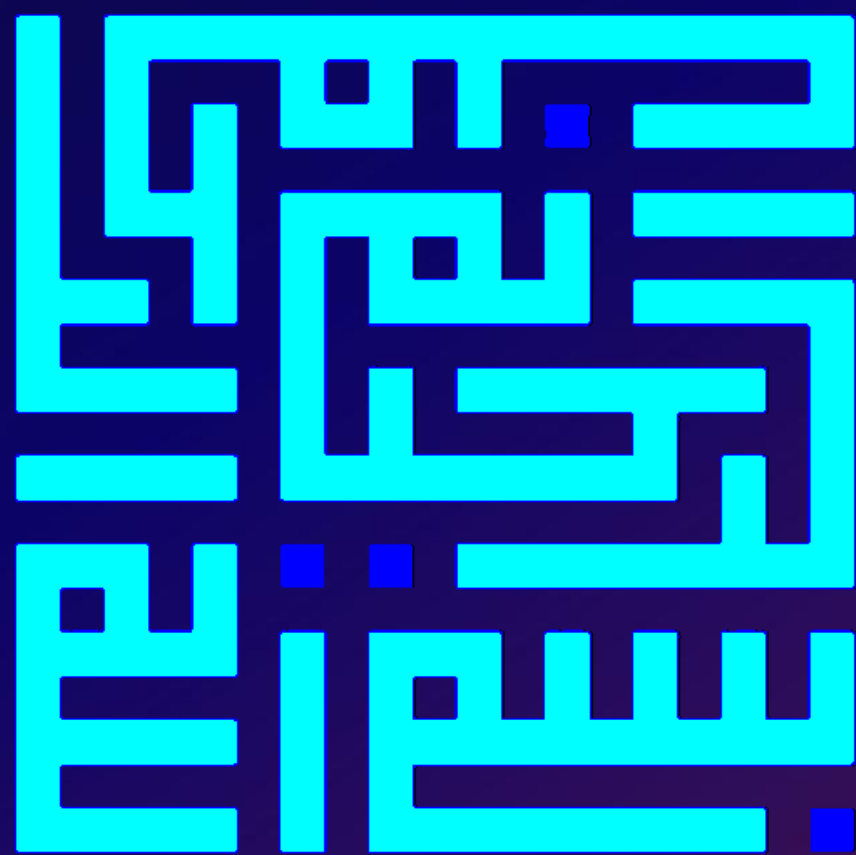


توجه

در راستای رعایت اصول حرفه‌ای، اخلاقی و حفظ امانتداری و محرمانگی اطلاعات، تنها گزیده‌ای محدود از بخش‌هایی از چند گزارش پیشین در این فایل ارائه شده است. هدف از این انتخاب، صرفاً آشنایی مخاطب با نوع داده‌ها، ساختار تحلیل و محورهای مورد بررسی در گزارش‌ها بوده است. شایان ذکر است که در جهت صیانت از حقوق اشخاص حقیقی و حقوقی، تمامی نام‌های مرتبط با سازمان‌ها، برندها، شخصیت‌ها، کمپین‌ها و سایر اطلاعات حساس، از این نسخه حذف یا به صورت کامل پوشانده شده است. طبیعتاً نسخه کامل گزارش‌ها صرفاً در چارچوب توافقات محرمانگی و با رعایت ملاحظات قانونی قابل ارائه خواهد بود.

گزارش تصویر برند



درباره هگزا



«هگزا»، یک شرکت پویا در چرخه کلان داده کشور است که در دو بخش: علم داده و شبکه (Data Science) و تحلیل داده (Data analysis) مشغول به فعالیت و ارائه راهحل است.

هدف «هگزا»، بهره‌گیری از علم، دانش و فناوری در حوزه کلان داده‌ها است تا بتواند با کاربردی کردن علوم اجتماعی و انسانی، تحلیل و بررسی‌های کاربردی، بهره‌گیری از دانش مهندسی و ... هر روز گامی در راستای زندگی هوشمند، برتر و فناورانه بردارد.

برخی مشتریان ما



تیم ما چه تخصص‌هایی دارند؟

رشته‌های تحصیلی اعضا

مدیریت رسانه

علوم ارتباطات اجتماعی

جامعه‌شناسی

جمعیت‌شناسی

هوش مصنوعی

آی تی

علوم سیاسی

اقتصاد

مدیریت

مهندسی صنایع

گرافیک

و ...



HEXA

www.hexadata.ir

برخی توانمندی‌های کار با کلان داده فضای مجازی



برخی توانمندی‌های فنی و ابزاری



توسعه روش‌های تحلیل کلان داده شبکه اجتماعی



پدیدارشناسی

استفاده از روش‌های پژوهش پدیدارشناسی برای تحلیل عمیق مسائل اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی



تحلیل شبکه

استفاده از علم شبکه و گراف برای تحلیل مسائل اجتماعی



نشانه‌شناسی

استفاده از دانش نشانه‌شناسی برای تفسیر کلان داده فضای مجازی و توسعه تکنیک‌های جدید

تحلیل گفتمان



توسعه تکنیکی روش‌های تحلیل گفتمان برای هماهنگی در با کلان داده شبکه‌های اجتماعی



SWOT

توسعه روش‌های داده محور برای حل مسائل شرکت‌ها و سازمان‌ها بر اساس علم مدیریت و استفاده از داده‌های شبکه‌های اجتماعی و درون سازمانی



سناریو نویسی

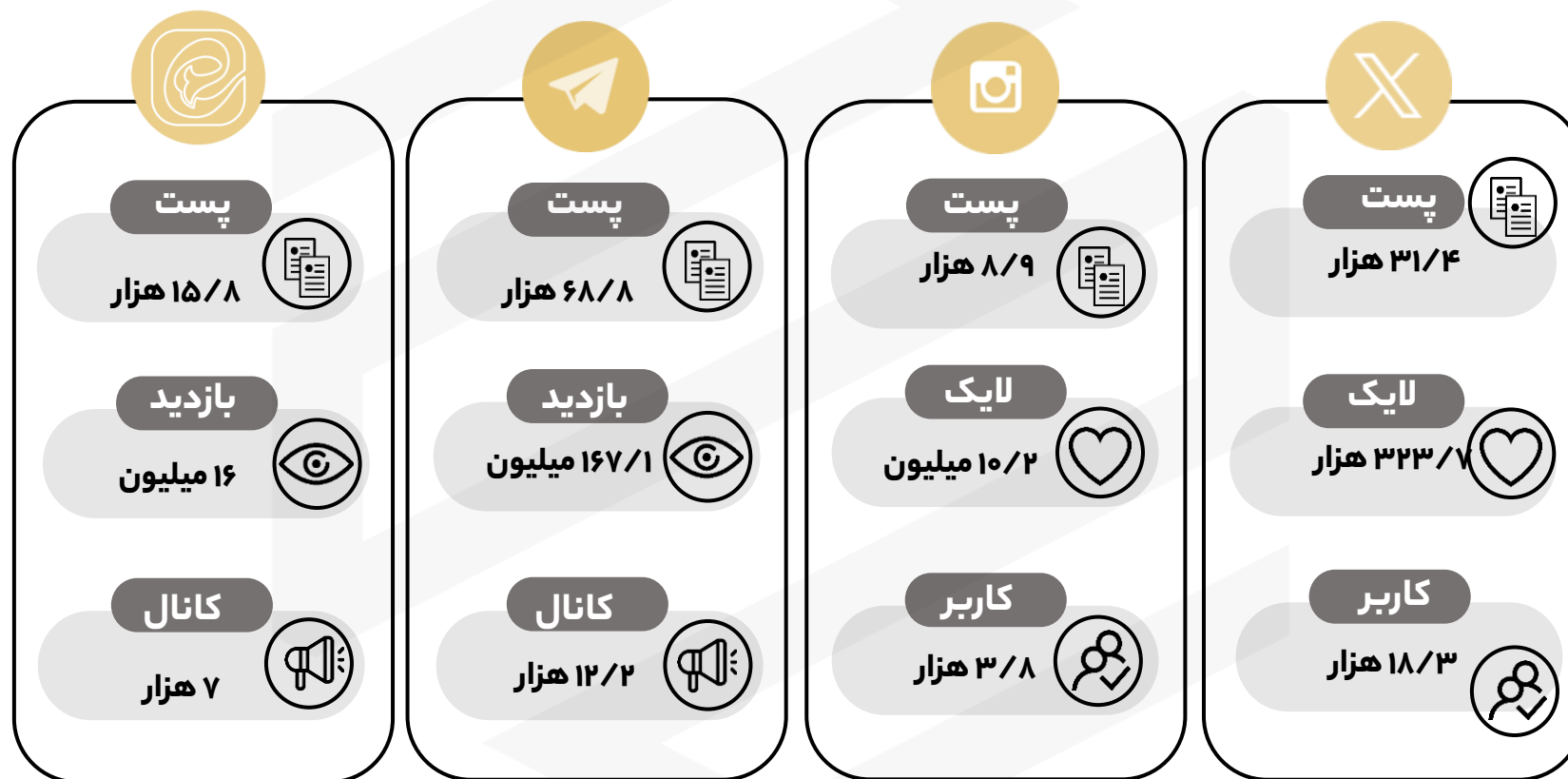
توسعه استفاده از علم سناریو نویسی در آینده پژوهشی برای پیش‌بینی تحولات آتی بر اساس کلان داده شبکه‌های اجتماعی



