

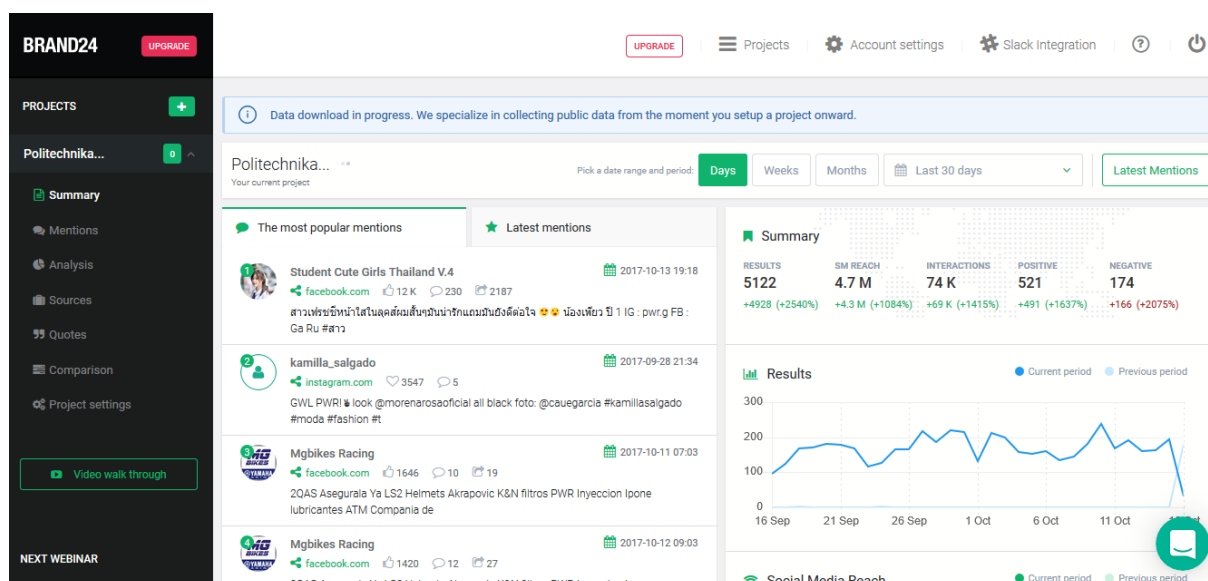
3 Przegląd rozwiązań konkurencyjnych

Niniejszy rozdział ma na celu pokazanie publicznie dostępnych aplikacji istniejących w sieci, które analizują dane z portali społecznościowych oraz przedstawienie różnic jakie występują pomiędzy prezentowanymi w niniejszej pracy rozwiązaniami, a rozwiązaniami ogólnodostępnymi. Przeglądając internet w poszukiwaniu tych konkurencyjnych rozwiązań, można dojść do wniosku, że informacje dostarczone przez portale społecznościowe są głównie wykorzystywane do tworzenia narzędzi analitycznych dla firm oraz korporacji zbierających dane dotyczących klientów. Udostępniają one dane dotyczące popularności danego produktu, wydźwięk opinii konsumentów czy raporty bazujące na lokalizacji. Na rynku istnieją też 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 prezentowanym rozwiązaniu. Z pięciu narzędzi, opisanych poniżej, jedynie jedno stara się dostarczać funkcjonalności podobne do tych, które dostarcza projektowana w ramach niniejszej pracy aplikacja.

