blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

Il monitoraggio dei social media

CONDIVISIONE TRA PARI?

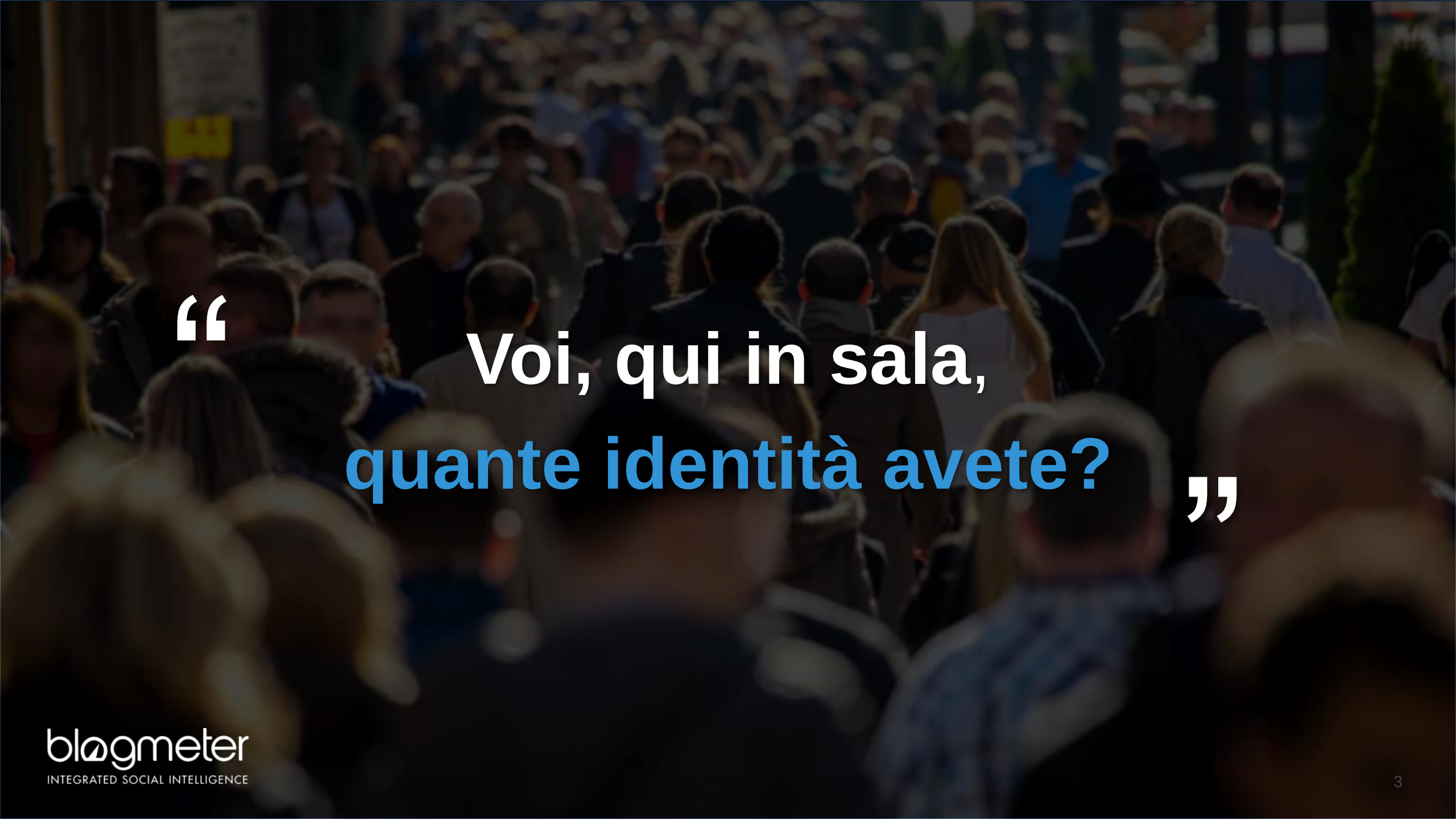
Milano, 10 maggio 2019

È un piacere essere qui oggi, io sono sempre… Alberto Stracuzzi

facebook

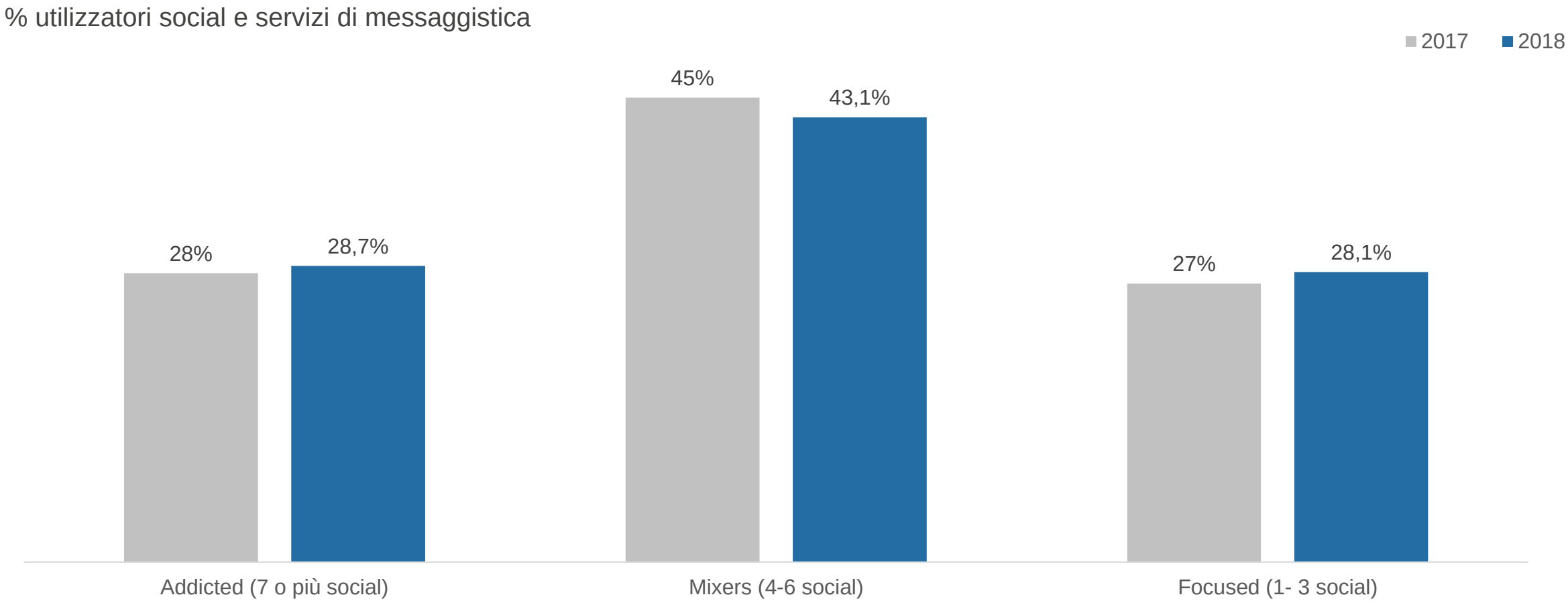
LinkedIn

WhatsApp



blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

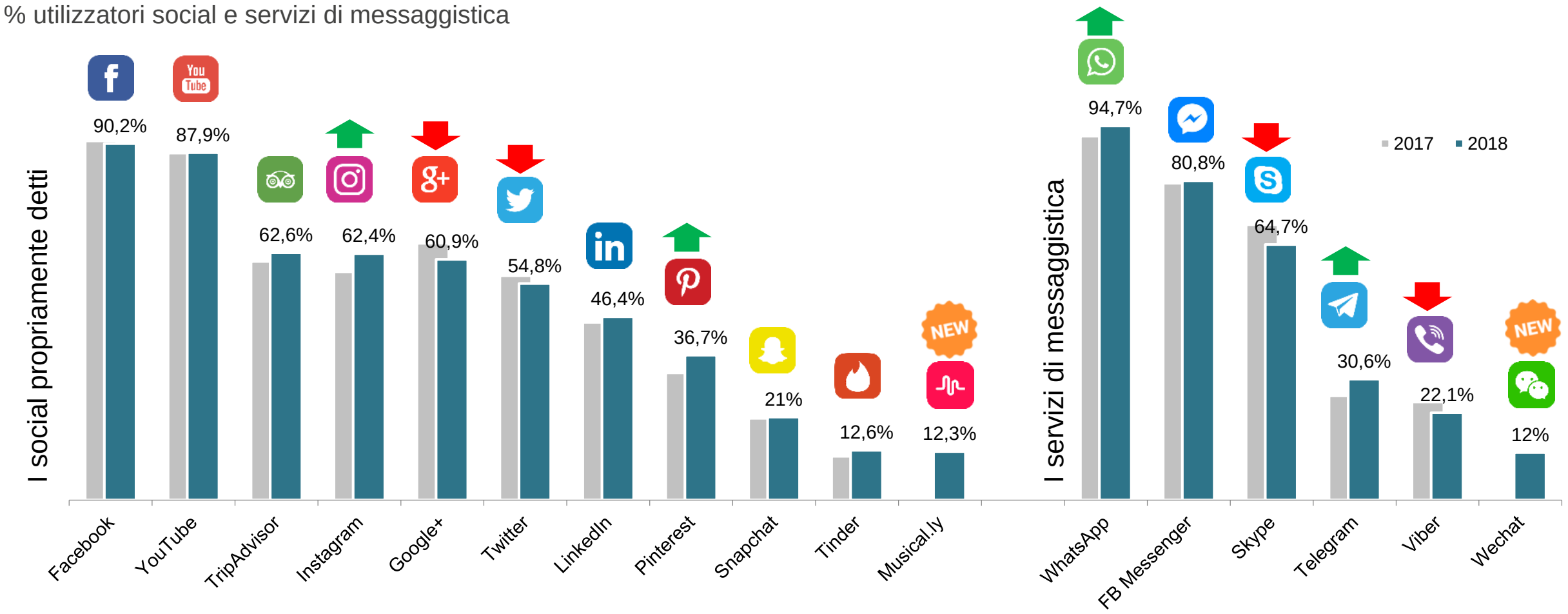
