



InfoWatch KRIBRUM

Сколько стоит репутация вашей компании?

Корпоративная репутация вносит весомый вклад в капитализацию компании. Именно поэтому большинство современных компаний активно работают над своим имиджем и восприятием бренда клиентами, партнерами и общественностью.

Одним из ключевых элементов программ по созданию и управлению репутацией являются прямые коммуникации с клиентами, которые все более активно перемещаются в Интернет. Сегодня Интернет – один из наиболее важных и влиятельных каналов общения и распространения информации: обычные пользователи охотно обмениваются в сети мнениями об используемых продуктах и услугах. Интернет-маркетинг прочно занял свое место в продвижении компании, существенно дополнив и расширив традиционный инструментарий маркетологов.

Для современных компаний интернет-коммуникации одновременно и уникальная возможность, и риск. Они позволяют получить доступ к огромной аудитории, приблизить компанию к реальным пользователям ее продуктов, вызвать взрывной рост интереса к своим услугам, более эффективно проводить рекламные акции. Так, например, один позитивный отзыв реального клиента, опубликованный им в своем блоге, может быть в 10 раз эффективнее традиционных рекламных или маркетинговых акций (word-of-mouth marketing). В тоже время один негативный отклик может иметь серьезные последствия.

Одной из особенностей современных интернет-коммуникаций является то, что именно негативные отзывы и впечатления вызывают наиболее острую и живую реакцию – ими активнее делятся, их цитируют, на них ссылаются. Это создает общий негативный информационный фон вокруг компании и отрицательно влияет на корпоративную репутацию.

Кому предназначен сервис

- Операторам связи
- Розничным банкам
- FMCG¹-компаниям
- Авиакомпаниям и туристическим операторам
- Нефтегазовым компаниям
- Государственным организациям

InfoWatch KRIBRUM для управления корпоративной репутацией

Основанный на принципах облачных вычислений сервис социального мониторинга InfoWatch KRIBRUM предназначен для компаний, заинтересованных в управлении своей репутацией в режиме реального времени.

С помощью сервиса InfoWatch KRIBRUM возможно:

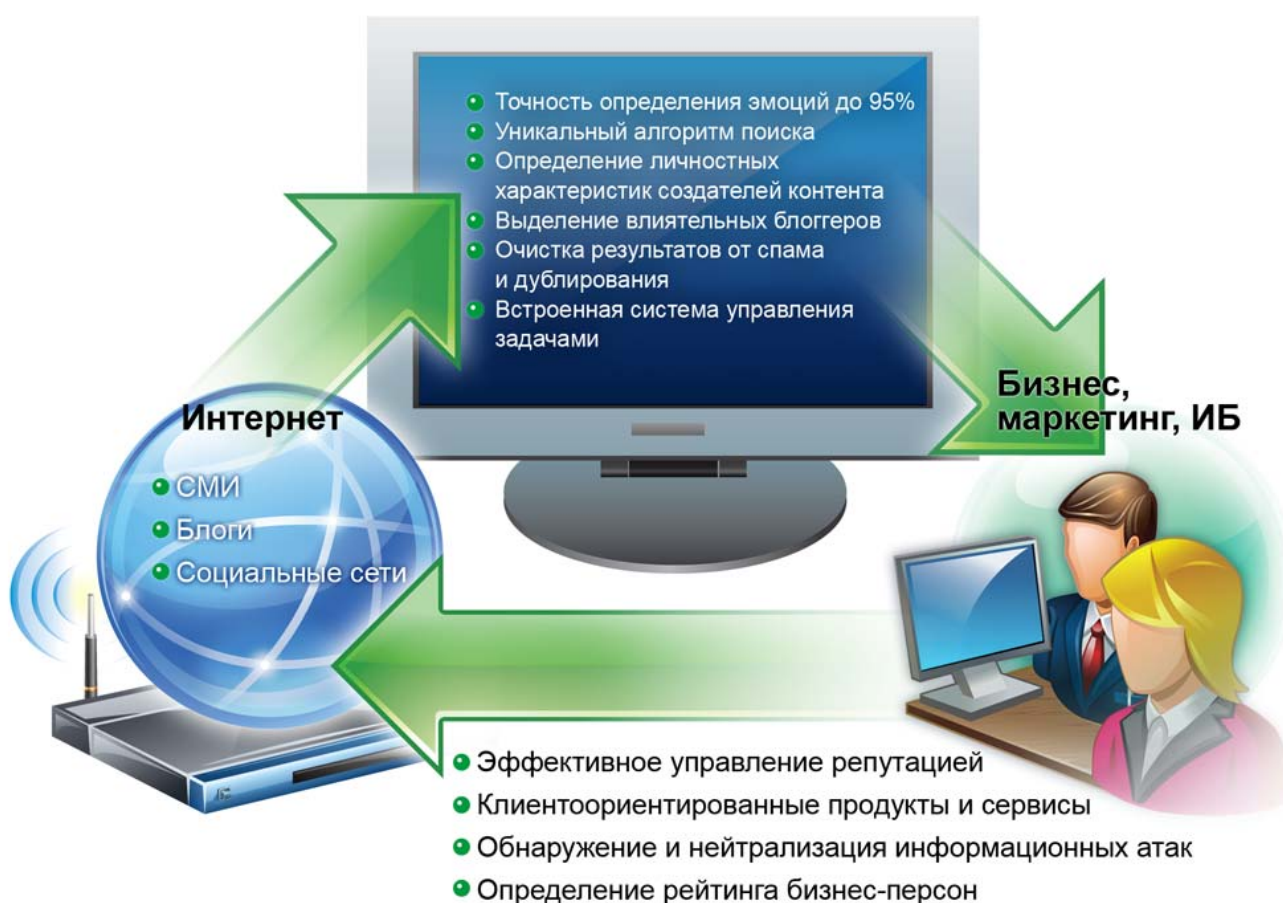
- Получить объективную оценку того, как интернет-аудитория (отдельные пользователи и специализированные интернет-СМИ) оценивает ваш продукт, сервис или отдельных персон в компании.
- Выяснить проблемные места вашего продукта и уровень их критичности.
- Лучше понять, что пользователи считают сильными и слабыми сторонами вашего продукта / сервиса (такая задача может быть особенно актуальна при выходе на международные рынки).
- Сравнить, как интернет-аудитория оценивает характеристики ваших и конкурентных продуктов.
- В режиме реального времени отслеживать источники возникновения и распространения информации.
- Отслеживать динамику изменения количественных и качественных оценок вашего продукта / сервиса в различных источниках, странах и СМИ.
- Обнаружить наиболее влиятельные интернет-СМИ и отдельных пользователей, чтобы лучше сфокусировать маркетинговые мероприятия (оценить влиятельность и вес источников информации, их вклад в формирование общественного мнения о продукте / сервисе).
- Определить специфические пользовательские характеристики создателей интернет-контента (пол, возраст, место проживания, активность, ID, никнейм и пр.).
- Отслеживать процесс закрытия различных репутационных задач с помощью встроенной системы управления заданиями.

