Nova ferramenta no Twitter

A ideia é permitir que os próprios usuários monitorem a repercussão sobre nomes, marcas, produtos ou serviço na rede social



uer saber quem são e como se comportam os usuários do Twitter que mais falam sobre determinada empresa ou marca? Quer conhecer os termos mais usados por esses internautas quando se referem a um produto ou serviço?

A empresa E.Life dá esse poder ao internauta, até mesmo àqueles não muito familiarizados com o mundo virtual. A novidade se chama Onibuzz e está sendo lançada primeiramente no Brasil.

A proposta é permitir que os próprios usuários monitorem a repercussão sobre nomes, marcas, produtos ou serviços no Twitter. O aplicativo, gratuito, pode ser baixado a partir do endereço www.onibuzz.com.

Uma vez instalado, para fazer a varredura dos termos que deseja monitorar, basta inseri-los no campo "Busca". "Além de divertida, a ferramenta tem aplicações profissionais, especialmente nas áreas de marketing, comunicação e publicidade", explica Jairson Vitorino, CTO da E.life. "Pequenas e médias empresas também podem aprimorar sua relação com consumidores nas redes sociais com o uso do Onibuzz", completa.

As localidades, as URLs mais compartilhadas, as palavras mais associadas à busca, os RTs com maior repercussão e os perfis mais influentes, além de um gráfico atualizado diariamente, são alguns dos dados coletados e processados pelo Onibuzz.

A configuração de termos a serem monitorados é bastante simples e rápida e não exige nenhum conhecimento técnico.

A partir da data de início da pesquisa, a ferramenta passa a armazenar os dados gerados no Twitter e acumula até aproximadamente 2.000 tweets sobre determinada busca. Todos os dados podem ser exportados para arquivo de Excel.

Apesar de operar ainda em fase Beta, o Onibuzz oferece a possibilidade de atualizar os resultados obtidos pela ferramenta em períodos, inclusive gráficos que apresentam os comparativos de até três marcas ou produtos monitorados.

"O aplicativo permite ao usuário favoritar tweets tal como o Twitter. Porém, diferente do site, o Onibuzz gera uma lista dos tweets mais favoritados por todos na rede formada por seus usuários. Uma espécie de crowdsourcing para eleger os tweets mais importantes do dia", conta Vitorino, CTO da E.life.



TWITTER: popularidade de marcas