Alcuni ne hanno tante



D: «A quali di questi social sei iscritto e usi regolarmente?»

Base: (2017 N=1482 / 2018 N=1482) – Heavy user iscritti ad almeno un canale Social

Come si distribuiscono le identità digitali



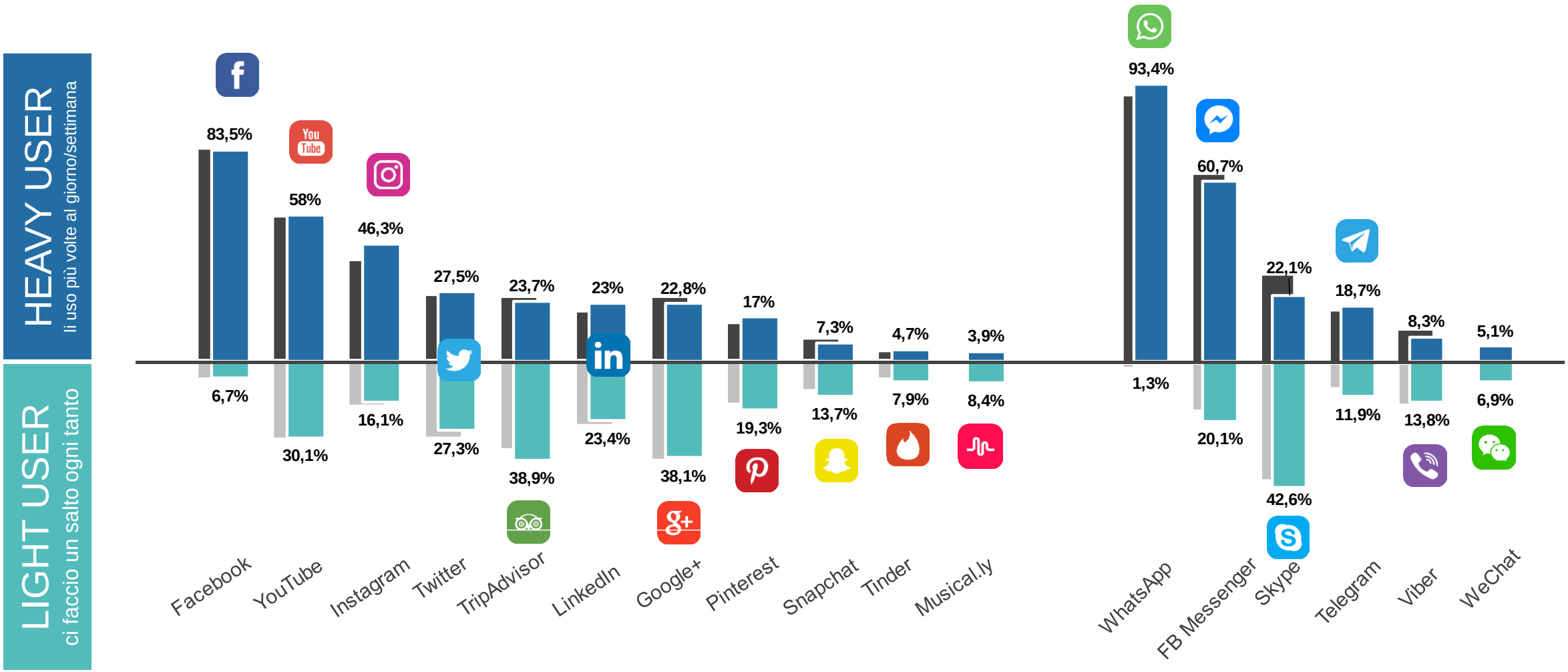
D: «A quali di questi social sei iscritto e usi regolarmente?»

Base: totale campione (2017 - N=1501 / 2018 – N=1500) – Iscrizione ad almeno un social/messenger

blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

Social di cittadinanza e social funzionali

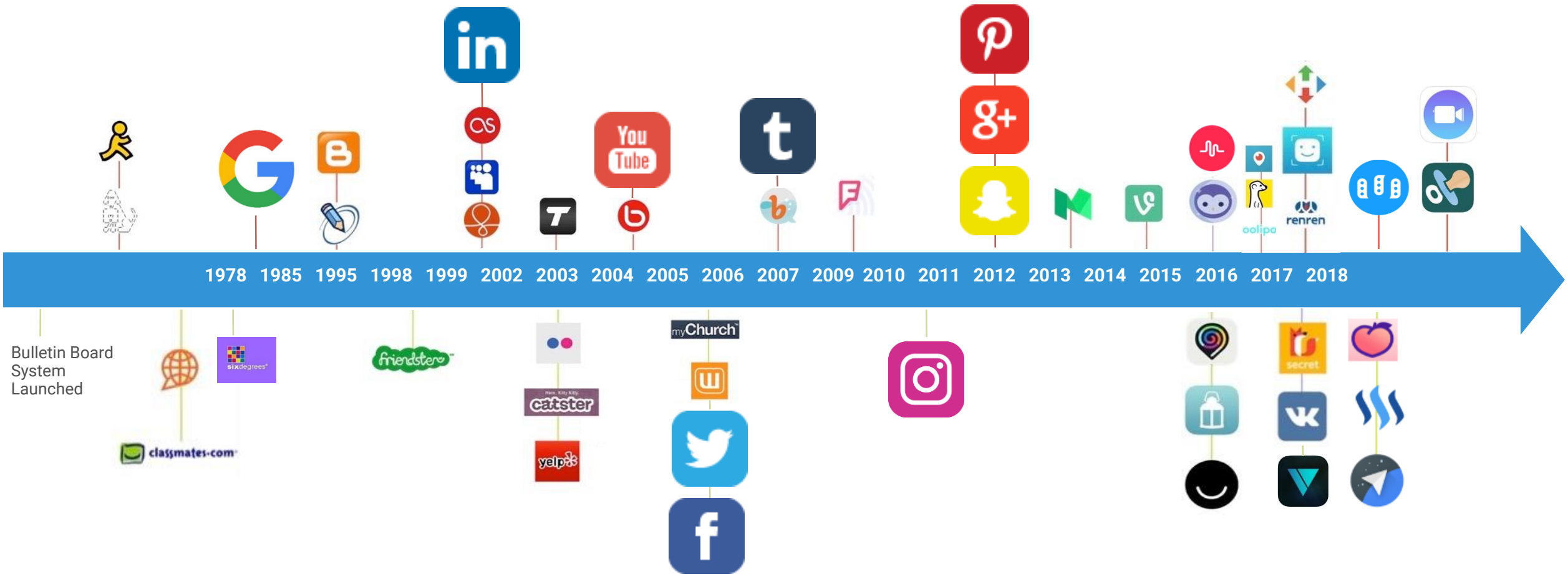
% heavy e light user



blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

D: «A quali di questi social sei iscritto e usi regolarmente?» *Base: totale campione (2017 N=1501 / 2018 N=1500) – Iscrizione ad almeno un canale Social*

Cambia lo scenario, cambiano le esigenze

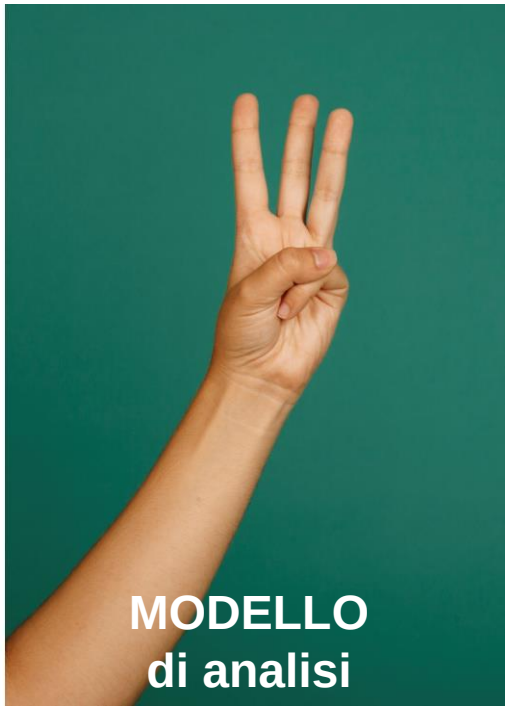


Fonte: *http://www.booksaresocial.com/timeline-social-media-2017/*

Quali sono le condizioni che consentono l’analisi delle informazioni online?

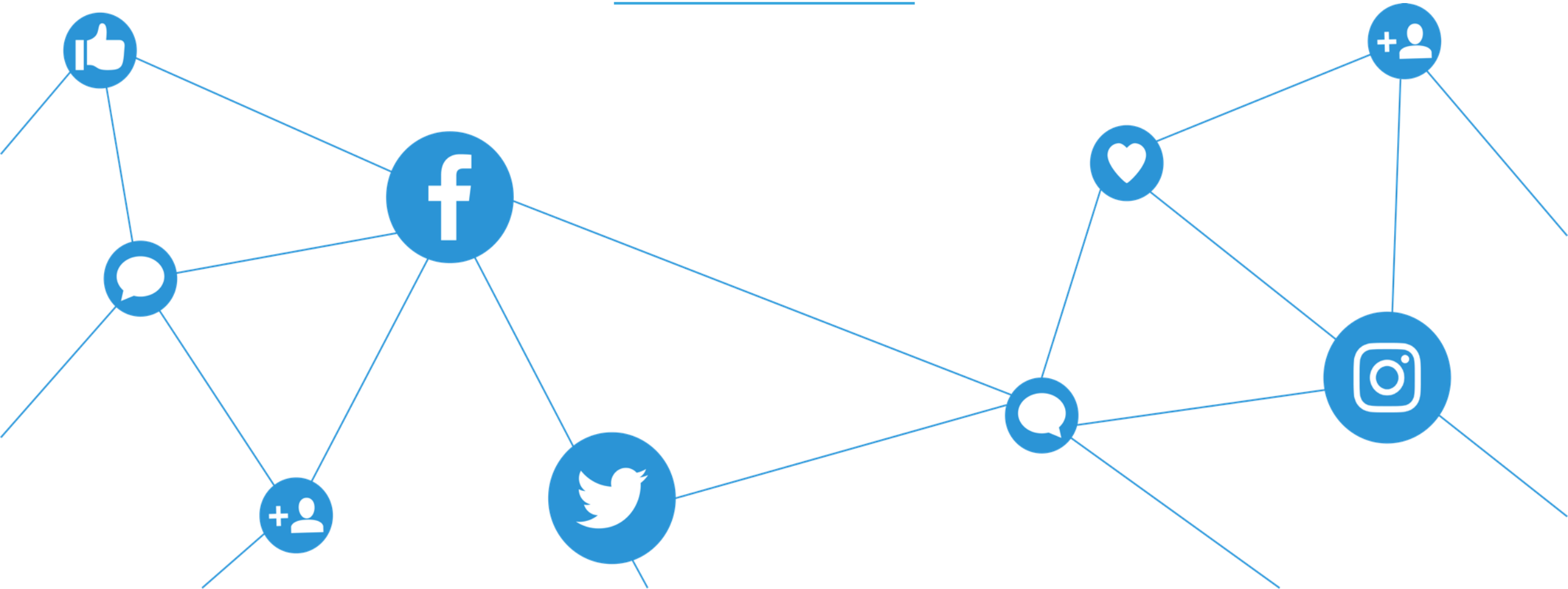
Ha parametri **oggettivi** non by-passabili

Un insieme di metriche **condiviso**



Un **approccio** validato

IL PROCESSO DI ASCOLTO



SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE

PROCESSO

Fonti	Estrazione	Classifi-cazione	Sentiment Automatico	Aggre-gazione	Indicatori	Output
▪ Scraper ▪ API pubbliche ▪ Servizi commerciali	**Machine Learning** ▪ Documenti (post) ▪ Autori ▪ Azioni	**Linguistic Analysis** ▪ Argomenti	**Sentiment Analysis** ▪ Opinion mining ▪ Emotion detection	**Social Analysis** ▪ Trattamento informazioni ▪ Analisi viralità	**Metrics Analysis** ▪ Definizione ▪ Condivisione ✓ Volumi ✓ Unique authors ✓ Engagement ✓ Rilevanza	**Metrics Analysis** ▪ Alerting ▪ KPI sintetici ▪ Analisi umana: semiotica, statistica, ecc.

blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

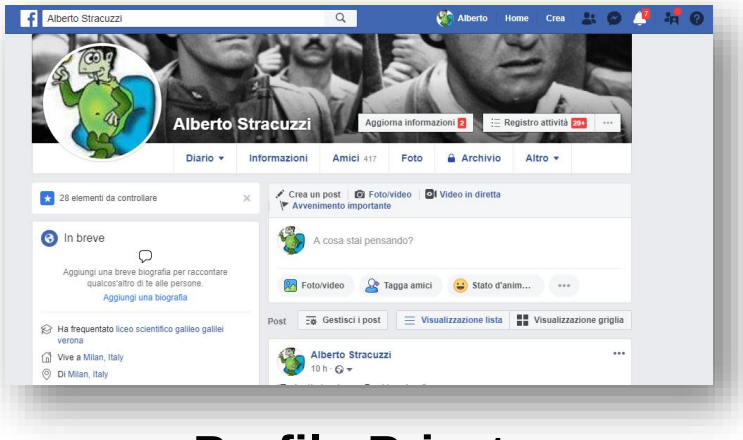
Le fonti

Non esiste «Internet» - Non esistono «i social» - Esistono piattaforme ognuna delle quali ha logiche specifiche

