

neticle labs

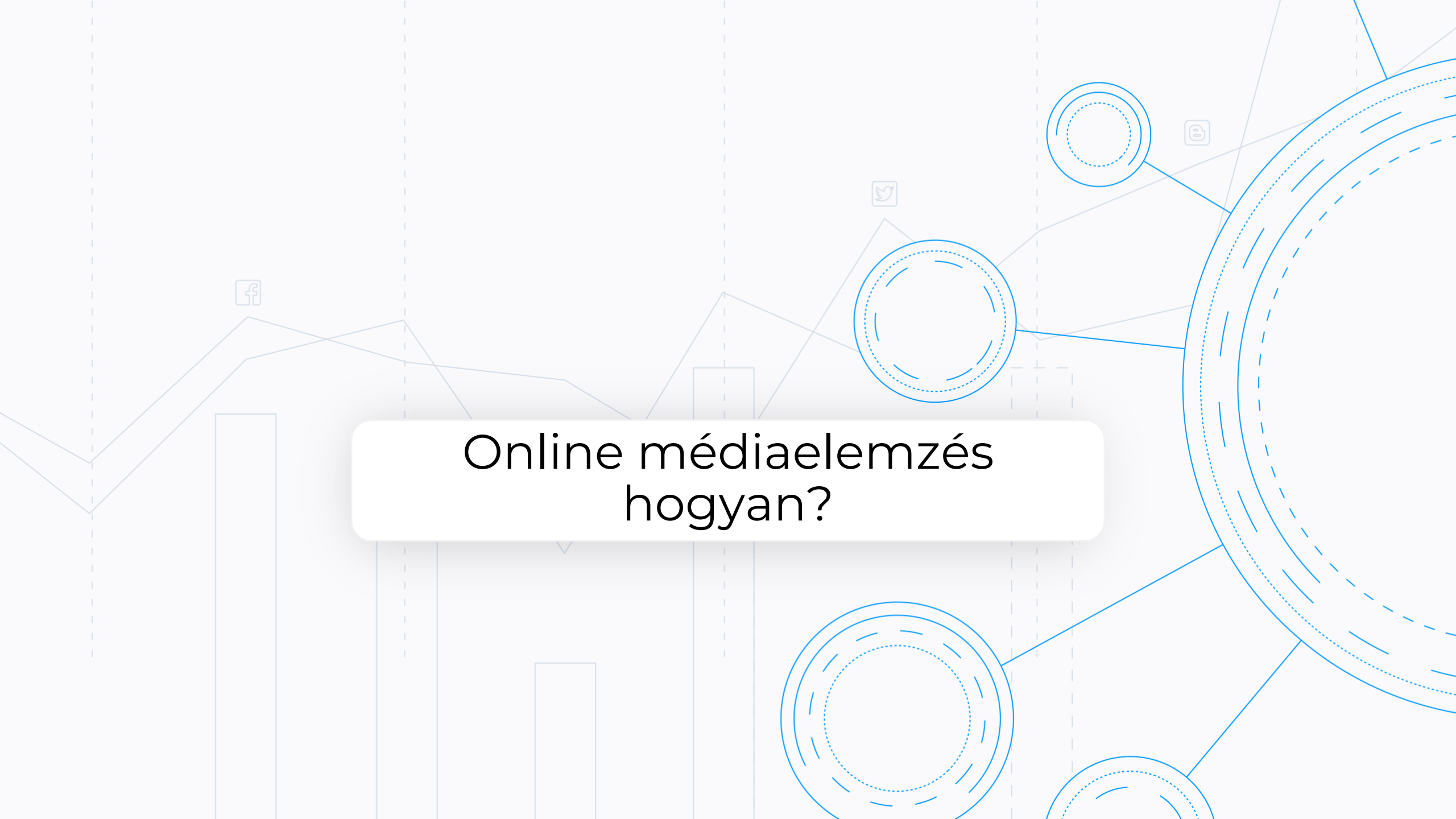
5 eset, amikor az ügyfél jobban tudta

Szekeres Péter

CEO & Co-founder

peter.szekeres@neticle.com

+36 70 701 64 88

The background features a light blue and white color scheme with abstract geometric patterns. There are several dashed vertical lines and a series of connected line segments forming a jagged path. Social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube are scattered throughout. Concentric circles with dashed and dotted lines are also present, some connected by lines to a larger circular structure on the right side of the image.

Online médiaelemzés hogyan?

