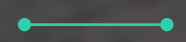




Data Driven Strategy

UN APPROCCIO AI DATI



the **fool**
The Digital Reputation Company



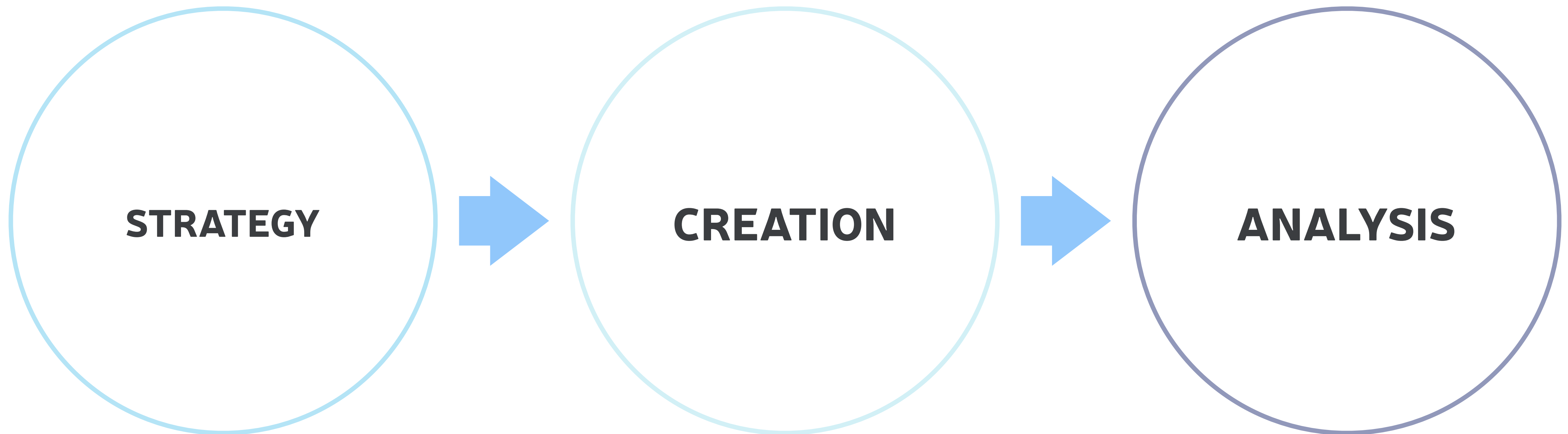
Attraverso le nostre tecnologie abbiamo accesso ai **pensieri delle persone**, mentre li condividono online attraverso i social e gli altri media. **Milioni di persone** in Italia e miliardi nel mondo che danno accesso ai loro pensieri, condividendo opinioni, comportamenti, emozioni e loro visioni in modo pubblico ed aperto.

Capiamo per agire, per creare **strategie pratiche** volte a convincere le persone e a modificare la loro percezione.

Chiamiamo questo processo "**Data Driven Strategy**".

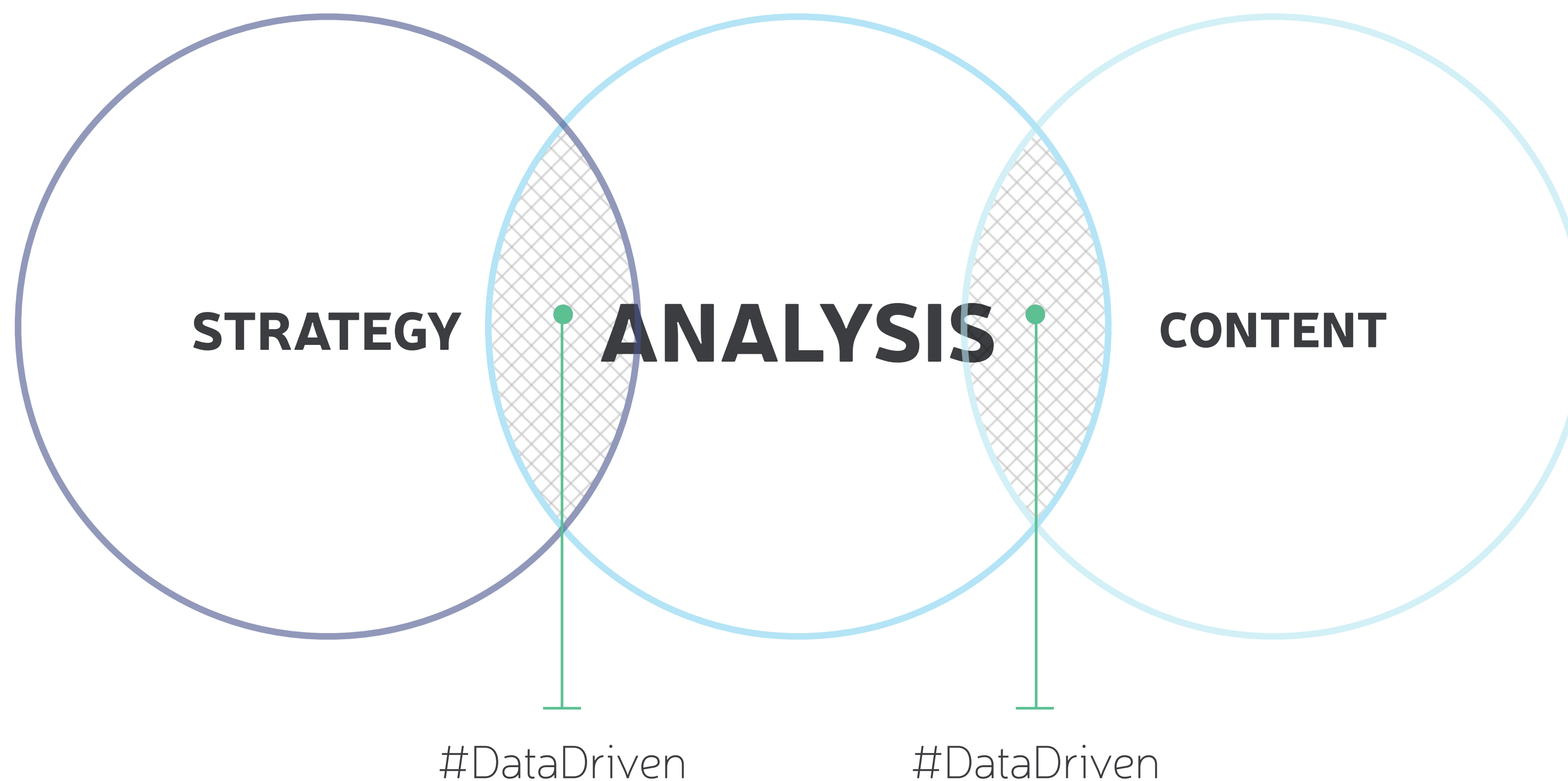
La concezione tradizionale della Strategia

Diagramma di flusso



La concezione 2.0 della Strategia

Il concetto di #DataDriven



ABBIAMO INDUBBIAMENTE

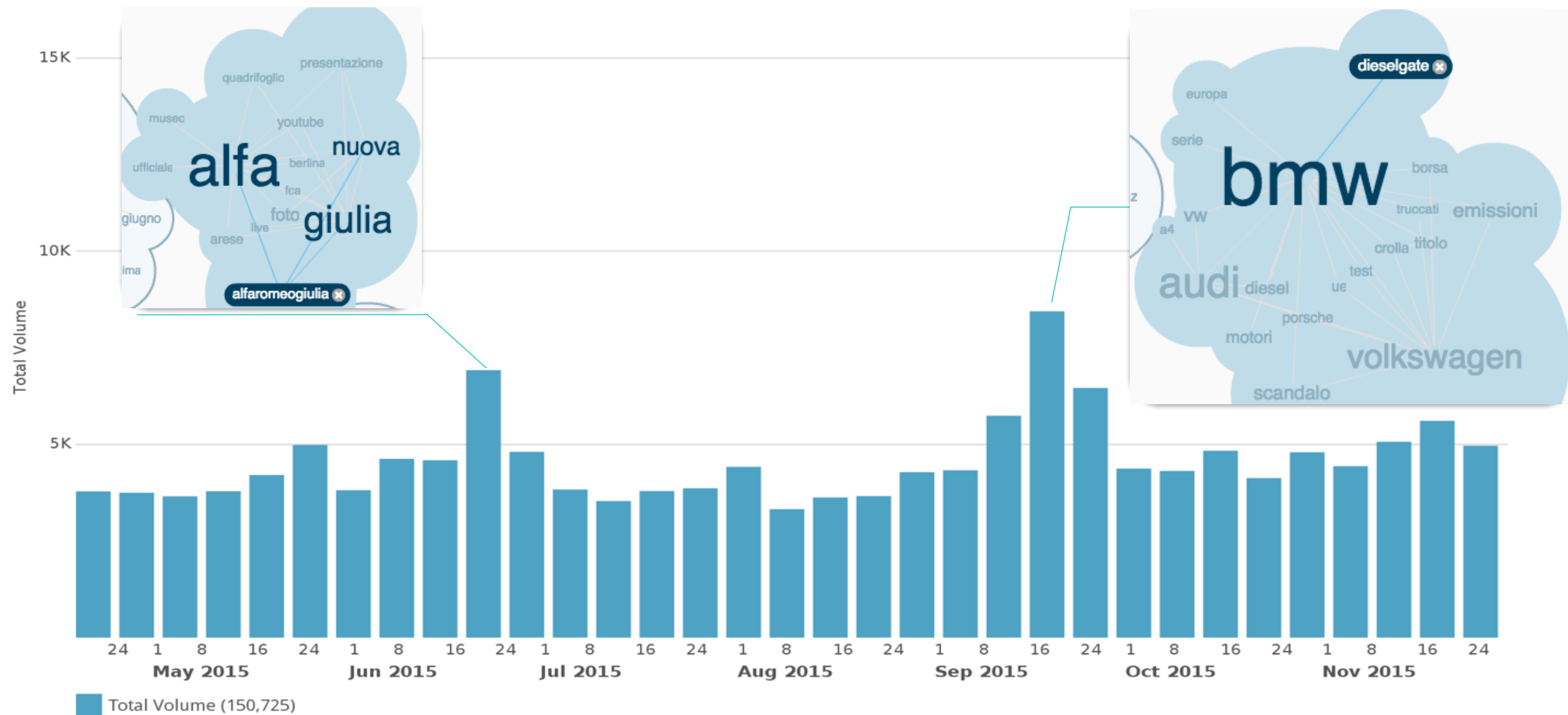


TROPPI* DATI

*(perché le aziende li usino in modo intelligente)