HEXA
www.hexadata.ir

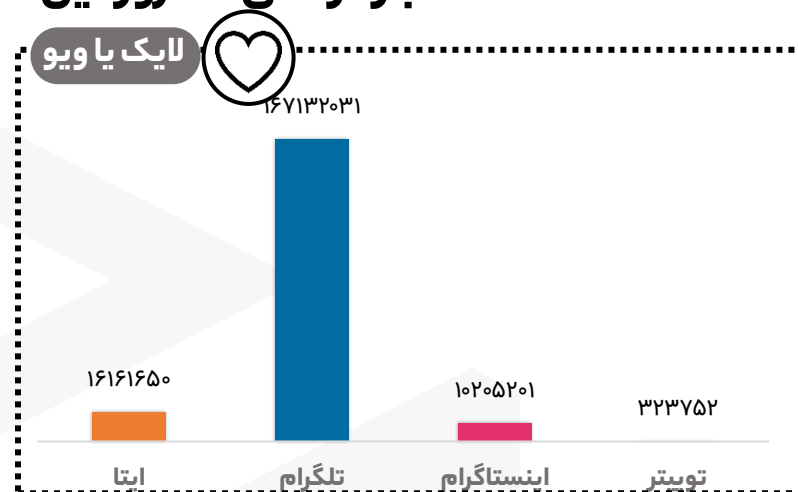
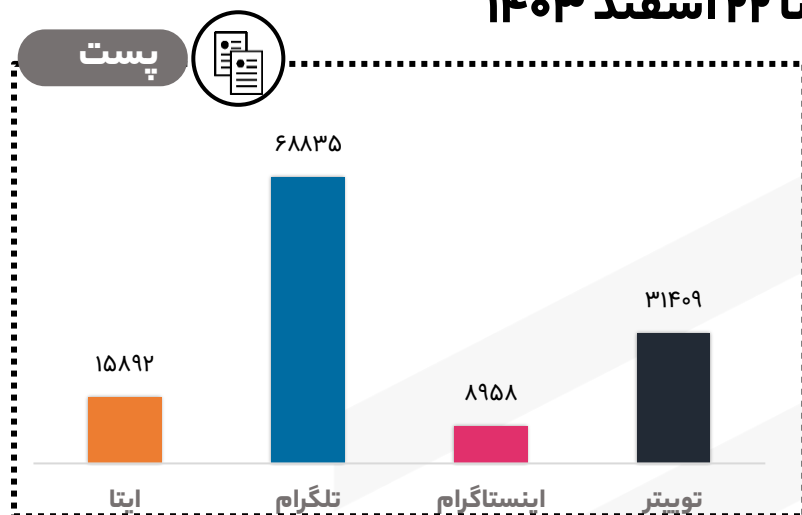
آمار محتوای منتشر شده پیرامون ...

بازه زمانی: ۱ فروردین ۱۴۰۳ تا ۲۲ اسفند ۱۴۰۳



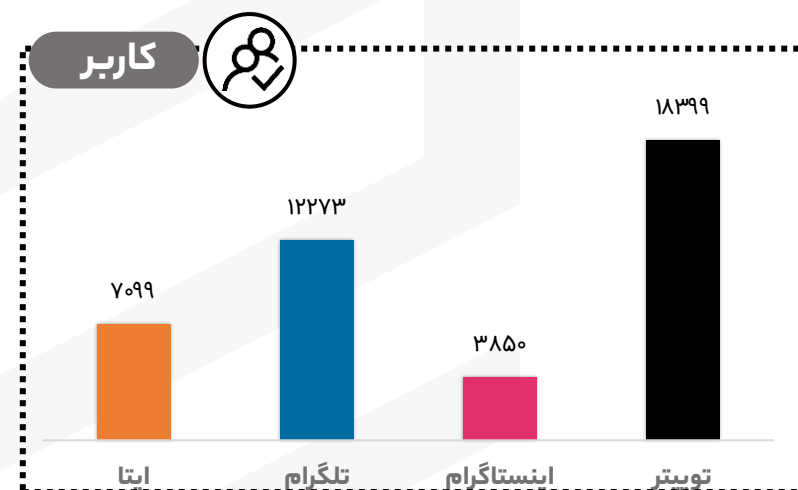
آمار محتوای منتشر شده پیرامون ...

