

3.Przegląd rozwiązań konkurencyjnych

Dany rozdział ma na celu pokazać publicznie dostępne aplikacje istniejące w sieci, które analizują dane z portali społecznościowych oraz przedstawienie różnic jakie występują pomiędzy moim rozwiązaniem, a rozwiązaniami ogólnodostępnymi. Przeglądając internet w poszukiwaniu tych konkurencyjnych rozwiązań dla aplikacji, którą tworzę, można dojść do wniosku, że informacje dostarczone przez portale społecznościowe są głównie wykorzystywane do tworzenia narzędzi analizy dla firm oraz korporacji w celu zebrania danych dotyczących klientów. Udostępniają one dane dotyczące popularności danego produktu, wydźwięk opinii konsumentów czy raporty popularności w konkretnych lokalizacjach na świecie. Istnieją także rozwiązania starające się odpowiadać na różnego rodzaju pytania, wykorzystując analizę tych danych, jednak dalej ta analiza nie jest skierowana na konkretne osoby tak jak ma to miejsce w moim rozwiązaniu. Z sześciu narzędzi, które będę niżej opisywał, jedynie jedno stara się dostarczać funkcjonalności podobne do tych, które dostarcza moja aplikacja.

1. Brand24

Pierwszym rozwiązaniem, które chciałbym omówić, jest polski produkt stworzony przez absolwenta Politechniki Wrocławskiej, Michała Sadowskiego, Brand24. Jest to jeden z największych i najbardziej popularnych narzędzi do analizy i monitorowania informacji płynących z sieci, głównie z portali społecznościowych. Skupia się on na dostarczaniu wszelkich danych dla firm. Dostarcza możliwość oglądania w czasie rzeczywistym tweetów czy postów dotyczących danej organizacji, wątku biznesowego czy konkretnego produktu. W automatyczny sposób rozpoznaje te informacje czy są one pozytywne czy negatywne. Kolejną znaczącą funkcjonalnością jest ukazanie wpływu opinii konkretnego użytkownika na rozgłos, popularność produktu. Tego typu rozwiązania można analizować grupując je za pomocą lokalizacji, płci. Wyżej wymienione analizy są podstawą do tworzenia raportów opisujących rezultat, który jest wytwarzany przez dany produkt lub konkretny biznes działający na rynku. Wykorzystywany jest także do śledzenia trendów, które można zauważyć na rynku związanych z konkretnym biznesem. Analiza osób posiadających konta w sieci, polega jedynie na raportach konsumenckich, które nie dostarczają szczegółowych informacji na temat konkretnego użytkownika.

2. Pipl

Pipl jest to aplikacja z grupy „people search engine”. Jest ona w stanie wyszukać konta oraz podać podstawowe informacje dotyczące danej osoby. Po wpisaniu przykładowo imienia i nazwiska, dostajemy listę kont z różnych serwisów internetowych. Po wybraniu jednego z nich ukazuje się link do danego konta oraz podstawowe informacje zaczerpnięte z wybranego serwisu internetowego. To rozwiązanie jest jedynie podstawą tego co dostarcza moja aplikacja. Nie posiada ono szczegółowych raportów, a jedynie odnośniki do kont osoby, której szukamy.

3. Brandwatch

Następnym produktem dostępnym na rynku, służącym do analizy portali społecznościowych jest Brandwatch. Wykorzystywany jest do monitorowania dyskusji oraz

opinii wystawianych w internecie na temat danego produktu, wydarzenia czy firmy. Za pomocą hasztagów, słów kluczowych, filtruje dane by następnie przedstawić raporty konsumenckie. Analizując działanie danej aplikacji, można zauważyć, że jest to mniej skomplikowana oraz posiadająca mniejszą ilość raportów aplikacja niż Brand24. Jak widać, analiza przeprowadzona za pomocą tego narzędzia, podobnie jak wcześniej, skupia się jedynie na dostarczeniu ogólnych informacji dotyczących konkretnych osób. Narzędzie to jest wykorzystywane jedynie w perspektywie analizy biznesowej.

4. Crowdbooster

Główną ideą Crowdboostera jest zmaksymalizowanie popularności tweetów czy postów publikowanych przez użytkownika. Wykonywane analizy mają na celu ukazanie informacji pomagających w uzyskaniu jak największej widowni oraz wytworzenia sobie jak największej ilości fanów w sieci. Dostarczone raporty ukazują czas, w którym posty osiągają najwięcej polubień czy treści, które powodują największe poruszenie. Możliwe jest monitorowanie profilu użytkownika w celu analizy swoich poczynań w sieci. Podobnie jak wyżej, nie ma tu informacji szczegółowych na temat konkretnej osoby. Wszystkie zebrane dane są wykorzystywane w celu analizy ogólnych trendów.

5. Spokeo

Ostatnią aplikacją, którą chciałbym omówić jest Spokeo. W teorii dostarcza ona funkcjonalności podobne jak moje rozwiązanie. Z informacji zaczerpniętych na stronie, można przeczytać, że za pomocą tego narzędzia można uzyskać bardzo szczegółowe informacje na temat użytkowników portali społecznościowych. Raporty mogą przedstawiać dane personalne, historie lokalizacji w których użytkownik przebywał czy nawet wysokość wynagrodzenia w pracy. Dane mają być zaczerpnięte z różnych baz danych płatnych oraz bezpłatnych. Pierwszą rzeczą, która stoi na przeszkodzie używania Spokeo jest cena, którą trzeba zapłacić za raporty. Każda analiza jest płatna i żeby uzyskać do niej dostęp trzeba zapłacić odpowiednią kwotę. Drugą wadą jest niespójność danej aplikacji widocznej po próbie wyszukiwania danej osoby. Lista zawierająca rezultat wyszukiwania przedstawia imię, nazwisko oraz lokalizację użytkownika oraz tematy raportów które mogą zostać przedstawione dla danego użytkownika. W wielu przypadkach, pomimo że, tematy dostępnych raportów wskazują, że lokalizacja jest widoczna i dostępna, to podstawowa informacja lokalizacji jest pusta. Jest to niespójność, która połączona z przymusem zapłaty, może odstraszać użytkowników od użycia tego narzędzia.

Podsumowując przedstawienie najpopularniejszych produktów dostępnych na rynku, które wykorzystują analizę danych z portali społecznościowych, możemy dojść do wniosku, że jest bardzo mało narzędzi konkurencyjnych dla mojego produktu, ponieważ większość rozwiązań analizując dane z portali społecznościowych takich jak Facebook, Tweeter czy Instagram, służy do przewidywania oraz monitorowania biznesu. W większości przypadków dostarczone raporty przedstawiają ogólne informacje na temat użytkownika, ukazując je w perspektywie danego trendu biznesowego. Żadne z tych narzędzi nie skupia się na analizie konkretnego użytkownika w celu jego poznania, tak jak ma to miejsce w mojej aplikacji. Jedynie ostatnie narzędzie, Spokeo, może być konkurencyjne dla mojego rozwiązania, jednakże wymaga zapłaty za dostarczane usługi, pomimo, że na publicznym interfejsie dostępnym dla każdego użytkownika, można zauważyć odpychające niespójności.