



brandwatch

Was kommt als nächstes?

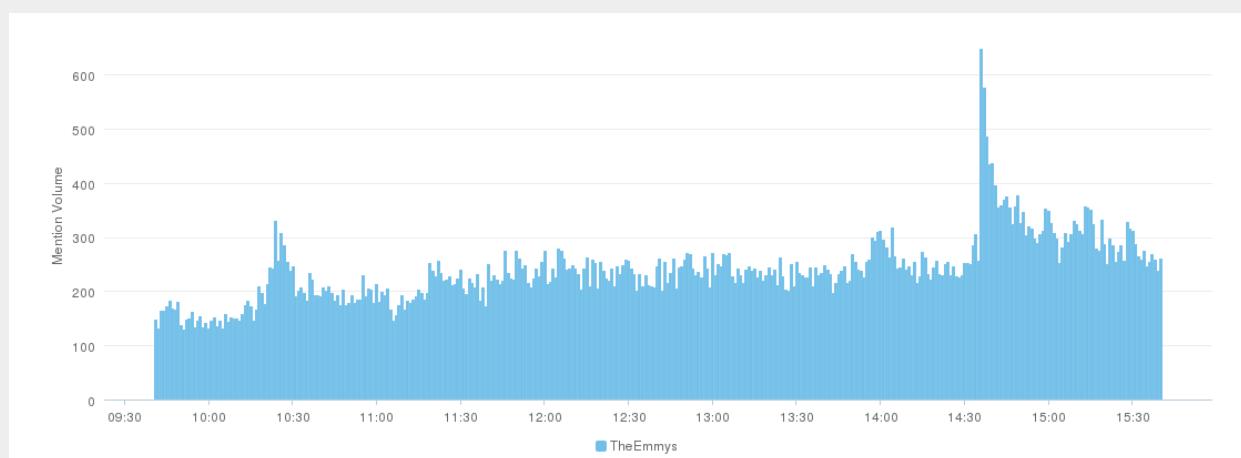
Wir möchten Ihnen die spannenden Brandwatch Analytics Updates vorstellen, die Sie im Oktober erwarten

In diesem Monat: Social Intelligence noch schneller

Qualitativ wertvolle Social Intelligence beginnt immer mit Daten von erstklassiger Qualität. Aus diesem Grund nehmen wir diesen Monat ein paar Schönheitskorrekturen an den Brandwatch-Daten vor und eröffnen Ihnen den Zugang zu noch mehr vorgefertigten Dashboards und Inhalten, damit Social Intelligence noch schneller verfügbar wird. Hier folgt eine kleine Vorschau auf die neuen Möglichkeiten, zusätzlich erhalten Sie in der Plattform eine Nachricht mit Links zu unseren User Guides, sobald die jeweiligen Features live gehen:

Neues Trends Dashboard zum Identifizieren von Gelegenheiten

Verwandeln Sie Ihre Query in Sekundenschnelle in ein Trendanzeige- & Analyse-Dashboard, das selbstverständlich in Echtzeit operiert. Tracken Sie zentrale Themen bzw. Branchen oder monitoren Sie ein bestimmtes Hashtag bzw. Event, um die entscheidenden Unterhaltungen des Moments zu verfolgen.



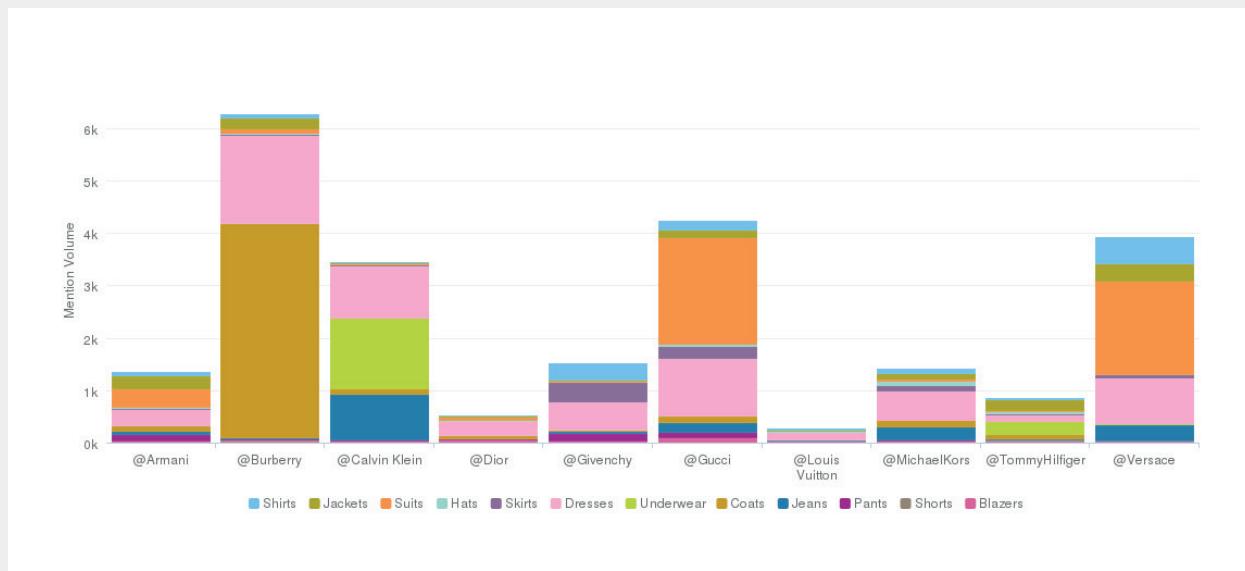
Das Trends Dashboard hält Sie bei allen aktuellen Themen auf dem neuesten Stand und hilft Ihnen, neue Influencer, Unterthemen und wichtige Diskussionen aufzuspüren – damit Sie wertvolle Marketing- und PR-Chancen blitzschnell nutzen können.

