

19 Strategie Volocom integra l'analisi di social media e influencer al monitoraggio effettuato sui mezzi tradizionali

Strategie Volocom integra l'analisi di social media e influencer al monitoraggio effettuato sui mezzi tradizionali



SIMONA BERNABEI

ANGELICA CICIRIELLO

Volocom, azienda leader nel settore dello sviluppo software e della gestione delle informazioni dal 2001, amplia il proprio portafoglio dei servizi di media monitoring, integrando all'analisi dei media tradizionali quella delle piattaforme social. Nello specifico, sono due nuovi tool che Volocom ha integrato nei propri servizi in collaborazione con il partner Blogmeter: "VoloPress

Nello specifico, sono due i nuovi tool che sono stati uniti nei propri servizi, in collaborazione con il partner Blogmeter: "VoloPress Live Insights" e "VoloPress Social Influencer"

Live Insights" e "VoloPress Social Influencer". Il primo consiste in un motore di ricerca in cui è possibile effettuare delle ricerche flessibili: digitare qualsiasi parola e come risultato ottenere indicatori di performance, dati aggregati, ma anche il testo integrale dei post e dei commenti che restituiscono una fotografia della situazione sui social in relazione a un determinato argomento. Viene offerta anche l'opportunità di effettuare analisi comparative fra più brand e vedere le performance dei singoli marchi. "Volo-

Press Social Influencer" risponde invece a un'altra necessità: l'influencer marketing. Si tratta di una strategia molto comune per pubblicizzarsi, sfruttando la popolarità sui social di un personaggio per veicolare dei messaggi promozionali e raggiungere gli obiettivi di business. A questo proposito Volocom offre un vasto database di migliaia di influencer che consente di identificare il personaggio più adatto per promuovere il proprio business.

ESIGENZE MOLTEPLICI

"Entrambi i software raccolgono informazioni importanti", spiega Simona Bernabei, Responsabile Marketing e Business Development, "per chi lavora nel mondo della comunicazione, per chi deve monitorare la reputazione, fare ricerche di mercato, lanciare nuovi prodotti e valutare l'accoglienza dei consumatori

sui un particolare prodotto o chi deve preparare una conferenza e ha bisogno di dati di supporto e per i professionisti della comunicazione alla ricerca di un boost per il proprio business". "Il mondo dell'informazione è in continua trasformazione e la fruizione delle notizie è sempre più cross-mediale: ormai la presenza sui social media e l'ascolto di quello che succede su di essi è imprescindibile per qualsiasi brand", aggiunge Angelica Ciciriello, Responsabile Product Lines e Consulente Progetti Strategici. "Volocom si occupa da sempre del monitoraggio dei media e ha deciso di cogliere l'esigenza dei clienti di poter ricercare, analizzare e monitorare anche contenuti social all'interno di un'unica piattaforma, per agevolare i propri clienti nel costruire la propria reputazione anche in relazione ai nuovi media".

