



Data Intelligence Stories

Il valore dei dati per innovare: l'esperienza di Mondadori Media

Andrea Santagata

Chief Innovation Officer Gruppo Mondadori

15 ottobre 2020

Il Gruppo Mondadori

Libri



2,500
nuovi titoli
all'anno

1 libro
su 3
letto In Italia

La casa
editrice
N°1
in Italia

Education



leader
editoria
scolastica

1 libro
su 5
sui banchi di
scuola in Italia

Retail



>600
bookstore in Italia



10mio
di SKU di catalogo
Commerce

Media



21
testate
11mio
lettori

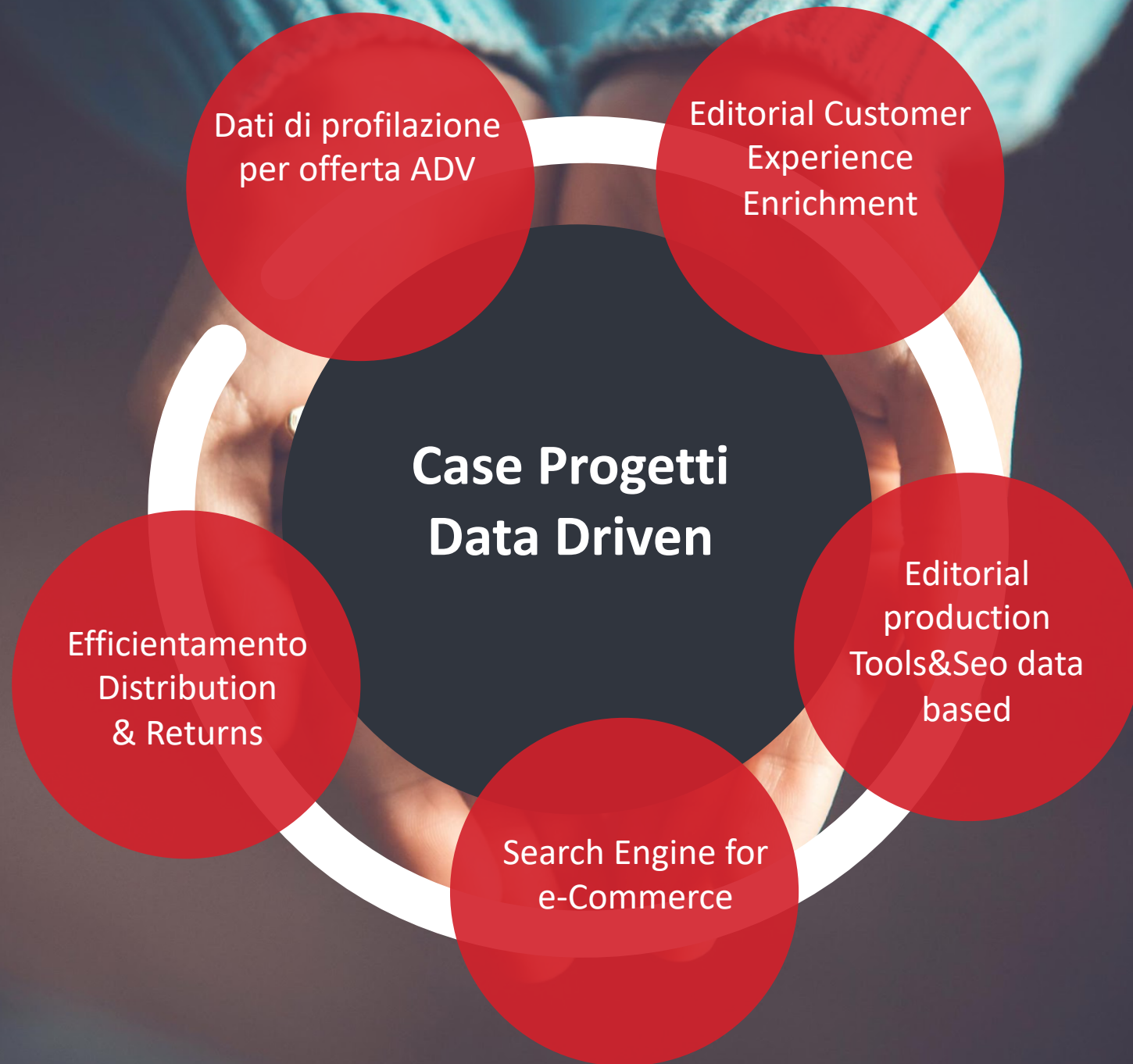
14
brand digitali



32,4mio
UU 80%reach

34,5mio
fanbase

2,400 persone, € 900M fatturato (2019)



