



COMUNICARE 2.0

LA CITTA' E IL MICROBLOGGING

Mariella Chieppa
Direttore Centrale Turismo, Marketing Territoriale e Identità
Roma, 17 Maggio 2010

Perché è importante la presenza nei social media

- La reputazione è fattore critico di successo - turistico, economico e commerciale - per una città
- Il Comune vuole sviluppare e promuovere Milano come destinazione turistica, consolidando il turismo d'affari e congressuale e valorizzando Milano come città per il turismo artistico, culturale, religioso e sportivo, anche attraverso le nuove tecnologie
- Internet sta diventando la fonte principale di informazione su una città a vocazione turistica
- 106 milioni di individui registrati postano 55 milioni di messaggi al giorno da pc, mobile, blackberry o iPhone (35% mobile) su Twitter in tutto il mondo
- Le conversazioni in Twitter sui luoghi dove ci si trova rappresentano contenuti “freschi” rilanciati da Google con la funzione Updates (dalla prima settimana di maggio 2010)



Il contesto progettuale

- Il Comune di Milano ha avviato nel 2009 un monitoraggio del posizionamento competitivo del sistema-città, con focalizzazione sui temi del Masterplan (Osservatorio Marketing territoriale)
- L'analisi comparata sul target di turisti ha fatto emergere la necessità di facilitare la comunicazione e l'informazione al visitatore, in quanto Milano risulta città da scoprire; un potenziale limite alla competitività della città risulta essere la bassa notorietà degli attrattori (oltre al Duomo)
- Gli elementi di forza (vita notturna e shopping) e quelli di debolezza (trasporto, ambiente urbano) ne definiscono il ruolo di concorrente per il turismo culturale con Londra (modello) e Madrid (simile)
- La presenza digitale della città di Milano può essere elemento chiave per il posizionamento del turismo e il Comune sta investendo per allineare la comunicazione e l'informazione offerta a quella di città concorrenti, ad esempio con il lancio dell'iPhone application sugli eventi in corso



Perimetro di attività

- Il web 2.0 è oggetto di analisi al fine di identificare gli elementi di attrattività sui quali ingaggiare gli e-traveller e per costruire iniziative di informazione e comunicazione
- L'analisi dei social media viene condotta dal Dipartimento di Elettronica e Informazione del Politecnico di Milano, in collaborazione con CommStrategy, attraverso l'impiego di uno strumento semantico in grado di comprendere il linguaggio naturale e le relazioni tra i concetti scambiati dagli individui nell'ambiente dei social media
- La prima fonte analizzata è il microblogging (Twitter) per la sua rilevanza in termini di pervasività, in quanto ambiente fruito ampiamente in mobilità (anche via sms nei principali Paesi) e quale piattaforma di scambio per i contenuti verticali (come TripAdvisor e Lonely Planet)



Google ha effettuato un restyling dell'interfaccia di ricerca: le mappe guidano la navigazione per toponomastica e...

The screenshot shows a Google search for "milan". The search bar contains "milan" and shows "About 79,800,000 results (0.25 seconds)". On the left, a sidebar lists navigation options: Everything, Maps, News, Videos, Images, Shopping, Books, Blogs, Updates, Discussions, and Fewer. Below this are filters for "Any time" (Latest, Past 2 days, More search tools). The main content area features a map of Milan with a "Milan Italy" title and "maps.google.com" link. Below the map are six small image thumbnails. Further down are search results for "Hotels - Restaurants - La Scala Opera House - Castello Sforzesco - Galleria Vittorio Emanuele II - Santa Maria delle Grazie - San Siro Stadium - Navigli", "Milan - Wikipedia, the free encyclopedia", "A.C. Milan - Wikipedia, the free encyclopedia", and "Milan Travel Information and Travel Guide - Italy - Lonely Planet".

