

Data Media Room

WEB E SOCIAL REPUTATION

The world is how we shape it

sopra  steria



01

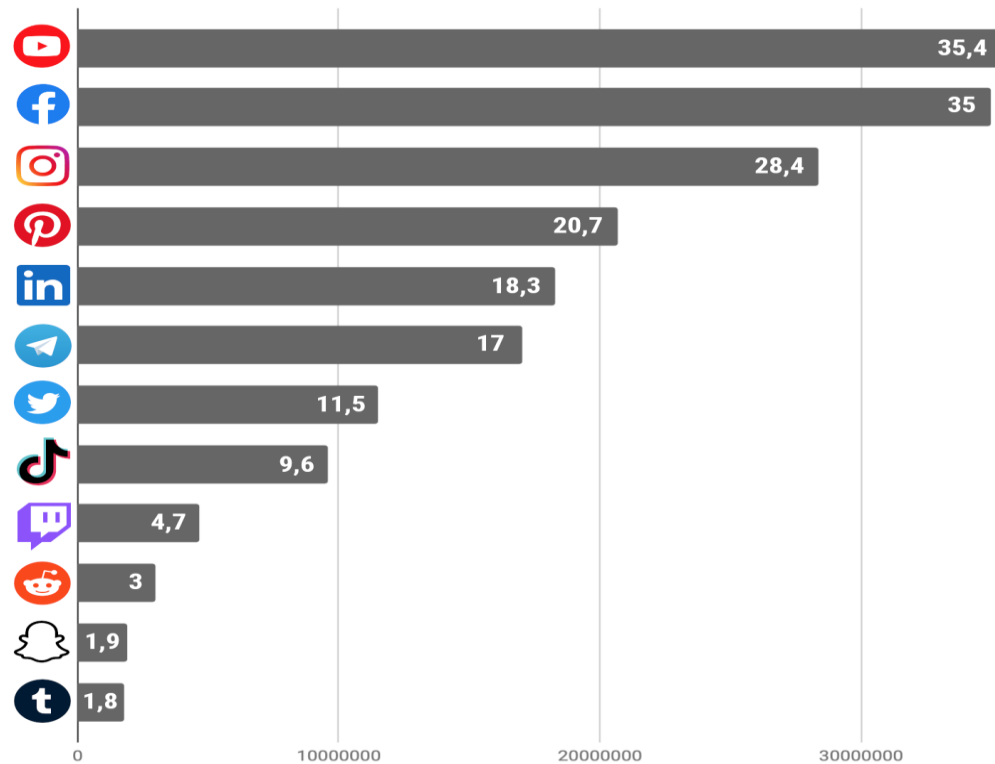
Overview

Utilizzo Social Media

