buzz is Preferred Marketing Developer van Facebook (enige tool in NL) en heeft daarnaast door o.a het toevoegen van verkorte URL 's de mogelijkheid om alle uitgaande berichten te analyseren. Te denken valt aan hoe vaak mensen op jullie berichten hebben geklikt, het bereik, de mensen die jullie het meest hebben geretweet, wat werkt wel, wat werkt niet, ROI, groei van volgers en likes, etc.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT DE TOOL?

In de social profiling is het mogelijk de berichtsgeschiedenis met de specifieke persoon te bekijken. Daarnaast is te zien wie een reactie heeft gegeven vanuit het systeem.



MELTWATER

WEBCARE

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

In een basislicentie bij Meltwater Buzz krijg je 5-10 unieke gebruikers met eigen inloggegevens. Deze gebruikers kunnen vanzelfsprekend tegelijkertijd inloggen en kunnen daarnaast bepaalde rol en rechten verdelingen krijgen. Ook kunnen deze inlogcodes door meerdere medewerkers tegelijkertijd gebruikt worden indien gewenst.

Dit is dus anders dan het hebben van alleen 1 gebruikersnaam die op meerdere plaatsen door meerdere personen gebruikt kan worden. Dit is namelijk erg belangrijk voor bepaalde rollen verdeling en zeker als we het gaan hebben over Engagement en webcare. Het is belangrijk om binnen het systeem inzicht te hebben wie wat mag doen, heeft gedaan, taken heeft, etc. Hiervoor is het nodig om unieke gebruikers te hebben. Daarnaast is het via de workflow mogelijk voor de teamleden om onderling via het systeem conversaties te voeren. Hierbij kan men denken aan het doorsturen van berichten, het toewijzen van taken aan elkaar en het plaatsen van aantekeningen bij berichten.

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Via de engagementmodule is het mogelijk de eigen invloed van de social media te bekijken. Er zijn vele analyse mogelijkheden mogelijk. Zo is de eigen social media groei te zien, uit te filteren welk bericht de grootste invloed heeft gehad en wie de berichten heeft doorgestuurd.



MELTWATER

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Wij werken met jaarlicenties die bestaan uit een flatfee. Alleen het aantal gebruikers en campagnes zijn van invloed op de prijs. Het contract kan na de jaarperiode opgezegd worden.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

- 5 gebruikers
 - 10 campagnes (bestaande uit een onbeperkt aantal zoekwoorden)
 - Automatische rapportage mogelijkheden
 - Analyses
 - Complete producttraining
 - Onbeperkte consultancy gedurende de loop van de licentie
- Prijs per module indien webcare en monitoring apart worden berekend?
Prijzen zijn vanaf 7.500 euro op jaarbasis.

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Geen, wij werken met een flat-fee en vinden goede training en consultancy zeer belangrijk voor onze klanten.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Nee.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Het systeem kan binnen een paar minuten uitgebreid worden indien gewenst (tegen meerprijs).



OBI4WAN

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

7 medewerkers.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

OBI4wan bestaat bijna 2 jaar, echter de oplossing komt voort uit SiteData. SiteData bestaat reeds meer dan 10 jaar.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Het bieden van hoogwaardige en efficiënte online klantcontact en online business intelligence oplossingen ter verbetering van interne, externe processen en kansen.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Niet van toepassing.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

We verwachten in de aankomende jaren sterk door te groeien.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

Monitoring, geavanceerde webcare, social media campagnes, narrow casting, event monitor.

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

Inrichting, training, rapportages. OBI4wan biedt zelf geen consultancy diensten, dit doen we in samenwerking met gecertificeerde partners.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

De OBI4wan oplossing kan binnen iedere industrie ingezet worden. Aanvullend hebben we specifieke branche omgevingen voor: Energie, Overheid, Financieel, Telecom en Retail.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

OBI4wan heeft meerdere USP's:

1. Geïntegreerde oplossing voor Webcare, Monitoring, Campagnes, en Analyses
2. Eigen ontwikkeling van software in Nederland, waardoor we snel kunnen aanpassen en ondersteunen.
3. Verzamelen en indexeren van data op basis van zowel API's als eigen ontwikkelde crawler.
4. Data is reeds beschikbaar voordat zoektermen worden ingegeven, kortom als je nu iets bedenkt, kun je ook direct berichten uit het verleden inzien
5. Meer dan 350.000 bronnen in NL en BE domein
6. Alle nieuwe functionaliteit is gratis beschikbaar voor bestaande klanten.
7. Geavanceerde webcare, met volledige workflow en performance rapportage omgeving.



OBI4WAN

BEDRIJFSNAAM / TOOL

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

Marketing bureau's

Social media consultancy

System integrators en andere software oplossingen

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

Zowel onze backend en frontend worden continue gecontroleerd op performance en beveiliging.

Aanvullend wordt klantspecifieke data volledig gescheiden en redundant opgeslagen.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

Onze backend is lineair schaalbaar. We investeren continu in nieuwe middelen. Dit doen we volledig in eigen beheer.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Bij OBI4wan vinden we feedback van onze relaties erg belangrijk. Deze feedback wordt continu gebruikt voor het doorontwikkelen van de OBI4wan oplossing en wordt verkregen via klant sessies, en direct contact per klant.



OBI4WAN

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SAAS

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja, we bieden API's voor het opvragen van berichten en rapporten. Tevens is er een API beschikbaar voor integratie met CRM systemen.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Standaard integratie op basis van XML en Webservices is beschikbaar voor externe toepassingen.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Beschikbaarheid is 99,9% op basis van 24/7

Critical errors worden binnen maximaal 4 uur opgelost binnen kantoortijden. Over het afgelopen jaar is de OBI4wan applicatie minder dan 1 uur niet beschikbaar geweest.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

Roadmap komt tot stand op basis van onze visie, extern onderzoek en feedback van onze relaties. Dit doen we elk half jaar.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR.. ETC.)?

Om gebruik te maken van de oplossing is alleen een browser benodigd (Safari, Chrome, Firefox, IE, etc.) Tevens is de applicatie ook te gebruiken vanaf mobiele apparaten.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Alle onderdelen zijn beschikbaar, met uitzondering van het doormiddel van drag en drop verplaatsen van grafieken binnen een rapport.

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

We indexeren meer dan 350.000 verschillende websites. Het aantal documenten zegt helaas niets over de kwaliteit van een index. We streven ernaar een schone verzameling te houden door een scherpe duplicaatcontrole en juiste datering van berichten en documenten.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Bronnen kunnen op verzoek worden toegevoegd.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Binnen OBI4wan worden alle berichten, waaraan een datum te koppelen is, meegenomen ongeacht het aantal volgers, profiel, etc. Indien nieuwe berichten beschikbaar zijn worden deze meegenomen binnen de omgeving.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Data wordt in Nederland geïndexeerd en bewaard. Alle data blijft aanwezig mits dit binnen de wettelijke kaders is toegestaan.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Alle klantspecifieke gegevens worden beveiligd en gescheiden opgeslagen. Alle servers zijn eigendom van OBI4wan en worden ook door OBI4wan volledig beheerd.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Op dit moment NL, BE, en FR.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Op basis van de inhoud van een bericht bepalen we de taal. Berichten van een Nederlander in een andere taal kunnen meegenomen worden. De taalanalyse op deze berichten is beperkt doordat we ons voornamelijk richten op berichten in de Nederlandse taal.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

We maken gebruik van API's en onze eigen crawlers.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Op basis van onze crawlers indexeren we publieke websites.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Op basis van API's en onze crawlers indexeren we communities en sociale netwerken.



OBI4WAN

BRONNEN

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Op basis van onze crawlers indexeren we publieke sociale nieuwssites.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Op basis van onze crawlers indexeren we publieke fora.

BLOG'S

Op basis van onze crawlers indexeren we publieke blogs.

AFBEELDINGEN

Op basis van gerelateerde teksten.

VIDEO

Op basis van gerelateerde teksten.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)

Ja, middels een directe koppeling waardoor berichten direct na publicatie doorzoekbaar zijn.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

We indexeren publieke statusupdates met de Nederlandse en Franse taal.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Ja, alleen als dit op internet wordt ontsloten.



OBI4WAN

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Positief/negatief: ja

Andere sentimenten? Neutraal

Geautomatiseerd: ja

Handmatig: ja

De sentimentanalyse trainen we op basis van voorbeelddata. Deze voorbeelddata stellen we zelf samen. Dit wordt door eigen analisten gedaan. Het is overigens altijd mogelijk om het sentiment ook vanuit de OBI4wan omgeving aan te passen.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)

Voor korte berichten wordt o.a. gebruik gemaakt van “word spotting”. Lange berichten op basis van NLP. Taalmodellen zijn namelijk niet altijd even goed toe te passen op korte berichten (bijvoorbeeld tweets).

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

De betrouwbaarheid is afhankelijk van de afgenomen diensten en varieert van 80% tot 94% afhankelijk van het domein. We trainen onze modellen per branche en stellen deze continue bij aan nieuwe woord en zinsconstructies. Tevens kunnen we foutieve sentimenten handmatig corrigeren. Binnen het OV domein zien we dat “overstappen” een neutrale handeling is terwijl “overstappen van leverancier 1 naar leverancier 2” zowel een negatief sentiment voor leverancier 1 oplevert en een positief sentiment voor leverancier 2.

Overigens is sentiment subjectief van aard.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Alle publieke informatie van een auteur kan worden opgehaald en weergegeven. Er kan op basis van deze informatie selecties worden gemaakt.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Ja, gebruikers bepalen zelf op welke keywords of zoekopdrachten ze hun informatie willen baseren.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja, dit kan o.a. op basis van kloutscore of op basis van aantal vrienden/ volgers.



OBI4WAN

GENEREREN META-DATA

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Trend analyses zijn onder andere mogelijk op:

Locatie, bron, bronsoort, tijdstip, sentiment, auteur, invloed, onderwerpen.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Belang van bron, kan door de gebruiker zelf worden bepaald. Er zijn mogelijkheden om zowel op bron als bronsoort te selecteren.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UITINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Nee we bieden geen vertaalmogelijkheden. We bepalen overigens wel automatisch wat de taal van een uiting is.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UITINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC), ZOJA LEG UIT.

Alle gegevens uit de omgeving zijn op te vragen middels API's waardoor deze op klantspecifieke basis gekoppeld kunnen worden.

OBI4WAN

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

De zoekopdracht kan door middel van Boolean queries worden opgebouwd.

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Ja.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

Ja.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Ja, relevantie wordt bepaald op basis van met de klant ingestelde criteria.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ...)

Jaar, kwartaal, maand, dag, uur, minuut.



OBI4WAN

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Instellingen, webcare, rapportage, campagnes, real-time.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Webcare berichten kunnen op basis van rollen, gebruikers en andere criteria geautomatiseerd en handmatig worden gedistribueerd.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIE NIVEAU VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Ja, dit is mogelijk op basis van rollen.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Alle type gebruikers kunnen door klanten zelf opgesteld worden door het aanmaken van rollen. Juist hierdoor hebben gebruikers de volledige controle over alle rechten per rol en gebruiker.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Dit is tot op berichten niveau mogelijk (het kleinste detail).

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

Gebruikers kunnen zelf sorteren op berichten waardoor ze belangrijke berichten eerder kunnen verwerken. Tevens versturen we alerts bij verschillende events waardoor gebruikers snel op de hoogte zijn van nieuwe ontwikkelingen.





OBI4WAN

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Er zijn standaard rapportages beschikbaar. Daarnaast kan een gebruiker zelf iedere willekeurige grafiek of rapportage maken op basis van de beschikbare data.

Alle gegevens kunnen geëxporteerd worden. Het kan daarbij dus gaan om berichten maar ook om grafieken en rapporten. Dit kan bijvoorbeeld in excel of pdf.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE? (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Informatie wordt onder andere weergegeven in de volgende diagrammen: lijn, cirkel, kolom, staffel, tag-cloud, berichten, opsomming, etc.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Gebruikers kunnen zelf alerts instellen, binnen de user-interface. Alerts kunnen worden ontvangen via e-mail en sms.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Zodra berichten gevonden worden zijn deze direct beschikbaar binnen de omgeving. Twitter berichten worden realtime verzameld waardoor deze ook realtime beschikbaar zijn. Berichten die door onze crawlers verzameld worden van bijvoorbeeld Fora, Nieuws en Blogs zijn wat later beschikbaar.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

We bieden narrowcast schermen welke realtime updaten.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Rapportages kunnen geautomatiseerd worden gemaakt op ingestelde periodes. Daarnaast kan een gebruiker zich abonneren op een rapport en deze automatisch via e-mail ontvangen op het gewenste moment.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

We bieden volledige rapportages op webcareactiviteiten waarin onder andere reactiesnelheid, doorlooptijd, medewerker performance, volume en type berichten inzichtelijk gemaakt worden.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Er kan o.a. op reactiesnelheid worden gerapporteerd, waardoor het eenvoudig mogelijk is om op basis van deze KPI te sturen vanuit de omgeving.

OBI4WAN

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Retweeten, reageren, als spam markeren, actiepunten toekennen, toekennen aan teamleden, sentiment aanpassen, etc.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Volledig mogelijk binnen de workflow.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Ja.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Er kan vanuit OBI4wan gereageerd worden op Twitter, Facebook, en blogs en fora waarmee een specifieke koppeling is gelegd. Privé berichten kunnen zowel ontvangen als verzonden worden vanuit de omgeving.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

Alle conversaties worden gearchiveerd waardoor direct volledige conversaties tussen 2 of meerdere personen beheerd kunnen worden.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Het is mogelijk om met meerder teamleden conversaties te bewaken. Dit kan op basis van rollen worden ingericht. Het is mogelijk om input te leveren in een workflow mechanisme, waardoor op een efficiënte manier samengewerkt kan worden op de webcareactiviteiten en daarbij een volledig overzicht te behouden.

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Er zijn diverse selecties beschikbaar waaronder share of buzz, case-owner, sentiment, onderwerpen, tags, status, etc. Dit is slechts een selectie van de mogelijke statistieken.





OBI4WAN

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Er zijn verschillende contracten mogelijk. Dit wordt individueel met de opdrachtgever bepaald.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

Kosten structuur bij basis pakketten is gebaseerd op gebruikers en zoekopdrachten. Top pakket is onbeperkt voor aantal zoektermen en gebruikers.