La pagina di ricerca mostra ora di default, e non più come opzione, un pannello di icone che permettono all'utente di "personalizzare" al massimo i risultati disponibili

L'organizzazione dei temi sulla mappa (hotels, restaurants etc.) e' per l'utilità di chi esplora il luogo



...tra i risultati disponibili compaiono gli updates provenienti dalle fonti real time, come Twitter

La ricerca mostra lo stream delle conversazioni minuto per minuto o secondo per secondo

E' disponibile anche un infografo navigabile che indica i flussi nelle ore e nei giorni precedenti

The image shows two screenshots of Google search results. The left screenshot is for the search term 'milan' and the right is for 'london'. Both show a time-series infographic at the top of the results, with a red box highlighting the search term and another red box highlighting the 'Updates' filter in the left sidebar. The 'Updates' filter is also highlighted with a red circle. Below the infographic, there are several search results, including tweets and news articles. The 'Updates' filter is highlighted with a red circle.

Search: milan

2010 > May > 06 > 4:17pm - 4:38pm

« Older - Newer »

mschoenu: @Calabisella I've never flown AirOne (think it's OK though), not suggest training from Calabria to **Milan**. Too looooooong!
Twitter - 06 May 2010 4:37:38 pm

STARDASUPERSTAR: I miss **milan**
Twitter - 06 May 2010 4:30:18 pm

Biotechnology: Newron Pharmaceuticals's Ralpinamide Fails to Show Benefit Compared with Placebo: **MILAN**, Italy - Newron Pharmaceut...
Newron Pharmaceuticals's Ralpinamide Fails to Show Benefit ... - biosp
Twitter - 06 May 2010 4:28:22 pm

SolarHumingBird: Italy gazing at solar power!**MILAN**, Italy, May 6 (UPI) solar company SunPower Corp. announced it was ...
Italy gazing at solar power - oohja.com
Twitter - 06 May 2010 4:27:26 pm

Search: london

2010 > May > 06 > 4:27pm - 4:28pm

« Older - Newer »

schoolmen: Assistant Departmental Officer: Department of Electronic and Electrical Engineering - University College **London**...
Assistant Departmental Officer - University College London - jobs ... - jobs.ac.uk
Twitter - 06 May 2010 4:28:28 pm

edbrocklebank: RT @screamingfrog: BNP candidate fighting in the street - ... Tools
BBC News - BNP candidate Bob Bailey and Asian men clash in Romford - bbc.co.uk
Twitter - 06 May 2010 4:28:26 pm

IsabelleOC: Any **London**-based gluten free/food bloggers out there? Exciting event!
Twitter - 06 May 2010 4:28:14 pm

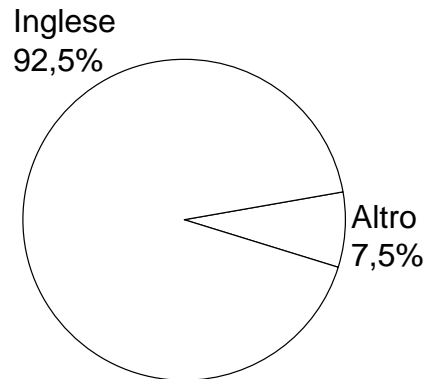
JobsMCAdmn: #Jobs #Admin Experienced Financial Services Administrator/Trainee Paraplanner: **London**-Finchley, Tradit... #Manchester
Experienced Financial Services Administrator/Trainee Paraplanner ... - monster.co.uk
Twitter - 06 May 2010 4:28:12 pm



Il flusso di conversazioni su Twitter per Londra è 10 volte superiore a quello per Milano (5 per Madrid)

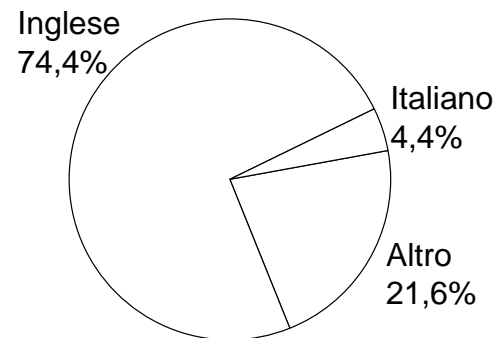
Andamento dei volumi e lingua dei tweets dal 12/04/2010 all'11/05/2010