Volumi delle conversazioni

Volumi delle conversazioni e principali picchi reputazionali



Geografia delle Conversazioni

Volumi delle conversazioni su scala mondiale



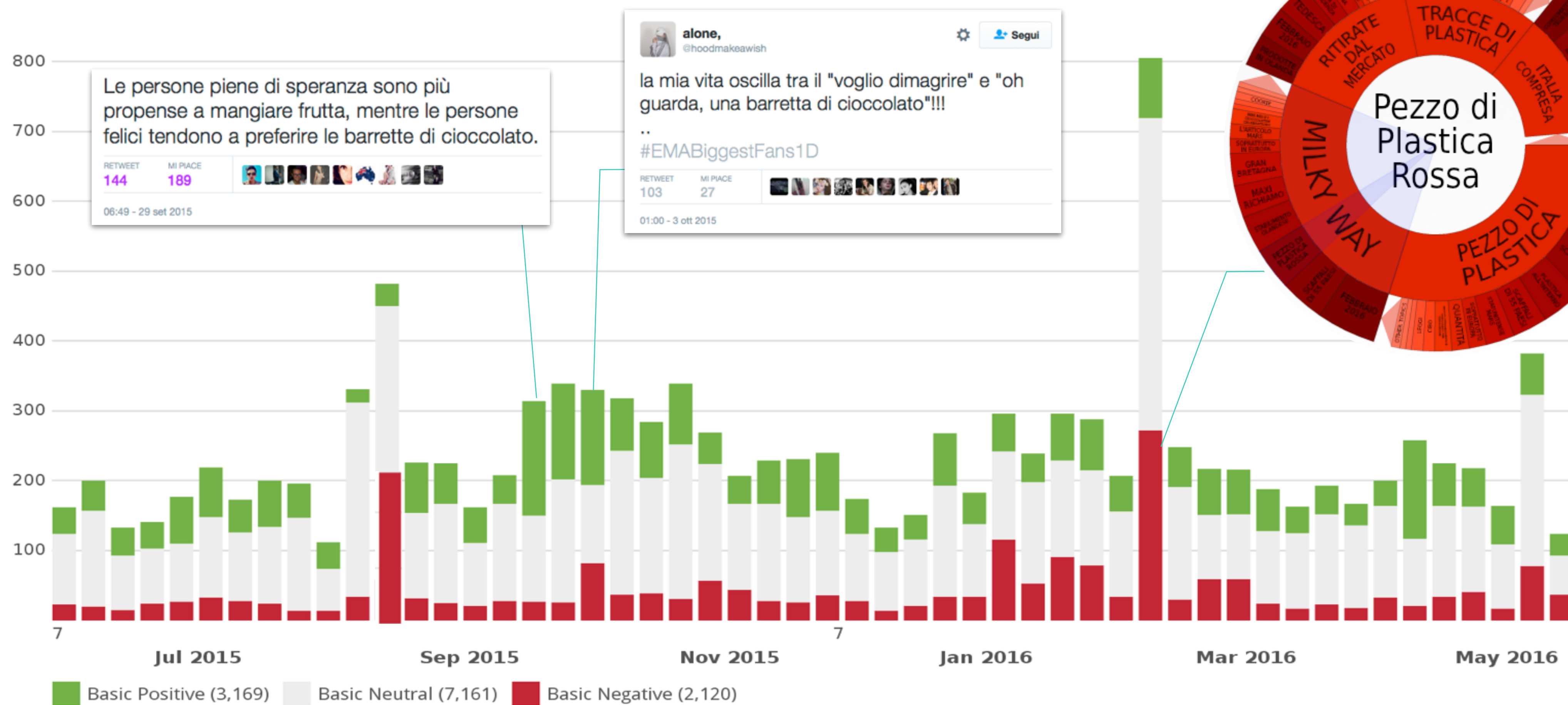
Geografia delle Conversazioni

Principali metropoli coinvolte nelle conversazioni su scala nazionale



L'universo degli snack tra teoria e pratica

Differenti tematiche e loro collocazione cronologica nell'analisi

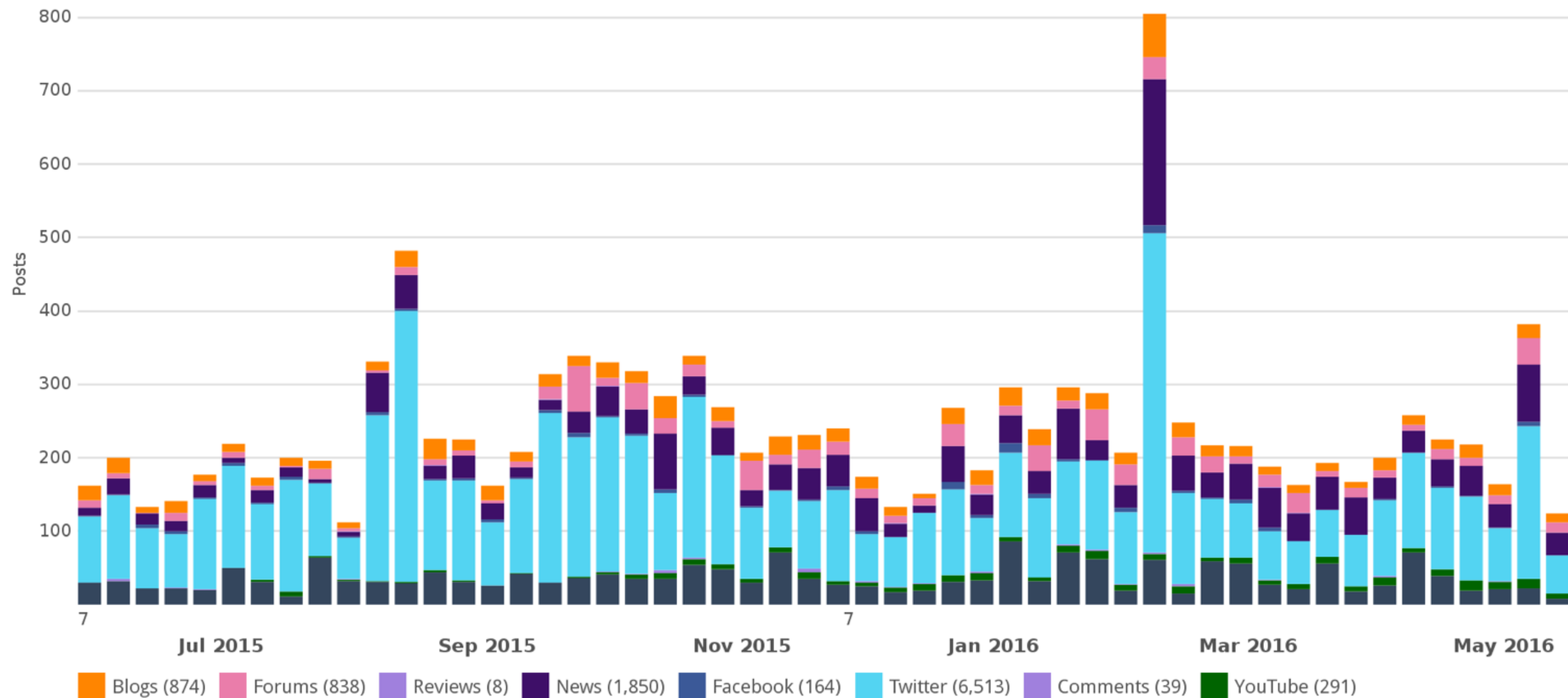


STRETTAMENTE CONFIDENZIALE

ANALISI A CURA DI THE FOOL SRL

Twitter e News guidano le ultime “crisi” del settore

Cronogramma delle conversazioni per Medium



STRETTAMENTE CONFIDENZIALE

ANALISI A CURA DI THE FOOL SRL

Tabella delle Conversazioni per Medium

Analisi delle principali fonti reputazionali

Sito Internet	Numero di Post	Proporzione
twitter.com	6764	53%
tumblr.com	1899	15%
alfemminile.com	349	3%
youtube.com	293	2%
blogspot.com	240	2%
facebook.com	165	1%
yahoo.com	139	<1%
wordpress.com	80	<1%
informazione.it	73	<1%
bhhomepage.com	40	<1%
huffingtonpost.it	39	<1%