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Afhankelijk van afgenomen modules, varieert de prijs van 350 euro tot 1.500 euro per maand

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Afhankelijk van gewenste dienstverlening varieert dit van 350 euro tot 1.500 euro eenmalig.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Nee.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Pakketten zijn maandelijks aanpasbaar.

ADDITIONELE INFORMATIE

IS ER NOG ANDERE INFORMATIE DIE NOG NIET IS GEVRAAGD, MAAR WEL VAN BELANG IS VOOR DE BESCHRIJVING VAN DE TOOL?

De tool wordt volledig in eigenbeheer in Nederland ontwikkeld, waardoor een maximale flexibiliteit, functionaliteit en support kan worden geboden.



OXYME

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU)

Ca. 20 vaste medewerkers en 350 flexibele medewerkers.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?)

Ca. 5 jaar, opgericht op 24 juli 2007.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Geven van strategisch marketing advies op basis van inzichten verkregen uit online (sociale) media. Oxyyme ontwikkelt en beheert haar software. Deze is gericht op het creëren van inzichten op basis van betrouwbare en hoog-kwalitatieve data.

De software zelf is niet beschikbaar voor de klant. Dat is ook niet nodig. We zijn officieel partner met Zendesk voor webcare. Verder faciliteren we onze klanten in het opzetten, inrichten en ontwikkelen van tools om hun social listening vorm te geven. Naar ons idee wordt online zo belangrijk, dat een 'standaard tool' niet meer past.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Van 0 tot ca. 2,5 mln euro op jaarbasis.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

2,5 mln euro, stabiele groeiverwachting.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

De kern van alle diensten van Oxyyme is het zeer zorgvuldig verzamelen en filteren van meningen die mensen online geven om een kwalitatief hoogwaardige dataset te krijgen. Deze data kan ontsloten worden op vele manieren: via een dashboard, via periodieke rapportages, via workshops, via strategische analyses, en desgewenst kan ook een customer care tool worden ingezet.

Oxyyme is nadrukkelijk geen tooling company. De output bestaat altijd uit op maat gemaakte inzichten.

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

Producten en diensten worden door Oxyyme als onderling uitwisselbaar beschouwd.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Functioneel: corporate affairs, marketing intelligence, product development.

Industry: Healthcare, FMCG, Consumer Goods, B2B, transportation.



OXYME

BEDRIJFSNAAM / TOOL

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

Onderscheidend is de tijd die besteed wordt aan het filteren van kwalitatief goede data. Bovenop de automatische zoekmachine, werken wij met menselijke analyse om extra lagen aan de zoekresultaten toe te voegen, zoals sentiment. Waar automatische software kwaliteitsscore 's haalt rond de 60% halen wij kwaliteitsscore 's ver boven de 90%.

Een ander voordeel is dat wij de data fijnmaziger kunnen labelen op onderwerpen die diepere inzichten bieden in de achterliggende redenen van een stijging of daling in het sentiment rond een product, merk of dienst.

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

Met Zendesk, voor de customer caretool.

Met Fabrique, voor design / communicatie.

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

-

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAAALBAARHEID VAN HET SYSTEEM?

Oxyme werkt met de laatste technieken en frameworks op basis van bijv NO SQL databases in de cloud. De data groeit exponentieel de infrastructuur is hier de komende jaren op ingericht. 1.14

Hoe wordt de feedback van klanten gebruikt bij verbetering van tool (overlegvorm,input, meten klanttevredenheid) en wat zijn de laatste uitkomsten?

Klanten waarderen ons doorgaans met hoge cijfers. Wij vragen altijd na elk project feedback en nemen dit mee naar volgende projecten.



OXYME

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

Oxyme levert haar diensten met behulp van een intern ontwikkelde software omgeving die uit een grote verscheidenheid van bronnen informatie verzameld en classificeert die relevant is voor onze klanten.

Oxyme levert standaard dan ook geen software, maar advies. De combinatie van onze kennis van de markt van onze klanten en onze expertise met betrekking tot online (social) media maakt dat wij in staat zijn onze klanten te voorzien van gerichte adviezen omtrent hun online markt positie.

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja, maar geen publieke api's. In overleg kan toegang en support verleend worden. Bijvoorbeeld voor integratie met interne systemen.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Niet van toepassing.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN DE TOOL EN DE DATABASE?

Oxyme is in de basis geen tool leverancier, alle tooling die wij leveren worden naar specificatie geleverd via preferred suppliers die vooruitstrevend zijn in hun eigen vakgebied.

Oxyme kan zich op deze manier volledig richten op die gebieden waar haar expertise het grootste is; Het vinden en classificeren van die informatie die het mogelijk maakt om onze klanten zo goed mogelijk van advies te voorzien.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

Niet van toepassing.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)

Niet van toepassing.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Niet van toepassing.



OXYME

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Oxyme levert maatwerk en het aantal geïndexeerde bronnen is afhankelijk van de vraag van de klant. Momenteel verwerken wij +/- 18 miljoen individuele pagina's en bronnen.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER

Ja, in overleg.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Oxyme past haar expertise toe in het bepalen en waarborgen van een efficiënte en doeltreffende zoekstrategie. Indien er specifieke wensen van de klant zijn zullen deze uiteraard worden meegenomen.

In overleg met de klant richten we ons op specifieke doelgroepen (bijv. Professionals, mannen, jongeren). Aangezien we met mensen werken, kunnen we heel flexibel inzoomen op bepaalde mensen. We kunnen deze mensen op allerlei manieren profileren, variërend van metrics tot allerlei classificaties.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Oxyme slaat in de regel alleen publiek toegankelijke data op. Deze data is opgeslagen in Nederland en Engeland.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN(OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Niet van toepassing.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Oxyme heeft ervaring met projecten in een groot aantal landen en talen. Oxyme werkt voor haar projecten naast haar intelligente software met zogenoemde "native speakers" voor de classificatie van haar bronnen.

We hebben expertise met projecten in Europa, Noord en Zuid-Amerika en delen van Azië. Naast voor ons bekende markten staan we natuurlijk altijd open om samen met onze klanten een nieuwe markt te verkennen.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

We zijn flexibel in het verwerken van data. Sommige klanten willen een bepaalde taal volgen, zoals Nederlands of Duits. Andere willen bepaalde landen, zoals Nederland, België, Oostenrijk meenemen. Op basis van menselijke analyse, locatie, automatische taal detectie, en bron informatie bepalen we zowel taal als land, en/of regio.

Berichten van een Nederlander in een andere taal worden zodanig opgeslagen dat de klant kan kiezen om dit mee te nemen of niet.



OXYME

BRONNEN

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Tracking, crawling, scraping, handmatige search en 3rd party suppliers.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja.

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ja.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja.

BLOG'S

Ja.

AFBEELDINGEN

Nee.

VIDEO

Nee.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)?

Twitter Rest api en in overleg third party suppliers. Onze twitter data is net als al onze andere bronnen geclassificeerd door onze software en menselijke analisten. Dit maakt dat we zeer rijke meta-data hebben over onze twitter bronnen.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Publieke status updates en continue volgen van publieke en eigen facebook pages.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

In overleg kunnen wij extra bronnen opnemen in ons proces. Denk hierbij aan bijvoorbeeld ANP persberichten of online archieven van offline kranten en tijdschriften (zoals bijvoorbeeld LexisNexis of Factiva).



OXYME

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Positief/negatief: ja

Andere sentimenten? Ja, per project wordt bekeken welke sentimenten of andere type classificaties nuttig zijn, elk type sentiment kan geïntegreerd worden in het systeem.

Te denken valt aan zeer positief / zeer negatief, maar ook neutraal sentiment. Een andere indeling is die van actieve aanbevelingen en actief negatief advies.

Dit gebeurt in met een combinatie van geautomatiseerde en handmatige processen.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)

Sentiment wordt bepaald door een combinatie van automatische en handmatige analyse. Er wordt gebruik gemaakt van een lerend algoritme op basis van NLP technieken, waarbij er geleerd wordt van de handmatige classificaties.

Het uiteindelijke oordeel over het sentiment per bericht wordt echter altijd gegeven door een echt persoon.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

Zeer betrouwbaar (95%), de betrouwbaarheid van de classificatie wordt aangepast aan de behoeftes van het project. Als er inzichten op detailniveau uit de data gecreëerd worden, wordt de sentimentanalyse handmatig gecheckt om een hoog kwaliteitsniveau te garanderen.

Om snel eerste inzichten te verkrijgen op hoger niveau wordt gebruik gemaakt van automatische sentimentanalyse, waarbij altijd rekening wordt gehouden met de mogelijke foutmarge.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Geslacht, leeftijdscategorie, type persoon (klant, journalist, professional) kan geselecteerd worden. Analisten gebruiken alle mogelijke online bronnen om deze te bepalen.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN

Ja, in samenwerking met onze medewerkers waaronder experts in verschillende vakgebieden zoals healthcare en FMCG, en native speakers van een verscheidenheid aan talen, worden relevante sleutelwoorden bepaald die gebruikt kunnen worden om te zoeken.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja, de invloed wordt bepaald n.a.v. de rol van de persoon, b.v. professional, werknemer of klant. We hebben hier nu een eigen metric op ingericht. Ook kunnen wij externe scores gebruiken zoals Klout.

OXYME

GENEREREN META-DATA

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

In principe zit er in elk rapport of dashboardscherm een dynamische component waarbij de ontwikkeling in de tijd wordt weergegeven, zowel qua volume als qua sentiment en zowel op geaggregeerd als op detailniveau.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Ja, waarbij het belang van een bron is gebaseerd op een intern ontwikkelde methode die rekening houdt met zowel publiekelijk beschikbare informatie als historische project informatie.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

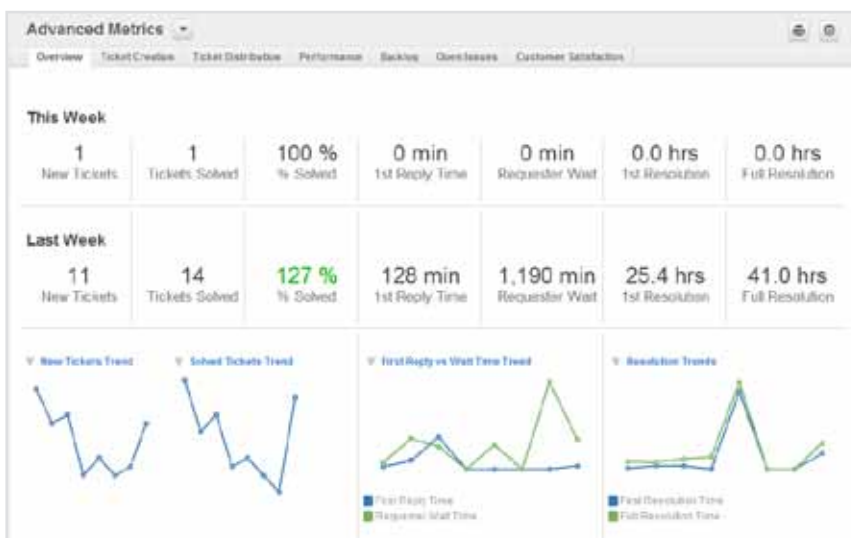
De taal van uitingen wordt automatisch bepaald. Oxyyme levert altijd kwalitatief hoogstaand maatwerk, dus berichten worden op verzoek door mensen vertaald naar het Nederlands of Engels. We werken doorgaans met locale mensen om de interpretatie van het bericht te waarborgen.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja, voor zover de locatie gepubliceerd is.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Onze consultants zijn gespecialiseerd in het samenstellen van rapporten waarin naast data die wij verzamelen ook externe databronnen geanalyseerd worden. Onze consultants beschikken over inhoudelijke ervaring op een groot aantal vakgebieden en industrieën, waardoor zij goed in staat zijn om externe bronnen op waarde te schatten.



OXYME

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

Niet van toepassing.

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Niet van toepassing; Oxyrne neemt dit uit handen van haar klanten. We hebben geen limiet op zoektermen.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

Ja, in onze reportages streven wij altijd naar een duidelijk onderbouwing van onze adviezen. Een visuele drill-down is een van de mogelijke middelen om dat te bereiken.

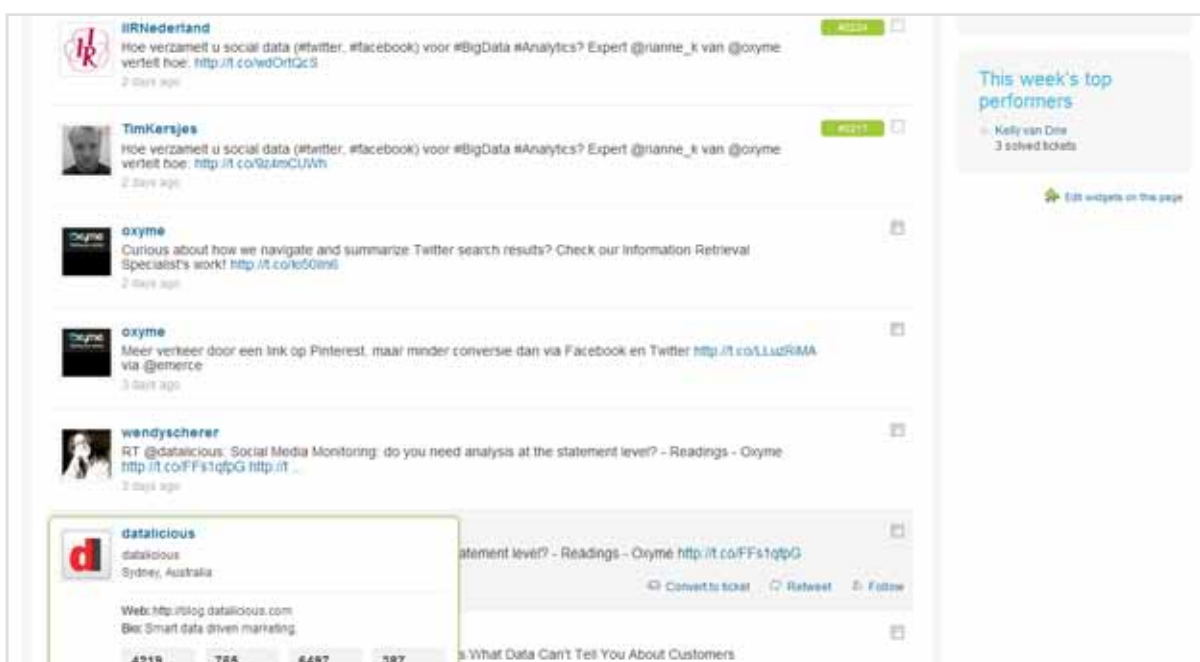
IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Relevantie wordt bepaald door een combinatie van automatische en handmatige analyse. Op deze manier worden efficiënt alle relevante berichten getoond aan de gebruiker. Niet relevante berichten worden met een zeer hoge betrouwbaarheid uit de data gefilterd. Op verzoek kunnen wij bijvoorbeeld berichten van commerciële partijen als niet relevant beschouwen en ons alleen concentreren op meningen van consumenten.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ..)

