

Inzichten krijgen in sociale media via geautomatiseerde trajecten

Scriptie

Romke van Dijk
1-7-2012



Student

Romke van Dijk

1544171

romke.vandijk@student.hu.nl

06-24421159

Bedrijfsbegeleider

Menno Ponsie

menno@winitu.com

017-2766002

Docent begeleider

Gerald Ovink

gerald.ovink@hu.nl

088-4818283

Voorwoord

Voor u ligt de scriptie over het afstudeerproject “Inzichten krijgen in sociale media via geautomatiseerde trajecten”. Voor ik verder op deze afstudeeropdracht in ga, wil ik eerst een aantal mensen bedanken.

Tijdens het afstuderen is, na een lange strijd tegen de vreselijke ziekte kanker, mijn moeder op 53 jarige leeftijd overleden. Ik wil iedereen bedanken voor de vele hulp, ondersteuning en medeleven tijdens mijn afstudeerperiode. Toch wil ik specifiek nog een aantal mensen bedanken. Ik wil Menno Ponsie bedanken voor zowel de begeleiding van het afstuderen als zijn hulp en steun tijdens de emotionele zware periode, Irene Postuma voor zowel haar hulp bij het controleren van de scriptie als voor haar hulp en steun, Erik Radius voor zijn hulp tijdens de gehele afstudeerperiode en voor zijn hulp bij het schrijven en controleren van het adviesrapport, Jan Martijn Metselaar en Thomas Verhoeff voor hun hulp bij het controleren van de scriptie en alle medewerkers van Winitu voor hun steun, hulp en medeleven. Tot slot wil ik ook de hogeschool Utrecht en mijn docentbegeleider Gerald Ovink bedanken voor de mogelijkheden en ondersteuning die ik tijdens deze moeilijke periode nodig heb gehad.

Het afstudeerproject zelf is uitgevoerd in karen van de studie Systeembeheer aan de hogeschool Utrecht. Het project is uitgevoerd bij Winitu Consulting B.V. gevestigd in Bodegraven. Met deze scriptie probeer ik de lezer er van te overtuigen dat sociale media toegevoegde waarde is voor bedrijven, hoe een technisch hulpmiddel bedrijven kan helpen sociale media te gebruiken, hoe zo’n technisch hulpmiddel werkt en welk van de bestaande technische hulpmiddelen het beste bij de eisen en wensen van Winitu past. Daarnaast worden de beslissingen die tijdens het afstudeerden zijn gemaakt in onderbouwd.

De scriptie zal beginnen met een context beschrijving. Hierna wordt beschreven wat de toegevoegde waarde van sociale media is voor bedrijven, daarna volgt de beschrijving van het aanpak en de uitvoering van het afstudeerproject. Tot slot zal de procesgang worden geëvalueerd. De scriptie is zo geschreven dat het niet nodig zou moeten zijn om de bijlagen te lezen, echter er wordt wel vaak verwezen naar de bijlagen. Het is dus aan te raden om de bijlagen te lezen. Voor een beknopte beschrijving van het afstudeerproject verwijs ik door naar het volgende hoofdstuk.

Romke van Dijk

Soest, Juli 2012

Management Samenvatting

Deze scriptie beschrijft het afstudeerproject uitgevoerd door Romke van Dijk in het kader van de opleiding Systeembeheer aan de hogeschool Utrecht. De opdracht wordt uitgevoerd bij Winitu Consulting B.V., maar heeft betrekking op alle bedrijven die onder Winitu Gold B.V. vallen. Dit betreffen Wisper (een Internet Service Provider over glasvezel), Multivisie (een HD televisieaanbieder, wiens dienst onder andere wordt meegeleverd bij Wisper), GlasOperator (biedt onder andere het netwerk aan waar Wisper gebruik van maakt), Winitu Communications (leverancier van unified communications producten en VoIP diensten), igilde (leverancier van dagelijks IT beheer) en Winitu Consulting.

Steeds meer bedrijven vestigen zich op sociale media. Dit doen ze omdat ze sociale media willen gaan gebruiken voor onder andere het verbeteren van de dienstverlening. Zo ook Winitu en haar dochterondernemingen. Winitu mist echter nog de kennis en ervaring met sociale media, deze kennis willen ze met dit afstudeerproject aanvullen.

'Sociale media' zijn online platformen waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een redactie, de inhoud verzorgen. Hoofdkenmerken zijn interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling. Sociale media zijn meer dan Facebook, Twitter en Google+. Ook reacties op een nieuwsitem, YouTube, Fora, Blogs of Videostreams op Ustream vallen onder sociale media. Sociale media is veel meer dan de meeste mensen denken en kan een toegevoegde waarde zijn voor bedrijven. Het gebruik van sociale media begint met het volgen van berichten. Zoals volgen wat er over producten en diensten gezegd wordt, waar de bedrijfsnaam genoemd wordt of wat concurrenten doen. Het gebruik van sociale media houdt dus niet in het alleen maar plaatsen van berichten en roepen om aandacht (oftewel 'push' marketing). Het actief deelnemen aan sociale media kan pas volgen nadat er voldoende informatie verzameld is over de sociale media.

Het volgen van sociale media kan handmatig gebeuren, waarbij zoektermen in zoekmachine worden gestopt. De kans dat met deze methode berichten niet gevonden worden is groot en het is niet praktisch. Er zijn dan ook technische hulpmiddelen die hierbij kunnen helpen. Deze hulpmiddelen worden 'sociale media monitoring oplossingen' genoemd. Winitu zou gebruik willen maken van sociale media en heeft daar een technische oplossing voor nodig.

Er is een groot scala aan oplossingen beschikbaar. Tijdens de analyse fase zijn er totaal 16 oplossingen in kaart gebracht. Deze lijst wordt de 'longlist' genoemd. Aan de hand van interviews met de verschillende bedrijfsonderdelen zijn de eisen en wensen aan een sociale media monitoring oplossing in kaart gebracht. Deze eisen en wensen zijn naast de long list gelegd en hieruit zijn vijf oplossingen naar voren gekomen. Aan deze lijst is ook een opensource oplossing toegevoegd. Deze oplossing is meegenomen in het onderzoek omdat de code open is en er onder de motorkap van sociale media monitoring oplossingen gekeken kan worden.

De zes overgebleven oplossingen zijn vervolgens in detail beoordeeld en met behulp van een wegingsfactor heeft elke eisen een score gekregen. Aan de hand van deze scores zijn de totaal scores berekend en uit deze scores is naar voren gekomen dat Finchline de beste sociale media monitoring oplossingen is voor Winitu. Dit is ook tijdens een presentatie aan Winitu verdedigd. Het advies

luiden: Finchline is momenteel de beste oplossing, al sluit het niet 100% aan op de eisen en wensen zo mist het de mogelijkheid om berichten te plaatsen. De oplossing is echter voldoende voor wat Winitu op dit moment met sociale media wilt doen. Mocht Winitu groeien of meer gebruik willen maken van sociale media is Radian 6 een betere oplossing. Radian 6 heeft veel meer functionaliteit dan Finchline, maar de kosten zijn ook veel hoger. De kosten van Radian 6 zijn circa 1000 euro per maand en bij Finchline 250 euro per maand. Na deze verdediging is het management van Winitu akkoord gegaan met dit advies. Finchline is in gebruik genomen en is met de hulp van de leverancier geïmplementeerd in de organisatie.

Finchline is een sociale media monitoring oplossing waarmee eenvoudig trefwoorden ingesteld kunnen. Vervolgens kunnen gebruikers een dashboard maken waarmee ze in een oogopslag kunnen zien wat de status van de sociale netwerken op dit moment zijn. Informatie zoals: Waar zijn de bedrijfsnamen recent genoemd? Wat vinden onze klanten op sociale media van ons?

Naast het in gebruik nemen van deze oplossing is het ook nodig dat Winitu gaat werken aan een beleid voor sociale media. Aangezien het gebruik van sociale media zich momenteel tot een klein aantal medewerkers beperkt, is dit op korte termijn nog niet nodig. Naarmate er meer gebruik gemaakt gaat worden van sociale media zal een beleid steeds noodzakelijker worden. Een deel van de medewerkers heeft geen 'klik' met sociale media (deze medewerkers zien de toegevoegde waarden nog niet). Het is van belang dat ook deze groep gaat werken met sociale media. Dat zal in het begin kleinschalig zijn, Finchline zal voor deze groep sociale media toegankelijker gaan maken zodat ook zij uiteindelijk de toegevoegde waarde van sociale media gaan zien.

Inhoud

Voorwoord	2
Management Samenvatting	3
1 Inleiding	8
1.1 Organisatie	8
1.2 Begeleiding	9
1.3 Contact personen	9
1.4 Scriptie	9
2 Inleiding in sociale media	10
2.1 Hoe kun je sociale media binnen een organisatie gebruiken?	11
2.1.1 Marketing	11
2.1.2 Volgen van sociale media	12
2.2 Technische oplossing	12
2.3 Probleemstelling Winitu	13
3 Doelstellingen	14
3.1 Hoofddoel	14
3.2 Subdoelen	14
3.2.1 Wensen en eisen in kaart brengen	14
3.2.2 Selecteren van een oplossing	14
3.2.3 Implementeren van een oplossing	14
4 Afstudeeropdracht	15
4.1 Activiteiten / Projectgrenzen	15
4.2 Randvoorwaarden	15
4.3 Producten	15
4.4 Fasering	16
4.4.1 Opstartfase	16
4.4.2 Analysefase	16
4.4.3 Ontwerpfase	16
4.4.4 Test Fase	16
4.4.5 Implementatie Fase	16
4.4.6 Afrondingsfase	17
5 Methode	18

5.1	Analyse Fase	19
5.2	Ontwerpfase	20
5.3	Test Fase	22
5.4	Implementatie Fase	22
6	Analyse van Problemen	22
6.1	Gewenste Situatie	23
6.1.1	Volgen	23
6.1.2	Plaatsen	23
6.1.3	Eisen en Wensen	23
6.2	Huidige Situatie	24
6.3	Overgang	25
6.4	Resultaten	25
7	Selectie Oplossing	26
7.1	Werking sociale media monitoring oplossingen	26
7.1.1	Web scraping	26
	Voorbeeld:	27
7.1.2	Voorbeeld Applicatie	27
7.1.3	Verwerken van Data	28
7.1.4	Werkelijkheid	28
7.1.5	Front end	30
7.2	Inleiding oplossingen	30
7.3	Beknopte beoordeling	31
7.4	Advies	33
7.5	Besluit	34
7.6	Resultaten	34
8	Implementatie	35
8.1	Implementatieplan	35
8.2	Finchline	35
8.3	Resultaten	37
9	Conclusie en Aanbevelingen	38
9.1	Conclusie	38
9.2	Aanbevelingen	38

10	Evaluatie	40
10.1	Goedkeuring	40
10.2	Procesgang	40
10.3	Resultaten.....	41
10.3.1	Plan van aanpak.....	41
10.3.2	Definitie van Eisen	41
10.3.3	Functioneel Ontwerp & Technisch Ontwerp.....	41
10.3.4	Proof of Concept.....	41
10.3.5	Implementatie Fase	42
10.3.6	Afrondingsfase.....	42
10.4	Evaluatie opdracht.....	42
11	Woordenlijst	43
12	Bronvermelding	44
Bijlage		46

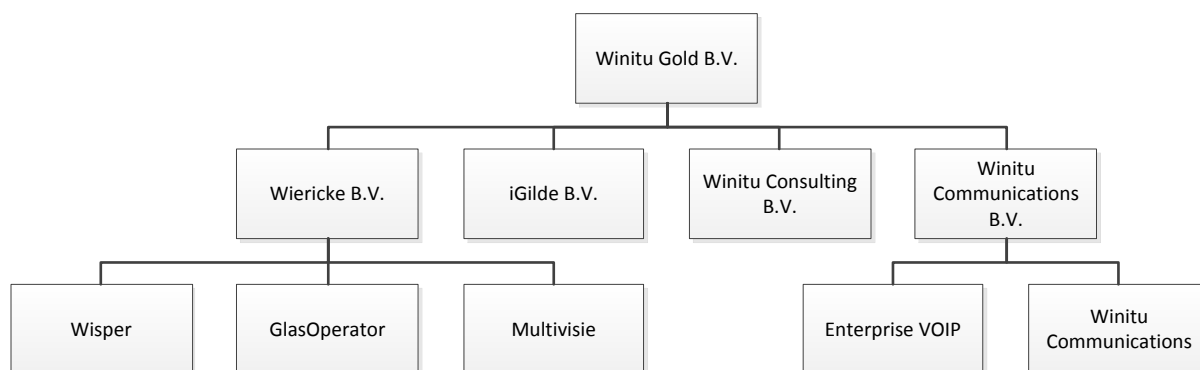
1 Inleiding

Steeds meer organisaties vestigen zich op het internet. Hierbij maken ze gebruik van sociale media om producten te marketen of om diensten aan te prijzen. Daartegenover staan de consumenten die sociale media gebruiken om producten en diensten te beoordelen of te bespreken. Het is voor een bedrijf aantrekkelijk om al deze informatie in kaart te brengen. Vragen zoals “wat vinden consumenten van mijn diensten” spelen hierbij een belangrijke rol. Echter er zijn nog veel vraagtekens rondom het gebruik van sociale media bij (voornamelijk) midden- en kleinbedrijven.

Dit komt omdat bedrijven nog geen (of minimale) kennis hebben van sociale media voor bedrijven. Ze horen dat het veel meerwaarde met zich meebrengt, maar de verdieping blijft uitgesteld worden. Dit geldt ook voor Winitu. Door middel van dit afstudeerproject willen zij deze kennis aanvullen.

1.1 Organisatie

Belangrijk: Wanneer in dit document de naam Winitu wordt gebruikt, worden hier alle organisaties die onder Winitu Gold B.V. hangen bedoeld zoals deze beschreven staan in deze paragraaf.



Figuur 1

Wiericke richt zich op het leveren van internet- en televisiediensten aan consumenten en MKB. Dit doen zij onder de handsnamen Wisper, GlasOperator en Multivisie TV. Wisper is een Internet Service Provider, GlasOperator is een exploitant van glasvezelnetwerken en Multivisie TV levert HD televisie over IP-netwerken.

Winitu Communications richt zich op het leveren van unified communications producten en diensten. Ook leveren zij VOIP diensten onder de handelsnaam Enterprise VOIP.

igilde levert dagelijks beheer van IT-systemen. igilde levert ook ondersteuning aan Enterprise VOIP van Winitu Communications.

Winitu Consulting is het oudste onderdeel van de groep en richt zich op het leveren van consultancy aan operators in Nederland. Deze afstudeeropdracht wordt vanuit deze organisatie uitgevoerd, de student valt dan ook onder deze organisatie.

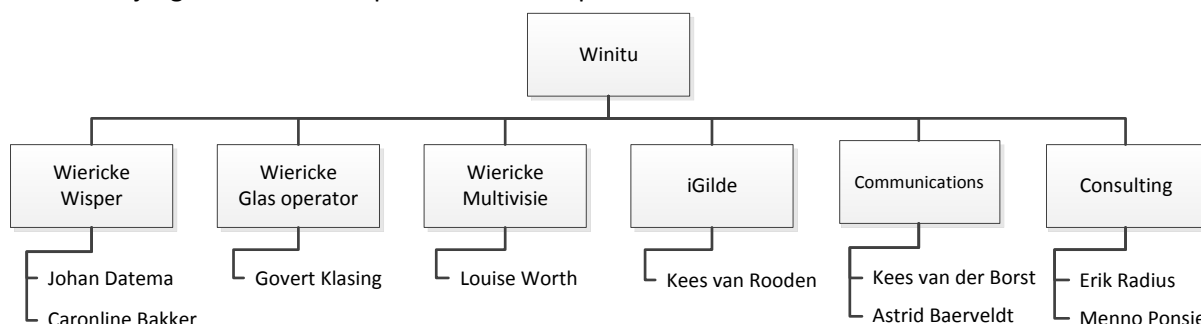
1.2 Begeleiding

De student is werkzaam bij Winitu Consulting B.V. vanuit deze organisatie wordt ook de begeleiding aangeboden. De inhoudelijke begeleiding wordt gedaan door Menno Ponsie.

Menno is begonnen als Support Engineer bij OKI Data en heeft hier ook software ontwikkeling gedaan op firmware niveau. Daarna is hij geweest bij IBM Midrange systemen. Ook is hij ICT Architect geweest voor de ABN-AMRO Bank en heeft hier kennis opgedaan over onder andere Microsoft SMS / MOM en SAN & NAS systemen. Daarna is hij project manager geworden voor verschillende disciplines en voor verschillend klanten.

1.3 Contact personen

De complexiteit van deze opdracht zit hem voornamelijk in het feit dat deze opdracht betrekking heeft op meerdere organisaties. In Figuur 2 is er een overzicht gegeven van de contactpersonen. De eerste in de lijst geeft aan wie de primaire contact persoon is.



Figuur 2

1.4 Scriptie

De opdracht wordt uitgevoerd in het kader van de opleiding Systeembeheer aan de Hogeschool Utrecht. Het doel van het afstuderen is dat de student de verworven kennis en vaardigheden zelfstandig in praktijk brengt. Dit document beschrijft hoe de student te werk is gegaan tijdens dit project en geeft inzicht in welke resultaten opgeleverd zijn. Ook beargumenteert de student waarom bepaalde keuzes zijn gemaakt en zal tot slot de procesgang van het afstuderen evalueren.

De scriptie zal beginnen met een inleiding in sociale media. Daarna volgt de beschrijving van het afstudeerproces. Tot slot worden er aanbevelingen gedaan en wordt de procesgang geëvalueerd.

2 Inleiding in sociale media

“Sociale media is meer dan twitter en facebook alleen”

De kern van deze afstudeeropdracht betreft sociale media, maar wat zijn sociale media precies? Wat is de toegevoegde waarde voor bedrijven? Dit zijn vragen die in dit hoofdstuk beantwoord zullen worden. Om bij de eerste vraag te beginnen. De wikipedia over sociale media geeft de volgende beschrijving:

“‘Sociale media’ zijn online platformen waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een redactie, de inhoud verzorgen. Hoofdkenmerken zijn interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling.”¹

Een technische beschrijving van sociale media is:

“Sociale media zijn een groep internetapplicaties die gebruikmaken van de ideologie en de technologie van Web 2.0 en de creatieve uitwisseling van User Generated Content.”²

Vaak wordt er bij sociale media alleen uitgegaan van Twitter en Facebook. Sociale media is meer dan dat. Twitter en Facebook zijn alleen maar applicaties, maar over vijf jaar zijn er waarschijnlijk weer andere applicaties. Met sociale media worden alle internetapplicaties bedoeld die door de gebruikers gemaakte content delen. Met deze content wordt bedoeld: een filmpje op YouTube, een berichtje onder een nieuwsitem, oftewel al het werk op een internetapplicatie wat niet door een redactie wordt gemaakt. Voorbeelden van sociale media zijn:

- (Mini-)Blogs
- Forums
- YouTube
- Sociale Netwerken

Er zijn nog veel meer sociale media te noemen, maar in de kern zijn ze allemaal hetzelfde. Ze delen door de gebruiker gemaakte content, het maakt dus niet uit of dit een bericht, video of een foto is. Zolang het maar door de gebruiker zelf gemaakt is. Ook de berichten bij een nieuwsbericht zijn dus sociale media maar ook een live stream op Ustream.com is een sociale media.

Sociale media mag door bedrijven niet vergeten worden, het zijn voornamelijk consumenten die berichten plaatsen op sociale media. Deze berichten kunnen relevant zijn voor bedrijven. De reputatie van een bedrijfsnaam kan veel schade aangedaan worden via sociale media, daarom is het van belang om sociale media in gaten te houden.

“If you make customers unhappy in the physical world, they might each tell 6 friends. If you make customers unhappy on the Internet, they can each tell 6,000 friends.”

Jeff Bezos, CEO amazon.com

¹ (Wikipedia)

² (Kaplan Andreas M, 2010)

Voor marketing golden vroeger de vier P's: Product, Prijs, Plaats en Promotie; tegenwoordig, door onder andere de komst van sociale media, is daar een vijfde element bij gekomen: Reputatie. De reputatie van een onderneming mag niet vergeten worden. Door de komst van sociale media kan een klacht veel sneller gedeeld worden dan vroeger. Daarom moet sociale media niet vergeten of onderschat worden.

Sociale media kan ook gebruikt worden om in contact te komen met bestaande klanten en of potentiële klanten. Naast deze voorbeelden zijn er nog veel meer voorbeelden te bedenken hoe sociale media ingezet kan worden door bedrijven. De volgende paragraaf zal enkele van deze voorbeelden toelichten.

2.1 Hoe kun je sociale media binnen een organisatie gebruiken?

In deze paragraaf wordt beschreven hoe sociale media binnen een organisatie gebruikt kan worden. Naast de use cases die worden beschreven, zijn er nog veel meer. Alle use cases die te bedenken zijn kunnen in twee categorieën ingedeeld worden. Actief (het plaatsen van berichten) en passief (het volgen van sociale media). Het eerste voorbeeld wat gegeven wordt in een voorbeeld van actief gebruik maken van sociale media. Daarna wordt een voorbeeld gegeven hoe sociale media passief gebruikt kan worden.

2.1.1 Marketing

Sociale media is een heel interessant medium voor marketing omdat er een vrij direct contact is met de doelgroep. Elke doelgroep heeft vaak zijn eigen sociale media. Als een technisch persoon vragen heeft over bijvoorbeeld een technisch onderwerp zal hij deze vraag stellen via een forum zoals: Tweakers.net. Terwijl een minder technisch persoon deze eerder zal stellen op forums zoals Kassa of Radar.

Sociale media is een manier om content met iedereen te delen. Het kan prima gebruikt worden om een site of product aan de man te brengen. Om een site te promoten wordt al snel gedacht aan push marketing. Hiermee wordt bedoelt de site zoveel mogelijk aandacht te geven, m.b.v. bijvoorbeeld via Google (hoog in de zoekresultaten) en veel reclame maken op andere sites. Met de komst van sociale media zijn er veel meer mogelijkheden bijgekomen.

Voorbeeld: Een Internet Service Provider (ISP) plaatst een filmpje waarin getoond wordt hoe een settopbox aangesloten kan worden op een tv. In het begin van het filmpje wordt het logo getoond en aan het einde wordt voor meer informatie doorverwezen naar de site van de ISP. Ook staat er in de beschrijving van het filmpje een link naar de site van de ISP. Op die manier worden gebruikers gelokt met een algemeen filmpje om even door te klikken naar de website van de ISP. Tegelijk kunnen de kijkers van het filmpje vragen

*Feit: YouTube is na Google de meeste gebruikte zoekmachine .
Een van de meest gebruikte zoekterm op YouTube is: 'How to' .
Er wordt vaak gezocht naar filmpjes zoals: 'Hoe moet je een IKEA kast in elkaar zetten?'
YouTube moet daarom niet onderschat worden als medium.
Het kan bijvoorbeeld gebruikt worden om gebruikers naar een site te lokken.*

stellen onder het filmpje, die door de ISP beantwoord kunnen worden.

Bij marketing geldt, als het product niet gevonden kan worden, kan het ook niet verkocht worden. Sociale Media kan daarbij helpen. Naast het kunnen vinden van een product is de reputatie van het product ook belangrijk. De volgende use case gaat hierover.

2.1.2 Volgen van sociale media

"The majority of marketers believe that 'doing' social media is more important than listening, but to be truly effective, social media requires a different mindset entirely to traditional 'push marketing.'

It's all about listening."

Debby Penton, EML Wildfire

Voordat er begonnen kan worden met actief marketen via sociale media, moet sociale media eerst gevolgd worden. Volgen waar een bedrijfsnaam genoemd wordt bijvoorbeeld. Wat vinden huidige klanten van producten en diensten? Waarom kiest een klant voor de concurrent? Sociale media is een groot open boek waar consumenten en bedrijven volop in schrijven en het kan een gigantische bron van informatie zijn

Figuur 3 is een voorbeeld van een klantreactie die gevonden kan worden door in sociale media te zoeken naar bedrijfsnamen. Als voorbeeld is genomen de ISP³ Wisper. Door te zoeken in sociale media is dat bericht gevonden. Op die manier kan bijvoorbeeld vastgesteld worden of de campagnes aanslaan en er kan gezien worden of de juiste doelgroep bereikt wordt.

Ik heb inmiddels een werkende 200Mbit verbinding van Wisper. Verder heb ik er een telefoon aansluiting bij, nou ja weinig over te melden, het werkt prima. Ben erg tevreden tot nu toe. Ik kreeg zelfs een welkoms bloemboeketje van Wisper, leuk detail.

Figuur 3

Pas nadat er gevolgd wordt kan er actief gebruik worden gemaakt van sociale media. Bijvoorbeeld door te reageren op vragen van gebruikers.

2.2 Technische oplossing

Vanwege de grote omvang van het internet en alle sociale media die er zijn, is het lastig om relevante berichten te vinden. Gelukkig zijn hier technische middelen voor. Voor het volgen van sociale media zijn er zo geheten sociale media monitoring oplossingen. Deze oplossingen zijn in staat op vele sociale media sites in enkele seconden te zoeken naar trefwoorden die door de gebruiker opgegeven worden.

Ook zijn er oplossingen die helpen bij het actief gebruik maken van sociale media. Deze oplossingen vereenvoudigen het plaatsen van berichten door bijvoorbeeld een koppeling te bieden tussen verschillende sociale media. Met een druk op de knop wordt er een bericht verstuurd naar alle gekoppelde Twitter, Facebook en Google+ accounts. Terwijl voorheen het bericht apart op elke media geplaatst moest worden.

³ Internet Service Provider

Winitu is op zoek naar een oplossing om inzicht te krijgen in de relevante berichtenstroom op sociale media. Uit vooronderzoek is gebleken dat er al oplossingen zijn die dit kunnen.

2.3 Probleemstelling Winitu

Winitu (en haar dochterondernemingen zoals beschreven in hoofdstuk 1) wil sociale media gaan gebruiken voor de verbetering van de dienstverlening door onder andere te anticiperen op opmerkingen van gebruikers (bijvoorbeeld door te regeren op een gebruiker die schrijft over een storing of een klacht heeft), het volgen van trends o.a. door het volgen van relevante trending-topics en het signaleren van beleidswijzigingen bij concurrenten (zoals een ISP die de datasnelheden verhoogt of gesprekskosten verlaagd als gevolg van toenemende concurrentie). Kort gezegd het volgen van (en eventueel anticiperen op) de berichtenstroom op sociale media die relevant is voor Winitu (en haar dochterondernemingen).

Winitu mist de benodigde kennis en ervaring voor het inzetten van sociale media en komt hier ook niet aan toe. Uit een eigen vooronderzoek is gebleken dat er software oplossingen beschikbaar zijn die de effecten van sociale media meetbaar kunnen maken en ondersteunen bij analyses en acties. Het is niet duidelijk welke van deze pakketten het beste past bij de eisen en wensen die Winitu heeft. Winitu is dus op zoek naar de beste bestaande oplossing. Winitu is niet van plan zelf een oplossing te ontwikkelen.

