



Web Reputation: dalla teoria alla pratica

I CASI CRITICI PIÙ COMUNI, LE POLICY E LE MIGLIORI STRATEGIE



the **fool**

The Digital Reputation Company

COSA FACCIAMO

390K+

ALERT INVIATI
DAI NOSTRI ANALISTI

3M+

RISULTATI RECUPERATI
DAL NOSTRO MOTORE
PER I CLIENTI

~1000

RISULTATI PRESENTATI
AI NOSTRI CLIENTI

400M

FONTI REPUTAZIONALI
ANALIZZATE

19M+

CONTENUTI
MODERATI

6M

MASSIMO
REPUTAZIONE

150

PAGINE SOCIAL
GESTITE

the **fool**

The Digital Reputation Company

19M⁺

CONTENUTI
MODERATI

6M €

MASSIMO RISARCIMENTO
REPUTAZIONE

15K⁺

PAGINE RIMOSSE
NEL 2013

500⁺

RELAZIONI TECNICHE
DI PARTE

150

PAGINE SOCIAL
GESTITE

5M⁺

RIMOZIONI DI CONTENUTI
DAL 2008

the **fool**

The Digital Reputation Company



Paura.

MODERAZIONE
DEI CONTENUTI

SUPPORTO
LEGALE

MONITORING IN
TEMPO REALE DELLA
RETE INTERNET

CONTATTI DIRETTI
CON LA SECURITY
DEI PRINCIPALI
SOCIAL

CONSULENZE
DI PARTE

RAPPORTI
CON FFOO

Paura.



Selvaggio.



LTS - LIFE
THREATENING
SITUATIONS

AUTO
LESIONISMO

FAKE
ACCOUNT

IMPERSONATION
E FAKE ACCOUNT

INGIURIA E
DIFFAMAZIONE

ABUSO DI
MARCHIO E
NOME

PROPRIETÀ
INTELLETTUALE

DDOS

PORNOGRAFIA
E PEDO
PORNOGRAFIA

MALWARE

Selvaggio.



Coraggio.

61.5 milioni
Popolazione italiana



61.5 milioni
Popolazione italiana



58%

35.5 milioni

Sono gli Italiani che si connettono
ad internet regolarmente,
quasi 6 persone su 10