E' un **agglomerato** di fonti, non una singola fonte.
Permette lo scarico via API autorizzate (chiamate API a intervalli – Non Real Time) – Consente di scaricare «a ritroso nel tempo» e una ricerca semantica (per keyword)

La richiesta di documenti è esperibile se si fornisce un ***elenco di «pagine»***
Non consente di mappare i ***profili privati***
Mappare i ***gruppi*** è consentito solo se l'amministratore del Gruppo autorizza
Restituisce **post, commenti, interazioni** (autori anonimi)

Pagina



Profilo Privato

Gruppo

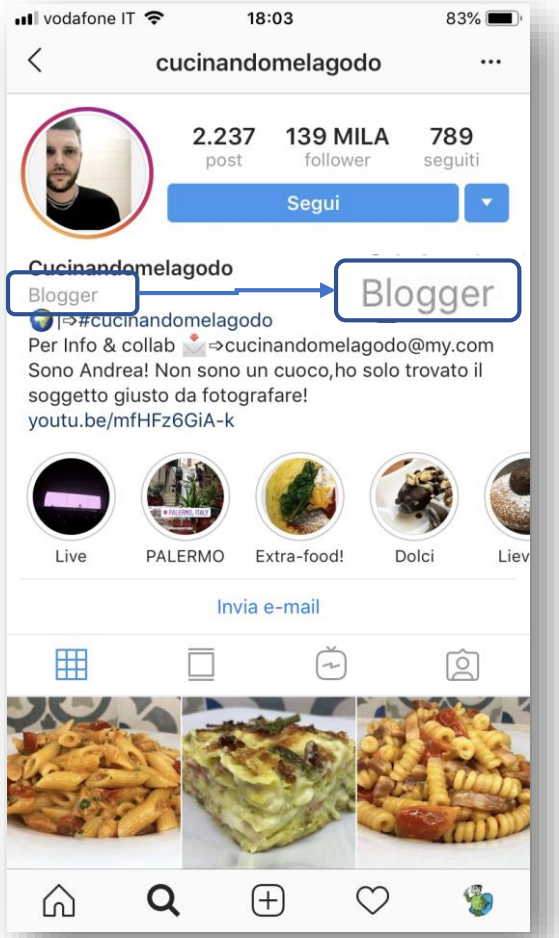
Le fonti

Non esiste «Internet» - Non esistono «i social» - Esistono piattaforme ognuna delle quali ha logiche specifiche

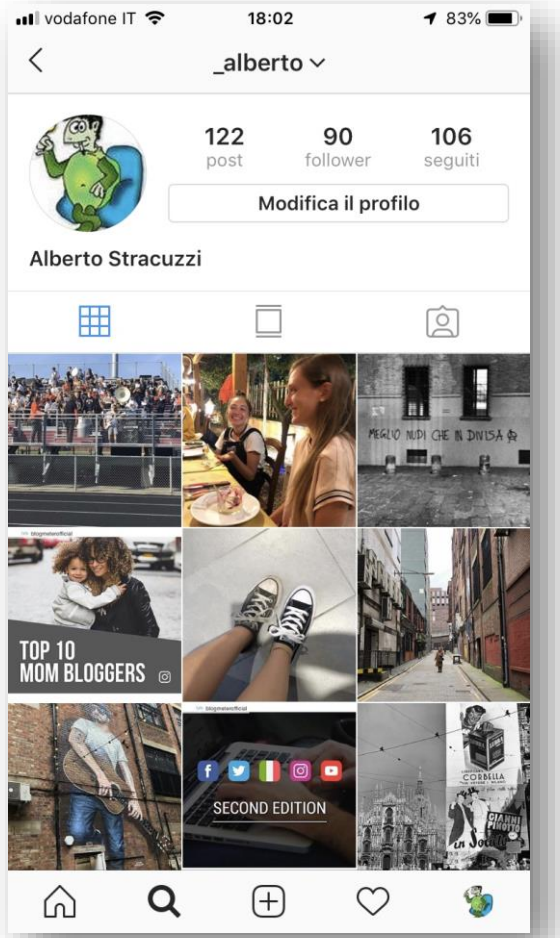
E' un **agglomerato** di **profili**, non una singola fonte.
Permette lo scarico via API autorizzate (chiamate API a intervalli – Non Real Time) – Consente una limitata ricerca semantica (per hashtag ma in numero finito qualora si abbiano privilegi di amministratore di profilo)

La richiesta di documenti è esperibile per ***elenco di «profili»***
Non consente di mappare i ***profili privati***

Restituisce **post, solo numero dei commenti, interazioni**



Profilo Business



Profilo Privato

Le fonti

Non esiste «Internet» - Non esistono «i social» - Esistono piattaforme ognuna delle quali ha logiche specifiche

E' una **fonte unitaria articolata per profili** (quasi sempre «pubblici»), non una singola fonte.
Permette lo scarico via API pubbliche – Consente una totale ricerca semantica (per hashtag e keyword)
Consente di scaricare «a ritroso nel tempo» **solo a pagamento**
È perfettamente Real Time

Restituisce **tweet, commenti, retweet e interazioni**

Profilo Verificato

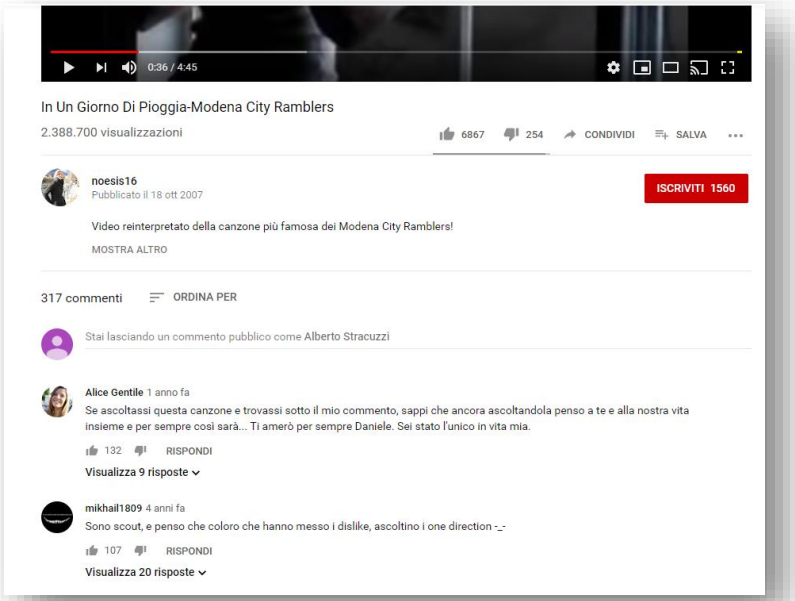
Profilo Non Verificato

Le fonti

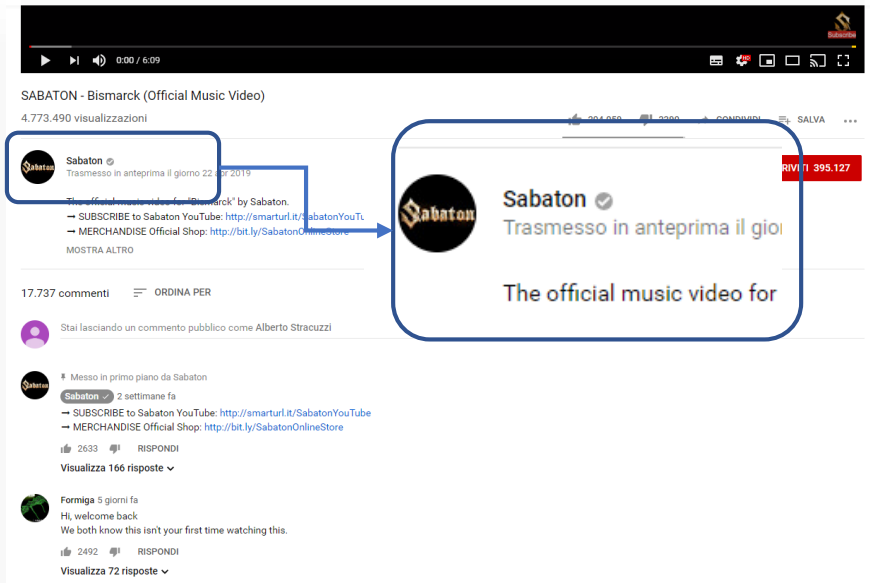
Non esiste «Internet» - Non esistono «i social» - Esistono piattaforme ognuna delle quali ha logiche specifiche

