**Nowa funkcja SentiOne przyspieszy monitorowanie nastrojów wokół marki i pomoże zapanować nad kryzysem wizerunkowym**

**Polski SentiOne jako pierwszy w branży monitoringu Internetu uruchomił nową funkcję - SentiOne Insights. Pozwala ona błyskawicznie wygenerować szybkie podsumowanie kluczowych informacji na temat wskazanej marki za dany okres, co przyspieszy pracę marketerów i ułatwi zapanowanie np. nad kryzysem wizerunkowym. W ramach testowania nowej funkcji SentiOne sprawdził, które marki z branży modowej cieszyły się najwyższym Brand Health Index w ostatnim miesiącu.**

SentiOne, polska firma wspierająca marki w monitoringu Internetu i automatyzacji obsługi klienta z pomocą zaawansowanej sztucznej inteligencji, uruchomiła nową funkcję dla użytkowników aplikacji SentiOne Listen - **Insights**. Osoby, które nie mają czasu lub potrzeby przeglądać szerokich, rozbudowanych analiz, mogą teraz **szybko wygenerować zestawienie najważniejszych informacji z monitoringu Internetu**, które pozwolą błyskawicznie zorientować się w nastrojach panujących wokół danej marki oraz porównać aktualne wskaźniki do wcześniejszych. **To pierwsze tego typu rozwiązanie** i istotne ułatwienie dla klientów na rynku narzędzi do monitoringu Internetu. *W komunikacji i działaniach marketingowych kluczowy jest czas, a od firm oczekuje się coraz szybszych reakcji. Dlatego proponujemy rozwiązanie, które pozwala ten czas oszczędzić, podsuwając od razu zestawienie najbardziej istotnych wskaźników. To narzędzie* ***doskonale sprawdzi się np. w sytuacji kryzysu wizerunkowego****.* *Dzięki analizie peaków dowiemy się, co spowodowało kryzys i jaka była jego skala, sprawdzimy, czy rozmowy były skupione w jednym miejscu, czy może rozproszone po różnych platformach. Oczywiście bardziej rozbudowane analizy nadal pozostają dostępne* - mówi **Wojciech Łuszczyński, Head of Marketing w SentiOne**.

W zestawieniu znajdują się informacje o **Brand Health Index** monitorowanej marki, czyli wzajemnym stosunku liczby pozytywnych i negatywnych wzmianek na jej temat, oraz **analiza trendów**, czyli zestawienie hasztagów najbardziej popularnych, zyskujących popularność lub ją tracących. W Insights dostępna jest również **analiza peaków dyskusji**. Algorytmy SentiOne automatycznie wykrywają dni z największą liczbą wzmianek we wskazanym okresie i przygotowują szybkie podsumowanie, zawierające informację o ich liczbie, źródle lub źródłach oraz linki do najpopularniejszych postów lub artykułów.

**Reserved z najwyższym Brand Health Index wśród marek modowych**

W ramach testowania nowej funkcji SentiOne sprawdził, jak wyglądają wskaźniki obecnych w Polsce firm z branży modowej w ciągu ostatniego miesiąca. *Hasztagi używane w rozmowach na temat branży modowej, których popularność obecnie wzrasta, nie budzą zaskoczenia - to „jesien”, „jesień” i „autumn”. Wygasa natomiast popularność hasztagów „modameska” i „outfit”. Peaki dyskusji w tym obszarze związane są zwykle ze startami wyprzedaży, jak miało to miejsce w przypadku marki Reserved 29 września* - mówi **Wojciech Łuszczyński, Head of Marketing w SentiOne**.

W zestawieniu marek o najwyższym wskaźniku Brand Health Index znalazło się sporo platform typu multibrand, oferujących produkty różnych firm, chociaż nie zabrakło też sklepów własnych, a **pierwsze miejsce zajęła marka Reserved**. Za nią uplasowały się **Answear**, **Born2be**, **DeeZee**, **Domodi**, **Deichmann** i **CCC**. Pierwszą dziesiątkę zamykają platformy oferujące ubrania i dodatki marek premium - **Modivo**, **Moliera2.com** oraz **Gomez**. Pod względem liczby wzmianek najwyższą pozycję wśród wymienionych zajmuje Domodi (44,6 tys.), drugą DeeZee (37,3 tys.), a trzecią Reserved (18 tys.).

**Nowa analiza pomoże zapanować nad kryzysem wizerunkowym**

Nowa funkcja **pomaga zrozumieć, które działania marki powodują największe zaangażowanie i najgorętsze dyskusje jej odbiorców**, zorientować się, które tematy są dla nich ważne w danym momencie i **jak zmiany wprowadzane w komunikacji marki są postrzegane przez społeczność**. Funkcja Insights jest już **dostępna dla wszystkich klientów we wszystkich 23 językach obsługiwanych przez SeniOne** i pozwala przeanalizować okres od 7 do 30 dni. W następnych miesiącach jej możliwości będą poszerzane o analizę kolejnych wskaźników i innych interwałów czasowych.