

JAK DZIAŁA SŁUCHANIE ONLINE

Prowadzący
POLITECHNIKA GDAŃSKA
MODUŁ: ANALITYKA CYFROWA I MONITORING



Co-funded by
the European Union



UNIVERSITY
OF APPLIED
SCIENCES
UTRECHT





Cele nauczania

- Zrozumienie, czym jest słuchanie online.
- Wiedza na temat tego, do czego wykorzystać słuchanie online.
- Nauka korzystania z narzędzi do samodzielnego słuchania online.



AGENDA

- Słuchanie online
- Przykład
- Coosto
- Talkwalker
- Alerty Google
- Google Trends
- Zadanie

Będąc młodszymi marketerami studenci często zaczynają słuchać. To znaczy słuchać online. Studenci badają, co dzieje się na rynku lub wśród społeczeństwa, jeśli chodzi o określony temat. Studenci mogą to robić współpracując z agencją PR, ale również z agencją reklamową lub z organizacjami rządowymi.



Co-funded by
the European Union

**O co w tym
wszystkim chodzi?**



Czym jest słuchanie online?

Zmierz wizerunek swojej marki lub reputację firmy za pomocą nastrojów w mediach społecznościowych i przeanalizuj podstawowe odczucia, problemy i potrzeby. Dzięki alertom w czasie rzeczywistym, powiadomieniom *push* i automatycznym analizom można łatwo zapobiegać kryzysom i je rozwiązywać.



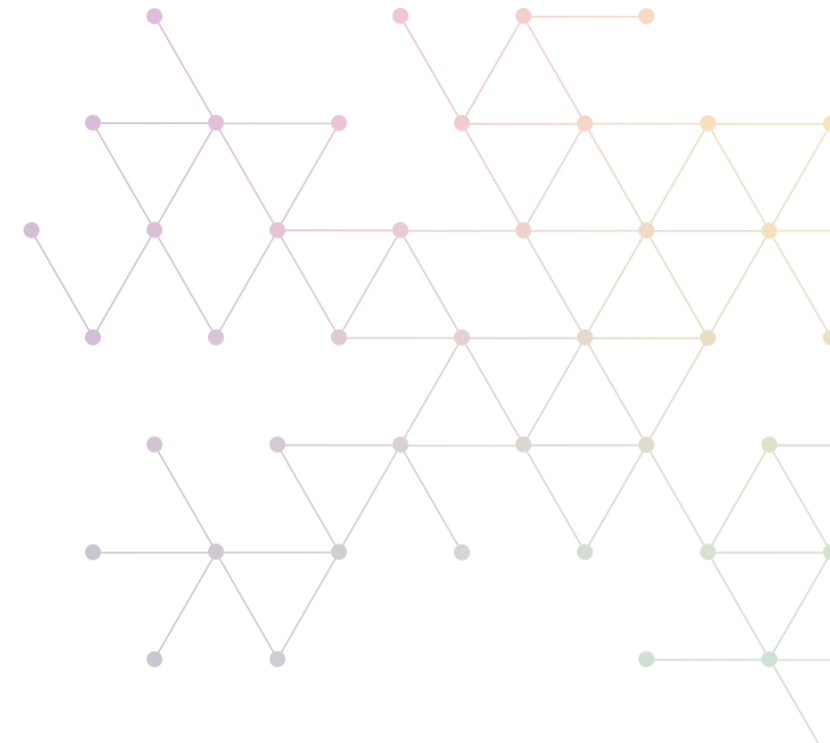
Słuchanie online

Wyszukiwanie wiadomości w mediach społecznościowych na określony temat i filtrowanie ich według różnych cech. Analizowanie danych z portali społecznościowych, blogów, forów, serwisów informacyjnych (online i offline), radia i telewizji.



Słuchanie online

- Uwaga: słuchaj sygnałów wewnątrz organizacji!