Londra: modello



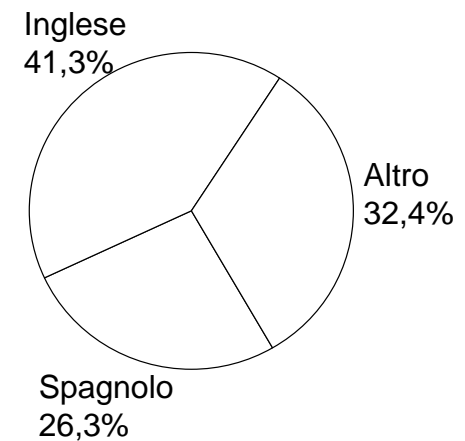
Totale tweets
mese 494.821

Milano



Totale tweets
mese 56.432

Madrid: simile

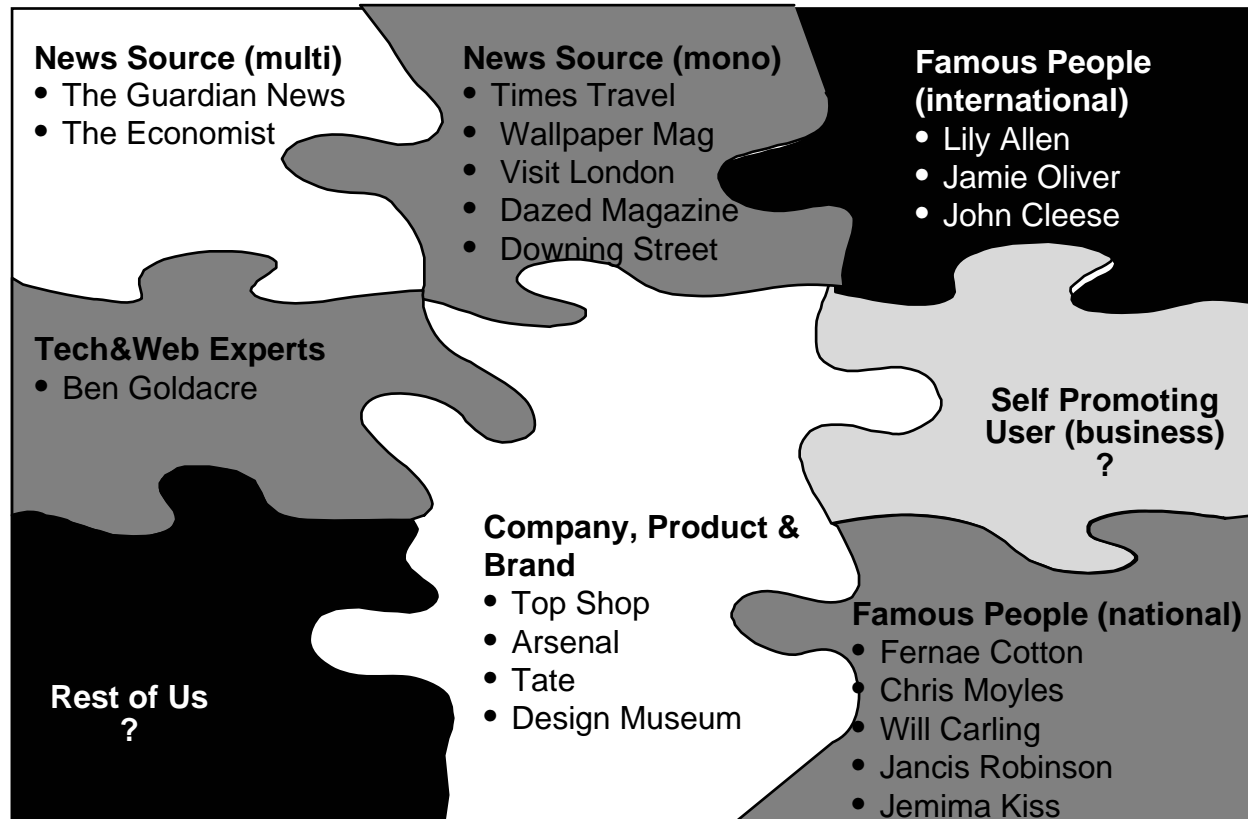


Totale tweets
mese 106.991



Il micro-blogging è alimentato da top users che arrivano ad avere milioni di followers