Kiemelt figyelem a helyi híroldalakon és közösségi média felületeken



YOUTUBE



TUMBLR



VIDEÓ



BLOG



FACEBOOK



CÍMLAP



CIKK



INSTAGRAM



TWITTER



VÉLEMÉNY



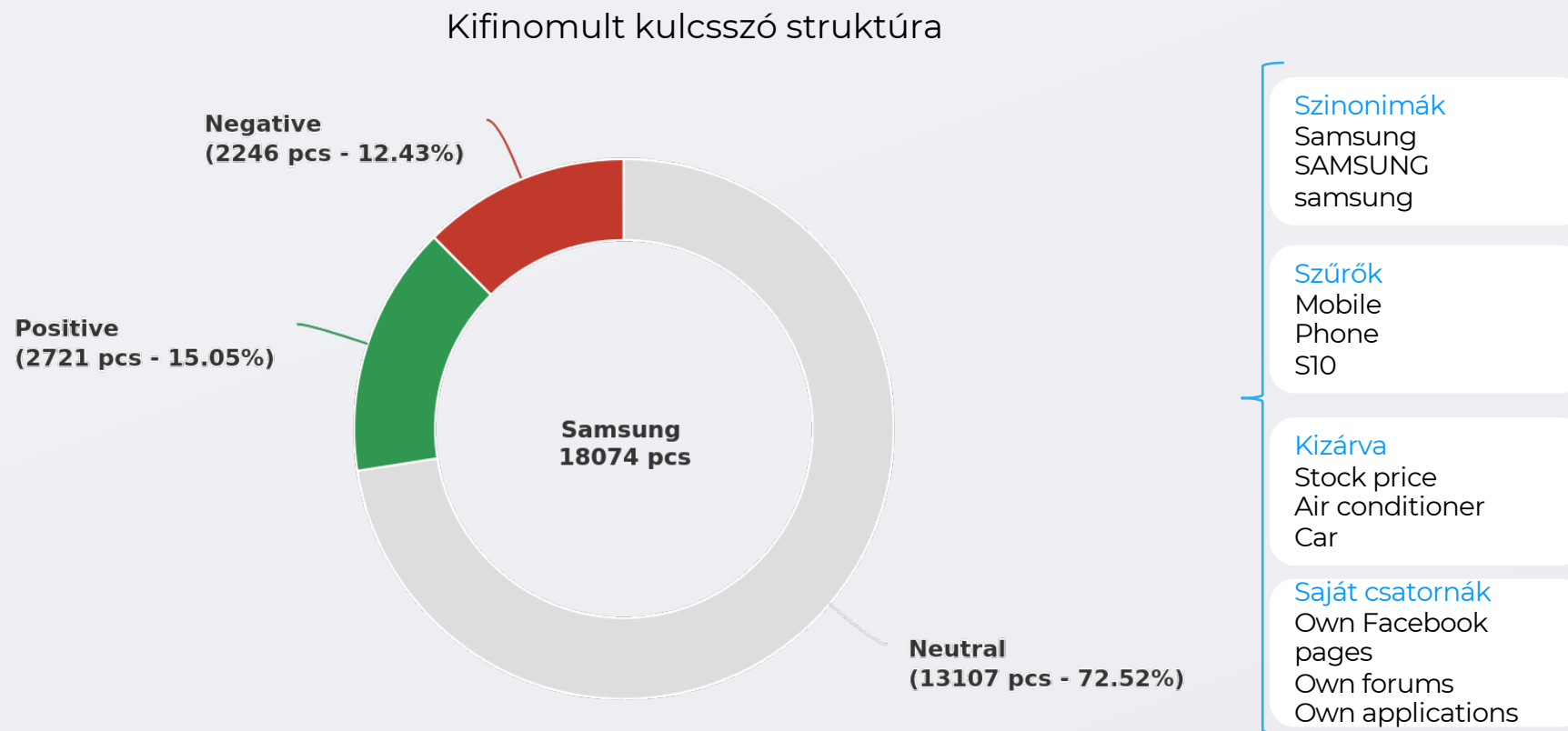
FÓRUM



KOMMENT

index**hvg.hu****24 HU****!!444!!!****Világgazdaság****P****ortfolio****hws**
www.hws.hu

Az adatok elemzése a kulcsszavak alapján



Részletes, egység-alapú szövegelemzés



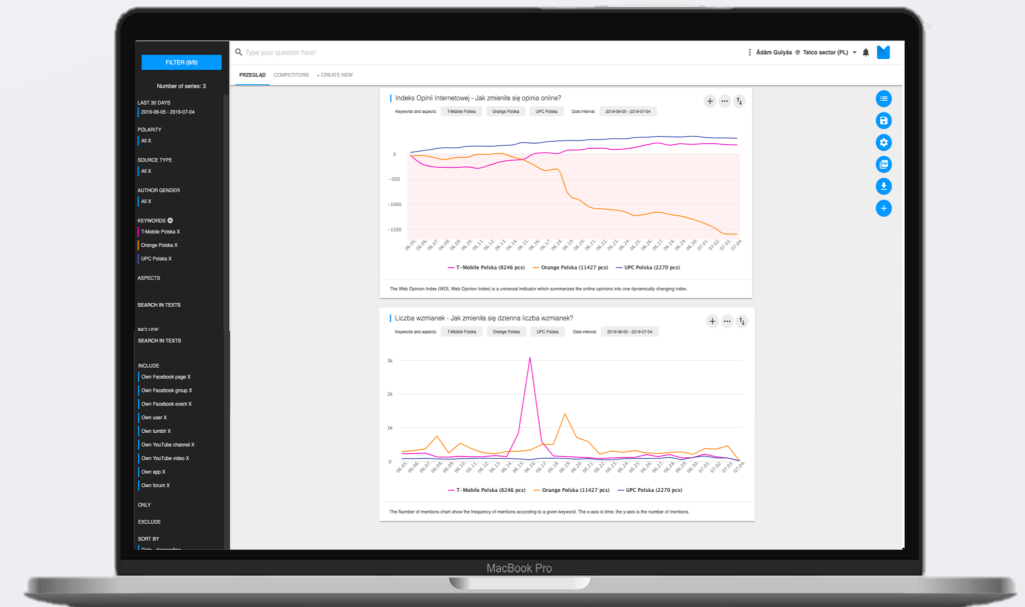
1. Piaci trendkutatás (pharma szektor)

Egy új migrén-gyógyszer bevezetésre a magyar piacon

Probléma: Mennyire ismerik a felhasználók a migrént?

