

D,K,S

Domsich, Kossatz, Steinberger

Unternehmensgegenstand

Markt- und Meinungsbeobachtung im Internet durch Recherche und Analyse von Webseiten, Foren, Blogs und Social Communities.
Tendenz- und Trendanalyse.

Quantitative und qualitative Befunde zu Themen, Marken, Meinungsveränderungen und Konsumtendenzen.

Kunden sind Konzerne und börsennotierte Unternehmen.

Was können wir für Sie tun?

- Wissen was „da draußen“ passiert.
- Klare Aussagen, nicht Datenwüsten.
- Schneller, visueller Überblick.
- Finden von Themen jenseits der klassischen Medien.
- Tendenzen erkennen, nicht Trends abwarten.

Welche Fragen können wir beantworten?

- Wie werden Themen (erwartbar/nicht erwartbar) verknüpft?
- Wie wird die Person/das Thema/die Marke rezipiert?
- Wie werden Produkte und Aussagen akzeptiert?
- Wie artikulieren KundInnen ihre Bedürfnisse?

Performanceanalyse

Film: „The Pink Panther 2“

Konkurrenz-Nennungen: „Coraline“, „He's Just Not That Into You“

Dynamik: 5 Tage für 100 Meldungen

Sample: 110 Meldungen von 110 Personen

Skizziert die Konkurrenzsituation

Kommentare/Zeitraum zeigt die Dynamik und Popularität eines Produktes oder Themas.

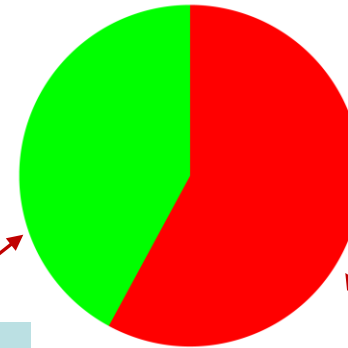
gesehen/will sehen



Personen, die den Film gesehen haben und ihre Meinung weitergeben.

Personen die über den Film diskutieren und durch Werbung aktivierbar sind.