3 Doelstellingen

In het voorgaande hoofdstuk is beschreven wat sociale media precies is en wat het probleem omtrent sociale media is voor Winitu. In dit hoofdstuk wordt deze probleemstelling vertaald naar de doelstelling voor dit afstudeerproject.

3.1 Hoofddoel

Winitu wil sociale media gaan gebruiken om de dienstverlening te verbeteren (en ook de kennis van sociale media aanvullen). Een belangrijk onderdeel hiervoor is het volgen van de revelante berichten stroom. Het volgen van de relevante berichten stroom zou handmatig kunnen gebeuren. Bijvoorbeeld door dagelijks een aantal zoektermen in te voeren in Google. Een groot nadeel is dat dit zeer foutgevoelig is, resultaten kunnen eenvoudig over het hoofd gezien worden. Vandaar dat er dus een technisch hulpmiddel moet komen die sociale media afgaat op vooraf ingestelde zoektermen. Zo'n hulpmiddel wordt een 'sociale media monitoring oplossing' genoemd. Als de probleemstelling van Winitu vertaald wordt naar één zin, is het hoofddoel:

- Inzichten krijgen in de berichtenstroom op sociale media die betrekking hebben op bedrijven, producten, diensten en serviceverlening van Winitu via een geautomatiseerd systeem, zo dat onder andere (maar niet uitsluitend) op deze berichten ingespeeld kan worden.

3.2 Subdoelen

Het hoofddoel kan onderverdeeld worden in een aantal subdoelen.

3.2.1 Wensen en eisen in kaart brengen

Tijdens de eerste fase van het project moeten de eisen en wensen van Winitu in kaart gebracht worden. Deze eisen en wensen worden in alle onderliggende fases van het project gebruikt. Ze beschrijven wat Winitu verwacht en wenst van een sociale media monitoring oplossing.

3.2.2 Selecteren van een oplossing

De eisen en wensen zullen uiteindelijk resulteren in een selectietraject voor de beste sociale media monitoring oplossing voor Winitu. Eerst moet er onderzocht worden welke oplossingen er allemaal zijn, vervolgens moeten deze oplossingen allemaal beoordeeld worden. Zodra deze oplossingen allemaal beoordeeld zijn kan er een advies gegeven worden aan Winitu. Dit advies beschrijft welke van de oplossingen het beste past bij het eisenpakket.

3.2.3 Implementeren van een oplossing

Vervolgens moet er een plan worden opgesteld hoe de (uiteindelijk) gekozen oplossing geïmplementeerd kan worden in de organisatie. Het kan namelijk zo zijn dat Winitu beslist voor het kiezen van een andere oplossing dan geadviseerd wordt.

4 Afstudeeropdracht

Het is inmiddels duidelijk dat sociale media mede invloed heeft op bedrijfsstrategieën, diensten en serviceverlening. Ook is het duidelijk dat Winitu graag een oplossing wilt die automatisch inzichten geeft in de berichtenstroom op sociale media. In dit hoofdstuk wordt de afstudeeropdracht en de fasering daarvan beschreven. Deze komen overeen met het plan van aanpak, mocht dit uiteindelijk toch hebben afgeweken, zal dit in een later hoofdstuk verantwoord worden.

4.1 Activiteiten / Projectgrenzen

Bij een ideale voortgang zal het project de volgende activiteiten bevatten:

- Analyse voor een selectie van een oplossing waarmee de effecten van sociale media meetbaar gemaakt kunnen worden.
 - De (non-)functionele eisen en wensen van alle organisatie onderdelen (voor meer informatie over deze organisatie onderdelen zie hoofdstuk 1) in kaart brengen.
 - Analyseren en prioriteitstelling van de eisen en wensen en deze met de organisatie onderdelen afstemmen.
- Oplossing selecteren
 - Vaststellen van een lijst van mogelijke kandidaat oplossingen (longlist)
 - Analyse van de lijst van kandidaat oplossingen (longlist) en middels een eerste selectie een korte lijst van maximaal 5 oplossingen vaststellen, dit besluit proces moet met de organisatie afgestemd worden.
 - Uitvoerige analyse van de 5 oplossingen in hoeverre deze voldoen aan de functionele en non-functionele eisen en wensen.
 - Aan de hand van een scoretabel een definitieve selectie maken en deze afstemmen met de organisatie.
- Aanschaffen en technisch implementeren van de gekozen oplossing
- Oplossing organisatorisch implementeren;

4.2 Randvoorwaarden

- Kennis van Microsoft Office is vereist voor dit project
- Kennis over sociale media en de mogelijkheden ervan is ook vereist.
- Voldoende budget voor het aanschaffen van eventuele oplossingen
 - Voldoende budget voor de eventuele hardware.
- De contactpersonen moeten voldoende tijd hebben

4.3 Producten

In bijlage I van het plan van aanpak (het plan van aanpak is te vinden als bijlage I van deze scriptie) is een work breakdown structure te vinden waarin alle producten met bijhorende fases staan. Ook zullen deze beschreven worden in de volgende paragrafen.

4.4 Fasering

4.4.1 Opstartfase

Tijdens de opstartfase wordt gewerkt aan het verbeteren van het afstudeervoorstel. Pas als deze goedgekeurd is kan er begonnen worden met het maken van het 'plan van aanpak'. Verder krijgt de afstudeerder de tijd om te wennen aan de nieuwe organisatie en een vooronderzoek uit te voeren naar de mogelijkheden van sociale media.

Mijlpaal	Deadline
Afstudeervoorstel	Behaald

4.4.2 Analysefase

Nadat het afstudeervoorstel goedgekeurd is, zal in samenwerking met de toegewezen bedrijfsbegeleider (en docentbegeleider) een plan van aanpak opgesteld worden. Hierin zal het verdere verloop van het project beschreven worden.

Mijlpaal	Deadline
Plan van Aanpak	01-03-2012
Definitie van Eisen	09-03-2012

Ook zullen er interviews plaats vinden om de eisen en wensen duidelijk te krijgen. Deze eisen en wensen zullen in het document Definitie van Eisen beschreven worden.

Tijdens deze fase zal er ook een long list gemaakt worden met alle mogelijke oplossingen.

4.4.3 Ontwerpfase

Zodra de eisen duidelijk zijn, worden deze eisen vertaald naar een Functioneel Ontwerp. Hierin staat beschreven waar de uiteindelijke oplossing functioneel aan zal voldoen.

Mijlpaal	Deadline
Functioneel Ontwerp	23-3-2012
Technisch Ontwerp	13-4-2012

Deze functionele eisen moeten vertaald worden naar een technisch oplossing. Tijdens deze fase zal van de longlist een short list gemaakt worden. Op deze shortlist komen maximaal vijf mogelijke oplossingen te staan. Aan de hand van een scoretabel zal uit de shortlist één definitieve selectie komen en deze zal worden afgestemd Winitu. Het Technisch Ontwerp zal dit proces beschrijven.

4.4.4 Test Fase

Tijdens de Test Fase zal de gekozen oplossing getest worden en naast de vastgestelde eisen gelegd worden. Dit is om te controleren of de oplossingen werkelijk aan de eisen en wensen voldoet. Met een Proof of Concept zal de werking van de oplossing bewezen worden.

Mijlpaal	Deadline
Proof of Concept	20-4-2012

4.4.5 Implementatie Fase

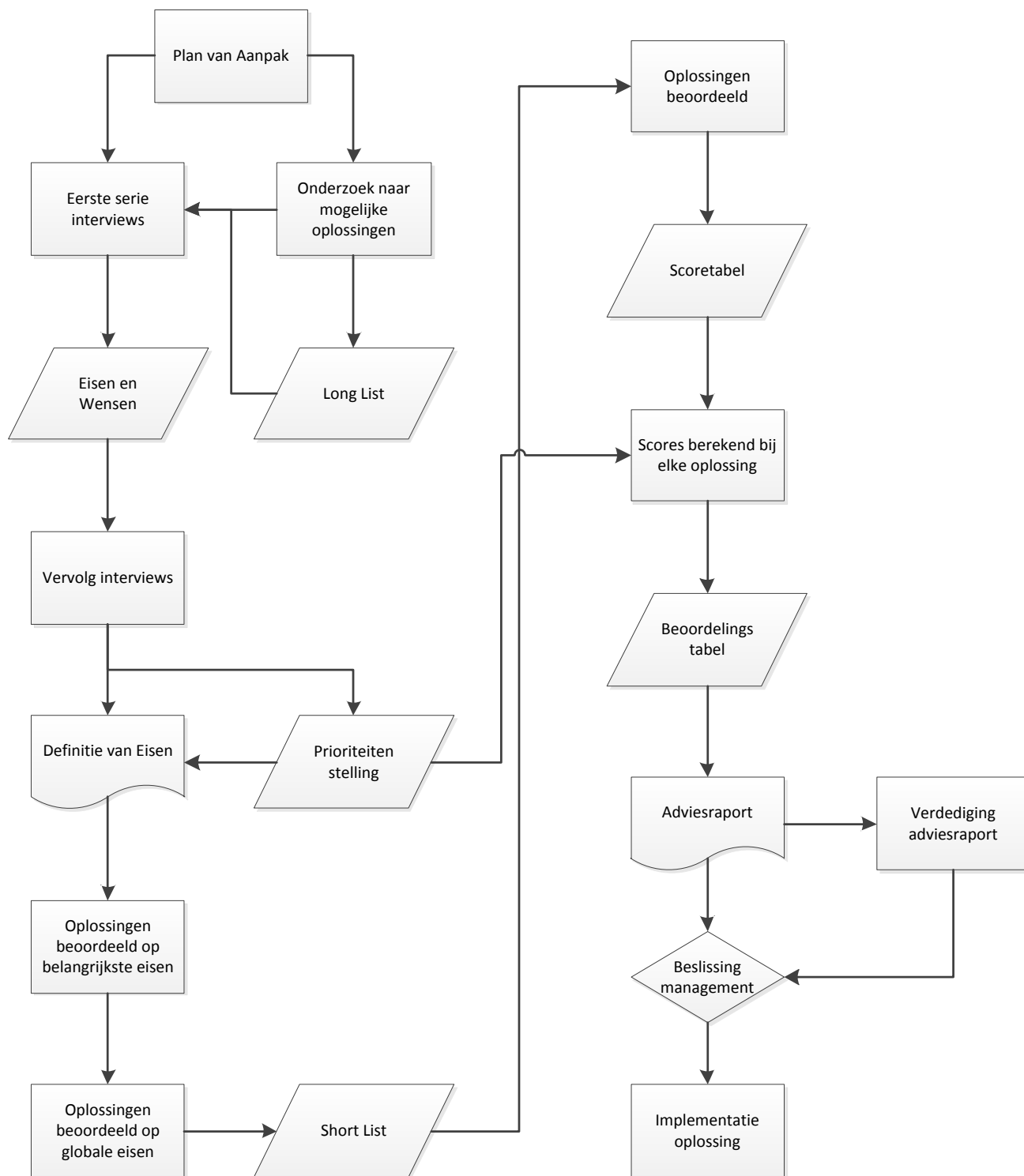
Als tijdens de testfase bewezen is dat de tool voldoet aan de eisen en wensen, zal er een plan opgesteld worden hoe de gekozen oplossing zowel technisch als organisatorisch geïmplementeerd zal worden. Dit implementatieplan zal tijdens deze fase uitgevoerd worden.

Mijlpaal	Deadline
Implementatie plan	1-5-2012
Geïmplementeerde Oplossing	11-5-2012

4.4.6 Afrondingsfase

Tijdens de laatste fase van het project worden de puntjes op de i worden gezet. Tijdens het gehele project wordt er gewerkt aan de scriptie, deze zal afgerond worden tijdens deze fase. Ook zal er interne een presentatie geven worden over (onder anderen) de werking van de gekozen oplossing. Tot slot zal het proces en de resultaten van het afstuderen verdedigd worden tijdens de afstudeerzitting.

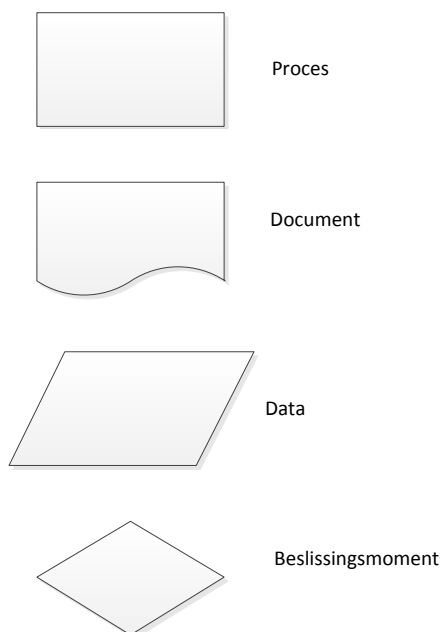
Mijlpaal	Deadline
Scriptie	29-5-2012
Presentatie Winitu	22-6-2012
Afstudeerzitting	15-6-2012



De gebruikte aanpak en relatie tussen verschillende producten is weergegeven in **Fout!**

Verwijzingsbron niet gevonden.. Figuur 5 is de legenda voor **Fout! Verwijzingsbron niet gevonden..**

Figuur 4 beschrijft niet het gehele afstudeerproces, maar voornamelijk de analyse fase en de ontwerpfase.



Figuur 5

5.1 Analyse Fase

Tijdens de eerste periode van het afstuderen is er samen met het afstudeerbedrijf gewerkt aan het Plan van Aanpak (te vinden in Bijlage I). Met het plan van aanpak wordt duidelijkheid gecreëerd over de opdracht. Na het plan van aanpak kunnen er verder stappen genomen worden in de analyse fase. In dit geval het analyseren van de problemen die Winitu heeft. Tijdens het analyseren van het probleem wordt de overgang naar de gewenste situatie in kaart gebracht. Eigenlijk betekend dit dus dat de eisen en wensen van de sociale media monitoring oplossing in kaart gebracht worden.

Door middel van een serie interviews worden deze eisen en wensen van de verschillende bedrijfsonderdelen in kaart gebracht. Tijdens deze interviews is ten eerste gevraagd wat ze met sociale media willen gaan doen. Tijdens deze interviews zijn deze doelen vertaald naar eisen en wensen waar de technische oplossing aan moet voldoen. Het resultaat van deze eerste interviews is een lijst met de eisen en wensen. Tijdens de tweede serie interviews is er opnieuw naar deze eisen en wensen gekeken, dit ter controle. Ook is er tijdens deze interviews aan alle eisen en wensen een prioriteitenstelling gekoppeld met behulp van de MoSCoW methode (deze MoSCoW tabel en dus een lijst met eisen is te vinden in bijlage IV).

De MoSCoW methode is gebruikt omdat hiermee eenvoudig in groepsverband prioriteiten bepaald kunnen worden. De MoSCoW methode bestaat uit de volgende prioriteitstellingen:

- Must, deze eis MOET terug komen in het eindresultaat
- Should, deze eisen ZOU terug moeten komen, maar het eindresultaat functioneert wel zonder
- Could, deze eis mag terug komen, maar alleen als deze niet te veel moeite kost
- Won't, deze eis hoeft niet in het eindresultaat te komen.

Deze prioriteitstelling wordt ook tijdens de ontwerpfase weer gebruikt. De prioriteitsstelling wordt later omrekenen naar de wegingsfactor. Wiericke B.V. wordt totaal drie keer meegenomen in de wegingsfactor omdat zij het meeste gebruik zullen maken van de oplossing vanwege het directe contact met de klant.

Terwijl de interviews afgenomen worden, is er ook een onderzoek gedaan naar alle mogelijke oplossingen. Dit is samengevat in een lijst die de 'long list' wordt genoemd. De long list is (in bijlage III te vinden) een lijst met alle mogelijke sociale media monitoring oplossingen. Het samenstellen van de lijst heeft ook geholpen met het inzichtelijk maken van de mogelijkheden van sociale media monitoring oplossingen.

5.2 Ontwerpfase

De eerste stap in de ontwerpfase is van de longlist een short list maken. Dit is gedaan door de longlist naast de eisen en wensen neer te leggen. Gekeken is of er erg afwijkende applicaties zijn. Een voorbeeld van een oplossing die afgevalen is, is ThinkUP. ThinkUP is een opensource monitoring oplossing specifiek voor Twitter. Deze oplossing monitort niet op trefwoorden, maar monitort volgers van een Twitter account. Hij geeft aan hoeveel volgers er in de afgelopen dagen zijn bijgekomen, uit welk land ze kwamen etc. Dit zoekt Winitu niet, Winitu zoekt een oplossing die in staat is te monitoren op trefwoorden. Toch valt ThinkUp in de categorie sociale media monitoring oplossingen, maar voldoet niet aan de eisen en wensen van Winitu.

De overgebleven oplossingen zijn vervolgens globaal beoordeeld. Bij deze beoordeling is afgegaan op de informatie op de websites van de oplossingen en eventuele reviews. Hieruit zijn de best scorende oplossingen gehaald (vijf totaal) en deze worden uitgebreid met elkaar vergeleken. De lijst met de overgebleven vijf (uiteindelijke 6, meer informatie hierover volgt verderop) oplossingen wordt de 'shortlist' genoemd. Bij dit globaal beoordelen zijn de eisen en wensen in categorieën onderverdeeld en voor elke categorie geef ten oplossing een plus, een min of een plus-min kunnen halen. In bijlage III is de longlist te vinden waar ook deze globale beoordeling te vinden is.

De oplossingen van de shortlist zijn vervolgens uitgebreid per eis beoordeeld. Elke eis heeft een score gekregen tussen de 0 en de 5. In de onderstaande tabel staat weergegeven wat elke score betekent:

Punten	Beschrijving
5	voldoet perfect aan de eis
4	voldoet aan de eis, maar met een kleine beperking
3	voldoet aan de eis, maar met een grote beperking
2	voldoet aan een deel van de eis
1	voldoet aan een heel klein deel van de eis

0	voldoet niet aan de eis.
---	--------------------------

De score wordt bepaald door de oplossingen in de praktijk te testen (zover dit mogelijk is), informatie op de site, informatie op het internet en (zoveel mogelijk onafhankelijke) gebruikersreviews.

Elke prioriteitenstelling is vervolgens vertaald naar een getal:

Punten	MoSCoW
3	Must
2	Should
1	Could
0	Won't

Hierdoor kan er gerekend worden met de eisen en de prioriteitenstelling. De score van een oplossing voor elke eis kan dus berekend worden door de prioriteitenstelling te vermenigvuldigen met de score.

Bijvoorbeeld de eis: “De interface moet mobiel toegankelijk zijn”

Deze eis heeft een verschillende prioriteitenstelling gekregen per bedrijfsonderdelen.

Com	Con	Glas	Igilde	Multi	Wisp
Could	Should	Must	Could	Must	Should

In alle tabel worden de bedrijfsnamen afgekort weergegeven. De hieronder is een legenda te vinden voor de bedrijfsnamen.

Afkorting:	Bedrijfsnaam:
Com	Winitu Communications
Con	Winitu Consulting
Glas	GlasOperator
Igilde	Igilde
Multi	Multivisie TV
Wisp	Wisper

Volgens voorgaande tabel betekend dat in getallen:

Com	Con	Glas	Igilde	Multi	Wisp
1	2	3	1	3	2

Deze eis heeft dus een weggingsfactor van totaal 12. Als er naar de oplossing Finchline wordt gekeken scoort deze 3 punten voor de betreffende eis.

De totaalscore voor deze eis is $3 * 12 = 36$. Uiteindelijk worden alle scores bij elkaar opgeteld en gedeeld door de totaal te behalen score en vermenigvuldigd met 100 zodat de scores eenvoudig te lezen en te vergelijken zijn. De totaalscore wordt gebruikt om een advies te geven aan Winitu over welke van de mogelijke oplossingen het beste bij de eisen en wensen aansluit. De complete scoretabel is te vinden in de bijlage III van het advies rapport (het advies rapport is in bijlage V te vinden van deze scriptie).

Aan de hand van deze scoretabel zal het document advies rapport geschreven worden. In dit document is een advies gegeven aan Winitu welke mogelijkheden er precies zijn en welke geadviseerd worden. Dit zal verdedigd worden in de vorm van een presentatie aan het management van Winitu. Hieruit volgt een besluit en wordt er een Proof of Concept gemaakt.

5.3 Test Fase

Tijdens de test fase wordt getest of de gekozen oplossing ook echt voldoet aan de eisen en wensen. Aan de hand van een Proof of Concept wordt getest of dit zo is. Daarnaast wordt de applicatie ook getest door de gebruikers. De test fase is tijdens dit projecten tegelijk uitgevoerd met het maken van het adviesrapport. Ook is er besloten om de Test Fase uit te bereiden. Nadat de oplossing drie maanden is gebruikt zal er geëvalueerd worden of de oplossingen aan de eisen en wensen voldaan heeft en of de oplossing toegevoegde waarde heeft voor de organisaties. De werkelijke test fase is dus uitgebreid, dit is gedaan omdat sociale media zich zal moeten bewijzen voor Winitu. Na drie maanden zal er gekeken worden of sociale media met de komst van de uiteindelijke gekozen oplossing meer gebruikt wordt. Ook is de plaats van de Test Fase naar voren geschoven in de planning. Al tijdens het beoordelen van de oplossingen zijn de verschillende Proof of Concept's gemaakt. Deze Proof of Concept's zijn gebruikt om de oplossingen te beoordelen.

5.4 Implementatie Fase

Tijdens de implementatie fase zal het product geïmplementeerd worden. Dit zal in een implementatie plan beschreven worden en uitgevoerd gaan worden. De eerste periode nadat het product is geïmplementeerd worden gezien als een testperiode, na deze periode (ongeveer 2-3 maanden) zal geëvalueerd worden of het product ook echt aan de eisen en wensen van de gebruikers voldeed. Het eindresultaat is uiteindelijk een geïmplementeerde oplossing. Deze oplossing wordt gezien als de uitkomstsituatie. Voor dat deze situatie bereikt is zal er eerst geanalyseerd moeten worden wat er veranderd moet worden. Dit zal in het volgende hoofdstuk beschreven worden.

6 Analyse van Problemen

In dit hoofdstuk wordt de uitkomst van eerste stappen van het afstudeerproject beschreven. Het analyseren van de problemen, de analyse fase. Waarbij begonnen wordt in de volgende paragraaf met het onderzoeken de gewenste situatie voor Winitu. Daarna wordt er beschreven wat de huidige situatie is omtrent het gebruik van sociale media en tot slot wordt beschreven wat nodig is om naar de gewenste situatie te komen.

6.1 Gewenste Situatie

Winitu zou meer inzichten willen in de berichtenstroom op sociale media die relevant zijn voor haar organisaties. Stel Winitu wordt ergens op een sociale media genoemd dan zouden ze graag hiervan op de hoogte worden gesteld. Eventueel zouden ze op deze berichten willen anticiperen, bijvoorbeeld door contact te zoeken met de schrijver. Er is dus gebleken (zie inleiding sociale media) dat er software oplossingen zijn die dit mogelijk kunnen maken. Tijdens de analyse fase is het duidelijk geworden welke eisen en wensen Winitu precies heeft aan deze oplossingen, dit is gebeurd door middel van een serie interviews. Deze interviews zijn vertaald naar eisen en zijn te vinden in bijlage VI (definitie van eisen). Tijdens deze interviews zijn ook een aantal use cases bedacht voor wat er met sociale media mogelijk is. In het volgende sub paragraaf worden een aantal use cases uitgelegd.

6.1.1 Volgen

Zoals in de inleiding over sociale media beschreven is, is volgen één van de belangrijkste dingen in het gebruik van sociale media. Een aantal use cases die mogelijk zijn door sociale media te volgen zijn:

- Mentions vinden, oftewel vinden waar een bedrijfsnaam wordt genoemd op sociale media
- Zoeken op markt gerelateerde termen zodat te zien is wat er speelt in de markt
- Zoeken op concurrenten zodat er gemonitord kan worden wat er over de concurrenten gezegd wordt.
- Leads genereren, bijvoorbeeld monitoren op 'VOIP', 'Dienst' en 'Advies'.

De basis van al deze use cases is het zelfde, er wordt gemonitord op trefwoorden die resulteren in relevante berichten op sociale media. Naast volgen van sociale media is er nog een categorie voor use cases.

6.1.2 Plaatsen

Sociale media kan dus ook gebruikt worden voor het plaatsen van berichten op sociale media. Winitu wilt dit wel gaan doen, maar heeft dit niet als belangrijkste doel. Dit is gebleken uit de MoSCoW (bijlage IV) analyse. De prioriteit ligt voornamelijk bij het volgen van sociale media. Toch zijn er ook wensen om berichten te kunnen plaatsen. Enkele use cases hiervoor zijn:

- Klanten service aanbieden via sociale media
- Reclame maken door actief berichten te plaatsen

6.1.3 Eisen en Wensen

In deze paragraaf zullen de eisen en wensen die Winitu heeft beknopt worden weergegeven. De volledige uitleg van de wensen en eisen is te vinden in de Definitie van Eisen (bijlage VI).

Eisen:

- Monitoren op vooraf ingestelde trefwoorden
 - Flexibel in trefwoorden
 - Voorkomen van false positives
 - Flexibel in de sites die gemonitord worden

- Mogelijkheid om analyses uit te voeren
 - Waaronder sentiment analyse (klanttevredenheid)
 - Nederlandse taal moet ondersteund zijn in de analyses
- Oplossing moet beschikbaarheid hebben van een interface
 - Deze moet de gevonden items overzichtelijk weergeven
 - Deze moet de uitvoer van analyses weer kunnen geven
 - Deze moet per gebruiker instelbaar zijn
 - Om deze eis te realiseren is het gewenst dat er met meerdere accounts ingelogd kan worden
- Deze sociale media moet minimaal ondersteunt zijn:
 - Twitter
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Google+
 - Fora (monitoring)
- Het moet mogelijk zijn om een alert te laten sturen als een trefwoord is gevonden
 - Dit moet mogelijk zijn via email

Wensen:

- Alert kunnen geven als een bepaald relevant onderwerp trending wordt
- Prio bepaling voor alerts
- De oplossing moet mobiel toegankelijk zijn
- Geen SaaS⁴ oplossing
- OpenSource oplossing die selfhosted is
- Sociale media die pré zijn maar geen must:
 - Foursquare
 - YouTube
 - Tumblr
 - Pinterest
- Mogelijkheid tot koppeling met klantendatabase
- Mogelijkheid om Tags aan te brengen in berichten zodat te zien is van welke medewerker een post afkomstig is.
- Intern invoeren van sociale media
- Mogelijkheid tot plaatsen van berichten
- Integratie van sociale media accounts met TV scherm in de hal van Winitu

6.2 Huidige Situatie

Momenteel kan Winitu de hierboven beschreven dingen nog niet. Elke organisatie heeft een Twitter account waar zo af en toe een bericht op geplaatst wordt, maar een echte continuïteit zit hier niet in. Ook wordt er momenteel bijna niet gemonitord. Enkel Wisper en igilde hebben op dit moment iets

⁴ Software as a Service

van monitoring geautomatiseerd. Dit doen zij m.b.v. Google Alerts, Google Alerts is een dienst die een waarschuwing kan geven als er een nieuwe site is gevonden in de zoekresultaten van Google. Stel jij stel Google Alerts in om te monitoren op “Hogeschool Utrecht”, stuurt Google Alerts een email als er een nieuwe site is gevonden die de termen Hogeschool Utrecht in hun site heeft. Google Alerts geeft echter vele onterechte melden, waardoor het nauwelijks bruikbaar wordt.