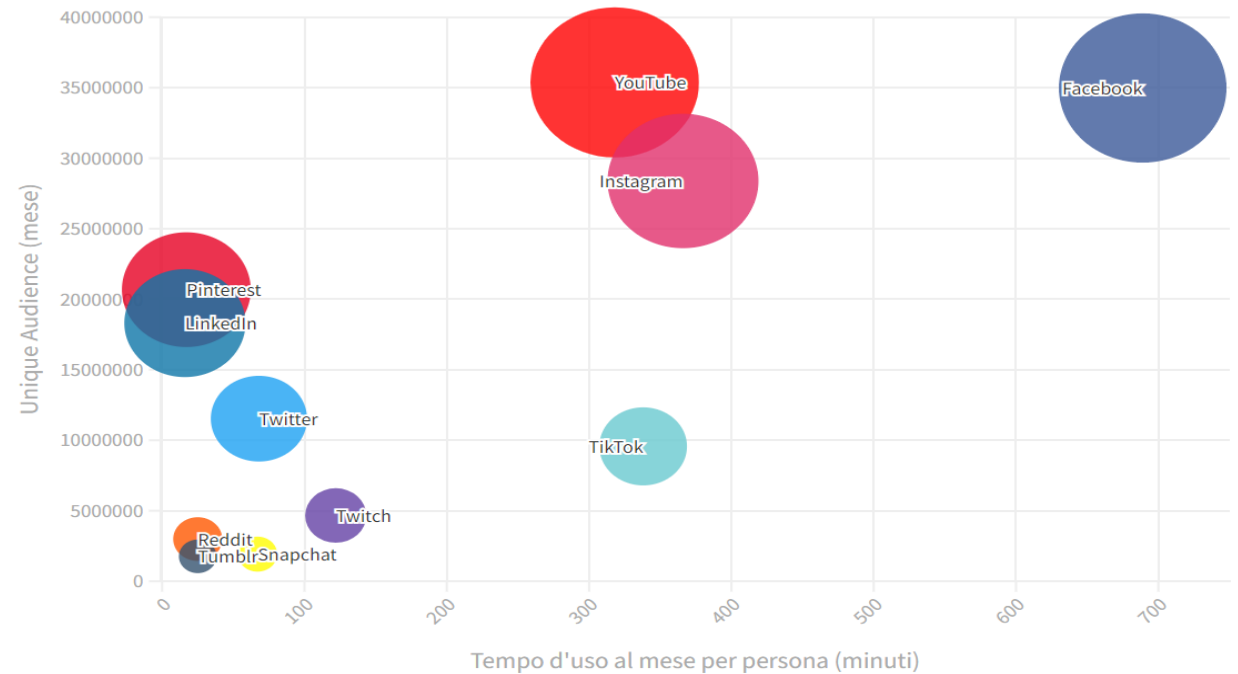
Fonte: Audiweb

SOCIAL MEDIA IN ITALIA 2021

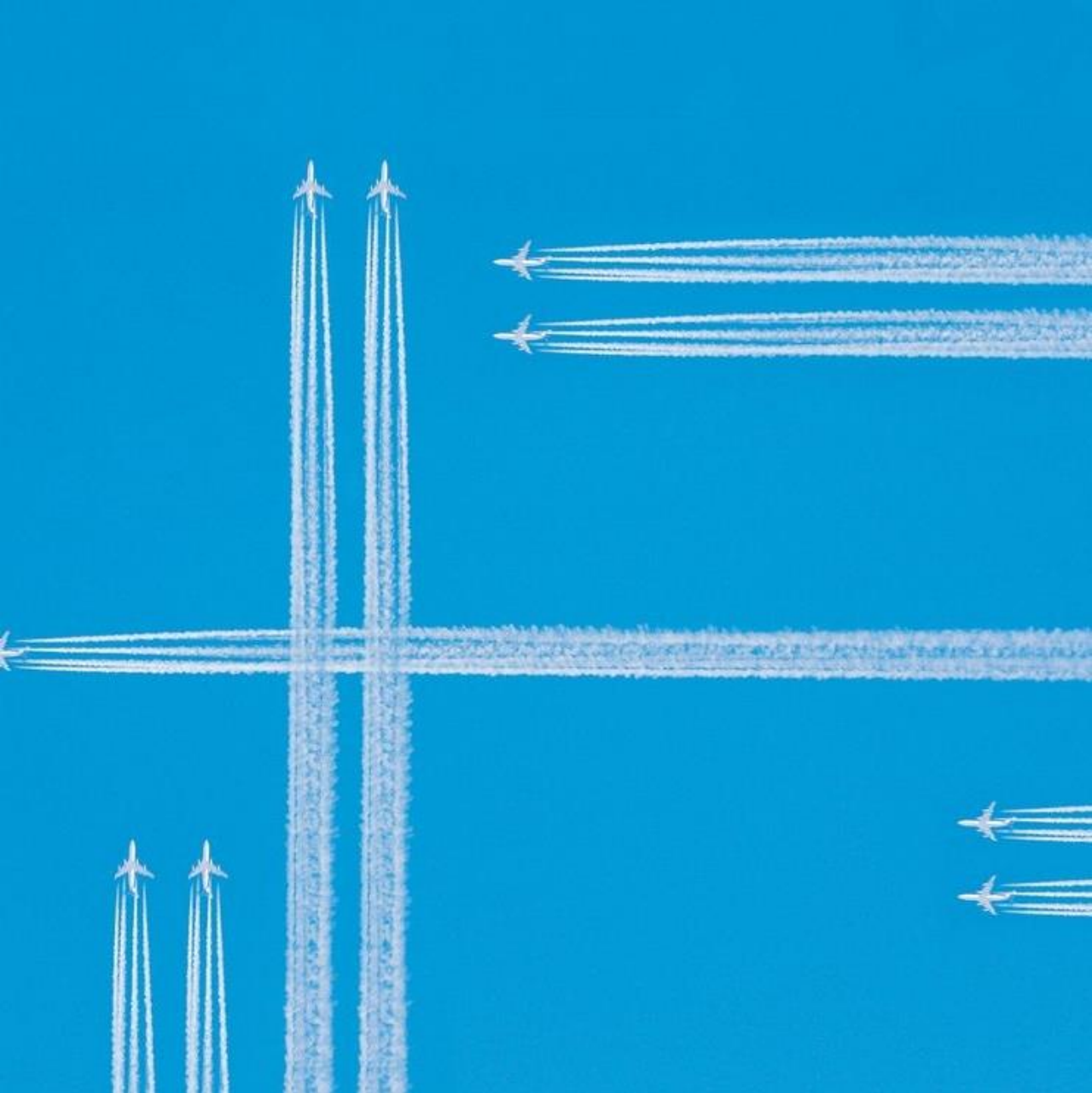
ELABORAZIONE VINCOS.IT / DATI AUDIWEB-NIELSEN