Afhankelijk van de vraag en de bron. In principe kunnen wij indien nodig voor onze meeste bronnen tot op minuut niveau selecteren.

De standaard is echter om op dag niveau te rapporteren en is afhankelijk van de behoefte van de klant.





OXYME

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Wij leveren marketing inzichten, tools zijn alleen relevant als wij ook werkelijk denken dat dit van toegevoegde waarde is voor de klant. Vaak is de klant meer geholpen met een dagelijkse, wekelijkse of maandelijkse samenvatting van wat wij online vinden. Wij kiezen daarom vaak voor een informatie push middels een rapport waarbij wij de marketing manager inzicht geven in wat er online gebeurd op het gebied van zijn product, merk of dienst.

Op het gebied van webcare zien wij ter ondersteuning van een web care team een duidelijke toegevoegde waarde van een tool hiervoor hebben wij in samenwerking met Zendesk; de Oxyrne Connect tool.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Met Oxyrne Connect kan realtime op Facebook en Twitter worden gezocht en gereageerd. De tool werkt via een ticket systeem, dus bepaalde berichten of van belangrijke personen kunnen aan werknemers worden toegewezen. Via de tool is het mogelijk rapportages te maken en is dagelijks zichtbaar wat er speelt.

Als extra service leveren wij bovenop de standaardrapportages op volume, aantal verwerkte berichten en snelheid van verwerking, eigen rapporten met inzichten op het gebied van sentiment en onderwerpen.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIELEVEL VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Bij Oxyrne Connect worden agents toegevoegd aan een groep of afdeling, die bepaald op welke berichten hij of zij moet reageren. Daarnaast zijn er light agents, die alleen mee kunnen kijken. Personen die alles willen bepalen/inzien krijgen een admin rol.

Zogenoemde triggers kunnen worden ingesteld om berichten automatisch aan bepaalde agents door te sturen en om notificatieberichten in te stellen.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Ja, zie vorige vraag.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Er kan een grafiek geproduceerd worden over elk onderwerp/tag, dus het kan zo specifiek mogelijk worden als nodig/gewenst. Inzoomen op detailniveau is dus mogelijk.

OXYME

USER INTERFACE

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

In de tool kunnen notificaties worden ingesteld, zodat het bedrijf meteen weet dat er iets geplaatst is online. De tool stuurt ook herinneringen als het bericht niet binnen de gewenste tijd wordt beantwoord, ook wordt er gewerkt met prioriteiten van tickets: belangrijke berichten of berichten die al langer openstaan krijgen de status urgent en dienen als eerste te worden opgelost.

De extra slag die wij hierbij maken en wat ons onderscheidt van een traditionele tooling leverancier is dat wij aangeven of het wel of niet zinnig is te reageren, moet je überhaupt reageren en als je reageert, binnen welk timeframe om de juiste/beste response te krijgen. Eventueel gelinked aan het online imago/reputatie.

Question #1727 Monitored by: @oxyme ▼ [apply macro](#) | [next »](#)

Arne Van De Wijdeven via Joep – [edit](#) / [share](#) | May 15 09:29

Subject

Status

Type*

Priority

Group

Assignee*

ProjectCode*

Language

Tags

 Dank voor het compliment! @wimrampen, als u interesse heeft in een korte introductie, komen wij graag even langs. ^Joep Arts

Latest comment by Joep, 4 months ago

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Zoals eerder vermeld focussen wij ons primair op het leveren van inzichten aan marketing managers. Wij verwerken hiervoor heel veel data en distilleren daaruit de inzichten die van toegevoegde waarde zijn voor de marketing manager. Dit maakt dat de meeste van onze rapportages maatwerk zijn toegesneden op de behoefte van de marketing manager.

Met betrekking tot de Connect tool, zijn er grafieken/statistieken over:

- Aantal beantwoorde berichten in afgelopen dagen, weken of maanden
- Performance: snelheid van het beantwoorden en eventueel tevredenheid van de end users. Dit kan per agent worden bepaald.
- Sentiment: van alle tickets of van specifieke onderwerpen of afdelingen.
- Onderwerpen: die worden aangegeven per ticket om inzicht te krijgen in verdeling van volume en sentiment van alle onderwerpen.
- Tags: tags die worden toegevoegd aan berichten om inzicht te krijgen in meest populaire tags en bijbehoren sentiment.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC..)?

Ook hier geldt weer het onderscheidt tussen maatwerkrapportages op basis van klantvragen versus standaardoutput van de Connect tool. Dit zijn 2 compleet verschillende manieren om te rapporteren. Mbt Connect: Alle bovenstaande opties kunnen in getallen of grafische plaatjes worden weergegeven over tijd. Ook kunnen wij zelf tag/word clouds produceren.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Ook hier geldt weer het onderscheidt tussen maatwerkrapportages op basis van klantvragen versus standaardoutput van de Connect tool. Zoals gezegd kunnen wij voor het leveren van marketing inzichten op verzoek dagelijks, wekelijks of maandelijks inzichten verschaffen.

Voor de Connect tool geldt dat de tool alle vrijheid biedt om reminders per mail of sms worden ingesteld (verschillend per persoon bijvoorbeeld).

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Er is een verschil tussen maatwerkrapportages met inzichten en de Connect tool. Bij maatwerkrapportages is het onmogelijk om realtime inzichten te leveren omdat er met menselijke ogen naar de data gekeken moet worden om de relevantie te beoordelen, hetgeen realtime rapportage onmogelijk maakt.

De Connect tool is een customer care tool waarmee wel realtime interactie mogelijk is. De software haalt realtime alle berichten binnen van de verschillende bronnen: Facebook, Twitter, mail, telefoon. De berichten worden ververst en er kan onmiddellijk vanuit de tool gereageerd worden.



OXYME

RAPPORTAGE

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

De Connect tool bevat een overzichtsscherm waarin verschillende stromen (Twitter accounts of Facebookpagina's) in realtime worden weergegeven.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Mbt Connect tool: Dit wordt ondersteund door de software. Wij kunnen in samenwerking met de klant een standaard rapportage opzetten. Daarnaast kunnen wij zoals eerder genoemd de klant extra inzichten leveren op het gebied van sentiment en specifieke onderwerpen.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Mbt Connect tool, deze geeft statistieken over aantal aangemaakte tickets, welke zijn opgelost en hoe snel er gereageerd is.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

In de tool kunnen notificaties worden ingesteld, zodat het bedrijf meteen weet dat er iets geplaatst is online. De tool stuurt ook herinneringen als het bericht niet binnen de gewenste tijd wordt beantwoord, ook wordt er gewerkt met prioriteiten van tickets: belangrijke berichten of berichten die al langer openstaan krijgen de status urgent en dienen eerst te worden opgelost.

N.B. onderstaande heft alleen betrekking op de webcare module Oxyne Connect!

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Indien er berichten binnenkomen kan er gekozen worden uit automatische selectie (alle berichten worden automatisch een ticket) of handmatige selectie door een zogenoemde gatekeeper. Na het aanmaken van tickets kan een agent zelf antwoord geven of aan een andere agent doorsturen (dit kan ook automatisch). Het is mogelijk om een interne comment te plaatsen zonder de persoon met de openstaande ticket te beantwoorden.

Er zijn 4 type tickets: vraag, taak (actie), incident en probleem. Zo kunnen bepaalde incidenten aan 1 probleem gelinkt worden en is het mogelijk om met 1 bericht meerdere tickets te beantwoorden / problemen op te lossen.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Dit is mogelijk. Allerlei soorten labels kunnen worden toegevoegd om het bericht vervolgens door te sturen of een macro te maken die het bericht automatisch bij de juiste agent aflevert.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Ja.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVÉBERICHTEN OOK MOGELIJK?

De Connect tool ondersteunt momenteel alleen Twitter en Facebook. Wij zijn bezig om andere bronnen hieraan toe te voegen.

Het is mogelijk om publieke comments te plaatsen of om privéberichten te sturen.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT DE TOOL?

Oxyne Connect geeft een overzicht van berichten die nog beantwoord moeten worden, berichten die recentelijk zijn opgelost of bewerkt, berichten met status urgent, berichten van specifieke groep zoals media, etc. Het is mogelijk deze views te personaliseren. Het is altijd mogelijk om de conversaties binnen de tool te volgen, de verschillende reacties op 1 bericht worden ook onder elkaar weergegeven zoals in een conversatie.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Het is niet mogelijk om een ticket op te lossen als iemand anders op hetzelfde moment met het bericht bezig is, dit zorgt ervoor dat er nooit dubbel werk geleverd wordt. Andere teamleden kunnen uiteraard wel meekijken en comments plaatsen, of aan iemand anders doorsturen indien nodig.



OXYME

WEBCARE

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Statistieken hebben betrekking op elk uniek bericht en de afhandeling van dit bericht. Er worden dus geen statistieken losgelaten op het aantal reacties over en weer en de hele gevoerde conversatie. Puur op de afhandeling en labels van het initiële bericht.



OXYME

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Zoals blijkt uit de antwoorden van Oxyne op de vragenlijst zijn bijna al onze diensten op maat gemaakt. Dit betekent dat onze prijsstelling en contractvoorwaarden ook vaak op maat worden gemaakt. Voor het continu online monitoren van een merk, product of dienst of het opzetten van de Oxyne Connect webcare oplossing gaan wij uit van een minimale periode van 1 jaar met een initiatiefase van tussen de 4 en 8 weken. De minimale periode van 1 jaar houden wij aan in verband met de set-up kosten, natuurlijk kunnen wij ook een verbintenis opstellen voor een kortere periode maar dan maken de vaste kosten een groter deel uit van het geheel.

Een landschapsstudie of een intensief onderzoek voor een bepaald thema, merk of product bieden we aan over een kortere periode.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

Ook voor deze vraag geldt dat tools en software niet de hoofdmoot van onze diensten is, voor elk product geldt een maatwerkprijs. Voor rapporten geldt een uurtarief voor consulting uren die nodig zijn om de rapportage te maken, daarbij komen proceskosten om de data te verzamelen en filteren en een opslag voor IT capaciteit.

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Zie antwoorden hierboven.

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Uurtarieven zijn als volgt

- Analisten 25 euro
- Operations 50 euro
- Junior consultant 100 euro
- Consultant 150 euro
- Senior Consultant 200 euro

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Zie uurtarieven.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

De webcare tool Oxyne Connect kan zonder problemen worden opgeschaald naar meer agenten. Gaat het om piekbelasting in het verzamelen van data voor andersoortige rapportages dan heeft Oxyne het vermogen om de benodigde extra capaciteit te betrekken uit de pool van flexibel inzetbare medewerkers.



OXYME

ADDITIONELE INFORMATIE

IS ER NOG ANDERE INFORMATIE DIE NOG NIET IS GEVRAAGD, MAAR WEL VAN BELANG IS VOOR DE BESCHRIJVING VAN DE TOOL?

Wij willen hierbij nogmaals duidelijk maken dat de inzet van een tool maar een deel van onze oplossingen is. Veel vaker zullen wij gericht advies geven dat is afgestemd op de wensen van de klant.



PUBLISTAT

BEDRIJFSNAAM / TOOL

NAAM TOOL:

Online Dashboard

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

25 medewerkers.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

Sinds 2000. Vanaf 2007 worden discussiefora en weblogs geïntegreerd in onze nieuwsalerts.

STRATEGIE EN VISIE

(WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Onze analysesoftware is speciaal voor Publistat ontwikkeld. Klant heeft toegang tot ons Publistat dashboard, welke ook speciaal voor ons is ontwikkeld. Tool en dashboard zijn aan elkaar gekoppeld.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Omzet sterk gestegen.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

De verwachting is dat de groei door zal zetten.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

- Online Dashboard met verschillende modules die onze diensten integreren en dwarsverbanden zichtbaar maken: nieuws module, social media module, analyse module, media- en stakeholdercontactmodule
- Monitoring
- Media-analyse

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

- Media-analyses (alle mediasoorten) met als resultaat een factsheet of uitgebreide rapportage
- Monitoring van het nieuws (alle mediasoorten), gepresenteerd in nieuwsalerts (meerdere keren per dag, dagelijks of wekelijks)
- Crisis monitoring

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Opdrachtgevers komen uit verschillende hoeken en zowel profit als nonprofit, bedrijfsleven en overheid.



PUBLISTAT

BEDRIJFSNAAM / TOOL

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

Getrainde analisten monitoren en analyseren mediaberichten persoonlijk. Hierdoor kunnen wij volledigheid en relevantie garanderen. Net als het bepalen van de strekking van een media-uiting, daar waar automatische tools inhoud en teneur incorrect kunnen beoordelen vanwege sarcasme en ironie.

Compleetheid (alle mediasoorten in één tool: online, print, RTV, social).

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

Publistat levert zelf geen knipsels, maar werkt hiervoor samen met verschillende leveranciers.

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

-

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

-

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Via persoonlijk klantcontact, face-to-face, telefonisch of per e-mail.

Indien nodig worden aanpassingen in het Online Dashboard doorgevoerd.



PUBLISTAT

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

Klant hoeft niets lokaal te installeren; alle diensten en producten worden geleverd via email of online.

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

-

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

-

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Volledig.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

-

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR.. ETC.)

Publistat dashboard werkt op alle voorkomende systemen en in alle omgevingen.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Geen beperkingen.



PUBLISTAT

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Onbeperkt via verschillende leveranciers, zowel nationaal als internationaal.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Publistat kan dit doen via leverancier.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Een gangbare manier is het uitfilteren van eigen accounts, niet-Nederlandse berichten, meta-sites en persberichten. Dit doen wij middels zoekvraag. Alle ruis en niet-relevante berichten filteren wij handmatig. Om volledigheid te waarborgen sluiten wij geen bepaalde gebruikers uit. Wij sorteren de data op aantal volgers en relevantie.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Nederland, eigen beheer servers.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

In het Dashboard en contactmodule kan de klant dit zelf doen en blijft het ook staan. Analisten kunnen ook handmatig toevoegingen van klanten in alerts plaatsen en een update sturen.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Geen landen worden uitgesloten.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)?