De andere organisaties doen helemaal niets met monitoring, veelal omdat ze niet de toegevoegde waarde zien van sociale media, of door de bomen het bos niet meer zien en geen idee hebben waar ze moeten beginnen met sociale media. Ze horen van andere bedrijven dat ze aan Sociale Media moeten beginnen, omdat dit een toegevoegde waarde zou hebben.

6.3 Overgang

Om van de huidige situatie naar de gewenste situatie te gaan is er onder andere een geautomatiseerde oplossing nodig die inzichten kan geven in de berichtenstroom op sociale media. Dit is niet voldoende om de gewenste situatie te halen. Er zal ook een beleid moeten komen hoe het bedrijf via sociale media naar buiten treedt. Dit valt buiten de scope van dit project en is op korte termijn ook niet nodig. Beleid is belangrijk omdat opeens iedereen in een bedrijf kan spreken namens het bedrijf. Tegenwoordig is reputatie namelijk belangrijk voor een bedrijf. Er hebben zich vele situaties (bij andere bedrijven) voor gedaan waarbij sociale media de reputatie geschaad heeft door het niet duidelijk hebben van een beleid hoe er op bepaalde situatie gereageerd moeten worden. Ook moet Winitu nog ontdekken wat er allemaal mogelijk is met sociale media. Om dit duidelijk te krijgen moet er eerst informatie over sociale media verzameld worden, onder andere waar de doelgroepen van Winitu zich bevinden op sociale media. Een technische oplossing die dit soort gegeven kan aanleveren zorgt er voor dat uiteindelijk duidelijk gaat worden waar sociale media voor gebruikt kan gaan worden.

6.4 Resultaten

Tijdens de analyse fases is het Plan van Aanpak opgeleverd aan zowel het stagebedrijf als aan school en dit document is goedgekeurd. Ook is de Definitie van Eisen (deze is in bijlage VI te vinden) opgeleverd. Tijdens de analyse fase zijn ook de mogelijk oplossingen in kaart gebracht. De long list is in bijlage III te vinden.

7 Selectie Oplossing

Nadat de analyse fase afgerond is kan er begonnen worden met ontwerpen en adviseren. Het functionele ontwerp en het technisch ontwerp zijn uiteindelijk samengevoegd in één document. Het Adviesrapport, deze is te vinden in bijlage V, dit document beschrijft hoe de oplossingen beoordeeld zijn en wat de redenatie achter elke score is geweest. In hoofdstuk 5 staat beschreven hoe deze beoordeling in zijn werk gaat. In dit hoofdstuk wordt het advies verdedigd. De complete beoordelingstabel is in bijlage III van het advies rapport te vinden (Het Advies rapport is in bijlage V te vinden van dit document). Voordat er verder op de pakket selectie in gegaan wordt, zal eerst in de volgende paragraaf de werking van sociale media monitoring oplossingen beschreven worden.

7.1 Werking sociale media monitoring oplossingen

De basis van sociale media monitoring oplossingen bestaat al een hele lange tijd. Vele search engines gebruiken hetzelfde principe. Het verschil tussen sociale media monitoring oplossingen en search engines zit hem in het verwerken van de gevonden data. De grote gemene deler is het binnen halen van data. Dit verzamelen van data wordt 'Web scraping' genoemd. Scraping betekent iets schuren, krassen, de buitenste laag eraf halen. Web scraping doet dit eigenlijk ook, het schaapt en verzamelt kleine delen van websites. Deze delen worden de data genoemd en kunnen gebruikt worden voor analyses. Het analyseren van de data is dus waar search engines en sociale media monitoring tools onder andere in verschillen. Een andere verschil is dat search engines meestal niet realtime zijn. Sociale media monitoring oplossing moeten dit wel zijn. Sociale media veranderen continue, een bericht wat een uur geleden is geplaatst is al weer oud nieuws. Als een oplossing een bericht vindt twee uur nadat het geplaatst is kan dit al te laat zijn. Vandaar dat Google Alerts geen goede sociale media monitoring oplossing is.

7.1.1 Web scraping

Web scraping, ook wel 'web harvesting' genoemd, is een techniek om informatie uit websites te halen. In dit hoofdstuk zal web scraping toegelicht worden, door een simpele web scraper te bouwen in de programmeer taal Python.

De basis achter de werking kan op twee manier beschreven worden:



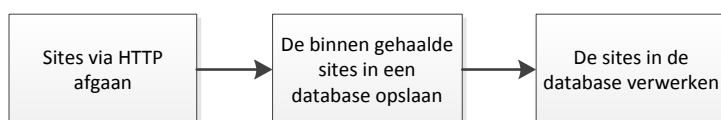
Figuur 6

In Figuur 6 is de eerste mogelijke oplossing beschreven. Deze manier van web scraping werkt als volgt. Vooraf worden de sites ingesteld die gescraped moeten worden. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren door de sites in een tekstfile op te slaan. De web scraper leest deze file en gaat de sites af. Zodra de sites bezocht zijn worden de sites binnengehaald en gelijk verwerkt. Alleen de verwerkte data wordt opgeslagen. Hierdoor is de data die nodig sneller toegankelijk. Om het proces iets duidelijker te maken het volgende voorbeeld:

Voorbeeld:

Winitu zou graag een web scraper willen bouwen, die alle data vinden op sites die het zoekwoord: “Winitu” bevatten. Als eerste worden er een aantal websites afgegaan, de sites worden verwerkt. Tijdens het verwerken wordt er gekeken of het woord ‘Winitu’ op deze websites staat. Als dit zo is wordt de pagina in een database opgeslagen. Staat het woord ‘Winitu’ er niet in, wordt de pagina niet opgeslagen in de database.

Stel in het voorbeeld wordt de web scraper aangepast, er moeten alleen nog maar pagina’s weergegeven worden die Winitu Consulting bevatten. Dan moet de web scraper opnieuw de pagina’s downloaden en verwerken. Een andere oplossing kan zijn dat de pagina’s niet verwerkt worden opgeslagen, maar compleet worden opgeslagen zodat er eenvoudiger later de verwerking aangepast kan worden. Nadeel is dat het database in omvang gigantisch toe zal nemen, er wordt namelijk geprobeerd om een copy van het internet te maken! In Figuur 7 is deze oplossing weer gegeven.



Figuur 7

In de voorbeeld applicatie wordt het proces gebruikt wat in Figuur 7 beschreven staat.

7.1.2 Voorbeeld Applicatie

Versimpeld kan het proces van websites scrapen als volgt worden weergegeven.



Figuur 8

Misschien valt het op dat het verwerken van de sites uit de applicatie is gehaald? In feite is er nu een data miner gemaakt. Een data miner is een applicatie die zoveel mogelijk data gaat verzamelen om te verwerken maar verschilt met een web scraper, het verwerkt de data nog niet. Dit laat de data miner aan een andere onderdeel van de applicatie over. In feite is een data miner een onderdeel van een web scraper. In hoofdstuk 7.1.3 wordt dit verder beschreven.

Het proces zoals dat in Figuur 8 beschreven staat is met de volgende python code te realiseren (de rode tekst legt de werking van elk van de stappen uit).

```
import urllib2

file = open('sites.txt', 'r') #De textfile openen met de websites erin
sites = file.read().splitlines() #De sites in een variable opslaan.
file.close()

#afgaan van de websites
for site in sites: #Alle websites afgaan die in de variable sites staan
    response = urllib2.urlopen(site) #Elke site los afgaan
    database = open('database.txt', 'a')
    database.write(response.read()) #Site aan de database toevoegen
    database.close()
    response.close()
```

Als deze code gedraaid wordt is er één bestand nodig. 'sites.txt'. In de voorbeeld code worden de volgende websites afgegaan:

- <http://tweakers.net>
- <http://nu.nl>
- <http://telegraaf.nl>

Deze tekst file bevat alle urls die bezocht moeten worden. De code gaat vervolgens al deze sites af en slaat de pagina's op in de database. 'database.txt'. Deze database kan gebruikt worden om de data te analyseren. Dit wordt beschreven in de volgende paragraaf.

7.1.3 Verwerken van Data

Nu de sites in de database geplaatst zijn, moeten deze nog verwerkt worden. Met de volgende code kan dit gebeuren (opnieuw beschrijft de rode tekst de werking van de stappen):

```
file = open('database.txt', 'r')
database = file.read().splitlines() #De database in variable zetten
file.close()

for data in database:
    if 'Apple' in data: #Alle regels in de database worden afgezocht op het woord apple
        print data #Als een regel het woord apple bevat wordt deze op het scherm afgedrukt
```

Elke regel van alle websites wordt afgezocht op het woord 'Apple'. Als er een regel gevonden is die deze tekst bevat wordt deze op het scherm afgedrukt. De applicatie gaf tijdens het testen het volgende terug:

Tweakers.net: Nieuws van maandag 18 juni: Apple heeft naar verluidt plannen om podcasts in iOS 6 niet langer in zijn digitale winkel iTunes aan te bieden. In plaats daarvan komt er een aparte app beschikbaar waarmee gebruikers podcasts op hun iPhone of iPad kunnen downloaden.

Er is dus een nieuwsbericht op Tweakers.net die het woord 'Apple' bevat. Deze applicatie geeft natuurlijk versimpel de werking weer van een web scraper.

7.1.4 Werkelijkheid

In een werkelijke situatie gaat het niet om een paar websites maar vele honderdduizenden of zelfs nog vele malen meer dan dat (als je kijkt naar Google). Ook zijn er regelgeving omtrent web

scraping. Er mag niet zomaar een kopie gemaakt worden van een website. Er is afgesproken dat een website mag vertellen welke pagina's wel en welke pagina's niet opgeslagen mogen worden. Wie zich niet aan deze regels houdt riskeert een geldboete. Het aangeven welke pagina's wel en niet opgeslagen mogen worden, wordt gedaan door een bestand 'robots.txt' op de webserver neer te zetten. In dit bestand zet je neer wie wat mag. Bijvoorbeeld:

```
User-agent: Googlebot-News  
Disallow: /*  
Allow: /nieuws  
Allow: /redactieblogs
```

In dit voorbeeld staat dan de applicatie 'Googlebot-News' NIET alle webpagina mag opslaan behalve pagina in de secties: 'nieuws' en 'redactieblogs'.

Ook is het verwerken van de data vele male complexer dan het voorbeeld. Dit komt natuurlijk doordat er veel meer sites opgeslagen worden. Ook vereisen sommige pagina extra verwerking. Bijvoorbeeld een nieuwsitem, vaak bestaat een nieuwsitem uit zowel het nieuwsitem zelf als reacties en de rest van de site structuur. Als deze elementen niet los van elkaar worden gezien, ontstaat het probleem dat een pagina gemarkeerd wordt als relevant terwijl het zoekwoord niet in het bericht voorkomt.

Bijvoorbeeld bij de nieuwssite tweakernet kan het voorkomen dat op een pagina aan de zijkant ervan verwezen wordt naar een artikel die het woord 'Apple' bevat terwijl het artikel waar de pagina over gaat niets met Apple te maken heeft. In Figuur 9 is dit voorbeeld geïllustreerd.

Het artikel gaat over een nieuw patent van Panasonic, terwijl op de pagina toch het woord 'Apple' wordt gevonden, maar deze pagina heeft helemaal niks met Apple te maken. Daarom moet het verwerkingsonderdeel van een web scaper dus in staat zijn om de content (het nieuwsitem in dit geval) te scheiden van de opmaak. Daardoor is het verwerking proces in de werkelijkheid vele malen complexer dan de voorbeeld applicatie.



The screenshot shows the Tweakers.net website interface. At the top, there are navigation tabs: FRONTPAGE, ARCHIEVEN, PRICEWATCH, and FORUM. Below these are links for Archieven, Tags, Nieuws (highlighted), Redactieblogs, Reviews, Meuktracker, and Plan. On the left side, there is a sidebar with categories: Core, Pro, Games, Electronics (highlighted), and Mobile. Below the sidebar is a 'Reacties' section with a list of comments. The main content area displays a news article titled 'Nieuw sensorpatent Panasonic verhoogt dynamisch bereik' by Pieter Molenaar, dated Monday, June 18, 2012, at 12:53. The article discusses a new Panasonic patent for image sensor technology that allows for variable exposure per pixel, improving dynamic range and reducing moiré effects in video. The article text is partially visible, mentioning 'De gepatenteerde technologie maakt het mogelijk om de belichting per pixelrij van de sensor in te stellen...'.

Figuur 9

7.1.5 Front end

In het vorige paragraaf is beschreven hoe de techniek voor het verzamelen van de data in elkaar steekt werkt. De verzamelende en verwerkte data moet daarna nog beschikbaar gemaakt worden aan de eindgebruiker. Dit gaat bij de meeste sociale media monitoring oplossingen m.b.v. een web interface. Deze interface biedt de mogelijkheid om zoektermen in te stellen, resultaten weer te geven of om berichten te versturen naar sociale media.

7.2 Inleiding oplossingen

In deze paragraaf zal een korte inleiding gegeven worden in de sociale media monitoring oplossingen die op de shortlist vermeld staan. De beschrijving hoe de longlist vertaald is naar een short list is beschreven in hoofdstuk 5. Beknopt kan dit proces als volgt beschreven worden. De longlist is naast de eisen en wensen neer gelegd en globaal beoordeeld. Eerst zijn de tool beoordeeld op de echte must. Zoals dat de oplossingen in staat moeten zijn om te monitoren op trefwoorden. Een applicatie die dit niet kon is ThinkUp. Daarom viel deze oplossing af.

De overgebleven oplossingen zijn vervolgens beoordeeld op de globale eisen. Bij deze beoordeling is afgegaan op de informatie op de websites van de oplossingen en eventuele reviews. Hieruit zijn de best scorende oplossingen gehaald (5 totaal) en deze worden uitgebreid met elkaar vergeleken. De lijst met de overgebleven vijf oplossingen wordt de 'shortlist' genoemd. Al deze oplossingen betroffen SaaS oplossingen, er is besloten om toch de oplossing Tattler ook in het onderzoek mee te nemen omdat dit de enige niet SaaS oplossingen was en Tattler is een open source monitoring oplossingen. Juist omdat deze open source is, is hij meegenomen. Tattler kan namelijk informatie geven over de werking van monitoring oplossingen.

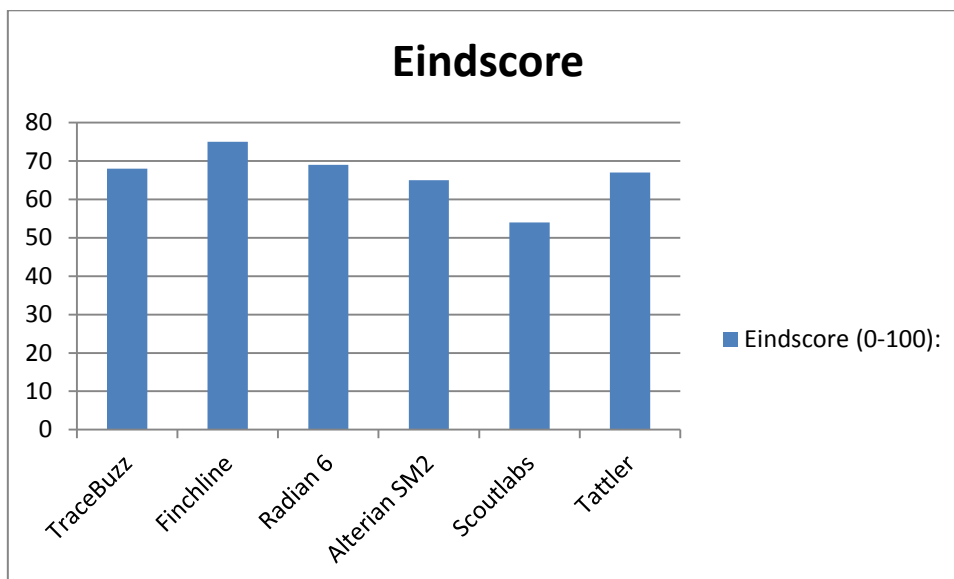
De overgebleven oplossingen zijn:

- TraceBuzz
 - TraceBuzz is een voor de Nederlandse markt ontwikkelde oplossing die zich voornamelijk richt op web care. Hij wordt gebruikt door een concurrent van Winitu. Reggefiber.
- Finchline
 - Net als TraceBuzz is Finchline een voor de Nederlandse markt ontwikkelde oplossing, echter Finchline richt zich voornamelijk op het monitoren en niet op het actief deelnemen aan sociale media zoals TraceBuzz dat doet.
- Radian 6
 - Een grote internationale bedrijf wat voornamelijk software ontwikkeld voor grote Enterprises. Deze oplossing wordt onder andere gebruikt door Vodafone en KLM. Biedt zowel de mogelijkheid tot actief deelnemen als passief deelnemen.
- Alterian SM2
 - Ook een grote internationaal bedrijf, alleen deze oplossing richt zich niet op de Nederlandse markt. In contact komen met dit bedrijf bleek lastig te zijn.
- Scoutlab (ook wel Lithium genoemd)
 - Kleinere internationale oplossing die al vrij snel niet in staat bleek Nederlandse sites niet tot nauwelijks te monitoren.
- Tattler
 - Een open source sociale media monitoring oplossing die geen ondersteuning bied voor Nederlandse sites. Toch is deze oplossing interessant geweest om te onderzoeken aangezien het de mogelijkheid bied om naar de werking te kijken.

7.3 Beknopte beoordeling

Uit de beoordelingstabel is gebleken dat Finchline het beste aansluit bij de eisen en wensen van Winitu. In Vergelijking 1 worden de eindscores weer gegeven van de zes oplossingen die in de shortlist te vinden zijn.

Vergelijking 1



Als de naast de eisen worden gelegd zoals deze gedefinieerd zijn in hoofdstuk 6.1.3. Ziet de score versimpeld er als volgt uit (groen betekend voldoet, rood betekend ontbreekt):

- Monitoren op vooraf ingestelde trefwoorden
 - Flexibel in trefwoorden
 - Voorkomen van false positives
 - Flexibel in de sites die gemonitord worden
- Mogelijkheid om analyses uit te voeren
 - Waaronder sentiment analyse (klanttevredenheid)
 - Nederlandse taal moet ondersteund zijn in de analyses
- Oplossing moet beschikbaar hebben van een interface
 - Deze moet de gevonden items overzichtelijk weergeven
 - Deze moet de uitvoer van analyses weer kunnen geven
 - Deze moet per gebruiker instelbaar zijn
 - Om deze eis te realiseren is het gewenst dat er met meerdere accounts ingelogd kan worden
- Deze sociale media moet minimaal ondersteunt zijn:
 - Twitter
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Google+
 - Fora (monitoring)
- Het moet mogelijk zijn om een alert te laten sturen als een trefwoord is gevonden
 - Dit moet mogelijk zijn via email

Zoals te zien is voldoet Finchline aan de meeste eisen die Winitu heeft. Echter het ontbreekt aan de mogelijkheid om de web interface per gebruiker instelbaar te maken. Dit komt omdat er op het

systeem maar met één gebruiker ingelogd kan worden. Dit zal voorgelegd worden aan het management. Radian 6 daarin tegen bevat deze optie wel. Echter, Radian 6 is duurder en scoort daarom minder. De kosten van beide oplossingen zijn hier onder weergegeven:

	Maandelijks kosten (euro)	Per gebruiker	Limitaties	Totaal (euro per maand)
Radian 6	600	100	10.000 zoek resultaten p/m	1000
Finchline	300	n.v.t.	25 zoek topics	300

7.4 Advies

Door middel van een presentatie is het adviesrapport verdedigd tegenover het management van Winitu. Het advies luidt dat Finchline de beste keuze voor Winitu is. Deze is namelijk uit de productvergelijking het beste naar voren gekomen.

Waarom vallen de andere oplossingen af?

TraceBuzz: Monitort m.b.v. de Google API. Oftewel als Google een bepaalde site vindt wordt deze pas weergegeven. Het is dus niet realtime. Sociale media is een vluchtig medium, oplossingen moet zo dicht mogelijk bij realtime monitoren. Een bericht wat een uur geleden is geplaatst, kan al oude nieuws zijn.

Radian 6: Radian 6 is ontworpen voor Enterprises, toch voldoet het compleet aan de eisen van Winitu. Vandaar dat deze oplossing ook als een keuze wordt voorgelegd aan Winitu (voor de toekomst). Alleen de kosten van Radian 6 is vele male hoger dan Finchline. Mocht Winitu groter worden zal Radian 6 de beste keuze worden, tot die tijd zal Finchline aan functionaliteit voldoende zijn.

Alterian SM2: Deze tool heeft nauwelijks medewerking verleend, alle beoordelingen zijn gebaseerd op informatie van andere gebruikers. Hieruit is gebleken de oplossing minder goed Nederlandse resultaten weer kan geven. Ook is deze tool duurder dan Finchline, maar goedkoper dan Radian 6. Toch bied Radian 6 meer functionaliteit en Radian 6 is dus voor de toekomst een beter oplossing dan Alterian SM2 en valt daarom af.

Scoutlab en Tattler: Beide zijn niet (of niet goed genoeg) in staat om Nederlandse bronnen te monitoren en vallen daarom af.

In totaal zijn er vier mogelijkheden aangedragen aan een management zodat deze hier een beslissingen over hebben kunnen maken (alle adviezen zijn te vinden in hoofdstuk 6 van bijlage V). Tijdens een discussie in de vorm van een presentatie zijn deze adviezen verdedigd. Aan de hand van deze presentatie en het advies rapport heeft het management een besluit genomen. Dit besluit wordt in het volgend paragraaf beschreven.

7.5 Besluit

Naar aanleiding van de presentatie en het adviesrapport heeft het management besloten om de oplossing van Finchline te willen gebruiken. De reden waarom ze dit willen doen is omdat ze het eens zijn dat sociale media zich zal moeten vestigen in Winitu. Vandaar dat ze ook een proef tijd van circa 3 maanden aanhouden om te kijken of Finchline ook echt de oplossing is die ze zoeken (en of Finchline wat toevoegt). Deze mogelijkheid biedt Finchline ook. In het hoofdstuk 8 (Implementatie) wordt dit in verder detail toegelicht. Mocht sociale media aanslaan en Winitu groeit dan zal er opnieuw gekeken worden of Finchline niet vervangen moet worden door Radian 6.

7.6 Resultaten

Besloten is om het technisch en functioneel ontwerp samen te vatten in één document. De reden hiervoor is dat deze twee vrij dicht op elkaar aansluiten en het de leesbaarheid van beide documenten verbeterde door ze samen te voegen. Het samengevoegde document heet: Advies Rapport en is in bijlage V te vinden.

Ook is er tijdens deze fase een presentatie gegeven aan Winitu, waarbij het advies rapport gepresenteerd en verdedigd is. Aan de hand van deze presentatie is het management van Winitu tot een besluit gekomen. Het implementeren van Finchline.

8 Implementatie

Het implementeren van de software vereist niet veel werk. Dit komt omdat de gekozen oplossing een SaaS oplossing is die door een externe partij wordt aangeleverd. Finchline biedt standaard ook hulp bij het implementeren van de software in de organisatie. Toch vereist dit nog enige coördinatie en dat zal besproken worden in deze paragraaf. Het implementeren is in Figuur 10 weergegeven. Deze stappen worden in de volgende paragraaf verder uitgewerkt.

8.1 Implementatieplan

Ten eerste zal de software aangeschaft moeten worden, na een gesprek met Finchline bleek het om een jaar contract te gaan die de eerste 3 maanden opzegbaar is. Dit past precies bij de wensen van Winitu. Na de eerste gesprekken is er een contact opgestuurd naar Winitu die vervolgens ondertekend is.

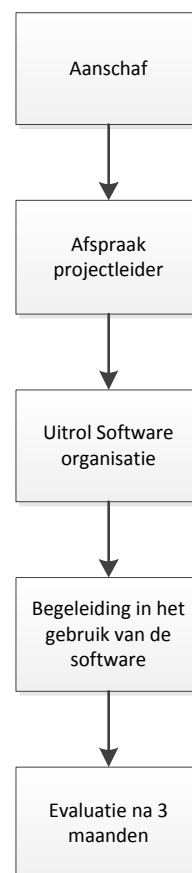
Vervolgens wordt er een afspraak met alle gebruikers en een projectleider van Finchline gemaakt. Tijdens deze afspraak zal er een cursus gegeven worden die de gebruikers helpt in het gebruik van Finchline. Zo zullen er tijdens deze cursus de eerste zoektermen worden ingesteld en wordt er voor elke bedrijf een dashboard aan gemaakt. Zodra deze cursus is afgerond zal de applicatie live gebruikt gaan worden door gebruikers. Er hoeven geen users beheerd te worden omdat Finchline maar één gebruiker toestaan. Tijdens het uitrollen van de software moeten er nog wel enkele topics worden ingesteld.

Daarnaast zal er vanuit Finchline nog begeleiding komen om een zo'n hoog mogelijk rendement te halen uit de oplossing. Deze begeleiding houdt in hulp bij het optimaliseren van zoekopdrachten of het helpen met instellen van dashboards. Wanneer dit nodig is zal er nog een extra cursus gegeven worden voor de vragen die na de eerste maanden van gebruik zijn op gekomen.

Tot slot wordt er vlak voor het einde van de proef periode (3 maanden) geëvalueerd of Finchline een bruikbare oplossing is. Dan zal blijken of Finchline Winitu de middelen biedt om aan de slag te gaan met sociale media en te ontdekken wat er allemaal mogelijk is met sociale media.