Social Media in Italia 2020 – Audience e tempo speso



*Continuiamo a considerare i Social Network come qualcosa di futile mentre **sono il luogo che più di tutti consente di stare vicino ai cittadini***



02

Social Media Listening

Social Media Listening

L'attività di **listening** è un processo **circolare** e **incrementale**, fondato sulla capacità di estrarre dati da cui dedurre informazioni utili alla rimodulazione delle strategie.

Rimodulando le **strategie** sarà possibile perseguire due finalità:

1. Miglioramento delle performance della comunicazione;
2. Incremento del patrimonio di dati dovuto all'aumento delle interazioni stesse, che consentirà quindi ulteriori e migliori azioni per customer caring e la strategia digitale.

L'ascolto dei nuovi media consente, anzitutto, di **conoscere il proprio pubblico** e di individuare **temi rilevanti** o **emergenti** nelle conversazioni e negli stimoli proposti dagli utenti.

Gli **obiettivi principali** dell'attività di monitoraggio e ascolto sono:

1. Capire **dove** avvengono le conversazioni che ci interessa ascoltare e raggiungere;
2. **Comprendere** le **discussioni** inerenti al brand;
3. Capire la **percezione** di un **fenomeno** critico e di **eventi** di interesse;
4. **Misurare** l'impatto delle **iniziative** di marketing e delle **relazioni** pubbliche;
5. Comprendere come **migliorare** il **servizio clienti** e le **performance aziendali**.

Web Listening - Plus

- Decifrare modelli di comportamento
- Individuare mercati con più alto potenziale e segmenti dei consumatori più ingaggianti
- Identificare nuovi modelli per raggiungere e ingaggiare i consumatori
- Monitorare keywords e frasi per parlare lo stesso linguaggio del consumatore
- Leggere trend di mercato
- Migliorare la reputation



Social Listening - Obiettivi



ARRICCHIRE

Supportare la comunicazione, il marketing e il reparto IT con informazioni e dati real time provenienti della rete al fine di migliorare la visibilità dell'app mobile e il ranking