Londra: distribuzione degli influencers per categorie di utenti



I top user di Londra hanno un volume di followers che va dai 7,5 mila ai 2 milioni. I tweets per day sono in un intervallo da 2,3 a 37,2 al giorno (valore medio 8,3)

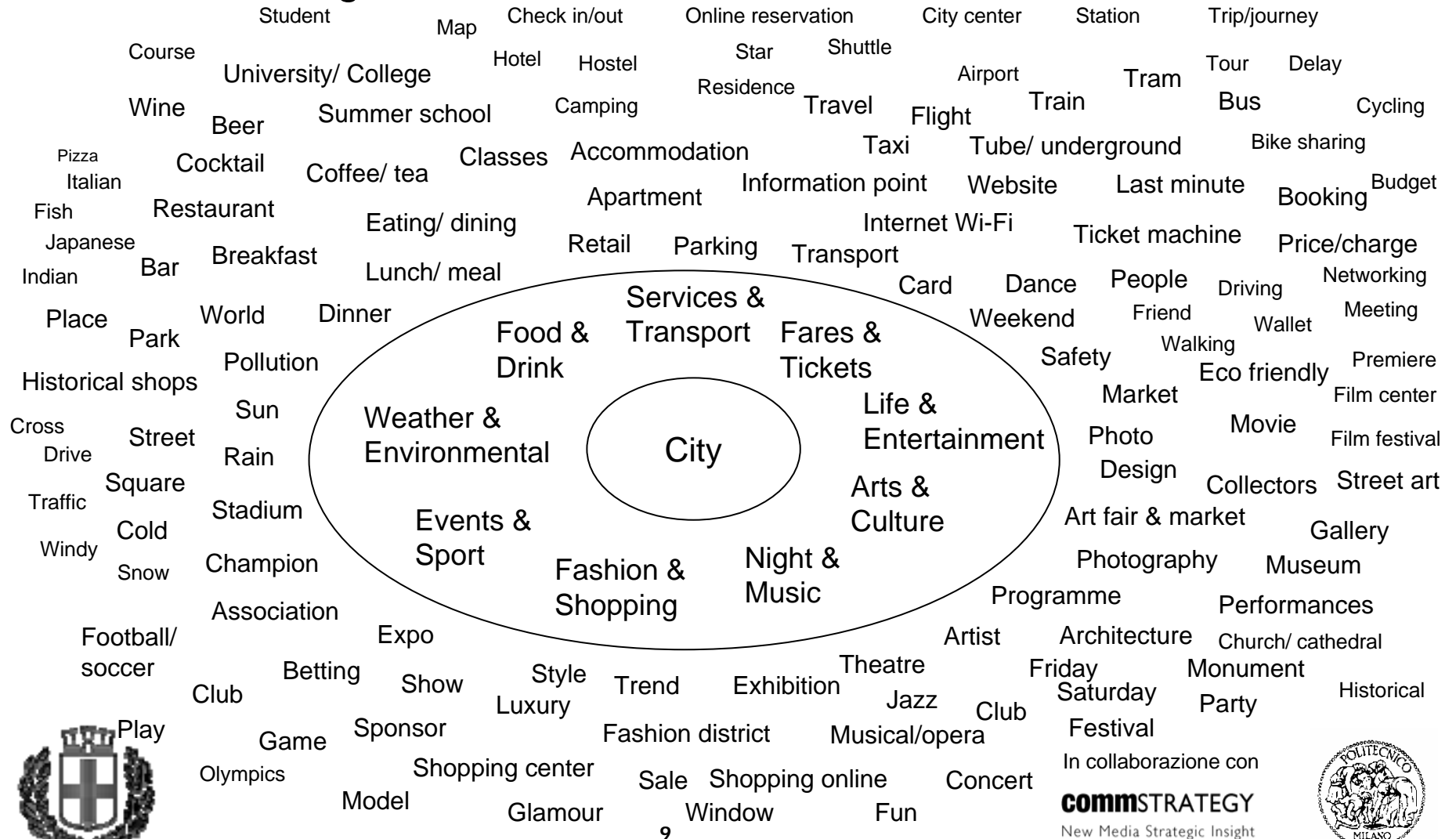
In presenza di eventi internazionali come il Salone del Mobile, su Milano twittano utenti con decine di migliaia di followers