Empowerment Offerta ADV

1° editore in Italia nel 2014, a implementare una Data Management Platform (DMP) cookie based per la profilazione degli utenti web

Obiettivi:

Creazione di **cluster utenti profilati** per genere e interesse su base cookie per valorizzazione il bacino Internet ADV

Cosa/Come:

tramite piattaforma DMP (Krux),

- oltre 250 segmenti: I segmenti socio-demo (genere, età) e di interessi: Tecnologia, Cooking, Genitori, Salute e Benessere ...
- Numero medio mensile di cookie tracciati: 45M
- Estensione dei cluster tramite LookaLike

Risultati e modalità di verifica:

- Post valutazione target campagna tramite Nielsen
- Post valutazione cluster tramite AB Test per valutare l'incremento del CTR dei banner (+70%)

Target Genere	Utenti mese	% intarget
Donne	7,458,758	77%
Donne Declared	826,995	89%
Uomini	3,860,820	80%
Uomini Declared	669,222	91%

Editorial Customer Experience Enrichment: il case Giallozafferano

Obiettivi:

proporre i **migliori contenuti personalizzati** ai visitatori di Giallozafferano in base ai loro comportamenti per:

- Aumentare la profondità di visita
- Migliorare l'experience dell'utente

Cosa:

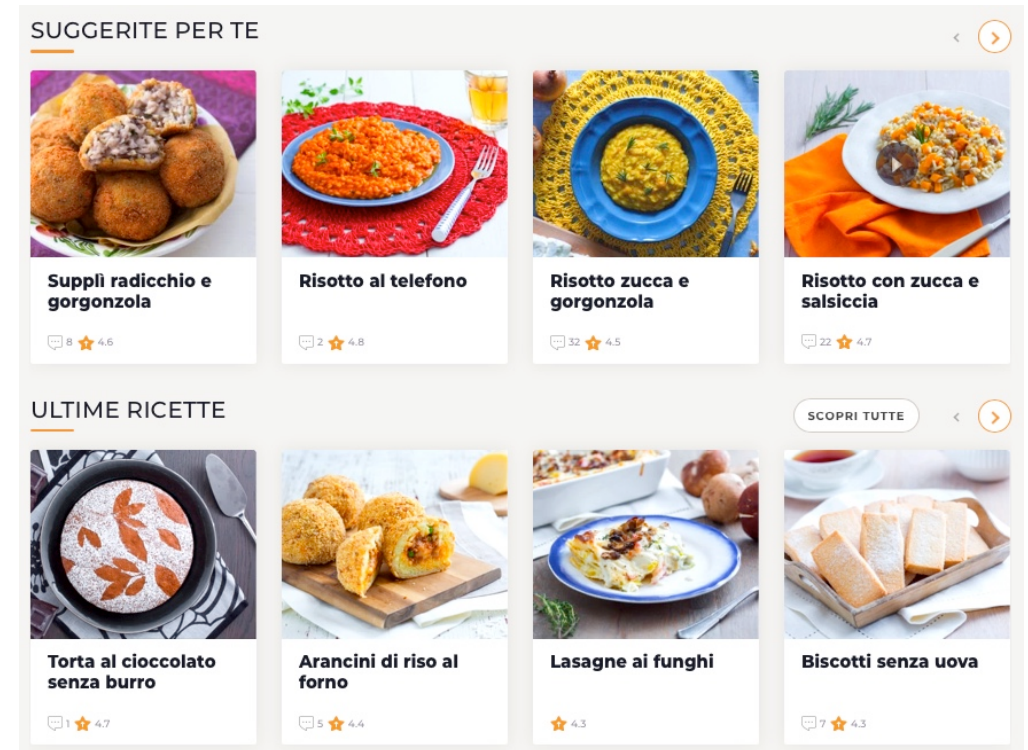
suggerire contenuti personalizzati e pertinenti

Come:

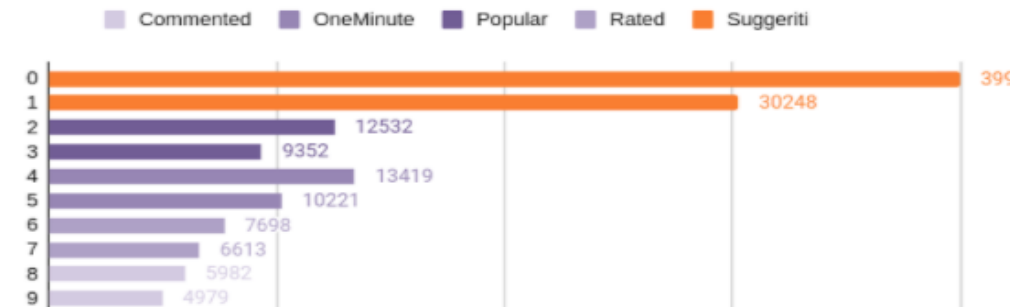
tramite algoritmi di raccomandazione e algoritmi NLP (Natural Language Processing) per correlazioni testuali e semantiche, basati su Machine Learning e Deep Learning

Risultati:

uplift del CTR dei carousel di Giallozafferano personalizzati da 5% a 15% rispetto ai carousel statici. L'impiego dei correlati di qualità raddoppia il CTR



Clicks per posizione/tipo



Editorial Production Tools SEO & Data Based

Obiettivi:

fornire alle **redazioni web strumenti per il discovery di contenuti** ad alta potenzialità di incremento di traffico

Cosa:

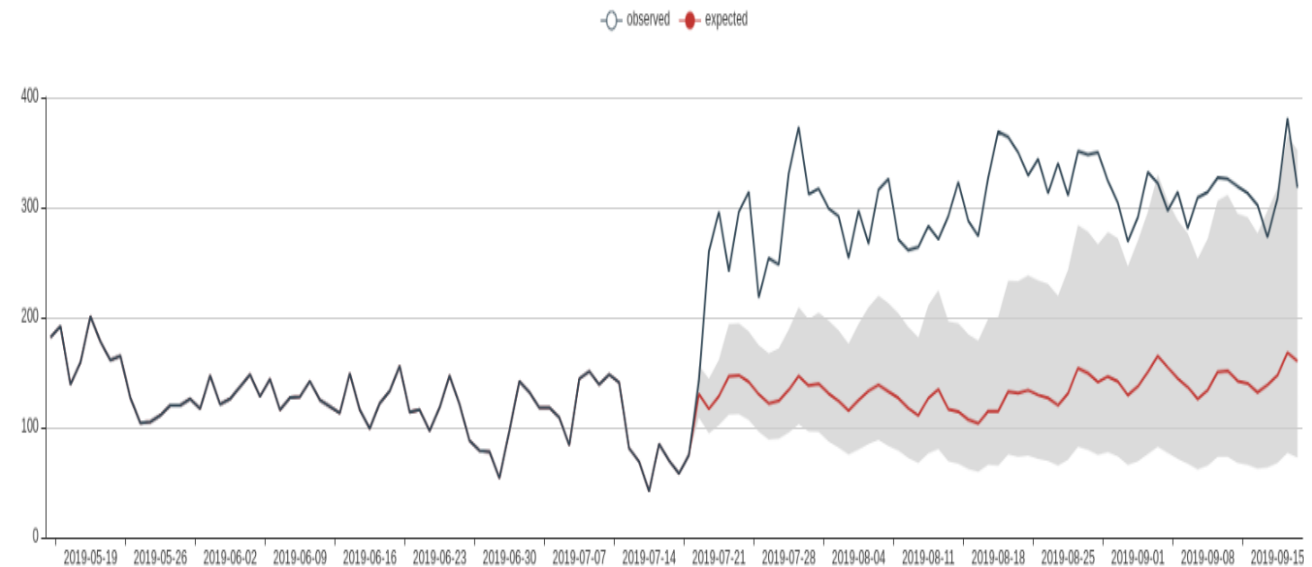
realizzazione di un DataLake e di una suite di Tool di recommendation titoli

Come:

- raccolta ed organizzazione di grossi volumi di dati, provenienti da: Google Analytics, Google Search, Semrush (Tool SEO)
- Applicazione di algoritmi proprietari

