

Verkon vaikuttajat seulotaan sadoista tuhansista blogeista

21.2.2008 13:26 — Kalevi Nikulainen

Ajan hermolla toimivat yritykset seuraavat entistä tiiviimmin blogeja ja nettikeskusteluita. Whitevector kertoo, että sen TracSense-tietopalvelun uusi versio tunnistaa ensimmäisenä Pohjoismaissa yrityksen kannalta vaikuttavimmat keskustelut sadoista tuhansista blogeista ja keskustelupalstoista.

- **Nettikeskusteluista** on tullut tärkeä kuluttajien ostopäätöstä ohjaava kanava, joka voi edistää tuotteen tai palvelun tunnettua, mutta voi myös olla vahingoksi maineelle. Keskusteluiden hyödyntämisen haaste on tiedon valtava määrä. Pelkkiä kirjoituksia seuraamalla ei saa keskusteluista kokonaiskuvaa, vaan keskusteluista pitää pystyä tuottamaan kattavaa analyysia markkinoinnin ja viestinnän tueksi, Whitevectorin toimitusjohtaja **Tommi Lehtonen** kertoo.

TracSense-palvelu mittaa yhtiön mukaan keskusteluiden vaikuttavuutta automaattisesti. Kriteereinä ovat esimerkiksi saatujen kommenttien lukumäärä ja kuinka keskeisesti valittua aihetta käsitellään keskusteluissa. Esimerkiksi aktiivista keskustelua herättävä blogi, joka käsittelee paljon yritystä, nousee vaikuttavammaksi kuin blogi, jota kommentoidaan vähän ja josta löytyy vain yritystä koskevia hajamainintoja.

Mediatoimisto OMD Finland käyttää TracSense-palvelua muun muassa uusien tuotteiden lanseerauksen yhteydessä ja yritysten asiakaspalvelun seurannassa.

- Asiakkaita kiinnostaa, mitä heidän brändeistään puhutaan. Yhtä tärkeää on saada tieto nopeasti ja ajantasaisesti. On tärkeää päästä kiinni sekä negatiivisiin, että positiivisiin keskusteluihin. TracSense on helppokäyttöinen ja nopea tapa selittää näitä asioita. Olemme käyttäneet tätä palvelua useille asiakkaillemme ja palaute heiltä on ollut erittäin positiivista, OMD Finlandin Digital Planner **Kristiina Petälä** kertoo.

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2008/02/21/verkon-vaikuttajat-seulotaan-sadoista-tuhansista->

[blogeista/20085391/66](#)