L'analisi del flusso di comunicazione sulla città è realizzata attraverso un prototipo di software che misura il sentiment



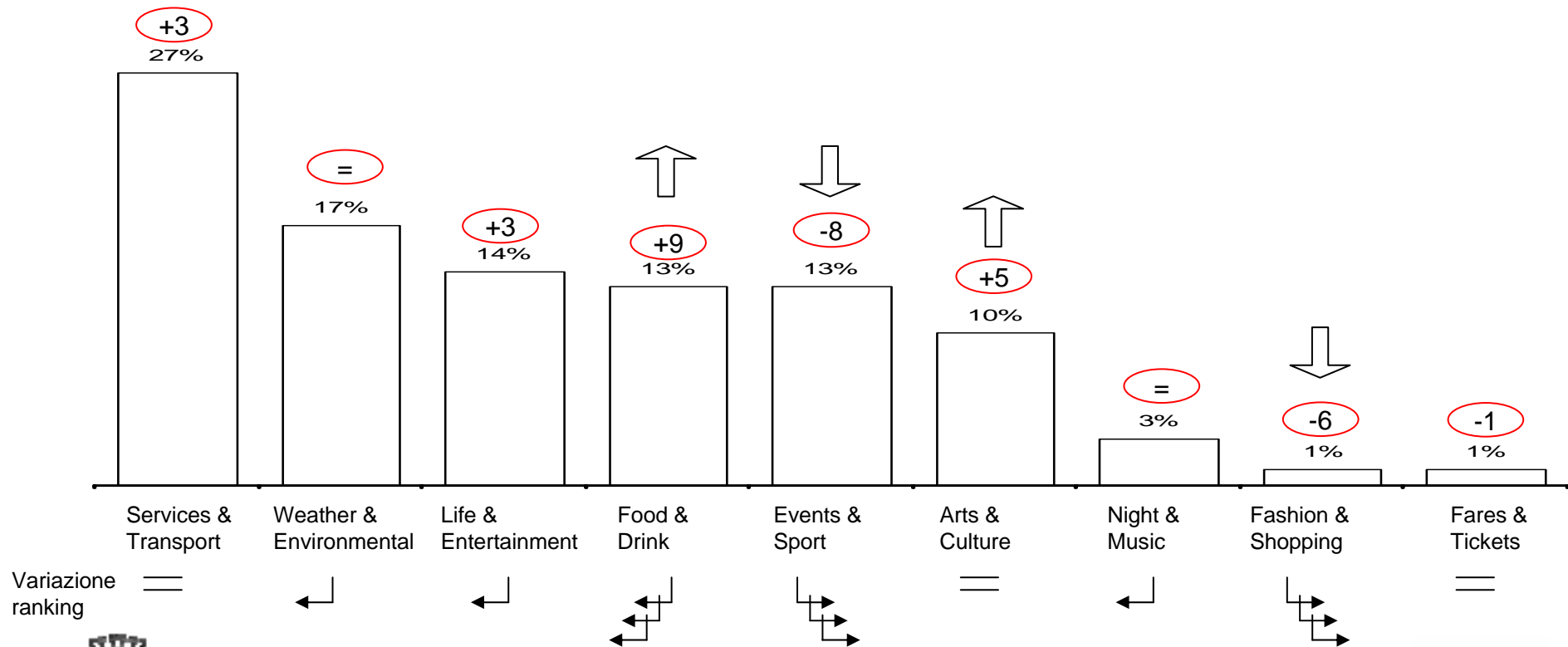
L'albero semantico adottato organizza i messaggi in 9 macro-categorie



I contenuti scambiati tra e-Traveller si distribuiscono sulle 9 macro-categorie con dinamicità nel tempo