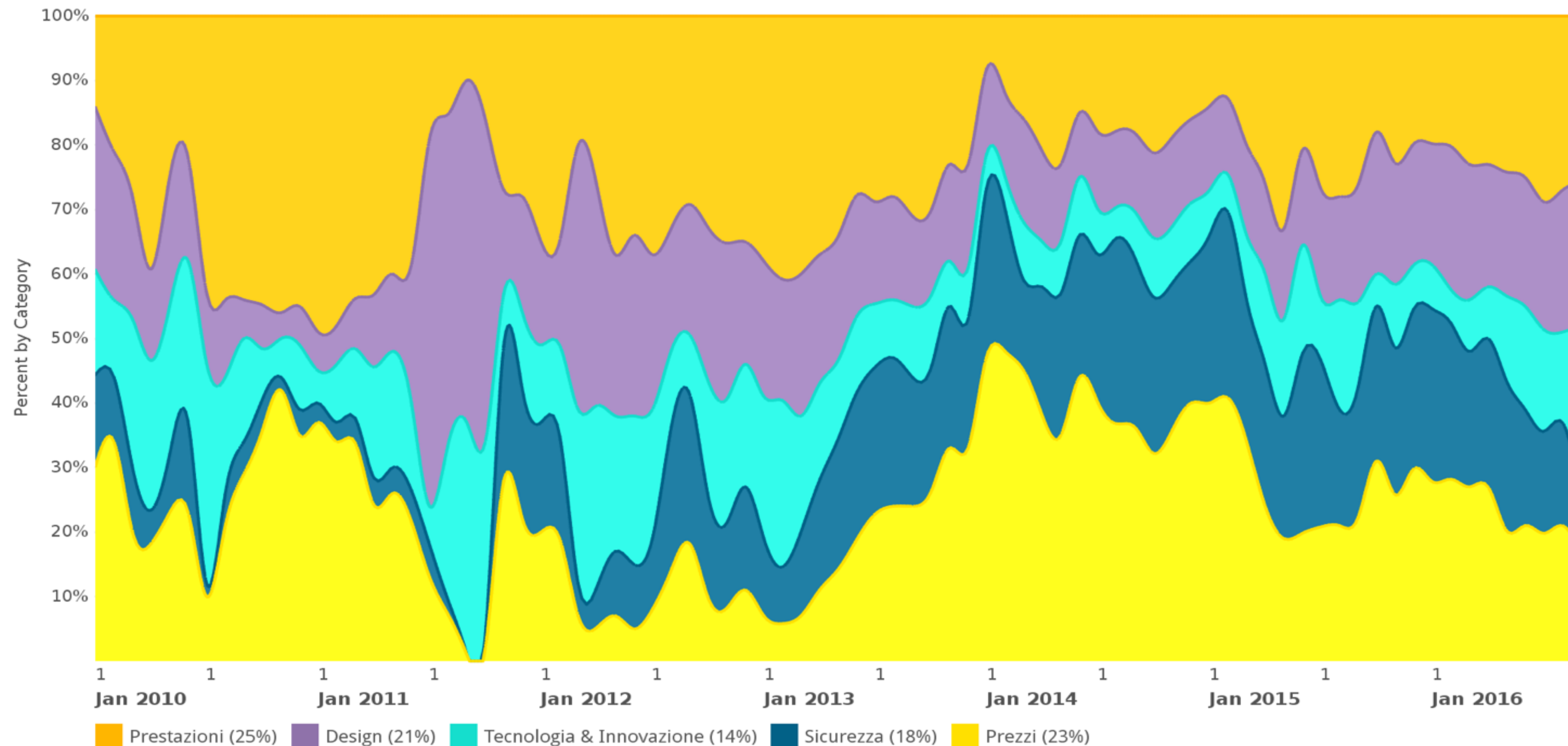
USIAMO I DATI NEL MODO

SBAGLIATO*

*(o come ci hanno storicamente insegnato a farlo)

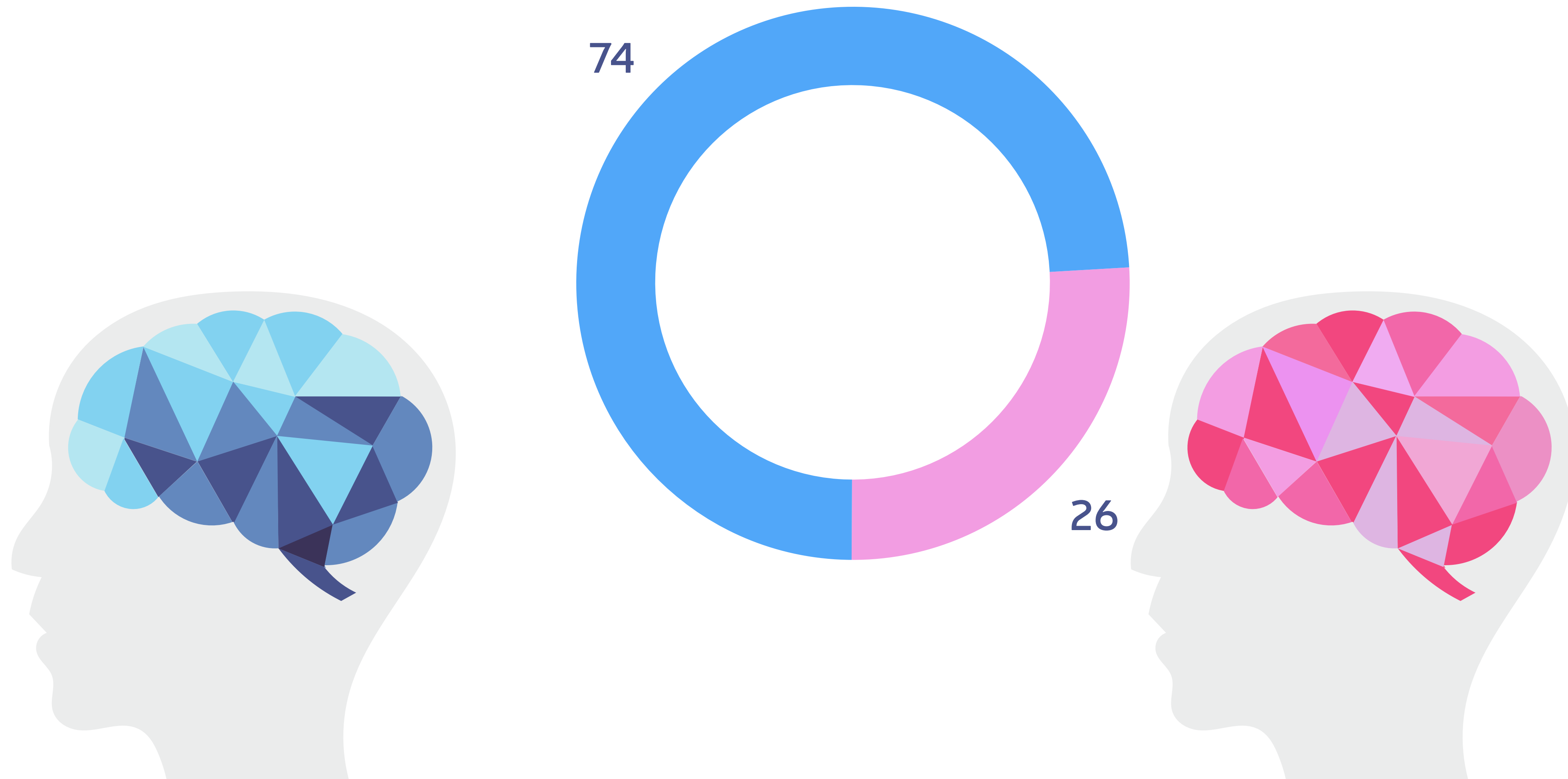
Prestazioni, Design, Tecnologia, Sicurezza e Prezzi nell'Automotive