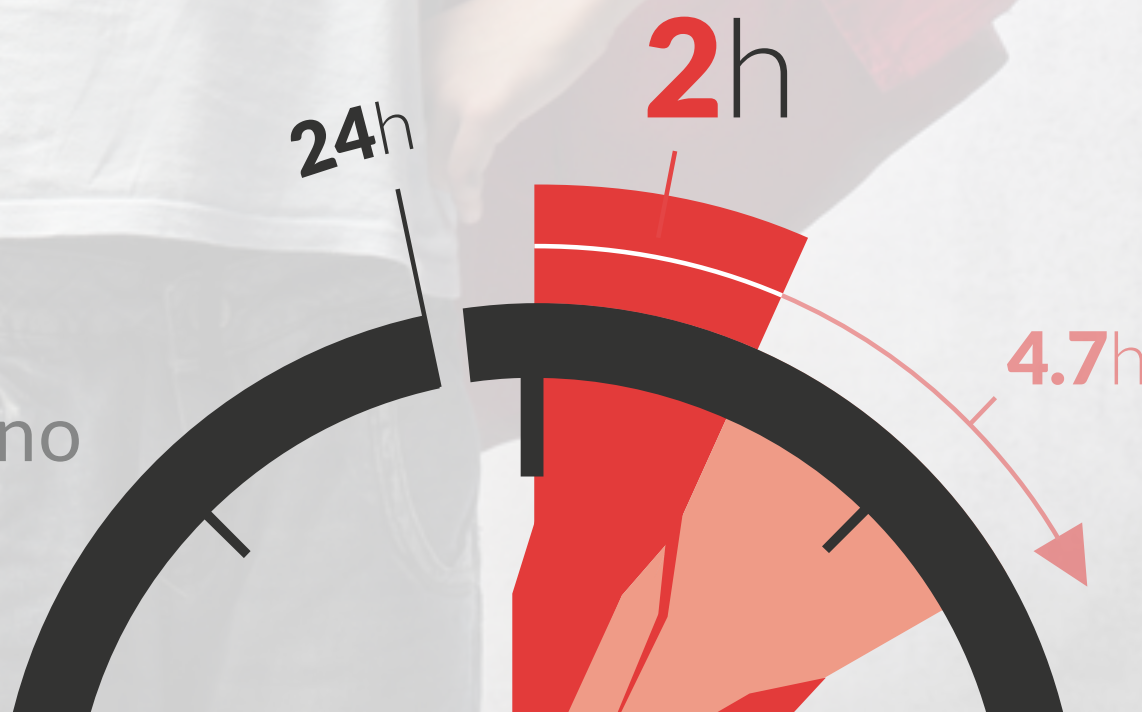
61.5 milioni
Popolazione italiana



58%

35.5 milioni

Sono gli Italiani che si connettono ad internet regolarmente, quasi 6 persone su 10



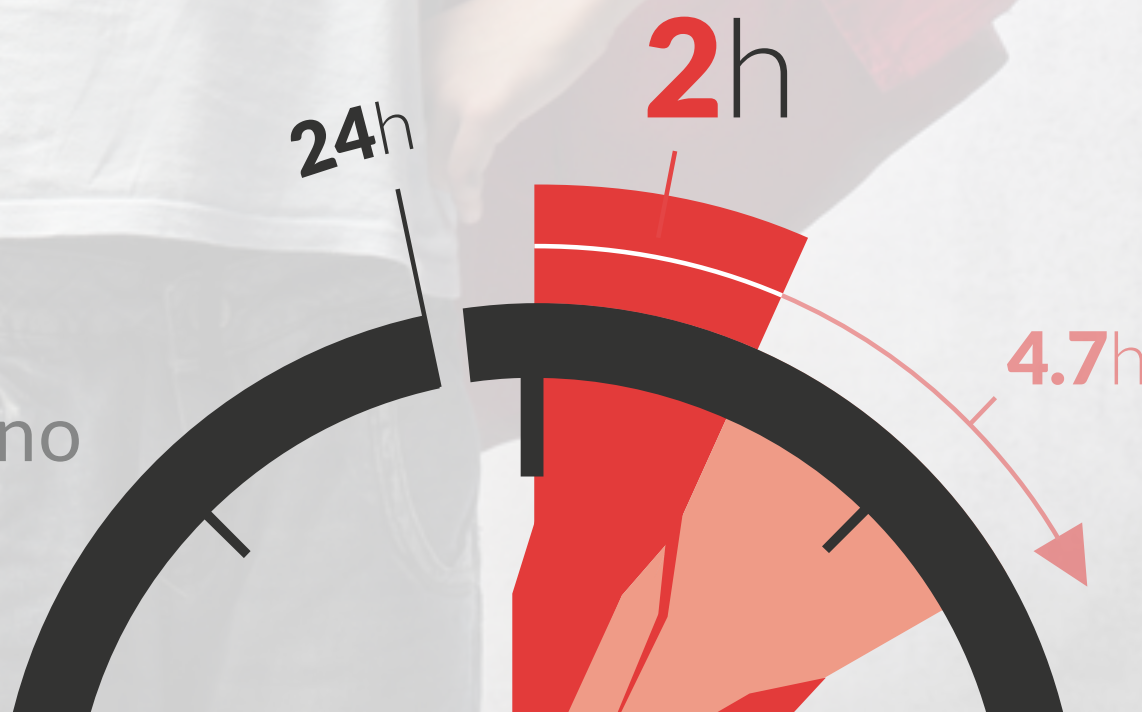
61.5 milioni
Popolazione italiana

**parlano
di voi.**

58%

35.5 milioni

Sono gli Italiani che si connettono
ad internet regolarmente,
quasi 6 persone su 10





Coraggio.



Budget.



Budget.

crisis

EVENTI DI CRISI E DI
ELEVATO PERICOLOSITÀ
REPUTAZIONALE
POTENZIALE

protection

MODERAZIONE,
COMPLIANCE E
POLICIES



competitive

ANALISI DEL PANORAMA DELLA CONCORRENZA, DEI PRODOTTI INIZIATIVE O SERVIZI

personal

BRAND ANALYSYS E POSIZIONAMENTO TOP MANAGEMENT

product

POSIZIONAMENTO DI PRODOTTO E CRITICITÀ DI PRODOTTO/SERVIZIO

comunicazione

ANALISI DELLE CAMPAGNE STAMPA O INIZIATIVE DI PROMOZIONE (E CSR)

brand

ANALISI DELLE CONVERSAZIONI RIGUARDANTI LA MARCA O IL GRUPPO SOCIETARIO E NON LEGATI A EVENTI E PRODOTTI

Reputation

event

ANALISI CONVERSAZIONI IN REAL-TIME SU INIZIATIVE / AVVENIMENTI

caring

SUPPORTO AI CLIENTI

protection

MODERAZIONE, COMPLIANCE E POLICIES

crisis

EVENTI DI CRISI E DI ELEVATO PERICOLOSITÀ REPUTAZIONALE POTENZIALE

Budget.