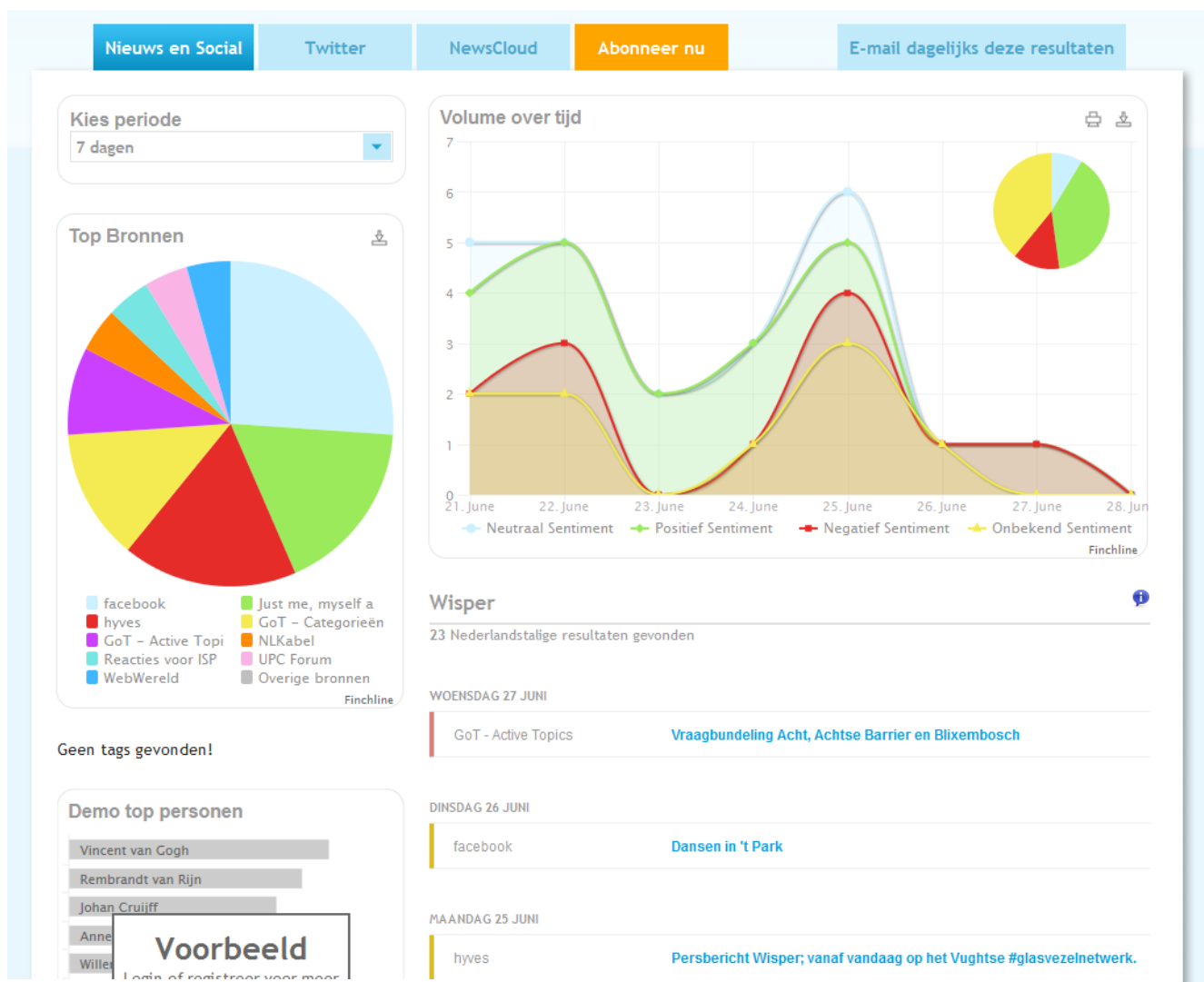
8.2 Finchline

In deze paragraaf wordt beschreven hoe Finchline door de gebruikers ingesteld kan worden en hoe de uitvoer van de oplossing eruit ziet. Voor deze paragraaf is gebruik gemaakt van de gratis versie van Finchline, Winitu werkt echter met de betaalde versie maar in essentie zijn deze het zelfde. De gratis versie is ook uit te proberen via <http://www.finchline.nl/>.



Figuur 10

De eerste stap is het bedenken waar sociale media voor gebruikt gaat worden. In deze paragraaf zal er een 'topic'⁵ worden ingesteld voor het vinden van mentions voor Wisper. Om te beginnen wordt er simpel de zoekterm 'Wisper' ingevuld in de interface. Dit resulteert in de volgende pagina.



Figuur 11

Deze interface is in de betaalde versie instelbaar, er kan dan zelf gekozen worden welk element waar in de interface staan. Een grafiek geeft aan hoeveel neutrale, positieve of negatieve berichten er zijn. Daar onder zijn de berichten op sociale media en op nieuws sites te vinden. Via de tabbladen aan de boven kant kan door geklikt worden naar de berichten op Twitter.

Op elk van de specifieke berichten kan geklikt worden waarbij het bericht gelijk getoond wordt. Opvallend in voorgaande afbeelding is het bericht: Dansen in 't Park:

⁵ Een onderwerp, combinatie van trefwoorden die een bepaald onderwerp aansnijden.

DINSDAG 26 JUNI

facebook

Dansen in 't Park

Figuur 12

DINSDAG 26 JUNI



Figuur 13

Dit blijkt een false positive te zijn, dit betekend de trefwoorden van het topic aangepast moeten worden. Momenteel bevat het topic alleen: 'Wisper'. Wisper wordt bijna altijd in combinatie met glasvezel genoemd. Met behulp van booleaanse algebra kan het topic verbeterd worden.

"Wisper AND Glasvezel"

Toch vallen hierdoor een aantal berichten weg. Het moet dus nog verder uitgebreid worden. Deze combinatie geeft deze berichten wel weer:

"((Wisper OR Whisper) AND Glasvezel) OR ((Wisper OR Whisper) AND (Reggefiber or KPN or Leibrand or Giga))"

Het implementeren vereist dus dat de topics steeds verbeterd moet worden om de beste resultaten eruit te halen. Finchline helpt hier ook bij. Nu het instellen van een topic klaar is moet er nog een alert gekoppeld worden. Bijvoorbeeld: 'Dagelijks update mailen' als dit ingesteld wordt, wordt er dagelijks een mailtje gestuurd met de gevonden items.

8.3 Resultaten

Omdat het gaat om een SaaS oplossing is het implementeren vrij geknopt te beschrijven. Er is dan ook weinig samenhang te vinden met andere applicaties (zie Definitie van Eisen). Vandaar dat het implementatieplan samen te vatten is dit hoofdstuk er is dan ook geen apart document van.

9 Conclusie en Aanbevelingen

9.1 Conclusie

Tijdens de interviews bleek dat bij sociale media meestal alleen maar gedacht werd aan marketing door het plaatsen van vele berichten op sociale media zoals Facebook Twitter en Google+. Sociale media is meer dan dat. Voor het succesvol gebruik van sociale media zal de relevante berichten stroom eerst gevolgd moeten worden. Dit volgen van sociale media wordt ook wel monitoren genoemd. Volgen wat gebruikers van producten en diensten vinden of van de service verlening en met deze feedback deze onderdelen verbeteren. Naast het verbeteren van deze onderdelen zijn er nog veel meer use cases te verzinnen, meer dan in eerst instantie door Winitu werd gedacht.

Het monitoren van sociale media kan met de hand gebeuren maar er zijn ook technische oplossingen voor. Door een pakket selectie is Finchline als beste keuze naar voren gekomen. Finchline sluit het beste bij de eisen en wensen aan. Zo is het in staat Nederlandse sites en media te monitoren. Ook voldoet de interface aan de eisen. Mocht Winitu groter groeien zal Finchline niet de benodigde functionaliteit bieden. Zo kan Finchline geen berichten plaatsen naar sociale media.

Radian 6 is een oplossing die dit wel kan, maar de maandelijks kosten van Radian 6 liggen hoger dan bij Finchline. Radian 6 biedt bijvoorbeeld wel de mogelijkheid om berichten te plaatsen en biedt veel meer groei mogelijkheden. Deze keuze is aan het management van Winitu voorgelegd en deze hebben besloten om Finchline aan te schaffen en evalueren na drie maanden of Finchline aan de eisen en wensen voldaan heeft. Dit is zo afgesproken met Finchline.

9.2 Aanbevelingen

Momenteel ontbreekt er kennis over sociale media bij Winitu. Met behulp van dit onderzoek zal deze kennis aangevuld worden. Toch liggen hier voor Winitu wel gevaren. Er is nu een oplossing aangeschaft, maar de kennis over het gebruik van dit nieuwe media ontbreekt nog.

- Maak een beleid voor het gebruik van sociale media, zowel hoe het privé gebruikt mag worden (wat mogen medewerker op sociale media over Winitu schrijven) als hoe treedt het bedrijf gezamenlijk naar buiten.

Winitu zal naar een beleid omtrent het gebruik sociale media moeten gaan kijken. In dit beleid zal beschreven moeten staan hoe Winitu sociale media zal gaan gebruiken en hoe Winitu gezamenlijk naar buiten zal treden. Ook zal dit beleid een stuk verder moeten gaan, bijvoorbeeld wat gebruikers op hun eigen sociale media mogen schrijven over het bedrijf, maar ook hoe sociale media privé gebruikt mag worden tijdens kantooruren.

- Bij meer gebruik van sociale media opnieuw kijken of Finchline nog steeds beste oplossing is, mogelijk overstappen naar Radian 6.

Zoals eerder al is aangegeven is Finchline momenteel de beste oplossing voor Winitu. Mocht Winitu in de toekomst groeien (voornamelijk de ISP Wisper) dan zal Radian 6 de beste oplossing worden.

- Ook medewerkers die de 'klik' missen met sociale media gebruik laten maken van Finchline, zodat ook deze groep de toegevoegde waarde gaat zien.
- Sociale media gaan gebruiken!

Tijdens alle fases in het project is al gebleken dat er bijna geen kennis aanwezig is over sociale media. Hierdoor zien sommige de toegevoegde waarde van sociale media niet. Zij missen de 'klik' met sociale media. Finchline zal niet snel een toegevoegde waarde zijn voor deze groep. Het biedt echter wel de mogelijkheid om voor de eerste stappen te nemen met sociale media. Finchline is een beter platform voor de gebruikers die al gebruik maken van sociale media. Echter de groep zonder de klik met sociale media mag niet vergeten worden. Ook zij zullen langzaam met sociale media moeten gaan werken. Zodra ze de toegevoegde waarde gaan zien zullen ook zij meer aan Finchline hebben. Finchline kan ze wel helpen met de eerste stapjes zetten, omdat de eenvoud van deze applicatie sociale media gemakkelijk aanreikt. Dit is dan ook de belangrijkste aanbeveling, zorg dat sociale media gebruikt gaat worden want dit mag (zeker voor de ISP Wisper) niet vergeten worden!

10 Evaluatie

In dit hoofdstuk worden een evaluatie beschreven van het krijgen van een goedkeuring, de procesgang, de resultaten en de opdracht. In bijlage II is een evaluatie te vinden over het eigen functioneren van de afstudeerder.

10.1 Goedkeuring

Het afstuderen is laat van start gegaan, dit is gekomen door dat het lastig is geweest om een goede opdracht te vinden. De goedkeuring van een afstudeeropdracht verliep ook lastig, kostte veel tijd en bezorgde mij kopzorgen. Dit komt omdat er lang onduidelijkheid bestaat of een opdracht goedgekeurd gaat worden. Studenten leveren massaal hun afstudeervoorstellen in de zelfde periode in. Hierdoor is de werkdruk voor de afstudeercommissie enorm. Waardoor de student lang op zijn goedkeuring moet wachten. Mocht een opdracht toch afgekeurd worden heeft een student nooit de tijd om tijdig een nieuwe opdracht te vinden.

10.2 Procesgang

Doordat ik mijn voorstel laat heb ingediend bestond er veel onduidelijkheid of ik wel in februari kon beginnen (voorstel ingediend na de kerstvakantie). In begin februari kreeg ik te horen dat mijn opdracht niet was goedgekeurd, maar was wel te verbeteren. Circa 10 dagen hierna (een week nadat ik had moeten beginnen met afstuderen) kreeg ik te horen dat mijn afstudeervoorstel goedgekeurd was en ik kon ook gelijk beginnen. Gelukkig was het afstudeerbedrijf ook bereid om mij vrij snel in de organisatie op te nemen.

Mijlpaal	Deadline	Behaald op:
Plan van Aanpak	01-03-2012	05-03-2012
Definitie van Eisen	09-03-2012	19-03-2012
Functioneel Ontwerp	23-03-2012	27-03-2012
Technisch Ontwerp	13-04-2012	24-05-2012
Proof of Concept	20-04-2012	24-05-2012
Implementatie Plan	01-05-2012	18-06-2012
Geïmplementeerde Oplossing	11-05-2012	01-07-2012
Scriptie	29-05-2012	03-07-2012
Presentatie Winitu	24-08-2012	
Afstudeerzitting	30-08-2012	

Hierdoor waren de deadlines, in de begin periode, vrij krap. In de eerste periode bleek al vrij snel dat het definiëren van de eisen meer tijd kosten dan verwacht. Dit werd veroorzaakt door de complexiteit van de organisatie, deze was groter dan in eerste instantie werd gedacht. Het inplannen van interviews en het uitvoeren van deze interviews kostte meer tijd dan gepland was. Toch bleek er eerder begonnen te kunnen worden met het vooronderzoek naar de mogelijk oplossingen en deze informatie over de oplossingen bleek ook nodig te zijn voor het voeren van de interviews. Hierdoor is in de begin periode weinig tijd verloren gegaan.

In de maand mei is echter het oplopen van vertraging begonnen. Dit is gekomen door de ziekte van mijn moeder. Mijn moeder is in juni 2011 voor de derde keer gediagnostiseerd met kanker. Al vanaf 2006 heeft zij de ziekte kanker gehad. In de maand mei is de gezondheid van mijn moeder vrij snel

achteruit gegaan, dit heeft er voor gezorgd dat ik minder aan het afstuderen toe ben gekomen. Eerst dacht ik deze achterstand nog wel weg te kunnen werken, maar hierboven op kwam het overlijden van mijn Oma. Na deze periode is ook de ziekte van mijn moeder verergerd en uiteindelijk is ook mijn moeder op 5 juni 2012 overleden. Dit allemaal heeft er voor gezorgd dat ik de eerste deadline van 29 mei voor mijn scriptie niet heb gehaald. Hier heb ik ook uitstel voor gekregen van de afstudeercommissie. Toch is het afstuderen wat betreft tijd per onderdeel verlopen zoals ik oorspronkelijk had gepland in het plan van aanpak. In de volgende paragraaf zal ik de verschillende mijnpalen / resultaten evalueren.

10.3 Resultaten

10.3.1 Plan van aanpak

Op het plan van aanpak valt weinig aan te merken. Zowel mijn stagebegeleider als mijn docent begeleider waren hier tevreden over. Tijdens het schrijven van de scriptie zijn enkele teksten uit het plan van aanpak opnieuw gebruikt. Na het opnieuw doorlezen van dit document is gebleken dat er nog enkele typ en stijlfouten inzaten, maar er is inhoudelijk weinig op aan te werken. Tijdens het gehele afstuderen heb ik altijd hou vast kunnen houden aan dit plan van aanpak.

10.3.2 Definitie van Eisen

Zoals eerder is aangegeven bleek het maken van de definitie van eisen toch meer werk te zijn dan in eerste instantie werd gedacht. Dit kwam door de complexiteit van de organisatie. Voornamelijk het inplannen (en voeren) van de interviews kostte veel tijd. Soms moest een afspraak twee weken van te voren worden ingepland. Tussen de afspraken door kon al begonnen worden met andere taken. Zoals het in kaart brengen van alle mogelijke oplossingen (de long list). Dit bleek uiteindelijk ook nodig te zijn, door de mogelijk oplossingen in kaart te brengen werden ook de mogelijkheden van de oplossingen in kaart gebracht.

10.3.3 Functioneel Ontwerp & Technisch Ontwerp

Tijdens het schrijven van het functioneel ontwerp bleek als snel de enorme samenhang met het Technisch ontwerp. Daarom is besloten om deze twee samen te voegen tot één document, genoemd het advies rapport. Dit rapport bevat dan ook meer informatie dan alleen het onderbouwen van het advies.

Het adviesrapport is na de scriptie het grootste resultaat wat opgeleverd is. De meeste informatie uit het onderzoek is in dit document verwerkt. Het had ook een optie geweest om toch een apart functioneel en een apart technisch ontwerp te schrijven. Toch blijf ik erbij dat het een goede keuze is geweest. Oorspronkelijk had het technisch ontwerp al 'advies rapport' genoemd moeten worden.

10.3.4 Proof of Concept

Tijdens het beoordelen van de oplossingen is er ook een test gedaan naar de werkzaamheid van de verschillende oplossingen. Van bijna alle oplossingen op de short list is een Proof of Concept gebouwd. Deze zijn gebruikt om de oplossingen te testen maar ook te beoordelen. Dit heeft ervoor gezorgd dat het implementatie traject snel gestart kon worden. Uiteindelijk is besloten om de Test Fase iets verder te trekken, naar een test periode van drie maanden. In deze drie maanden zullen de gebruikers testen of de applicaties ook echter aan de eisen en wensen voldoen.

10.3.5 Implementatie Fase

In het begin van het afstudeerproces is het niet duidelijk geweest wat voor een oplossing gekozen zou worden. Als het om een SaaS oplossingen zou gaan, zou het implementatie plan veel kleineren zijn dan dat er voor een 'self-hosted' oplossing gekozen zou worden. Uiteindelijk is Finchline geïmplementeerd wat een SaaS oplossingen is. De heeft als effect gehad dat het implementeren vrijwel compleet in de handen ligt van een andere partij. Deze fase is dus vrij snel afgerond.

10.3.6 Afrondingsfase

Tijdens de afrondingsfase van het project werd de scriptie geschreven. Van te voren is er door de school aangegeven dat het schrijven van de scriptie ongeveer (full time) een maand duurt en dat het verstandig is hier zo ver van te voren als mogelijk mee te beginnen. Dit bleek te kloppen en vanaf het begin van het afstuderen ben ik ook bezig geweest met mijn scriptie. Dit heeft zeker geholpen om uiteindelijke (de uitgestelde) deadline van de scriptie te halen.

10.4 Evaluatie opdracht

Tijdens het zoeken van een opdracht ben ik uiteindelijk uitgekomen Winitu. Wat mij aansprak was de ervaring die het bedrijf had met afstuderen. Dit is dan ook de reden geweest dat ik uiteindelijk heb gekozen voor deze opdracht. De opdracht zelf is mij tegengevallen qua technische diepgang. Het is echter wel een opdracht die aansluit op de opleiding systeembeheer, maar omdat sociale media niet echt een IT domein is maar meer het domein van marketeers, viel de technische diepgang mij tegen. Gelukkig heb ik met de opensource oplossing Tattler het nodigen kunnen experimenteren en op die manier de werking van sociale media monitoring oplossingen kunnen achterhalen.

11 Woordenlijst

Data miner	Een onderdeel van een web scraper, dit onderdeel verzamelt data vanaf website of sociale media.
False positives	Een bericht wat als relevant aangemerkt wordt, maar toch niet relevant is.
GlasOperator	GlasOperator is een exploitant van glasvezelnetwerken en is een onderdeel van Wiericke.
Google Alert	Is een dienst van Google waarbij er een alert verstuurd wordt zodra er nieuwe resultaten zijn gevonden op vooraf ingestelde zoektermen
igilde	igilde levert dagelijks beheer van IT-systemen. igilde levert ook ondersteuning aan Enterprise VOIP van Winitu Communications.
ISP	Een Internet Service Provider biedt een consument de toegang tot internet aan.
Mention	Een bericht waar jij in genoemd bent, dit kan zijn jouw bedrijfsnaam of handelsnaam.
MoSCoW	Is een methode waarmee in groepsverband eenvoudig prioriteiten bepaald kunnen worden.
Multivisie TV	Multivisie TV levert HD televisie over IP-netwerken en is een onderdeel van Wiericke
SaaS	Software as a Service, zijn software oplossingen die als dienst worden aangeboden bij een andere partij.
Sociale media	Sociale media zijn online platformen waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een redactie, de inhoud verzorgen. Hoofdkenmerken zijn interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling.
Topic	Een combinatie van trefwoorden waar sociale media op afgezocht worden door een sociale media monitoring oplossing
VOIP	Voice Over IP is een techniek waarmee spraak (dus telefonie) over het IP protocol vervoerd kan worden.
Web scraping	Een technologie waarbij automatisch informatie uit het internet wordt gehaald.
Wiericke	Wiericke richt zich op het leveren van internet- en televisiediensten aan consumenten en MKB. Dit doen zij onder de handelsnamen Wisper, GlasOperator en Multivisie TV.
Winitu	Alle organisaties die onder Winitu Gold B.V. vallen zoals beschreven in paragraaf 1.1
Winitu Communications	Winitu Communications richt zich op het leveren van unified communications producten en diensten. Ook leveren zij VOIP diensten onder de handelsnaam Enterprise VOIP.
Wisper	Wisper is een Internet Service Provider en is een onderdeel van Wiericke.

12 Bronvermelding

Bladel, J. v. (2010, 11 08). *Overzicht Social Media Monitoring Tools*. Opgeroepen op 03 15, 2012, van scribd: <http://www.scribd.com/doc/36497010/Overzicht-Social-Media-Monitoring-Tools>

comScore. (2010, 04 12). *March 2010 U.S. Search Engine Rankings*. Opgeroepen op 05 25, 2012, van comScore:
http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/4/comScore_Releases_March_2010_U.S._Search_Engine_Rankings

Fouts, J. (2010, 04 23). *Crafting a Corporate Social Media Policy*. Opgeroepen op 04 02, 2012, van Radian 6: <http://www.radian6.com/blog/2010/04/crafting-a-corporate-social-media-policy-part-i/>

Google. (sd). *Hulpprogramma voor zoekwoorden*. Opgeroepen op 05 25, 2012, van YouTube: https://ads.youtube.com/keyword_tool

Kallas, P. (2012, 04). *Top 10 Social Networking Sites by market share of visits*. Opgeroepen op 05 2012, van Dreamgrow.

Kaplan Andreas M, H. M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, Business Horizons*.

Lavenda, D. (2012, 02 10). *8 Reasons your social initiative will fail*. Opgeroepen op 03 20, 2012, van Fastcompany: <http://www.fastcompany.com/1815327/8-reasons-your-social-initiative-will-fail>

Mischa Coster, G. M. (2010, 03 01). *Social Media strategie in 17 stappen*. Opgeroepen op 03 20, 2012, van Marketingfacts:
http://www.marketingfacts.nl/berichten/20100301_social_media_strategie_in_17_stappen_stap_12_-_17/

Murphy, S. (2012, 05 09). *The Best and Worst Times to Share on Facebook, Twitter*. Opgeroepen op 05 12, 2012, van Mashable Social Media: http://mashable.com/2012/05/09/best-time-to-post-on-facebook/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter&utm_campaign=karmamedia.ie&utm_content=Social+Media+relevant&utm_term=Socialmedia

Oosterveer, D. (2012, 04 03). *Social Media cijfers maart 2012*. Opgeroepen op 04 2012, van Marketingfact.

Overdiek, T. (2009, 07 10). *Twitter en de NOS, de Notitie*. Opgeroepen op 04 2012, van NOS: <http://weblogs.nos.nl/hoofredactie/2009/07/10/twitter-en-de-nos-de-notitie/>

Owyang, J. (2010, 03 05). *Altimeter Report: The 18 Use Cases of Social CRM, The New Rules of Relationship Management*. Opgeroepen op 03 30, 2012, van Altimeter:

<http://www.altimetergroup.com/2010/03/altimeter-report-the-18-use-cases-of-social-crm-the-new-rules-of-relationship-management.html>

Schultz, F. (sd). *10 Tips voor zakelijk Succes met Twitter*. Opgeroepen op 03 25, 2012, van De Zaak: <http://www.dezaak.nl/10-tips-voor-zakelijk-succes-met-twitter-1715475.html>

Schultz, F. (sd). *Stappenplan voor een bedrijfspagina op Facebook*. Opgeroepen op 03 25, 2012, van De Zaak: <http://www.dezaak.nl/stappenplan-voor-een-bedrijfspagina-op-facebook-1722371.html>

Sponder, M. (2010, Maart 31). *Social Influence Monitoring On a Shoestring*. Opgeroepen op 03 15, 2012, van scribd: <http://www.scribd.com/doc/29039169/How-to-Build-Your-Own-Social-Media-Monitoring-Service-Marshall-Sponder-Webmetricsguru-dot-com-3-31-2010-V2>

Wikipedia. (sd). *Sociale Media*. Opgeroepen op 06 2012, van Wikipedia: http://nl.wikipedia.org/wiki/Sociale_media

ZBC Kennisbank. (sd). *Methode en Checklist pakketslectie en implementatie*. Opgeroepen op 03 15, 2012, van ZBC Kennis bank: <http://zbc.nu/ict/kwaliteitsmanagement-ict/methode-en-checklist-pakketselectie-en-implementatie-deel-1/>

Bijlage

Bijlage I Plan van Aanpak

Bijlage II Evaluatie eigen functioneren

Bijlage III Longlist

Bijlage IV Definitie van Eisen

Bijlage V Adviesrapport

Bijlage VI Definitie van Eisen



Bijlage I Plan van Aanpak

WINITU & HOGESCHOOL UTRECHT

Inzicht krijgen in Sociale Media via Geautomatiseerde Trajecten

Plan van Aanpak

versie 201203051

Auteur: Romke van Dijk
Studentnummer: 1544171
Opleiding: Systeembeheer

5-3-2012

Inhoudsopgave

1	Inleiding	2
2	Achtergrond.....	2
3	Aanleiding.....	3
4	Probleembeschrijving.....	3
5	Doelstellingen.....	3
6	Afstudeeropdracht	4
6.1	Activiteiten / Projectgrenzen	4
6.2	Randvoorwaarden	4
6.3	Kwaliteit.....	4
6.4	Producten	5
6.5	Fasering	5
6.5.1	Opstartfase	5
6.5.2	Analysefase.....	5
6.5.3	Ontwerpfase.....	5
6.5.4	Test Fase.....	6
6.5.5	Implementatie Fase	6
6.5.6	Afrondingsfase.....	6
6.6	Methodes	6
7	Risico's	6
8	Bedrijfs / contactgegevens	7
	Bijlage I Work Breakdown Structure	8
	Bijlage II Planning	9
	Bijlage III Contactpersonen	10
	Bijlage IV Contract afstudeeropdracht.....	11

1 Inleiding

Steeds meer organisaties vestigen zich op het internet. Hier maken ze gebruik van sociale media om producten te marketen of om diensten aan te prijzen. Daar tegenover staan de consumenten die sociale media gebruiken om producten en diensten te beoordelen of te bespreken. Het is voor een bedrijf aantrekkelijk om al deze informatie in kaart te brengen. Vragen zoals “wat vinden consumenten van mijn diensten” spelen hierbij een belangrijke rol. Echter er zijn nog veel vraagtekens rondom het gebruik van sociale media bij (voornamelijk) midden- en kleinbedrijven.