FŐ KUTATÁSI CÉLOK

- 1 Hogyan ismerik fel a migrént?
- 2 Milyen tüneteket említene?
- 3 Milyen kezelési módokat ajánlanak egymásnak a betegek?
- 4 A konkurencia mely gyógyszereit említik a leggyakrabban?



Minta: Közel 5000 begyűjtött említés a migrénről és lehetséges tüneteiről

1

KULCSSZÓ-ALKOTÁS

Migrén-szinonimák gyűjtése: migrén, hangérzékenység, zsibbasztó fejfájás stb.

2

VIZSGÁLT IDŐSZAK

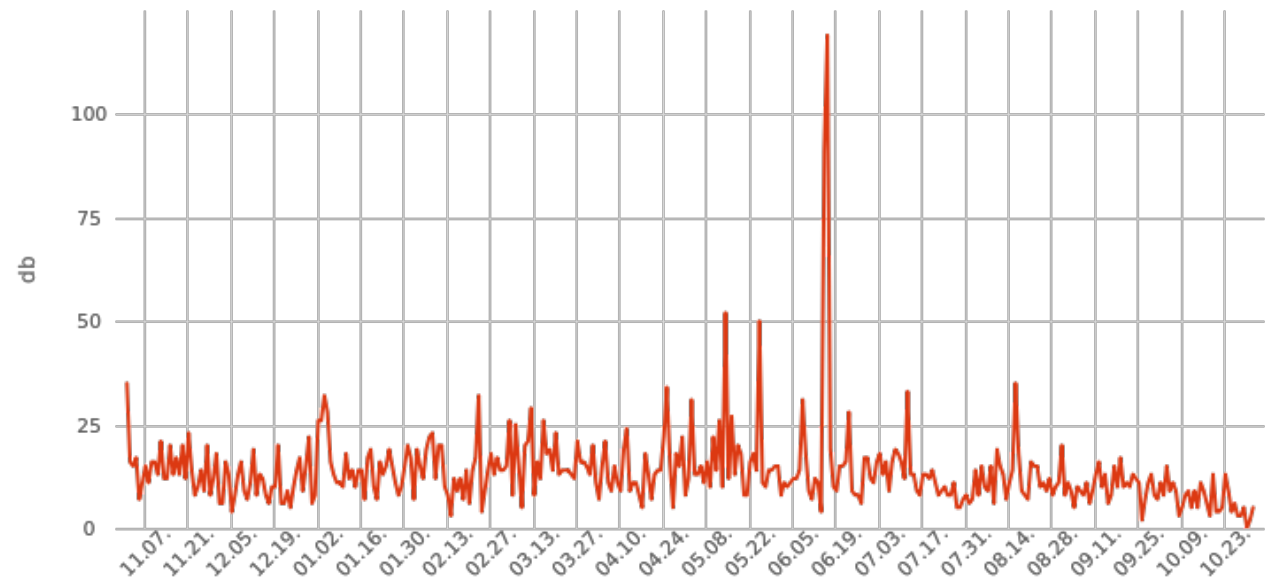
1 év

3

EMLÍTÉSEK SZÁMA

4 959

Említések száma



Cover	Forum	Blog	Article	Comment	Facebook	Google+	Video	Tumblr	Twitter	Total
100	538	323	899	191	2 340	94	12	53	409	4 959

Legfontosabb eredmények

- **GYÓGYSZEREK**

179 említés a tablettákról: a 15 leggyakrabban használt gyógyszer a migrén kezelésére

- **KEZELÉS**

A top6 ajánlott kezelés közül a legtöbben, vagyis 110 beteg elsötétített szobát ajánlott a migrén jelentkezésekor.

- **TÜNETEK**

A betegek fényérzékennyé válnak a migrén során, emellett jellemző még a hányinger és a tompaság is.

Gyógyszerek

Gyógyszer 1	28
Gyógyszer 2	26
Gyógyszer 3	21
Gyógyszer 4	17
Gyógyszer 5	13

Gyógyszer15 1

Összes említés: 179

Kezelések

Kínai balzsam	14
Lime-os kávé	26
Gyömbér	38
Vadgesztenye	13
Borsmenta	37
Sötét szoba	110

Összes említés: 238

Tünetek

Magas vérnyomás	167
Fényérzékenység	148
Hányinger	143
Tompaság	74
Kisugárzó fejfájás	47

Összes említés: 579

**Kiemelkedő
versenytársak
meghatározása**

**Természetes
gyógymódok és
elterjedt hiedelmek**

**Triggerek és tünetek –
kommunikáció és SEO**

Megoldás: edukatív kampány indítása a migrénről és kezeléséről

VIZSGÁLT PROBLÉMÁK

- Túl sok gyógyszer és természetes mód
- Kezeléssel kapcsolatok tévhitek



MEGOLDÁS

Edukatív kampánnyal piacra lépés, felvilágosítás a betegség tüneteiről, okairól, hatásos kezelési módokról

2. Piaci trendkutatás (retail szektor)

Probléma: Milyen új termékkel lenne érdemes a húsvéti édességek piacán bemutatkozni?

FŐ KUTATÁSI KÉRDÉSEK

- 1 Jellemző-e erre a szegmensre az egészséges, cukormentes termékek irányába eltolódás?
- 2 Szükség van-e a piacon egészségesebb lehetőségekre?
- 3 Milyen tényezőket érdemes figyelembe venni az új termék fejlesztésekor, illetve kiemelni a kommunikációban (bio/vegán/cukormentes)?