3.1 Brand24

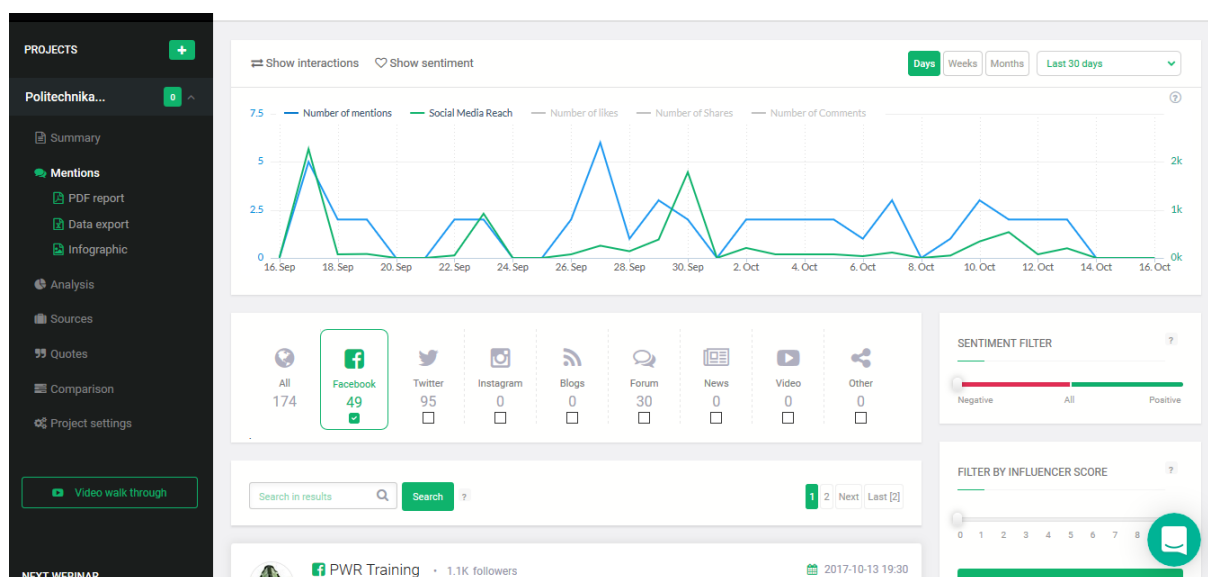
Pierwszym rozwiązaniem, jest polski produkt stworzony przez absolwenta Politechniki Wrocławskiej, Michała Sadowskiego, Brand24. Jest to jedno z największych i najpopularniejszych narzędzi do analizy i monitorowania informacji płynących z sieci, głównie z portali społecznościowych. Skupia się ono na dostarczaniu 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 czy te informacje są pozytywne czy negatywne. Kolejną znaczącą funkcjonalnością jest ukazanie wpływu opinii konkretnego użytkownika na popularność produktu. Wyżej wymienione analizy są podstawą do tworzenia raportów opisujących zdania klientów na temat danego produktu lub biznesu działającego na rynku. Wykorzystywane jest tu także śledzenie trendów, które można zauważyć na rynku związanych z konkretnym biznesem. Analiza danych użytkowników posiadających konta w sieci, polega jedynie na raportach konsumenckich, które nie dostarczają szczegółowych informacji na temat konkretnego użytkownika.

Pierwszym krokiem by użyć Brand24 jest stworzenie projektu za pomocą słów kluczowych, na podstawie których będzie przeszukiwany internet w celu znalezienia danych. Po utworzeniu takiego projektu pokaże nam się strona z podstawowymi informacjami (Rys.3.1).