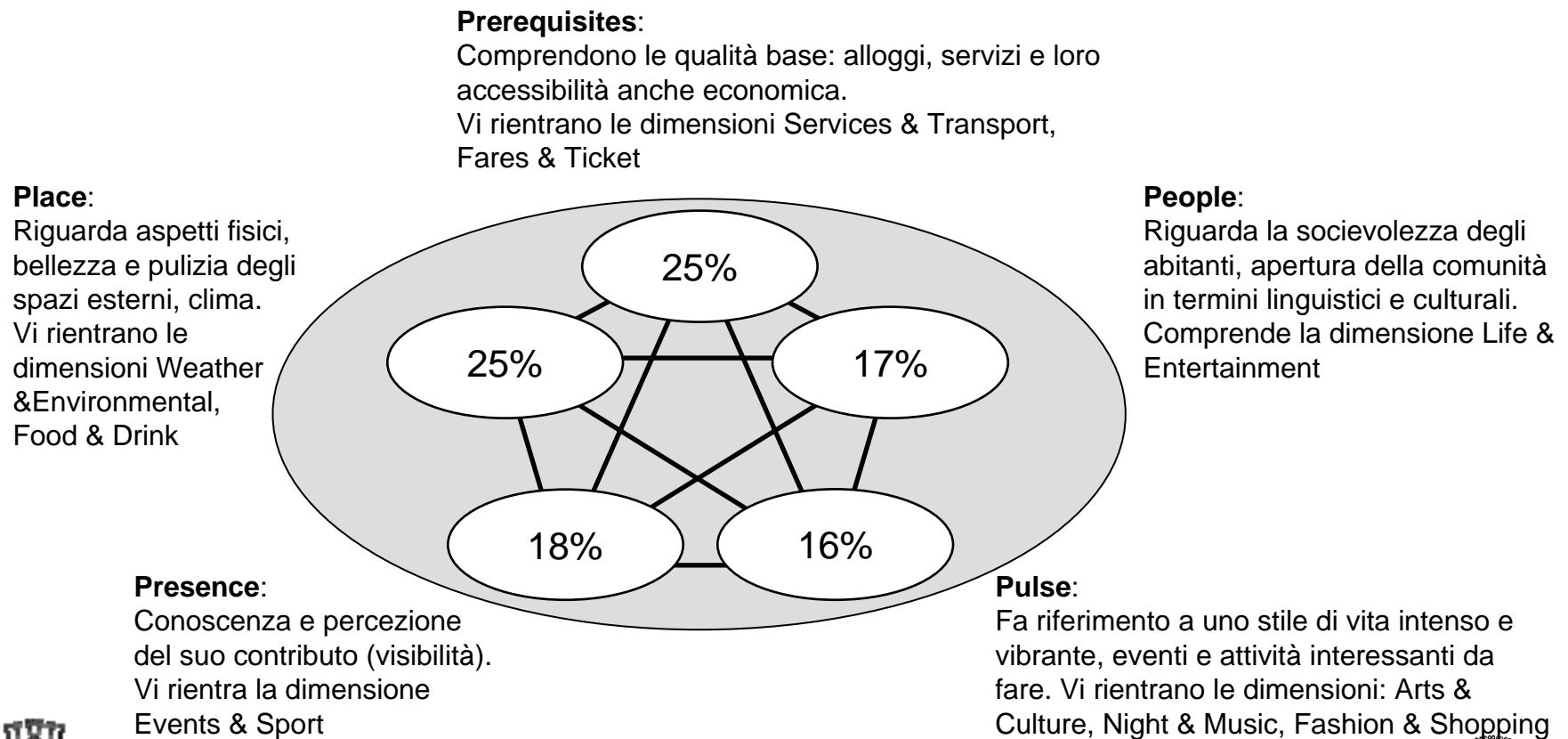
Milano: ranking delle dimensioni competitive (settimana di Pasqua)

○ Variazione (pp) rispetto gennaio 2010



Il vissuto delle tre città in Twitter differisce per un intorno del 15%

Distribuzione dei messaggi travel per fattori di City Branding*



*Modello Anholt-GfK Roper City Brands Index (Potential non rilevante per il turismo)



Lo sviluppo di servizi avanzati basati sul prototipo arricchiranno la comunicazione digitale del Comune di Milano

Obiettivi innovativi di medio termine

La collaborazione con il Politecnico su tali tematiche ha obiettivi fortemente innovativi:

Multisorgente

- Crawler in grado di integrare informazione da sorgenti eterogenee e di tipi diversi

Ponderazione

- Possibilità di pesare il sentiment sulla base della reputazione della sorgente informativa, monitorata con continuità nel tempo in maniera automatica