بازه زمانی: ۱ فروردین ۱۴۰۳ تا ۲۲ اسفند ۱۴۰۳

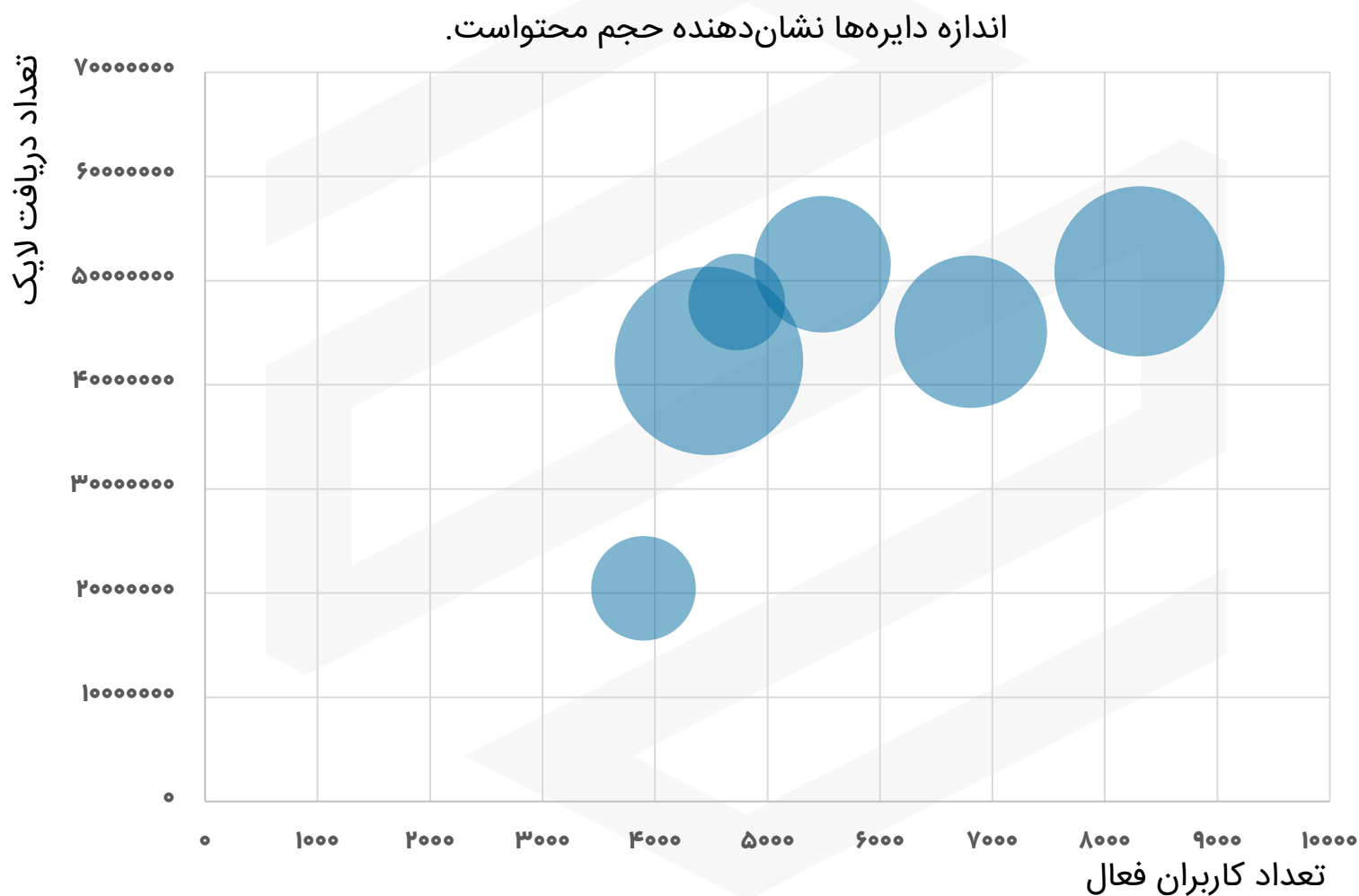


داده‌های منتشر شده در چهار پلتفرم (توییتر، اینستاگرام، تلگرام و ایتا) در سه شاخص تعداد پست‌ها، لایک‌ها/ویوها و تعداد کاربران/کانال‌های فعال مقایسه شده است. براساس نمودار پست‌ها، بیشترین محتوای تولیدشده در تلگرام (۶۸ هزار پست) و کمترین آن در اینستاگرام (۸ هزار پست) بوده است.

در شاخص لایک یا ویو، تلگرام با ۱۶۷ میلیون بازدید بالاترین میزان را داشته و ایتا با ۱۶ میلیون در جایگاه دوم است. در بخش کاربران/کانال‌های فعال، توییتر با ۱۸ هزار کاربر بیشترین مشارکت را نشان می‌دهد، در حالی که در تلگرام ۱۲ هزار کانال به انتشار محتوا پرداخته‌اند.



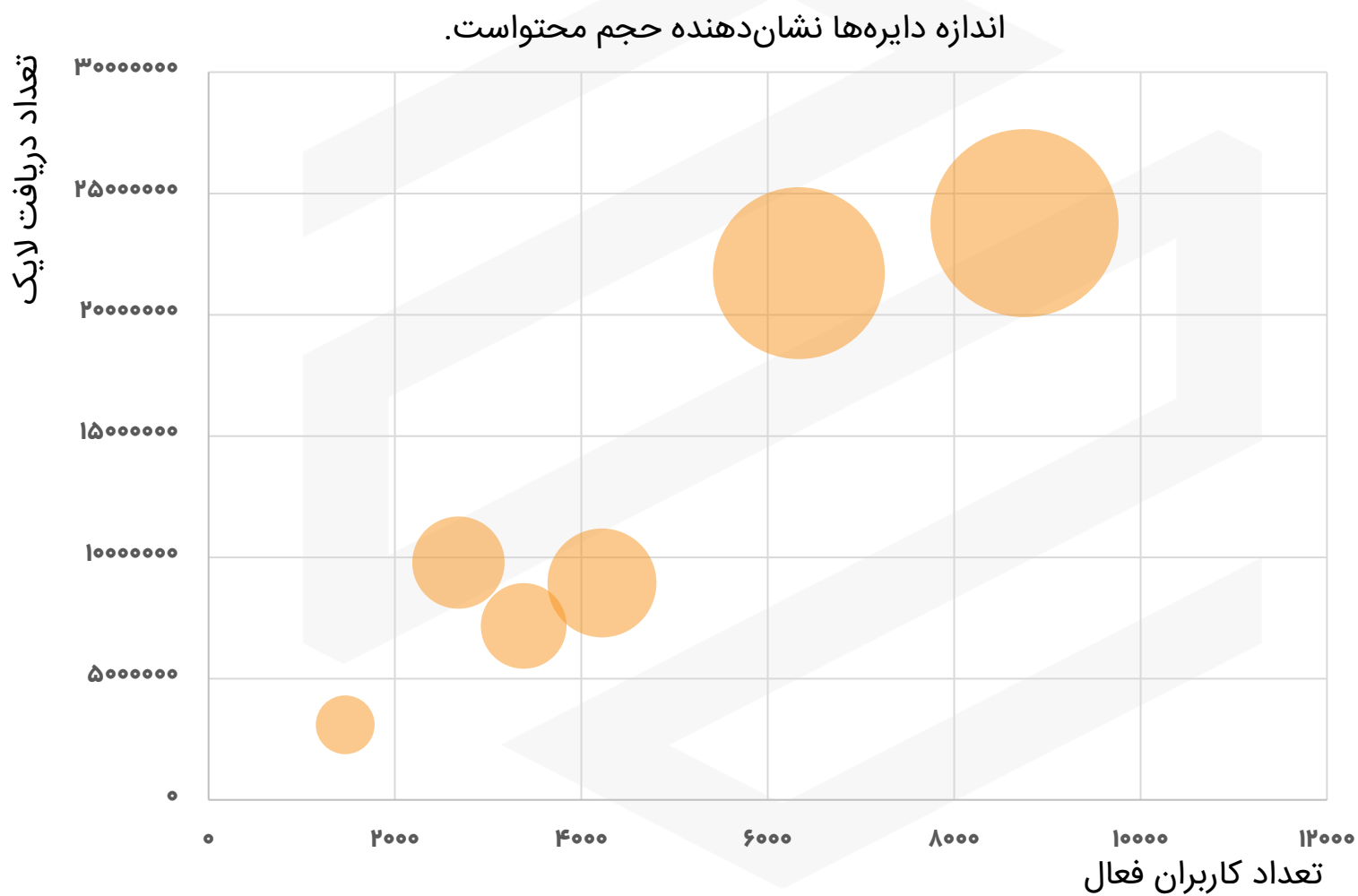
مقایسه آماری انتشار محتوای شش بانک در تلگرام