Bewertung +/-

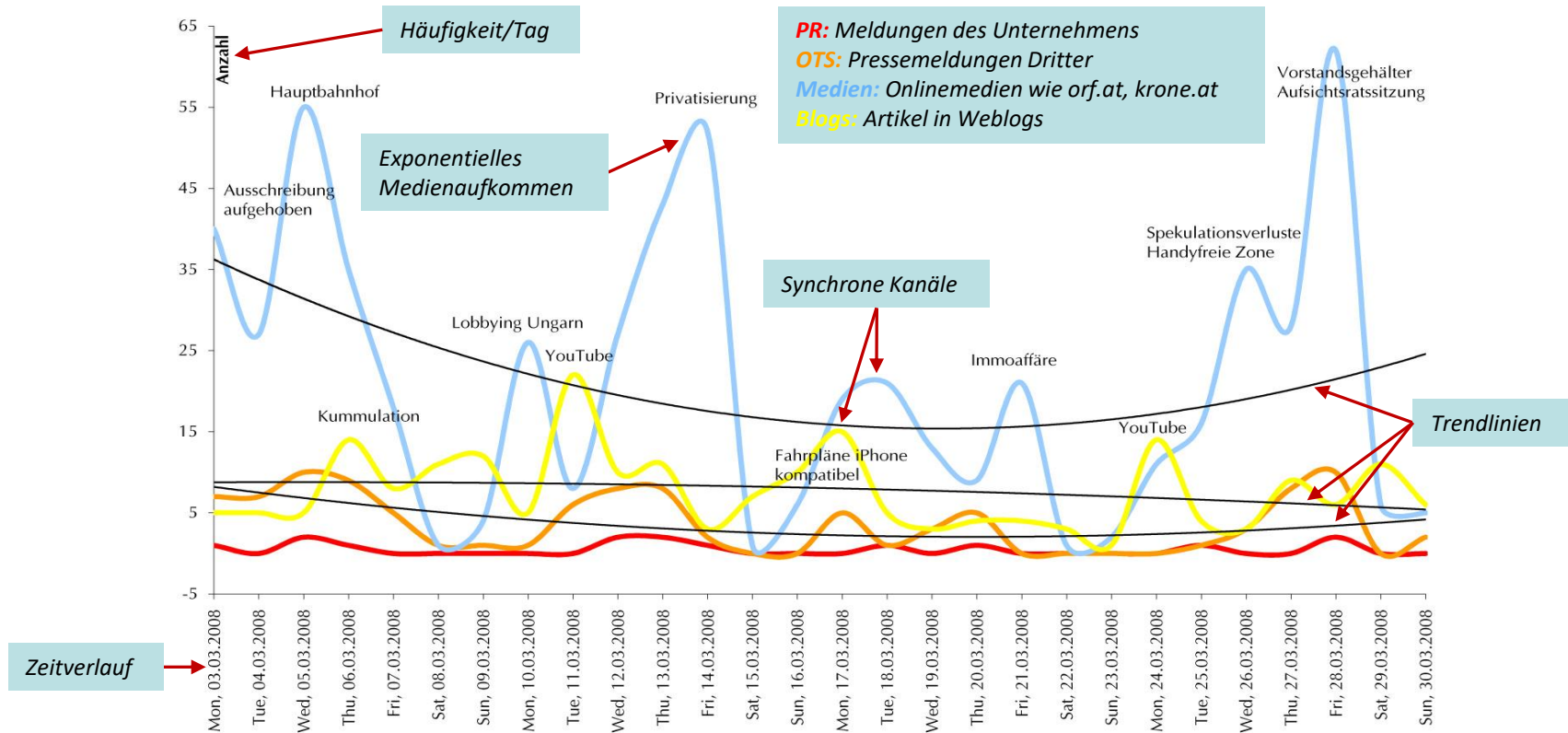


Positive Meinung

Negative Meinung von Personen, die den Film gesehen haben.

Die Performanceanalyse visualisiert die Meinungen über ein Thema oder Produkt auf Twitter, Facebook, StudiVZ oder ähnlichen Web2.0-Plattformen. **Vorteile:** schnell einsetzbar, kurze Vorlaufzeit, aussagekräftige Stichprobe, Basis für aktivierende Kommunikation.

Spektrogramm ÖBB, März 2008



Zeigt welche Informationen wann, in welchen Kanälen und mit welcher Intensität kommuniziert wurden. **Vorteile:** tagesaktueller Einblick, Differenzierung der Kanäle, langfristige Dokumentation der Themenkarrieren.