E' una **fonte unitaria articolata per canali** (quasi sempre «pubblici»), non una singola fonte.
Permette lo scarico via API pubbliche (chiamate API a intervalli – Non Real Time) – Consente una totale ricerca semantica (per hashtag e keyword)
Consente di scaricare «a ritroso nel tempo»

Restituisce **Post, commenti e interazioni**



Canale personale



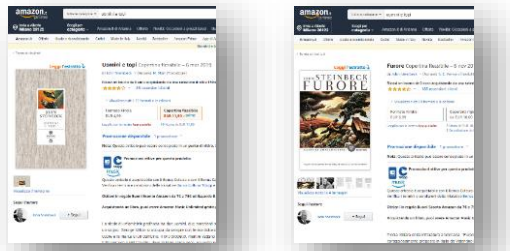
Canale ufficiale

Le fonti

Non esiste «Internet» - Non esistono «i social» - Esistono piattaforme ognuna delle quali ha logiche specifiche

Blog e **Forum** rilasciano informazioni solitamente in forza di **feed RSS**.
In alcuni casi occorre operare mediante **scrapers**: codice che legge (e copia) i contenuti utilizzando il sorgente HTML delle pagine
Ma questa soluzione tende ad essere inefficace perché il codice è mutevole

Siti di e-commerce sono a loro volta una costellazione di fonti: ogni «pagina prodotto» è una fonte che deve essere indicizzata a sé



2 fonti diverse

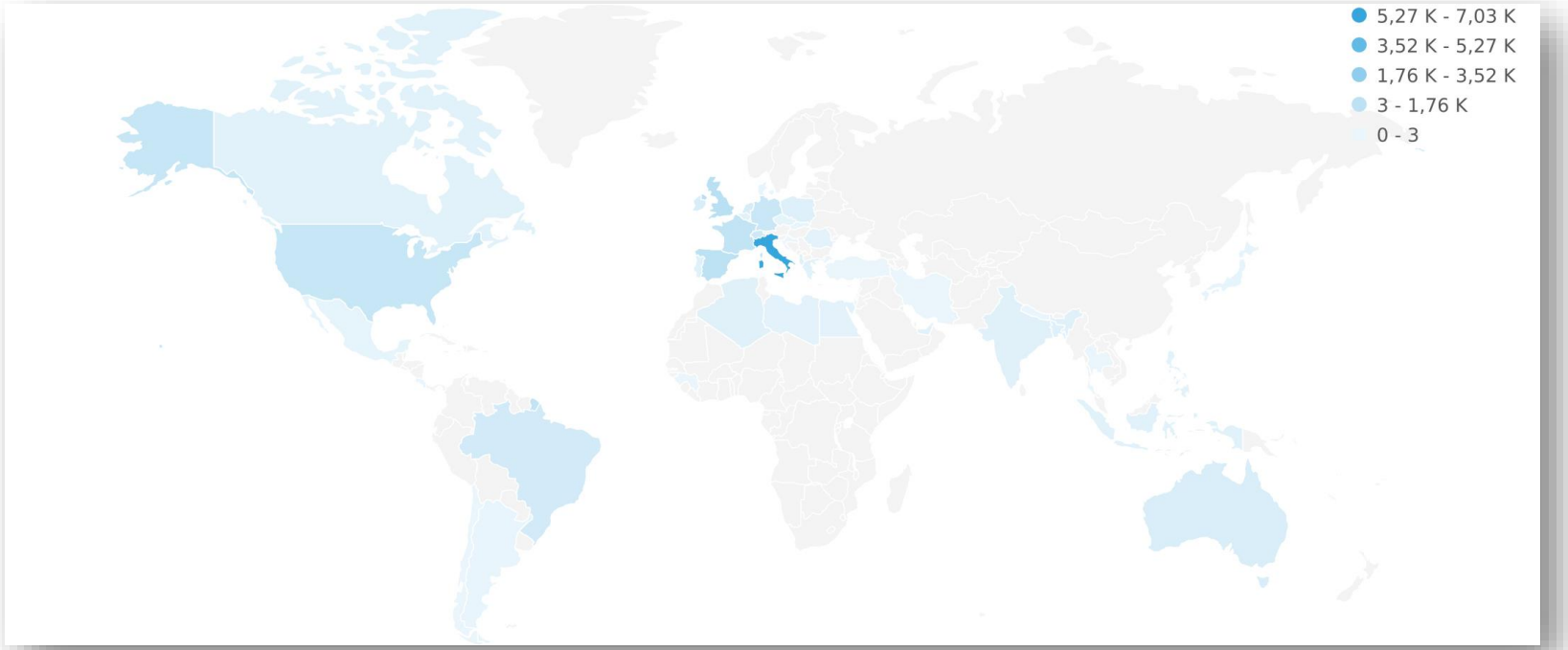
La **rilevanza social** dei siti di news deve essere considerata anche in funzione alla loro natura. Alcune fonti sono social (consentono interazioni pubbliche tra utenti) altre no

Social

Non social

Le fonti – I «confini»

L'unica frontiera dei social è la lingua



Le informazioni social **NON sono geo-localizzate**

Alcune fonti forniscono ai «proprietari delle pagine» l'origine ***convenzionale*** dell'utente:

- ✓ Dichiara di vivere in un luogo
- ✓ Si «registra»

L'unica vera «frontiera» nei social è **l'idioma**

Estrazione

Il concetto di keyword

L’estrazione e la ricerca di informazioni sul web si basa su «chiavi semantiche» dette keyword.

Si tratta di istruzioni alle macchine per la ricerca raffinata di un concetto **disambiguato**:

- Esclusione omonimie
- Inclusione mispelling e forme verbali

Bassa ambiguità

Media ambiguità

Elevata ambiguità

Elevatissima ambiguità

Gli attributi di un documento

Autori – Testo – Data - Metadati

Chi prende la parola online

L'esame degli autori è una delle principali considerazioni per l'analisi delle informazioni

AUTHORS	SOURCE	FANS/FOLLOWERS	POSTS / COMMENTS	ENGAGEMENT
instagram (@instagram)	instagram.com	0	4K -14,9%	200,6K 1,2%
gaiospino	finanzaonline.com	-	521 -8,1%	0 -
gianfi.flego@gmail.c	finanzaonline.com	-	472 -17,5%	0 -
informazione finanza (@infoiteconomia)	twitter.com	912	432 8,3%	16 -52,9%
Lorcann	finanzaonline.com	-	371 -21,1%	0 -
Prudens	finanzaonline.com	-	329 -1,8%	0 -
Un utente Google	play.google.com	-	321 -39,4%	0 -
skudoxx	finanzaonline.com	-	312 1,3%	0 -
A.S. Volley Lube Civitanova (@VolleyLube)	twitter.com	22,3K	300 55,4%	2,8K 126,1%
ANSA	borsaitaliana.it	-	299 -40,7%	0 -
Giova10	finanzaonline.com	-	297 42,1%	0 -
Intesa Sanpaolo	facebook.com	459,1K	284 4%	8,5K 148,2%
stenickmav	finanzaonline.com	-	254 103,2%	0 -
spatrango	finanzaonline.com	-	213 43%	0 -
Start Magazine (@StartMagNews)	twitter.com	3K	184 -34,5%	298 -49,1%
Tommaso Iacobellisit (@IacobellisT)	twitter.com	1,5K	178 -41,3%	12 -53,8%