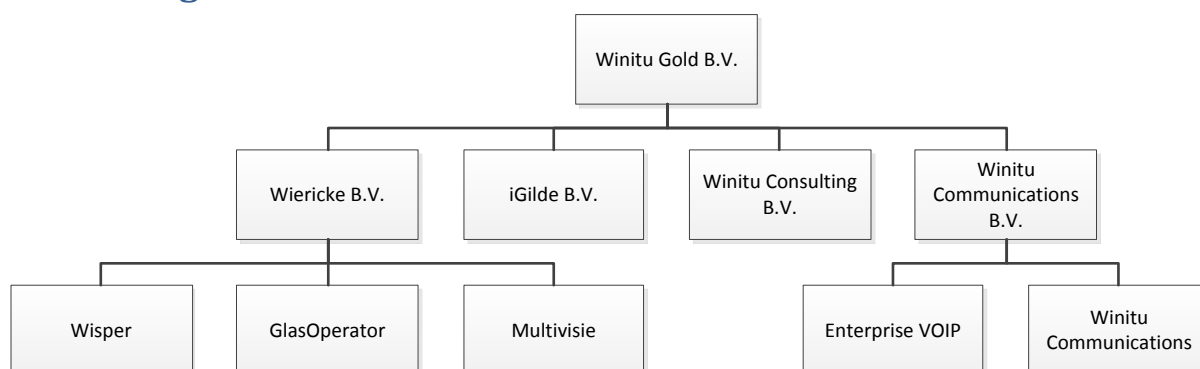
Dit komt omdat bedrijven nog geen (of minimale) kennis hebben over sociale media voor bedrijven. Ze horen dat het veel meerwaarde met zich meebrengt, maar de verdieping blijft uitgesteld worden. Dit geldt ook voor Winitu. Door middel van dit afstudeerproject willen zij deze kennis aanvullen.

De opdracht wordt uitgevoerd in het kader van de opleiding Systeembeheer aan de Hogeschool Utrecht. Het doel van afstuderen is dat de student de verworven kennis en vaardigheden zelfstandig in praktijk brengt. Dit document beschrijft hoe de student te werk zal gaan tijdens dit project en geeft inzichten in welke resultaten aan het einde van dit project zijn opgeleverd.

Ten eerste zal achtergrond informatie zoals de bedrijfsstructuur en de aanleiding beschreven worden. Hierna volgt de probleemomschrijving, doelstellingen en wordt de afstudeeropdracht beschreven. De risico's worden hierna omschreven en tot slot is de contactinformatie te vinden.

Wanneer in dit document de naam Winitu wordt gebruikt, doelt deze naam alle organisaties die onder Winitu Gold B.V. hangen zoals deze beschreven staat in volgende hoofdstuk.

2 Achtergrond



Wiericke maakt gebruik van drie handelsnamen. Wisper (internetdiensten aan consumenten over glasvezel), GlasOperator (een glasvezelnetwerk, wat onder andere gebruikt wordt door Wisper) en Multivisie (HD televisie over een IP-netwerk).

Winitu Communications richt zich op het leveren van unified communications producten en diensten. Ook leveren zij VOIP diensten onder de handelsnaam Enterprise VOIP.

iGilde levert dagelijks beheer van IT-systemen. iGilde levert ook ondersteuning voor Enterprise VOIP van Winitu Communications.

Winitu Consulting is het oudste onderdeel van de groep en richt zich op het leveren van consultancy aan operators in Nederland. Ook het uitvoeren van operationele organisatie behoort tot de dienstverlening.

Elk van deze dochter ondernemingen (of handelsnamen) zullen betrokken worden in dit project.

3 Aanleiding

Sociale media (zoals Twitter, LinkedIn, Facebook, Hyves, Tweakers, blogs etc) worden met toenemend mate belangrijker voor het beoordelen van producten en diensten en bedrijven. Momenteel is 90% van de grote merken actief met sociale media. Sociale media wordt ingezet om producten of diensten onder de aandacht te brengen of om de serviceverlening te verbeteren.

Hoewel vele grote merken al gebruik maken van sociale media, bestaat er nog veel onduidelijkheid bij kleinere merken / organisaties wat de meerwaarde is van sociale media voor bedrijven.

Bij Winitu Consulting komen steeds vaker vragen binnen over sociale media. Zowel interne als externe klanten. Met dit project wilt Winitu Consulting haar kennis aanvullen op het gebied van sociale media.

4 Probleembeschrijving

Winitu (en haar dochter ondernemingen zoals beschreven in hoofdstuk 2) wil sociale media gaan gebruiken voor de verbetering van de dienstverlening door onder andere te anticiperen op opmerkingen van gebruikers (bijvoorbeeld een gebruiker die schrijft over een storing), het volgen van trends o.a. door het volgen van relevante trending-topics en het signaleren van beleidswijzigingen bij concurrenten (zoals een ISP die de datasnelheden verhoogt of gesprekskosten verlaagd als gevolg van toenemende concurrentie).

Winitu mist de nodige kennis en ervaring voor het inzetten van sociale media en komt hier ook te weinig aan toe. Uit eigen vooronderzoek is gebleken dat er software oplossingen beschikbaar zijn die effecten van sociale media meetbaar kunnen maken en ondersteunen bij analyses en acties. Het is niet duidelijk welk van deze pakketten het beste past bij de wensen en eisen die Winitu heeft.

5 Doelstellingen

Het hoofddoel voor dit project is:

- Inzichten krijgen in de berichtenstroom op sociale media die betrekking hebben op bedrijven, producten, diensten en serviceverlening van Winitu via een geautomatiseerd systeem, zodat onder andere (maar niet uitsluitend) op deze berichten ingespeeld kan worden.

Doel voor Winitu Consulting:

- Kennis opdoen over het gebruik van sociale media voor bedrijven

6 Afstudeeropdracht

Het is inmiddels duidelijk dat sociale media mede invloed heeft op bedrijfsstrategieën, diensten en serviceverlening, wat hier geschreven wordt, beïnvloed de manier waarop het bedrijf zich presenteert naar de eindgebruiker.

6.1 Activiteiten / Projectgrenzen

Bij een ideale voortgang zal het project de volgende activiteiten bevatten:

- Analyse voor een selectie van een oplossing waarmee de effecten van sociale media meetbaar gemaakt kunnen worden.
 - De (non-)functionele eisen en wensen van alle organisatie onderdelen (voor meer informatie over deze organisatie onderdelen zie hoofdstuk 2) in kaart brengen.
 - Analyseren en prioriteitstelling van de eisen en wensen en deze met onderlinge bedrijven afstemmen.
- Oplossing selecteren
 - Vaststellen van een lijst van mogelijke kandidaat oplossingen (longlist)
 - Analyse van de lijst van kandidaat oplossingen (longlist) en hier middels een eerste selectie een korte lijst van maximaal 5 oplossingen vaststellen, dit besluit proces moet met de organisatie afgestemd worden.
 - Uitvoerige analyse van de 5 oplossingen in hoeverre deze voldoen aan de functionele en non-functionele eisen en wensen.
 - Aan de hand van een scoretabel een definitieve selectie maken en deze afstemmen met de organisatie.
- Aanschaffen en technisch implementeren van de gekozen oplossing (*)
- Oplossing organisatorisch implementeren; (*)

* De gemaakte keuze zal uiteindelijk bepalen of de tool ook geïmplementeerd kan worden. Er is ook een mogelijkheid dat het momenteel nog niet nodig is om een tool aanschaffen. Mocht dit het geval zijn, zal er wel een implantatie plan geschreven worden hoe in de toekomst de tool geïmplementeerd kan worden. Een andere mogelijkheid kan zijn dat het om een Software as a Service (SaaS) kan gaan. Oftewel, de software wordt niet bij Winitu geïnstalleerd, maar afgenomen bij een andere organisatie.

6.2 Randvoorwaarden

- Kennis van Microsoft Office is vereist voor dit project
- Kennis over sociale media en de mogelijkheden ervan zijn ook vereist.
- Voldoende budget voor het aanschaffen van eventuele oplossingen
 - Voldoende budget voor eventuele hardware om de oplossing te kunnen draaien
- De contactpersonen moeten voldoende tijd hebben

6.3 Kwaliteit

Om de kwaliteit van het eind product te kunnen bewaren zal de bedrijfsbegeleider regelmatig op de hoogte worden gesteld over de status van het project.

Om de kwaliteit van het eindresultaat te kunnen garanderen zullen de verschillende bedrijfsonderdelen regelmatig op de hoogte worden gesteld van de voorderingen. Zij zullen ook betrokken worden bij het testen van de oplossing. Een voorbeeld hiervan is demonstreren van het Proof of Concept.

Het Proof of Concept zal ook naast de eisen en wensen worden gelegd. Om te controleren of de oplossing nog aan de eisen voldoet.

6.4 Producten

In bijlage I is een work breakdown structure te vinden waarin alle producten met bijhorende fase te vinden zijn. Ook zullen deze producten beschreven worden in het volgende paragrafen.

6.5 Fasering

6.5.1 Opstartfase

Tijdens de opstartfase wordt gewerkt aan het verbeteren van het afstudeervoorstel. Pas als deze goedgekeurd is kan er begonnen worden met het maken van een Plan van Aanpak. Verder krijgt de afstudeerder de tijd om te wennen aan de nieuwe organisatie en een vooronderzoek uit te voeren naar de mogelijkheden van sociale media.

Mijlpaal	Deadline
Afstudeervoorstel	Behaald

6.5.2 Analysefase

Nadat het afstudeervoorstel goedgekeurd is, zal in samenwerking met de toegewezen bedrijfsbegeleider (en docentbegeleider) een plan van aanpak opgesteld worden. Hierin zal het verdere verloop van het project beschreven worden.

Mijlpaal	Deadline
Plan van Aanpak	01-03-2012
Definitie van Eisen	09-03-2012

Ook zullen interviews plaats vinden om de wensen en eisen duidelijk te krijgen hoe elke dochter onderneming sociale media wilt gebruiken. Deze eisen en wensen zullen in het document Definitie van Eisen beschreven worden.

Tijdens deze fase zal er ook een long list gemaakt worden met alle mogelijke oplossing.

6.5.3 Ontwerpfase

Zodra de eisen duidelijk zijn kunnen deze eisen vertaald worden naar een Functioneel Ontwerp. Hier staat beschreven waar de uiteindelijke oplossing functioneel aan zal voldoen.

Mijlpaal	Deadline
Functioneel Ontwerp	23-3-2012
Technisch Ontwerp	13-4-2012

Deze functionele eisen moeten vertaald worden naar een technisch oplossing. Deze oplossing moet zo goed mogelijk voldoen aan de eisen. Tijdens deze fase zal van de longlist een short list gemaakt worden. Op deze shortlist komen maximaal vijf mogelijke oplossingen te staan. Aan de hand van een scoretabel zal uit de longlist één definitieve selectie komen en deze wordt afgestemd met de organisatie. Het Technisch Ontwerp zal ook dit proces beschrijven.

6.5.4 Test Fase

Tijdens de Test Fase zal de gekozen oplossing getest worden en naast de vastgesteld eisen gelegd worden.

Dit is om te bevestigen dat de oplossing ook voldoet

aan de eisen zoals die zijn opgesteld. Met een Proof of Concept zal de werking van de oplossing bewezen worden.

Mijlpaal	Deadline
Proof of Concept	20-4-2012

6.5.5 Implementatie Fase

Als tijdens de test fase bewezen is dat de tool voldoet aan de eisen, zal er een plan opgesteld worden hoe de gekozen oplossing zowel technisch als organisatorisch geïmplementeerd kan worden. Dit implementatieplan zal tijdens deze fase uitgevoerd worden.

Mijlpaal	Deadline
Implementatie plan	1-5-2012
Geïmplementeerde Oplossing	11-5-2012

6.5.6 Afrondingsfase

Tijdens de laatste fase van het project zullen de puntjes op de i worden gezet. Tijdens het gehele project wordt er gewerkt aan de scriptie, in deze laatste fase zal deze afgerond worden. Ook zal er een interne presentatie geven worden over (onder anderen) de werking van de gekozen oplossing. Tot slot zal het proces en de resultaten van het afstuderen verdedigd worden tijdens de afstudeerzitting.

Mijlpaal	Deadline
Scriptie	29-5-2012
Presentatie Winitu	22-6-2012
Afstudeerzitting	15-6-2012

6.6 Methodes

Het verwerven van alle wensen en eisen zal gebeuren door middel van interviews. Met elk van de bedrijfsonderdelen zal een gesprek aangegaan worden om de wensen en eisen in kaart te brengen. Deze zullen vervolgens worden onderverdeeld in zo geheten 'Must Have' en 'Could Have.'

7 Risico's

Risico	Kans (schaal 1 tot 5, 1 is laagste)	Oplossing
Onduidelijkheid omtrent eisen	3	
Tijd gebrek	1	Planning duidelijk houden en op tijd escaleren
Budget niet toereikend	1	Oplossing vinden die binnen het budget valt
Verkeerde inschatting complexiteit	2	Doelen bijstellen of hulp inschakelen
Complexiteit invoering oplossing	2	Vaak genoeg terugkoppelen naar de stakeholders
Complexiteit gebruik oplossing	2	Cursus maken voor eindgebruikers
Eisen dochterondernemingen liggen ver uit elkaar	4	Of verschillende tools voor elke onderneming, of de middenweg kiezen

8 Bedrijfs / contactgegevens

In bijlage III is een overzicht te vinden van de contact personen van elke dochter onderneming.

Algemeen:

Naam: Irene Postema
Tel: 06-53421130
E-mail: irene@winitu.com

Inhoudelijk:

Naam: Menno Ponsie
Tel: 06-18832182
E-mail: menno@winitu.com

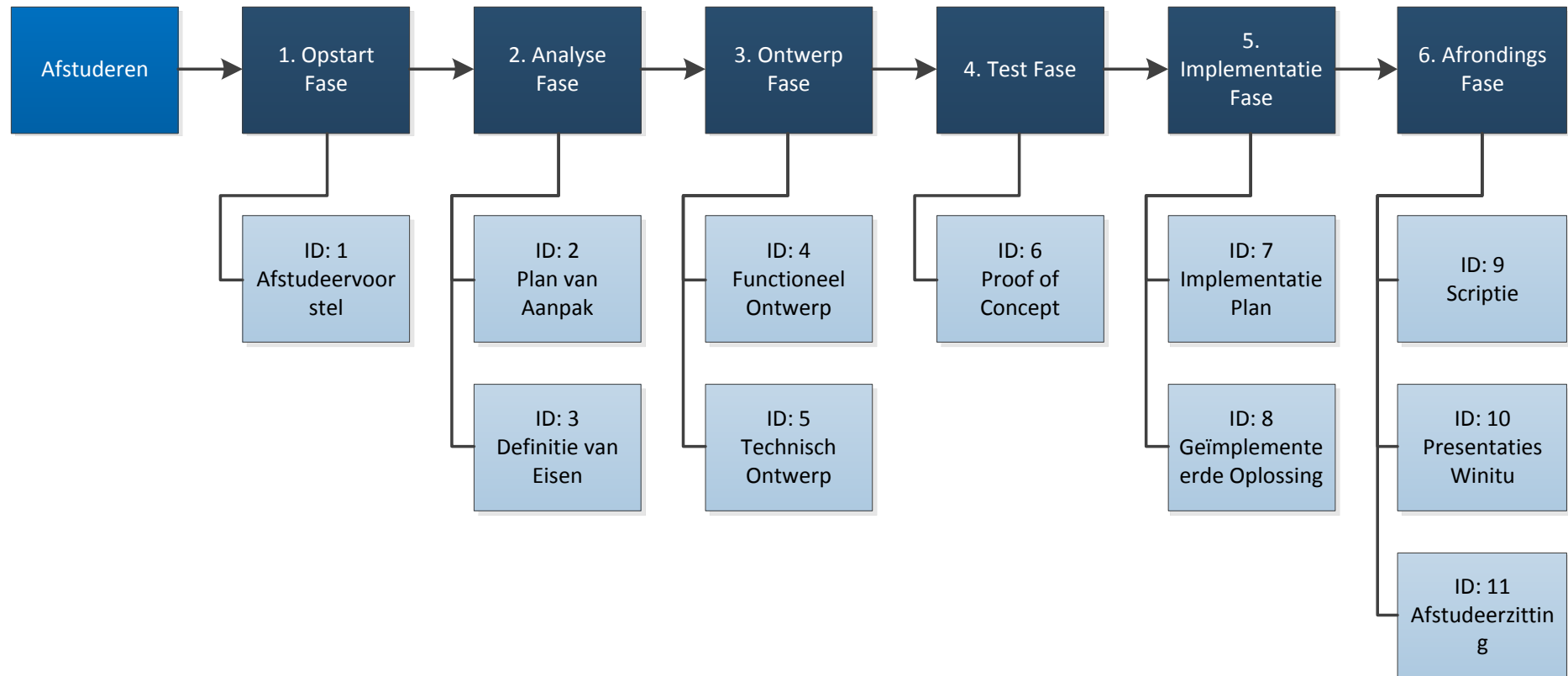
Student:

Naam: Romke van Dijk
Tel: 06-24421159
E-mail: romke.vandijk@student.hu.nl of romke.vandijk@ocbios.nl

Winitu Consulting

Adres: Klipperak 2d
2411 ND Bodegraven
Tel: (0)172 766 002
E-mail: info@winitu.com
Website: www.winitu.com

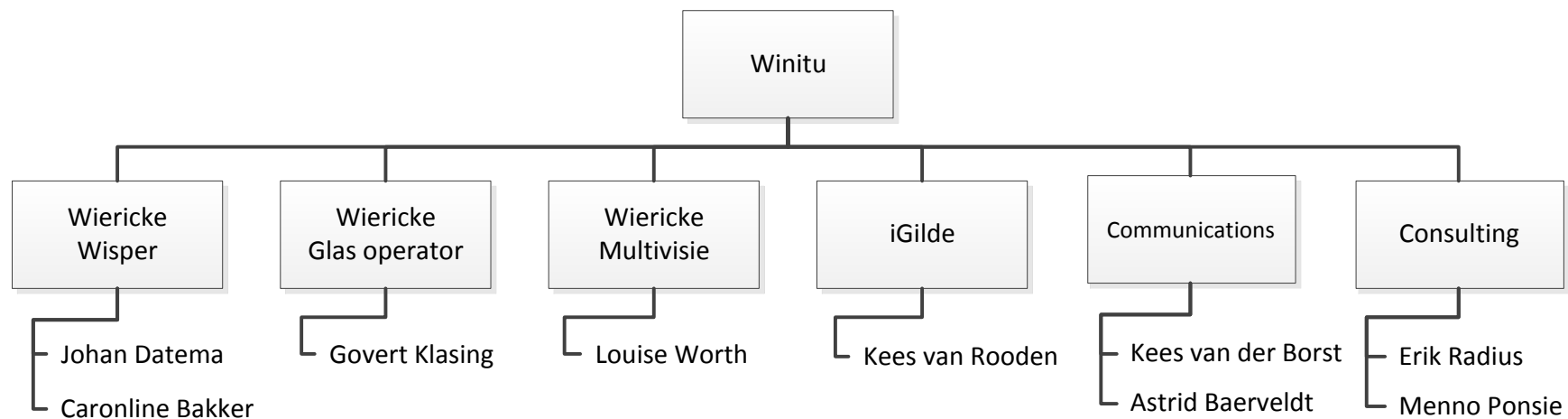
Bijlage I Work Breakdown Structure



Bijlage II Planning

Id	Taaknaam	Begindatum	Einddatum	Duur	Uurbegroting	feb 2012				mrt 2012				apr 2012				mei 2012				jun 2012				
						5-2	12-2	19-2	26-2	4-3	11-3	18-3	25-3	1-4	8-4	15-4	22-4	29-4	6-5	13-5	20-5	27-5	3-6	10-6	17-6	24-6
1	Afstudeervoorstel	7-2-2012	10-2-2012	4d	20																					
2	Plan van Aanpak	10-2-2012	1-3-2012	15d	70																					
3	Definitie van Eisen	13-2-2012	9-3-2012	20d	100																					
4	Functioneel Ontwerp	5-3-2012	23-3-2012	15d	80																					
5	Technisch Ontwerp	26-3-2012	13-4-2012	15d	80																					
6	Proof of Concept	9-4-2012	20-4-2012	10d	80																					
7	Implementatie Plan	23-4-2012	1-5-2012	7d	56																					
8	Geïmplementeerde Oplossing	2-5-2012	11-5-2012	8d	64																					
9	Scriptie	7-2-2012	29-5-2012	81d	180																					
10	Presentaties Winitu	21-5-2012	22-6-2012	25d	70																					
11	Afstudeerzitting	4-6-2012	15-6-2012	10d	40																					

Bijlage III Contactpersonen



Bijlage IV Contract afstudeeropdracht

Instituut voor ICT

Nijenoord 1, 3552 AS, UTRECHT

NB: Dit contract dient te worden opgenomen als vast onderdeel van het plan van aanpak

Datum: 05-03-2012

Naam student: Romke Jan van Dijk

Opleiding: Systeembeheer

Variant: **voltijd** / ~~deeltijd~~ / ~~duaal~~

Adres student: Insingerstraat 14

Postcode / Woonplaats student: 3766 MB Soest

Studentnummer: 1544171

Telefoonnummer privé: 06-24421159

E-mailadres: romke.vandijk@student.hu.nl

Naam bedrijf (afstuderen): Winitu Consulting B.V.

Adres bedrijf: Klipperak 2d

Postcode / Woonplaats bedrijf: 2411 ND Bodegraven

Naam bedrijfsbegeleider: Menno Ponsie

Telefoonnummer bedrijfsbegeleider: 0629080136

E-mailadres bedrijfsbegeleider: menno@winitu.com

Afstuderen in: Juni 2012 *maand en jaar invullen*

Ondergetekenden verklaren hiermee accoord te gaan met de inhoud van bijgevoegd PvA.

Handtekeningen

Student :

Docentbegeleider :

Bedrijfsbegeleider^[1] :

¹Door ondertekening van dit formulier verklaart de bedrijfsbegeleider minimaal een hbo- of vergelijkbare opleiding te hebben.

Bijlage II Evaluatie eigen functioneren

Het zoeken naar de opdracht is een lange weg geweest. Eerst heb ik geprobeerd via contacten een opdracht te vinden, echter deze hadden meestal nog geen opdracht liggen. Waardoor er vaak wel interesse was, maar geen opdracht was. Uiteindelijk heb ik via de hogeschool Utrecht wel snel een opdracht kunnen vinden, maar ik had hier eerder mee moeten beginnen. Ondanks dat ik te laat ben begonnen met het zoeken naar een opdracht heeft mijn ijverigheid ervoor gezorgd dat ik als nog met een minimale vertraging heb kunnen beginnen aan de opdracht.

Nadat ik dus met een vertraging ben begonnen, ben ik gelijk goed van start gegaan met het schrijven van een plan van aanpak. Aan dit plan van aanpak heb ik de gehele afstudeerperiode veel gehad. Ondanks dat sommige onderdelen meer tijd kosten dan dat ik had gepland is mijn aanpak altijd goed geweest.

Helaas door omstandigheden toch vertraging opgelopen, dit is gekomen doordat ik meer tijd thuis doorbracht (zowel fysiek als in gedachten) en als ik wel aan het werk was, maar moeite had met concentreren. Hierdoor kosten werken aan mijn afstudeeropdracht meer energie. Ik moest tijdens deze periode dus ook harder werken en meer tijd stoppen in het werk. Toch denk ik dat ik het afstudeerproject voldoende heb afgesloten. Als ik terug kijk naar het gehele project ben ik tevreden geweest over de aanpak en inzet. Helaas viel de technische diepgang van de opdracht wel tegen. Gelukkig zijn er wel onderdelen geweest waar ik met veel plezier aan gewerkt heb en ik hoop dat tijdens het lezen van deze scriptie die onderdelen ook naar voren komen.

Een afstudeerproject is een project waar je alle kennis die je hebt opgedaan over de hele studieloop baan kan gebruiken. Dit maakt het werken aan zo'n grote opdracht ook leuk. Ook weet je dat er echt wat met jouw resultaten gedaan wordt. Vaak worden school projecten voor fictieve bedrijven uitgevoerd. Een afstudeeropdracht voer je bij een echt bedrijf uit en dit helpt ook bij de inzet en enthousiasme om aan zo'n opdracht te werken.

Er zijn echter altijd wel wat verbeter puntjes, in mijn geval mijn spelling. Tijdens het afstuderen hebben vele mij hierbij geholpen, maar het is toch wel iets waar ik aan zal moeten blijven werken. Ik wist al dat ik deze zwakte had daarom ben ik ook een uitdagende minor gaan doen. De minor Engels, en mijn Engels is hierdoor ook verbeterd.

Ik had veel liever deze scriptie tijdens de vorige periode af willen hebben. Dit is helaas niet gelukt, maar ik ben blij en tevreden dat ik hem wel in deze periode heb kunnen inleveren.

Bijlage III Longlist

	Monitoring trefwoorden	Analyseren	Nederlandse taal	Interface	Bronnen	Alerts	Opmerkingen
Trackur	-/+	?	-	-/+	+	+	Nederlands niet ondersteunt
Viralheat	+	-/+	-	+	-	+	Bronnen niet flexibel en geen Nederlands
UberVU	+	+	-	+	?	+	
Vocus	+	-	-	+	-/+	?	Weinig info, maar geen Nederlands
Finchline	+	+	+	+	?	+	Nog onduidelijkheid over bronnen
BuzzCapture	+	+	-	+	?	?	
Radian 6	+	+	+	+	+	+	
Alterian SM2	+	+	?	+	?	?	Onduidelijkheid over Nederlandse taal, wel Nederlandse website
Visible	+	+	-	+	?	?	
Scoutlabs	+	+	+	+	+	?	Bronnen onduidelijk
Heartbeat	+	+	-	+	?	?	
Hootsuit	- zeer beperkt	-/+	-	+	-	-	Voornamelijk bedoeld om berichten mee te sturen
Looxii	+	?	-	+	?	+	
Tattler	+	-	-	+	?	-	OpenSource, daarom opgenomen in onderzoek
ThinkUp	-	+	-	+	-	-	Twitter monitoring oplossing
TraceBuzz	+	+	+	+	-/+	+	Last minute gevonden oplossing, gebruikt Google API

(Dik gedrukt zijn de oplossingen die opgenomen zijn in de shortlist)

Bijlage IV MoSCoW Tabel

Tabel:

	Communications	Consulting	Glasoperator	iGilde	Multivisie	Wisper
Monitoren op vooraf ingesteld trefwoorden	Must	Must	Must	Must	Must	Must
Flexibele trefwoorden	Should	Must	Must	Should	Must	Must
Voorkomen van false positives	Must	Must	Must	Must	Must	Must
Flexibel in de bronnen die gemonitord worden	Should	Should	Must	Should	Must	Must
Analyseren van gemonitorde gegevens	Could	Could	Must	Could	Must	Must
Bepalen klanttevredenheid op sociale media	Could	Could	Should	Could	Must	Must
Nederlandse taal herkennen	Could	Could	Must	Could	Must	Must
Interface						
Overzicht gevonden items	Must	Must	Must	Must	Must	Must
Uitvoer analyses	Could	Could	Must	Could	Should	Must
Per gebruiker instelbaar	Could	Should	Must	Could	Must	Could
Meerdere accounts	Should	Should	Must	Could	Must	Must
Mobiele toegankelijk	Could	Should	Must	Could	Must	Should
Berichten naar meerdere media kunnen sturen	Must	Should	Should	Should	Must	Must
Sociale media per bericht instelbaar	Must	Should	Should	Should	Must	Should
Sociale media minimaal ondersteund	Must	Must	Must	Must	Must	Must
Alerts						
Alerts geven bij bepaalde zoektermen	Must	Must	Must	Must	Must	Must
Alert kunnen geven via e-mail	Must	Must	Must	Must	Must	Could
Alert kunnen geven bij een relevant trending topic	Must	Could	Should	Could	Should	Must

Prio bepaling alerts	Must	Could	Must	Could	Must	Could
OpenSource		Should				
Extra ondersteunde sociale media	Should	Should	Should	Could	Should	Must
Mogelijkheid koppeling klantendatabase	Wont	Should	Could	Wont	Could	Could
Automatisch medewerkers tags plaatsen	Could	Should	Should	Wont	Should	Should
Integratie sociale media met TV scherm	Should	Must	Must	Could	Must	Should
Sociale media						
Twitter	Must	Must	Must	Must	Must	Must
Linkedin	Must	Must	Must	Must	Must	Should
Facebook	Could	Could	Could	Wont	Must	Must
Google+	Must	Could	Could	Must	Could	Must
Foursquare	Wont	Wont	Could	Wont	Should	Must
Interne sociale media	Wont	Should	Should	Must	Could	Wont
Fora	Must	Should	Must	Must	Wont	Must
YouTube	Wont	Wont	Could	Wont	Wont	Should
Tumblr	Could	Wont	Wont	Wont	Wont	Should
Pinterest	Could	Wont	Wont	Wont	Wont	Should
	Communications	Consulting	Glasoperator	iGilde	Multivisie	Wisper

Bijlage V Adviesrapport

WINITU & HOGESCHOOL UTRECHT

Inzichten krijgen in Sociale Media via Geautomatiseerde Trajecten

Adviesrapport

versie 201205241

Auteur: Romke van Dijk

Studentnummer: 1544171

Opleiding: Systeembeheer

24-5-2012

Management samenvatting

Sociale media wordt steeds belangrijker voor bedrijven. Momenteel zijn 90% van de grote merken al actief op sociale media. Het MKB blijven nog achter. Vaak omdat ze nog niet de kennis hebben van sociale media of omdat ze de toegevoegde waarde er niet van inzien.