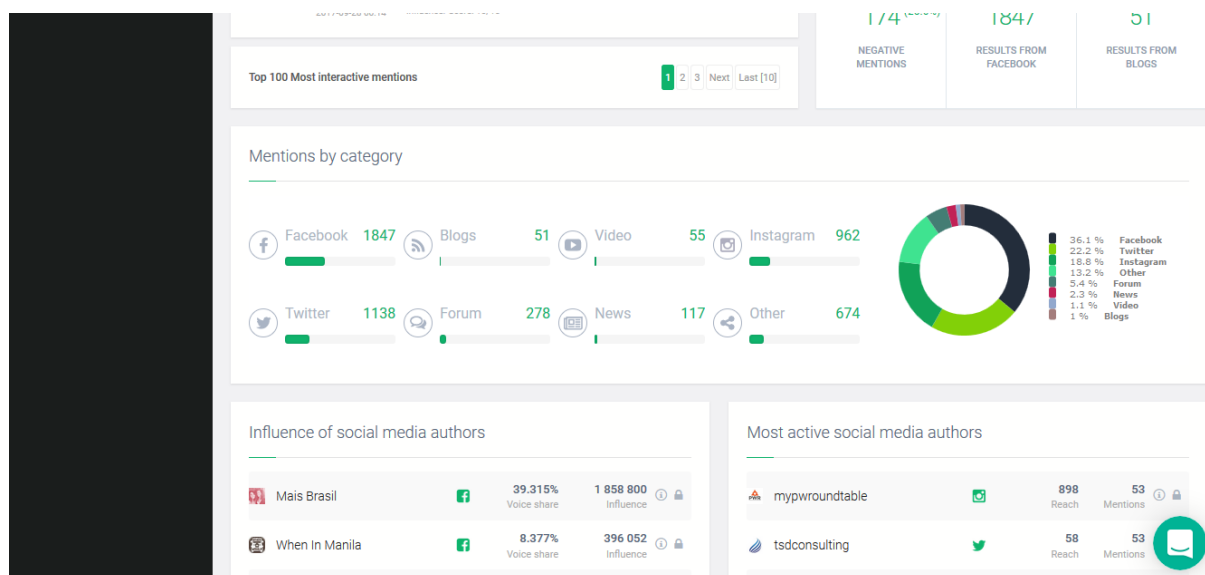
Rys.3.1. Błąd! W dokumencie nie ma tekstu o podanym stylu..1. Strona podsumowania projektu Brand24

Jak możemy zauważyć na Rys.3.1, na pierwszej stronie pokazane są ogólne dane dotyczące wspomnień na interesujący nas temat. Drugą częścią są najbardziej popularne wpisy w różnych portalach. Za pomocą menu, możemy przejść do bardziej szczegółowych raportów wygenerowanych przez aplikację.



Rys.3.2. Zakładka „Mentions” projektu Brand24

Rys.3.2 przedstawia zakładkę „Mentions”, w której mamy dostęp do informacji pokazujących szczegóły wystąpienia wpisów. Dostępna jest opcja ustawienia różnych filtrów w zależności od źródła z jakiego dane pochodzą czy sentymentu użytkownika w danym wpisie, do którego mamy także dostęp poniżej wykresu. Informacje, które są zawarte w tej zakładce mogą z sukcesem zobrazować opinie jaką konsumenci mają na dany temat oraz zobaczyć na której witrynie nasz produkt cieszy się największą popularnością i dla przykładu tam skierować akcje promocyjne.



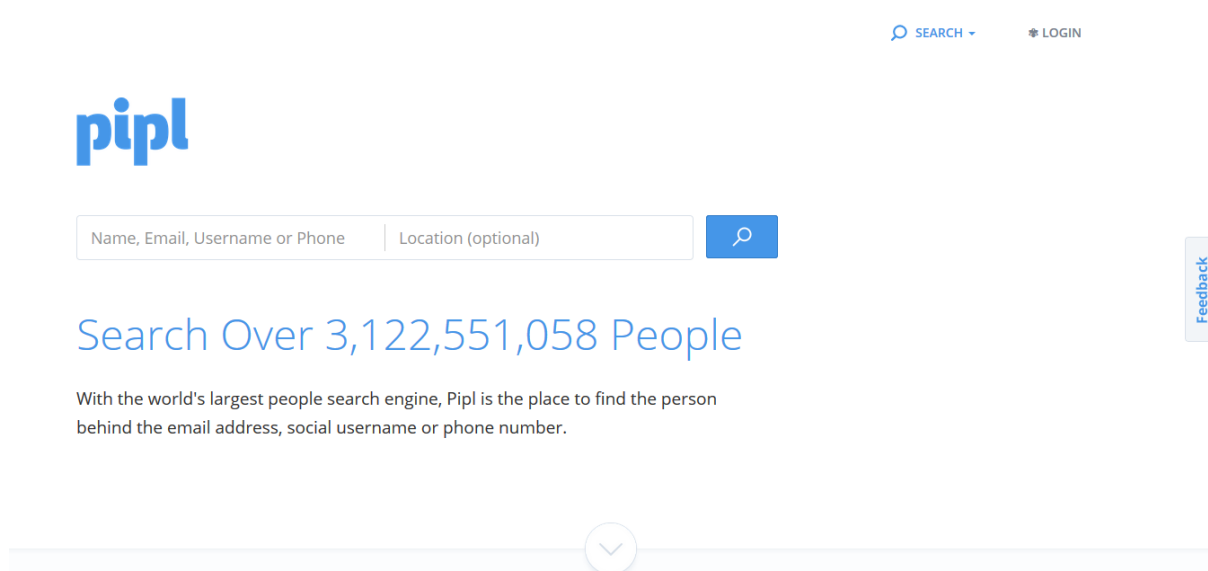
Rys3.3. Zakładka „Analysis” projektu Brand24