Op een Nederlandse site worden deze dan alsnog meegenomen. Op een niet-Nederlandse site in een niet-Nederlandse taal worden deze berichten niet gevonden indien we een taalbeperking hebben ingesteld en alleen op de Nederlandse taal zoeken. Om deze reden doen we dit regelmatig bewust niet, en selecteren we relevante berichten handmatig. Sommige klanten hebben ook behoefte aan een internationaal beeld, dan maken wij geen onderscheid in taal in de zoekvraag.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Op maat, naar de behoefte van de klant.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja, op maat.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja, op maat.



PUBLISTAT

BRONNEN

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ja, op maat.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja, op maat.

BLOG'S

Ja, op maat.

AFBEELDINGEN

Ja, op maat.

VIDEO

Ja, op maat.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC..)

Ja.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Op maat.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Ja, op maat.



PUBLISTAT

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Op maat, door getrainde analisten.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)

Het sentiment wordt handmatig bepaald door analisten.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

Niet van toepassing.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Ja.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN

Ja, op maat.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja, in overleg.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Volume, sentiment, mediasoort, mediatitels, onderwerpen, woordvoerders, etc... Dit alles kan afgezet worden tegen concurrentie.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Ja, op maat.



PUBLISTAT

GENEREREN META-DATA

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Niet van toepassing.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-
WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Ja, in overleg op maat.



PUBLISTAT

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

-

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

-

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)
Uiteraard.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE
BEPAALD?

Ja, is mogelijk, door getrainde analisten.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ...)

Tot op de seconde.

PUBLISTAT

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Mediaoverzicht, selectie, analyse, contactmodule.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN>

Met één muisklik kunnen in de grafieken kunnen per variabele, mediasoort, teneur etc. selecties van media worden gegenereerd.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIELEVEL VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Ja.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

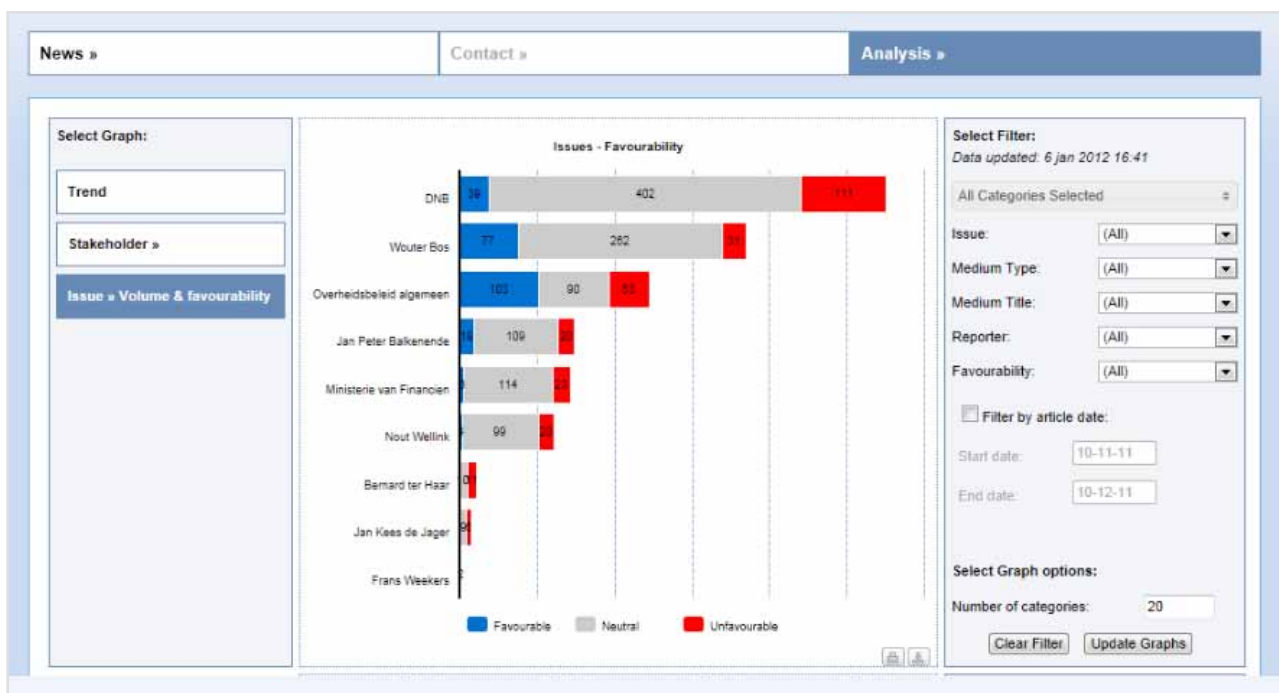
Op maat.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Tot op individueel berichtniveau.

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC..)

Directe respons.





PUBLISTAT

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC..

Naast het online dashboard leveren wij: email-alerts (dagelijks/wekelijks/maandelijks overzicht), factsheet (één à twee pagina's), uitgebreide rapportages (>3 pagina's). Het ligt geheel aan de wensen van de klant hoe omvangrijk zo'n rapportage is.

Via het online dashboard kunnen grafieken en Excel-downloads gegenereerd worden. Daarnaast is het mogelijk nieuwsoverzichten te e-mailen.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC..)

Legio, o.a. wordcloud, grafieken e.d.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC..), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

De alerts worden verzonden via e-mail. De gegevens zijn tevens te raadplegen in het online dashboard.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Goede mogelijkheden.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

-

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Diverse mogelijkheden, in overleg, op maat.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

-

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Directe respons.

PUBLISTAT

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Artikelen zijn doorklikbaar, diverse acties.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Op maat.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Ja.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

-

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

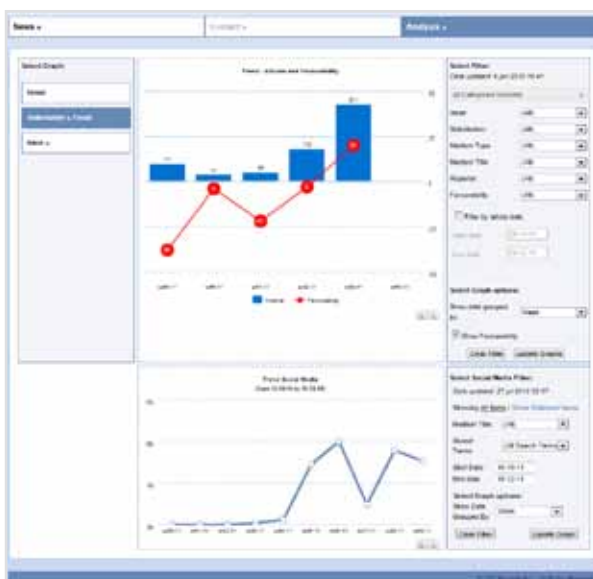
-

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

-

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

-





PUBLISTAT

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN
STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC..)

-

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

-

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

-

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

-

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

-

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Tegen een aangepast tarief live monitoring, extra analisten kunnen worden ingezet op het project, buiten kantooruren, uitbreiding media-selectie, samenvattingen RTV, uitgebreide social media alerts (met duiding, samenvattingen etc.). Doorlopend contact met de klant om verdere behoefte te bespreken (voortzetten monitoring, uitbreiding mediaselectie, extra inzet analisten etc.).

De resultaten van de monitoring kunnen in het dashboard ingeladen worden, via e-mail verzonden worden of beide.



THE WEBCARE COMPANY

BEDRIJFSNAAM / TOOL

NAAM TOOL:

Salesforce Radian6

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

The Webcare Company: 5 fte in NL + resources bij partnerondernemingen

Salesforce.com +/- 40 fte in NL

Radian6 600 fte

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

TWC: 2 jaar

Radian6 sinds 2006

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

The Webcare Company richt zich op klantcontact en social media. Wij vinden dat bedrijven zich moeten richten op de dialoog met klanten en adviseert en faciliteert ondernemingen op dit gebied. Radian6 richt zich op the social enterprise: een nieuwe manier waarop bedrijven zich zowel intern en extern organiseren. Radian6 brengt de dialoog met (en tussen klanten) in het hart van de organisatie.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

De omzetontwikkeling van Radian6 is niet openbaar maar is onderdeel van de cijfers van Salesforce. com. Het laatste rapport met cijfers is hier te vinden: http://www2.sfdcstatic.com/assets/pdf/investors/Q113_Earnings_Press_Release_w_financials.pdf

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

Ook dit is niet openbaar. Radian6 maakt een forse groei door met een verdubbeling van het team in het afgelopen jaar.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

Het Radian6 platform kent verschillende componenten:

- Dashboard (analyse)
- Summary dashboard (management samenvatting)
- Engagement Console (webcare tool)
- iPhone app (voor engagement en belangrijkste kerncijfers)

Daarnaast heeft Radian6 de social hub, een “rules engine” om Radian6 te koppelen met een CRM pakket.

Tevens biedt Radian6 een API.



THE WEBCARE COMPANY

BEDRIJFSNAAM / TOOL

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

The Webcare Company biedt professional Service voor Radian6 in Nederland en België. Dit bestaat (onder andere) uit training, consultancy, analyse (opstellen rapportages), ontwikkelen van maatwerkkoppelingen, ontwikkelen van narrow casting dashboards.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Radian6 kan gekoppeld worden met Google Analytics, Webtrends of Omniture om goede SEO analyses te kunnen maken.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

Radian6 monitort wereldwijd meer dan 150 miljoen bronnen. Naast sociale netwerk sites zoals Twitter, Facebook en LinkedIn, worden ook blogs, fora en nieuwssites gemonitord. Al deze data wordt opgeslagen. Gebruikers van Radian6 kunnen in deze enorme dataset op zoek naar de voor hen relevante informatie. Ook kan met terugwerkende kracht gezocht worden naar informatie. Het dashboard is ontzettend flexibel, waardoor de gebruikers snel en eenvoudig relevante doorsnedes van de data kunnen maken. Daarnaast is het Insights platform beschikbaar, waarop data providers externe data leveren aan Radian6 klanten.

Verder biedt Radian6 de mogelijkheid om op een snelle en efficiënte manier samen te werken. De Engagement Console die hiervoor wordt gebruikt is zeer intuïtief en helpt de gebruiker om snel berichten af te handelen en eventueel door te zetten binnen de organisatie.

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

The Webcare Company werkt samen met meerdere partijen. Allen experts op het gebied van social media in het algemeen, reputatie management en webcare.

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

Radian6 hanteert diverse beveiligingseisen. Doordat Radian6 nu onderdeel is van Salesforce.com, worden de beveiligingsstandaarden die deze leverancier al heeft doorgevoerd in de producten van Radian6.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

Radian6 hanteert een flexibele configuratie en prijsstructuur waardoor het zeer gemakkelijk is om op te schalen. Per maand wordt het daadwerkelijke gebruik gefactureerd.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Maandelijks vindt er overleg plaats tussen The Webcare Company en Radian6 over alle activiteiten die zijn uitgevoerd voor onze klanten. De activiteiten betreffen de ingezette support uren en de registratie van het aantal effectieve users in het dashboard en de Engagement Console van Radian6.



THE WEBCARE COMPANY

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

Het Analyse Dashboard is volledig SaaS en draait via flash in iedere browser. Het Summary Dashboard is een html5 applicatie. De Engagement Console is een Adobe Air applicatie.

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Radian6 heeft een API beschikbaar voor haar klanten. Via de API kan een koppeling gemaakt worden met uw huidige crm pakket, of kan informatie beschikbaar worden gemaakt welke u kunt tonen op uw intranet. Mocht u meer informatie willen hebben over de Radian6 API, neemt u dan contact op met The Webcare Company.

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Via de API kan er met iedere crm tool worden gekoppeld. Voor Salesforce.com is er een standaardkoppeling beschikbaar. Daarnaast kunnen er koppelingen worden gemaakt met Webtrends, Omniture of Google Analytics.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

The Webcare Company is tijdens kantooruren bereikbaar. Radian6 is 24/7 bereikbaar en garandeert 98% uptime.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

Door de snelle ontwikkelingen in het social media landschap wordt er geen lange termijn roadmap gecommuniceerd. Op korte termijn staan gepland: opname van google+, ipad en android app. De mogelijkheid om private data te verwerken (afgeschermd data). De mogelijkheid om het plaatsen van content te kunnen schedulen. Daarnaast zijn er veel security verbeteringen (standaard ssl, automatisch uitloggen etc.). Recentelijk heeft Radian6 Buddy media overgenomen om zich verder te richten op het publiceren en beheren van online content.

<http://www.radian6.com/blog/2012/06/salesforce-radian6-and-buddy-media/>

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)

Het Analyse Dashboard is volledig SaaS en draait via flash in iedere browser.
Het Summary Dashboard is een html5 applicatie.
De Engagement Console is een Adobe Air applicatie.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Op de mobiele applicatie voor iPhone zijn met name engagement functionaliteiten beschikbaar. Via de app kunnen berichten worden beantwoordt, doorgezet naar collega's en kunnen er statussen worden toegevoegd aan deze berichten. Daarnaast is er een Summary pagina beschikbaar, welke op hoofdlijnen aangeeft hoe uw merk ervoor staat op het sociale web.