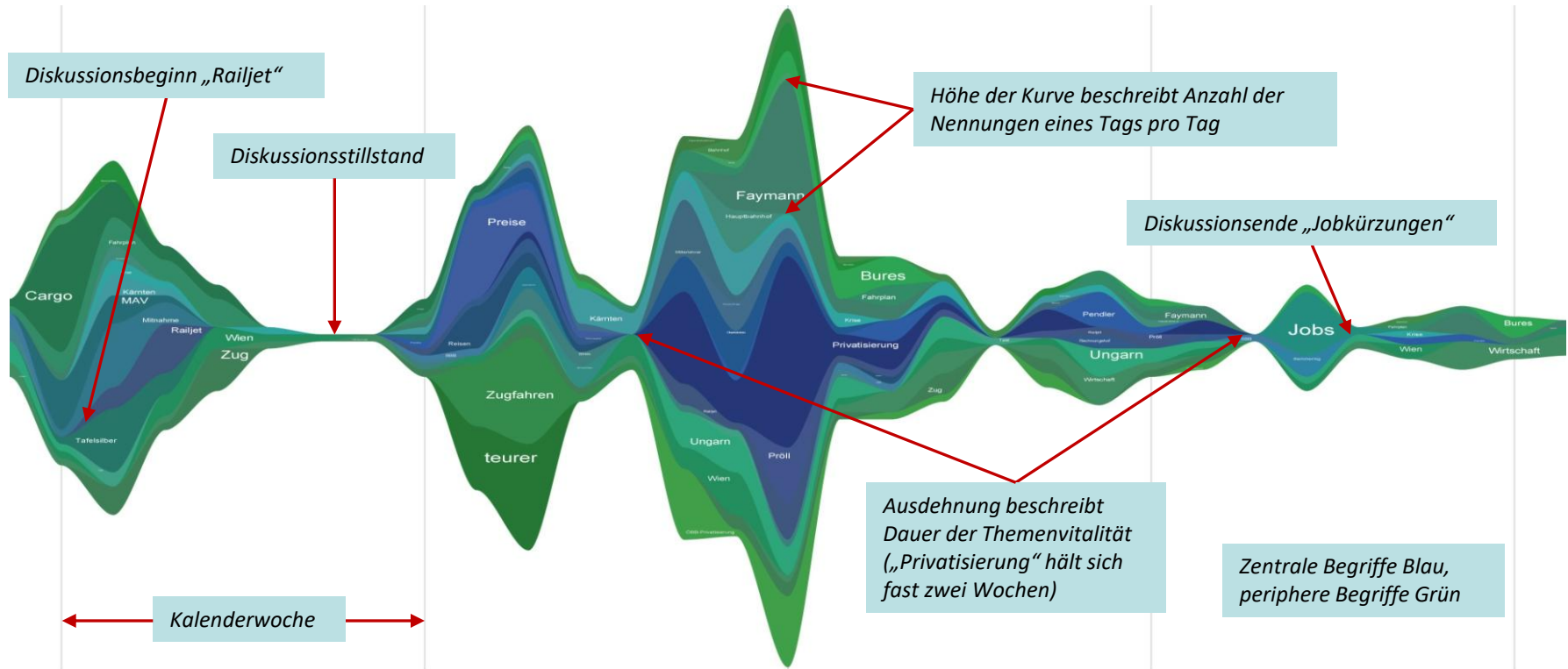
Tag-Cloud „Ski“, Jänner 2009, 4000 Flickr-Fotos



Zeigt Wichtigkeit und Wertigkeit von Schlüsselwörtern in der Kommunikation kunden-relevanter Begriffe. Ausgangspunkte sind z. B. Beschreibungstexte von Fotos, Tags und Kommentaren im Internet. **Vorteile:** Begriffsumwelt, Wording, positive und negative Wörter, Begriffsdurchsetzung.

Themenfluß ÖBB

Dezember 2008, 1322 Meldungen von 852 Personen zu 12 Artikel auf orf.at, derstandard.at

