

Social Audience

Analysis

Febbraio 2015

UNA NUOVA MODALITÀ DI RICERCA CHE PERMETTE DI UTILIZZARE I SOCIAL NETWORK COME UN IMMENSO PANEL. PARTENDO DALLE ACTION È INFATTI POSSIBILE INDIVIDUARE IL PROFILO DEGLI UTENTI, I LORO INTERESSI E I BRAND A LORO PIÙ AFFINI

In questi anni, i social network, anche grazie al mobile, hanno raggiunto significativi livelli di diffusione. Il 78% degli italiani, maggiori di 14 anni, dichiara di conoscerne l'esistenza, il 49% ha un profilo personale Facebook e il 23% si collega ad un social ogni giorno (fonte Eurisko, 2014). Ciò significa che gran parte della popolazione sceglie di condividere quotidianamente le proprie informazioni e i propri interessi su una piattaforma digitale, che diventa collettore di una mole di dati estremamente trasversale. Ad esempio, sono 25 milioni gli italiani che condividono le proprie informazioni e preferenze su Facebook.

Essere in grado di aggregare e leggere le tracce lasciate dai comportamenti di questi utenti permette di definirne la personalità, le caratteristiche demografiche e i comportamentali con un'accuratezza del 95% (fonte_You are what you like, Cambridge University, Marzo 2013).

Cubeyou si è specializzato nell'analisi di segmenti di popolazione sulla base di un campione di ricerca tratto dai social network.

MEC ha implementato questo strumento in un nuovo servizio offerto ai propri clienti: la **Social Audience Analysis**, che permette di profilare il proprio target e quello dei principali competitor, attraverso l'analisi delle pagine social, e prende vita dal monitoraggio di tutte le azioni pubbliche di un campione rappresentativo di user (i.e. Like, Share, Comment) processandole attraverso un algoritmo statistico che profila il bacino di riferimento.

I vantaggi di questo nuovo approccio d'analisi sono molteplici, la possibilità di affinare il target di comunicazione permette, ad esempio, di ottimizzare la distribuzione dei messaggi e di guidare la creazione di nuovi contenuti editoriali, favorendo quindi l'engagement e riducendo i costi di acquisizione per fan (CPF) nelle campagne social.

Il servizio di **Social Audience Analysis** è stato testato con successo indagando uno dei fenomeni emergenti più interessanti: la passione per le **TV Series**.

Sono stati individuati sei generi, Crime (i.e. Gomorra), Comedy (i.e. The Big Ben Theory), Teen Drama (i.e. Violetta), Horror (i.e. The Walking Dead), Action (i.e. Breaking Bad) e Fantasy (i.e. Game of Thrones), le cui fanbase di Facebook sono state la fonte dei dati che hanno alimentato l'analisi.

La prima evidenza riscontrata riguarda il genere più amato, a sorpresa il Crime, con 9.5 milioni di utenti Facebook, seguono la Comedy, che vanta una community virtuale di 5.9 milioni e la Teen, con 4 milioni di giovani fan.

Le **informazioni socio-demografiche pubbliche**, dunque accessibili, sono sesso, età, istruzione e stato civile. A titolo esemplificativo, sappiamo che la Comedy ha un seguito più sbilanciato sulla componente maschile (55%), giovane, tra i 17 e i 28 anni, composto da single (55%) e laureati (66%).

Il genere più femminile è il Teen Drama (86% dei fan), seguono il Fantasy (65%) e il Crime (58%). Se l'Action è sicuramente un territorio maschile (63%), l'Horror è invece il genere più bilanciato tra uomini (56%) e donne (44%). Guardando all'età dei fan, la passione per le TV Series risulta molto trasversale, coinvolge, infatti, utenti dai 13 ai 58 anni. I generi mostrano, però, forti differenze in termini di affinità a diverse classi di età: naturalmente il Teen Drama coinvolge il pubblico più giovane, così come la Comedy. Crime e Action vantano, invece, un pubblico più maturo, mentre gli spettatori di Horror e Fantasy sono giovani-adulti.

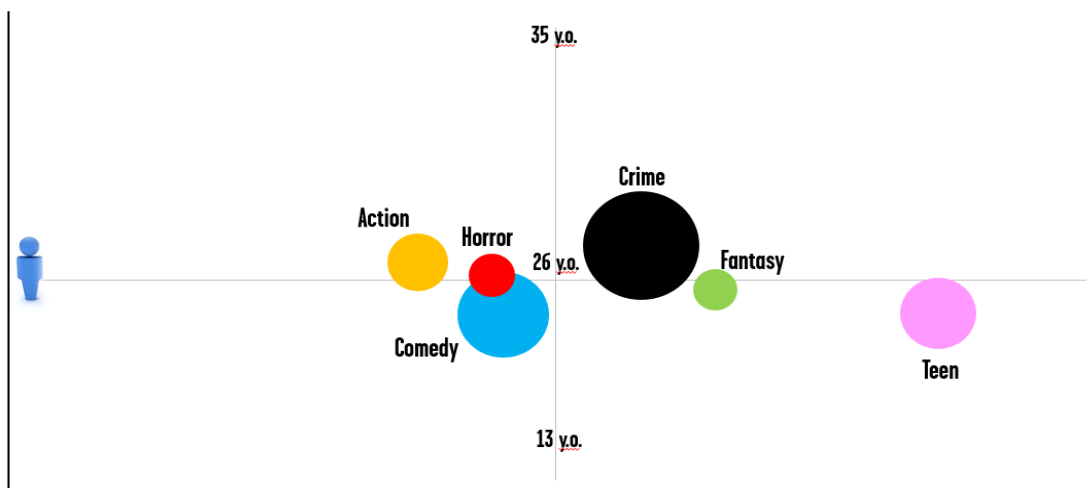


Figura 1 - MEC Social Audience Analysis – Base: utenti social interessati alle serie TV

Le **informazioni condivise** dagli utenti consentono di approfondire l'analisi dei nostri target di comunicazione in modo molto dettagliato.

