

Linkfluence launcht eigene Lösung zur Bilderkennung

Neues Feature wird auf der VivaTechnology vorgestellt

Düsseldorf, 16. Juni 2017 – Linkfluence verfügt ab sofort über ein eigenes, automatisches Bilderkennungsfeature auf seiner Social-Data-Plattform Radarly. Mit dieser proprietären Anwendung sichert das Social-Data-Intelligence-Unternehmen seine starke Position im milliardenschweren Markt der digitalen Bilderkennung und -auswertung langfristig ab. Die neue Technologie wird auf der VivaTechnology in Paris am Freitag, den 16. Juni 2017, um 10.30 Uhr in der Hall of Tech am Standplatz J31 vorgestellt.

Das Dechiffrieren und Auslesen der Inhalte aus visuellen Medien gilt als Schlüsseltechnologie in den digitalen Märkten. Allein im Jahr 2016 verbreiteten die User in den sozialen Netzwerken mehr als drei Milliarden Bilder. Ob Instagram, Snapchat, Pinterest oder YouTube – bildbasierte Kommunikationskanäle sind international einsetzbar und werden als wichtigste globale „Sprache“ im Netz betrachtet. Visuelle Kommunikation wird damit für Unternehmen für ihre Markenführung noch bedeutender als sie bislang bereits ist. Wirtschaftsexperten und Marktforschungsinstitute schätzen den Wert der Daten im visuellen Web für das Jahr 2021 auf 38 Milliarden Dollar.

„Wir freuen uns, dass es unserem F&E-Team mit seiner innovativen Herangehensweise gelungen ist, Technologien aus der künstlichen Intelligenz (KI) mit der Verarbeitung großer Datenmengen in Echtzeit zu kombinieren“, sagt Hervé Simonin, CEO von Linkfluence. „Es war ein Meilenstein für uns, dass wir die mathematischen Ansätze des Deep Learning des französischen Forschers Yan Lecun, heute Direktor des KI-Labors bei Facebook, nutzen konnten“, ergänzt Hugo Zanghi, CTO von Linkfluence. „Wir konnten eine einzigartige Verbindung dieses Wissens mit den Open-Data-Technologien großer Forschungseinrichtungen und unserer Expertise in der Verarbeitung von Big Data in Echtzeit schaffen.“ Die Geschwindigkeit der Datenverarbeitung sei eine der großen Herausforderungen in der Entwicklung gewesen, so Zanghi. „Heute können wir mehr als 100.000 Inhalte in Echtzeit auswerfen.“

Linkfluence analysiert täglich mehr als 150 Millionen Online-Konversationen in Echtzeit. Die Kombination dieses „Hypervolumens“ an herkömmlichen Konversationsdaten mit einer großen Menge bildbasierter Daten ermögliche eine deutlich präzisere Prognose von Trends und Entwicklungen für Unternehmen, sagt Dr. Volker Meise, COO von Linkfluence Germany: „Marken können mit unseren Tools die Inhalte von beispielsweise Bildern, Fotos und Logos sowie deren Präsenz an unterschiedlichen Stellen im Netz erkennen. Sie können zudem erfassen, zu welchen Tageszeiten ihre Produkte benutzt werden, sogar Fälschungen erkennen und Markenpiraterie so wirksamer bekämpfen.“

Über Linkfluence

Linkfluence ist ein führender Anbieter im Bereich Social Media Intelligence. Das Unternehmen bietet einzigartige Lösungen für die Medienbeobachtung, Analyse und Aktivierung von Social Media-Kanälen. Durch seine Software-Suite „Radarly“ und die damit verbundenen Dienstleistungen erfasst und analysiert Linkfluence täglich mehr als 150 Millionen Beiträge. Linkfluence wurde 2006 in Frankreich gegründet, hat inzwischen mehr als 200 Mitarbeiter an den Standorten in Deutschland, China, Frankreich, Großbritannien, Singapur sowie Spanien und ist weiter auf Wachstumskurs. Das Unternehmen betreut weltweit mehr als 300 Referenzkunden, dazu zählen namhafte Konzerne wie Danone, Sanofi, Orange, Accor, McDonald’s sowie Groupama. Weitere Infos finden Sie unter: www.linkfluence.com

Pressekontakte:

Linkfluence Germany GmbH

Ralf Maushake, Head of Communications

Erkrather Straße 234b

40233, Düsseldorf, Deutschland

Telefon : +49 211 54763433

E-Mail: ralf.maushake@linkfluence.com

Linkfluence France

Pauline Bodin, Head of Communications

5 rue Choron

75009 Paris, Frankreich

Telefon: +33 1 80 400 771

E-Mail: pauline.bodin@linkfluence.com