Ostatnią zakładką Brand24, którą chciałbym omówić jest przedstawiona na Rys.3.3 zakładka Analysis. Przedstawia ona analizy i raporty dotyczące całego różnych witryn na których został wspomniany analizowany przez nas produkt. Dostępne tutaj są też filtry, za pomocą których z łatwością możemy znaleźć najistotniejsze dla nas informacje.

Używając aplikacji Brand24 jesteśmy w stanie wyrobić sobie opinie o naszych klientach oraz dotrzeć do ich opinii o naszym produkcie. Analizy i raporty które znajdują się na tej witrynie, mogą nam pomóc skierować akcje promocyjne w odpowiednie miejsce oraz możemy otrzymywać natychmiastowe informacje co nasz produkt powinien poprawić, a co jest dobrą jego stroną. Jednak patrząc z perspektywy aplikacji tworzonej w ramach tej pracy, analiza informacji z mediów społecznościowych skupia się ogólnie na słowach kluczowych, użytych przez użytkowników. Brand24 nie dostarcza analizy danych na temat konkretnego użytkownika, co jest tematem tej pracy.

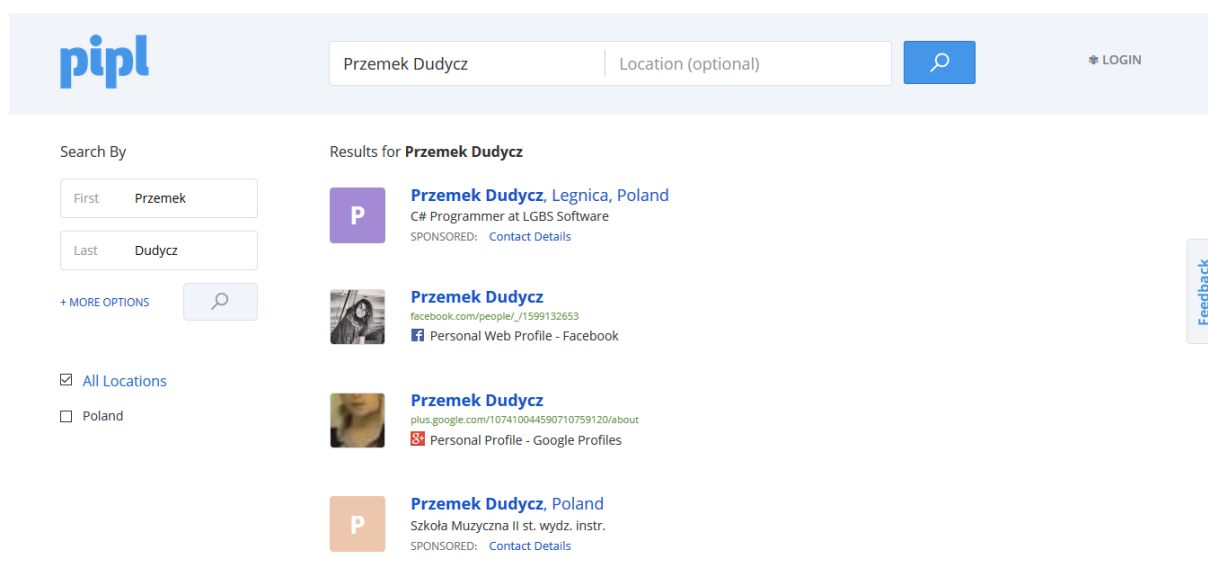
3.2 Pipl

Pipl jest aplikacją z grupy „people search engine”. Jest ona w stanie wyszukać konta oraz podać podstawowe informacje dotyczące danej osoby. Po wpisaniu, przykładowo, imienia i nazwiska, dostarcza ona 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. Rozwiązanie to jest jedynie podstawą tego co dostarcza prezentowana w niniejszej pracy aplikacja. Nie generuje ono szczegółowych raportów, a jedynie odnośniki do kont osoby, która jest wyszukiwana.