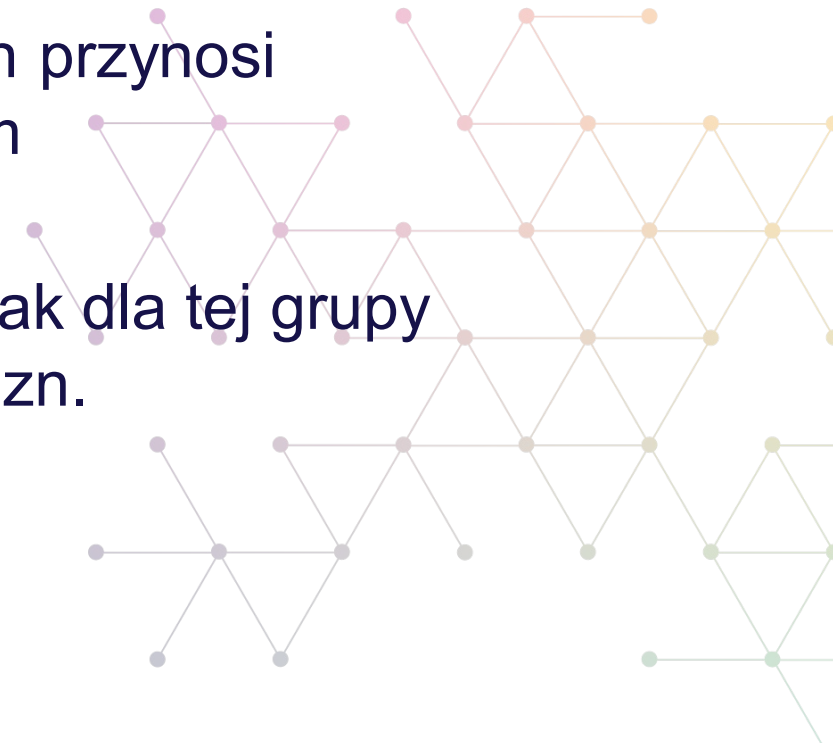


Przykład:

Temat: **Przekaż pieniądze organizacjom charytatywnym**

Trendresearch:

- Więcej osób starszych wspiera organizacje charytatywne. Ma to wpływ na zachowania darczyńców (darowizny w spadku).
- Komunikacja na temat dużych darowizn finansowych przynosi korzyści przy przekazywaniu pieniędzy organizacjom charytatywnym
- Podejście do młodych ludzi: reaguj na emocje. Jednak dla tej grupy bardzo ważne są fakty. Ułatw przekazywanie darowizn.
- Crowdfunding





Przykład Coosto (Coosto, 2023)



<https://www.coosto.com/en/platform/social-listening>



Co-funded by
the European Union



Talkwalker

Talkwalker to narzędzie do monitorowania mediów społecznościowych i stron internetowych, które umożliwia firmom i organizacjom śledzenie i analizowanie ich obecności w Internecie. Zapewnia wgląd w czasie rzeczywistym w rozmowy i trendy online, umożliwiając użytkownikom podejmowanie decyzji opartych na danych i podejmowanie proaktywnych kroków w celu zarządzania swoją reputacją online.

