

# Strumenti Blogmeter lancia Live Insights

Presentato all'ultima edizione di IAB Forum in anteprima, il nuovo tool rivoluziona il modo di approcciarsi ai social e al web

New entry in "casa" Blogmeter: la società, leader in Italia nei servizi di Integrated Social Intelligence e istituto di ricerca associato Assirm, lancia sul mercato il suo nuovo tool che si pone l'obiettivo di rivoluzionare il mercato italiano dell'ascolto social e web. Live Insights consentirà infatti di accedere in soli tre secondi a oltre 2,5 miliardi di contenuti e di scoprire in tempo reale i trending topics del momento e il loro mood, individuando i catalizzatori delle conversazioni. Disponibile in due versioni, Business ed Enterprise, e con accesso a fonti in due lingue (italiano e inglese), Live Insights appare semplice e immediato da utilizzare: è possibile effettuare rapidamente ricerche su ogni argomento d'interesse, il tool restituirà informazioni in tempo reale da fonti verificate, siano esse profili social, blog, siti di news o di recensioni, considerando tutte le metriche social rilevanti – dalle mentions all'engagement, fino ai followers dei top autori.

## MA NON È TUTTO...

Inoltre, la struttura di Live Insights consente di impostare filtri per ordinare i messaggi individuati in base alla rilevanza, all'engagement e alla data di pubblicazione, e di realizzare analisi tematiche più approfondite, grazie a cloud per hashtag, termini ed emoji e alla possibilità di confrontare tra loro fino a sei keyword relative ad argomenti, brand, ecc. Capace di sfruttare il più ampio database italiano



**blogmeter**  
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

di contenuti web, social e news, costruito in tredici anni dall'esperienza di Blogmeter, Live Insights è dunque uno strumento rapido e flessibile, che permette di ottenere in tempi molto brevi un ampio panorama di insights su brand e argomenti di discussione, senza limitazioni di volumi e ricerche. Queste caratteristiche lo rendono un alleato prezioso per le agenzie, che avranno così la possibilità di supportare le presentazioni di gara e le proprie idee creative con dati quantitativi reali e di sfruttare i KPI più rilevanti, traendo diretta ispirazione dagli argomenti più discussi e dalle fonti più pertinenti, e per le aziende, che pur analizzando già in modo approfondito la loro reputazione sul social web, necessitano comunque di uno sguardo a 360 gradi su trend, fenomeni e contesto in continuo cambiamento. Dalla comparison tra brand o prodotti all'individuazione di top ambassador, fino alla ricerca di fonti d'ispirazione attraverso i dati, Live Insights è in grado di fornire a chi lo utilizza il supporto necessario per leggere

correttamente lo scenario in cui si trova e ideare la propria content strategy, anche e soprattutto in un momento particolarmente delicato e fuori dall'ordinario come quello che stiamo vivendo.

## ESEMPI PRATICI

In termini pratici, se si avesse la necessità di avere una panoramica su un particolare settore e di identificare i punti di forza e di debolezza di un brand rispetto ai suoi competitor, è possibile inserire fino a sei nomi di brand individuati nei riquadri di ricerca del tool, che restituirà in real time uno spaccato puntuale dei volumi di conversazioni generate online e, all'interno di questi, del "rumore" creato da ciascun marchio, in termini di mention, livello di coinvolgimento degli utenti e numero di follower. Se invece si è alla ricerca d'ispirazione per creare contenuti creativi, Live Insights è in grado di rilevare quali siano i focus legati a un dato argomento identificando, per esempio, i contenuti più rilevanti, e di raccogliere spunti utili alla creazione di contenu-

ti creativi efficaci, rispondenti alle reali esigenze espresse dagli utenti in rete, grazie ad hashtag cloud ed emoji cloud. Ancora, nel caso in cui fosse necessario individuare un trend, ad esempio i contenuti più discussi dalle donne italiane su Facebook negli ultimi quindici giorni, oppure analizzare i principali KPI relativi a specifici argomenti, come l'engagement medio dei contenuti relativi al cioccolato, Live Insights è in grado di restituire rapidamente questa profondità di analisi.

## RICERCA AMPIA, RISPOSTE VELOCI

Silvia Gaia Valisi, Head of Innovation di Blogmeter, spiega: "Come dipartimento di Innovazione, abbiamo voluto investire per creare un prodotto il più possibile al passo con questo anno inedito. Live Insights permette di interrogare senza limiti miliardi di documenti del social e del web italiano e inglese che si aggiornano in tempo reale, permettendo di avere sempre il polso di brand, prodotti, campagne e tematiche anche quando, come oggi, lo scenario cambia di giorno in giorno". Aggiunge Eugenia Burchi, Head of Product di Blogmeter: "Con Live Insights abbiamo voluto dare ai nostri clienti un prodotto veloce, che permettesse ricerche su database di dodici mesi con risposta immediata, e intelligente, ossia che sfruttasse la data science per selezionare direttamente i messaggi più rilevanti e le fonti più visibili sui motori di ricerca. Oltre alle classiche metriche di settore, come il conteggio mentions e l'engagement, abbiamo voluto porre l'accento su quei dati ormai irrinunciabili come i top influencers, il mood dei messaggi, l'analisi delle emoji e il gender degli autori (maschi/femmine)".