Rys.3.4. Strona startowa Pipl

Cała interakcja z aplikacją zaczyna się od strony startowej (Rys.3.4.) W tym miejscu należy wpisać imię i nazwisko poszukiwane osoby. Następnie po pewnym czasie pokazuje się lista kont z różnych serwisów, które mogą należeć do tego użytkownika.



Rys. 3.5. Strona po wyszukiwaniu danego użytkownika

Na Rys.3.5. widać stronę po wyszukiwaniu danej osoby. Jak widać pokazane są jedynie odnośniki do konkretnych witryn. Jeżeli w internecie są osoby posiadające konta o tym samym imieniu i nazwisku, także będą pokazane w wyniku wyszukiwania.

3.3 Brandwatch

Kolejnym produktem dostępnym na rynku, służącym do analizy portali społecznościowych jest Brandwatch. Wykorzystywany jest on do monitorowania dyskusji oraz opinii wystawianych w internecie na temat danego produktu, wydarzenia czy firmy. Za pomocą hashtagów, słów kluczowych, filtruje dane by następnie przedstawić raporty konsumenckie. Analizując działanie tej aplikacji, można zauważyć, że jest to mniej skomplikowana oraz posiadająca mniejszą liczbę raportów niż aplikacja Brand24. Analiza przeprowadzona za

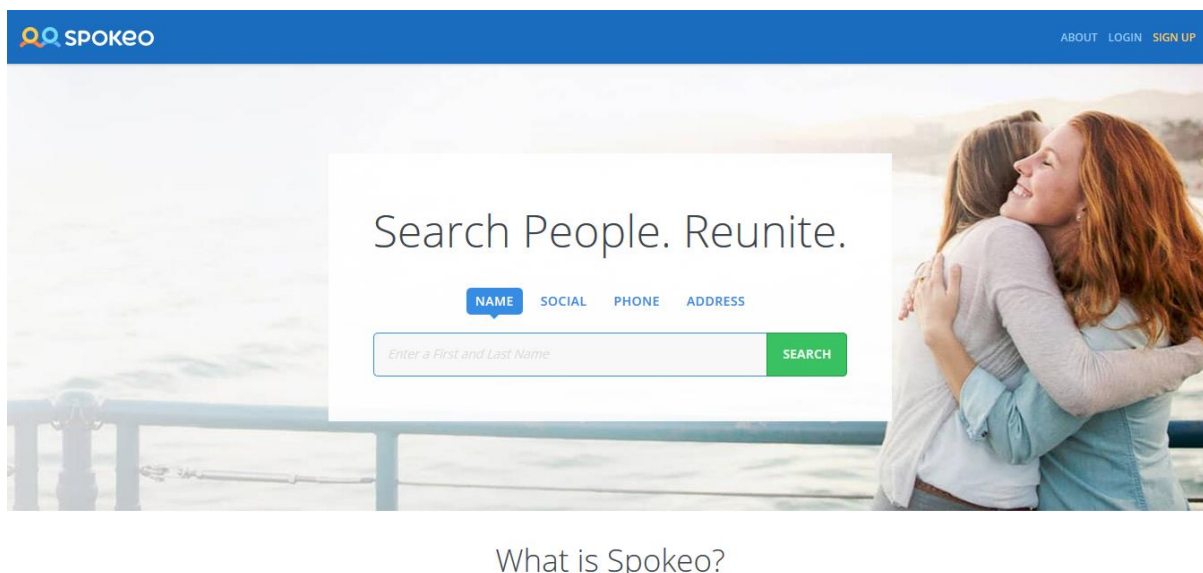
pomocą tego narzędzia, skupia się jedynie na dostarczeniu ogólnych informacji dotyczących konkretnych osób. Narzędzie to jest wykorzystywane jedynie w perspektywie analizy biznesowej. By korzystać z Brandwatcha'a należy podać dane takie jak firmowy email czy nazwa firmy, dlatego analiza tej witryny jest przeprowadzona na podstawie opisu dostępnego na stronie Brandwatch'a.