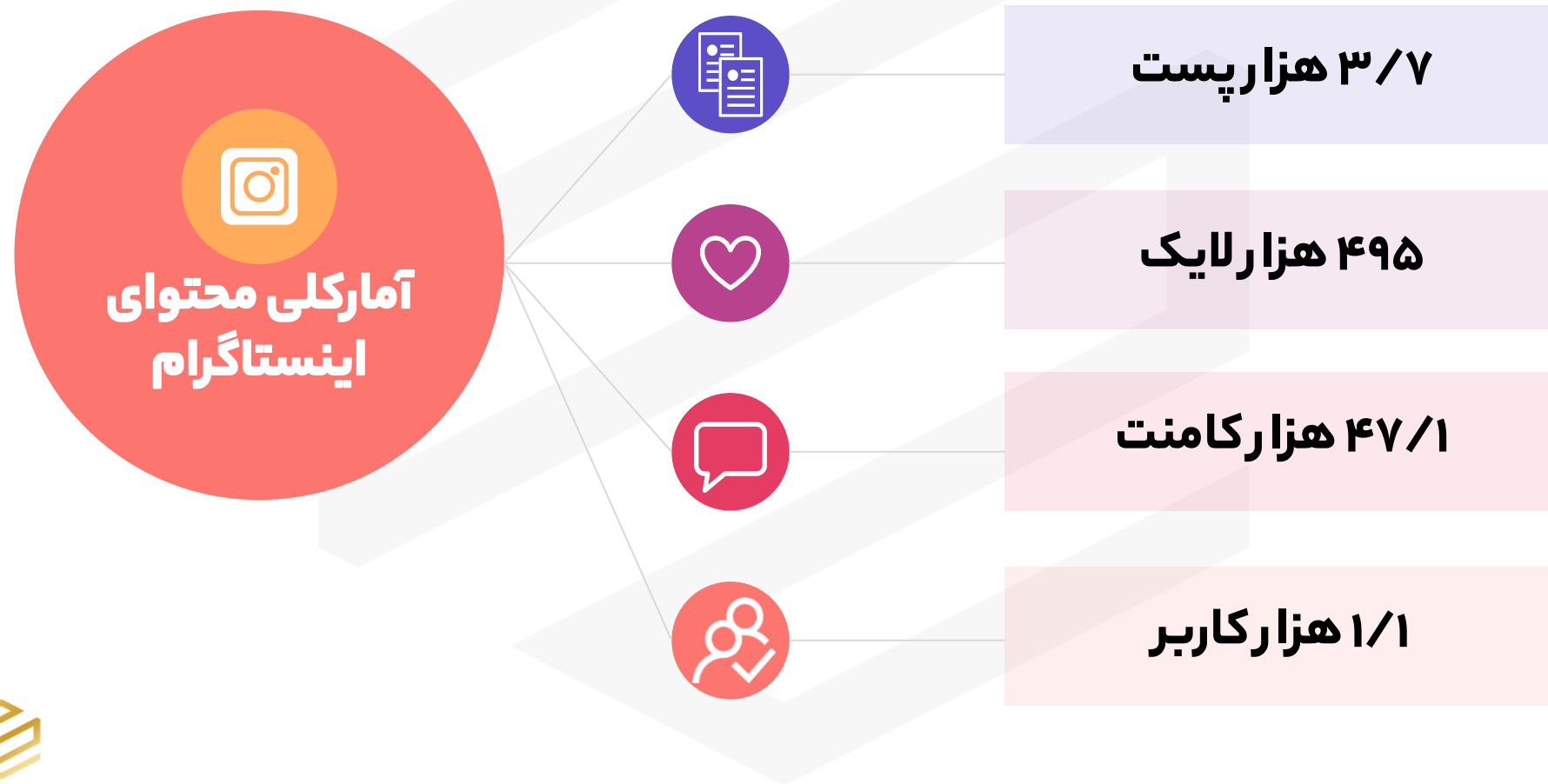


HEXA

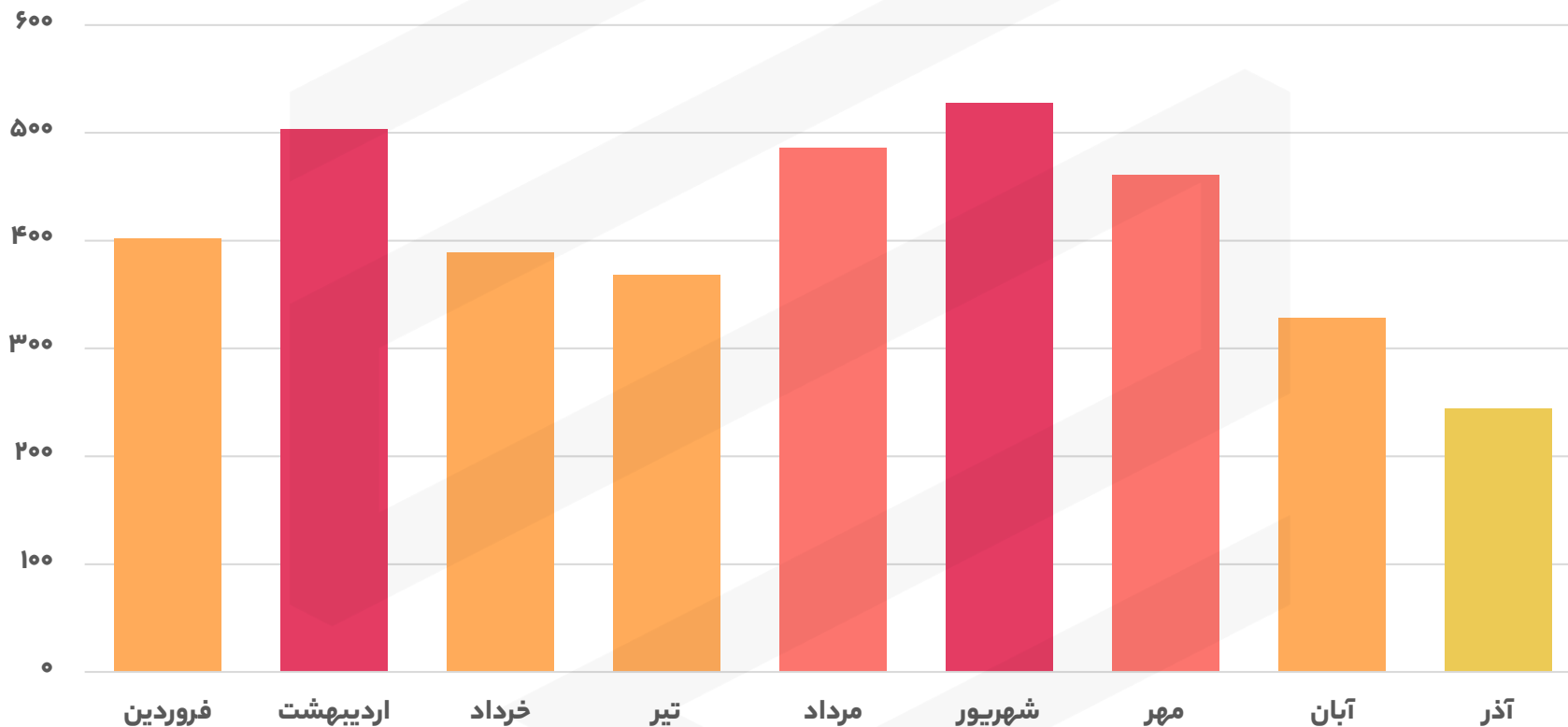
www.hexadata.ir

مقایسه آماری انتشار محتوای شش بانک درایتا



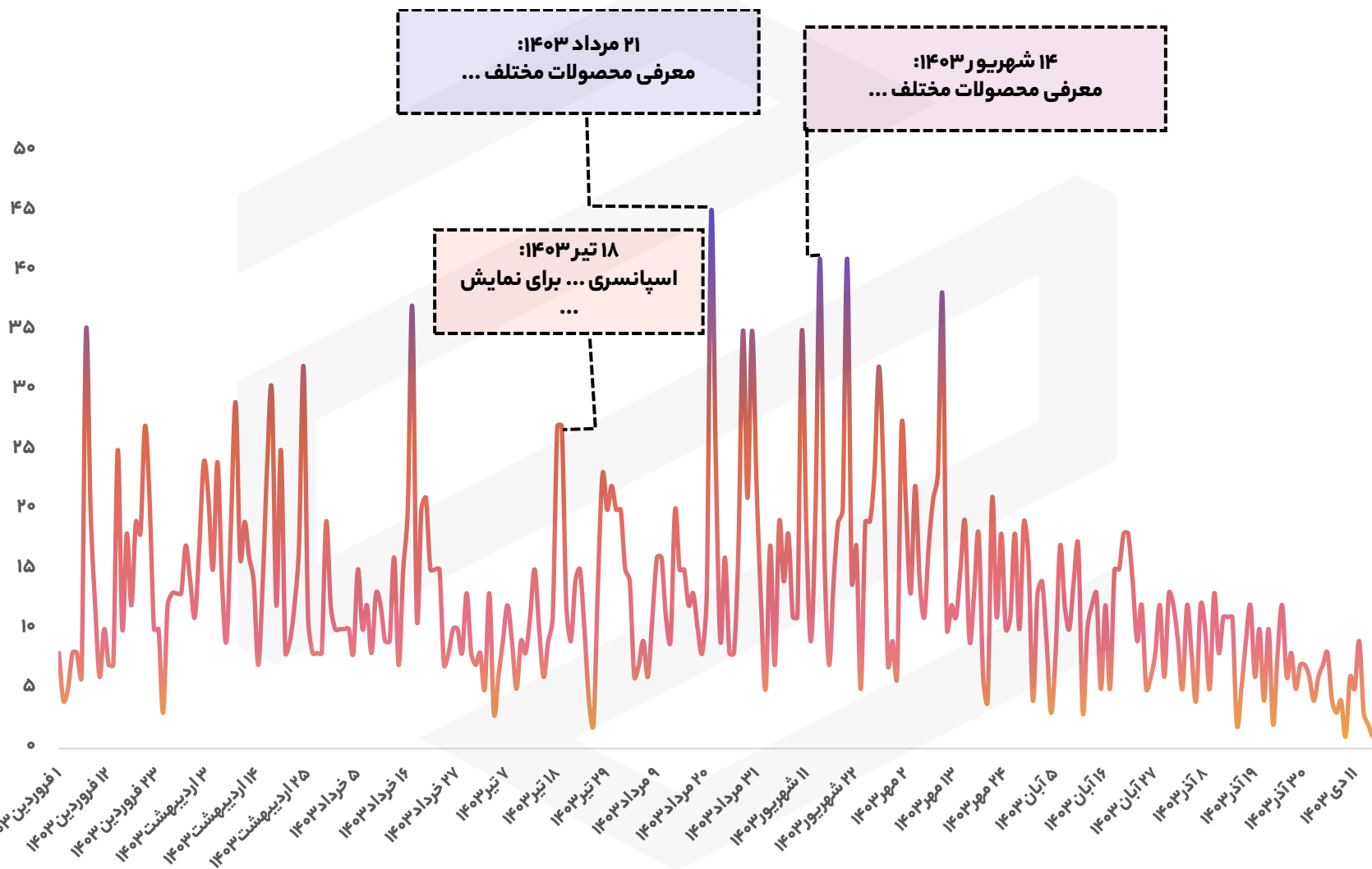


روند انتشار ماهانه اینستاگرام



روند انتشار ماهانه محتوا پیرامون ... در اینستاگرام در سال ۱۴۰۳

روند انتشار روزانه اینستاگرام



روند انتشار روزانه محتوا پیرامون ... در اینستاگرام در سال ۱۴۰۳



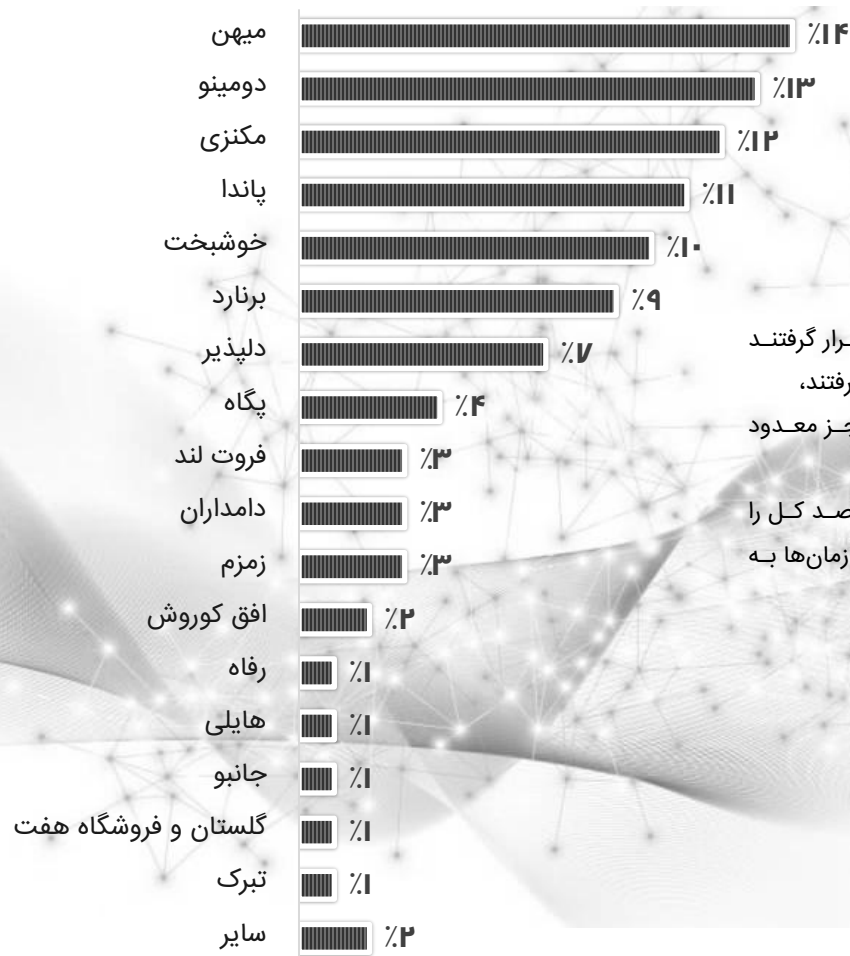
هشتگ‌های پرتکرار اینستاگرام



سازمان یا نهاد و موسسه پرتکرار در کنار نام برند ...



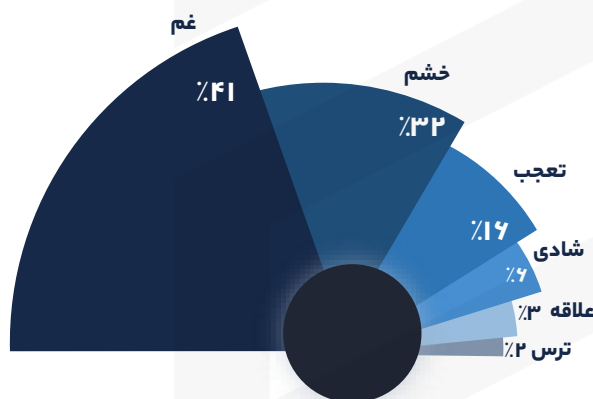
سازمان یا نهاد و موسسه پرتکرار در کنار نام برند ...



با توجه به نمودار بالا میتوان دریافت که اغلب نهادهایی که در کنار نام ... مورد انتشار قرار گرفتند برندهایی بوده که در زمان اعتراضات مورد حمله و تحریم توسط کاربران فضای مجازی قرار گرفتند، در میان آن‌ها نام سپاه پاسدارن با درصد اندکی در کنار نام ... و ... دیده می‌شود که جز معدود سازمان‌هاییست که برند محصول غذایی نبود و در میان این برندها دیده