

SOCIAL MEDIA SCAN

SOCIAL MEDIA SNAPSHOT

SOCIAL MEDIA LANDSCAPE

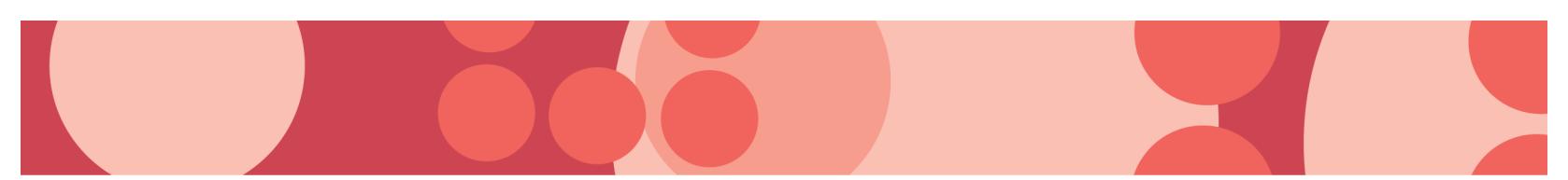
DIGITAL AUDIT

SOCIAL PULSE

WEBER SHANDWICK

I Social Media sono diventati un canale privilegiato per lo sviluppo di campagne di marketing e a sostegno della reputazione. Tuttavia l'ampiezza e la portata raggiunte dalle community all'interno dei social media possono essere di difficile gestione, soprattutto se non si dispone di un'adeguata esperienza e conoscenza delle loro dinamiche. Un'analisi del contesto di riferimento (Landscape Analysis) rappresenta il primo, importante passo da compiere allo scopo di elaborare le migliori strategie di monitoraggio ed eventuale coinvolgimento di queste comunità.

Social Pulse di Weber Shandwick propone un metodo di Landscape Analysis, unico nel suo genere, che esplora blog, siti web, gruppi di discussione, forum, social network, podcast, gruppi e siti di video e foto sharing per scoprire quello che si dice di un'Azienda o di un suo prodotto e dove se ne discute, nonché identificare gli advocate - sostenitori spontanei - già attivi e quelli potenziali.



Il team di analisti Weber Shandwick analizza le conversazioni e le attività digitali che avvengono all'interno dei social media per scoprire se un'Azienda o un suo brand raggiungono e sfruttano appieno le potenzialità delle comunità sociali più rilevanti.

L'utilizzo del tool Landscape Analysis di *Weber Shandwick Social Pulse* rappresenta l'importante punto di partenza per chiunque desideri valutare la propria reputation online, sapere cosa si dice della propria Azienda o dei suoi competitor in rete, dei suoi prodotti, delle sue campagne o comunque individuare informazioni rilevanti generate all'interno del web 2.0. Grazie a quest'analisi è possibile mettere a punto messaggi e strategie di engagement all'interno dei media sociali e digitali o semplicemente essere pronti a rispondere all'insorgere di eventuali crisi o messaggi negativi. Grazie alla Landscape Analysis di *Weber Shandwick Social Pulse* è possibile identificare cosa, chi, dove e come si parla di noi all'interno della rete.

LE TIPOLOGIE DI ANALISI DIGITALE

- **La Competitive Analysis** (analisi della concorrenza) confronta le conversazioni che riguardano un'Azienda con quelle dei concorrenti.
- **La Benchmark Analysis** (analisi del benchmark) fotografa il panorama di riferimento in uno specifico momento, definendo una base di rilevamento per misurare gli sforzi compiuti online su base periodica.
- **La Competitive Digital Analysis** (analisi digitale della concorrenza) analizza la presenza online propria e della concorrenza allo scopo di paragonare le strategie digitali in atto.
- **La Search Analysis** (analisi dei motori di ricerca) è in grado di determinare il posizionamento di un'Azienda all'interno dei motori di ricerca, nonché il posizionamento dei suoi concorrenti, dell'industry di riferimento e di issue specifiche.

RICERCA E MISURAZIONE DIGITALE

Social Media Scan

Offre una panoramica del web 2.0 allo scopo di mappare i principali nodi di conversazione per un determinato topic/azienda. Può essere un'utile base di partenza per elaborare una strategia di presenza sul web 2.0 più articolata e continuativa.

Social Media Snapshot

Si tratta di un monitoraggio temporaneo dei social media che studia i flussi e i picchi di conversazioni avvenute al loro interno e i fattori di influenza nell'arco di un periodo di 30-90 giorni, solitamente contemporaneamente allo svolgersi di attività di coinvolgimento o partecipazione online o al verificarsi di eventuali crisi.

Social Media Landscape

Si tratta di un'analisi approfondita del web 2.0, di tipo quali - quantitativo che monitora le conversazioni durante uno specifico arco temporale (un mese, un trimestre, la durata di una campagna) o in modo continuativo. Un'analisi di questo tipo comprende anche comunità on-line quali Facebook, MySpace, Twitter, Flickr e YouTube, oltre che forum, newsgroup e blog. È uno strumento utile tanto per il controllo della reputation e per la tempestiva gestione di eventuali crisis, quanto per monitorare le performance di un nuovo prodotto o servizio.

Digital Audit

È lo studio della presenza web di un'Azienda o dei propri competitor per valutare il posizionamento, il contenuto, l'appeal visivo, la facilità di navigazione e l'architettura dei siti, funzionalità e usability (facilità d'uso), etc. Può essere integrata da un'ulteriore analisi (Digital Landscape) per confrontare e definire i tool digitali in uso e quelli integrabili come ad esempio feed RSS, podcast, le policy per la gestione di un blog, etc.