THE WEBCARE COMPANY

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Radian6 monitort wereldwijd meer dan 150 miljoen blogs en fora, 25k+ nieuws sites, 500+ video en foto sites, 100k+ discussie platformen en heeft daarnaast een firehose connectie met de Twitter API.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Op verzoek kunnen bronnen worden toegevoegd. Deze zijn dan voor de gehele klantenbase beschikbaar.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Radian6 probeert alle relevante Nederlandse content in de database op te nemen. In het dashboard is het mogelijk om influencers te monitoren en/of uit te sluiten. Onze klanten maken hier gebruik van door handmatig labels toe te voegen aan specifieke postings of gebruikers. Een voorbeeld hiervan is het specifiek monitoren van journalisten en politici.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Alle data wordt opgeslagen op de servers van Radian6 in Canada. Het dashboard maakt het mogelijk om de data te zichtbaar te maken in interactieve widgets en is het mogelijk om de data te verwerken in de workflow van de Engagement Console. Tenslotte is er de mogelijkheid om gebruik te maken van een API koppeling om data te onttrekken uit Radian6 en dit op een eigen server op te slaan.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Deze data wordt opgeslagen bij Radian6. Al deze data is middels exports beschikbaar voor de gebruiker.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Radian6 heeft wereldwijde dekking maar deze is het best in de landen waar de taal van “herkent” wordt. Dit zijn momenteel deze talen: Engels, Frans, Duits, Nederlands, Spaans, Russisch, Chinees, Koreaans, Turks, Pools, Zweeds, Deens, Italiaans, Japans, Fins, Noors, Portugees. Data is opgeslagen vanaf halverwege 2008 en blijft beschikbaar voor de gebruikers.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

De gebruiker kan in het Topic Profile (zoekprofiel) zelf de regio's en/of talen selecteren welke gemonitord moeten worden.

Bij berichten van een Nederlander in een andere taal is er de mogelijkheid om in het dashboard van Radian6 een filter aan te brengen op de gewenste taal en regio van een bericht. Hiermee maakt Radian6 het mogelijk om wereldwijd online conversaties te monitoren in meer dan 15 vreemde talen. Daarnaast zijn er extra insights beschikbaar zoals OpenCalais, OpenAmplify en Klout waarmee gebruikers van Radian6 aan de hand van taalherkenning specifieke analyses kunnen maken.



THE WEBCARE COMPANY

BRONNEN

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Radian6 heeft diverse data providers waarmee ze samenwerken. Daarnaast heeft Radian6 eigen crawling technieken om data te monitoren.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja, updates hangen af van de bron. Over het algemeen indexeren we aan de hand van een rss of api bericht. Veel sites hebben beperkingen over de frequentie van indexering.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja, facebook, linkedin (publieke delen), hyves (publieke delen), twitter etc. worden gedekt. Facebook en hyves komen via een api binnen.

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ja, nuij.nl wordt daarin ook gedekt.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja, sites als Fok.nl, Viva forum, Radar, Kassa maar ook Marokko.nl of reacties op Telegraaf.nl. Daarnaast vele niche fora.

BLOG'S

Ja.

AFBEELDINGEN

Ja, geïndexeerd wordt de foto, titel, omschrijving en comments (flickr). Momenteel geen exif data.

VIDEO

Ja, geïndexeerd wordt de foto, titel, omschrijving en comments (flickr). Momenteel geen exif data.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)

Ja. Twitter via de firehose (98% van de berichten is binnen 2 minuten binnen).

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Ja, alle openbare berichten via de api.

<http://www.radian6.com/blog/2010/10/radian6-and-listening-on-facebook/>

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Media die niet online zijn worden niet gedekt. Sites van kranten zijn mainstream news.



THE WEBCARE COMPANY

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Handmatige sentimentanalyse is standaard beschikbaar.

Engelstalige sentimentanalyse wordt geautomatiseerd aangeboden (standaard) – deze classificeert in 5 stappen.

Sentimentanalyse in andere talen (Nederlands, Duits, Spaans) komt op korte termijn via het Insights platform beschikbaar.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)?

De Nederlandse sentimentanalyse wordt geleverd op basis van NLP technologie. Hierbij wordt per vertical (travel, financial) een aparte database gemaakt welke actief wordt verbeterd op basis van aanpassingen van gebruikers. Deze technologie wordt geleverd door The Selfservice Company.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

Tests met Nederlandse analyse liggen tegen de 80% acuratesse.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Er wordt een profiel opgeslagen. Daarnaast kunnen over grotere hoeveelheden berichten analyses gemaakt worden over o.a. geslacht en leeftijd. Dit kan niet worden herleid tot individuele gebruikers, gezien privacy wetgeving.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Dit wordt door insights leveranciers aangeboden. (voornamelijk op engels gericht) – deze kan zelfs analyses maken op zaken als “genoemde merken” “genoemde films” etc.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

De invloed van berichten wordt gebaseerd op basis van variabelen die de gebruiker zelf een weging mee kan geven. Dit zijn zaken als volgers, aantal updates, aantal posts over het merk/onderwerp.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Radian6 rapporteert het aantal berichten, tevens kan er een vergelijking worden gemaakt met een voorgaande periode (dag, dagen, week etc.). Zo kan worden bekeken of het aantal gesprekken over een bepaald product is toe of afgenomen.

THE WEBCARE COMPANY

GENEREREN META-DATA

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Er kan worden geselecteerd op belang van individuele berichten op basis van zaken als aantal reacties, aantal mensen dat gereageerd heeft, aantal volgers etc. Tevens kan geselecteerd worden op “engagement”.

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

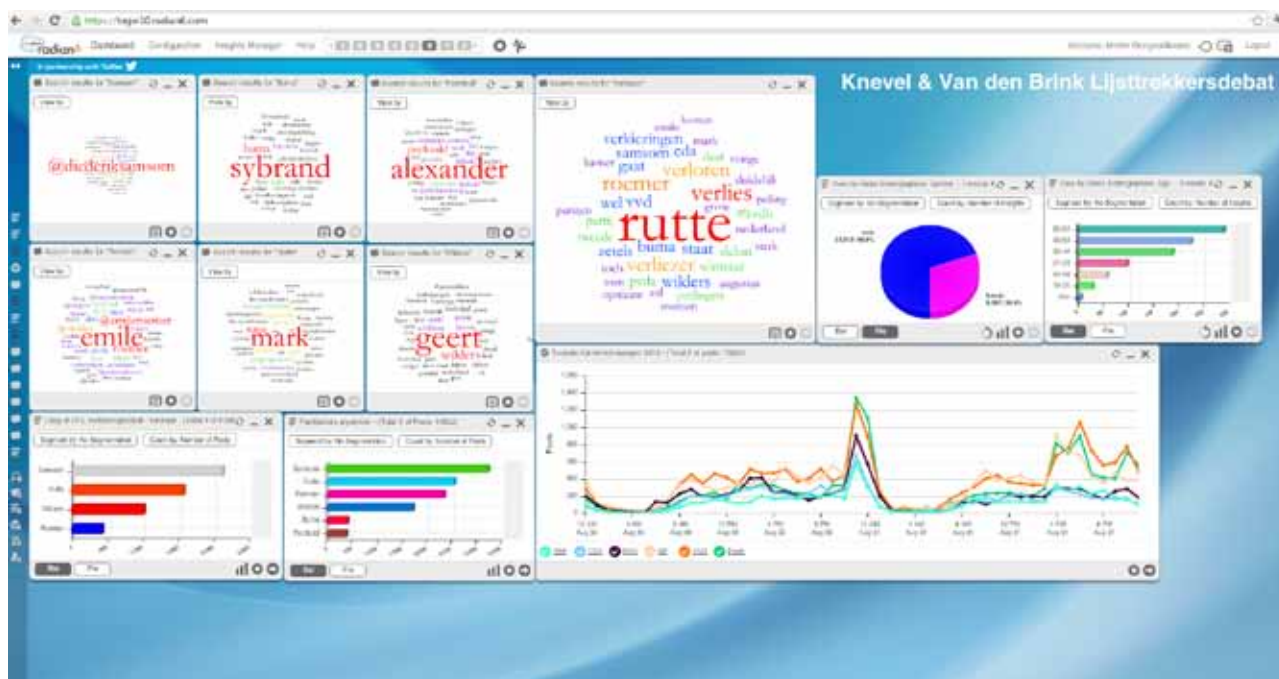
Deze functionaliteit is in ontwikkeling. Radian6 herkent de taal van berichten.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Dit is niet op berichtniveau beschikbaar, wel over een groot aantal berichten.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZOJA LEG UIT.

Alle data is vanuit Radian6 te exporteren als XML bestand, of via de API. Deze data kan vervolgens worden gekoppeld aan externe bronnen, zoals CBS informatie.



THE WEBCARE COMPANY

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

Het zoekprofiel wordt eenvoudig opgebouwd door het opgeven van keywords:



IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Nee, dit is niet mogelijk.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

Ja, dit is de kracht van radian6, er kan continu worden doorgeklikt.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Data kan op diverse manieren worden getoond, gesorteerd en gesegmenteerd. Wanneer query's worden aangepast, verandert het dashboard realtime mee.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ...)

Dit kan op dagniveau, echter er kan vanuit een "trends" widget op uurniveau worden gerapporteerd en doorgeklikt.



THE WEBCARE COMPANY

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Het Radian6 platform kent verschillende componenten:

- Dashboard (analyse)
- Summary dashboard (management samenvatting)
- Engagement Console (webcare tool)
- iPhone app (voor engagement en belangrijkste kerncijfers)

Daarnaast heeft Radian6 de social hub, een “rules engine” om Radian6 te koppelen met een CRM pakket.

Tevens biedt Radian6 een API.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

De Engagement Console kan filteren op inhoud van berichten, brontype etc. Er kan een engagement level (afgehandeld, in behandeling etc.) aan worden toegevoegd, en een classificatie (vraag, klacht etc.). Daarnaast kunnen er vrije tags aan berichten en bronnen worden toegevoegd.

Er is te zien welke collega's op het moment aan het werk zijn. En collega's kunnen live zien welk bericht in behandeling is bij wie. Tevens kunnen interne notities worden toegevoegd en berichten kunnen worden toegewezen aan collega's.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIE NIVEAU VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Ja het is mogelijk om berichten te classificeren, bijvoorbeeld is een bericht een 'lead', 'vraag', 'klacht' etcetera.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Er zijn verschillende rollen beschikbaar. Daarnaast kunnen voor Engagement Console gebruikers alle functionaliteiten worden gecombineerd worden tot profielen welke worden toegewezen aan de gebruikers.

Daarnaast kunnen gebruikers in projecten worden gedeeld waarbij zoekprofielen per project beschikbaar zijn (even als zaken als macro's).

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Het Radian6 dashboard maakt het mogelijk om door te klikken in de widgets. Dat betekent dat er vanuit algemene informatie met een aantal klikken helemaal ingezoomd kan worden op detailniveau.

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OVERSCHRIJVING ETC.)

De Engagement Console biedt de mogelijkheid om filters aan te brengen en zo de resultaten te tonen die voor de agents van belang zijn. Daarnaast kunnen er vanuit Radian6 rapportages worden aangemaakt om te beoordelen of de SLA afspraken daadwerkelijk gehaald worden.

THE WEBCARE COMPANY

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Vanuit het dashboard is het mogelijk om twee soorten rapportages te genereren. Allereerst kunnen gebruikers met behulp van de dashboard rapportage aangemaakte widgets rapporteren. Daarnaast is het met de engagement rapportage mogelijk om alle activiteiten uit de workflow weer te geven. Naast deze standaard mogelijkheid om rapportages te genereren heeft The Webcare Company social media analisten in dienst die in staat zijn om, in overeenstemming met de klant, diepgaande analyses te maken.

Naast de rapportage mogelijkheden is het mogelijk om alle aangemaakte widgets in het dashboard van Radian6 te exporteren als afbeelding. Ook is het mogelijk om de ruwe data te downloaden met behulp van een gratis Excel plugin. Met behulp van deze optie is het mogelijk om grafieken en diagrammen samen te stellen conform huisstijl.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)?

Onderstaand dashboard toont de verschillende visualisaties welke allemaal kunnen worden geëxporteerd over verzonden.



WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Alerts kunnen real time op iedere search of drill down worden verstuurd per mail. SMS alert is momenteel in ontwikkeling.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Alle informatie kan real time worden gerapporteerd.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

The Webcare Company heeft diverse narrow casting oplossingen om aan te bieden aan klanten. Bijvoorbeeld custom made dashboards, of interactieve widgets op uw intranet.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Binnen Radian6 zijn zowel dashboard rapportages (widgets) als engagement rapportages te downloaden.

THE WEBCARE COMPANY

RAPPORTAGE

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Alle handelingen die het webcare team doet via de Engagement Console kunnen worden gerapporteerd. Zo heeft The Webcare Company een applicatie ontwikkeld waarmee op een snelle manier cases kunnen worden gelogd en statistieken kunnen worden getoond. Zo kan er bijvoorbeeld worden gekeken op het dagdeel de meeste berichten binnenkomen, hoe snel deze berichten worden afgehandeld etcetera.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Via een applicatie van The Webcare Company kan er op een snelle en overzichtelijk manier worden gerapporteerd op SLA. Zie hiervoor ook vorige vraag.



THE WEBCARE COMPANY

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Vanuit de Engagement Console kan direct een tweet worden verzonden. Andere sites (fora/blogs etc.) openen in een pop-up (iframe) waarbij de reactie gekopieerd kan worden in de EC zodat de dialoog wordt opgeslagen.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Via de Engagement Console kunnen tweets of berichten van andere bronnen via een muisklik worden toegewezen aan een andere persoon.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Dit is geen standaardfunctionaliteit maar dit kan wel door op het dashboard te zoeken op een individu en daar een alert aan te koppelen. Dit kan dus ook op groepen mensen (pers, 2e kamerleden etc.) als deze middels “source tags” geïdentificeerd zijn.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVÉBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Het is mogelijk om binnen de EC een koppeling te maken met Twitter, Facebook, Bit.ly en Chatter. Via de applicatie kunnen direct berichten worden verzonden. Voor Twitter geldt dat ook DM's verstuurd en gemonitord kunnen worden vanuit deze omgeving.



IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

Door op de naam van de klant te klikken worden dialogen uit het verleden (en interne notes) getoond.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Bij ieder bericht wordt getoond wie deze in behandeling heeft (gehad) (zie screenshots hierboven). Teamleden kunnen interne notes toevoegen en wat ze typen is real time te zien voor collega's.



THE WEBCARE COMPANY

WEBCARE

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Aantal berichten (per medewerker), hoe deze zijn geclassificeerd, wat het engagement level is (welke zijn beantwoord etc.). Deze worden realtime getoond in het dashboard.

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Radian6 werkt met contracten die per maand opzegbaar zijn.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

De basis is het aantal zoekprofielen (met onbeperkte zoektermen), het volume van resultaten en het aantal (named) users. Radian6 is beschikbaar vanaf 600 euro per maand.

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Voor Engagement Console gebruikers wordt een lagere fee in rekening gebracht. Zie hiervoor onze prijslijst.