Waarbij vroeger de 4 P's golden voor marketing, is door de komst van sociale media ook de R bij gekomen. Vroeger waren er: Product, Prijs, Plaats en Promotie; tegenwoordig Reputatie. De reputatie van een onderneming moet goed onderhouden worden via sociale media. Het onderhouden kan gedaan worden door te monitoren op trefwoorden zoals de bedrijfsnaam en eventueel actie te ondernemen op de gevonden berichten.

Er zijn nog veel meer use cases voor het gebruik van sociale media zoals; veranderingen in de markt analyseren, leads genereren of reclame maken. Er zijn nog meer use cases mogelijk, de toepasbaarheid van elke use case hangt sterk af van het specifieke bedrijfs onderdeel. Bijvoorbeeld: sociale media is een stuk minder interessant voor Winitu Consulting dan voor Wisper. Bij Wisper is er grotere behoefte aan technische oplossing voor sociale media. Dit komt door het directe contact met de eindgebruiker wat Wisper heeft. Winitu Consulting heeft alleen zakelijke klandizie, welke op een andere manier met sociale media omgaan dan de consument.

Alle use cases hebben één ding gemeen. Er moet geluisterd worden naar de berichtenstroom op sociale media. Luisteren naar wat er op de markt speelt, waar wordt de bedrijfsnaam genoemd of wat de concurrent doet. Tijdens een vooronderzoek van Winitu Consulting is gebleken dat er technische oplossingen zijn die hierbij helpen.

Er zijn veel oplossingen op de markt. Deze zijn in het kader van dit onderzoek nader bekeken Gratis oplossingen (bijv. Google Alerts), Opensource oplossingen (bijv. Tattler), MKB oplossingen (bijv. Finchline) en Enterprise oplossingen (bijv. Radian6). Alle mogelijke oplossingen zijn tegen de wensen en eisen van Winitu¹ aangelegd en beoordeeld.

Uit de behoordeling is gebleken dat Radian6 functioneel gezien de best scorende oplossing is. Deze oplossing is ontwikkeld voor Enterprise gebruikers. De kosten van deze categorie oplossingen zijn echter fors. Maandelijks kost de oplossing 600 euro plus 100 euro per gebruiker. Radian6 biedt qua functionaliteit de beste (totaal)oplossing. Het is ook een mogelijkheid om te wachten met het gebruik van een monitoring oplossing totdat Wisper groter is. Als de kosten geen rol spelen is Radian6 de beste oplossing, deze biedt alle eisen die Winitu heeft aan een monitoring oplossing.

Als de kosten ook worden meegenomen in de beoordeling, scoort Finchline het hoogste. Finchline is een oplossing die zich richt op het Nederlandse MKB. De kosten bedragen 300 euro per maand. Finchline is niet perfect, zo is het niet mogelijk om berichten te plaatsen. Maar het is voor Winitu waarschijnlijk wel de beste oplossing om mee te beginnen.

Tijdens het onderzoek is gebleken dat het nog ontbreekt aan een totaaloplossing voor het MKB. Er zijn wel monitoring oplossingen zoals Finchline, maar betaalbare totaaloplossingen zoals Radian 6

¹ Wanneer in dit document Winitu wordt gebruikt, wordt bedoelt alle organisaties die onder Winitu Gold hangen.

zijn er nog niet. Er zijn wel een aantal Engelse oplossingen, maar deze werken niet voor Nederlandse media. Misschien ligt hier een mogelijkheid; een goede totaal oplossing voor sociale media Nederlandse MKB's ontwikkelen.

Winitu maakt in beperkte mate al gebruik van sociale media. Misschien is het een oplossing dat Winitu gebruik blijft maken van de gratis oplossingen zoals Google Alerts. Het grootste nadeel aan deze oplossingen is dat deze bijna geen mogelijkheid hebben om false positives² te voorkomen.

Het advies aan Winitu is om Finchline aan te schaffen voor het monitoren van sociale media. Deze oplossing voldoet niet aan alle eisen, maar biedt wel wat minimaal nodig is. De oplossing is bijvoorbeeld uitstekend in staat om Nederlandse media te monitoren en de informatie die daarmee gewonnen wordt te analyseren.

Naast het kiezen van een oplossing moet er ook een beleid voor sociale media komen. Waarin beschreven staat hoe sociale media gebruikt gaat worden binnen de organisatie en hoe er gezamenlijk mee naar buiten getreden wordt.

²False positives: resultaten die gevonden worden maar niet relevantie zijn. Stel er wordt gemonitord op 'Wisper' daarmee wordt bedoelt de merknaam Wisper van Winitu en niet het paard genaamd Wisper van Annie.

Inhoudsopgave

Management samenvatting	2
Inhoudsopgave	4
1 Inleiding	8
2 Gebruik van sociale media	8
3 Methode	9
4 Wensen en Eisen	11
4.1 Monitoren op vooraf ingesteld trefwoorden	11
4.1.1 Flexibele trefwoorden	11
4.1.2 Voorkomen van false positives	11
4.1.3 Flexibel in de bronnen die gemonitord worden	11
4.2 Analyseren van gemonitorde gegevens	11
4.2.1 Bepalen klanttevredenheid op sociale media	11
4.2.2 Nederlandse taal herkennen	11
4.3 Interface	12
4.3.1 Overzicht gevonden items	12
4.3.2 Uitvoer analyses	12
4.3.3 Per gebruiker instelbaar	12
4.3.4 Meerdere accounts	12
4.3.5 Mobiel toegankelijk	12
4.3.6 Berichten naar meerdere media kunnen sturen	12
4.4 Sociale media minimaal ondersteund	12
4.5 Alerts	12
4.5.1 Alert kunnen geven bij bepaalde zoektermen	13
4.5.2 Alert kunnen geven via e-mail	13
5 Beoordeling	13
5.1 UberVU	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
5.1.1 Algemeen oordeel	13
5.1.2 Monitoring	13
5.1.3 Analyseren	13
5.1.4 Interface	14
5.1.5 Posten	14
5.1.6 Alerts	14

5.1.7	Bereik.....	14
5.1.8	Kosten.....	14
5.2	Finchline	13
5.2.1	Algemeen oordeel	15
5.2.2	Monitoring.....	15
5.2.3	Analyseren.....	15
5.2.4	Interface	15
5.2.5	Posten.....	16
5.2.6	Alerts	17
5.2.7	Bereik.....	17
5.2.8	Kosten.....	17
5.3	Radian 6	17
5.3.1	Algemeen oordeel	17
5.3.2	Monitoring.....	17
5.3.3	Analyseren.....	17
5.3.4	Interface	17
5.3.5	Alerts	18
5.3.6	Bereik.....	18
5.3.7	Extra.....	18
5.3.8	Kosten.....	18
5.4	Alterian SM2	18
5.4.1	Algemeen oordeel	18
5.4.2	Monitoring.....	19
5.4.3	Analyseren.....	19
5.4.4	Interface	19
5.4.5	Alerts	19
5.4.6	Bereik.....	19
5.4.7	Kosten.....	19
5.5	Lithium.....	19
5.5.1	Algemeen oordeel	19
5.5.2	Monitoring.....	20
5.5.3	Analyseren.....	20
5.5.4	Interface	20

5.5.5	Alerts	20
5.5.6	Bereik.....	20
5.5.7	Kosten.....	20
5.6	Tattler	20
5.6.1	Algemeen oordeel	20
5.6.2	Monitoring.....	20
5.6.3	Analyseren.....	21
5.6.4	Interface	21
5.6.5	Alerts	21
5.6.6	Bereik.....	21
5.6.7	Kosten.....	21
6	Advies	21
6.1	Advies 1	21
6.2	Advies 2	22
6.3	Advies 3	22
6.4	Advies 4	22
7	Discussie	23
	Bijlage I Functioneel Ontwerp	24
1	Doel	24
1.1	Doel van dit document	24
1.2	Project	24
2	Doelgroep.....	24
3	Onderdelen.....	24
3.1	UI	24
3.1.1	Monitoring.....	25
3.1.2	Analyse	25
3.1.3	Berichten naar sociale media	25
3.2	Core	25
3.2.1	Monitoring.....	25
3.2.2	Analyseren.....	25
3.2.3	Alerting	25
4	Functionele eisen	26
4.1	UI	26

4.2	Core	26
4.2.1	Monitoring.....	26
4.2.2	Analyseren.....	26
4.2.3	Alerting	26
5	Usecases	27
5.1	Mentions vinden.....	27
5.2	Wat speelt er in de markt?	27
5.3	Leads generen	27
5.4	Reputatie, vraagbaak.....	28
5.5	Klantenservice	28
5.6	Concurrenten in de gaten houden	28
5.7	Product ontwikkeling.....	28
5.8	Reclame maken	28
5.9	Nieuws volgen	28
6	Koppeling Applicaties	29
6.1	Losse modules	29
6.2	Klantendatabase.....	29
6.3	TV-Scherm	29
	Bijlage II MoSCoW Analyse.....	30
	Bijlage III Beoordelingstabel	32

1 Inleiding

Steeds meer organisaties vestigen zich op het internet. Hier maken ze gebruik van sociale media om producten te marketen of om diensten aan te prijzen. Daar tegenover staan de consumenten die sociale media gebruiken om producten en diensten te beoordelen of te bespreken. Het is voor een bedrijf aantrekkelijk om al deze informatie in kaart te brengen. Vragen zoals “wat vinden consumenten van mijn diensten” spelen hierbij een belangrijke rol. Er zijn nog veel vraagtekens rondom het gebruik van sociale media bij (voornamelijk) midden- en kleinbedrijven.

Dit komt omdat bedrijven nog geen (of minimale) kennis hebben over sociale media voor bedrijven. Ze horen dat het veel meerwaarde met zich meebrengt, maar de verdieping blijft uitgesteld worden. Dit geldt ook voor Winitu. Door middel van dit afstudeerproject willen zij deze kennis aanvullen.

De opdracht wordt uitgevoerd in het kader van de opleiding Systeembeheer aan de Hogeschool Utrecht. Het doel van afstuderen is dat de student de verworven kennis en vaardigheden zelfstandig in praktijk brengt.

Uit een vooronderzoek door Winitu is gebleken dat er enkele oplossingen beschikbaar zijn die kunnen helpen in het gebruik van sociale media. In dit document wordt een advies gegeven over het gebruik van sociale media voor Winitu. Dit document beschrijft ook het proces en de redenering hoe er tot dit advies is gekomen.

In het volgende hoofdstuk worden voorbeelden gegeven hoe sociale media gebruikt kunnen worden en wat de rol van het luisteren naar berichten is. Vervolgens wordt de methode van de pakketselectie beschreven. Hierna worden de resultaten van de verschillende fasen van de methode besproken en tot slot worden de adviezen beschreven.

Wanneer in dit document de naam Winitu wordt gebruikt, doelt deze naam op alle organisaties die onder Winitu Gold B.V. hangen zoals deze beschreven staan in het Plan van Aanpak.

2 Gebruik van sociale media

Sociale media kan op vele manieren ingezet worden, enkele voorbeelden hiervan zijn;

- Mentions vinden;
- Wat speelt er in de markt;
- Leads genereren;
- Reputatie gebruiken als marketing en opnemen in de marketing strategie

Er zijn nog veel meer use cases te bedenken (zie functioneel ontwerp in bijlage I voor meer voorbeelden). De grote gemene deler bij alle use cases is luisteren. Luisteren naar wat er gezegd wordt op sociale media. Wat speelt er rondom het product? Wat vinden gebruikers van de producten en diensten? Waar zoeken gebruikers op dit moment naar?

Sociale media kan een toevoeging zijn aan de organisatie. Echter het is belangrijk dat er een duidelijk beleid is waarin beschreven staat hoe sociale media gebruikt gaat worden binnen de organisatie en hoe er gezamenlijk mee naar buiten getreden wordt.

Sociale media kan een merknaam ook veel schade aanrichten. Dit kan veroorzaakt worden door sociale media verkeerd te gebruiken of het helemaal te negeren. Een voorbeeld hiervan is het bedrijf Ziggo. Een klant plaatst op Twitter het volgende bericht: "Ziggo heeft mij geblokkeerd wegens illegaal downloaden". Dit bericht verspreidde zich razend snel via sociale media. Het kwam uiteindelijk terecht bij verschillende nieuwssites en (zonder dat de bron van het berichten werd gecontroleerd) plaatste ze er een nieuwsitem over. De klant bleek helemaal niet afgesloten te zijn, wegens een uitspraak van een rechter moest Ziggo de website 'The Piratebay' ontoegankelijk maken. Als Ziggo sociale media monitorde, hadden ze deze negatieve aandacht kunnen voorkomen.

Reageren op sociale media kan ook negatieve effecten hebben. Een voorbeeld hiervan is Nestle; Greenpeace starten een campagne tegen Nestle. Op de fan pagina van Nestle op Facebook plaatste ze een aangepast logo van Nestle. Nestle reageerde hier als volgt op: "please don't post using an altered version of any of our logos as your profile pic - they will be deleted." Dit veroorzaakte commotie op de fan pagina. Een veel gehoorde reactie was: "Probeert Nestle alleen maar positieve berichten te hebben op hun fan pagina?"



Het is belangrijk dat het voor iedereen duidelijk is hoe sociale media gebruikt moet gaan worden. Zodat er geen fouten gemaakt worden zoals de fouten hierboven

Zoals eerder is aangegeven is de eerste stap in het gebruik van sociale media niet actief gebruik maken van sociale media, maar passief: het luisteren naar de berichtenstroom op sociale media. Hier zijn een aantal hulpmiddelen voor, deze middel bieden de mogelijkheid om via een geautomatiseerd traject inzicht te verkrijgen in de relevante berichten voor de organisatie. In het volgende hoofdstuk wordt de methode voor de pakketselectie beschreven.

3 Methode

In het vooronderzoek zijn alle mogelijke oplossingen in kaart gebracht. Deze grote lijst wordt de longlist genoemd. Deze lijst bevat een totaal van 16 verschillende oplossingen. Ook is er tijdens het vooronderzoek, onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van sociale media voor Winitu.

Parrallen aan het vooronderzoek zijn interviews met de bedrijfsonderdelen gehouden. Tijdens deze sessies zijn de eisen en wensen in kaart gebracht. Aan de hand van deze eisen en wensen worden de verschillende oplossingen getoetst.

Tijdens de vervolg interviews zijn aan de eisen en wensen prioriteiten gehangen. Deze prioriteiten zijn belangrijk bij het beoordelen van de oplossingen (ze vormen de wegingsfactor). De eisen en wensen zijn vervolgens naast de longlist gelegd, hierdoor vielen een aantal oplossingen al af.

Een voorbeeld van een oplossing die afgevallen is, is ThinkUP. ThinkUP is een opensource monitoring oplossing specifiek voor Twitter. Deze oplossing monitort niet op trefwoorden, maar monitort

volgers van een Twitter account. Hij geeft aan hoeveel volgers er in de afgelopen dagen zijn bijgekomen, uit welk land ze kwamen etc.

De overgebleven oplossingen zijn vervolgens beoordeeld op de globale eisen. Bij deze beoordeling is afgegaan op de informatie op de websites van de oplossingen en eventuele reviews. Hieruit zijn de best scorende oplossingen gehaald (6 totaal) en deze worden uitgebreid met elkaar vergeleken. De lijst met de overgebleven zes oplossingen wordt de shortlist genoemd.

De oplossingen van de shortlist zijn vervolgens uitgebreid per eis beoordeeld. Elke eis heeft een score gekregen tussen de 0 en de 5. In de onderstaande tabel staat weergegeven wat elke score betekent:

Punten	Beschrijving
5	voldoet perfect aan de eis
4	voldoet aan de eis, maar met een kleine beperking
3	voldoet aan de eis, maar met een grote beperking
2	voldoet aan een deel van de eis
1	voldoet aan een heel klein deel van de eis
0	Voldoet niet aan de eis.

De score wordt bepaald door de oplossingen in de praktijk te testen (zover dit mogelijk is), informatie op de site, informatie op het internet en (zoveel mogelijk onafhankelijke) gebruikersreviews.

Elke prioriteitenstelling is vervolgens vertaald naar een getal:

Punten	MoSCoW
3	Must
2	Should
1	Could
0	Won't

Hierdoor kan er gerekend worden met de eisen en de prioriteitenstelling. De score van een oplossing voor elke eis kan dus berekend worden door de prioriteitenstelling te vermenigvuldigen met de score.

Bijvoorbeeld de eis: “De interface moet mobiel toegankelijk zijn”

Deze eis heeft een verschillende prioriteitenstelling gekregen per bedrijfsonderdelen.

Com	Con	Glas	Igilde	Multi	Wisp
Could	Should	Must	Could	Must	Should

Volgens voorgaande tabel betekend dat in getallen:

Com	Con	Glas	Igilde	Multi	Wisp
1	2	3	1	3	2

Deze eis heeft dus een prioriteit van totaal 12. Als er naar de oplossing Finchline wordt gekeken scoort deze 3 punten voor de betreffende eis.

De totaal score voor deze eis is $3 * 12 = 36$. Uiteindelijk worden alle scores bij elkaar opgeteld en gedeeld door de totaal te halen score en vermenigvuldigd met 100 zodat de scores eenvoudig te lezen en te vergelijken zijn.

4 Wensen en Eisen

Uit de interviews is vastgesteld welke eisen Winitu stelt aan de oplossing die inzichten moet gaan geven in de berichten stroom op sociale media. In dit hoofdstuk worden deze wensen en eisen beknopt toegelicht.

4.1 Monitoren op vooraf ingesteld trefwoorden

De oplossing moet monitoren op vooraf ingestelde trefwoorden. Bijvoorbeeld monitoren op 'Winitu' (wat er verder met deze gegevens moet gebeuren wordt in een latere paragraaf beschreven.)

4.1.1 Flexibele trefwoorden

De trefwoorden waar op gemonitord moet worden moeten flexibel instelbaar zijn. De trefwoorden kunnen bijvoorbeeld gebruikt worden om concurrenten te monitoren. Deze concurrenten kunnen veranderen, hetgeen betekent dat de trefwoorden ook kunnen veranderen.

4.1.2 Voorkomen van false positives

De oplossing moet in staat zijn om het aantal false positives zo laag mogelijk te houden. Dit om te voorkomen dat de gebruiker eindeloos door false positives moet gaan, om uit eindelijk bij hits te komen die er echt toe doen.

4.1.3 Flexibel in de bronnen die gemonitord worden

Internet is een ontzettend vluchtig medium, het ene moment is een bepaalde website 'hot' en een moment later spreekt niemand meer over deze website. Daarom is het belangrijk dat de bronnen flexibel instelbaar zijn.

4.2 Analyseren van gemonitorde gegevens

De gemonitorde gegeven moeten kunnen worden geanalyseerd.

4.2.1 Bepalen klanttevredenheid op sociale media

Via de oplossing moet het ook mogelijk zijn om te kunnen analyseren wat klanten vinden van de diensten die Winitu biedt. Dit houdt in het bepalen op een bericht positief of negatief is.

4.2.2 Nederlandse taal herkennen

Om false-positives zo goed mogelijk te voorkomen moet de oplossing instaat zijn om de Nederlandse taal te herkennen. De naam Wisper wordt ook in andere landen gebruikt, om te voorkomen dat er vele hits komen op deze naam (en de kans dus groter wordt dat relevante hits gemist worden), is dit nodig. Als je kan filteren op Nederlands kan het aantal false positives gereduceerd worden.

4.3 Interface

De interface moet een dashboard achtige opstelling zijn, waarmee eenvoudig de functies gevonden kunnen worden die nodig zijn.

4.3.1 Overzicht gevonden items

De interface moet een overzicht kunnen geven van de (door monitoring) gevonden items.

4.3.2 Uitvoer analyses

De interface moet de analyses kunnen weergeven.

4.3.3 Per gebruiker instelbaar

De interface moet per gebruiker instelbaar zijn.

4.3.4 Meerdere accounts

De interface moet toegankelijk zijn met meerdere accounts. Elke gebruiker moet met een eigen account kunnen inloggen. Er moet dus niet 1 centraal account komen. Andere kan je de interface niet per gebruiker instellen.

4.3.5 Mobiel toegankelijk

De interface moet mobiel toegankelijk zijn.

4.3.6 Berichten naar meerdere media kunnen sturen

Via de interface moet het mogelijk zijn om berichten te kunnen sturen naar verschillende media's.

4.3.6.1 Sociale media per bericht instelbaar

Wanneer er een bericht gestuurd wordt naar de sociale media, moet het mogelijk zijn om te kiezen naar welke media het bericht gestuurd mag worden.

4.4 Sociale media minimaal ondersteund

De oplossing moet de volgende sociale media minimaal ondersteunen:

- Twitter
- LinkedIn
- Facebook
- Google+
- Fora (monitoring)

Zoals eerder beschreven deze moeten eenvoudig uitgebreid kunnen worden. De sites die hot zijn veranderen snel en vaak.

4.5 Alerts

De oplossing moet de mogelijkheid hebben om alerts te kunnen versturen, met alerts wordt een berichtje bedoeld waarmee de gebruiker op de hoogte wordt gesteld van een bepaalde gebeurtenis (bijvoorbeeld het vinden van een zoekterm).

4.5.1 Alert kunnen geven bij bepaalde zoektermen

4.5.2 Alert kunnen geven via e-mail

5 Beoordeling

In dit hoofdstuk is te vinden hoe de beoordelingstabel tot stand is gekomen. Deze is in de bijlage van dit document te vinden (Bijlage III). De eisen zijn in 6 categorieën onderverdeeld, deze categorieën komen in grote lijnen overeen zoals geschreven in het document definitie van eisen (zie hoofdstuk 4 voor een overzicht van deze eisen). Extra hier aan toegevoegd zijn de kosten en het bereik (welke sites worden gemonitord door de oplossing) van de oplossing.

5.1 TraceBuzz

5.1.1 Algemeen oordeel

TraceBuzz is een oplossing die zich voornamelijk richt op web care, maar het biedt niet alleen de mogelijkheid om data te vinden en daarop te reageren. De gevonden data kan ook geanalyseerd worden. Ook scoort TraceBuzz goed qua extra features, zo is er de mogelijkheid om een API koppeling te maken.

Qua kosten zit TraceBuzz bijna op de zelfde niveau als Radian 6. Dit wanneer de web care versie wordt aangeschaft en extra topic bijgekocht worden. Daarom is de vraag wat de meer waarde precies is van TraceBuzz tegen over Radian 6.

De helpdesk lijkt ook weinig verstand van zaken te hebben. Vragen worden wel snel beantwoord maar mist technische kennis. Zo werd er beweert dat het gehele internet gemonitord wordt en alle relevante sites gevonden worden.

De interface ziet er simpel uit en mist vaak duidelijke uitleg, functies werken soms ook niet en documentatie ontbreekt. Het monitoring gedeelte van de applicatie werkt wel uitstekend! Alle relevante items worden gevonden en deze resultaten kunnen eenvoudig gefilterd worden.

5.1.2 Monitoring

TraceBuzz is in staat om sociale media te monitoren op vooraf ingestelde trefwoorden. Deze trefwoorden zijn flexibel in te stellen. Er geldt voor de standaard versie echter een limiet van 5 zoekopdrachten. Via een formule structuur kunnen verschillende onderwerpen bij elkaar gevoegd worden. False positives kunnen voorkomen worden door termen uit te sluiten.

Er bestaat een onduidelijkheid welke bronnen er gemonitord worden. Zie hoofdstuk 5.1.7 voor meer informatie hierover.

5.1.3 Analyseren

Via de web interface kan data geanalyseerd worden. Zo kan eenvoudig de locatie gegevens van Twitter berichten worden geanalyseerd. Via een wizard kunnen deze analyses ingesteld worden. Dit werk vrij eenvoudig.

Het ontbreekt aan sentiment analyse. Berichten kunnen alleen maar handmatig worden beoordeeld op sentiment. Hieruit blijkt dat TraceBuzz zich voornamelijk richt op het bieden van customer care. Er moet dus iemand de hele dag bezig zijn met het in de gaten houden van TraceBuzz en de elementen beoordelen. TraceBuzz beweert dat er geen oplossing op het ogenblik is die automatisch het sentiment van berichten kan beoordelen.

5.1.4 Interface

De interface is vrij onduidelijk in uitleg, maar voldoet wel aan de eisen. Zo is het mogelijk om de gevonden items weer te geven of om de uitvoer weer te geven. Hierbij kan eenvoudig gefilterd worden welke bronnen er weergegeven moeten worden (forums of bronnen of nieuwsberichten etc.).

De interface is per gebruiker instelbaar, er kan dus ook met meerdere accounts ingelogd worden. Aan elk account kan ook eigen zoektermen gekoppeld worden.

Via de interface kan eenvoudig op berichten gereageerd worden via Twitter of Facebook. Of eventueel via het web care scherm kan de site geopend worden waar het bericht is geplaatst zonder de site te verlaten (met een frame). Je kan echter niet kiezen naar welke media je een bericht stuurt, je kan het alleen naar 1 media sturen.

5.1.5 Posten

Het is mogelijk om te posten via TraceBuzz echter alleen Twitter en Facebook zijn op dit moment ondersteunt. Je kan niet naar meerdere media tegelijk een bericht sturen. Google+ wordt in de toekomst ondersteunt.