Das Dashboard ist der Gewinner unseres Kundenwettbewerbs, in dem unsere Nutzer uns höchst spannende Dashboard-Ideen präsentiert haben. Es wird den neuen Influencer-, PR- und Reputations-Dashboards in die Plattform folgen. Das Trends Dashboard wurde von Expert User Nathaniel Hansen von The Socializers Agency entworfen. Herzlichen Glückwunsch!

Von Experten erstellte Inhalte in Insights Central

Finden Sie heraus, wie Experten das Meiste aus Brandwatch herausholen und lernen Sie, wie Sie Ihre eigenen ROI-fokussierten Projekte erstellen können.

Im September haben wir **Insights Central** gelauncht, einen Bereich, in dem Sie sozusagen hinter die Kulissen einer Auswahl der besten Analyse- und Forschungsprojekte von Brandwatch blicken können. Sie erhalten vollen Einblick in die dahinterliegende Datenwelt. In diesem Monat fügen wir Insights Central weitere Inhalte hinzu, die von Experten aus unserem Professional Services Team erstellt wurden. Diese von Experten erstellten Projekte basieren aus spezifischen Anwendungsfällen und echten Daten.



Erfahren Sie, wie Sie ein komplettes Dashboard zum Identifizieren von Influencern sowie zum Tracken und Messen von Performance erstellen. Nutzen Sie Brandwatch-Daten, um Ihre SEO und Inhaltstrategien sowie viele weitere Bereiche zu verbessern.

Noch mehr Präzision bei der Sentiment Analyse

Wenn Sie eine Marke managen, wissen Sie: Reputation ist der Lebenssaft Ihrer Marke. Das Sentiment ist ein wertvoller Indikator, um den wechselnden Ton der Gespräche rund um Ihre Marke oder Ihr Produkt zu bestimmen. Präzision (die Anzahl der korrekt klassifizierten Mentions) und Recall (die Anzahl der Mentions, die anstelle eines neutralen ein klar positives oder negatives Sentiment erhalten) sind beides entscheidende Faktoren – und wir streben danach, die beste Sentimentanalyse des Marktes zu bieten.

Bei der Sentimentanalyse kann niemals eine 100 %-tige Trefferquote erreicht werden, doch wir arbeiten intensiv daran, uns der schnelllebigen Online-Sprache umgehend anzupassen. Wir berücksichtigen neue Ausdrücke und identifizieren zum Beispiel Sarkasmus und Ironie soweit eben möglich. Unsere NLP-Experten auditieren die Sentimentregeln monatlich und prüfen Tausende Erwähnungen. Dadurch verfeinern und ändern Sie wenn nötig die Regeln.

In diesem Monat fügen wir unserer Sentimentklassifikation neue Regeln hinzu, um den Recall (Anteil der klar negativ oder positiv klassifizierten Mentions, anstelle der neutral markierten) zu erhöhen. Das bedeutet, dass Sie in Kürze etwa 130 % mehr Mentions mit positivem oder negativem Sentiment (anstelle des neutralen) in Ihren Ergebnissen sehen werden. Dieser Anstieg der positiven und negativen Mentions ermöglicht Ihnen, sich ein besseres Bild vom Sentiment rund um die Unterhaltungen, die Ihnen wichtig sind, zu machen.

Erleichtertes Auffinden von Sprachen im Query Builder

Die Sprachklassifikation ist wichtig, denn sie bestimmt, welche Daten Ihre Query erfasst und wie wir das Sentiment und andere Metriken der Mentions analysieren. In den vergangenen zwei Monaten haben wir 17 neue Sprachen eingeführt und im September haben wir die Klassifikation dieser Sprachen verbessert – all diese Veränderungen dienen dazu, Ihnen möglichst präzise Analysen zu ermöglichen.

Damit diese umfangreichen Neuerungen übersichtlich bleiben, führen wir eine neue Organisation der Sprachen im Query Builder ein. Sie können nun schneller und einfacher die gewünschten Sprachen auswählen und zugleich überblicken, welche Sprachen in vollem Umfang und welche nur eingeschränkt unterstützt werden (Full versus Basic Support). Sprachen mit grundlegendem Support werden mit einem Stern gekennzeichnet. Weitere Informationen zur Sprachunterstützung finden [Sie hier](#).

Noch in diesem Monat werden die angekündigten Updates aktiviert. Wir benachrichtigen Sie direkt in der Plattform über die jeweilige Live-Schaltung und bieten zugleich weitere Informationen zur Nutzung. Mit weiteren Fragen wenden Sie sich gern an Ihren Account Manager oder das Support Team.

Unsere im Zweiwochentakt veröffentlichten Release Notes finden Sie übrigens in unserem [Help Center](#).