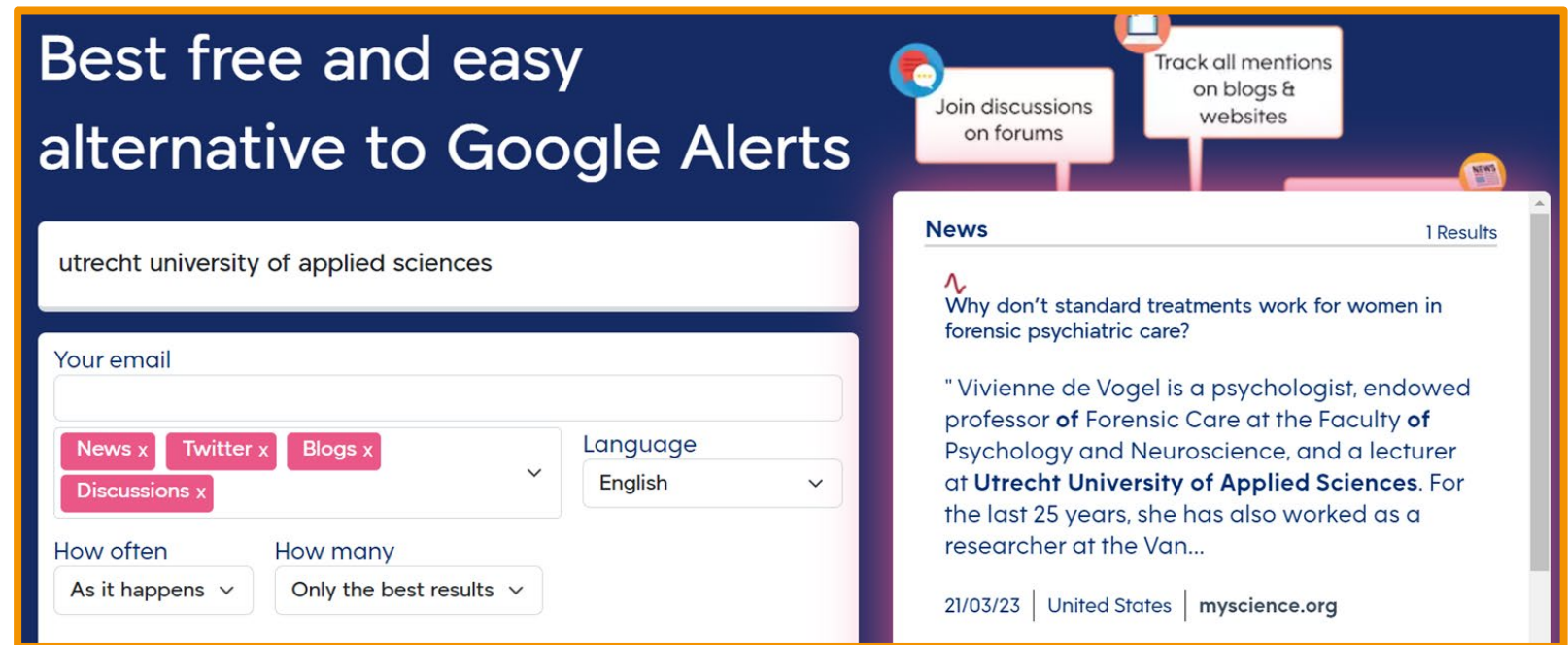
Platforma wykorzystuje zaawansowaną technologię opartą na sztucznej inteligencji do monitorowania milionów źródeł, w tym platform mediów społecznościowych, serwisów informacyjnych, forów i blogów, w ponad 187 językach. Może śledzić wzmianki o marce, analizę nastrojów i informacje o konkurencji, a także zapewniać konfigurowalne raporty i alerty.





Alerty Talkwalker

- Wpisz nazwę swojej firmy lub produktu i dowiedz się, gdzie i kiedy będzie o nim mowa. Przeglądane będą: blogi, Twitter, strony internetowe.
- Zadanie dla studenta: Wpisz swoje imię i nazwisko. Otrzymuj powiadomienia, gdy ktoś o Tobie mówi.



The screenshot displays the Talkwalker search interface. At the top, it says "Best free and easy alternative to Google Alerts". The search bar contains "utrecht university of applied sciences". Below the search bar, there are fields for "Your email" and a selection of sources: "News x", "Twitter x", "Blogs x", and "Discussions x". A "Language" dropdown is set to "English". Frequency and quantity settings are also visible: "How often" is set to "As it happens" and "How many" is set to "Only the best results". On the right, a "News" section shows "1 Results" with a headline: "Why don't standard treatments work for women in forensic psychiatric care?". The article snippet mentions Vivienne de Vogel, a psychologist and professor at Utrecht University of Applied Sciences. The date "21/03/23" and source "United States | myscience.org" are listed at the bottom of the result.





Alerty Google

Alerty Google to bezpłatna usługa oferowana przez Google, która wysyła powiadomienia e-mail do użytkowników, gdy pojawia się nowa treść online, która pasuje do wybranych przez nich zapytań wyszukiwania. Zapytania te mogą być oparte na słowach kluczowych, frazach lub tematach interesujących użytkownika.

