

Online Medien Analyse mit IBM OmniFind Enterprise Edition

Highlights

- **Entdecken Sie neue Trends und die Unternehmen und Personen, die damit assoziiert werden**
- **Untersuchen Sie die Reputation Ihres Unternehmens bei Kunden und Meinungsmachern und erkennen Sie Veränderungen über einen bestimmten Zeitraum**
- **Arbeiten Sie mit einer einfach zu bedienenden Web-Anwendung mit Stichwort- und Konzeptsuche, die deutlich aussagekräftiger als Internetsuche ist**
- **Bauen Sie auf den Vorteil der nahtlosen Integration in die IT-Umgebung Ihres Unternehmens**

Die Herausforderung.

Das Internet hat die Verbreitung von Informationen und Meinungen revolutioniert. Jeden Tag werden neue Ideen und Nachrichten im Internet veröffentlicht, die weltweit gelesen und von jedem kommentiert werden können. So wird der Inhalt von Blogs und Internet-Foren für das Image von Unternehmen und deren Produkten immer wichtiger. Unternehmen müssen schnell neue Themen und Trends in diesen Inhalten erkennen können, um angemessen und zeitnah zu reagieren.

Die Lösung.

Die Online-Medien-Analyse ermöglicht die flexible und interaktive Auswertung von 'Web-Daten' wie Internetseiten Ihrer Mitbewerber und Ihrer Branche sowie Blogs, Wikis, Diskussionsforen und Nachrichten. Darüber hinaus können auch unternehmensinterne Daten-

quellen wie Kunden-E-Mails in die Analyse einbezogen werden. Die Bedienung der Anwendung ist ähnlich einfach wie die einer typischen Internet-Suchmaschine, bietet aber zwei entscheidende Vorteile:

- *Statt einer langen Liste von Dokumenten zeigt ein 'Discovery Dashboard' komprimiert die wichtigsten Informationen in übersichtlichen Diagrammen an.*
- *Neben der Suche nach Stichworten ist auch die Suche nach bestimmten Konzepten wie Firmen- oder Produktnamen möglich. Damit kann zum Beispiel eine Suche nach dem Produkt 'xSeries' Dokumente liefern, die nur den Begriff x3400 enthalten.*

Das Discovery Dashboard liefert folgende Informationen:

The screenshot shows the IBM OmniFind Enterprise Edition interface. At the top, there is a search bar with the query 'hybrid' and a search button. Below the search bar, there are filters for 'Concept' (set to 'Countries') and 'Instance' (listing various countries like United States, Uganda, Ukraine, Uruguay, Uzbekistan, Vanuatu). The 'Media Presence' filter is set to 'All documents'. The main content area displays a 'Discovery Dashboard' with three sections: 'Media Presence' showing a pie chart for 'Other automotive (89.7%)' and 'hybrid Country/Unit... (10.3%)'; 'Tonality' showing a pie chart for 'positive (75.0%)', 'neutral (22.2%)', and 'negative (2.8%)'; and 'Hot Terms' showing a horizontal bar chart for terms like 'company XXX (75.2%)', 'car brand XXX (65.8%)', 'tax reduction (60.2%)', 'emission (54.2%)', and 'car insurance (43.0%)'. Below the dashboard, a list of search results is shown, including '2007 Company XXX Hybrid - Car Review & Road Test' and 'XXX Concept XX Hybrid EfficientDynamics - 2006 Home Auto Show'.

Die Benutzeroberfläche der Anwendung mit Suchanfrage, Liste der Suchresultate und Discovery Dashboard

- *Medienpräsenz: deckt auf, welche Verbreitung das untersuchte Thema in einem bestimmten Marktsegment hat. Damit kann die Wichtigkeit eines Themas oder die Wirksamkeit einer Werbekampagne beurteilt werden.*
- *Tonalität: spiegelt die Meinungen zu einem bestimmten Thema wider*
- *Assoziationsanalyse: zeigt an, welche vordefinierten Konzepte häufig zusammen auftreten. Dadurch lassen sich Produkte erkennen, die häufig im Zusammenhang mit einer bestimmten Technologie genannt werden.*

- *Wichtige Begriffe: stellt dar, welche Themen im Resultat häufig besprochen werden. Dies erlaubt zum Beispiel das frühe Erkennen von Trends und neuen Themen, die noch nicht auf dem 'Radar' des Unternehmens sind.*
- *Analyse über die Zeit: gibt Einblick darüber, wie sich Medienpräsenz und Tonalität eines bestimmten Themas entwickeln.*

