

“Personal data – digital data created by and about people – is generating a new wave of opportunity for economic and societal value creation.”
 World Economic Forum

Data is de nieuwe olie

We bewegen ons naar een ‘Web van de wereld’ waar mobiele communicatie, sociale technieken en sensoren mensen, het Internet en de fysieke wereld verbindt in één groot netwerk. Waar data verzameld wordt over wie we zijn, wat we weten, waar we zijn en geweest zijn, waar we naar toe gaan. Door deze data te analyseren, kunnen we begrijpen en zelfs voorspellen waar mensen hun aandacht aan gaan geven, hoe ze gaan acteren als persoon maar ook als groep.

Dit is in het kort de conclusie van een onderzoek van de World Economic Forum in januari 2011.

Als HippoLine maken we deze trend graag tastbaar en hebben we de proef op de som genomen door de data beschikbaar te maken. Bronnen als google analytics, Facebook, Twitter en LinkedIn ontsluiten en combineren op een heldere en toegankelijke wijze is daarin onze missie.

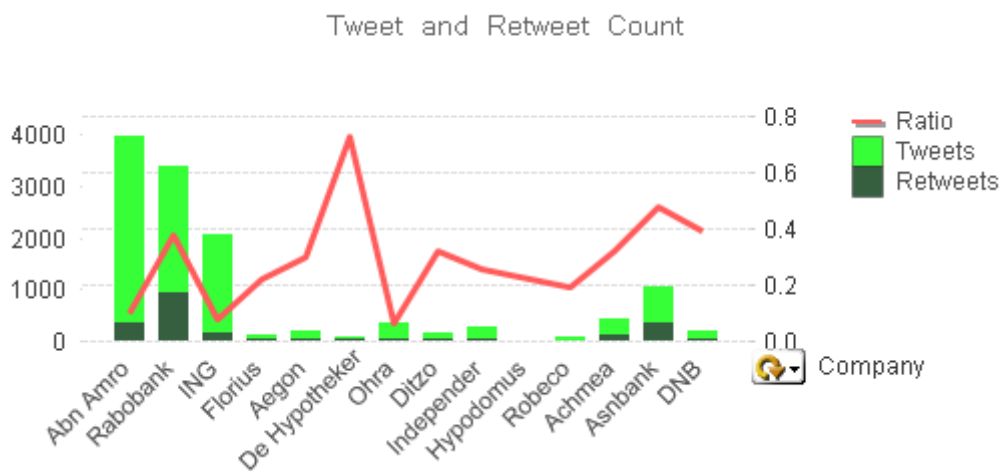
Wist u dat?



Abn Amro het actiefst twitter? Maar dat de ASN bank de hoogste kloutscore, ofwel het meeste invloed heeft? En dat De Hypotheker het vaakst wordt geretweet? Aegon het meeste met beeldmateriaal werkt op Facebook maar dat ABN AMRO de hoogste comment ratio heeft?

De Social Media Scan

In een oogopslag zien hoe andere financiële instellingen gebruik maken van social media. HippoLine heeft een scan ontwikkeld waarmee u kunt zien wie wat over u of uw onderneming [twittert of meldt op Facebook](#). Zo ziet u wat er speelt in de markt, waar uw concurrent zich mee bezig houdt en wat klanten daarvan vinden en daarop reageren.



Grip op informatie

Er is zo ontzettend veel informatie voor handen. Wie tweet het meest, maar ook welke tweets worden overgenomen. Wat vinden uw klanten, wat zijn hun ervaringen en klachten. Welke financiële

organisatie is in staat het **slimste** hier mee om te gaan? Maar ook welke onderwerpen leven er onder consumenten. Allemaal informatie waarmee u uw organisatie naar een hoger niveau kunt brengen.

Slim combineren

Tools zijn er genoeg om informatie van Twitter of Facebook over uw organisatie te halen. Maar juist de kracht van de totale **benchmark**, geeft meerwaarde. Niet alleen binnen een bepaald medium zoals Facebook maar door het combineren van bronnen. Is een toename van het aantal nieuwe klanten het gevolg van een actie op Facebook? Wordt een stijging van het aantal bezoekers op uw internetpagina vertaald in retweets? Welke onderwerpen binnen de financiële wereld zijn **trending** en spelen we daar als organisatie op in of missen we de boot en zien we de concurrent die dat wel kan?

Techniek is geen beperking meer. Integendeel zelfs, de techniek biedt nu de mogelijkheden om als manager te sturen en de laatste informatie snel en eenvoudig voorhanden te hebben.

Nieuwsgierig?

Vraag snel een **testaccount** (info@hippoline.nl) aan of kijk op www.hippoline.nl