خواهد شد. در گوشه‌ی سمت چپ تصویر نیز نام برخی سازمان‌ها به چشم می‌خورد که در مجموع یک درصد کل را تشکیل می‌دهند و به نوعی در بخش سایر سازمان‌های پرتکرار قرار دارند. برخی از این سازمان‌ها به علتی غیر از تحریم و اعتراضات مورد توجه و تکرار بوده که در ادامه به آن‌ها خواهیم پرداخت.



احساس کاربران توییتر به مجموعه گروه ...



در این بخش به بررسی احساس کاربران توییتر پیرامون گروه ... پرداختیم. به این معنا که هر پست با چه احساسی منتشر و به مخاطبان ارائه شده است. بیشترین فراوانی به غم اختصاص دارد که به طور عمده از مسئله از این اتفاق ناشی می‌شود و همچنین ناامیدی و ناراحتی از کمبود و عرضه ناکافی محصولات در رده بعد، احساس خشم قرار دارد که معطوف به کیفیت پایین، تبلیغات نامناسب، افزایش قیمت در کارخانه ... است. تبلیغات عجیب و بی‌معنی و تعجب کاربران را به همراه داشته است. حس شادی نیز برآمده از ابراز رضایت و همچنین جوایز قرعه‌کشی ... است. قیمت‌گذاری منصفانه و کیفیت مناسب محصولات در حس علاقه نمایش داده شده است. حس ترس نیز برآمده از نگرانی‌های ناشی از است.