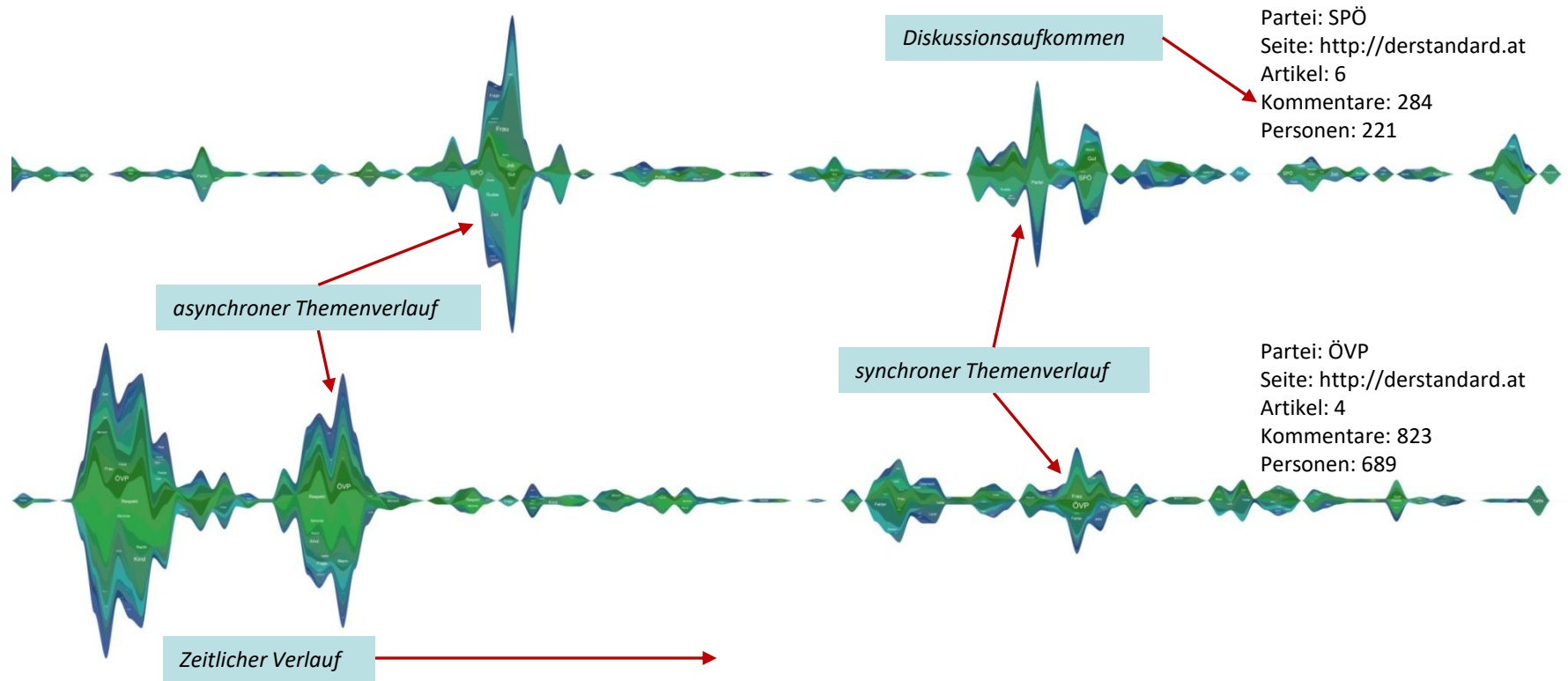


Zeigt in zeitlicher Relation die Karriere der wichtigsten, in den Diskussionen genannten, kundenrelevanten Begriffe und Themen sowie deren Proportion zueinander. **Vorteile:** Visualisierung des Themenverlaufs, Einbeziehung verschiedener Internetdiskussionen, exakte Messung der „Halbwertszeit“ eines Themas, Kommunikationsevaluierung.