Użytkownicy mogą tworzyć wiele alertów dla różnych wyszukiwanych haseł i wybierać częstotliwość powiadomień e-mail (np. na bieżąco, raz dziennie lub raz w tygodniu). Alerty Google mogą być używane do monitorowania wzmianek o marce, śledzenia wiadomości branżowych, śledzenia konkurencji i bycia na bieżąco w różnych tematach.

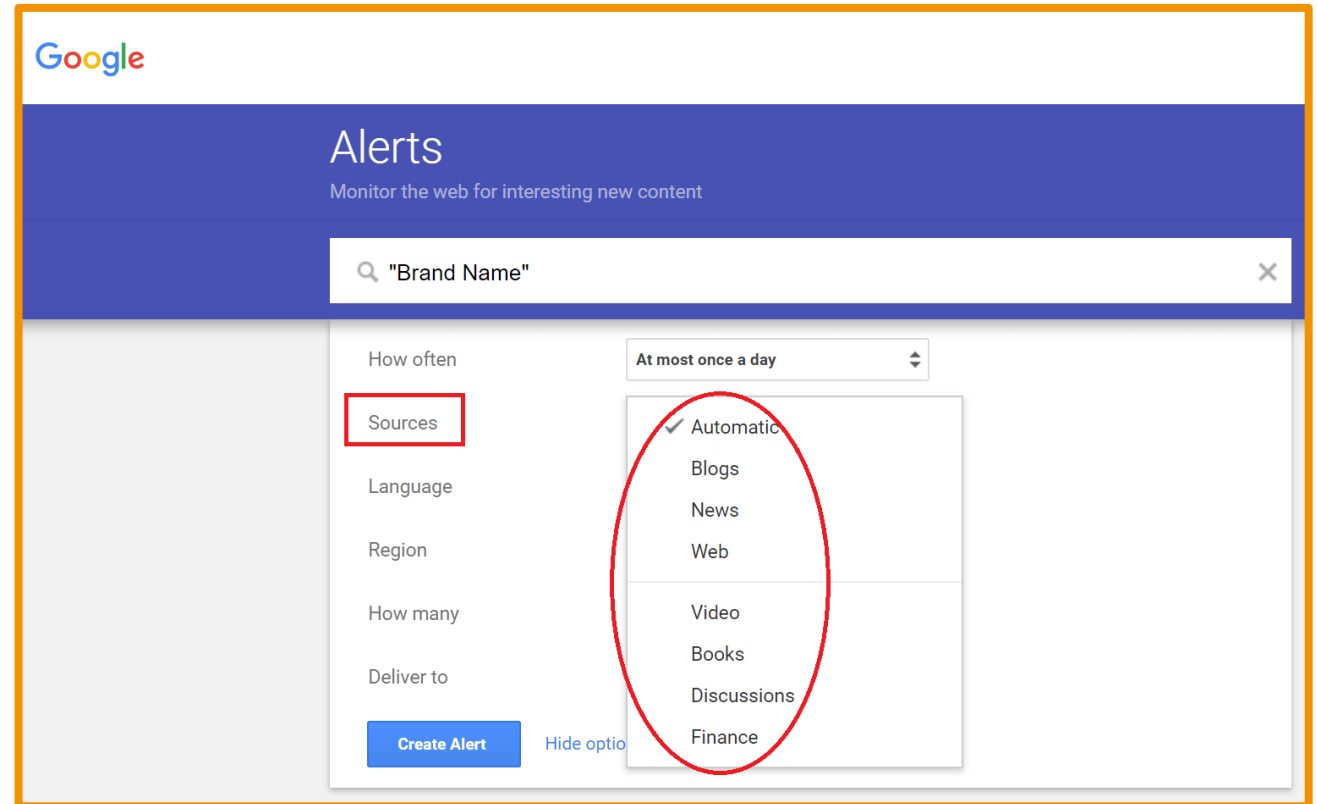




Wpisz swój temat i dowiedz się gdzie jest omawiany

Dowiedz się więcej, jak to zrobić:

<https://reputationup.com/google-alerts-guide/>



The screenshot shows the Google Alerts setup page. At the top, the Google logo is on the left, and the word "Alerts" is centered in a blue header bar. Below the header, a search bar contains the text "Brand Name". To the left of the search bar, there are several configuration options: "How often" (set to "At most once a day"), "Sources" (highlighted with a red rectangle), "Language", "Region", "How many", and "Deliver to". To the right of the "Sources" option, a dropdown menu is open, showing a list of sources: "Automatic" (checked), "Blogs", "News", "Web", "Video", "Books", "Discussions", and "Finance". The "Sources" option and its dropdown menu are circled in red. At the bottom left of the form, there is a blue "Create Alert" button and a "Hide options" link.

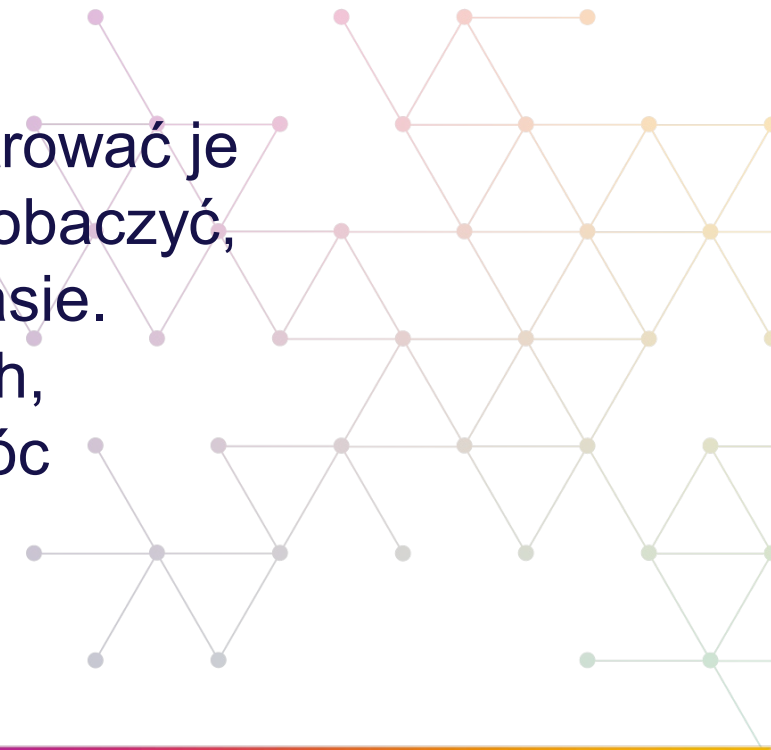




Google Trends

Google Trends to bezpłatne narzędzie oferowane przez Google, które pozwala użytkownikom badać i analizować popularność wyszukiwanych haseł w czasie i w różnych lokalizacjach geograficznych. Zapewnia wgląd we względną popularność różnych wyszukiwanych haseł, a także powiązanych tematów i zapytań.

Użytkownicy mogą wprowadzać wyszukiwane hasła i filtrować je według lokalizacji, zakresu czasowego i kategorii, aby zobaczyć, jak zainteresowanie wyszukiwaniem zmieniało się w czasie. Narzędzie może również generować wizualizacje danych, takie jak wykresy liniowe, słupkowe czy mapy, aby pomóc użytkownikom lepiej zrozumieć trendy i wzorce.



Rok 2022 rokiem poszukiwań

W tym roku świat szukał odpowiedzi na pytanie "**czy mogę się zmienić**" bardziej niż kiedykolwiek wcześniej. Od zmiany kariery po poszukiwanie nowego spojrzenia na życie, ludzie znajdują sposoby, aby na nowo wyobrazić sobie siebie i zmieniać otaczający ich świat. Więcej trendów z tego roku można znaleźć na stronie yearinsearch.google.



Proszę o pytania



Co-funded by
the European Union



Na następne zajęcia:

Przygotuj prezentację na wybrany przez Ciebie temat na max. 2 minuty.

- Jaki jest Twój temat?
- Dlaczego Twój temat jest ważny dla dzisiejszych marketerów?

