

Sentiment Analysis

N@RADAR E' LO STRUMENTO DI MEC CHE, GRAZIE AD UNA METODOLOGIA PROPRIETARIA, AIUTA LE AZIENDE E I BRAND AD ASCOLTARE E MISURARE IL 'WORD OF MOUSE' CHE VIENE GENERATO DAGLI UTENTI O 'CONSUM-AUTORI' IN MODO SPONTANEO NELLA RETE.

Ascoltare le conversazioni tra gli utenti sul web è oggi uno degli asset fondamentali a disposizione delle aziende.

Grazie a N@radar è possibile monitorare le **conversazioni online degli utenti**, tramite set-up sulla **piattaforma tecnologica** di **parole/keyword** scelte per identificare il perimetro d'analisi inerente i brand e/o specifiche aree di interesse.

Attraverso il **rilevamento** e la **lettura critica** di commenti e citazioni del Brand su **forum, newsgroup, blog, social network** e **siti web di recensioni**, l'analisi Sentiment può essere condotta in due modi:

- **Metodologia standard:**

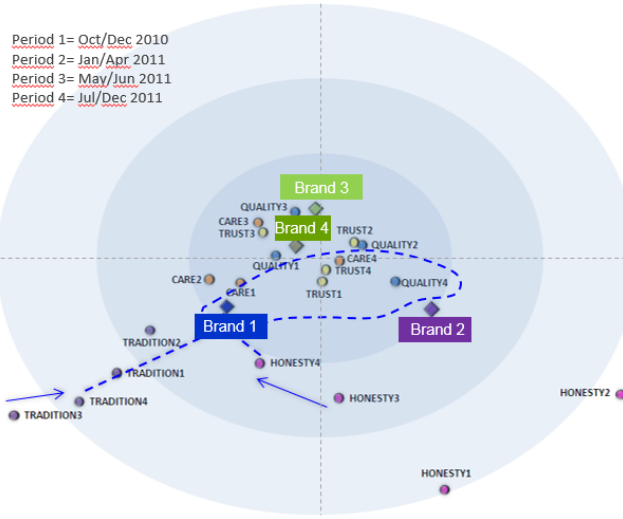
classificazione dei contenuti nelle categorie «Positivo», «Negativo», «Neutro» - approfondendo le ragioni di tali posizioni - e «Domande», individuando le aree di maggior interesse spontaneo;



- **Evidenze Valoriali:**
isolando categorie valoriali, a partire dalle keyword settate in piattaforma, è possibile comprendere il network di associazioni intorno al brand/azienda.

Tradition and Honesty are only Brand 1 values, and the core values Care, Trust and Quality are strongly perceived.

Period 1= Oct/Dec 2010
 Period 2= Jan/Apr 2011
 Period 3= May/Jun 2011
 Period 4= Jul/Dec 2011

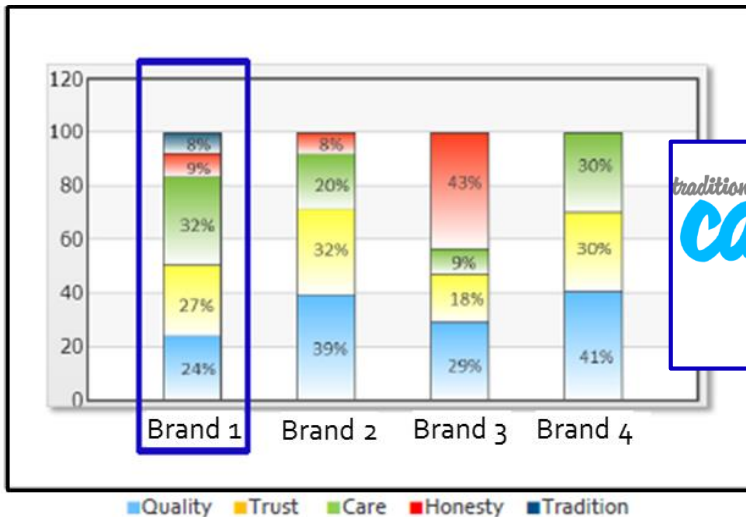


Displacement of 3 common values and 2 specific values during the 4^o period:

Care Trust and Quality → are strongly perceived by users and associated to Brand 1. This closeness is evident for Brand 1 overall and for every single product. Focusing on specific values it is evident that Brand 1 is the closest brand respect to Tradition and Honesty values:

Tradition → Eternity gives an emotional boost and a further approaching to Tradition. The strong engagement generated on Facebook fanpages reinforce this value too.

Honesty → this value is associated to «innovation, originality» of the brand so Brand 1 Honesty is strongly perceived not only for the innovation of products but also for the originality of contests and events.



tradition
 honesty
 care trust
 quality