Mely témákat említették a legtöbbször ezzel a termékkel kapcsolatban?

1

KULCSSZÓ-ALKOTÁS

cukormentes, zero, paleo stb.

2

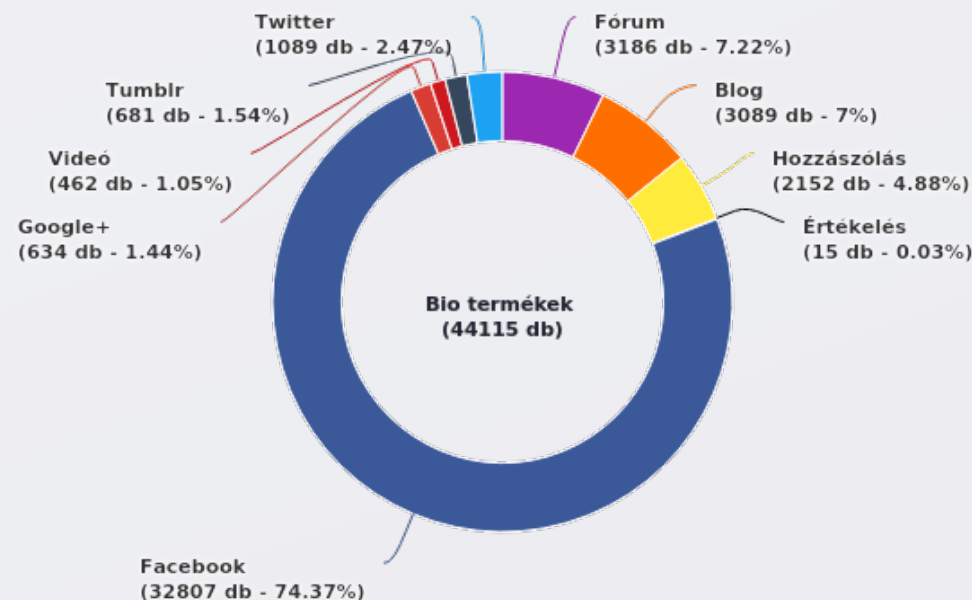
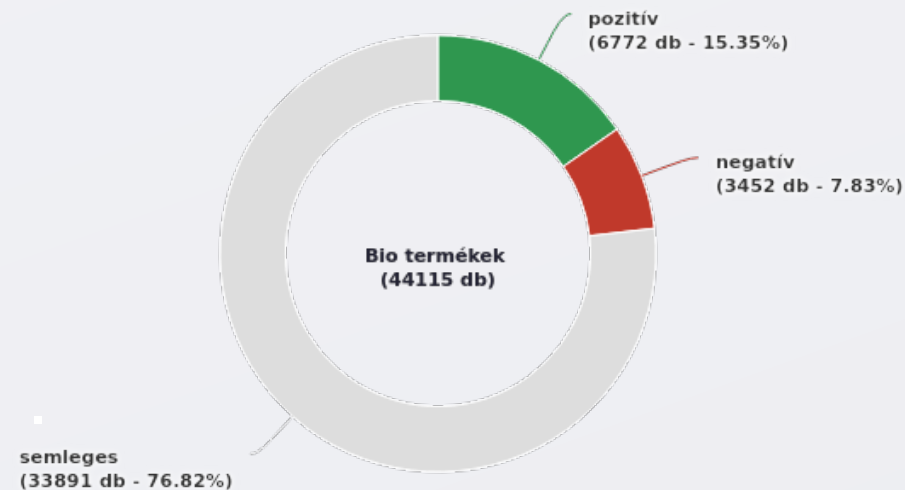
VIZSGÁLT IDŐSZAK