PREVENIRE

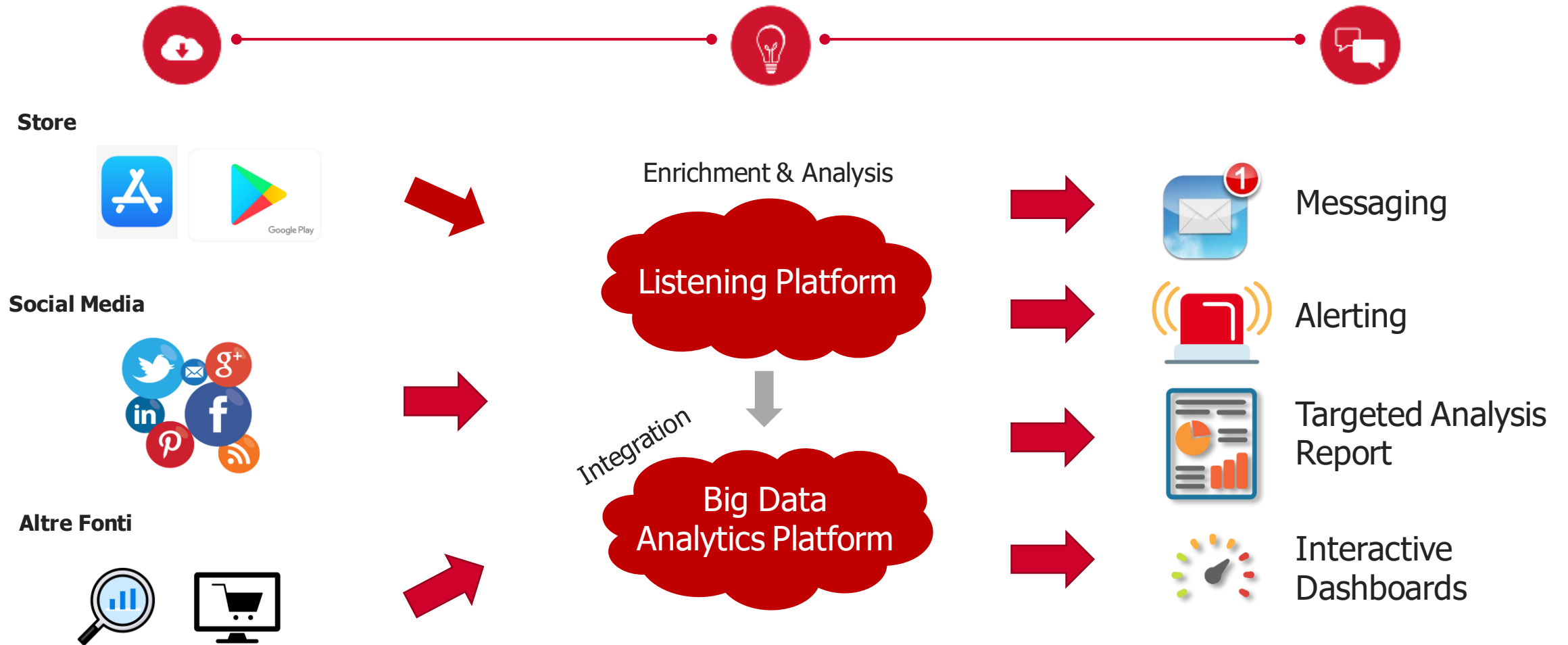
Anticipare i segnali deboli e forti della rete con sistemi anche automatici di alerting e insight immediati.

AGIRE

Definire un'organizzazione armonica e proattiva di ascolto della rete per:

- risolvere near real time le criticità con utenti attivi
- cogliere nuove opportunità strategiche per il business e per la comunicazione
- aumentare la base utenti e ridurre il tasso di abbandono
- promuovere iniziative mirate alle aspettative degli utenti

Social Listening – Media Data Room



GRAZIE

The world is how we shape it

sopra  steria