3.4 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 poczynąń w sieci. Podobnie jak wyżej, nie ma tu informacji szczegółowych na temat konkretnej osoby. Wszystkie zebrane dane są jedynie wykorzystywane w celu analizy ogólnych trendów.

3.5 Spokeo

Ostatnią przedstawianą aplikacją, którą chciałbym omówić jest Spokeo. W teorii dostarcza ona funkcjonalności podobne do proponowanych w ramach niniejszej pracy aplikacji. Z informacji zaczerpniętych na stronie, można wywnioskować, że za pomocą tego narzędzia możliwe jest uzyskanie bardzo szczegółowych informacji 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.



Rys. 3.6. Strona startowa Spokeo

Na Rys.3.6. można zobaczyć stronę startową, na której należy wpisać imię, nazwisko czy np. numer telefonu. Po rozpoczęciu wyszukiwania jesteśmy przenoszeni na stronę, gdzie pokazują się czy dana osoba została znaleziona.

The screenshot shows the Spokeo website interface. At the top, there's a blue header with the Spokeo logo. Below it, a green checkmark icon is next to the text 'Upgrade and Unlock Everything About dudycz'. A red 'CAUTION' box states: 'This information is potentially shocking. Spokeo uses proprietary deep web technology to search over billions of name records from our public records database. The results might shock you, so please prepare yourself for the unexpected.'

On the left, there's a profile card for 'dudycz' with a 'Latest report as of 10/17/2017'. Below this, a section titled 'Results May Include' lists several items with green checkmarks: 'Online Alias, Phone & Address', 'Profiles from 95+ Social Netw...', 'Top Online Dating Site Profiles', 'Social Profile Pics & Blogs', 'Info Search Engines can't find', and 'And Much More!'. Below this is a red button that says 'See All The Online Profile & Pics Associated With This Email'. At the bottom left, a section titled 'Your Satisfaction Is Important To Us' includes a 'BEST VALUE' badge and text about customer care.

On the right, there's a 'Select Your Membership Plan' section with three options:

- Recommended BEST DEAL!**: 6 month Membership for \$4.95/mo (crossed out) / \$8.95/mo.
- ☐ Moderate Users: 3 month Membership for \$7.95/mo (crossed out) / \$12.95/mo.
- ☐ Casual Users: 1 month Membership for \$13.95/mo (crossed out).

Below the membership plans is a 'Secure Checkout' section with a 'SECURED' badge and text: 'Security is our Top Priority. Your purchase is completely Secure and Private. Information provided on this page is not added to database.' At the bottom right, there's a chat bubble that says 'Chat with a Customer Care Agent!' with a Spokeo logo and a text input field.

Rys.3.7. Strona odblokowująca dane z portalu Spokeo

Jednakże po próbie odblokowania danych, jesteśmy zmuszeni zapłacić by do konkretne dane zostały udostępnione (Rys.3.7).

Podsumowując przedstawienie najpopularniejszych produktów dostępnych na rynku, które wykorzystują analizę danych z portali społecznościowych, można dojść do wniosku, że jest bardzo mało narzędzi konkurencyjnych dla realizowanego w ramach niniejszej pracy produktu. Większość rozwiązań analizując dane z portali społecznościowych takich jak Facebook, Tweeter czy Instagram, służy do monitorowania zdania klientów na temat produktu oraz skuteczne reagowanie na występujące trendy na rynku. W większości przypadków dostarczone raporty przedstawiają ogólne informację na temat konkretnego użytkownika, ukazując je w perspektywie danego trendu biznesowego. Żadne z tych narzędzi nie skupia się na analizie konkretnego użytkownika w celu jego poznania. Jedynie ostatnie narzędzie, Spokeo, może być konkurencyjne dla rozwiązania z niniejszej pracy, jednakże wymaga zapłaty za dostarczane usługi.