Risultati:

incremento del traffico organico per i contenuti suggeriti dal tool, una volta rieditati = 3X vs. riediting dei contenuti con altri criteri



Andamento del traffico «potenziato dal tool SEO» per i contenuti di Mypersonaltrainer.it (+126% vs. traffico atteso)

Search engine for e-Commerce

Obiettivi:

nuovo motore “tailor made” di ricerca di

www.mondadoristore.it per migliorare la user experience e gli obiettivi business

Cosa:

implementazione in-house di un Search Engine come PaaS (Platform as a Service)

Come:

- indicizzazione di oltre 4Mio Items.
- Implementazione nuove regole per il calcolo della rilevanza dei risultati, utilizzando metriche di pertinenza, revenue e freshness.

Risultati:

aumento della qualità della ricerca in particolare per autore.

Metodo di valutazione: la percentuale di perfezionamenti necessari alla ricerca è passata dal 41% (prima del rilascio) al 32%.

TOP QUERY: AUTORE DI LIBRI

Periodo	% perfezionamenti STEPHEN KING	% perfezionamenti DONATO CARRISI	% perfezionamenti GIANRICO CAROFIGLIO
1 gen - 30 giu (semestre)	21,84%	23,35%	20,95%
9 giu - 30 giu (periodo precedente)	43,07%	22,18%	22,42%
2 lug - 21 lug (nuovo motore di ricerca)	11,63%	16,67%	18,42%

*il 1° luglio 2020 non viene considerato in quanto giorno di rilascio del nuovo motore di ricerca

Efficientamento Distribution dei Magazine

Obiettivi:

- organizzare i dati giornalieri di distribuzione e di vendita dei magazine, dati provenienti da un campione di ~600 edicole informatizzate
- visualizzare i trend e i KPI chiave per individuare al meglio le azioni di improvement

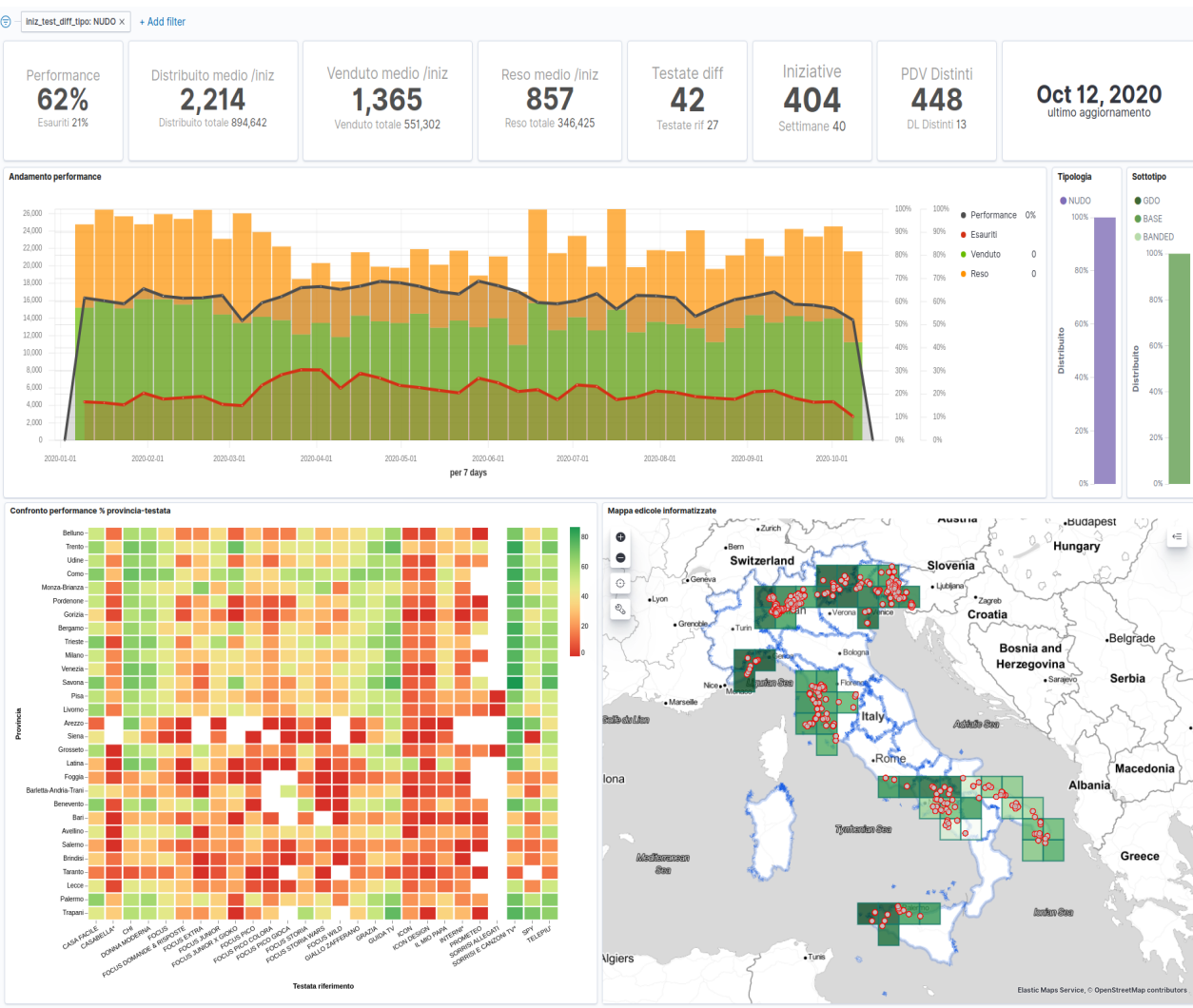
Come:

- automatizzazione e pulizia dei flussi di dati
- costruzione di una dashboard consultabile per: magazine, intervallo temporale, area geografica

Risultati:

- riduzione del tempo richiesto per il decision making e aumento della sua efficacia
- diffusione di una “cultura del dato” tramite dashboard e dati come supporto al processo decisionale

Snapshot della dashboard di «Kibana» per gestione delle rese magazine



Lessons learned: quando i dati hanno valore

1. **Elevato Volume:** per impatto e rilevanza dei risultati
2. **Attendibilità e qualità:** verificare le fonti, eliminare il rumore
3. **Specificità del dato:** più il dato è di dettaglio, più tende ad avere valore
4. **Matching quantità vs qualità:** recall vs. precision
5. **Freschezza e lifecycle del dato**
6. **Ownership del dato** vs. dati di terze parti
7. **Potenza di storage e di elaborazione**
8. **Analisi e Algoritmi:** capacità evoluta di estrarre informazioni e valore dai dati
9. **Capacità di rappresentare dati e risultati:** dashboard e data visualization
10. **Sistemi di validazione dei risultati:** scelta delle metriche e AB Testing continuo

Alla base di tutto: creazione della cultura e del know-how dei dati

Andrea Santagata
andrea.santagata@mondadori.it



```
r_mod.use_x = False
operation == "MIRROR_Y": select = 0
or_mod.use_x = False context.selected_objects[0]
or_mod.use_y = True bpy.data.objects[one.name].select = 1
or_mod.use_z = False modifiers.new("Mirror Mirror", R
operation == "MIRROR_Z":
# - Add mirror object to MIRROR_CLASSES -----
or_mod.use_x = False
r_mod.mirror_object = mirror_ob
r_mod.use_y = False
r_mod.use_z = True
mirror_mod.use_x = True
class MirrorX(bpy.types.Operator):
    @classmethod
    def invoke(cls, context):
        # At the end -add back the deselected mirror modifier ob'
        r_mod.use_x = False
        operation == "MIRROR_X": mirror_x"
        or_mod.use_x = False
        .context.scene.objects.active = modifier_ob
int("Selected" + str(modifier_ob)) # modifier ob is the active
#mirror_ob.select = 0
bpy.context.active_object is not None
bpy.context.selected_objects[0]
ta.objects[one.name].select = 1
mirror_mod.use_y = True
or_mod = modifier_ob.modifiers.new("mirror-mirror", R
elif_operation == "MIRROR_Z":
    mirror_mod.use_x = False
    mirror_mod.use_y = False
    or_mod.use_z = True
on == "MIRROR_X":
    mirror_ob.select= 1
    modifier_ob.select=1
    scene.objects.active = modifier_ob
    int("Selected" + str(modifier_ob)) # modifier ob is the
    select = 0
    selected_objects[0]
    one.name].select = 1
```