افکارسنجی و تحلیل کیفی محتوا



افکارسنجی و تحلیل کیفی محتوای توییتر



۲٪ محتوا در توییتر پیرامون برند و محصولات ... و اشخاص مرتبط

در بستر توییتر علاوه بر محتوای مربوط به اعتراضات ... کاربرانی نظرات خود را در مورد محصولات یا به طور کلی کارخانه ... با دیگران به اشتراک گذاشته‌اند. مجموعه توییت‌های مورد نظر به مسائل مختلفی با رویکردهای متفاوت پرداخته‌اند که در ادامه به تفصیل به این موضوعات اشاره شده است.

۹۸٪

رویکرد کاربران توییت نسبت به ...

خبری و خنثی

بخش عمده توییت‌های با رویکرد خبری و خنثی مربوط به ... و اطلاع رسانی پیرامون این حادثه است. تعدادی نیز به محتوای طنز است که در آن از نام محصولات ... استفاده شده است.

۴۳٪ خبری و خنثی

۳۳٪ منفی

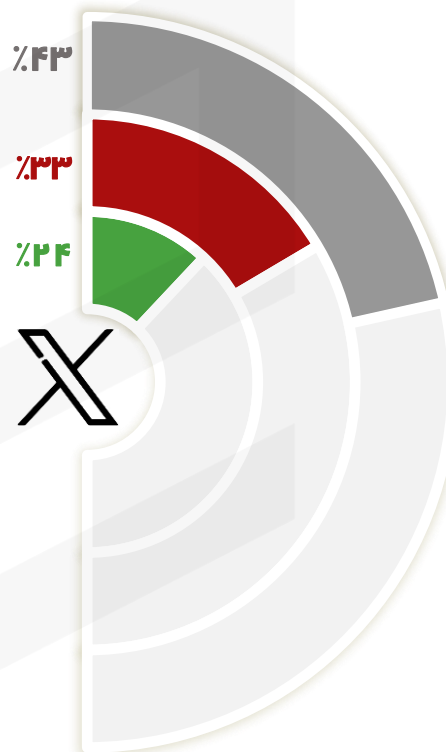
۲۴٪ مثبت

منفی

توییت‌های با رویکرد منفی، به طور کلی موضع‌گیری کاربران نسبت به تبلیغات ...، کمبود محصولات این کارخانه و نحوه قیمت‌گذاری محصولات را نشان می‌دهد.

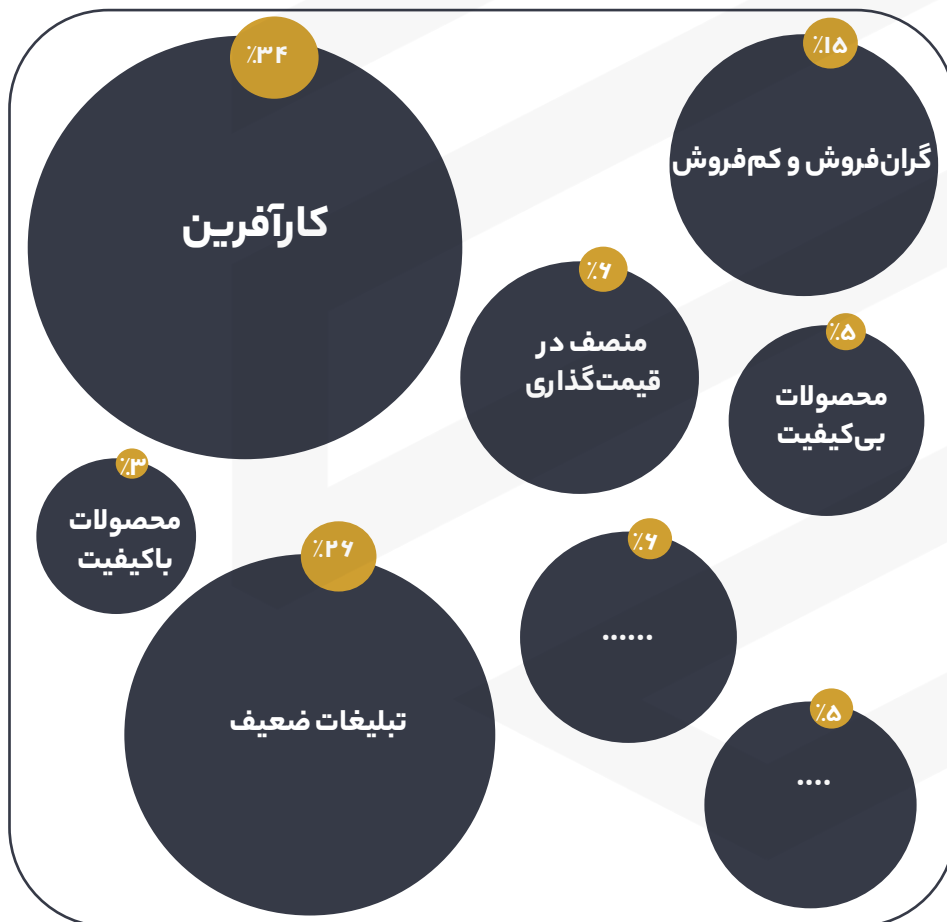
مثبت

تحسین کیفیت محصولات ... و حمایت از این بخش عمده توییت‌های با رویکرد مثبت را تشکیل می‌دهد.