5.1.6 Alerts

Er kan zowel een periodiek overzicht gemaild worden. Ook kan er een alert gestuurd worden zodra er een nieuwe hits is gevonden. Er is geen mogelijkheid om bijvoorbeeld een prio-bepaling per alert in te stellen. Trending topics geeft TraceBuzz aan door veel alert te geven.

5.1.7 Bereik

Bij navraag over het bereik kwam TraceBuzz met het volgende antwoord: "Wij gebruiken het gehele internet en vinden daardoor alle relevante sites." Dit is natuurlijk de grootste onzin, je kan nooit alle relevantse sites vinden of het gehele internet gebruiken! Het is dus niet precies duidelijk welke sites er gemonitord worden. Uit de praktijktest blijkt wel dat hij de zelfde hits oplevert als bijvoorbeeld Finchline. Hoe een site eventueel toegevoegd kan worden is onduidelijk. Eventueel een nieuwe integratie met een social media (bijvoorbeeld voor het posten van berichten) moet aangevraagd worden bij TraceBuzz. Grote kans dat een site die niet gemonitord wordt ook handmatig toegevoegd moet worden.

5.1.8 Kosten

Bij TraceBuzz betaal je voor de functionaliteit en voor het aantal zoek topics.

- Monitoring €250 p/m
- Monitoring en Analyseren 500 p/m
- Monitoring, Analyseren en Web care 1000 p/m

Bij deze pakketten geldt een limiet van 5 zoektermen. Voor €250 p/m kunnen er 5 zoektermen bij worden gekocht. Er geldt geen limiet aan het aantal gebruikers. Voor eventuele API integratie worden extra kosten verrekend en kan alleen op aanvraag.

5.2 Finchline

5.2.1 Algemeen oordeel

Finchline is een goede SaaS monitoring oplossing voor sociale media voor de Nederlandse markt. De oplossing ondersteunt uitsluitend Nederlands. Hierdoor kan het sentiment bepaald worden van berichten. Ook voorkomt dit veel false positives. De interface is gemakkelijk en overzichtelijk. Het posten van berichten naar sociale media is niet mogelijk. Ook biedt het geen mogelijkheid om met meerdere accounts in te loggen. Daarentegen kost de oplossing een stuk minder dan de rest, 300 euro per maand.

5.2.2 Monitoring

Monitoring met Finchline werkt simpel. Via een formule constructie kunnen topics eenvoudig aangemaakt worden. Met logische operatoren kan er een formule samengesteld worden. Bijvoorbeeld: “Wisper” AND “Glasoperator” OR “glasvezel” AND NOT “KPN”. Hierdoor ben je heel flexibel in de gewenste zoektermen en kan je met de formule het aantal false positives flink reduceren.

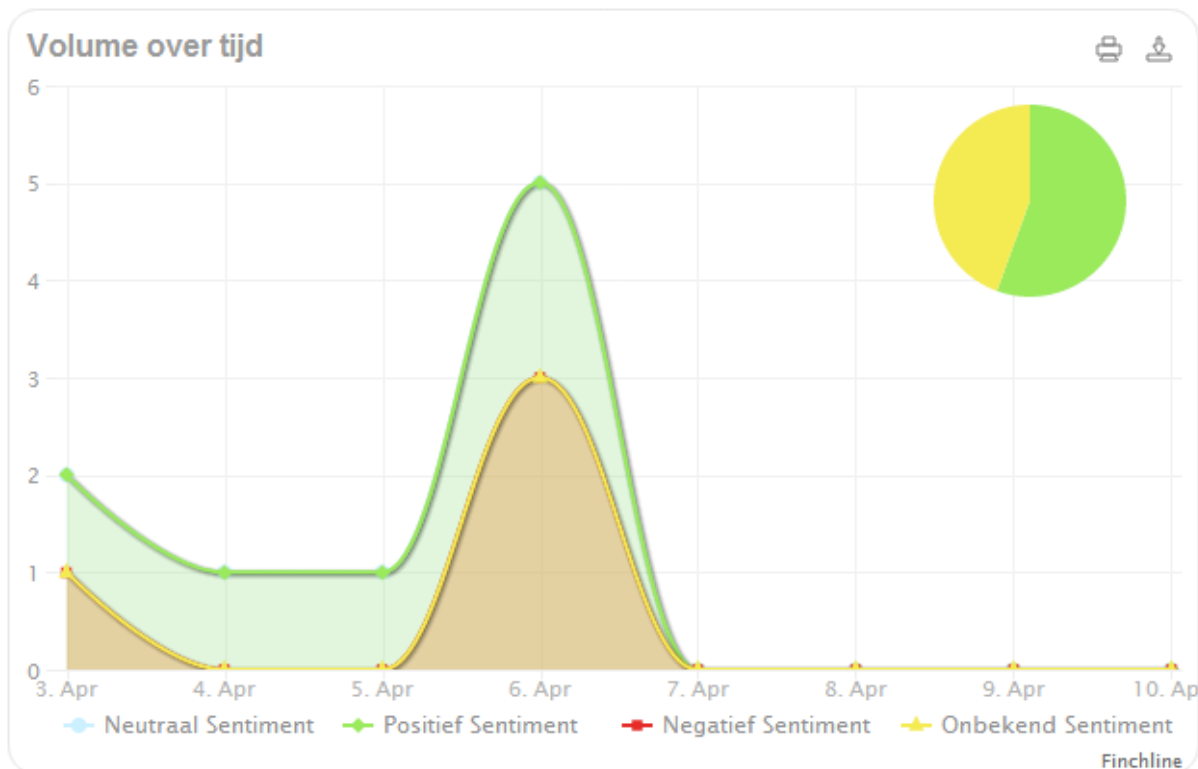
Bronnen toevoegen echter is een stuk minder goed geregeld dan bij bijvoorbeeld UberVU, want deze moet je door Finchline laten toevoegen. Ze hebben inzichten gegeven in welke bronnen er gemonitord worden (en dit zijn er ook flink wat). Na aanvraag duurt het circa 5 werkdagen voordat een nieuwe bron opgenomen is.

5.2.3 Analyseren

Finchline biedt de mogelijkheid om de berichten te analyseren (bijvoorbeeld te bepalen of een bericht positief of negatief is). Het biedt ondersteuning voor Nederlands, waardoor ook van Nederlandse posts het sentiment bepaald kan worden. Het sentiment van berichten kan eenvoudig weergegeven worden.

5.2.4 Interface

De interface biedt eenvoudig overzicht van de analyses en van de gevonden mentions. In de publieke omgeving is goed te zien hoe de oplossing werkt. Zodra er een topic is ingesteld wordt, beschijnt de data onmiddellijk op het scherm. Zo worden er grafieken getoond over bijvoorbeeld het sentiment van berichten.



Ook de gevonden mentions worden duidelijk zichtbaar gemaakt

VRIJDAG 6 APRIL

hyves	Leuke business avond gisteren bij FC de #Bilt en #Wisper over zakelijk
eKudos: laatst toegevoegde	Provider GlasOperator met 600Mbit snelste symmetrische
Glasvezel Nieuws	Provider GlasOperator met 600Mbit snelste symmetrische
Drimble	Glasvezel op de radio
Glasvezel Nieuws	Provider GlasOperator het met 600Mbit snelste symmetrische

De interface is niet per gebruik instelbaar, dit komt omdat iedereen met hetzelfde account inlogt op Finchline. Er kan wel per bedrijfsonderdeel een dashboard aangemaakt worden (die is voor iedereen zichtbaar).

5.2.5 Posten

Posten van berichten is niet mogelijk met Finchline. Er zijn wel andere oplossingen die deze mogelijkheid aanbieden. Één bepaalde mention kan wel met sociale media gedeeld worden met collega's.

5.2.6 Alerts

Alerts kunnen eenvoudig verstuurd worden via Finchline, bijvoorbeeld op bepaalde topics. Elke keer als deze topic een hit krijgt wordt er een e-mail verstuurd. Ook kan er een wekelijks verslag van de topics verstuurd worden (een management samenvatting). De oplossing is niet in staat om alerts te geven bij een trending topic (behalve veel alerts als er veel hits zijn). Ook biedt het geen mogelijkheid om een prioriteit bepaling te doen per alert.

5.2.7 Bereik

Finchline heeft een goed bereik voor Winitu, vele Nederlandse sociale media worden gemonitord. Ook biedt het duidelijk inzicht in welke sites er gemonitord worden. Het ondersteunt momenteel nog geen Google+, dit zal in de toekomst wel opgenomen gaan worden.

Finchline richt zich voornamelijk op de Nederlandse markt en daarom is het ook uniek. Waarbij andere oplossingen bijna tot geen Nederlandse mentions vinden, vindt Finchline verreweg de meeste.

5.2.8 Kosten

Als Winitu Finchline zou gaan gebruiken, zou dit 300 euro per maand gaan kosten. Er is geen limiet op het aantal gebruikers, wel op het aantal topics (25). Indien dit niet genoeg mocht zijn dan kunnen er voor 300 euro 25 extra topics bijgekocht worden.

5.3 Radian 6

5.3.1 Algemeen oordeel

Radian 6 is een SaaS oplossing bedoeld voor grote Enterprises. Het biedt uitstekende functionaliteit, een goede interface en een enorme ondersteuning aan bronnen. Radian6 kost echter relatief veel. Als Winitu gebruik zou maken van deze oplossingen zal het 600 euro per maand gaan kosten, plus 100 euro per maand per gebruiker.

5.3.2 Monitoring

Radian 6 is een product dat ontworpen is voor grote Enterprises en biedt daarom een uitstekende ondersteuning aan bronnen en de mogelijkheid om complexe topics te maken. Ook is de oplossing sterk in het tegengaan van false positives. Bronnen kunnen eenvoudig toegevoegd worden door middel van RSS-feeds of plugins. Mocht dit niet voldoende zijn, dan kan er een verzoek ingediend worden bij Radian 6 om de bron door hen te laten toevoegen.

5.3.3 Analyseren

Radian 6 is in staat om Nederlands te analyseren. De oplossing kan het sentiment bepalen van Nederlandse berichten. Ook biedt het de mogelijkheid om te filteren op taal. Daardoor kan je vele false positives voorkomen.

5.3.4 Interface

De interface van Radian 6 wordt niet bezocht via een webbrowser, maar via een client op de computer. Met de interface kunnen mentions weergegeven worden, net als de uitvoer van de analyse. De interface is per gebruiker instelbaar en iedere user logt ook apart in. Ook is het mogelijk om Radian 6 te bekijken via een mobile applicatie (iphone).

Zoals eerder aangegeven is de oplossing ontworpen voor grote Enterprises, vandaar dat er ook extra features in de Interface zitten zoals workflow management. Die misschien in de toekomst interessant kunnen zijn.

5.3.5 Alerts

Zodra er een topic is ingesteld kan er aan deze topic een alert gekoppeld worden, bijvoorbeeld een wekelijkse update of een pop-up als er een mention is gevonden. Radian 6 kan ook anticiperen als een bepaald relevant topic trending wordt. Stel je hebt een topic ingesteld op 'glasvezel' dan is Radian6 in staat om te laten zien dat er veel wordt gepraat over een landelijke storing bij een concurrent en kan hier een alert over worden gegeven.

Via Radian 6 is het niet mogelijk om een prioriteit bepaling door het systeem te laten doen. Je kan wel een manager functie geven aan medewerker. Die medewerker kan de prioriteit bepaling doen en deze melding doorspelen.

5.3.6 Bereik

Qua bereik komt Radian 6 verreweg het beste uit de test, zowel Engelstalige als Nederlandstalige sites en bronnen worden goed ondersteund. Ook biedt het integratie met alle grote sociale media zoals: Facebook, Twitter en Google+.

5.3.7 Extra

Radian 6 biedt veel meer functionaliteiten dan de andere oplossingen. Zo biedt het de mogelijkheid om een koppeling te maken met een klanten database. Ook biedt het een API aan waar externe applicaties van Winitu eenvoudig mee kunnen communiceren. Ook als er een bericht gepost wordt met Radian 6 kan er een medewerkers tag gekoppeld worden aan het bericht (medewerkers tag is een 2 letterige code waarmee de medewerker wordt aangeduid, bijvoorbeeld RD voor Romke van Dijk).

5.3.8 Kosten

Radian 6 biedt alles wat Winitu zou willen doen met sociale media (en meer). Door de hoge kosten scoort Radian 6 echter lager dan Finchline.

- Vaste kosten van €600 euro per maand
- €100 euro per gebruiker per maand

Voor functies zoals de API of de integratie met een klantendatabase worden extra kosten verrekend.

5.4 Alterian SM2

5.4.1 Algemeen oordeel

Alterian SM2 heeft geen mogelijkheid geboden om de oplossing te kunnen testen, de beoordeling is gebaseerd op de ervaring van anderen en de informatie op de website.

Alterian is een uitgebreide monitoring oplossing, die zich net als Radian 6 richt op de grote Enterprise. Het heeft een minder groot bereik dan bijvoorbeeld Finchline en Radian 6 (qua Nederlandse media). In contact komen met Alterian is ook een uitdaging, er wordt slecht op mails

gereageerd. Qua kosten scoort Alterian SM2 beter dan Radian 6, maar dit weegt niet op tegen het minder grote bereik van Alterian SM2.

5.4.2 Monitoring

Qua monitoring biedt Alterian exact dezelfde functionaliteit als Radian 6. Zo kunnen trefwoorden eenvoudig ingesteld worden. Ook is het mogelijk om zoektermen te excluden om het aantal false positives te reduceren. Bronnen kunnen via RSS toegevoegd worden of als dit nog niet voldoende is kunnen sites aangemeld worden bij Alterian.

5.4.3 Analyseren

De gemonitorde gegevens kunnen eenvoudig geanalyseerd worden, Alterian ondersteunt Nederlands en daardoor kan het ook sentiment van berichten aangeven. Verder kunnen andere gegevens ook geanalyseerd worden.

5.4.4 Interface

De interface biedt dezelfde functionaliteit als Radian 6. Het heeft standaard niet de mogelijkheid om berichten te kunnen posten. Hiervoor moet een plugin geïnstalleerd worden (deze is momenteel gratis). Grootste verschil tussen Radian 6 en Alterian is dat de interface duidelijk voor marketing ontwikkeld is. Een overzicht van de mentions staat bijvoorbeeld standaard niet bovenaan.

De interface kan ingesteld worden per gebruiker, dit is echter beperkter dan bij de andere applicaties. De interface werkt wel op mobiele telefoons maar er is geen mobiele app beschikbaar.

5.4.5 Alerts

Alterian SM2 biedt de mogelijkheid om alerts te kunnen versturen per email. Het is onduidelijk of Alterian ook de mogelijkheid biedt om een alert te geven als er een bepaald topic trending wordt. Het is ook onduidelijk of er per alert een prioriteit bepaling gedaan kan worden.

5.4.6 Bereik

Omdat de oplossing niet getest is, is het niet zeker welke bronnen er allemaal gemonitord worden en hoe goed deze bronnen aansluiten op de relevante topics voor Winitu. Afgaand op de informatie op de site en de ervaring van andere gebruikers blijkt dat het bereik toch voor Nederlandse media minder is dan bijvoorbeeld Radian 6.

5.4.7 Kosten

Bij Alterian betaal je voor het aantal zoekresultaten.

- 20.000 resultaten: \$600 per maand
- 50.000 resultaten: \$1200 per maand
- 150.000 resultaten, API access: op aanvraag

5.5 Lithium

5.5.1 Algemeen oordeel

Ten eerste is de communicatie met Scout Labs ontzettend slecht, een aantal keer is geprobeerd contact te zoeken met Scout Labs. Geen van deze pogingen heeft succes gehad. Daardoor heb ik mijn informatie op ervaring van andere gebruikers moeten baseren en op de informatie op de website

zelf. Ook heb ik dus niet de mogelijkheid gehad om de oplossing te testen met topics om de kwaliteit te kunnen vergelijken met de andere oplossingen.

5.5.2 Monitoring

Scout Labs is net als Radian 6 en Alterian SM2 een oplossing die zich richt op grotere organisaties. Het is sterk in het monitoren van verschillende bronnen, maar het laat op andere vlakken veel te wensen over. Topics kunnen eenvoudig ingesteld worden, ook kunnen bepaalde termen geexclude worden.

5.5.3 Analyseren

Lithium zou sterk moeten zijn in analyseren, maar door het ontbreken van een goede ondersteuning voor de Nederlandse taal valt dit zeer tegen. Ook voelt de interface langzaam en traag aan. De performance van het analyseren dus ook. Sentiment bepalen werkt ook niet, doordat het geen Nederlands ondersteunt.

5.5.4 Interface

Zoals hierboven aangegeven wordt is de interface langzaam en niet erg stabiel. Waardoor de gebruikservaring slecht is. De interface zelf geeft wel genoeg informatie en ook is het mogelijk om een dashboard in te stellen. Deze valt alleen tegen, heel veel kan er niet ingesteld worden. Het is niet mogelijk om berichten via Lithium te versturen het is voornamelijk een monitoring oplossing.

5.5.5 Alerts

Lithium biedt de mogelijkheid om alert te versturen, helaas alleen op een vaste interval basis. Dus een overzicht van de mentions elk uur. Vergelijkbaar met UberVU.

5.5.6 Bereik

Qua bereik zit Lithium op het zelfde niveau als Alterian SM2. Helaas kon niet in de praktijk worden getest met zoektermen. Zie algemeen oordeel voor meer informatie hierover.

5.5.7 Kosten

Je betaalt bij Lithium voor het aantal topics waar je op wilt zoeken

- 5 topics \$249 per maand
- 25 topics + dashboards \$749 per maand

5.6 Tattler

5.6.1 Algemeen oordeel

Tattler is een opensource monitoring oplossing, die veel potentie heeft, maar in de huidige vorm niet voldoet. De oplossing mist ondersteuning voor Nederlands en basis functies zoals het kunnen bewerken van de ingestelde topics. Aan Tattler kan echter zelf ontwikkeld worden, de missende functies kunnen er met eigen ontwikkel-effort aan toegevoegd worden. De vraag is echter of dit het waard is.

5.6.2 Monitoring

Tattler is de enige opensource monitoring oplossing op de shortlist. Monitoring kan worden ingesteld via de web interface. Hier kunnen eenvoudig nieuwe topics toegevoegd worden. Echter, er lijkt geen

functie te zijn om de topics te veranderen. Zodra ze ingesteld zijn lijken ze niet eenvoudig aangepast te kunnen worden. M.b.v. een connectie naar de database kunnen deze topics wel veranderd worden. Gebruiksvriendelijk is het echter niet.

Te verwachten was dat Tattler makkelijk aangepast zou kunnen worden. Dit is echter niet zo, Tattler haalt zelf geen data binnen. Dit doet Tattler via de API van OpenCalais. Bronnen kunnen niet eenvoudig aangepast worden. Ook ondersteunt OpenCalais Nederlands niet, wat als effect heeft dat er helemaal geen Nederlandse items gevonden worden.

5.6.3 Analyseren

Tattler kan informatie zoals sentiment analyseren ook locatie gegevens kunnen geanalyseerd worden. Maar omdat Tattler geen Nederlandse taal ondersteunt, werkt dit niet.

5.6.4 Interface

De interface van Tattler laat gelijk zien welke mentions er zijn (in alle ingestelde topics), maar het is niet mogelijk om per gebruiker deze start pagina in te stellen. Doordat alles zo door elkaar staat is het behoorlijk onoverzichtelijk. Ook het analyseer deel is niet eenvoudig te vinden. Vele functies zitten er wel in maar zijn heel lastig te vinden en te gebruiken. Ook is het niet mogelijk om berichten te posten via Tattler.

5.6.5 Alerts

Het zou mogelijk moeten zijn om een mailtje te krijgen als er wat gevonden is. Echter deze alerts lijken niet altijd te werken, dit komt omdat het lastig in gebruik is en er kan eenvoudig een fout gemaakt worden. Wat er voor zorgt dat de alerts niet verzonden worden.

5.6.6 Bereik

Tattler heeft een heel slecht bereik. Dit komt omdat het geen Nederlandse bronnen ondersteunt.

5.6.7 Kosten

Qua kosten is Tattler de goedkoopste, de gevonden mentions hoeven alleen maar opgeslagen te worden zodat deze verwerkt kunnen worden. De server zal circa 70 euro per maand gaan kosten. Het beheer van deze server circa 100 euro per maand. Dus Tattler zal totaal 170 euro per maand gaan kosten.

6 Advies

In dit hoofdstuk staan de adviezen beschreven

6.1 Advies 1

Uit de tabel in bijlage III is af te lezen dat Finchline de oplossing is die het beste aansluit op de eisen en wensen. Andere oplossingen zijn slecht in het monitoren van Nederlandse bronnen, Finchline daarentegen is juist voor de Nederlandse markt ontwikkeld. Tijdens de praktijktesten bleek Finchline veel meer relevante items te vinden. Andere oplossingen vonden sommige berichten niet of lieten veel false positivities zien.

Finchline is niet perfect maar het monitoring en analyse deel is prima. Qua extra feature mist Finchline veel. Er kan bijvoorbeeld alleen ingelogd worden met 1 account. Dit terwijl de oplossing gepresenteerd wordt als Enterprise oplossing. Ook biedt het geen mogelijkheid om berichten te plaatsen.

Qua kosten valt Finchline, in vergelijking met de andere oplossingen, in het goedkope segment. Voor 300 euro/maand kan Finchline gebruikt worden om 25 topics te monitoren. Het biedt een simpele interface waarmee eenvoudig analyses uitgevoerd kunnen worden.

Waarom niet kiezen voor de andere oplossingen? Zoals eerder genoemd zijn de andere oplossingen veelal niet in staat om Nederlandse media te monitoren. Mentions worden niet gevonden en er zijn veel false positives. Sommige van deze oplossingen monitoren Nederlandse sites helemaal niet. Ook zijn de andere te duur voor wat ze te bieden hebben.

6.2 Advies 2

Sociale media is momenteel hot, vandaar dat bedrijven veel geld vragen voor het monitoren van sociale media. De meeste bedrijven richten zich voornamelijk op Enterprises en er ontbreken goede complete en betaalbare oplossingen voor het Nederlandse MKB. Het zijn veelal SaaS oplossingen, Tattler is de enige oplossing die voor het grootste gedeelte self-hosted is. Microsoft lijkt aan een product te werken die wel helemaal self-hosted is, maar wat de huidige status is van dit product is onbekend.

Er zijn mogelijkheden om zelf een oplossing te ontwikkelen voor sociale media, de oplossing die eventueel ontwikkeld wordt is misschien ook interessant om te verkopen als product. Zeker omdat er geen self-hosted oplossing zijn voor sociale media monitoring, ook ontbreekt het aan goede oplossingen voor het monitoren van Nederlandse sites die betaalbaar is voor het MKB.

6.3 Advies 3

Uit de tabel is af te lezen dat Radian 6 op het gebied van alle eisen het hoogste scoort, alleen vanwege de prijs (voornamelijk de 100 euro per gebruiker per maand) is dit niet de eerste keuze. De oplossing is ontworpen en gemaakt voor Enterprises zoals Vodafone en KLM (die maken er ook gebruik van). Dit kan dus ook een oplossing zijn, de vraag is natuurlijk (net als bij alle andere oplossingen) of het aanschaffen van zo'n oplossing het wel waard is. Zeker voor Winitu Consulting en igilde is de toegevoegde waarde miniem. Voor Wisper en Communications is het echter zeer interessant. Er kunnen eenvoudig nieuws berichten naar buiten worden gestuurd of het kan gebruikt worden voor het genereren van leads.

Het kan dus ook een oplossing zijn om te wachten totdat Wisper groter is en de toegevoegde waarde van Radian 6 opweegt tegen de kosten.

6.4 Advies 4

De laatste optie is genoeg nemen met de gratis oplossingen die er op dit moment zijn. Gratis oplossingen bieden geen mogelijkheden (of zeer beperkt) om data te kunnen analyseren. Betaalde oplossingen bieden deze mogelijkheid wel. De gratis oplossingen zoals GoogleAlerts bieden de mogelijkheid om trefwoorden in te stellen, als deze door Google gevonden worden krijg je

automatisch een email. Deze data kan dus niet eenvoudig geanalyseerd worden, als je dit toch wilt analyseren dan zal je dit handmatig moeten doen, of hiervoor een oplossing programmeren.

Het aantal false positives is bij de gratis oplossingen aan de hoge kant, want ze bieden onvoldoende mogelijkheden om zoekresultaten te verfijnen. Dit veroorzaakt veel tijdverlies bij het verwerken van de resultaten.

7 Discussie

In het vorige hoofdstuk is beschreven welke keuzes er gemaakt kunnen worden over mogelijke oplossingen voor sociale media monitoring door Winitu. De overweging die gemaakt moet worden is of de minieme (relevante) berichtenstroom het momenteel waard is om 300 euro (of meer) per maand voor neer te leggen? Zal deze investering zich terug betalen?

Mijn verwachting is dat de investering zich zeker zal terugbetalen, omdat de mogelijkheden van sociale media nog niet worden onderkend. Ik verwacht dat, zodra er actief gebruik gemaakt van gaat worden, de mogelijkheden gezien gaan worden. Vandaar dat mijn advies is om de oplossing Finchline aan te schaffen en zo te beginnen met het passief gebruik maken van sociale media monitoring.

Naast het kiezen van een oplossing moet er ook een beleid voor sociale media gebruik komen. Dit is vooral van belang voor Communications en voor Consulting (doordat ze beide de naam Winitu dragen). In het beleid moet beschreven staan welke rol sociale media binnen het bedrijf speelt en hoe sociale media gebruikt moet gaan worden.

Bijlage I Functioneel Ontwerp

1 Doel

1.1 Doel van dit document

In dit document staat beschreven hoe de oplossing er functioneel uit komt te zien. Met 'de oplossing' wordt bedoeld het systeem zoals beschreven staan in hoofdstuk 1.2.

1.2 Project

Het doel van dit project is om inzichten te krijgen in de berichtenstroom op sociale media die betrekking hebben op de bedrijven, producten, diensten en de serviceverlening van Winitu via een geautomatiseerd systeem, zodat er (onder andere) op deze berichten ingespeeld kan worden.

Ook is het doel van dit project om de kennis over sociale media toe te voegen aan het kennis portfolio van Winitu Consulting.

2 Doelgroep

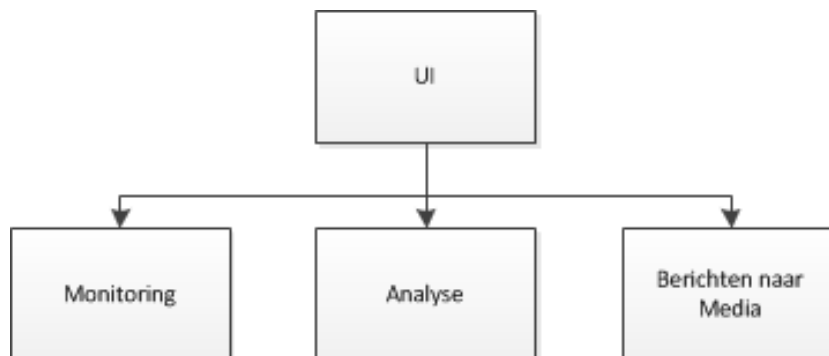
De oplossing gaat gebruikt worden door alle onderdelen van Winitu. Per onderdeel zal er naar alle waarschijnlijkheid één medewerker mee gaan werken. In de bijlage bij het plan van aanpak is te vinden wie van elk onderdeel met sociale media gaat werken.