Team.



“Da un **grande potere**
deriva una **grande**
responsabilità...”

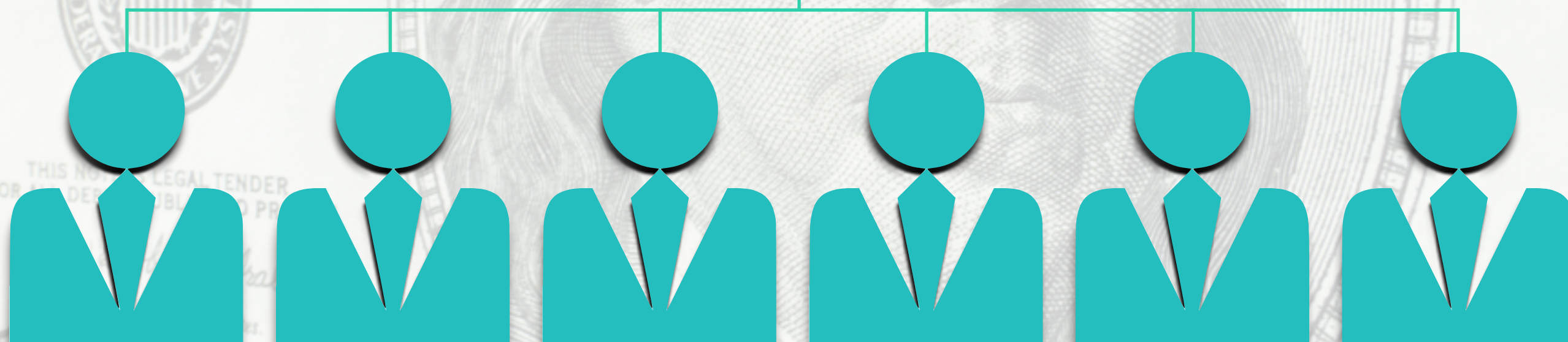
(SpiderMan);)

Team.



“Da un **grande potere**
deriva una **grande**
responsabilità...”

(SpiderMan);)



MARKETING
PRODOTTO

MARKETING
CANALE

LEGALE

COMUNICAZIONE
ISTITUZIONALE

CUSTOMER CARE

PERSONAL BRAND
MANAGER

Team.



Parafulmini.

Moderazione dei contenuti

La moderazione rappresenta un **costo di compliance** senza **alcun beneficio** ulteriore.

costo > valore.

Moderazione dei contenuti

La moderazione rappresenta un **costo di compliance** senza **alcun beneficio** ulteriore.

Tagging

Sentimentazione

Escalation

Con la **giusta piattaforma** (hint!) l'effort necessario per arricchire il mero dato di moderazione è **modesto**.

costo > valore.

Moderazione dei contenuti

La moderazione rappresenta un **costo di compliance** senza **alcun beneficio** ulteriore.

Tagging

Sentimentazione

Escalation

Con la **giusta piattaforma** (hint!) l'effort necessario per arricchire il mero dato di moderazione è **modesto**.

Statistiche di Sentiment del Brand nel tempo

Statistiche particolareggiate per TAG con sentiment

Statistiche particolareggiate per utente (influencer / troll)

E' invece **enormemente più elevato** il **beneficio** ottenuto dal possesso di dati arricchiti **utilizzabili per report** e processi di **gestione di SocialCRM** di **analisi** del Sentiment e della Reputazione sui social.

Dati utente (cross pagina) sentimentali e taggati importabili in CRM

Gestione ordinata dei processi e completo controllo dei contenuti

Allerte e cancellazioni automatiche/manuali

costo > valore.



win.

the **fool**

The Digital Reputation Company

Matteo Flora

CEO & FOUNDER



mf@thefool.it

+39 347 96 76 430

The Fool s.r.l.

Via Merano 16
20127 Milano (MI)
Italy

Office +39.02.00618826

Email info@thefool.it

www.TheFool.it