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Zie hiervoor onze prijslijst. Deze is beschikbaar op aanvraag.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Technische ondersteuning is gratis. De klant kan ervoor kiezen om gebruikersondersteuning af te nemen op basis van een abonnement of op basis van nacalculatie.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Gezien de flexibele structuur van Radian6 is het mogelijk om snel op te schalen.

ADDITIONELE INFORMATIE

IS ER NOG ANDERE INFORMATIE DIE NOG NIET IS GEVRAAGD, MAAR WEL VAN BELANG IS VOOR DE BESCHRIJVING VAN DE TOOL?

De beste indruk van Radian6 krijgt u middels een live demo van The Webcare Company:

<http://www.webcarecompany.nl/>

Daarnaast zijn er diverse filmpjes en tutorials beschikbaar op www.radian6.com.



TEEZIR

BEDRIJFSNAAM / TOOL

NAAM TOOL:

Teezir Analytics, Teezir Webcare en Teezir Toolkit.

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

10 medewerkers.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

Ruim vijfenhalf jaar.

STRATEGIE EN VISIE

(WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Op grote schaal big data crawlen en indexeren en deze zo flexibel mogelijk aanbieden aan en onsluiten naar onze relaties. Vier pijlers waarop wij onze ontwikkeling baseren; Metadata, Realtime, Integratie en Interactie.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

-

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

Plus 25% per jaar over de komende 3 jaar.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

Teezir Analytics; monitoren en (sentiment) analyseren van miljoenen documenten verzameld over de afgelopen 3 jaar

Teezir Webcare; Tool specifiek ontwikkeld voor Webcare medewerkers. Realtime omgeving met uitgebreid workflow management en rapportage mogelijkheden

Teezir Toolkit; rechtstreeks toegang tot de Teezir data middels onze API. Hierdoor stellen we onze relaties in staat onze data te integreren in bijvoorbeeld mobiele platformen, B.I. omgevingen of web omgevingen.

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

Doen wij niet zelf, werken we met Business Partners.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Media, Finance, Marktonderzoekbureau's.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

1. Hoge mate van flexibiliteit. De dashboards zijn volledig naar klantwens in te richten
2. Koppelen van specifieke content zoals kranten content of bedrijfsspecifieke Facebook content
3. Nauwkeurige, geautomatiseerde sentiment analyse



TEEZIR

BEDRIJFSNAAM / TOOL

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

Databay, Marketresponse, Greenberry, Appagents, Motivaction, MWM2.

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC)?

Audits. Daarnaast kennen wij een SaaS model waarin er permissies en encrypted wachtwoorden door Teezir aan de relatie worden verschaft.

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAAALBAARHEID VAN HET SYSTEM?

Onze index of library is opgebouwd rondom een distributed search platform. Dit geeft het platform een hoge mate van schaalbaarheid. Hierdoor kunnen bijvoorbeeld meerdere indexen naast elkaar doorzocht worden.

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Via onze Business Partners en Premium Clients. Ieder kwartaal evalueren wij met hen in een 1-op-1 sessie danwel met meerdere Partners tijdens een bijeenkomst naar die zaken waarvan zij vinden dat deze verbeterd dienen te worden. Daarnaast hebben deze relaties ook inzicht in onze roadmap en hebben hier zelfs een stem in wat betreft planning.

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SaaS. Niets lokaal, alles wordt gehost.

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja. De API is ook ontwikkeld om derden gebruik van te laten maken. Middels uitgebreide documentatie kunnen relaties zelf oplossingen ontwikkelen op onze API, zie <http://toolkit.teezir.com/>

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Integratie mogelijk met Microsoft Dynamics CRM, Microsoft Excel en SAS. Ook Sharepoint integratie wordt ontwikkeld.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Normaal service window van 8x5. Klantspecifiek kan dit binnen de SLA verbreed worden. Daarnaast wordt een uptime gegarandeerd van 99%.

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

Roadmap wordt samen met de input van onze relaties ontwikkeld dus zeer gestoeld op gebruikersinput. Ieder kwartaal komen we met een nieuwe release uit.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC)

Worden geen eisen aan gesteld. We adviseren Mozilla Firefox maar iedere browser is mogelijk.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Teezir Analytics op Ipad. Daarnaast wordt Teezir Analytics in Q3 2012 op HTML5 gereleased. Dit is volledig schaalbaar op mobile devices.



TEEZIR

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Momenteel monitoren we ruim 400.000 bronnen (Twitter zien wij als 1 bron!) en crawlen we ruim 300.00 nieuwe berichten per dag. Totaal aantal berichten in de index is momenteel ruim 200 miljoen.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Bronnen toevoegen kan nu alleen nog via Teezir. Er wordt een module ontwikkeld om de relatie zelf bronnen te laten toevoegen.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

‘Garbage in is Garbage out’. In principe zijn hier geen criteria voor, we voegen iedere bron toe op verzoek van onze relaties. Wel vragen we onze relaties zo relevant (lees;rijk) mogelijke bronnen aan te leveren zodat onze overige relaties hier ook zoveel mogelijk aan hebben.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

Data wordt in NL opgeslagen. Zit vooralsnog geen einddatum aan dus onbeperkt.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Op onze eigen servers.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Nederland, UK, Belgie (Vlaams). Duits en Frans zijn in ontwikkeling.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Taalherkenning op basis van een lexicon/corpus. Berichten van een Nederlander in een andere taal worden niet meegenomen in onze analyse. Als een Nederlander in bijvoorbeeld het Maleisisch op een Nederlandse blog een artikel post, detecteren wij dit als niet Nederlands en nemen we dit artikel dus niet op in onze index.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Crawling.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Ja.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Ja.

TEEZIR

BRONNEN

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Ja.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Ja.

BLOG'S

Ja.

AFBEELDINGEN

Nee. Als deze vraag komt bestaat de mogelijkheid dat we de de url's van de afbeelding crawlen. Vervolgens vragen we een Business Partner de afbeeldingen binnen te halen.

VIDEO

Alleen Youtube.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)?

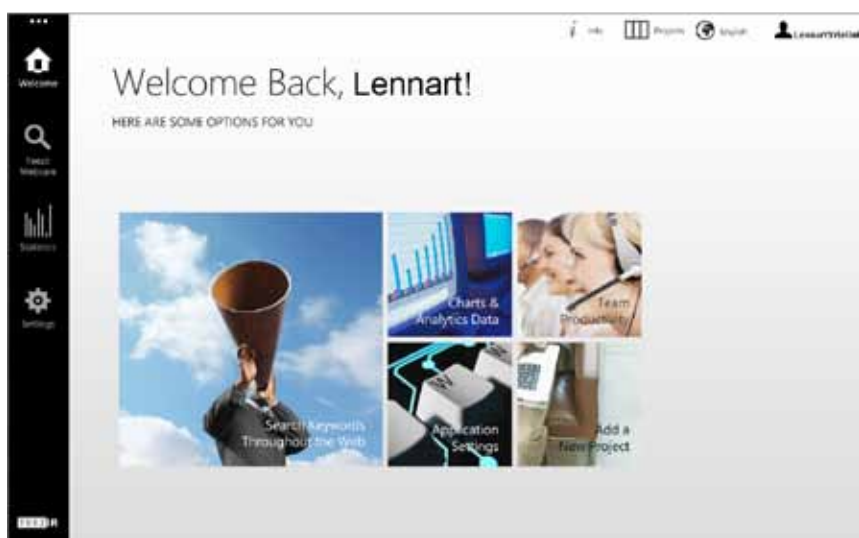
Ja, voor NL op een firehose.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Alle publieke NL pagina's. Tevens mogelijk om eigen Facebook pagina's in Analytics uit te lezen.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Ja, alle kranten content via ANP. RTV content in Q4 2012.





TEEZIR

GENEREREN META-DATA

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Positief/negatief: Ja positief, negatief, neutral en combinatie van positief en negatief

Andere sentimenten? Ja, Sociale klasse en opleidingsniveau.

Geautomatiseerd: ja, volledig. Daarnaast kan er voor een nog hogere nauwkeurigheid een handmatige analyse worden gedaan.

Handmatig: ja, in opdracht

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)

Op basis van door Teezir zelf ontwikkelde sentiment analyse. We hebben algoritmen ontwikkeld die door middel van taalherkenning sentiment analyseren.

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

Ongeveer 70% nauwkeurig.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Ja, we genereren informatie op basis van Twitter profielen, Klout scores en aantal Twitter followers.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Ja, er kan volledig vrij gezocht worden. Er dienen vooraf geen keywords opgegeven te worden door de gebruiker.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja, er kan gezocht worden op invloed. Wordt bepaald aan de hand van het aantal documenten van de auteur die hij/zij gepubliceerd heeft over de zoekterm . Vervolgens worden aantal Twitter volgers getoond gecombineerd met een Klout score.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Trend in sentiment, volume, tijd in jaren, maanden, weken, dagen en uren, invloed.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Ja, dit is mogelijk. De gebruiken zal de bronnen die voor hem/haar van belang zijn zelf dienen te aggregeren in een bronnenset. Bijvoorbeeld bronnen die de gebruiker ziet als 'voorstanders' afgezet tegen 'tegenstanders'. Hieronder kunnen een onbeperkt aantal bronnen vallen.



TEEZIR

GENEREREN META-DATA

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Nee, is niet beschikbaar. Er kan in het dashboard geswitched worden naar een andere taal met daaronder een bronnenset passend bij de taalkeuze.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Nee, nog niet. Deze data wordt nu verzameld maar is nog onvoldoende 'rijk' aanwezig.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC), ZO JA LEG UIT.

Is mogelijk door een export te maken van de resultaten en deze waarden te combineren met externe bronnen in bijvoorbeeld een Excel sheet. Daarnaast kan data in Analytics ingelezen worden middels bijvoorbeeld XML koppeling. Externe data die gekoppeld is, is STIR data maar kan ook klantspecifieke data zijn zoals bijvoorbeeld de facebook API in van de relatie. Uiteraard is deze data volledig afgeschermd voor de andere gebruikers.



TEEZIR

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

Query is volledig zelf samen te stellen door de gebruiker met behulp van Boolean typen (AND, OR, Not etc.)

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Ja.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

Ja, binnen de widgets in het dashboard kan er doorgeklikt worden op de getoonde resultaten.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Ja, is mogelijk. Wordt bepaald op basis van de door Teezir ontwikkelde relevantie algoritmen. Belangrijk binnen relevantie is 'in hoeverre gaat het document over jouw topic (topical relevance).

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ...)

Jaren tot en met uren.

TEEZIR

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Analyse module, Webcare module (in drie verschillende varianten met steeds meer functionaliteiten afhankelijk van de variant), rapportage module voor dagelijks rapport van uit Webcare.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Voor Webcare zijn dit zeer uitgebreide workflowmogelijkheden. Berichten labellen per gebruiker, berichten intern voorzien van comments, statistieken uitlezen per Webcare medewerker wat betreft handling per bericht, snelheid van reageren etc.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIE NIVEAU VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Er zijn binnen beide omgevingen mogelijkheden om classificaties toe te passen.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

User & Role management. Er kunnen op 3 niveau's rechten worden ingesteld.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

Heel erg mogelijk. Grafieken zijn aanklikbaar waardoor je de zoekvraag uitbreid (drill down).

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ Overschrijving ETC.)

Volledig mogelijk. De Webcare module meet de tijd die verstreken is tussen binnenkomen bericht en de respons tijd.





TEEZIR

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Voor rapportages uit Teezir Analytics ontwerpen we klantspecifieke Infographics die op allerlei manieren worden verspreid; als PDF, mail, op een mobile platform. Voor Webcare kan er een mail gegenereerd worden die, voorzien van eventuele remarks, dagelijks kan worden verstuurd in PDF-vorm. Daarnaast kunnen er klantspecifieke rapporten op ad hoc basis verzorgd worden. Er kan direct uit de tools worden geëxporteerd naar Excel en Word.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Teveel om op te noemen. Er zijn ongeveer 20 widgets. Binnen deze widgets kan er voor gemiddeld 3 verschillende weergaves worden gekozen. Maar meerdere grafieksoorten, termclouds en zelfs tabellen voor een export naar bijvoorbeeld Excel.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Alerts op basis van een door de gebruiker in te stellen KPI, dus volledig flexibel. Via mail of sms ontvangt de gebruiker een bericht als bijvoorbeeld een term onder of boven een bepaald volume of sentiment komt.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Momenteel komen Social Media bronnen zoals Facebook, Youtube, Twitter en Hyves realtime binnen. Ook bepaalde grote forums komen near realtime binnen.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

Binnen een gebruikersgroep kan een dashboard gedeeld worden (narrowcasting).

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Niet in deze vorm. Door inzetten van infographics kunnen er zo vaak de klant wil rapportages gemaakt worden. Gebeurt niet op basis van vaste tijden.

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Zeer veel mogelijkheden. In de meest uitgebreide variant worden zelfs fixes gemeten. Hiermee wordt bedoeld dat gemeten wordt hoeveel tweets er nodig zijn om negatief sentiment om te buigen naar positief.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Volledig mogelijk. De Webcare module meet de tijd die verstreken is tussen binnenkomen bericht en de respons tijd.



TEEZIR

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC)?

Teveel om op te noemen. Zelfs het broadcasten naar meerdere platformen is mogelijk.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Volledig mogelijk. Labels kunnen door gebruiker zelf benoemd worden.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Ja.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Facebook en Twitter volledig geïntegreerd, fora reactie wordt gelogd in de Webcare tool maar zijn niet volledig geïntegreerd in de omgeving.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

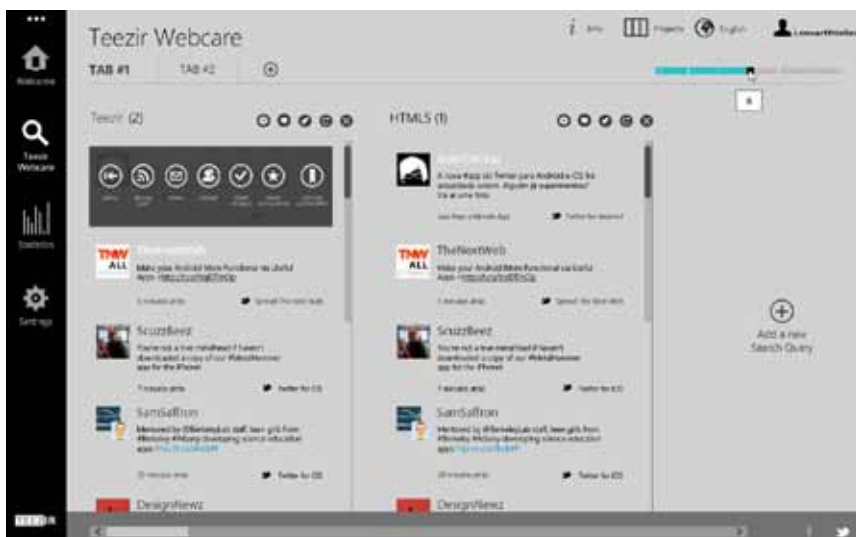
Alle berichten worden gelogd. Dus de hele thread is per auteur te bewaken.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Volledig mogelijk. Onderscheid is mogelijk door gebruik van eigen initialen.