3 Onderdelen

Functioneel zal de applicatie uit twee onderdelen bestaan: de UI en de core. In dit hoofdstuk wordt beschreven wat elk onderdeel precies is.

3.1 UI

De UI (User Interface) is de interface waarmee de gebruiker communiceert met de rest van de applicatie. Een beeldende weergave van de UI kan als volgt worden weergegeven:



3.1.1 Monitoring

Dit is de interface waarmee de monitoring module van de backbone aangestuurd kan worden en waarmee output van deze module ontvangen kan worden (zie hoofdstuk core voor meer informatie).

3.1.2 Analyse

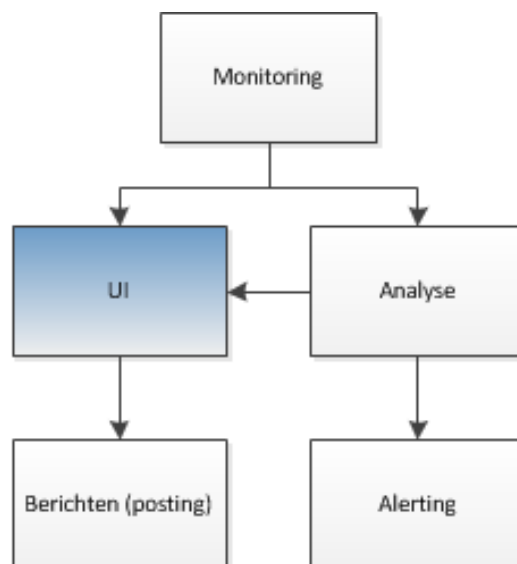
Dit is de interface waarmee de analyseer module van de backbone aangestuurd kan worden en waarmee output van deze module ontvangen kan worden (zie hoofdstuk core voor meer informatie).

3.1.3 Berichten naar sociale media

Dit is de interface waarmee berichten gepost kunnen worden naar verschillende media (zie hoofdstuk core voor meer informatie)

3.2 Core

De core van de applicatie bestaat uit een aantal onderdelen die ieder hun eigen functie hebben. In de afbeelding hieronder zijn in het wit de modules van de core weer gegeven. In het blauw modules van de ui.



3.2.1 Monitoring

Sites worden gemonitord en deze sites worden in een database opgeslagen

3.2.2 Analyseren

De data die gevonden wordt door het monitoring module wordt verwerkt door de analyseer module. Tijdens het analyseren kan bijvoorbeeld het sentiment van een bericht bepaald worden.

3.2.3 Alerting

Alerting houdt in een bericht sturen zodra er een bepaalde zoekterm is gevonden er automatisch een bericht wordt gestuurd.

4 Functionele eisen

In dit hoofdstuk worden de functionele eisen beschreven zoals de onderdelen hierboven benoemd staan.

4.1 UI

De basis voor de ui is de mogelijkheid om de gevonden en geanalyseerde data weer te kunnen geven. Dit is kort gezegd de functionele omschrijving van de ui. Ook moet het via de ui mogelijk zijn om de verschillende core module in te stellen bijvoorbeeld:

- Aanpassen zoektermen voor monitoring module
- Aanpassen / uitvoeren van analyses
- Alerting module instellen

4.2 Core

De basis van de core is het verzamelen van data en het analyseren van deze data.

4.2.1 Monitoring

Door middel van zoektermen die opgegeven worden via de UI (zie het hoofdstuk UI) worden de sociale media gemonitord. De data die hier uit volgt wordt vervolgens naar de analyseer module gestuurd. Deze data moet bekeken kunnen worden via de UI. Het kan zijn dat de data niet rechtstreeks inzichtelijk is via de monitoring module, maar alleen via de analyseer module.

De core monitoring module gaat vooraf ingestelde sites af en kijkt of deze sites de zoektermen bevatten die zijn ingesteld via de UI.

4.2.2 Analyseren

De analyseer module verwerkt de data die bij het monitoren is gevonden. Tijdens het analyseren kan bijvoorbeeld het sentiment bepaald worden. Ook moet er in de analyseer module gekeken worden wat er met een bepaald bericht moet gebeuren. Als er een bepaald trefwoord gevonden wordt moet dit bericht doorgestuurd worden naar de alerting services.

Het analyseren moet vrij flexibel zijn. Dat wil zeggen dat het eenvoudig moet zijn om het analyseren aan te passen. Sommige analyses kunnen al gedaan worden door de core. Andere analyses moeten uitgevoerd worden (ook door de core) als de user er omvraagt.

Ook is het belangrijk dat via de analyse module het aantal false positieve³ terug gebracht kunnen worden door bijvoorbeeld bepaalde trefwoorden te negeren als deze in combinatie met de echte zoektermen gevonden worden.

4.2.3 Alerting

Als er vanuit de analyseer module een bericht komt waar aandacht voor vereist is, dan zal de alerting module dit kenbaar maken aan de gebruiker. De alerting module is dus voornamelijk bedoeld om bij bepaalde trefwoorden (of combinaties van trefwoorden een alert te sturen naar de gebruiker.

³ berichten waar de trefwoorden inzitten, maar niet relevant zijn. Als je bijvoorbeeld op apple zou zoeken vind je zowel apple (het merk) en apples (fruit) terwijl je misschien alleen wat over apple (het merk) wilt weten

5 Usecases

In dit hoofdstuk worden use cases voor sociale media beschreven, oftewel een aantal voorbeeld hoe sociale media gebruikt kan worden. Dit gaat voornamelijk om use cases die betrekking hebben op het monitoring van sociale media.

5.1 Mentions vinden

Bij Winitu willen de meeste bedrijven sociale media monitoren op hun naam. Bijvoorbeeld de dochteronderneming iGilde zal graag willen weten als de naam igilde ergens genoemd zou worden. Met Google Alerts is dit al mogelijk, maar deze loopt achter of deze geeft vele false positives. Graag zou iGilde de mentions overzichtelijk terug willen vinden. Dit zelfde geldt ook voor de andere ondernemingen. Vragen die ook meetellen zijn: waar wordt ik genoemd? En in welke context? De oplossing hoeft deze vragen niet te beantwoorden, maar vanuit de oplossing moet het wel mogelijk zijn om door te klikken naar de bron.

Mentions vinden is eenvoudig te releaseren. Laat de oplossing zoeken naar trefwoorden. In dit geval zullen deze trefwoorden zijn: de bedrijfsnamen. Voeg aan deze trefwoorden nog een rijtje met trefwoorden toe waarop niet gemonitord moet worden (woorden die niet relevant zijn).

5.2 Wat speelt er in de markt?

Wat is hot in de markt? Waar spreken veel mensen over op sociale media? Dat zijn vragen die beantwoord moeten worden met het monitoren van de berichtenstroom op sociale media. Door zoektermen in te stellen kunnen deze topics gevonden worden. Bijvoorbeeld als een bepaald trefwoord heel veel genoemd wordt zal dit gaan opvallen.

Om echt inzichten te krijgen in de markt zullen er behoorlijk wat zoektermen ingesteld moeten worden. Deze zoektermen zullen ook zo af en toe veranderen. Als er bijvoorbeeld een nieuwe techniek voor glasvezel uitkomt moet deze term in de zoek engine opgenomen worden.

5.3 Leads generen

Mensen zoeken steeds vaker via sociale media naar (bijvoorbeeld) een dienstverlener. Ze stellen bijvoorbeeld een vraag op een forum.

“Ik ben op zoek naar een VOIP dienst die afrekeningen doet per minuut. Kan iemand hierover een advies geven?”

Het kan interessant zijn om hier op in te spelen. Maar voordat je er op in kan spelen, moet de vraag eerst opgevangen worden. Door zoektermen in te stellen kan je ze vinden. Zoek bijvoorbeeld op:

- ‘VOIP’
- ‘Dienst’
- ‘Advies’

Hierdoor kan je deze vragen vinden. Er zitten wel wat risico's aan. Niet op elk forum wordt het gewaardeerd als je als bedrijf reageert op dit soort vragen. Veel forum bezoekers zijn namelijk op zoek naar een onafhankelijk advies (en als bedrijf geef je dit natuurlijk niet).

5.4 Reputatie, vraagbaak

Via sociale media kan je ook werken aan je reputatie. Je monitort op bepaalde zoektermen die gerelateerd zijn aan jouw vakkennis. Als er op deze zoektermen een hit komt en het gaat om een vraag waar je het antwoord op weet, dan kan je op deze vraag reageren. Je geeft dan een professioneel antwoord en noemt aan het einde van je bericht dat je werkzaam bent voor jouw bedrijf. Op die manier werk je aan de reputatie van het bedrijf. Het geeft het bedrijf namelijk een professionele uitstraling. Ook probeer je niks te verkopen, je helpt mensen met het oplossen van een probleem en je zet de naam in hun geheugen. Als ze het later weer eens tegenkomen denken ze weer terug aan je behulpzaamheid en worden dus positief geprikkeld.

5.5 Klantenservice

Sociale media heeft een lagere drempel dan een telefoonnummer bellen. Uit de praktijk (KLM, Vodafone, Hema etc) blijkt dat mensen veel sneller een vraag stellen via sociale media. Door een klantenservice aan te bieden via sociale media bespaar je de telefonische helpdesk veel tijd. Korte vragen worden gesteld via sociale media die beantwoord kunnen worden wanneer het ze uitkomt. Mocht het toch nodig zijn dat er contact gezocht wordt via de telefoon kan je dit altijd regelen.

5.6 Concurrenten in de gaten houden

Bedrijven worden steeds actiever op sociale media, ook plaatsen veel bedrijven wijzigingen aan bijvoorbeeld het beleid op het sociale media (om het aan hun klanten te melden). Deze concurrenten kan je dus in de gaten gaan houden. Voeg de bedrijfsnaam van de concurrent toe aan je monitoring en je zult de wijzigingen zien.

5.7 Product ontwikkeling

Via sociale media kan je eenvoudig een bericht sturen naar vele klanten. Vlak voordat er een feature gereleased wordt vraag feedback op deze feature via sociale media. Door de sociale media te gebruiken als crowd source platform kan je samen met je klanten je producten en diensten verbeteren. M.b.v. de oplossing kan deze berichten eenvoudig naar verschillende media sturen en eventueel analyseren waar nodig.

5.8 Reclame maken

Via sociale media kan je ook reclame maken voor jouw product of diensten. Via de oplossing kan je eenvoudig de campagne naar verschillende media sturen zonder dat je op elk medium apart moet inloggen.

Een mooie toevoeging op de oplossing zou zijn, als deze ook de mogelijkheid heeft om je klanten database uit te lezen. Dat zou je specifieke klanten een bericht kunnen sturen. (in je database moet je dan wel bijhouden welke sociale media een klant gebruikt en wat zijn of haar gebruikersnaam daar is).

5.9 Nieuws volgen

Vele nieuws sites plaatsen hun nieuws items ook op hun sociale media. Door deze te monitoren krijg je ook nieuws items in de applicatie te zien. Op die manier krijg je één duidelijk overzicht van alle nieuws items.

6 Koppeling Applicaties

In dit hoofdstuk word de koppeling met de verschillende applicaties beschreven. Zowel interne koppeling (koppeling tussen de UI en de core monitoring module) als koppeling met externe applicaties.

6.1 Losse modules

Uit de analyse van eisen is gebleken dat wens is dat alles in één oplossing zit. Met 'alles' wordt bedoeld:

- Analyseren
- Monitoring
- Anticiperen
- Alerting

Het kan zijn dat er gekozen wordt voor meerdere oplossing, bijvoorbeeld een oplossing die monitoring en analyse uitvoert en een andere oplossing die de alerting en het anticiperen op zich neemt. Mocht dit het geval zijn, dan zullen beide oplossingen wel met elkaar kunnen communiceren. Dit is niet vereist, maar geeft wel meer mogelijkheden voor functionaliteit.

Als je bijvoorbeeld via het monitoring een bepaald bericht krijgt waar je op zou willen anticiperen, dan is het handig als je bij dit zelfde bericht je de anticipeer oplossing eenvoudig kan terugvinden of dat je vanuit de monitoring oplossing met 1 click de anticipeer oplossing kan starten.

Voor alerting is koppeling wel vereist, hoe moet de alerting module weten dat er een alert verstuurd moet worden als hij niet bij de gemonitorde data kan?

6.2 Klantendatabase

Omdat er steeds meer via sociale media gecommuniceerd wordt tussen bedrijven en klanten, wordt het steeds handiger om bij te gaan houden welke media door klanten worden gebruikt en welke gebruikersnaam de klanten hebben op deze media. Door deze gegevens op te slaan in de klantendatabase zou een applicatie deze gegevens uit kunnen lezen. Op die manier zou je dus een groep klanten (of één klant) via de oplossing aan kunnen spreken.

6.3 TV-Scherm

Bij de ingang van het Winitu kantoor hangt een televisie scherm dat (interne) nieuwe berichten weergeeft. Momenteel staan er (bijna) geen nieuws items op de TV simpel weg omdat ze via een eigen interface berichten er op moeten plaatsen. Deze interface wordt momenteel beheerd door één medewerker. Terwijl er meerdere medewerkers graag items op zouden willen (/kunnen) zetten. Door dit tv scherm te koppelen met de sociale media die Winitu heeft wordt het televisie scherm automatisch gevuld met content en vereist het weinig beheer. Deze functie hoeft niet per se geleverd te worden door de sociale media oplossing en zal waarschijnlijk in eigen beheer moeten worden ontwikkeld. Het is echter een mooi medium om de real-time monitoring oplossing resultaten te tonen.

Bijlage II MoSCoW Analyse

	Tracebuzz	Finchline	Radian 6	Alterian SM2	Scoutlabs	Tattler
Monitoren op vooraf ingesteld trefwoorden	5	5	5	5	5	5
Flexibele trefwoorden	5	5	5	5	5	2
Voorkomen van false positives	4	5	5	5	5	4
Flexibel in de bronnen die gemonitord worden	3	4	5	4	4	5
Analyseren van gemonitorde gegevens	5	5	5	5	5	3
Bepalen klanttevredenheid op sociale media	2	5	5	5	5	0
Nederlandse taal herkennen	0	5	5	5	3	0
Interface						
Overzicht gevonden items	5	4	5	5	5	5
Uitvoer analyses	5	5	5	5	3	3
Per gebruiker instelbaar	5	2	5	4	4	0
Meerdere accounts	5	0	5	5	5	5
Mobiele toegankelijk	5	3	4	3	3	3
Berichten naar meerdere media kunnen sturen	5	2	5	4	0	0
Sociale media per bericht instelbaar	3	5	5	5	0	0
Sociale media minimaal ondersteund	4	3	5	5	0	0
Alerts						
Alerts geven bij bepaalde zoektermen	5	5	5	5	3	3
Alert kunnen geven via e-mail	5	5	5	5	5	5
Alert kunnen geven bij een relevant trending topic	2	2	5	0	0	0
Prio bepaling alerts	0	0	3	0	0	0

OpenSource	0	0	0	0	0	5
Extra ondersteunde sociale media						
Mogelijkheid koppeling klantendatabase	5	0	5	0	0	1
Automatisch medewerkers tags plaatsen	5	0	5	0	0	0
Integratie sociale media met TV scherm	5	5	5	4	4	4
Sociale media						
Twitter	5	5	5	5	5	5
Linkedin	5	5	5	5	5	5
Facebook	5	5	5	5	5	3
Google+	3	3	5	5	5	3
Foursquare	3	3	5	5	5	5
Interne sociale media	0	0	5	0	0	3
Fora	5	5	5	5	5	3
YouTube	5	5	5	5	5	3
Tumblr	5	5	5	5	5	5
Pinterest	5	5	5	5	5	5
Kosten	2	4	0	1	1	5
	Tracebuzz	Finchline	Radian 6	Alterian SM2	Scoutlabs	Tattler

Bijlage III Beoordelingstabel

	TraceBuzz	Finchline	Radian 6	Alterian SM2	Scoutlabs	Tattler
Monitoren op vooraf ingesteld trefwoorden	90	90	90	90	90	90
Flexibele trefwoorden	80	80	80	80	80	32
Voorkomen van false positives	72	90	90	90	90	72
Flexibel in de bronnen die gemonitord worden	45	60	75	60	60	75
	0					
Analyseren van gemonitorde gegevens	60	60	60	60	60	36
Bepalen klanttevredenheid op sociale media	22	55	55	55	55	0
Nederlandse taal herkennen	0	60	60	60	36	0
Interface						
Overzicht gevonden items	90	72	90	90	90	90
Uitvoer analyses	55	55	55	55	33	33
Per gebruiker instelbaar	55	22	55	44	44	0
Meerdere accounts	70	0	70	70	70	70
Mobiele toegankelijk	60	36	48	36	36	36
Berichten naar meerdere media kunnen sturen	75	30	75	60	0	0
Sociale media per bericht instelbaar	42	70	70	70	0	0
Sociale media minimaal ondersteund	72	54	90	90	0	0
Alerts						
Alerts geven bij bepaalde zoektermen	90	90	90	90	54	54
Alert kunnen geven via e-mail	80	80	80	80	80	80
Alert kunnen geven bij een relevant trending topic	24	24	60	0	0	0
Prio bepaling alerts	0	0	36	0	0	0

OpenSource	0	0	0	0	0	10
Extra ondersteunde sociale media						
Mogelijkheid koppeling klantendatabase	25	0	25	0	0	5
Automatisch medewerkers tags plaatsen	45	0	45	0	0	0
Integratie sociale media met TV scherm	70	70	70	56	56	56
Sociale media						
Twitter	90	90	90	90	90	90
Linkedin	85	85	85	85	85	85
Facebook	45	45	45	45	45	27
Google+	36	36	60	60	60	36
Foursquare	18	18	30	30	30	30
Interne sociale media	0	0	40	0	0	24
Fora	70	70	70	70	70	42
YouTube	15	15	15	15	15	9
Tumblr	15	15	15	15	15	15
Pinterest	15	15	15	15	15	15
	0					
Kosten	300	600	0	150	150	750
Eind score	68	75	69	65	54	67
TraceBuzz Finchline Radian 6 Alterian SM2 Scoutlabs Tattler						

Bijlage VI Definitie van Eisen

Tijdens de analyse fase zijn alle bedrijfsonderdelen geïnterviewd, uit deze interviews zijn een aantal eisen & wensen gekomen. Deze zijn beschreven in dit document.

Overzicht eisen

1	Monitoren op vooraf ingesteld trefwoorden	2
1.1	Flexibele trefwoorden	2
1.2	Voorkomen van false positives.....	2
1.3	Flexibel in de bronnen die gemonitord worden.....	2
2	Analyseren van gemonitorde gegevens	2
2.1	Bepalen klanttevredenheid op sociale media	2
2.2	Nederlandse taal herkennen	2
3	Interface	2
3.1	Overzicht gevonden items.....	3
3.2	Uitvoer analyses	3
3.3	Per gebruiker instelbaar	3
3.4	Meerdere accounts	3
4	Sociale media minimaal ondersteund	3
5	Alerts	3
5.1	Alert kunnen geven bij bepaalde zoektermen	3
5.2	Alert kunnen geven via e-mail.....	3
6	Pre's.....	3
6.1	Alert kunnen geven bij een relevant trending topic	3
6.2	Prio-bepaling Alerts	4
6.3	Mobiel toegankelijk.....	4
6.4	Geen SaaS, maar binary client.....	4
6.5	OpenSource	4
6.6	Extra ondersteunde populaire sociale media.....	4
6.7	Mogelijkheid om te koppelen met klantendatabase	4
6.8	Automatisch medewerkers tags plaatsen	4
6.9	Sociale media intern.....	4
6.10	Integratie sociale media met TV scherm	4

6.11	Berichten naar meerdere media kunnen sturen.....	5
6.11.1	Sociale media per bericht instelbaar	5

1 Monitoren op vooraf ingesteld trefwoorden

De oplossing moet in staat zijn om te monitoren op vooraf ingestelde trefwoorden. Bijvoorbeeld monitoren op 'Winitu' (wat er verder met deze gegevens moet gebeuren wordt in een later hoofdstuk beschreven.)

1.1 Flexibele trefwoorden

De trefwoorden waar op gemonitord moet worden, moeten flexibel instelbaar zijn. De trefwoorden kunnen bijvoorbeeld gebruikt worden om concurrenten te monitoren. Deze concurrenten kunnen veranderen, dat betekend dat de trefwoorden ook zullen moeten veranderen.

1.2 Voorkomen van false positives

De oplossing moet in staat zijn om het aantal false positives zo laag mogelijk te houden. Dit om te voorkomen dat de gebruiker eindeloos door false positives moet gaan, voordat hij bij de relevante berichten komt.

1.3 Flexibel in de bronnen die gemonitord worden

Internet is een vluchtig medium, het ene moment is een website hot en een moment later spreekt niemand mee over deze website. Daarom is het belangrijk dat de bronnen flexibel instelbaar zijn. Met de bronnen wordt bedoeld de websites en media die gemonitord worden.

2 Analyseren van gemonitorde gegevens

De gevonden berichten moeten ook geanalyseerd kunnen worden.

2.1 Bepalen klanttevredenheid op sociale media

Via de oplossing moet het ook mogelijk zijn om te kunnen analyseren wat klanten vinden van de diensten van Winitu. Dit houdt in het bepalen of een bericht positief of negatief is.

2.2 Nederlandse taal herkennen

Om false-positives te voorkomen moet de oplossing instaat zijn om de Nederlandse taal te herkennen. Het woord 'Wisper' komt namelijk voor in bijvoorbeeld het Engels (wel is weer net iets anders geschreven namelijk: Whisper), om te voorkomen dat er vele hits komen op deze naam (en de kans dus groter is dat relevante hits gemist worden), is het nodig dat de oplossing Nederlands herkent. Als je kan filteren op het Nederlands kan het aantal false positives dus gereduceerd worden.

3 Interface

De interface moet een dashboard achtige opstelling zijn, waarmee eenvoudig elementen veranderd kunnen worden.

3.1 Overzicht gevonden items

De interface moet een overzicht kunnen geven van de gevonden berichten.

3.2 Uitvoer analyses

De uitvoer van analyses moet via de interface bekeken kunnen worden.

3.3 Per gebruiker instelbaar

De interface moet per gebruiker instelbaar zijn.

3.4 Meerdere accounts

De interface moet toegankelijk zijn met meerdere accounts. Elke gebruiker moet met een eigen account kunnen inloggen. Er moet dus niet 1 centraal account komen. Anders kan je de interface niet per gebruiker instellen.

4 Sociale media minimaal ondersteund

De oplossing moet de volgende sociale media minimaal ondersteunen:

- Twitter
- LinkedIn
- Facebook
- Google+
- Fora (monitoring)

Zoals eerder beschreven moeten deze eenvoudig uitgebreid kunnen worden. De sites die hot zijn veranderen snel en vaak, dus een oplossing die hier niet op voorbereid is valt af.

5 Alerts

De oplossing moet de mogelijkheid hebben om alerts te kunnen versturen, met alerts wordt een berichtje bedoeld waarmee de gebruiker op de hoogte wordt gesteld van een bepaalde gebeurtenis (bijvoorbeeld het vinden van een topic).

5.1 Alert kunnen geven bij bepaalde zoektermen

5.2 Alert kunnen geven via e-mail

6 Pre's

In dit hoofdstuk staan alle eisen beschreven die een pre voor de oplossing is, maar deze zijn geen vereisten (oftewel de wensen).

6.1 Alert kunnen geven bij een relevant trending topic

Als een bepaald relevant topic 'hot' (er ontstaat een enorme berichtenstroom over dit onderwerp) moet er een alert gestuurd worden om de gebruiker van deze gebeurtenis op de hoogte te stellen.

6.2 Prio-bepaling Alerts

Het is soms nodig dat er gelijk geacteerd wordt op een bepaald bericht. Door het belang van een bericht te bepalen, kan er bepaald worden of een bericht gelijk actie vereist.

6.3 Mobiel toegankelijk

Als een gebruiker niet bij een vaste werkplek kan (of geen laptop bij de hand heeft) is het handig als de applicatie ook toegankelijk is vanaf een mobiel platform (GSM, Tablet etc). Mogelijke oplossingen voor deze wens zijn: mobiele site, mobiele applicatie of een site die compatible is met mobiele browsers.

6.4 Geen SaaS, maar binary client

Een lokale client is handiger in gebruik, deze kan je bijvoorbeeld op de achtergrond laten draaien. Een website sluit je makkelijk 'per ongeluk' af. Ook is het login proces van een lokale client makkelijker omdat je dit eventueel kan koppelen met het windows account.

6.5 OpenSource

Bij Winitu is er de voorkeur voor een opensource oplossing, zodat de applicatie eventueel aan de eisen en wensen aangepast kan worden.

6.6 Extra ondersteunde populaire sociale media

- Foursquare
- YouTube
- Tumblr
- Pinterest

6.7 Mogelijkheid om te koppelen met klantendatabase

Waarom nog nieuwsberichten via de e-mail versturen als de meeste mensen zich op sociale media bevinden? Door het koppelen van de applicatie met een klantendatabase kunnen er eenvoudig berichten verstuurd worden naar al je klanten.

6.8 Automatisch medewerkers tags plaatsen

Door gebruik te maken van medewerkers tags (een 2 letterige aanduiding per medewerker) krijgt een klant een persoonlijke gevoel bij het ontvangen van een bericht via sociale media. Het is eigenlijk het zelfde als een handtekening onder een e-mail. Dit kan natuurlijk handmatig gedaan worden, maar mocht een applicatie dit automatisch kunnen is het een plus punt.

6.9 Sociale media intern

De mogelijkheid om de oplossing te koppelen aan het sociale media intern (Yammer) is een pre.

6.10 Integratie sociale media met TV scherm

De mogelijkheid om de oplossing (alle sociale media) te koppelen met het TV scherm (wat bij de ingang van Winitu hangt). Op dit scherm worden normaal nieuwsitems geplaatst, maar momenteel moet dit handmatig gebeuren. Graag ziet Winitu dat dit scherm automatisch gevuld wordt met content. Deze content kan vanaf de sociale media gehaald worden.

6.11 Berichten naar meerdere media kunnen sturen

Berichten kunnen plaatsen op sociale media via de web interface is een wens. Helemaal als dit een koppeling biedt tussen de sociale media (bijvoorbeeld met één druk op de knop een bericht naar Facebook, Google+ en Twitter).

6.11.1 Sociale media per bericht instelbaar

Wanneer er een bericht gestuurd wordt naar de sociale media, moet het mogelijk zijn om te kiezen naar welke media het bericht gestuurd wordt.