Durch die anklickbaren Diagramme im Discovery Dashboard lässt sich die Suche schnell auf ein bestimmtes Konzept einschränken. Einfach die relevante Tonalität oder das relevante Produkt in den Kreis- oder Balkendiagrammen selektieren und schon werden nur noch die Dokumente angezeigt, in denen der Suchbegriff zusammen mit diesem Konzept auftaucht. Diese gezielte Einschränkung erlaubt es, schnell den Grund für eine bestimmte Meinung oder Beziehung zu identifizieren. Die Suchanfrage kann als 'MySearch' gespeichert werden, um sie komfortabel in regelmäßigem Abstand ausführen zu können. Hierbei werden auch Schlüssel-Indikatoren wie Medienpräsenz und Tonalität mitgespeichert, um schnell Unterschiede über die Zeit und zwischen verschiedenen Anfragen zu erkennen. Die Lösung basiert auf IBM OmniFind Enterprise Edition, der IBM Plattform für skalierbare und sichere Unternehmenssuche. Dadurch können neben Internetseiten auch firmeninterne Daten in die Analyse einbezogen werden, die zum Beispiel aus Content-Management-Systemen, relationalen Daten-

banken oder Dateisystemen stammen. Dabei ist sichergestellt, dass Benutzer nur die Dokumente analysieren können, für die sie Zugangsberechtigungen haben. Die in der Lösung eingesetzten Module zur Konzept- und Tonalitätserkennung setzen auf den offenen und erweiterbaren UIMA-Standard (Unstructured Information Management Architecture) auf. Die Konzepte können dadurch flexibel auf Ihren Aufgabenbereich und Ihre Branche angepasst werden.

Vorteile für den Kunden.

Die Online-Medien-Analyse ermöglicht eine direkte und interaktive Untersuchung der Meinung über Unternehmen, Produkte und Technologien. Sie ermöglicht, das Image und den Bekanntheitsgrad von Produkten zu beobachten. Die Lösung ist darauf ausgerichtet, Entscheidungsträger schnell und einfach mit Informationen über das öffentliche Meinungsbild und Trends zu versorgen und bei der Beantwortung folgender Fragen zu helfen:

- *Wie hoch ist die Medienpräsenz meiner Produkte in meinem Marktsegment – und im Vergleich zum Wettbewerb?*
- *Wie ist die Meinung über meine Produkte oder mein Unternehmen?*
- *Welcher meiner Konkurrenten wird am häufigsten im Zusammenhang mit einer wichtigen Technologie genannt?*
- *Was sind die aktuellen Themen, mit denen meine Firma und der Wettbewerb assoziiert werden?*

- *Was sind die wichtigen Marketing- und Kommunikationskanäle für meine Firma und den Wettbewerb?*

Service rund um die Lösung.

IBM bietet an, das System auf die Konzepte Ihrer Firma oder Ihrer Branche abzustimmen. Darüber hinaus passt IBM die Benutzeroberfläche und die Konfiguration der untersuchten Medien auf unternehmensspezifische Bedürfnisse an.

Technische Voraussetzungen

- *Lizenz für IBM OmniFind Enterprise Edition, Version 8.4*

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Anne Boegershausen

IBM Service Sales für Content Management und Discovery

E-Mail:

anne.boegershausen@de.ibm.com



IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind eingetragene Marken der IBM Corporation.

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicennamen können Marken anderer Hersteller sein.

Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und/oder den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschließlich nach den jeweiligen Verträgen.

Gedruckt in Deutschland.

© Copyright IBM Corporation 2007
Alle Rechte vorbehalten.

IBM Form GT12-6917-00 (03/2007)

Query	Concept:Instance	Additional query terms	Tonality	Media Presence	Date
Corporation:XXX			<ul style="list-style-type: none"> positive (66.0%) neutral (26.0%) negative (8.0%) 	<ul style="list-style-type: none"> Other automotive (90.2%) CorporationXXX (9.8%) 	Feb 27, 2007 2:17 PM
Car:XXX			<ul style="list-style-type: none"> positive (82.0%) neutral (15.0%) negative (3.0%) 	<ul style="list-style-type: none"> Other automotive (99.6%) Car:XXX (0.4%) 	Feb 27, 2007 2:39 PM
KeyPerson:Rick XXX			<ul style="list-style-type: none"> positive (69.5%) negative (16.7%) neutral (13.8%) 	<ul style="list-style-type: none"> Other automotive (99.9%) KeyPerson:Rick... (0.1%) 	Feb 27, 2007 2:39 PM
(eco-friendly ecological)	CarBrand:XXX		<ul style="list-style-type: none"> positive (65.2%) neutral (18.4%) negative (16.4%) 	<ul style="list-style-type: none"> Other automotive (99.1%) (eco-friendly ecol... (0.9%) 	Feb 27, 2007 6:50 PM

Gespeicherte Suchresultate in der 'MySearches'-Ansicht