Continuità

- Monitoraggio continuo della qualità delle valutazioni di sentiment, come prerequisito per l'usabilità

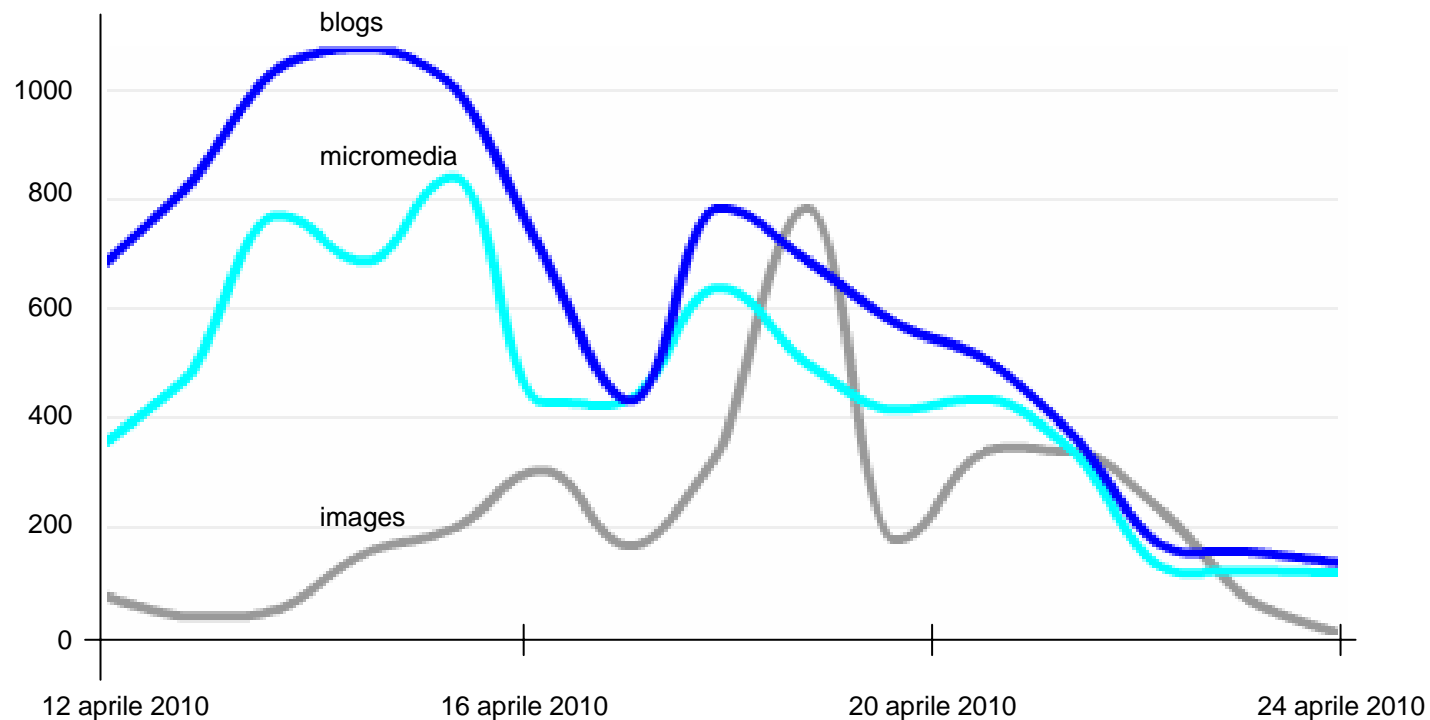
Integrabilità

- Integrazione nello strumento di una piattaforma self service basata su tecnologie mashup per creare ambienti di accesso al web personalizzati, basati sui servizi di valutazione della reputazione



In occasione di eventi internazionali contestualmente a Twitter viene generato un flusso di foto e blog che ben raccontano la città

Il Salone del Mobile: andamento di micro-blogging, foto, blogs



Il volume di foto è più che raddoppiato rispetto alla media, superando le 3000 immagini. Sui blog sono stati postati 13300 post



**Milano,
Salone del Mobile 2010
nei social media**



commSTRATEGY
New Media Strategic Insight