

SAP HANA fait dans les sentiments

L'expression de vos sentiments sur les réseaux sociaux n'aura bientôt plus de secrets pour les fondus du marketing... grâce à une nouvelle solution d'analyse sémantique proposée par **SAP** sur sa plateforme in-memory **HANA**.

Les outils d'analyse des tendances comportementales et d'analyse des sentiments ne cessent de se développer. Peu d'entre eux, en revanche, peuvent se targuer de tourner sur une plateforme aussi performante que la technologie in-memory de SAP, qui rappelons-le, fait s'exécuter applicatifs et données stockées dans la RAM (mémoire vive) de l'appliance sur laquelle elle est déployée.

Analyse intelligente des sentiments

Rapid Deployment Solution (RDS) for "sentiment intelligence" est une application SAP HANA proposée sur les Data Services de SAP, qui ausculte les réseaux sociaux, de base Facebook et Twitter, mais les autres réseaux peuvent également être intégrés via leurs API (Application Programming Interface) publiques.

Le volume des données réunies en quasi temps réel avec SAP HANA RDS peut ensuite être analysé en profondeur et sur un plan plus visuel via SAP BusinessObjects Explorer.

Tout le monde veut connaître vos sentiments !

La concurrence risque d'être rude sur ce marché émergent, tant les besoins sont forts de pouvoir analyser en profondeur le comportement des internautes et des consommateurs. SAP marque un point stratégique avec sa technologie SAP HANA in-memory, qui par sa puissance, offre un avantage majeur avec sa capacité à se rapprocher du temps réel, même sur de très gros volumes de données.

D'autres se sont laissé séduire par SAP HANA. C'est le cas d'IBM, partenaire de longue date de SAP, qui propose sur HANA sa propre plateforme d'analyse des sentiments, Cognos Consumer Insight. Quand on vous dit que la concurrence sera rude...