



Echlot in die Social-Sphäre: IBM Social Media Analytics aus der Cloud

Echlot in die Social-Sphäre: IBM Social Media Analytics aus der Cloud
IBM Cognos Consumer Insight wird IBM Social Media Analytics und bietet zahlreiche neue Funktionen - auch als IBM SmartCloud-Angebot
01 Jul 2013: Die neue Software IBM Social Media Analytics gibt Marketing-Entscheidern ein reichhaltiges Instrumentarium für ihre Social-Media-Analysen an die Hand. Damit können Marketingverantwortliche eigenständig Verhalten und Stimmungen ihrer Kunden auf Facebook und Twitter oder in Blogs und Foren analysieren. Aus den Analysen können sie wertvolle Informationen und Entscheidungshilfen für die Anpassung ihrer Produkte und Services ableiten. Die Software unterstützt mehrere Sprachen, basiert auf der IBM Big Data-Plattform und ist ab sofort auch als IBM SmartCloud Angebot verfügbar.
Im Vergleich zur Vorgänger-Software ist das Leistungsspektrum von IBM Social Media Analytics erweitert worden: CMOs können ihre Kunden nach typischen Verhaltensmustern, Einstellungen, Alter, Geschlecht und Aufenthaltsort segmentieren und Zusammenhänge zwischen verschiedenen Datensätzen erkennen. Diese Erkenntnisse helfen ihnen die Zufriedenheit ihrer Kunden zu erhöhen, Marketing-Kampagnen zu optimieren, Krisen zu managen oder neue Marktchancen zu entdecken. Vorkonfigurierte Dashboards zeigen die Ergebnisse auf einen Blick.
IBM Social Media Analytics hilft Unternehmen zu verstehen, welche Diskussionen zu ihrer Marke und ihren Produkten in den Sozialen Medien geführt werden, wie das allgemeine Stimmungsbild ist, welche Themen vorherrschen und wer die wichtigsten Meinungsmacher dabei sind. Auch können die Marketingentscheider die Social-Media-Akteure nach bestimmten Verhaltensmustern wie Nutzer, Fans oder Kritiker kategorisieren und individuell ansprechen.
Eine 2012 von IBM durchgeführte Studie ergab, dass Mobile- und Social-Media-Marketing weit oben auf der Prioritätenliste der Chief Marketing Officers stehen. "Gerade bezüglich Social Media experimentieren viele Entscheider noch. Was sie in diesem Stadium dringend benötigen, ist eine Lösung, die ihnen einen guten Überblick, ein breites Analysespektrum und klare Entscheidungshilfen an die Hand gibt", so Dirk Heitmann, Leiter des Bereichs Business Analytics bei der IBM in Deutschland.
Die Software IBM Social Media Analytics bietet Marketing-Entscheidern eine Analyse-Lösung, die weit über die herkömmlichen Monitoring- und Listening-Tools hinausgeht:
Share of Voice - zeigt vorherrschende Themen und die Intensität der Diskussionen bezüglich einer Marke, eines Produktes oder einer Person an. Das Stimmungsbarometer kategorisiert dabei in positive, negative, neutrale und ambivalente Stimmungslagen.
Querbeziehungen - verdeutlicht die Beziehungen, die zwischen verschiedenen Analysedimensionen bestehen. Ein Sportartikelhersteller kann damit zum Beispiel genau erkennen, zu welchem Zeitpunkt und in welcher Region eine Kampagne besonderen Erfolg hat.
Kundenstimmung - Dank der IBM Expertise bezüglich natürlicher Sprachverarbeitung kann die Software Tonalität und Absichten der Social-Media-Äußerungen erkennen. Die Funktion ist in zahlreichen Sprachen einschließlich Chinesisch verfügbar und berücksichtigt auch umgangssprachliche Begriffe.
Trendthemen - zeigt mit Hilfe von Keyword-Analysen, welche Themen die Diskussionen in den Sozialen Medien in Zusammenhang mit einem Produkt oder einer Marke zu bestimmten Zeiten in verschiedenen Regionen dominieren. Dadurch lassen sich Langzeittrends erkennen, aber auch bei Krisen frühzeitig gegensteuern.
Die Software IBM Social Media Analytics ist als Lizenz und in der IBM SmartCloud verfügbar. Sie lässt sich nahtlos mit Cognos Business Intelligence und SPSS für tiefergehende Analysen integrieren.
Weitere Informationen über das Produkt finden Sie unter: <http://ibm.co/13kGrq1>
Über IBM: Weitere Informationen über IBM finden Sie unter: <http://www.ibm.com/de>
Kontaktinformation
Dagmar Domke
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
IBM Deutschland
Global Business Services, Global Technology Services, Energiebranche, Business Analytics
+49 211 476 1913
+49 170 480 82 28
dagmar.domke@de.ibm.com
img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=537629" width="1" height="1">

Pressekontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

Firmenkontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

IBM gehört mit einem Umsatz von 95,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 399.400 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM in Deutschland mit Hauptsitz bei Stuttgart ist die größte Landesgesellschaft in Europa. Mehr Informationen über IBM unter: ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html
IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.