11 hónap

3

EMLÍTÉSEK SZÁMA

cukormentes: 18 760

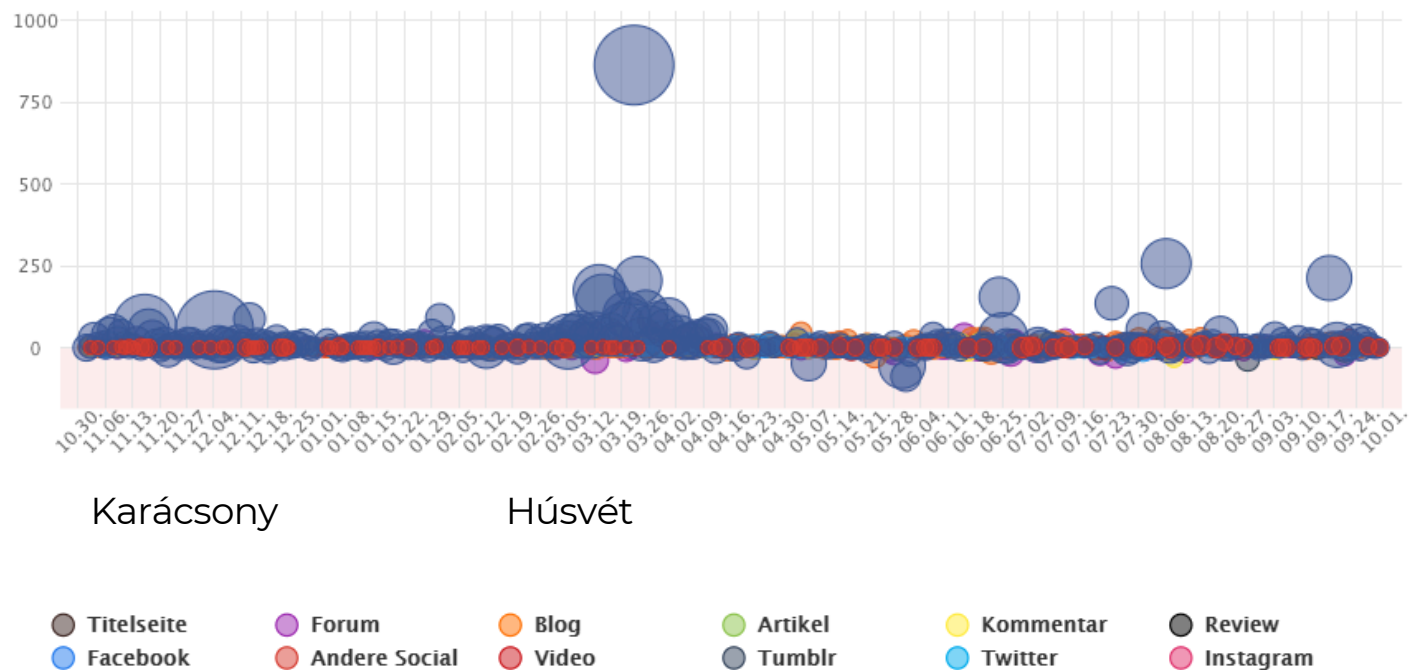


A vásárlók nyitottabbak lennének több cukormentes termékre

FŐBB INSIGHTOK

- A vásárlók mindig keresik a cukormentes opciókat.
- Egészségesebb termékeket fogyasztának a cukrosak helyett.
- A termékek íze nagyon fontos: nem szeretnék érezni az édesítő-helyettesítőket.
- Az említések száma megnövekedett húsvét és karácsony előtt → ebben az időszakban kiemelt szükség van ezekre a termékekre.

Említések száma



Megoldás: Újabb termékek váltak elérhetővé a vásárlók számára

VIZSGÁLT PROBLÉMÁK

- Nagyon nehéz cukormentes termékeket vásárolni
- Ízre kevésbé felel meg a fogyasztók elvárásainak
- Drágák
- A mesterséges édesítők károsak is lehetnek
- Szükség van diabetikus édességekre



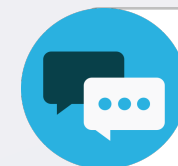
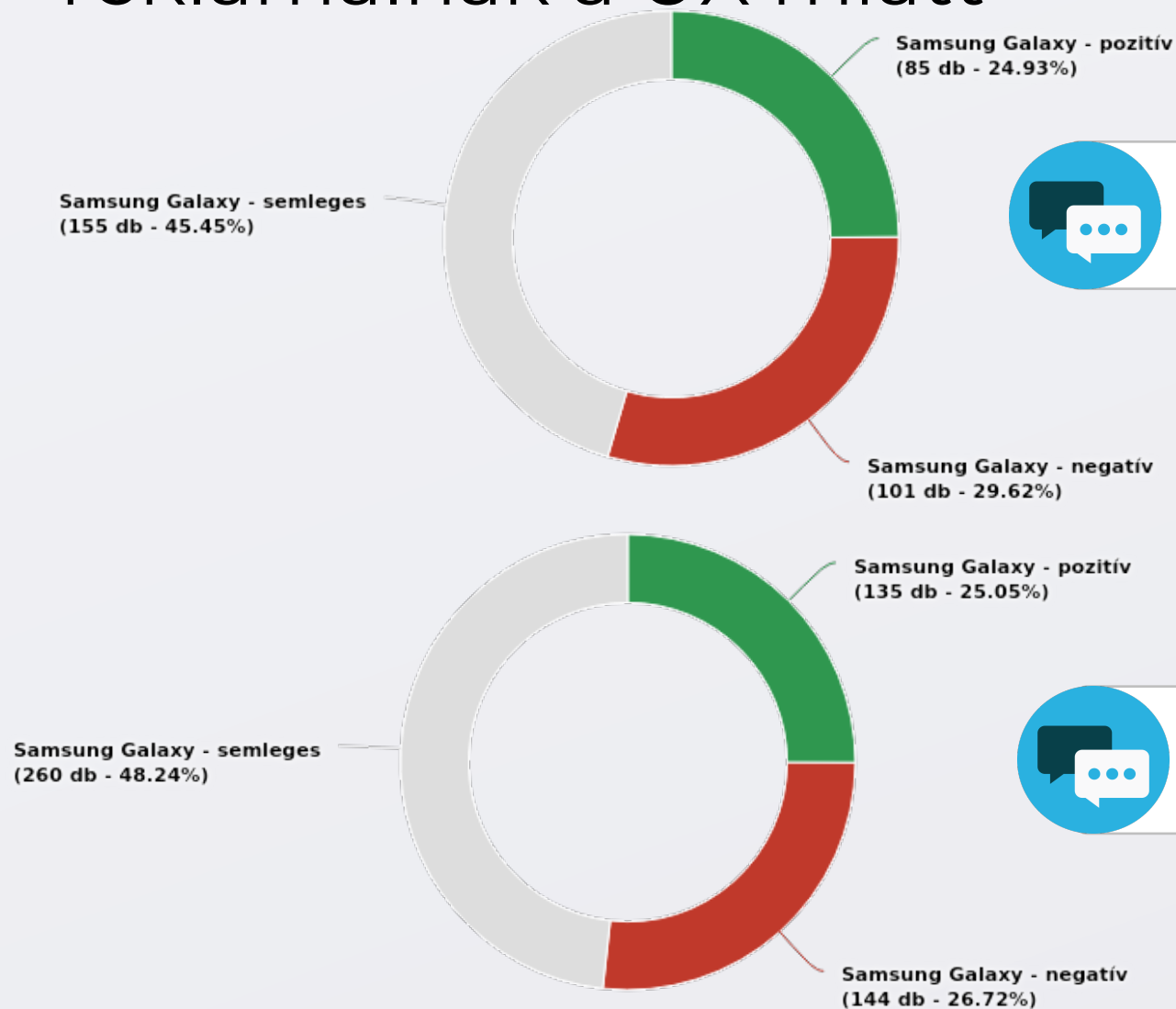
MEGOLDÁSOK