Trend delle conversazioni online dal 2010 ad oggi



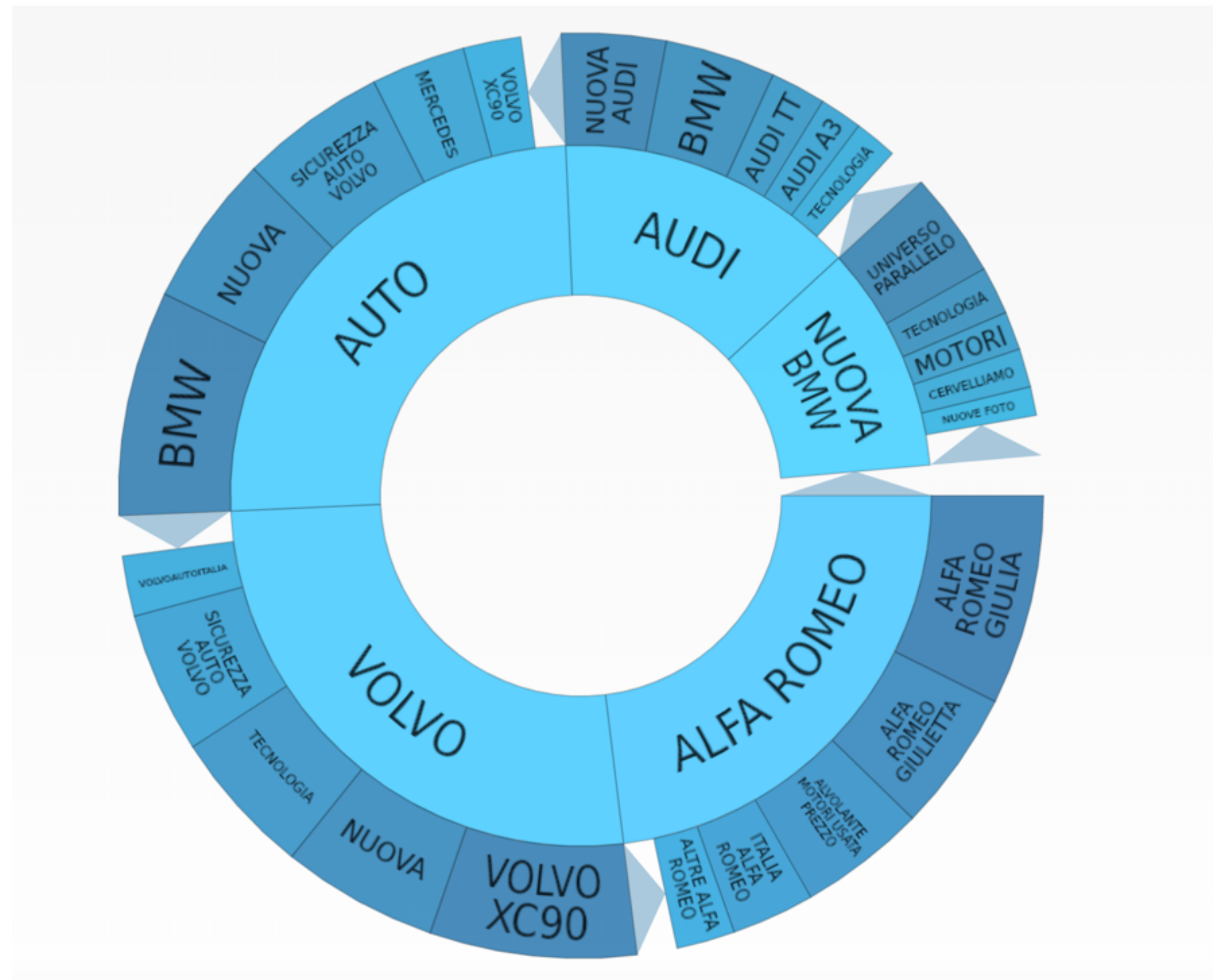
Demografiche di Genere

Percentuale delle conversazioni online per genere



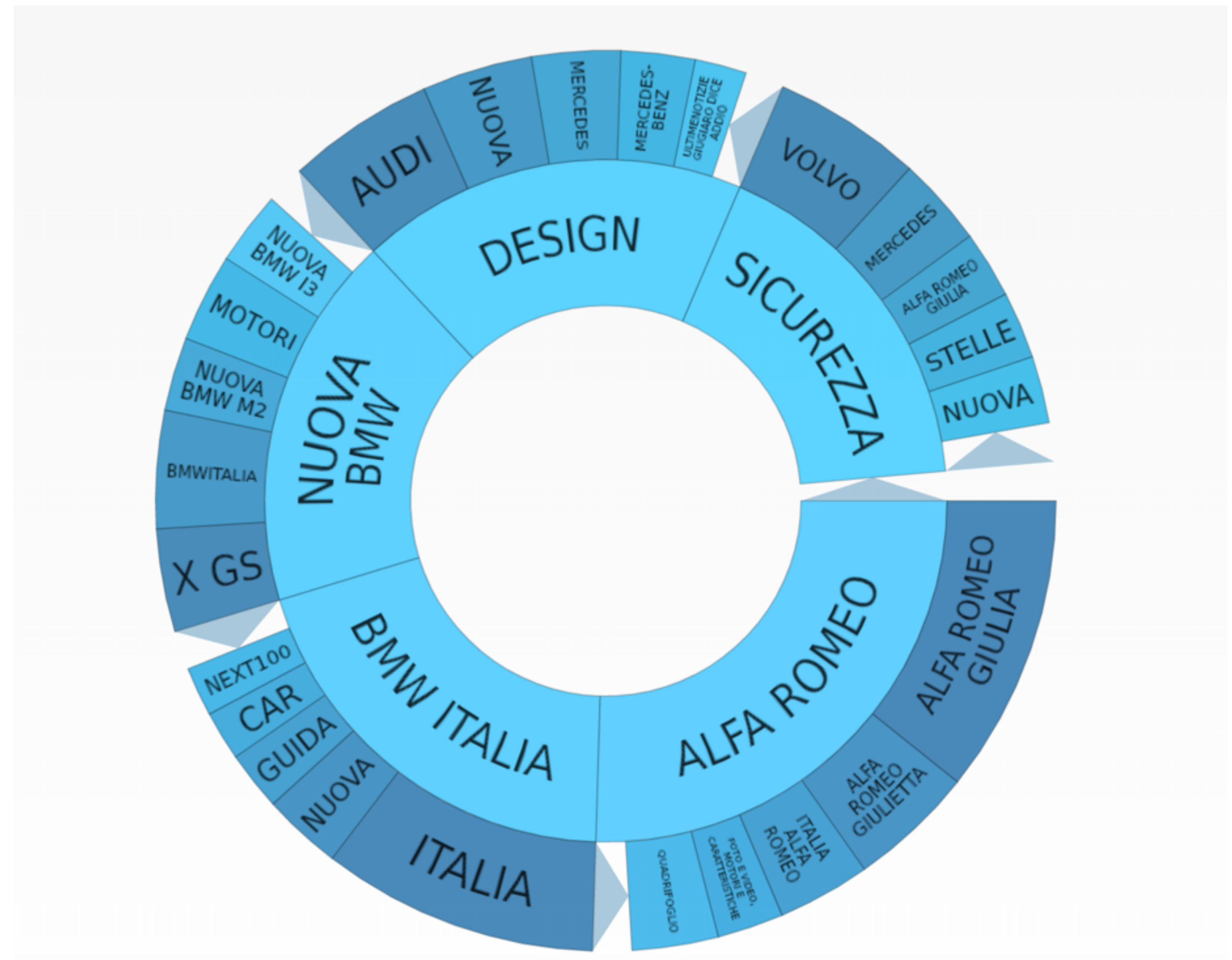
Mappa delle Parole Chiave di Genere

Principali parole chiave selezionate per genere

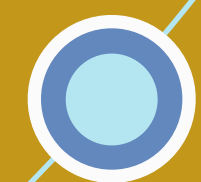


Mappa delle Parole Chiave di Genere

Principali parole chiave selezionate per genere



USIAMO I DATI IN MODO DIRETTO ANZICHÈ



INDIRETTO*

* (spesso il dato è quello che per noi è rifiuto digitale)

Analisi Audience Twitter

Numero di Follower e Tweet analizzati

~25.000

Follower nel panel

numero di follower su cui è stata condotta l'analisi.

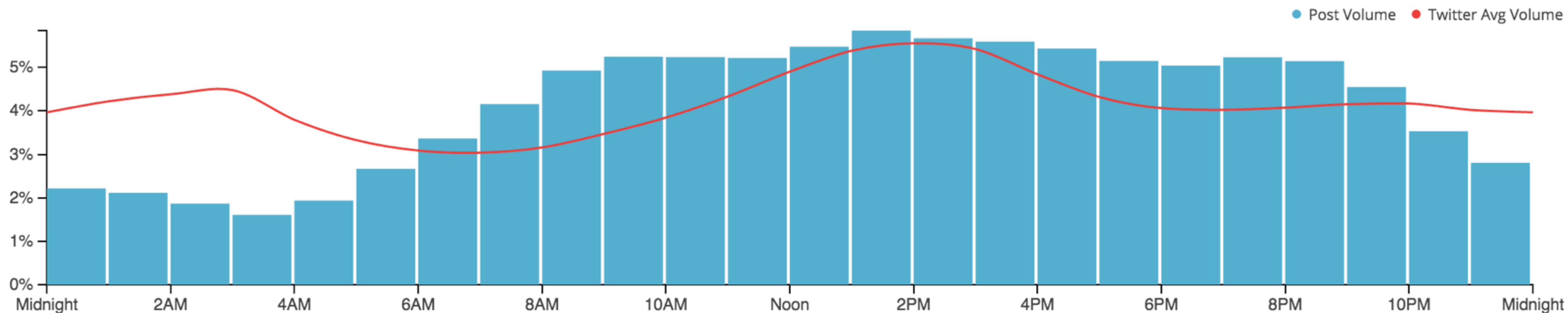
~1.200.000

Tweet Analizzati

numero di tweet prodotti dai follower nel panel sui quali è stata condotta l'analisi
97% del totale dei tweet prodotti dal panel

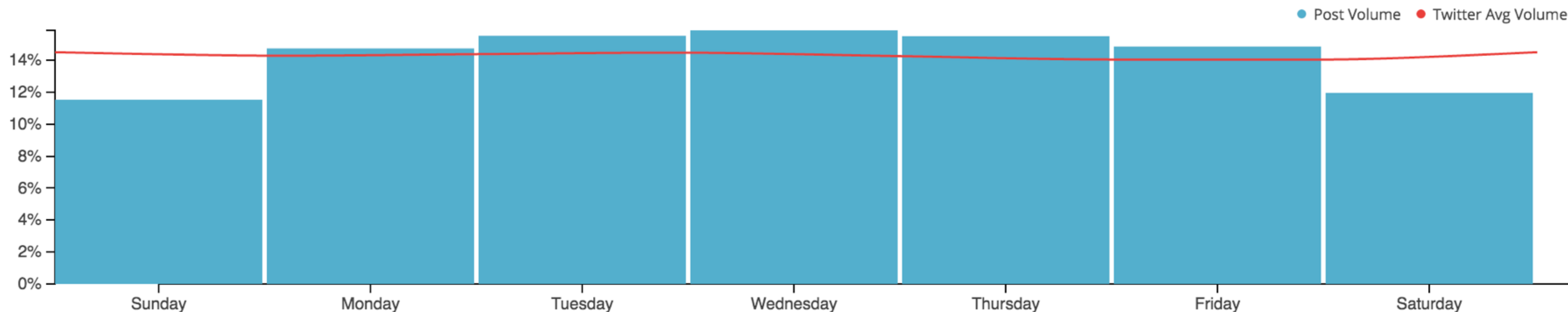
Gli orari in cui i follower sono attivi confronto con la media Twitter

Time of Day



I giorni in cui i follower sono attivi confronto con la media Twitter

Day of Week



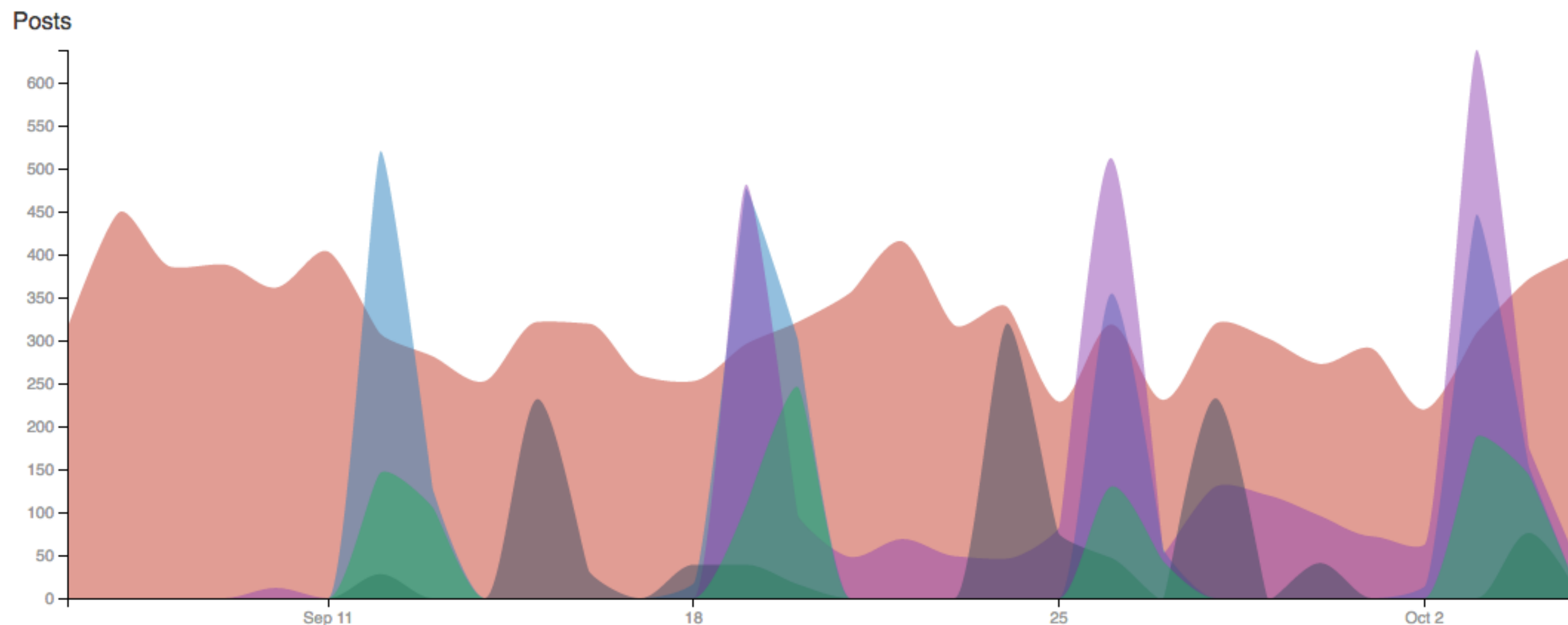
Top 10 Hashtag per utilizzo - ieri

Gli hashtag più utilizzati dai follower di una casa automobilistica

Hashtag	numero di volte
#amazon	403
#cucchi	106
#santoro	95
#benigni	93
#tbnetalks	81
#italia	75
#viagginsoliti	69
#audi	62
#lovotono	59
#auoshow	50