¹ *Fast moving consumer goods – товары повседневного спроса*



Преимущества клиента при использовании InfoWatch KRIBRUM

- Возможность в режиме реального времени реагировать на негативные замечания о компании в Интернет и нейтрализовать их
- Возможность совершенствовать свои продукты и сервисы за счет использования предложений интернет-пользователей
- Возможность более эффективно планировать и осуществлять адресные промо-кампании и маркетинговые акции
- Возможность объективно оценить качество своих сервисов поддержки и предпринять необходимые меры по их улучшению



Как работает InfoWatch KRIBRUM?

Чтобы начать использовать сервис, нужно определить какую информацию предстоит отслеживать и анализировать (**определить объект мониторинга**). Объектом мониторинга может стать название продукта, компании или имя собственное – все, что представляет интерес для компании.

Затем нужно составить **базу поисковых запросов** – выбрать критерии, на основе которых будет собираться и анализироваться информация. Такая база запросов уникальна для каждой компании и составляется индивидуально, с учетом потребностей конкретного заказчика. Следующим этапом является определение онлайн-площадок (источников), с которых будет собираться информация. При необходимости информация может собираться и из закрытых интернет-сообществ.



Предустановленная база площадок включает в себя десятки тысяч интернет-ресурсов и может быть дополнена специфическими сайтами, в зависимости от области деятельности компании.

На основе заданной базы поисковых запросов с определенного списка площадок извлекается информация об объекте мониторинга. Собранная информация включает в себя как сами тексты, так и их метаданные (например, свойства автора: пол, география, активность по созданию контента и упоминанию конкретного бренда, популярность, цитируемость, количество «последователей» и читателей и др.; и свойства текста: тип контента (пользовательский, редакционный), подтип контента (новость, статья, пост, «твит», комментарий, оценка), популярность текста (количество комментариев, количество просмотров, посещаемость ресурса (для электронных СМИ), видимость в сети по ключевым запросам, время возникновения текста, количество перепечаток и ссылок на опубликованный контент и др.).

Эта информация анализируется с использованием уникального метода лингвистического анализа собственной разработки InfoWatch, позволяющего с высокой точностью определять эмоциональную окраску высказывания. По результатам анализа вся собранная информация разделяется на положительную, нейтральную и негативную.

Встроенная графическая система отчетности позволяет определить общую оценку объекта мониторинга, увидеть количественные и качественные изменения в оценках, выделить наиболее часто упоминаемые свойства/преимущества продукта или сервиса, понять информационный фон (в каком контексте наиболее часто упоминается продукт). С помощью системы управления заданиями можно отслеживать, как происходит реагирование на возникающие ситуации.

Преимущества InfoWatch KRIBRUM

- Высокая точность определения эмоциональной окраски информации
- Выделение наиболее влиятельных блоггеров
- Очистка результатов от спама и дублирования
- Детектирование юмора, слэнговых выражений, грубой лексики
- Удобная настраиваемая система отчетности
- Многопользовательский режим работы с разделением прав доступа
- Работа в режиме реального времени
- Уникальный поисковый алгоритм
- Определение личностных характеристик создателей контента
- Поддержка широкого спектра языков²
- Встроенная система управления заданиями

С чего начать?

InfoWatch KRIBRUM - онлайн-сервис, с ежемесячно продлеваемой подпиской. Оценить возможности сервиса можно в пилотном проекте. Чтобы договориться о начале проекта свяжитесь с нами по электронной почте sales@infowatch.com.

² Точный список поддерживаемых языков можно уточнить у представителей компании InfoWatch