- A cég kiszélesítette a kínálatát új, egészségesebb húsvéti termékekkel
- Cukormentes húsvéti és karácsonyi édességek

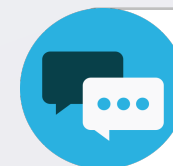
3. Termékfejlesztési felhasználás (tech szektor)

Probléma: okostelefon használók reklamálnak a UX miatt

- **Középkategóriás telefonok:** főként a hardveres működési problémákra és a szoftver limitáltságára panaszkodtak
- **Magas kategória:** jól működő hardver, viszont bugos szoftver



Vélemények a középkategóriáról



Vélemények a magasabb kategóriáról

A gyártóra főként magas kategóriájú telefonok a jellemzők

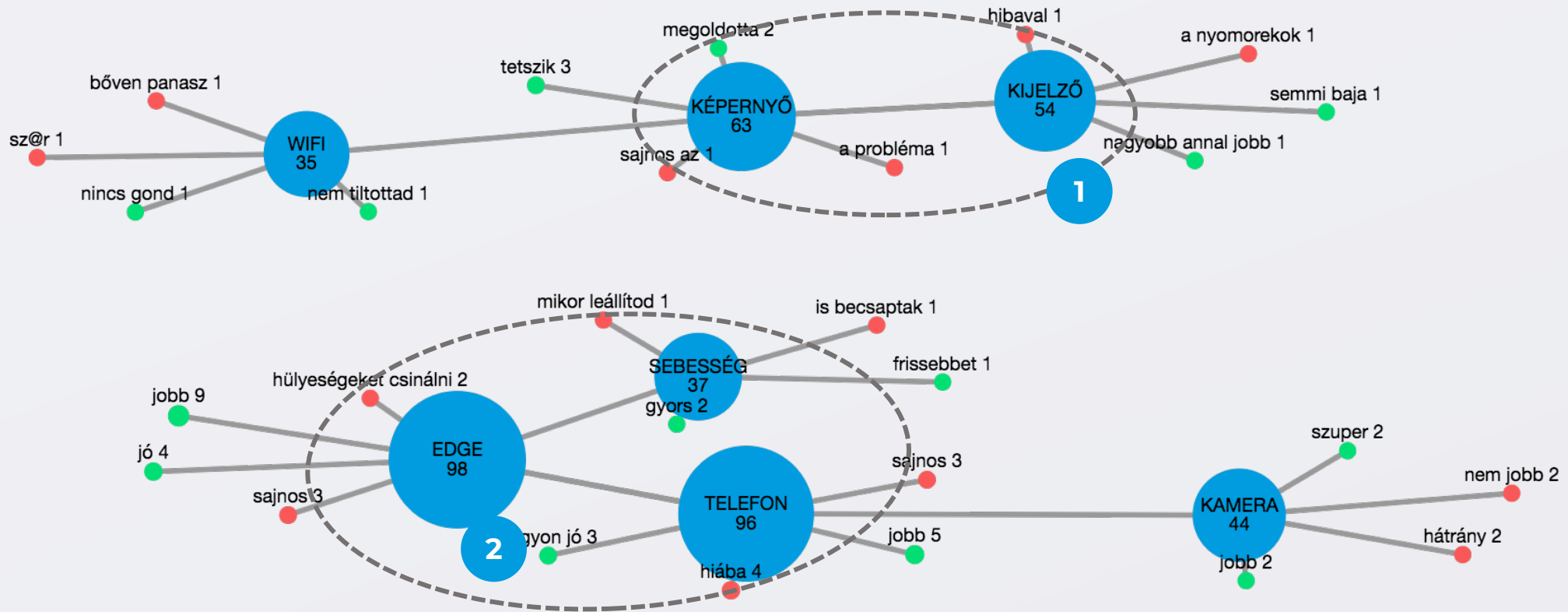
Két csoport: közép- és magas kategóriájú telefonok

Típus*	Említések száma
Közép1	69
Közép2	132
Közép3	140
Felső1	173
Felső2	250
Felső3	85
Felső4	31

Összesen: 341 említés

Összesen: 539 említés

Két fő téma határozza meg a felsőkategóriás telefonokról folytatott beszélgetést: AMOLED kijelző és az egyik típus