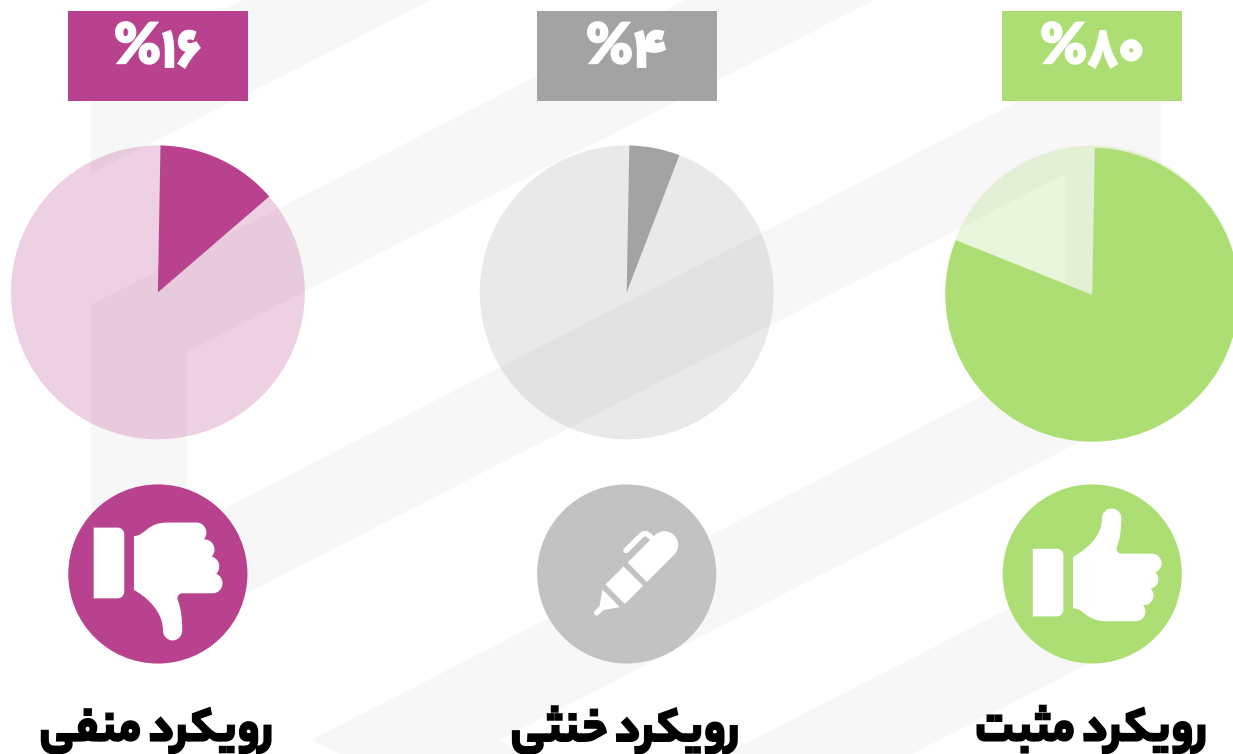


تداعی برند توسط کاربران توییتر



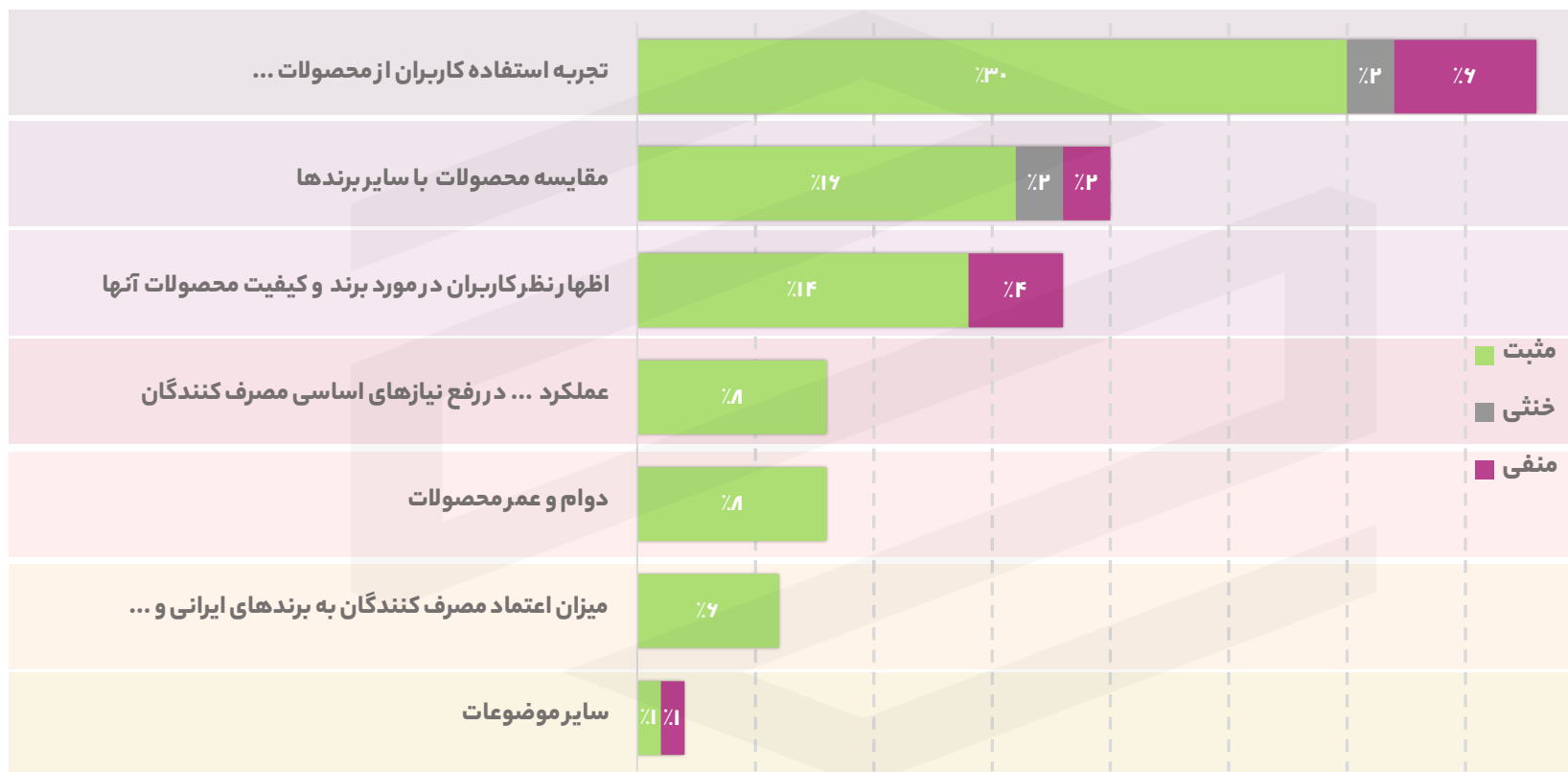
در این بخش، تداعی کاربران نسبت به برند ... در تصویر مقابل نشان داده شده است. هویت «کارآفرین» برآمده از توییت های افرادی است که ...، نسبت به بیکاری افراد شاغل در این کارخانه ابراز نگرانی کرده اند. «گران فروش و کم فروش» و «محصولات بی کیفیت/با کیفیت» بازتاب واکنش به قیمت و کیفیت محصولات ... است. واکنش کاربران نسبت به عرضه و قیمت مناسب ... هویت «منصف در قیمت گذاری» نشان داده شده است. «تبلیغات ضعیف» نیز واکنش انتقادی به تبلیغات بی محتوای تلویزیونی ... است.

رویکرد کاربران به برند ...



رویکرد کاربران به برند ... در کامنت‌های محتوای اینستاگرام در سال ۱۴۰۳

تطبیق رویکرد و موضوعات پرتکرار در کامنت‌های اینستاگرام



تطبیق رویکرد و موضوعات پرتکرار در کامنت‌های محتوای پیرامون ... در اینستاگرام در سال ۱۴۰۳

The background of the image is a light gray network diagram. It consists of numerous small circles (nodes) connected by thin black lines. Some of these nodes contain a black silhouette of a human head in profile. A large, white, three-dimensional-looking circle is positioned in the center-right of the image, partially overlapping the network. Inside this white circle, the Persian text 'بررسی گوگل ترندز' is written in a bold, orange-brown font.

بررسی گوگل ترندز

گوگل ترندز (GOOGLE TRENDS) یکی از ابزارهای کاربردی، رایگان و تحت وب شرکت گوگل است که با استفاده از آن می‌توان اطلاعات مفیدی در ارتباط با روند تغییرات جستجوی نام، واژه با یک کلمه کلیدی در بازه زمانی و منطقه جغرافیایی مشخص را بدست آورد.

همچنین مقایسه کلمات کلیدی با یکدیگر را بر اساس میزان جستجو و محبوبیت در میان کاربران وب امکان پذیر می‌کند. زمانی که کلیدواژه در گوگل ترندز وارد می‌شود، اطلاعات مرتبط با آن عبارت در یک نمودار به نمایش گذاشته خواهد شد.

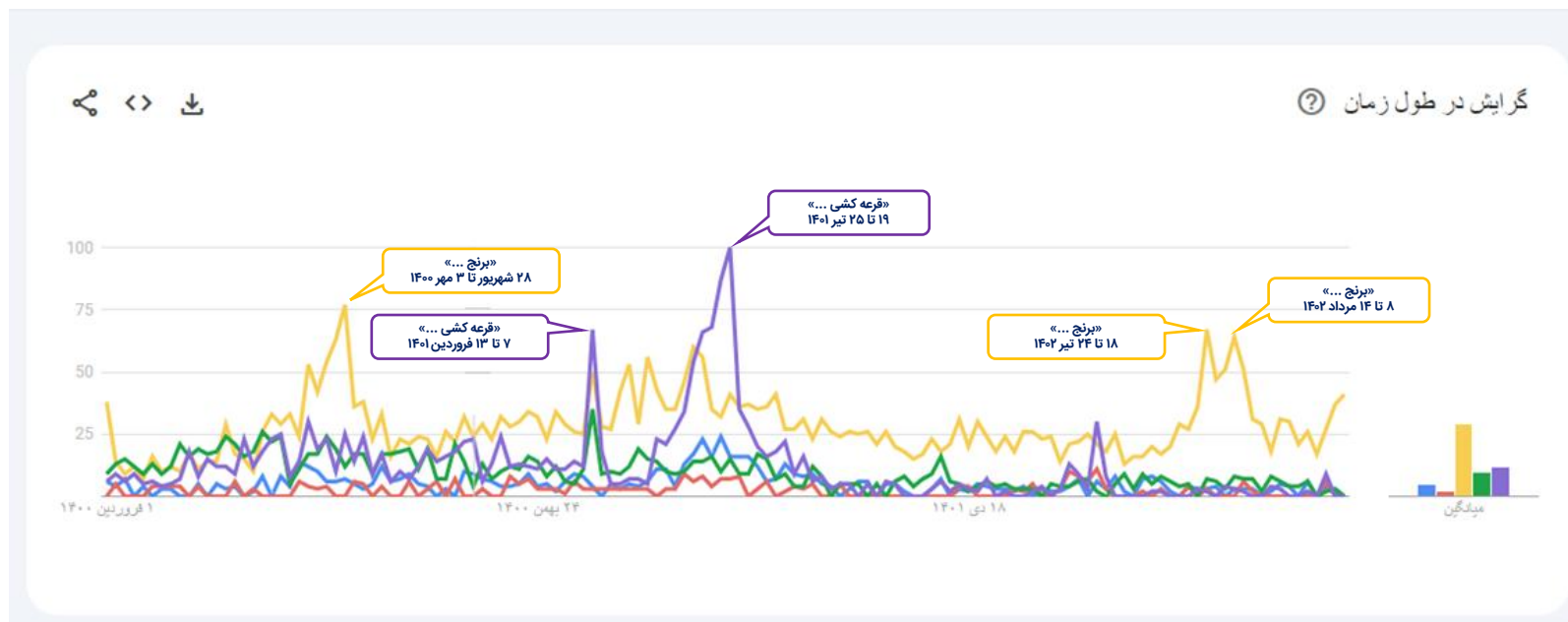
محور افقی نمودار، محور زمان است و محور عمودی نمایشگر محبوبیت جستجوی آن کلیدواژه است. خروجی آن بیان‌گر آن است که چطور یک عبارت وارد شده در موتور جستجوی گوگل به کلیت جستجوهای سایت در طی یک بازه زمانی، مرتبط شده است.