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Aantal conversaties, aantal gereageerde conversaties, sentiment verschuiving binnen conversatie, aantal berichten binnen conversatie.





TEEZIR

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Minimale contractduur 3 maanden, standaardverlenging 1 jaar, opzegtermijn van 1 maand.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

Voor Teezir Analytics 750 euro per maand, 0,50 euro per request, onbeperkt aantal users, onbeperkt aantal documenten.

Voor Webcare Free; gratis

Webcare Horizon; 750 euro per maand

Webcare Infinite; 2.250 euro per maand

(zie www.teezir.com voor specs)

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Zie vorige vraag.

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Eenmalige setup wordt doorbelast van 750 euro. Hiervoor wordt training van een dagdeel verzorgd, (eventueel) dashboards geconfigureerd en user accounts aangemaakt.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Niet als ze binnen het standard service window vallen.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Geen probleem. Extra gebruikers kunnen direct worden aangemaakt en hebben direct toegang tot de tools.



TRACEBUZZ

BEDRIJFSNAAM / TOOL

OMVANG ORGANISATIE NL (AANTAL MEDEWERKERS, IN NL ALS IN EU):

7 medewerkers alleen in Nederland.

HISTORIE (HOE LANG BESTAAT DE ORGANISATIE?):

3 jaar.

STRATEGIE EN VISIE (WAT IS DE STRATEGIE VAN DE ORGANISATIE (PRIORITEITEN) EN WELKE RICHTING ONTWIKKELD DE ORGANISATIE ZICH?)

Social media wordt in ons optiek een van de belangrijkste contactkanalen. Voor zowel marketing, sales als support. Wij onderscheiden ons door samenwerking met verschillende partijen, waarbij wij onze focus houden op online monitoring en webcare. In de toekomst willen wij deze strategie voort blijven zetten en hopen veel nieuwe interessante samenwerkingen aan te gaan.

OMZETONTWIKKELING AFGELOPEN 5 JAAR

Start 2009 met 50.000 euro. Sinds dien is de omzet ieder jaar verdubbeld.

VERWACHTTE OMZET 2012 EN GROEI KOMENDE JAREN

Verwachting 2012 500.000 en meer dan 1.000.000 in 2013/2014.

PRODUCTEN (MONITORING, WEBCARE, OVERIGE PRODUCTEN)

Monitoring, Webcare en online marktonderzoeken.

DIENSTEN (CONSULTING, ONDERZOEK, RAPPORTEREN)

Consultancy Webcare in de organisatie - van implementatie en analyse tot evaluatie.
Online onderzoeken - van opmaak tot interpretatie.

SPECIALISATIE IN BEPAALDE SECTOREN/ VERTICALS (WAAR LIGT DE FOCUS OP IN MARKTAANPAK EN TOOL)

Midden tot groot bedrijf, b2c.

USP (WAT ONDERSCHIEDT DEZE TOOL VAN ANDERE AANBIEDERS?)

- Manier van zoeken, Tracebuzz maakt gebruik van bestaande zoekmachines.
- Tracebuzz monitort alle Twitterberichten. Er zijn geen randvoorwaarden aan dataverzameling. • Uiteraard kan er gefilterd worden op vele manieren.
- Open systeem Volledig benaderbaar via API.
- Flexibiliteit in het aanmaken van statistieken (grafieken voor webcare en online monitoring) door de Chart generator.
- Filtering van webcare resultaten, waardoor je alleen in de meest relevante resultaten hoeft te werken.

TRACEBUZZ

BEDRIJFSNAAM / TOOL

INDIEN RELEVANT, MET WELKE (SOORT) BUREAUS HEBBEN JULLIE EEN SAMENWERKINGSVERBAND?

- Blauw Research - Online marktonderzoeken
- Trinicom - Integratie Klantcontactsysteem
- Partout Interactive - Analyse monitoring
- TamTam - Dashboard integratie, advies social media
- Unamic/HCN - Uitbesteden van Webcare en online klantenservice
- NIMA - Training, events en innovatie social media.

OP WELKE MANIER WORDT DE BEVEILIGING VAN HET SYSTEM GEWAARBORGD (BIJV. AUDITS... ETC.)?

ISO 27001 en ISO 9001 zie <http://www.true.nl/iso-9001-en-27001-hosting/>

HOE WORDT OMGEGAAN MET SCHAAALBAARHEID VAN HET SYSTEEM?

Het systeem draait op Highlander. Dit is ontworpen om nooit tegen onmogelijkheden aan te lopen. Het platform past zich automatisch aan. Zie <http://www.true.nl/highlander/>

HOE WORDT DE FEEDBACK VAN KLANTEN GEBRUIKT BIJ VERBETERING VAN TOOL (OVERLEGVORM, INPUT, METEN KLANTTEVREDENHEID) EN WAT ZIJN DE LAATSTE UITKOMSTEN?

Elke wens van de klant wordt opgenomen in de klantenwensenlijst. op basis hiervan worden ontwikkelingen doorgevoerd. Meest recente ontwikkeling is een dashboard, waarbij volledige input van de gebruikers is doorgevoerd. Tevens wordt er jaarlijks een klantenbijeenkomst georganiseerd.





TRACEBUZZ

TECHNOLOGIE

SOFTWARE-INSTALLATIE (SAAS / LOKALE INSTALLATIE / HYBRIDE (WAT LOKAAL/WAT NIET: DATA, SOFTWARE))

SaaS

HEEFT DE SOFTWARE API'S EN KUNNEN DERDE HIER OOK GEBRUIK VAN MAKEN?

Ja, alle functionaliteiten die door Tracebuzz worden aangeboden zijn ook beschikbaar via API. Voorbeelden zijn te vinden op <http://www.tracebuzz.nl/api/>

STANDAARDINTEGRATIES MET ANDERE SOFTWAREPAKKETTEN?

Integratie met CRM, webcare en andere softwarepakketten

T5 van Trinicom <http://bit.ly/MoESEC>

Social Media Analyzer met Blauw research <http://bit.ly/c9mC45>

Daarnaast is Tracebuzz geïntegreerd met andere specifieke systemen.

WAT IS DE SLA EN SUPPORT ZOALS DIE WORDT AFGEGEVEN VOOR DE BESCHIKBAARHEID VAN HET TOOL EN DE DATABASE?

Zie: <http://www.tracebuzz.nl/sla>

HOE KOMT DE DE ROADMAP VOOR KOMEND JAAR TOT STAND, HOE WORDT GEBRUIKERSINPUT MEEGENOMEN EN WAT IS DE CYCLUS HIERVOOR?

Roadmap wordt gemaakt op basis van de input van onze klanten en onze eigen visie. Sinds de start van Tracebuzz is er gemiddeld wekelijks een release update.

WELKE EISEN WORDEN ER GESTELD AAN DE IT-OMGEVING OM GEBRUIK TE KUNNEN MAKEN VAN DE TOOL (FLASH, ADOBE-AIR, ETC.)

De tool is webbased en te gebruiken vanaf Internet Explorer 6 of een andere willekeurige browser op PC, mac of mobiel. Er zijn geen aanvullende systeemeisen.

WELKE ONDERDELEN VAN DE TOOL ZIJN BESCHIKBAAR OP MOBILE DEVICES EN WAT ZIJN DE BEPERKINGEN?

Alle onderdelen zijn beschikbaar via mobile devices.



TRACEBUZZ

BRONNEN

WAT IS HET AANTAL GEÏNDEXEERDE BLOGS, FORA EN WEBSITES GEDEFINIEERD IN AANTAL SITES EN AANTAL BERICHTEN?

Doordat gebruik wordt gemaakt van bestaande zoekmachines, worden miljoenen bronnen wereldwijd geïndexeerd. Naast het zoeken via de zoekmachines worden alle gevonden bronnen bewaard en gebruikt voor toekomstige resultaten.

KUNNEN GEBRUIKERS ZELF BRONNEN TOEVOEGEN OF KAN DAT VIA DE LEVERANCIER?

Bronnen kunnen zelf of via de leverancier worden toegevoegd.

WAT ZIJN DE CRITERIA OM POSTINGS/GBRUIKERS TOE TE VOEGEN EN/OF UIT TE SLUITEN IN DE DATABASE?

Wat het uitsluiten betreft. Er kan op vele manieren bepaalde resultaten worden uitgesloten. Je kunt aangeven dat wanneer een bepaald woord in de tekst voorkomt, het resultaat niet meer gevonden wordt. Dit geldt naast woorden ook voor bijvoorbeeld twitteraars of url's.

IN WELKE LANDEN WORDT DE DATA OPGESLAGEN EN HOE LANG?

De data wordt voor onbeperkte tijd opgeslagen in Nederland. Wel wordt wereldwijd gezocht.

WAAR WORDT DE DOOR DE GEBRUIKER AANGEVULDE INFORMATIE OPGESLAGEN (OPGESTELDE QUERY, TOEGEVOEGDE INFORMATIE... ETC.)?

Op de servers van Tracebuzz gehost door true server op diverse locaties in Nederland.

WELKE TAALGEBIEDEN/LANDEN WORDEN ONDERSTEUND?

Alle landen wereldwijd en/of de talen:

Nederlands, Engels, Frans, Spaans, Duits, Italiaans, Portugees, Noors, Zweeds, Pools, Arabisch, Turks, Perzisch, Indonesisch.

Overige talen kunnen op aanvraag worden toegevoegd.

OP WELKE MANIER WORDT ER GESELECTEERD OP TAAL (LOCATIE, TAALHERKENNING.... ETC.)

Selectie kan gedaan worden op basis van locatie en taalherkenning. Afhankelijk van de instellingen kunnen berichten van een Nederlander in een andere taal wel of niet gevonden worden.

OP WELKE WIJZE WORDEN DE BERICHTEN BINNENGEHAALD?

Realtime. We gebruiken hier ons eigen methodiek voor.

TRADITIONELE/ MAINSTREAM WEBSITES

Alle traditionele mainstream websites worden realtime (mocht dit nodig zijn) binnengehaald.

SOCIALE NETWERKEN/ COMMUNITIES

Twitter, Facebook en Hyves worden via een directe koppeling met de API's binnengehaald.

Alle overige netwerken via andere APIs en feeds.



TRACEBUZZ

BRONNEN

SOCIALE NIEUWSSITES (BIJV. NUJIJ.NL)

Alle openbare nieuwsites worden realtime (mocht dit nodig zijn) binnengehaald.

FORA/ DISCUSSIE BOARDS

Alle openbare Fora websites worden realtime (mocht dit nodig zijn) binnengehaald.

BLOG'S

Alle openbare blog's websites worden realtime (mocht dit nodig zijn) binnengehaald.

AFBEELDINGEN

Alle afbeeldingen die via publieke zoekmachines geïndexeerd zijn, vinden wij ook.

VIDEO

Alle videos die via publieke zoekmachines geïndexeerd zijn, vinden wij ook zoals Vimeo en Youtube video.

IS TWITTER AANGESLOTEN EN OP WELKE MANIER (BV FIREHOSE, SELECTIE LANDEN OF TAAL ETC.)?

Twitter is op diverse manieren aangesloten om geen tweet te missen. We gebruiken servers en apis in verschillende landen om vanuit verschillende locaties verschillende vragen aan twitter te stellen. Alleen firehose, of alleen search.twitter.com of alleen rest API vanuit 1 land is niet voldoende om alle tweets te verzamelen. Daarom gebruiken wij diverse methodes.

WELKE PAGINA'S EN UPDATES VAN FACEBOOK WORDEN GEINDEXEERD EN OP WELKE MANIER (WELKE LANDEN EN/OF TAALGEBIEDEN ZIJN BESCHIKBAAR) (EIGEN FACEBOOKPAGE, FB OPEN STATUSUPDATES)

Voor het indexeren van Facebook resultaten wordt een directe koppeling gebruikt met de verschillende facebook APIs. Wereldwijd worden resultaten gemonitord. De volgende functionaliteiten zijn mogelijk:

Een bericht plaatsen op je eigen wall. Een bericht plaatsen op de wall van een vriend/fan. Een bericht plaatsen op de wall van een bedrijf. Een link/foto of video plaatsen. Reageren op je eigen bericht. Reageren op een bericht van iemand anders op jouw wall. Reageren op een bericht op de wall van je vriend/fan. Privéberichten ontvangen van vrienden/fans. Ophalen van algemene persoonlijke info. Ophalen van uitgebreide info van vrienden/fans. Ophalen van uitgebreide info van vrienden van vrienden.

(DIGITAL BESCHIKBARE) TRADITIONELE MEDIA (RTV, KRANTEN)

Nee, behalve als de data van de krant publiekelijk beschikbaar is gesteld.

IS SENTIMENTANALYSE MOGELIJK, WELKE SENTIMENTEN KUNNEN WORDEN BEPAALD?

Het sentiment kan handmatig bepaald worden en loopt van zeer positief, positief, neutraal, negatief tot zeer negatief.

Daarnaast kunnen berichten op relevantie worden gecategoriseerd, zodat een gedeelte maar te hoeven worden geclassificeerd om tot een representatieve sentimentanalyse te komen.

HOE WORDT SENTIMENT BEPAALD, IS DE SENTIMENTANALYSE ZELFLEREND (MAAKT ZE GEBRUIK VAN AI / NLP OF ANDERE SEMANTISCHE VERWERKING, MEDE OP BASIS VAN GEBRUIKERSFEEDBACK)?

Handmatig. (automatisch tegen meerprijs. Wij adviseren dit niet te doen.)

INDIEN RELEVANT HOE ZOU JE DE BETROUWBAARHEID VAN DE AUTOMATISCHE SENTIMENTANALYSE INSCHATTEN? GEEF EEN AANTAL VOORBEELDEN.