Cittadino o consumatore

Professionista (non dichiarato)

Professionista (dichiarato)

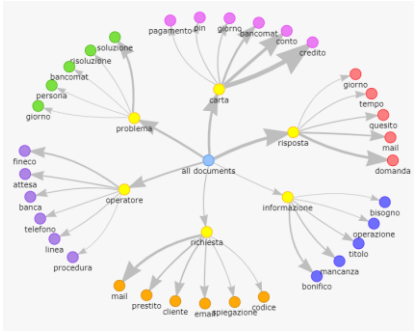
Influencer

Brand

Esponente politico

La classificazione

Costruire una tassonomia - Approcci



Approccio 1 – Discovery e correlazioni

Basato sulla estrazione automatica del linguaggio (possibilmente **lemmatizzato**: «andare» per «sono andato», «vado», «andiamo)

BRANDS	
2.494	Assicurazioni auto online
89	Europ Assistance
20	Mondial Assistance
124	ConTe
708	Dialogo
199	Direct Line
84	Genertel

TEMI	
1.607	Preventivo
5.781	Offerta
	Personalizzazione
	Convenienza
1.249	Contratto
	Stipula
	Disdetta
781	Forme di pagamento
329	Usabilità

Approccio 2 – Supervisionato

Basato su istruzioni alla macchina per l'individuazione di correlazioni decise a priori
Esempio: «Cameo AND budino» o «Cameo NOT film»

L’analisi delle opinioni

Facciamo leggere alla macchina un’enorme quantità di documenti al fine di ottenere un bacino di opinioni: numerose poiché estratte dalla macchina, coerenti perché individuano polarità per mezzo di regole

Approccio debole

Conta le parole ed ognuna può avere una sola polarità (+/-). Il neutro è dato dalla compresenza di diverse parole. Non si adatta ai domini lingusitici

“Comprando makeup **Ypsilon** mi hanno dato questo campione di struccante bifasico Ypsilon. A causa di brutte esperienze con altre marche, di cui non farò il nome, che mi hanno dato bruciore agli occhi, secchezza della pelle, insomma pessimi risultati, subito ho pensato non lo userò mai! e invece mi sono lasciata convincere, in quanto ahimè avevo messo un vecchio mascara che credevo ancora utilizzabile e invece mi ha seccato le ciglia 😢 Di questo bifasico Ypsilon invece sono proprio rimasta contenta! È leggerissimo, non unge, delicato sugli occhi e rimuove completamente il trucco senza strofinare eccessivamente gli occhi! Devo dire che sarò ben felice di finire il flaconcino 😍 #Ypsilon”

Approccio targettizzato

Esamina le locuzioni riferite ad un «termine target», pertanto il target può avere «più attributi di polarità». Si adatat ai dimini linguistici («rallenta una malattia» è +; «rallenta la marcia del treno» è -)

“Comprando makeup Ypsilon mi hanno dato questo campione di struccante bifasico Ypsilon.. A causa di brutte esperienze con altre marche, di cui non farò il nome, che mi hanno dato bruciore agli occhi, secchezza della pelle, insomma pessimi risultati, subito ho pensato non lo userò mai! e invece mi sono lasciata convincere, in quanto ahimè avevo messo un vecchio mascara che credevo ancora utilizzabile e invece mi ha seccato le ciglia 😢 Di questo bifasico Ypsilon invece sono proprio rimasta contenta! È leggerissimo, non unge, delicato sugli occhi e rimuove completamente il trucco senza strofinare eccessivamente gli occhi! Devo dire che sarò ben felice di finire il flaconcino 😍 #Ypsilon”

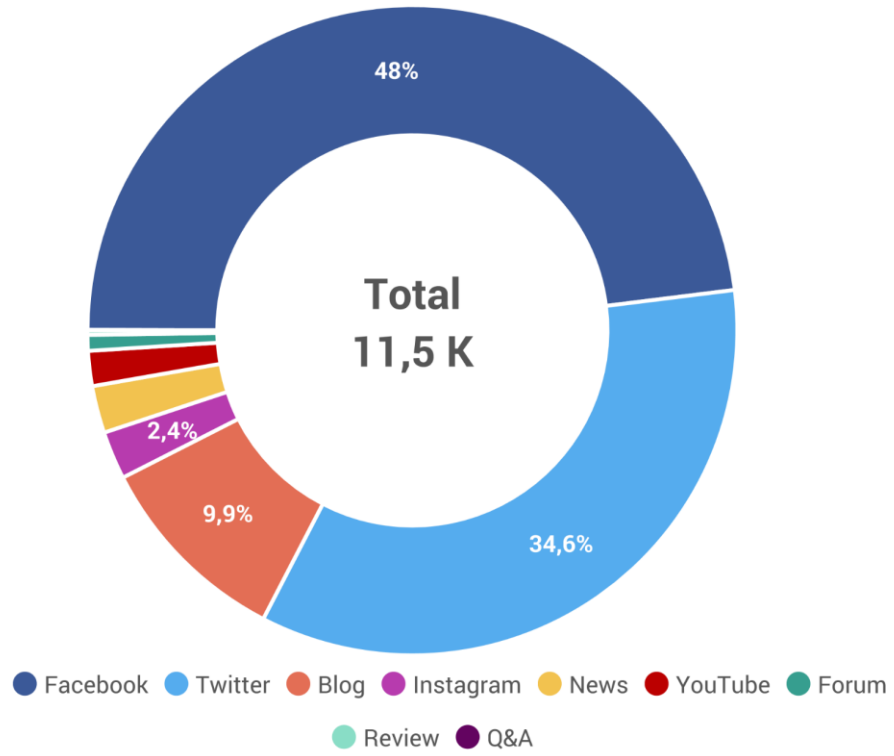
Trend dei «volumi»

La fluttuazione su base temporale del numero dei documenti e dell'engagement è un elemento rilevante per l'analisi