Top 10 Hashtag per utilizzo - ultimi 30 giorni

Cronogramma Hashtag



HASHTAG	RELEVANCY SCORE ↓	# IN SEGMENT	# ON TWITTER	AFFINITY
✓ #amazon	1043.7	9,621	992,440	204x more common than on Twitter overall
✓ #pechinoexpress	242.4	2,470	431,965	116x more common than on Twitter overall
✓ #gfvip	232.1	2,777	815,932+	137x more common than on Twitter overall
✓ #cococodm66_2001	210	1,177	13,237+	1,507x more common than on Twitter overall
✓ #socialisti	143.9	1,110	51,407+	360x more common than on Twitter overall

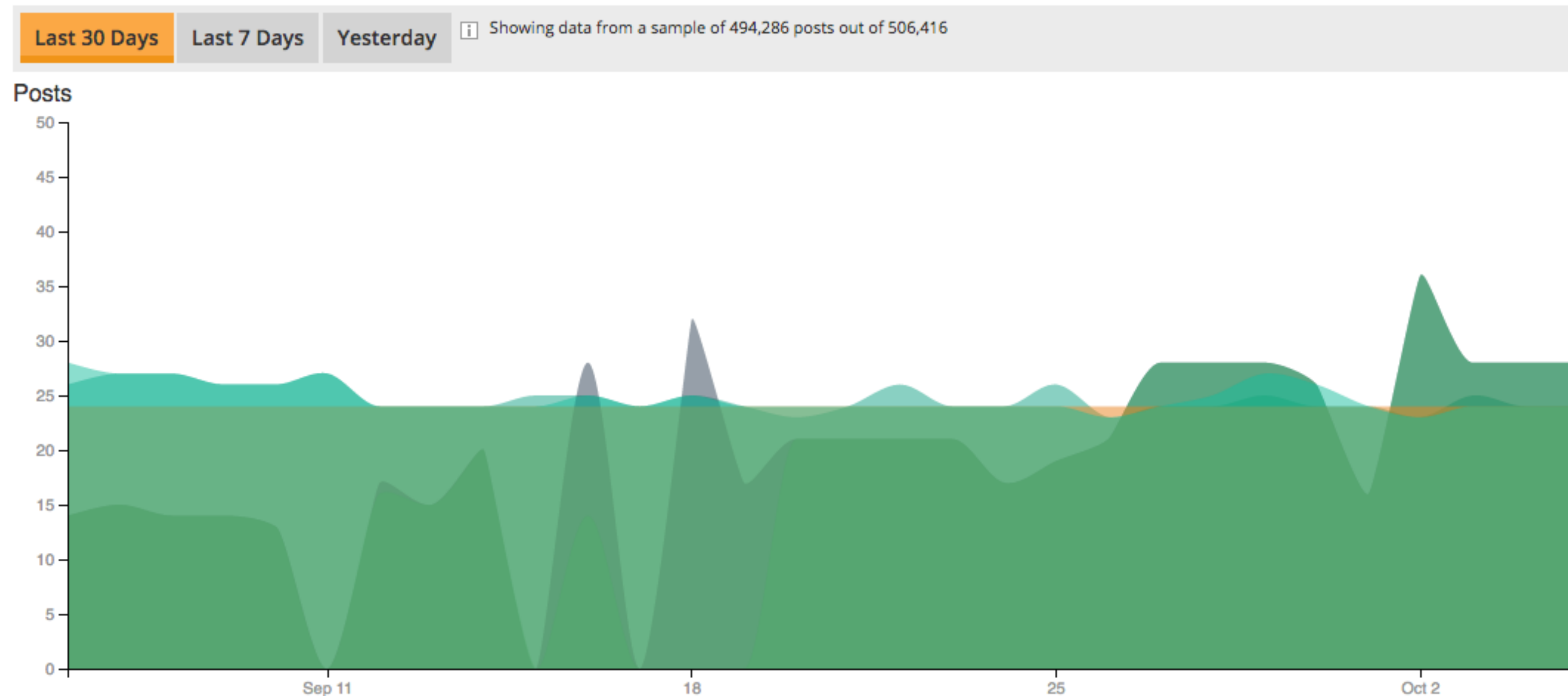
Top 10 Hashtag per affinity - ieri

Gli hashtag più popolari nella community rispetto al resto di Twitter

Hashtag	Affinity
#futurolavoro	11,076 più popolare rispetto a Twitter
#motormaniaci	6,203 più popolare rispetto a Twitter
#tbnetalks	4,801 più popolare rispetto a Twitter
#viaggiinsoliti	4,729 più popolare rispetto a Twitter
#rs8	4,633 più popolare rispetto a Twitter
#autoshow	4,439 più popolare rispetto a Twitter
#ganaunrs8	3,840 più popolare rispetto a Twitter
#motori	2,961 più popolare rispetto a Twitter
#carswithoutlimits	2,810 più popolare rispetto a Twitter
#supercars	2,102 più popolare rispetto a Twitter

Top 10 Hashtag per affinity - ultimi 30 giorni

Cronogramma Hashtag



HASHTAG	RELEVANCY SCORE	# IN SEGMENT	# ON TWITTER	AFFINITY ↓
✓ #blogcioccolatoezenzero	128.8	741	N/A	5,178x more common than on Twitter overall
✓ #motormaniac	99	586	N/A	4,035x more common than on Twitter overall
✓ #webtv	88.1	522	643+	3,530x more common than on Twitter overall
✓ #addict	112.4	720	6,977	2,227x more common than on Twitter overall
✓ #glalloblogs	114.5	743	8,030	2,014x more common than on Twitter overall

Classifica utenti più citati - ultimi 30 giorni

Gli utenti con più menzioni nella community

Profilo	numero di mention
@fedefederossi	2,850
@benji_mascolo	2,632
@benjiefede	1,004
@repubblicait	985
@hakflak	981
@matteorenzi	890
@theshowisyou	839
@rtpig	806
@alecoscino	760
@gaiagaudenzi	679

Classifica utenti più citati - ultimi 30 giorni

Gli utenti con più menzioni nella community rispetto a Twitter

Profilo	Affinity
@louiswtd	2,706 più popolare rispetto a Twitter
@horanniallreal1	2,515 più popolare rispetto a Twitter
@marissalove_x	1,527 più popolare rispetto a Twitter
@flaminimarina	991 più popolare rispetto a Twitter
@ghegola	933 più popolare rispetto a Twitter
@matibo11	682 più popolare rispetto a Twitter
@hakflak	605 più popolare rispetto a Twitter
@gaiagaudenzi	570 più popolare rispetto a Twitter
@alecoscino	385 più popolare rispetto a Twitter
@theshowisyou	381 più popolare rispetto a Twitter

I Retweet più significativi - ultimi 30 giorni

I contenuti significativi più retwettati dalla community



 **Fede 0+** 
@fedefederossi 

"quante volte ho detto, che non ti avrei perso.."
9:15 PM - 14 Sep 2016

  4,926  11,515

30
retweets among people in
this segment

25x
more common than on Twitter overall

I Retweet più significativi - ultimi 30 giorni

I contenuti significativi più retwettati dalla community

The image shows a screenshot of a tweet from user Benji Mascolo (@Benji_Mascolo) on September 21, 2016. The tweet text is "L'unica certezza della vita in questo momento sono i pancakes." followed by a sad face emoji. The tweet has 3,830 retweets and 10,099 likes. Below the tweet, there are two analysis metrics: "26 retweets among people in this segment" and "20x more common than on Twitter overall".

Metric	Value
Retweets among people in this segment	26
More common than on Twitter overall	20x

I Retweet più significativi - ultimi 30 giorni

I contenuti significativi più retwettati dalla community



The image shows a screenshot of a tweet from Benji Mascolo (@Benji_Mascolo) dated September 30, 2016, at 7:16 PM. The tweet asks for feedback on the new sound of the song 'Amore Wi-Fi' and includes the hashtag #AmoreWIFI. The tweet has 3,393 retweets and 8,903 likes. Below the tweet, two statistics are displayed: '22 retweets among people in this segment' and '12x more common than on Twitter overall'.

Benji 0+ 
@Benji_Mascolo [Follow](#)

Vorrei sapere cosa pensate sinceramente di Amore Wi-Fi. Se vi piace il nuovo sound, o se non vi piace la canzone. Fatemi sapere [#AmoreWIFI](#)

7:16 PM - 30 Sep 2016

  3,393  8,903

22
retweets among people in this segment

12x
more common than on Twitter overall

I Retweet più significativi - ultimi 30 giorni

I contenuti significativi più retwettati dalla community



The image shows a screenshot of a tweet from the verified account 'Benji & Fede' (@BenjieFede). The tweet text is: 'Stasera alle 20:30 sulla nostra pagina Facebook vi diremo la Tracklist ufficiale di 0+ con i titoli di tutte le nuove canzoni. Carichi 🍷'. The tweet is dated '4:15 PM - 23 Sep 2016' and has 4,045 retweets and 9,818 likes. Below the tweet, there is a grey analysis overlay with two statistics: '23 retweets among people in this segment' and '31x more common than on Twitter overall'. A 'Follow' button is visible in the top right of the tweet area.

