

PILOTPROJEKT – SOCIAL MEDIA MONITORING

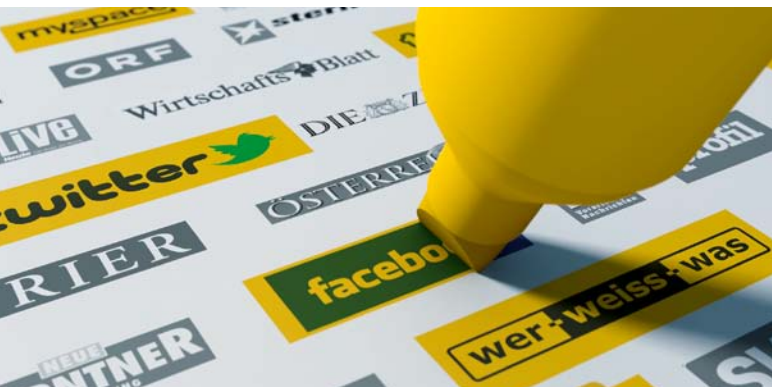
Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Blogs, Foren – auf Social Media Plattformen wie diesen tauscht sich die wachsende Online-Community zunehmend über Unternehmen, Produkte, Marken, Personen oder aktuelle Nachrichten aus. Da sich die Kommunikation im Web 2.0 stark von klassischen Medien unterscheidet, ist für die Medienbeobachtung in diesem Bereich eine spezielle Form der Vorarbeit notwendig.

Die Zahl der zu beobachtenden Quellen ist daher nicht mit einer Quellenrecherche abgeschlossen, sondern muss regelmäßig wiederholt und angepasst werden. Speziell entwickelte Technologien unterstützen dabei das APA-DeFacto Lektorenteam.

3. INTELLEKTUELLE AUSWAHL RELEVANTER THEMEN

Aus der Fülle von Ergebnissen prüft das Lektorenteam welche Treffer für den Kunden tatsächlich relevant sind. Auch das dabei verwendete Wording wird dabei immer wieder gescannt und neue Begriffe in den Suchstring aufgenommen. Damit sofort ersichtlich ist, welche Meldungen besonders wichtig sind, werden diese auf Wunsch mit Merkmalen wie z.B. „hot“, „important“, „lesenswert“ oder „kritisch“ versehen und kategorisiert. Die Darstellung der Treffer erfolgt auf einer online Plattform unter Einsatz von semantischen Technologien (z.B.: Anzeige der Webautoren, Bündelung ähnlicher Meldungen, Anzeige Mediasplit uvm.).

Der Kunde kann wählen, ob er einmal oder mehrmals pro Tag über die Treffer informiert werden möchte und ob die Belieferung über E-Mail und/oder den Pressespiegel erfolgen soll.



Mit dem Social Media Monitoring der APA-DeFacto können Kundinnen und Kunden prüfen lassen, wer, wann, wo und wie über sie in den sozialen Netzwerken spricht. Bevor allerdings mit den laufenden Beobachtungen begonnen werden kann, werden gemeinsam mit dem Kunden im Rahmen eines Pilotprojektes relevante Inhalte und Quellen definiert und analysiert. Mittels intellektueller Auswertung werden alle für den Kunden relevanten Beiträge gefiltert.

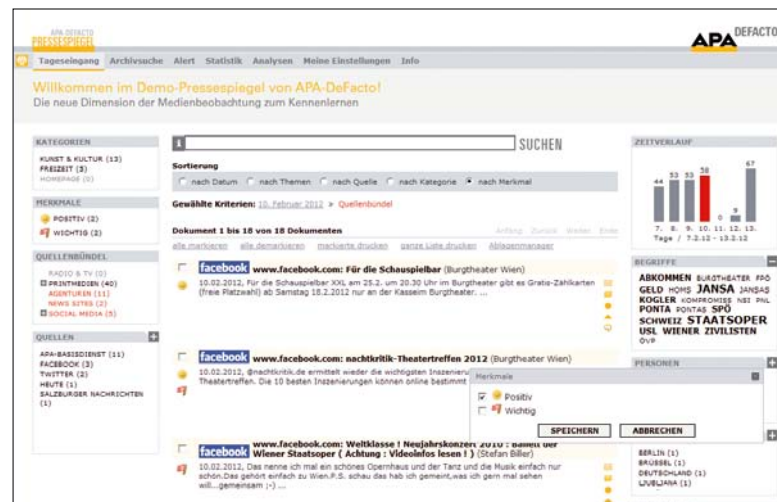
WESENTLICHE SCHRITTE IM LAUFE DES PILOTPROJEKTES

1. DEFINITION RELEVANTER THEMEN

Da für jeden Kunden unterschiedliche Inhalte von Interesse sind, beginnt jedes Projekt mit einer Definition relevanter Themen. Im Gegensatz zu klassischen Medien wird auf Social Media Plattformen häufig umgangssprachlich kommuniziert. Es werden z.B. Spitznamen, Abkürzungen oder Synonyme verwendet, die oft kontextabhängig sind. In der ersten Recherchephase wird daher getestet, welche Begriffe mit welchem Aufwand gesucht werden können und mit welchen Termini über die definierten Themen gesprochen wird. Daraus entstehen komplexe Suchstrings, die eine erste Auswahl an Beiträgen liefern.

2. DEFINITION RELEVANTER QUELLEN

In einem zweiten Schritt geht es darum, auf welchen Social Media Plattformen über die definierten Themen gesprochen wird. Während es bei klassischen Medien bereits im Vorfeld fixe Quellensamples gibt, entstehen oder verschwinden im Bereich Social Media laufend neue Blogs und Foren.



Information & Kontakt

APA-DeFacto
 Datenbank & Contentmanagement GmbH
 Laimgrubengasse 10
 1060 Wien
 Tel.: +43/1/360 60-5123
 Fax: +43/1/360 60-5699
 defacto@apa.at
 www.apa-defacto.at