D,K,S

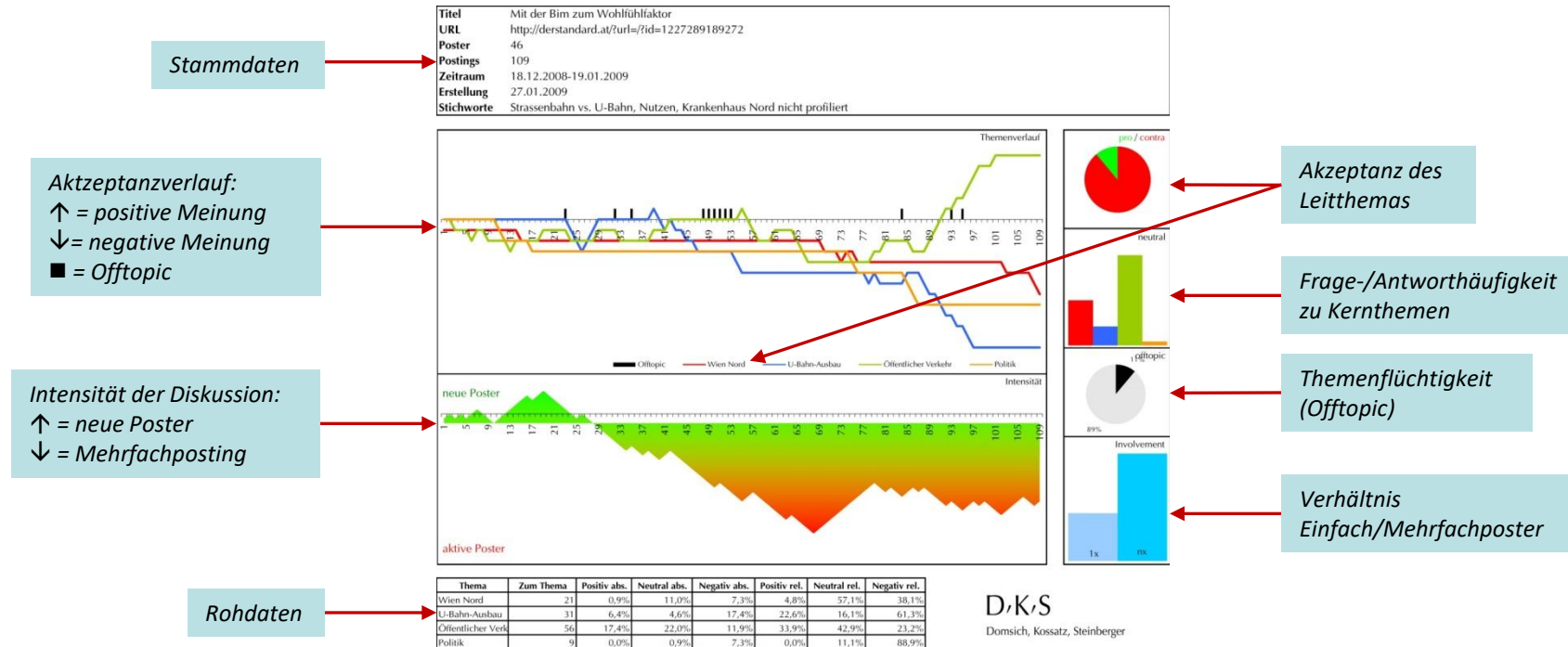
Domsich, Kossatz, Steinberger

Themenfluß Vergleich SPÖ/ÖVP Jänner 2009



Dokumentierte Synchronität und Asynchronität von Themen (Konkurrenzsituationen, Markteinführungen, Presseaussendungen) im Internet. **Vorteile:** kontinuierliche Konkurrenzanalyse, Themenüberschneidungen, Semantik.

Kommunikationscockpit



Qualitative Analyse signifikanter Diskussionen im Internet. Visualisiert Zustimmung und Ablehnung zu kundenrelevanten Themen. **Vorteile:** alle Daten auf einen Blick, faktische Relevanz, Bewertungs- und Entscheidungsgrundlage.

D,K,S

Domsich, Kossatz, Steinberger

Geschäftsführung

Johannes Domsich (Prof. (FH) Priv. Doz. Dr.)

Hat zwanzig Jahre wissenschaftliche und praktische Erfahrung in Werbung und Marketing, als freier Creativ Direktor, Forschungsleiter und Vortragender. Er war Studiengangsleiter MultiMediaArt an der FH-Salzburg und gibt seine Erfahrungen als Lektor an verschiedenen Universitäten und Fachhochschulen weiter. Johannes Domsich hält regelmäßig Vorträge im Wirtschaftskontext und arbeitet als Konsulent für große österreichische Unternehmen. Er promovierte über Visualisierung an der Universität für Angewandte Kunst, wo er auch zur Kulturgeschichte der Neuen Medien habilitiert wurde.

Max Kossatz

War Mitte der 90er Jahre in New York federführend am Aufbau eines Internetproviders für Kulturschaffende beteiligt. Seit seiner Rückkehr nach Österreich war er in verschiedenen Aufsichtsrats-, Management- und Geschäftsführungspositionen im Bereich Internet, Mobile Services sowie Retail tätig. Studium an der Universität für Angewandte Kunst, Peter Weibel. Teilnehmer an verschiedenen nationalen und internationalen Ausstellungen, unter anderen der Biennale Venedig. Aktiver Blogger und Web 2.0 Experte.

Peter Steinberger (Mag.)

Begann seine berufliche Laufbahn mit der Konzeption und Produktion von Webapplikationen. Seither beschäftigt er sich intensiv mit bottom-up Ansätzen und Onlineanalysen im Marketingkontext. Peter Steinberger studierte Kommunikations- und Politikwissenschaft, ist ausgebildeter Outdoor-Kommunikationspädagoge und absolviert den Hochschullehrgang Psychotherapeutisches Propädeutikum. Er arbeitet als Lektor und Trainer an der Universität Wien.

D,K,S

Domsich, Kossatz, Steinberger

Göllnergasse 8/3

1030 Wien

office@dks-beratung.com