Metric	Value
Retweets among people in this segment	23
More common than on Twitter overall	31x

I Multimedia più significativi - ultimi 30 giorni

I multimedia significativi più retwettati dalla community

pbs.twimg.com/media/Cs3j9KNWEAAeIVw.jpg



299 shares among people in this segment

1,534x more common than on Twitter overall

I Multimedia più significativi - ultimi 30 giorni

I multimedia significativi più retwettati dalla community

youtu.be/vj_Uj6epjWY

QUE ES LA VIDA Gisela Lopez & Giovanni Caruso



51 shares among people in this segment




357x more common than on Twitter overall

I Multimedia più significativi - ultimi 30 giorni










I multimedia significativi più retwettati dalla community



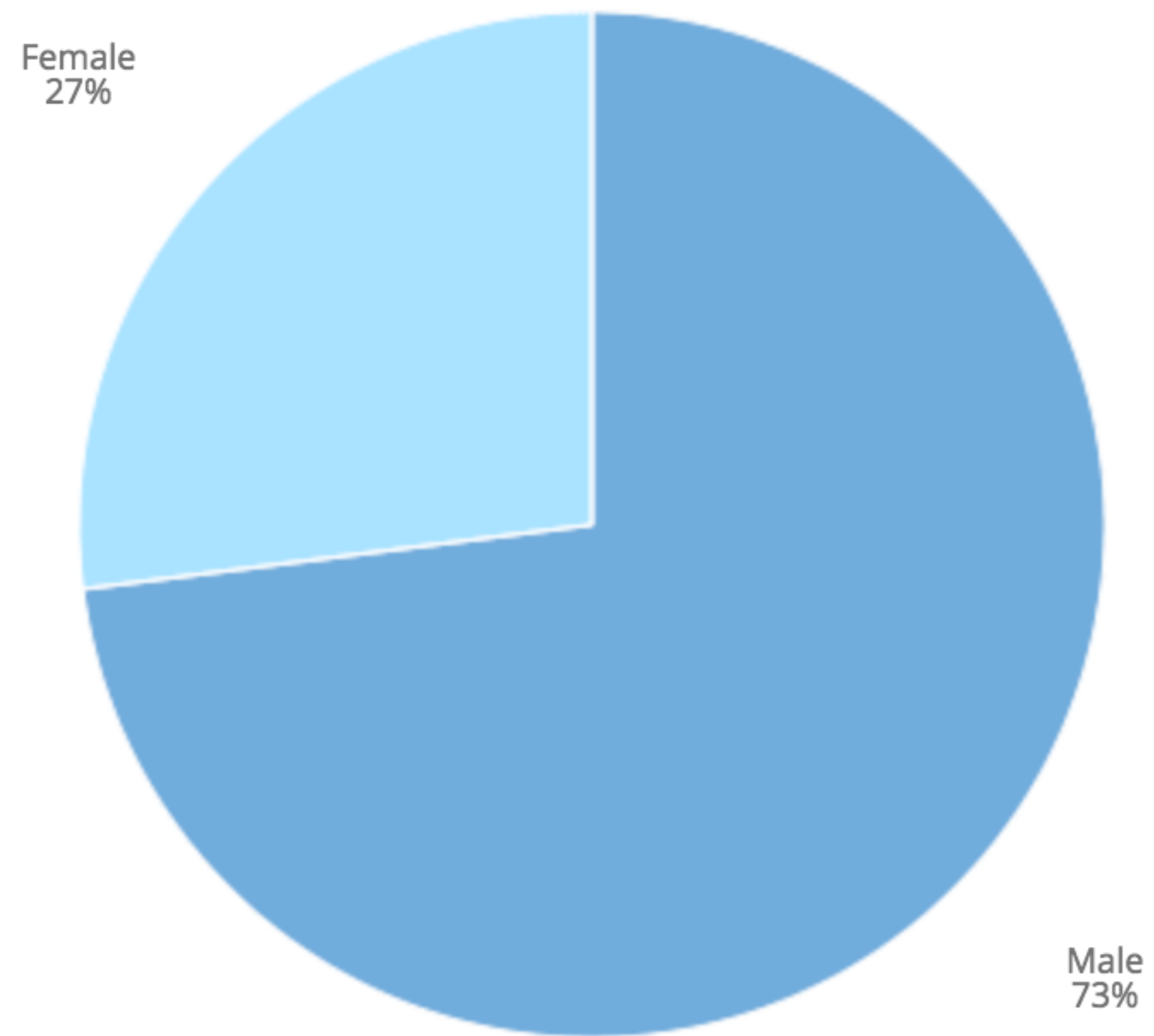
Classifica influencer - ultimi 30 giorni

1		@Benji_Mascolo	2 ↑
2		@fedefederossi	2 ↑
3		@BenjieFede	22 ↑
4		@repubblicait	8 ↑
5		@MilanoFinanza	12 ↑
6		@HoranNiallReal1	NEW
7		@MarissaLove_x	6 ↓
8		@Inter	NEW
9		@Hakflak	NEW
10		@theshowisyou	NEW

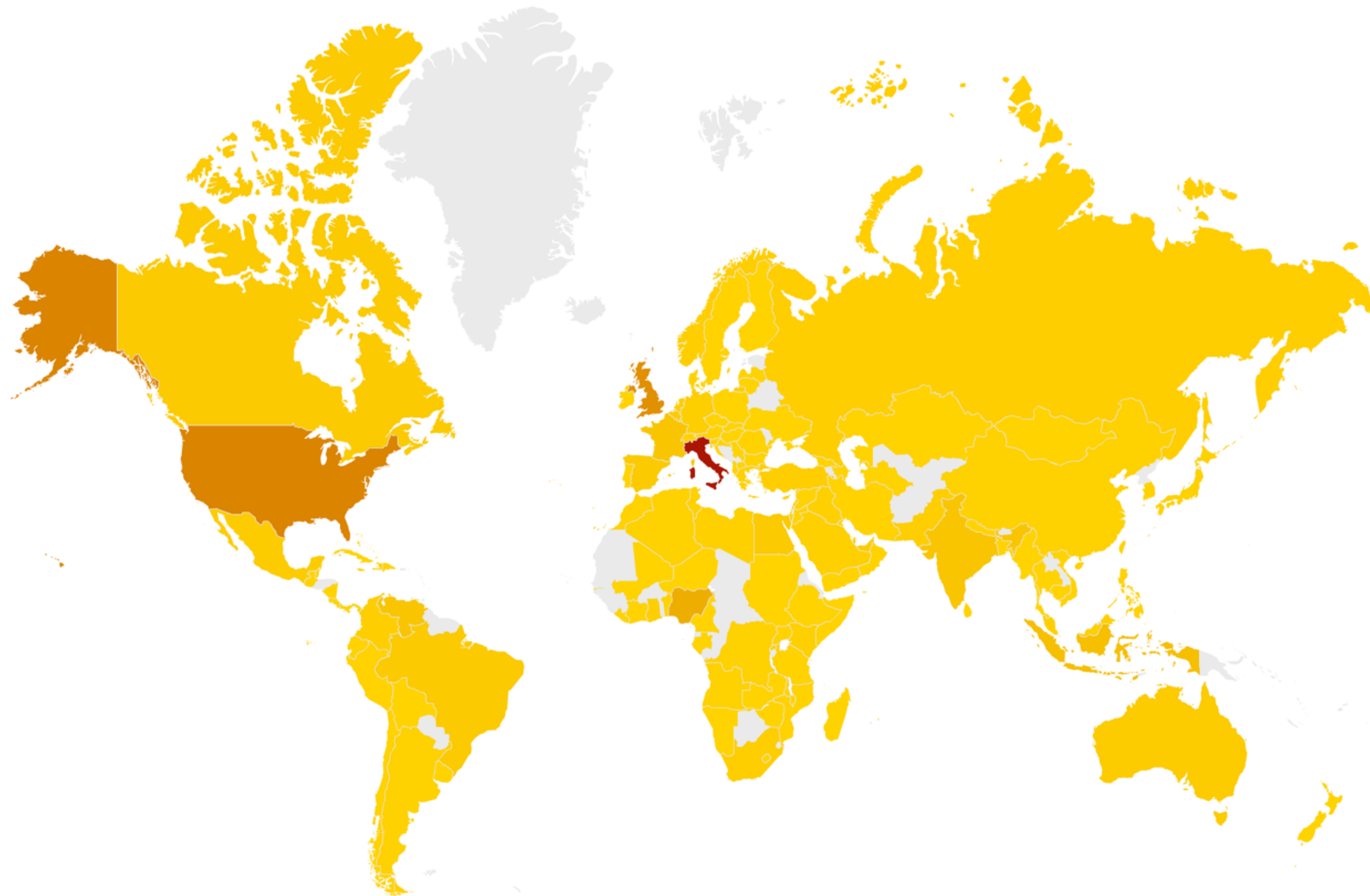
Classifica influencer - ultimi 7 giorni

1		@fedefederossi	2 ↑
2		@Benji_Mascolo	1 ↓
3		@BenjieFede	1 ↑
4		@carmella_queen	9 ↑
5		@MilanoFinanza	2 ↑
6		@MondialAuto	NEW
7		@spnInv	9 ↑
8		@MLP_officiel	NEW
9		@HoranNiallReal1	4 ↓
10		@GaiaGaudenzi	10 ↑