Lo studio permette, infatti, di **profilare le diverse audience** anche a seconda dei mezzi di comunicazione fruiti, ricostruendo una **media run** estremamente accurata. Gli indici di affinità ai diversi mezzi ci svelano, ad esempio, che gli appassionati di Crime (l'audience che ricordiamo essere la più matura) sono anche assidui fruitori di radio e stampa. Mentre i fan di serie Fantasy dimostrano con i propri comportamenti social di non essere particolarmente affini alla stampa periodica.

Le **potenzialità** dell'analisi sono **molteplici**, poiché i fan hanno l'opportunità di esprimere **le proprie preferenze** e **le proprie passioni** nell'ambito di qualsiasi categoria merceologica e brand.

Un'attenta analisi dei dati raccolti consente di mappare le aree di interesse più affini ad ogni bacino, si scopre così che gli spettatori di Crime sono anche Food Lover, mentre i Fantasy si rivelano amanti dei motori e followers di personaggi noti.

Le appassionate di Teen Drama sono anche le più coinvolte dalla moda, l'audience di Horror, invece, dall'arte.

Qualsiasi area di interesse può essere esplorata verticalmente fino ad individuare la prossimità dei diversi cluster d'analisi a specifici brand. Ricorre tra gli amanti del Crime l'apprezzamento espresso per i profili Ferrero (i.e. Nutella, Barrette Kinder) o Barilla (i.e. Pan di Stelle). I fan del genere Horror sono, invece, accumulati da una disposizione positiva nei confronti dei parchi a tema (i.e. Gardaland) o dei viaggi in generale (i.e. London). Il pubblico dell'Action mostra interesse per la tecnologia (i.e. iTunes, Samsung).

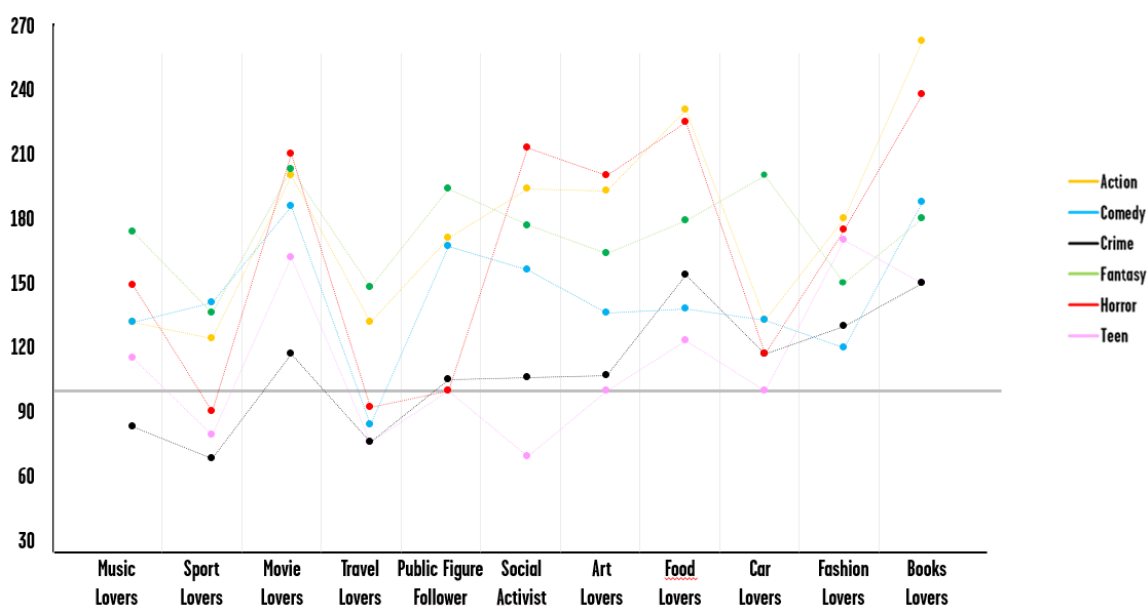


Figura 2 - MEC Social Audience Analysis – Base: utenti social interessati alle serie TV

Risulta dunque evidente la potenzialità di questo strumento: una tale profondità d'analisi di un target di comunicazione sarebbe possibile solo attraverso un numero illimitato di interviste e domande ad un campione di ricerca dalle dimensioni irrealistiche. Le informazioni generate naturalmente dalle community social forniscono, invece, un'alternativa molto ricca, un **panel estremamente dettagliato** dal perimetro aperto, che non preclude alcun tipo di sperimentazione d'analisi.