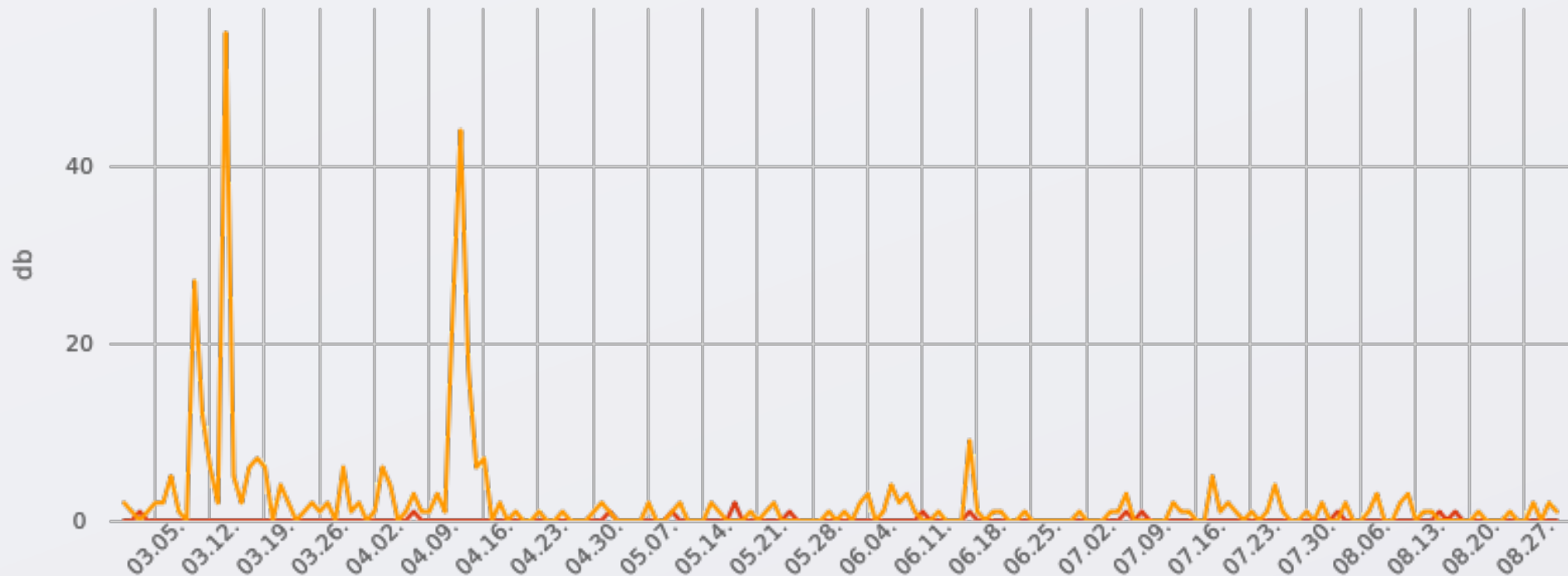


4. Social media kampányelemzés (retail szektor)

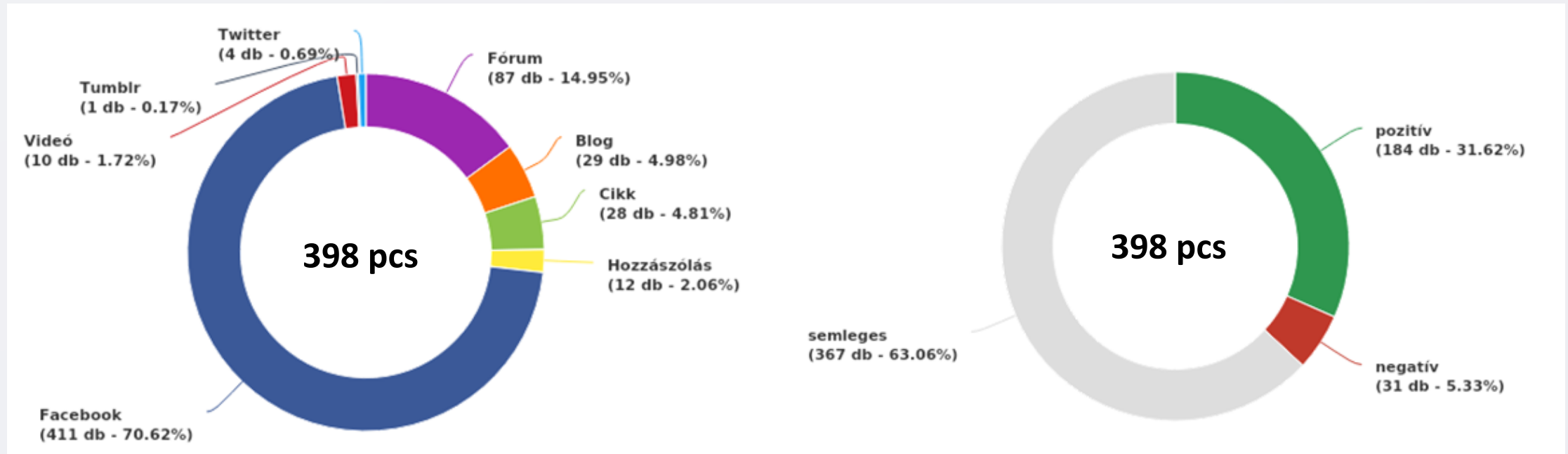
Probléma: Nehezen mérhető social media kampányok eredményessége

FŐ KUTATÁSI KÉRDÉSEK

- 1 Hogyan változott a felhasználók véleménye a kampány hatására a babaápolási termékeket forgalmazó céggel kapcsolatban?
- 2 Melyik kommunikációs eszköz és csatorna bírt a legtöbb hatással?



