

Markaların itibarını ölçen 'Dijital Karne'

Ondokuz Mayıs Üniversitesi (OMÜ) Mühendislik Fakültesi Bilgisayar Mühendisliği Bölümü Dr. Öğretim Üyesi İsmail İşeri, kurum ve markaların dijital dünyadaki itibarını takip etmelerini sağlayan yapay zeka destekli bir sistem geliştirdi

OMÜ Bilgisayar Mühendisliği Bölümü Dr. Öğretim Üyesi İsmail İşeri ve ekibi tarafından geliştirilen SentiTracer, yapay zeka desteğiyle markalar, kurumlar veya bireyler hakkında dijital dünyada yapılan yorumları analiz ederek itibar yönetimini kolaylaştırıyor. Sistem, sosyal medya ve haber kaynaklarından aldığı verileri anlık olarak tarıyor, içerikleri pozitif veya negatif olarak sınıflandırıyor. Markaların dijital dünyadaki konumlarını ölçen 'Dijital Karne' sunuyor. Kullanıcılar, hangi platformda nasıl bir algıya sahip olduklarını görebilirken, sistem otomatik veri takibi ve trend analizi gibi özellikler de sağlıyor. 5 farklı dilde geliştirilen ürün, kısa süre önce kullanıma sunulurken, markaların yoğun ilgisiyle ticarileşme sürecine girdi.

İTİBAR TAKİBİ YAPAN BİR ÜRÜN GELİŞTİRDİK

Geliştirdikleri ürünün diğer ürünlerden çok farklı olduğunu belirten Dr. İsmail İşeri, "2021 yılından beri farklı alanlarda yazılımlar geliştiriyoruz. Bu proje kapsamında da sosyal medya ve itibar takibi yapan yapay zeka destekli bir ürün geliştirdik. SentiTracer ismini verdiğimiz bu ürün internet dünyasında oluşan haberleri ve sosyal medya paylaşımlarını toplayarak bir kurum, bir marka veya bir tanınmış kişilik hakkında yapay zeka ile veri analizi yapıp, bir itibar takibini online ve dijital olarak yapabileme imkanı sunuyor. Ürünümüzün

piyasadaki rakiplerinden farklı üstün yönleri var. Bu üstün yönlerden en önemlisi tabii ki yapay zeka özelliğini barındırması ama yapay zeka içerisindeki kullanma şekliyle alakalı. Örneğin verirken, bir kurum hakkında oluşan dataları bizim ürünümüz anlık olarak çekiyor. Daha sonra bunları pozitif ve negatif olarak ayırıyor yapıyor. Oluşan negatif datanın içerisinde ilgili kurum, marka veya kişinin hangi konularda negatif, hangi konularda pozitif olduğunu ortaya çıkarıyor" dedi.

MARKALARA DİJİTAL KARNE

Geliştirdikleri ürünün kurum ve markaların dijital karnesini oluşturduğunu ifade eden İşeri, "Aslında biz dijital karne üretiyoruz. Dijital karne sayesinde anlık olarak bir kurum veya bir marka kendisinin dijital dünyada hangi durumda olduğunu görüyor. Dijital karneye kanal bazlı olarak da bakılabilir. Örneğin pozitif veya negatif anlamda, instagram'da hangi

durumdayız, X'de hangi durumdayız. Dolayısıyla kanallardaki karnesizi gördüğünüz zaman kendi paylaşımlarınızı veya müşterilerinizin sizinle alakalı yazmış olduğu postları takip ederek müşterilerinizi daha iyi anlamanızı sağlıyor. Markanızı, kurumunuzu ya da kişiliğinizi dijital dünyada daha iyi yönetme imkanı da getiriyor. Bunun yanında otomatik veri gönderme özelliği de var. Siz verilerini bir defa girdiniz, analizinizi yaptınız. Bunu sisteme girip her defasında yapmak yerine belirlediğiniz zaman aralığında yani 15 dakikada, 30 dakikada ya da saat başı sosyal medyayı tarayıp, datanızı alıp, pozitif veya negatif etiketlemenizi yapıp, konu analizlerinizi çıkarıp size datayı temiz bir şekilde sunuyor. Uzun metinlerde de yapay zekada özetleme yapabiliyor" dedi.

DHA