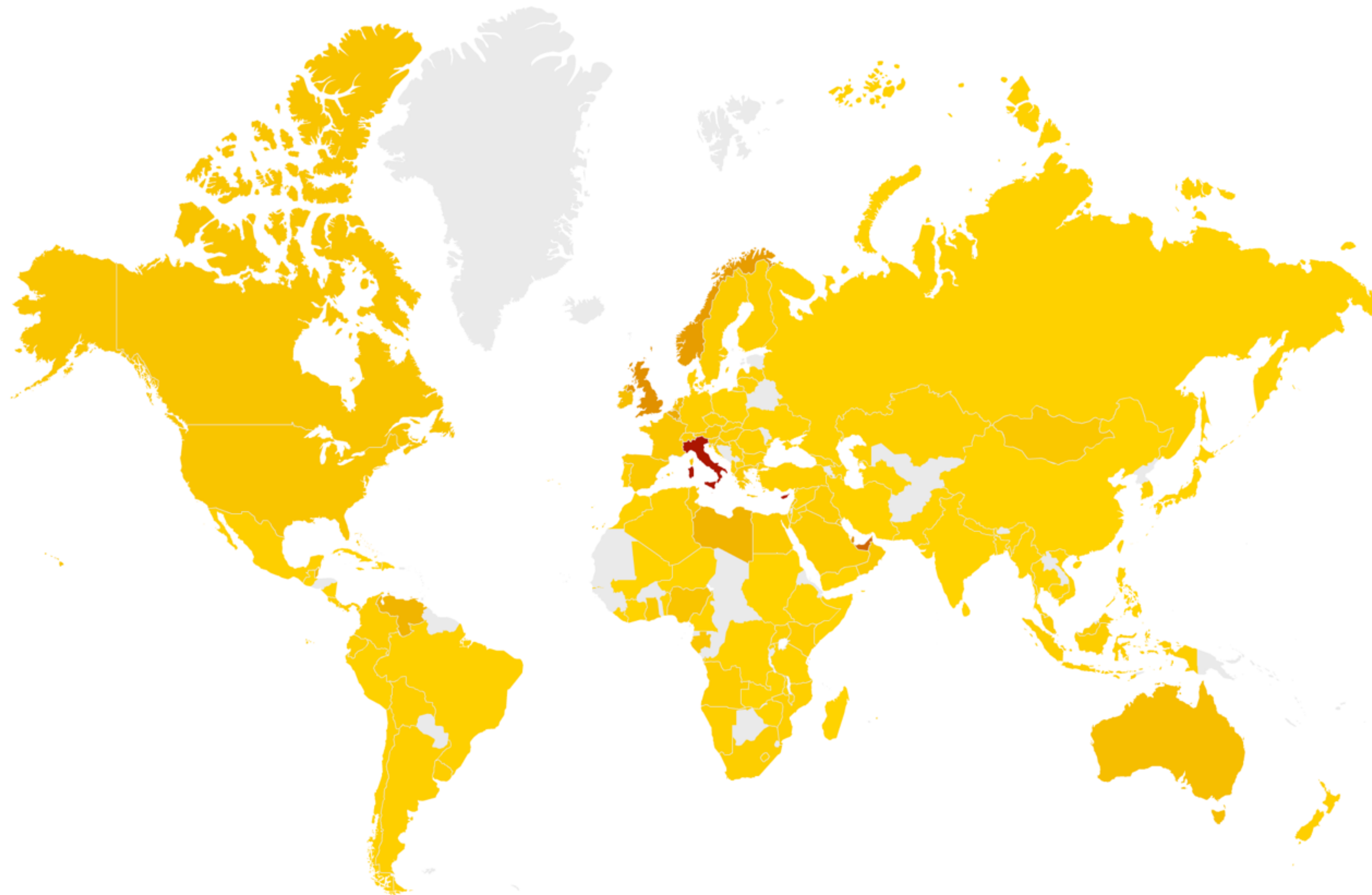
Demografica - genere



GEOGRAFIA DEI TWEET - USERS



GEOGRAFIA DEI TWEET - USERS PER CAPITA



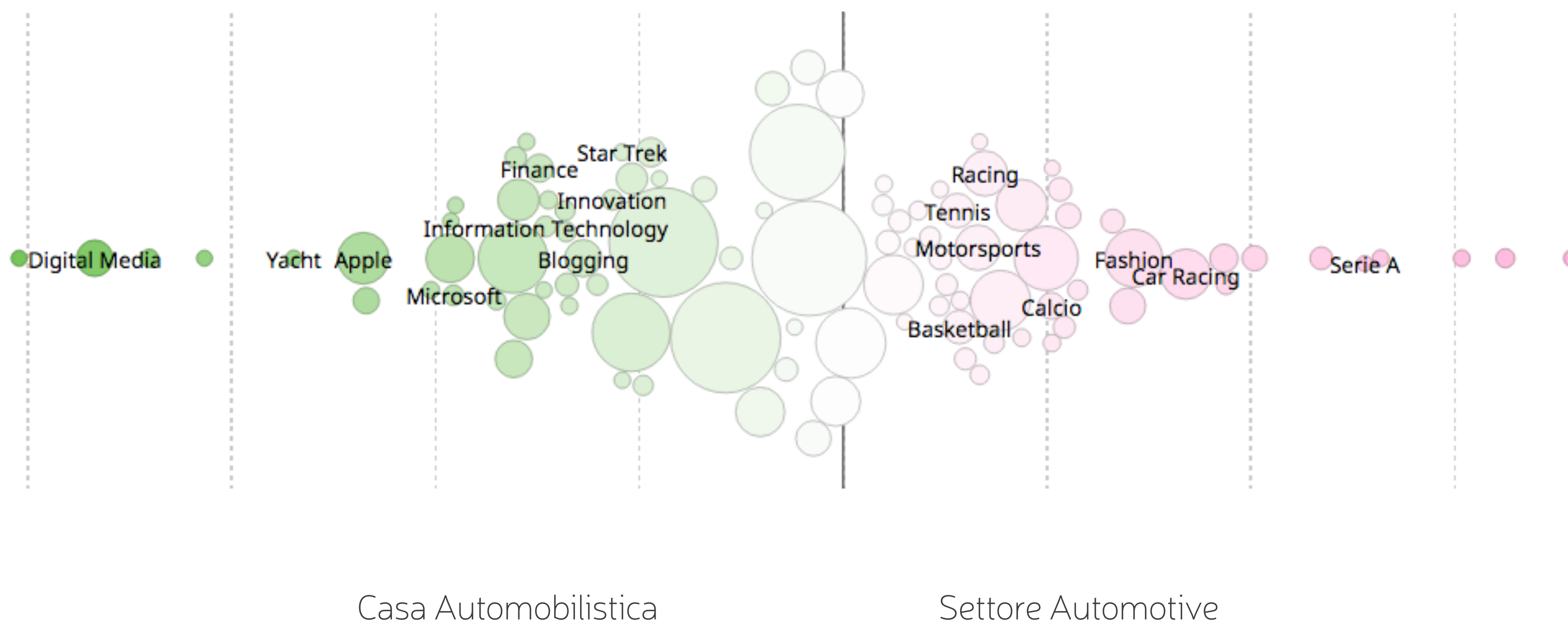
ANALIZZIAMO IL DATO INTERNO MA SCORDIAMO

QUELLO VICINO*

*(cioè quello che possiamo inferire)

Star Trek, Digital Media e Innovation tra le maggiori affinità

Affinità: confronto tra gli interessi più popolari degli utenti



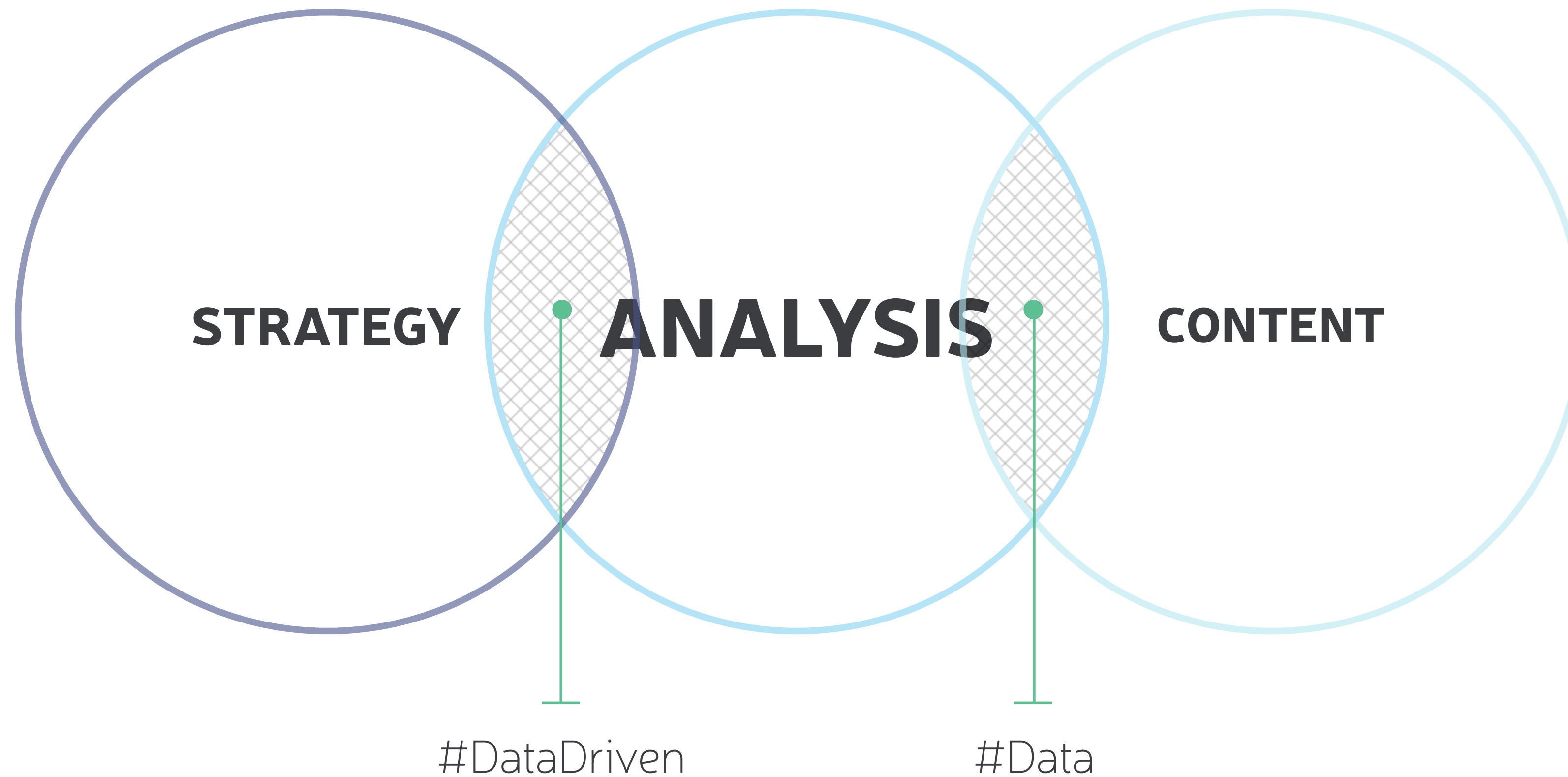
E QUINDI, QUAL È

LA RISPOSTA?*

*(oltre, ovviamente, a 42)