Kampányidőszak alatti social aktivitás elemzése



- A **legtöbb interakciót** kiváltó bejegyzések azok voltak, mikor a felhasználók véleményét és tapasztalatait kérdezték
- A másik, szintén kiugróan magas engagement-et kiváltó esemény a kampányba bevont **influencer bejegyzései** voltak
- Viszont kiderült, hogy a felhasználók számára **nem elég részletes** az alkalmazási útmutató

Megoldás: Online reakciók mélyelemzése

VIZSGÁLT PROBLÉMÁK

- Nem volt egyértelmű a kampány megtérülése
- Túl sok elemzésre váró adat



MEGOLDÁS

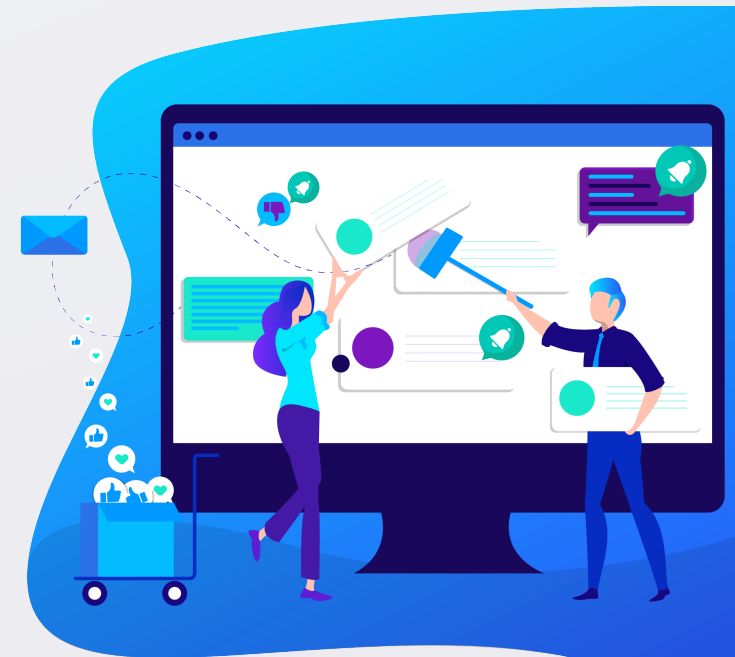
- Pozitív visszajelzések használata későbbi kampányban
- Bio termékkínálat bővítése
- Útmutató újratervezése
- Ellátási lánc felülvizsgálata

5. Családok a digitális térben (telco szektor)

Probléma: Milyen témák foglalkoztatják a szülőket és a gyermekeket a digitális élettel kapcsolatban?

FŐ KUTATÁSI KÉRDÉSEK

- 1 Milyen tipikus témák vannak jelen az online térben a családok digitális életével kapcsolatban?
- 2 Gyerek és szülő digitális életében megjelenik-e szakadék, beszélnek-e erről?
- 3 Mennyiben más a gyerekek és szülők hozzáállása a digitális eszközökhöz?
- 4 Milyen témák foglalkoztatják a szülőket a gyerekek digitális életével kapcsolatban?



Az első laptop

facebook

gyerek laptop 6000 Ft Kihasztnálatlanság miatt eladóvá vált, *kisfiam* **játék** *laptopja*, megkímélt, hibtlan állapotú, 30 fajta feladat programozható be rajta. Ára: 6000Ft.

A 7 éves *fiam* az idén *laptopot* kért **karácsonyra** a jézuskától **kár** hogy nálatok nagyon sok a forgalmielőleg 🎁🎁🎁🎁

facebook

0.0

Kazim nincs már nincs, gyerekek az oka : D A *lányom* három évesen kapott egy **játék** *tanuló laptopot*. Sétálgattunk, megkérdezte, nekem is volt-e ilyenem gyerekkoromban? Mondtam, hogy nem, semmi ilyesmi, persze belement a kérdéskörbe, min néztünk mesét, hallgattunk zenét, stb. Mondtam, hogy kazettán (számomra egyértelműen hangzott), mire tarkóig ugró szemöldökkel, lefagyva kérdezte meg: "Anyá, mi az a kazetta?" Ezek után hazamentünk, megmutattam neki, és elajándékoztam az összes bizonyítékot :D

Sziasztok! *Kislányomnak* keresek **játék** *laptopot*, ha valaki tud segíteni kérem szóljon!

facebook

-5.0

Nalunk **se telefon** **se laptop** **se internet** semmi ilyen hulye **modern** dolog ha jó idő van játszunk az udvaron ha nem akkor **tv** nézessel rajzolással stb amikor én voltam gyerek azokat csináljuk a *lányaimmal* akik 6-4 **évesek** én **nem szeretem** ha piszkálja a telomat inkább úgy vagyok vele majd ha annyi **idos** lesz és jól fog teljesíteni az **iskolában** akkor lehet róla szó addig nem

Megoldás: A kutatási témák feltérképezése

VIZSGÁLT PROBLÉMÁK

- Specifikus célcsoportok digitális világról alkotott véleményének megismerése



MEGOLDÁS

- CSR-kampány üzenetének pontosítása, tevékenység meghatározása
- Célcsoport által leggyakrabban használt csatornák beazonosítása
- Új üzenetek megfogalmazása



Neticle Media Intelligence

Media monitoring supported
by automated text analysis.



Peter Szekeres

CEO & Co-founder

peter.szekeres@neticle.com

+36 70 701 64 88