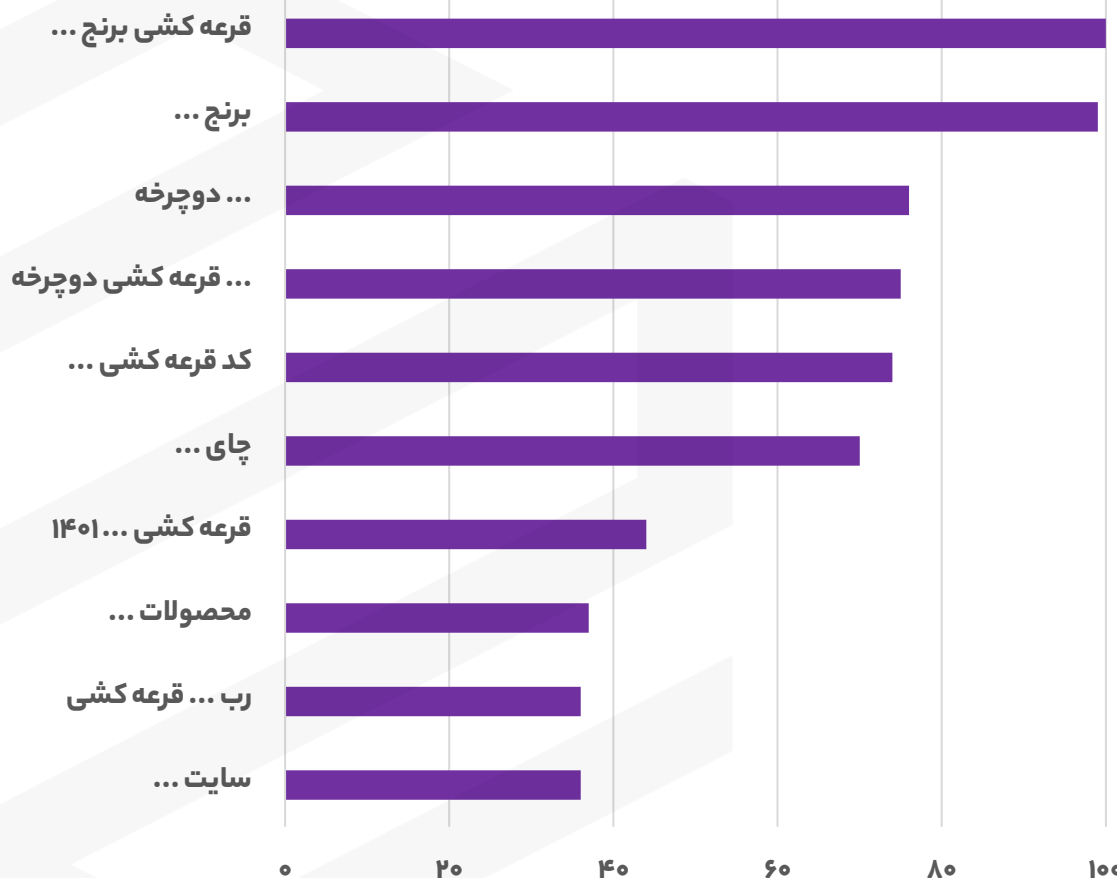
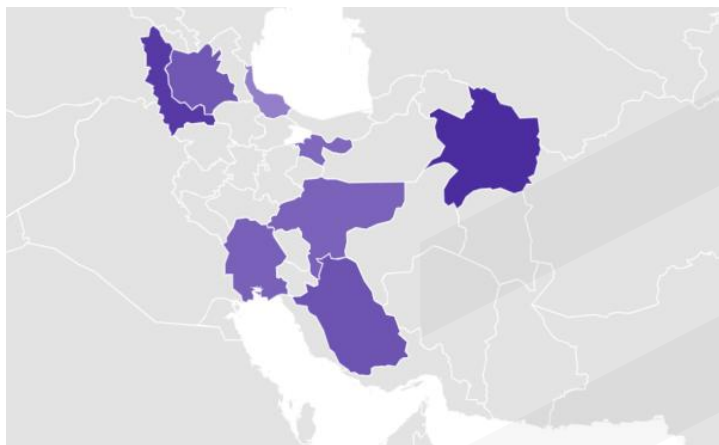
Google Trends



همانطور که در نمودار قابل مشاهده است بیشترین سرچ پیرامون شرکت ... با عبارت «قرعه کشی ...» بوده است.

در مجموع بیشترین سرچ در طول زمان نیز مرتبط با عبارت «برنج ...» است که در سه تاریخ «۲۸ شهریور تا ۳ مهر ۱۴۰۰» و «۱۸ تا ۲۴ تیر ۱۴۰۲» و «۸ تا ۱۴ مرداد ۱۴۰۲» اوج سرچ این عبارت بوده است.





عبارت «قرعه کشی ...» در کدام مکان در بازه زمانی مورد نظر پرتعدادترین عبارت جستجو بوده است. مقادیر براساس مقیاس ۰ تا ۱۰۰ محاسبه می‌شوند، ۱۰۰ نشان‌دهنده مکانی با بیشترین میزان محبوبیت به صورت کسری از کل جستجوهای انجام‌شده در آن مکان است و ۵۰ مکانی است که محبوبیت در آن نصف بیشترین میزان محبوبیت است. مقدار ۰ به این معنی است که داده کافی برای این عبارت وجود ندارد. شدت رنگ نشان‌دهنده درصد جستجوهاست.

ناحیه پرتکرار در جستجوی عبارت:

- (۱) خراسان رضوی
- (۲) خوزستان
- (۳) اصفهان
- (۴) البرز
- (۵) آذربایجان شرقی

عبارت‌های جستجوی مرتبط:
کاربران علاوه بر جستجوی عبارت «قرعه کشی ...»، این پُرس‌مان‌ها را جستجو کرده‌اند. امتیازدهی براساس مقیاسی نسبی است که در آن ۱۰۰ رایج‌ترین پُرس‌مان جستجو شده است، ۵۰ پُرس‌مانی است که نصف رایج‌ترین پُرس‌مان جستجو شده و الی آخر.



۰۲۱-۸۸۳۹۰۸۷۳
۰۹۱۹-۲۸۰۰۵۶۶

تهران، خیابان کریمخان، ابتدای خیابان حافظ، کوچه هورچهر، پلاک ۱۳، واحد ۶



www.hexadata.ir



Hexadata_ir