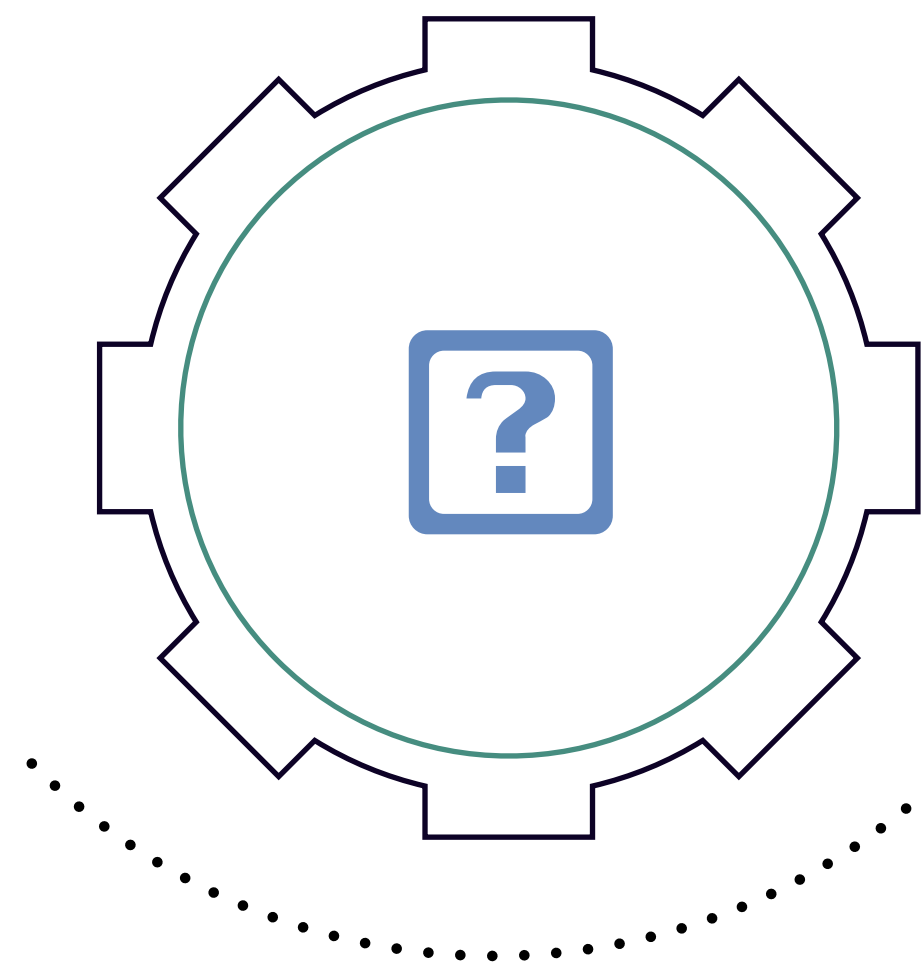
La concezione 2.0 della Strategia

Il concetto di #DataDriven



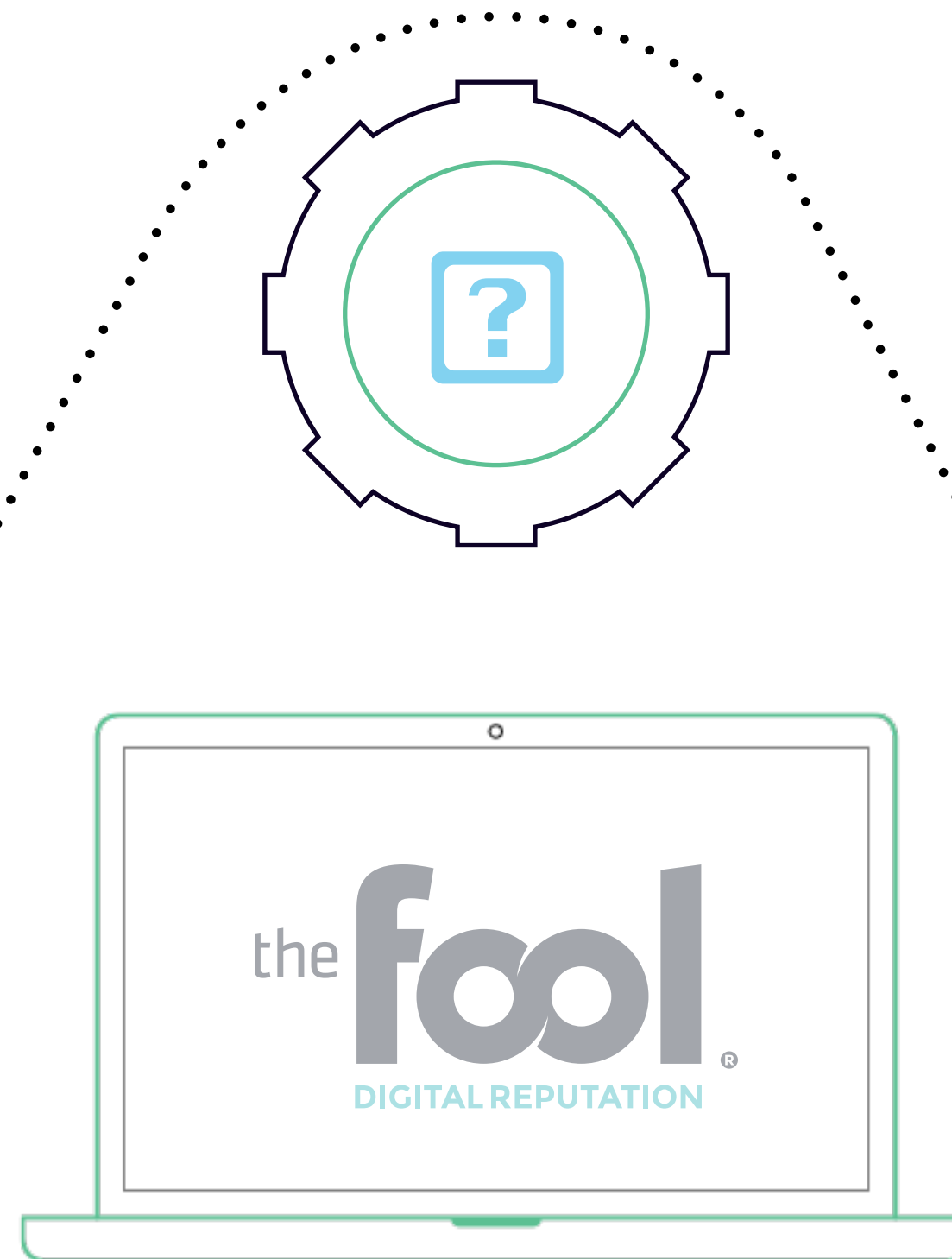
Analisi In-Depth

Analisi in profondità per comprendere temi e pianificare



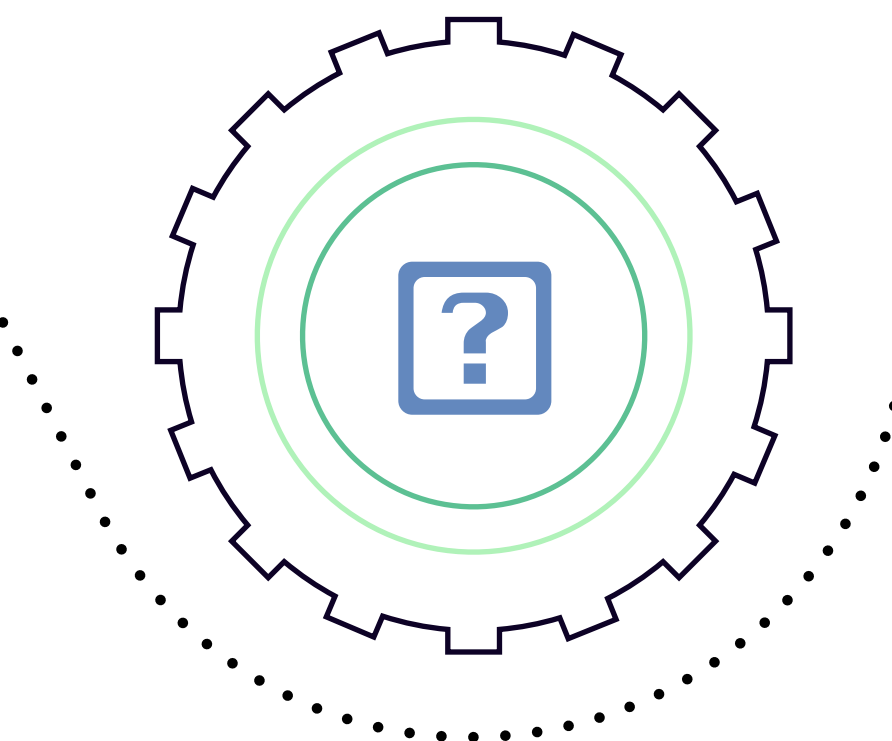
Reputation Design

Creazione dei Piani Editoriali e dei contenuti sulla base dei DATI



RECheck & Restart

Reiterare il processo controllando i KPI di riferimento



DOMANDE?

The Fool

Monitoraggio, Analisi, Moderazione, Gestione e Tutela Legale
della Reputazione e degli Asset Digitali.

Postal Address

Via Merano, 16
20123 Milano (MI)
info@thefool.it

Milano

Via Merano, 16
20123 Milano (MI)

Roma

Via Alberto da Giussano 62/D
00176 Roma (IT)
c/o Nois3 srl

Contatti

02 006 118 26
info@thefool.it

Potete scaricare le slide qui:

[GO.THEFOOL.IT/ABI2K16](https://go.thefool.it/ABI2K16)

O venire a trovarci nel nostro banchetto

The Fool

Monitoraggio, Analisi, Moderazione, Gestione e Tutela Legale
della Reputazione e degli Asset Digitali.

Postal Address

Via Merano, 16
20123 Milano (MI)
info@thefool.it

Milano

Via Merano, 16
20123 Milano (MI)

Roma

Via Alberto da Giussano 62/D
00176 Roma (IT)
c/o Nois3 srl

Contatti

02 006 118 26
info@thefool.it