

## Social Media Analytics bei Hotelportalen

Information Discovery kommt zum Einsatz, um Nutzerbewertungen in großen Mengen in einem Internetportal automatisch auszuwerten und einzelne Aussagen hinsichtlich ihres Sentiments (positiv/negativ) zu bewerten.

### Hotelbewertungen

Portalnutzer haben die Möglichkeit, die von ihnen gebuchten Hotels im Internet zu bewerten. Hierzu dient ein Textfeld, in welches sie ihre Aussagen und Einschätzungen in Form von Freitext eingeben können. Monatlich kommen so einige Tausend Hotelbewertungen zustande.

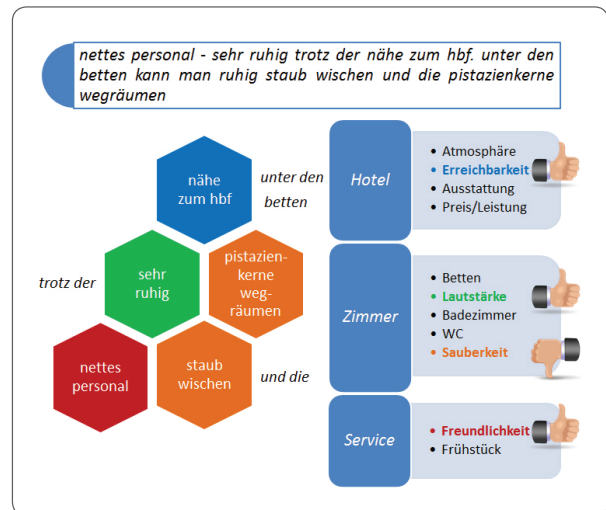
### Ausgangslage

Hotelportale haben ein großes Interesse, diese großen Datensammlungen aufzubereiten, um dem Nutzer ein Höchstmaß an Transparenz über das von ihm gewählte Hotel in übersichtlicher Form zu bieten. Insbesondere sollen die Analysen imstande sein, folgende Fragen gemittelt über etliche textbasierte Einzelbewertungen zu beantworten:

- Welches Hotel wurde von den meisten Besuchern positiv/negativ bewertet?
- Welche sind die Kategorien, durch die sich ein Hotel besonders von den anderen abhebt?
- Nimmt die bewertete Qualität/Kategorie für ein bestimmtes Hotel mit der Zeit zu oder ab?

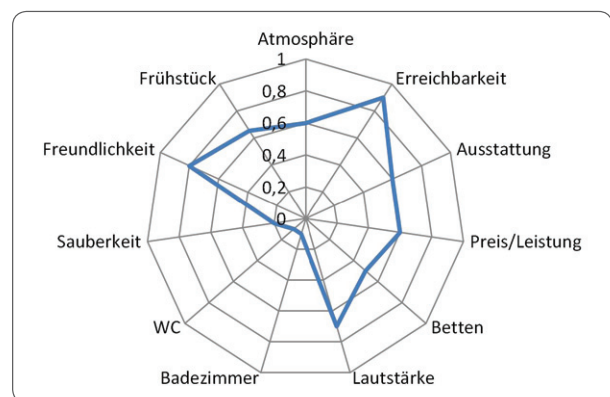
### Umsetzung

Zum Einsatz kommt Averbis Social Media Analytics. Die Software ist besonders gut dazu geeignet, auch ungrammatische Aussagen frei konfigurierbaren Kategorien zuzuweisen. Gleichzeitig wird zu jeder identifizierten Wertung die jeweilige Polarität ermittelt.



### Ergebnis

Indem Einzelaussagen tausender Nutzerbewertungen klassifiziert und automatisch bewertet wurden, sind vielfältige statistische Auswertungen mit typischen Methoden des Data Mining realisierbar.



Das Beispiel zeigt ein offensichtlich durchschnittliches Hotel mit sehr guter Verkehrsanbindung und Defiziten bei der Sauberkeit. Bemerkenswerter Weise dienten als Datengrundlage für diese Auswertung ausschließlich die textbasierten Nutzerbewertungen.