Niet van toepassing.

IS HET MOGELIJK OM INFORMATIE TE GENEREREN OVER AUTEURS, BV OP BASIS VAN BIO INFORMATIE, HISTORIE VAN POSTINGS, ETC. (PROFILING). IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BASIS VAN DEZE DATA EN WELKE BRONNEN WORDEN HIERBIJ GEBRUIKT/GECOMBINEERD?

Ja, genereren van informatie is op elke wijze wat door twitter geautoriseerd is mogelijk. Iemand op sociale media is iemand in het echte leven. Wij proberen die link per klant door de klant te laten leggen. Zodat je naast alle tweets van iemand ook kan zien wat zijn emails, telefoontjes en webformulieren zijn. Een twitteraar kan bijvoorbeeld ook een telefoonnummer en een emailadres hebben. Door integratie met andere systemen kan dit samenkomen tot 1 geheel. Het voordeel is dat je gevonden berichten in een veel betere context kunt plaatsen.

IS HET MOGELIJK OM TE ZOEKEN OP BASIS VAN RELEVANTE KEYWORDS/SLEUTELWOORDEN?

Ja, deze kunnen in verschillende combinaties worden gebruikt om de meest relevante data binnen te halen.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP INVLOED VAN DE AUTEUR VAN EEN BERICHT? OP WAT VOOR MANIER WORDT DEZE INVLOED BEPAALD?

Ja, bijvoorbeeld op basis van aantal volgers, tweets, retweets en gebruikte termen en #tags.

OP WELKE GEBIEDEN IS HET MOGELIJK OM TRENDANALYSE UIT TE VOEREN (SENTIMENT, VOLUME, TIJDSTIP, GEO, NETWERK, INVLOED... ETC.)?

Volume, Bereik, Tijdstip, Geo, Netwerk, Invloed, Meest voorkomende woorden of #tags. Daarnaast kunnen zelf criteria worden ingesteld, waarna analyse op basis daarvan kan worden gemaakt. Bijvoorbeeld bij webcare op basis van reactietijd, activiteit van gebruikers enz.

IS HET MOGELIJK TE SELECTEREN OP BELANG VAN BRONNEN? WAT IS DE METHODE OM BELANG VAN BRONNEN TE BEPALEN?

Ja, bijvoorbeeld op basis van aantal volgers, tweets, retweets en gebruikte termen en #tags, Pagerank.

TRACEBUZZ

GENEREREN META-DATA

IS ER EEN EENVOUDIGE OPTIE VOOR DIRECTE VERTALING BESCHIKBAAR (BIJV. VIA GOOGLE TRANSLATE) EN IS HET MOGELIJK DE TAAL VAN UTINGEN AUTOMATISCH TE BEPALEN?

Ja.

IS HET MOGELIJK OM LOCATIE VAN UTINGEN TE BEPALEN (GEO)?

Ja, De analyse bevat een geografische kaart waarop je kunt zien in welke plaats of gemeente bepaalde uitingen op twitter zijn gevonden.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM DATA TE KOPPELEN AAN EXTERNE BRONNEN (ZOALS BEREKENEN PR-WAARDE, CBS-INFORMATIE... ETC.), ZO JA LEG UIT.

De gevonden resultaten zijn te exporteren via Excel en/of API, waarna zelf koppeling kan worden gemaakt met externe systemen. Uiteraard bieden wij hier ondersteuning.



TRACEBUZZ

SELECTIEMOGELIJKHEDEN

OP WAT VOOR MANIER WORDT DE QUERY OPGEBOUWD DOOR DE GEBRUIKER?

In de basic settings op een visuele manier.

In de advanced settings via SQL-query.

IS HET MOGELIJK ITERATIEF DE QUERY OP TE BOUWEN OP BASIS VAN ZOEKRESULTATEN?

Ja, Aan de hand van getoonde resultaten. De query kan verfijnd worden door een zoekopdracht in te stellen binnen de zoekresultaten.

IS HET MOGELIJK VISUEEL EEN DRILL-DOWN TE DOEN OP DE UITKOMSTEN (TOPICS, BRONNEN, POSTERS, ...)

Ja, drill down en instellen van filters zijn beiden mogelijk.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM TE SELECTEREN OP RELEVANTIE, ZOJA HOE WORDT RELEVANTIE BEPAALD?

Relevantie kan bepaald worden op basis van tijd volume, invloed of bereik.

TOT WELK NIVEAU VAN TIJDSINTERVALLLEN KAN WORDEN GESELECTEERD (DAG, UUR, MINUUT, ...)

Realtime tot dagelijks en alles daar tussenin. Elk tijdsinterval is mogelijk. Dit is afhankelijk van de wens van de gebruiker.



TRACEBUZZ

USER INTERFACE

UIT WELKE MODULES BESTAAT DE TOOL (BV WEBCARE, SELECTIE, RAPPORTAGE, ...)

Monitoring, Analyse, Webcare, Rapportages.

WAT ZIJN DE WORKFLOWMOGELIJKHEDEN VAN DE TOOL OP GEBIED VAN: WEBCARE, RAPPORTAGE GENEREREN?

Bij Webcare kan het proces bedacht worden en vervolgens zelf naar wens worden ingericht. Vanwege de variatie van verschillende gebruikers is dit erg belangrijk. Per gebruiker kunnen verschillende rechten worden toegekend.

De rapportages kunnen zelf worden gegenereerd. Via de chart generator kan de gebruiker zelf bepalen welke variabelen een grafiek worden ingeschoten.

IS HET MOGELIJK OM CLASSIFICATIE NIVEAU VAN GEBRUIKERS EN/OF CLASSIFICATIE IN WORKFLOW TOE TE PASSEN?

Ja, de hoofdgebruiker kan een gebruiker aanmaken en deze rechten toekennen. Bijvoorbeeld, reageren via webcare, instellen zoekopdrachten enz.

WELKE SOORTEN GEBRUIKERS WORDEN ONDERSCHIEDEN EN WAT ZIJN HUN RECHTEN?

Per gebruiker kunnen verschillende rechten worden toegekend. Deze zijn door de hoofdgebruiker in te stellen.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM VANUIT GRAFIEKEN IN TE ZOOMEN OP DETAILNIVEAU?

De grafieken zijn interactief en dus doorklikbaar.

VOOR WEBCARE IS REGELMATIG DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE SUPPORT HET SYSTEEM OM DEZE SLA TE HALEN (DENK AAN SORTERING, PRIORITERING, ALERTING BIJ OverschRIJVING ETC.)

Via Sortering, prioritering en alerts bij overschrijving.





TRACEBUZZ

RAPPORTAGE

WELKE RAPPORTAGES ZIJN ER MOGELIJK ZOALS: STATISTIEKEN, TOPICS, ETC.

Via de chart generator kan de gebruiker zelf bepalen welke variabelen een grafiek worden ingeschoten. Deze kunnen vervolgens in een rapportage worden uitgedraaid. Dit kan geëxporteerd worden via: API, CSV, RSS, XML.

WAT ZIJN DE MOGELIJKHEDEN VOOR HET GRAFISCH WEERGEVEN VAN DE INFORMATIE (GRAFIEKEN, TAG CLOUDS, ETC.)

Grafieken, tag clouds, Geografische kaarten, top lijsten etc.

WELKE ALERTS ZIJN MOGELIJK, HOE WORDEN DEZE GECOMMUNICEERD (MAIL, RSS, SMS, ETC.), ZIJN DEZE REALTIME EN HOE KUNNEN DEZE WORDEN INGESTELD?

Email, RSS, XML, SMS, Mobile alert (Iphone, Android, Ipad). Dit is mogelijk vanuit soorten medi.

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM REALTIME INFORMATIE TE RAPPORTEREN, OP BASIS VAN WELKE BRONNEN?

Via alerts, dashboard of geckoboard (extern dashboard).

WELKE MOGELIJKHEID ONDERSTEUND DE SOFTWARE OM EEN OVERZICHTSSCHERM (NARROWCASTING) TE GENEREREN, KAN DEZE DE REALTIME STATUS WEERGEVEN?

Via een extern dashboard. (geckoboard). Deze kunnen door ons of zelf worden ingericht.

WELKE MOGELIJKHEID TOT AUTOMATISERING VAN RAPPORTAGE ONDERSTEUND DE SOFTWARE? (SELECTIE UITVOEREN, VASTE RAPPORTAGES EN AUTOMATISCHE VERSPREIDING)

Alle genoemde mogelijkheden. (selectie uitvoeren, vaste rapportages en automatische verspreiding)

WELKE MOGELIJKHEID IS ER OM STATISTIEKEN TE GENEREREN OVER DE WEBCARE-ACTIVITEITEN?

Alle activiteiten via webcare kunnen door zelf bepaalde topics worden geanalyseerd.

VOOR WEBCARE IS VRIJ VAAK DE NORM BINNEN 1 UUR NADAT DE UTING ONLINE IS GEGAAN REAGEREN, BINNEN 24 UUR OPGELOST. IN WELKE MATE KAN OP DEZE SLA WORDEN GERAPPORTEERD?

Wij houden bij wanneer een bericht is binnengekomen, wie het behandeld hebben, hoeveel tijd er zit tussen binnenkomt en de eventueel meerdere reacties. Doorzetten 2de lijns etc. Alles wordt gelogd en kan in rapportages worden uitgedraaid, per gebruiker, type bericht, bron etc. Door integratie met KCC systemen als Trinicom kunnen daar de SLAs worden ingesteld en nageleefd.



TRACEBUZZ

WEBCARE

WELKE ACTIES KUNNEN ER GENOMEN WORDEN OP INDIVIDUELE UITINGEN (REAGEREN, DOORSTUREN, ACTIEPUNTEN, NOTITIES... ETC.)?

Taggen, Reageren, Doorsturen, Notities, Retweeten.

Alle mogelijkheden via Twitter en Facebook vanuit de Tracebuzz omgeving. Andere media via een directe link.

Dit geldt ook voor onze mobile apps.

IN HOEVERRE HET MOGELIJK INDIVIDUELE BERICHTEN TE LABELEN EN DOOR TE STUREN NAAR DE JUISTE GEBRUIKER?

Dit kan in het systeem worden ingesteld.

ZIJN ER ALERTS MOGELIJK OP INDIVIDUEN?

Ja, via sms, email, RSS, XML, mobile apps en web.

WAT IS DE INTEGRATIE MET TWITTER, FACEBOOK, FORA EN ANDERE OM VANUIT HET TOOL TE KUNNEN REAGEREN, ZIJN PRIVEBERICHTEN OOK MOGELIJK?

Via Twitter en Facebook een volledige integratie, waarbij vanuit Tracebuzz kan worden gereageerd en prive berichten kunnen worden binnengehaald.

Daarnaast is gerelateerde historie altijd beschikbaar, omdat alle data wordt opgeslagen.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK HET OVERZICHT TE BEWAKEN VAN CONVERSATIES VANUIT HET TOOL?

Alle data wordt opgeslagen, waardoor een bericht altijd in de volledige context zichtbaar is.

Daarnaast kunnen door koppeling met klantcontactsystemen ook historische contacten via email en telefoon worden gecombineerd met social media uitingen.

IN HOEVERRE IS MOGELIJK OM MET MEERDERE TEAMLEDEN CONVERSATIES TE VOEREN EN BEWAKEN (BIJVOORBEELD OOK OVERDRACHT) IS ONDERSCHIED MOGELIJK WAARBIJ MEDEWERKERS INPUT KUNNEN LEVEREN VIA DE TOOL?

Via intern commentaar, het wijzen van taken aan medegebruikers en eenmalig openen van een nieuw bericht.

WELKE STATISTIEKEN ZIJN ER TE MAKEN OP DE GEVOERDE CONVERSATIES?

Dit kun je zelf bepalen. Voorbeelden hiervan zijn reactietijden en activiteit van gebruikers.



TRACEBUZZ

PRIJSSTELLING

ANDERE CONTRACTVOORWAARDEN (BIJV. DUUR VAN EEN CONTRACT, SPRAKE VAN STANDAARDVERLENGING, MOGELIJKHEID TOT OPZEGGING CONTRACT IN EERSTE JAAR, ETC.)

Tracebuzz werkt met maandelijkse en jaarlijkse licenties die per direct worden opgezegd.

BASIS VOOR GEBRUIKERSLICENTIES, KOSTEN PER LICENTIE

De kosten zijn opgebouwd op basis van zoekopdrachten en functionaliteiten. Het aantal gebruikers is onbeperkt.

Daarnaast is het aantal zoekopdrachten bij een webcare abonnement ook onbeperkt. (fair use policy)

PRIJS PER MODULE INDIEN WEBCARE EN MONITORING APART WORDEN BEREKEND?

Monitoring vanaf 250 euro per maand

Analyse vanaf 500 euro per maand

Webcare vanaf 1.000 euro per maand

KOSTEN VOOR TRAINING/CONSULTANCY

Dit is inbegrepen bij het abonnement. Voor uitzonderlijke gevallen wordt 500 euro per dagdeel gerekend.

ZIJN ER EXTRA KOSTEN VERBONDEN AAN SUPPORT?

Nee.

IN HOEVERRE IS HET MOGELIJK OM (TIJDELIJK) OP TE SCHALEN IN HET KADER VAN CRISIS?

Dit is ten alle tijden mogelijk.

ADDITIONELE INFORMATIE

IS ER NOG ANDERE INFORMATIE DIE NOG NIET IS GEVRAAGD, MAAR WEL VAN BELANG IS VOOR DE BESCHRIJVING VAN DE TOOL?

Als Tracebuzz geen waarde meer toevoegd, kan de klant maandelijks direct opzeggen zonder opgaaf van reden of kosten.

Onze software is beschikbaar in het Nederlands en Engels.

Onze automatische filters zijn zeer geavanceerd, zodat maar een klein percentage van de berichten handmatig bekeken hoeft te worden.

De webcare module bevat functionaliteiten als gerelateerde berichten, eigen url shortener, eigen tweetlonger, eigen tweetlater en meer.

Uurlijks worden er backups gemaakt.

Tracebuzz heeft apps beschikbaar voor Ipad, Android en Iphone.

Social Media Onderzoeken worden indien gewenst gedaan door onze partner Blauw Research.

Tracebuzz kan gratis getest worden via onze 14 daagse trial, zodat zelf ervaren kan worden wat Tracebuzz kan.