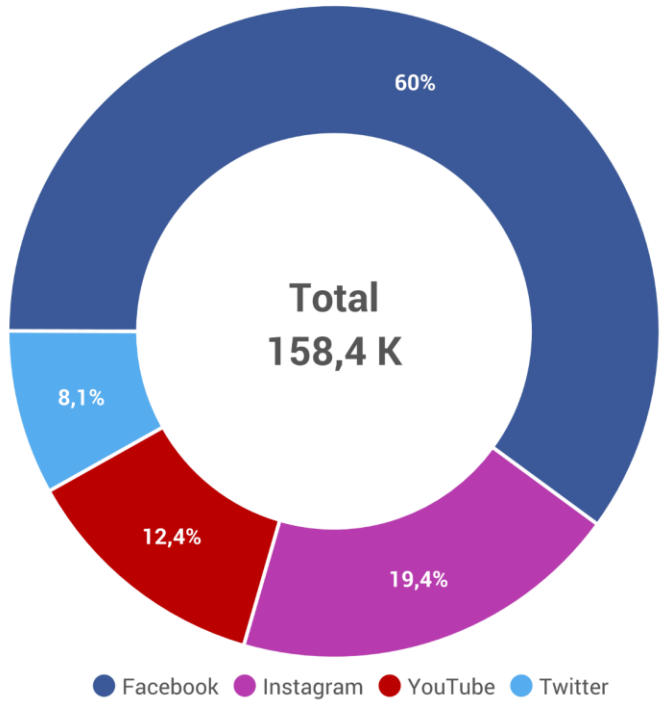
Indicatori di rilevanza

L'engagement come proxy di rilevanza: stesso periodo, stesso subset di dati

Volumi: numero documenti

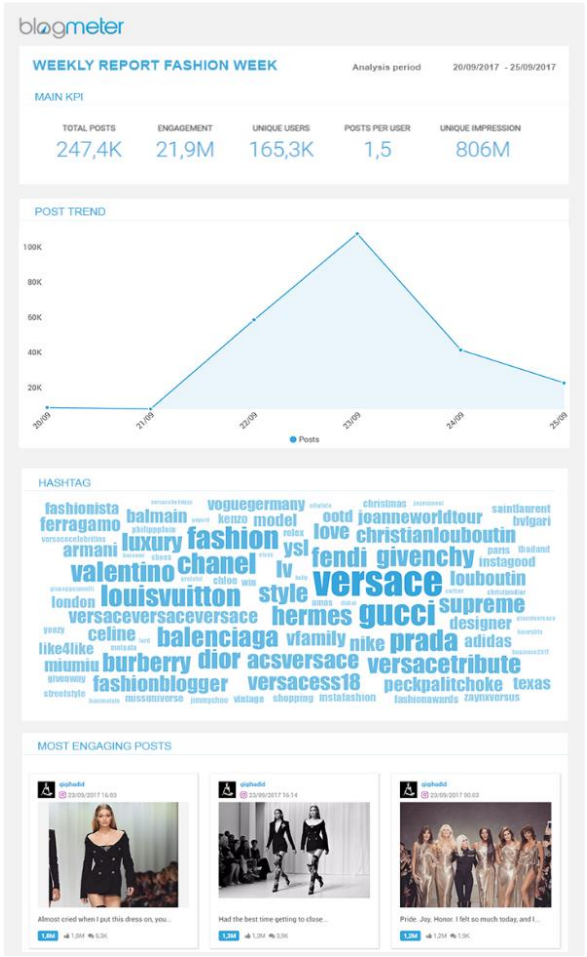


Engagement: numero interazioni



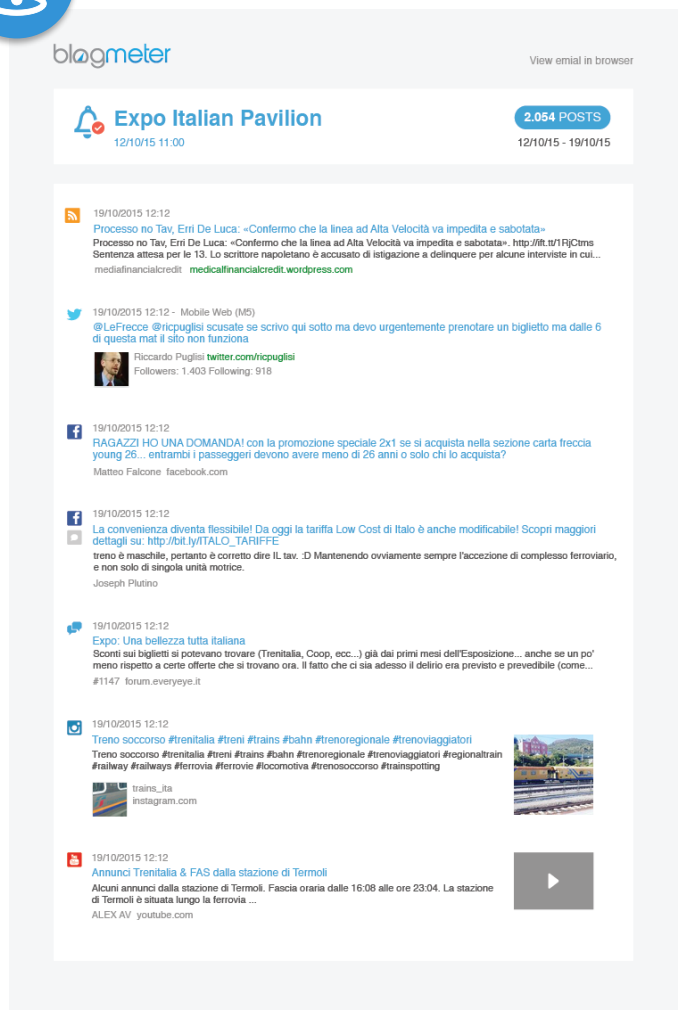
Output

Forme di analisi e alerting



Dashboard

Si basano sul presupposto che esistano team e persone con il compito preciso di monitorare i fenomeni



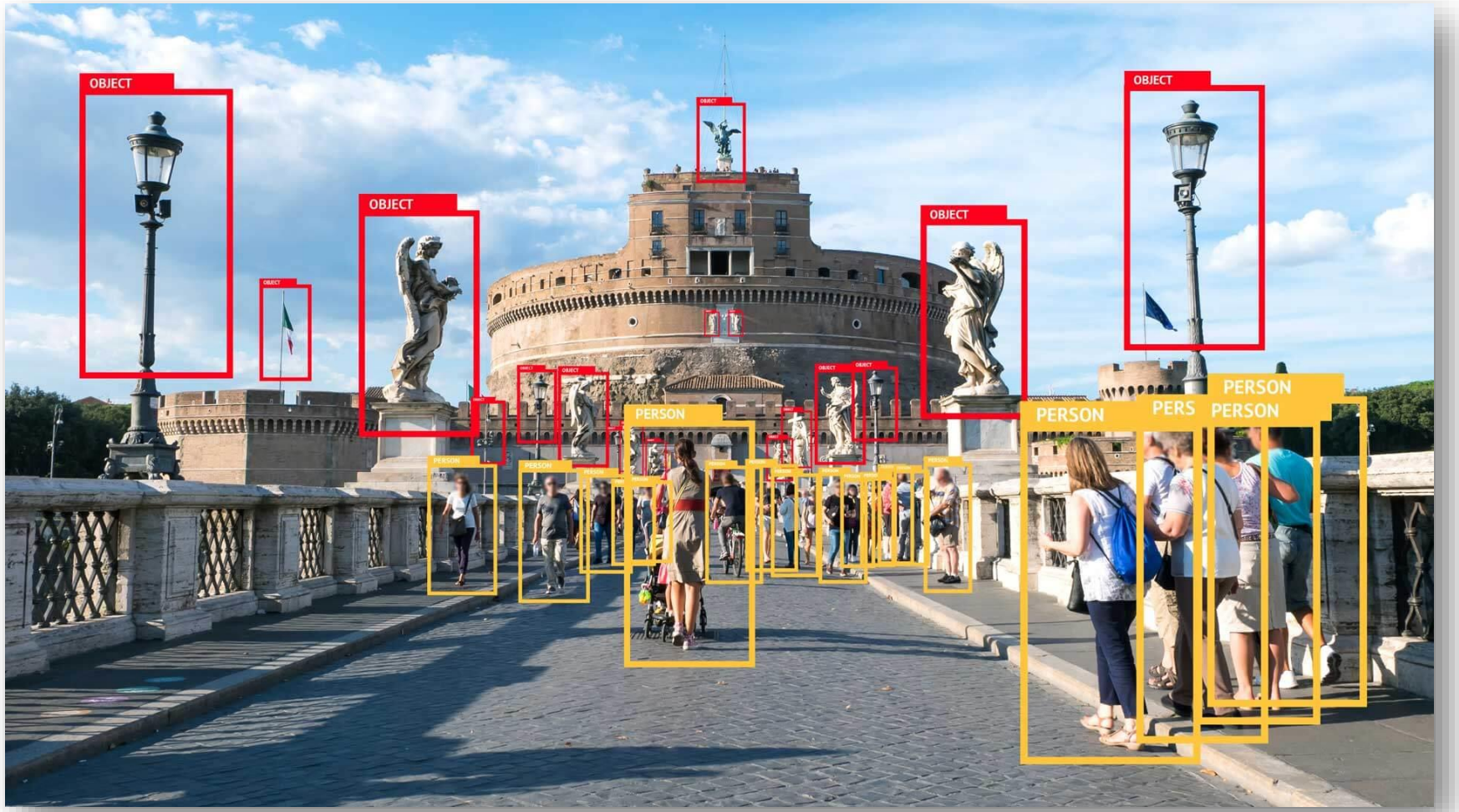
Alerting

Basati su due approcci:

- **Condizionali** – al presentarsi di una o più condizioni
- **Trigger** – al modificarsi di una o più condizioni

Il futuro

Text Mining + Image recognition

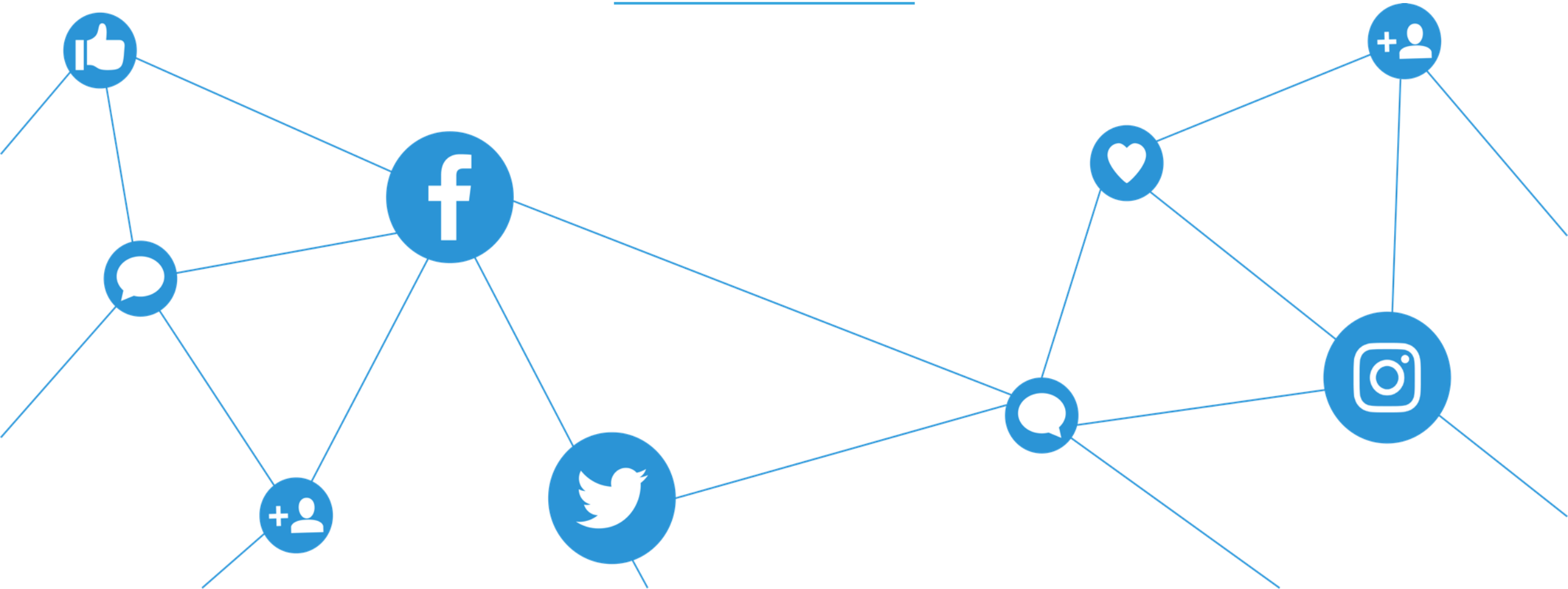


State of the art

Ad oggi, ciò che è disponibile agli operatori privati, sono forme di image recognition che individuano:

- ✓ Landscape
- ✓ Se il soggetto è un essere umano
- ✓ Se il soggetto è un oggetto

CASI DI STUDIO



Una premessa

Le fake news sono sempre esistite

GAZZETTINO

NUOVO GRAVE INCIDENTE NEL GOLFO DEL TONCHINO

lavi americane attaccate
a siluranti del Vietnam del Nord

avano in acque internazionali quando sono state affrontate da quattro vedette comuniste - Non hanno riportato danni e
ggi sono indenni - Laconico comunicato del dipartimento della Difesa degli Stati Uniti - Sarà sferrata una rappresaglia?

Iraq Unleashes Flood of Oil
More Scud Missiles Strike Is

By Rick Atkinson and Dan Balz
Washington Post Staff Writers

Iraq has sabotaged a Kuwaiti supertanker terminal, dumping several million barrels of oil from ships and storage facilities into the Persian Gulf and creating an environmental disaster already several times larger than the 1989 Exxon Valdez spill in Alaska, U.S. government officials said yesterday.

Military officials publicly insisted that the spill would not affect allied military operations in the Persian Gulf War, although planners privately said it could constrain options available for an amphibious assault. A visibly angry President Bush described the Iraqi action as a

Coated bird found off Kuwait, where oil is gushing from Sea Island Terminal

stroyed most of the seven Scuds streaking toward Israel from western Iraq, but shrapnel spattered

building, killing one person and injuring about 30 others, Saudi officials said. Two more missiles fired

Pentagon briefin
spokesman Pete Wi
the spill as "likely to
dozen times bigge
million gallons dum
ka's Prince Willia
years ago. By late
vast oil slick, whi
began Wednesday
southward at least
oil was fouling the S
Crude oil is gushi
Island Terminal ab
the Kuwaiti coast,
coming from stora
the rest pumped t
pipes from five tar
the occupied Kuwa
al-Ahmadi.
Bush, who hadd
ment experts and

Nordcorea, le 10 follie di Kim Jong-un

ESTERI

Mi piace 0 Condividi Tweet Share

(Xinhua)

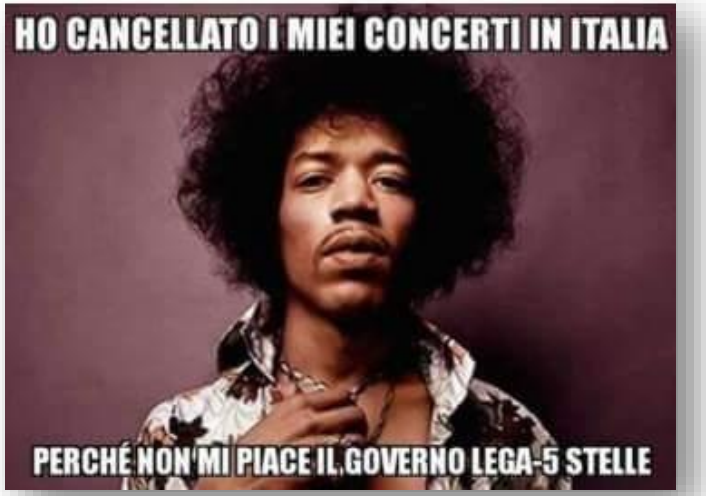
Pubblicato il: 14/04/2017 12:03

A partire dalla sua elezione a leader supremo della Repubblica Popolare Democratica di Corea (Corea del Nord) avvenuta il 18 dicembre 2011, giorno successivo alla morte del padre, il governo di Kim Jong-un **si è contraddistinto per le atrocità e le bizzarrie** commesse ai danni del popolo. Dall'ex fidanzata del dittatore fucilata perché accusata di pornografia, allo zio del leader sbranato dai cani fino al responsabile della Difesa Hyon Yong-chol, giustiziato in pubblico a cannonate con l'accusa di essersi addormentato ad un evento militare, sono tante le punizioni feroci avvenute negli ultimi anni in Corea del Nord. Tra fake news e curiosità sono numerose anche le imprese 'folli' del dittatore, come il cambio del fuso orario e le elezioni aperte ad un solo candidato.

1) Lo zio sbranato dai cani - Il caso più noto che ha fatto il giro del mondo suscitando numerose polemiche è quello dello zio di Kim, Jang Song Thaek che, secondo alcuni media, sarebbe stato divorato vivo da cani affamati. Jang sarebbe stato buttato nudo in una gabbia insieme a cinque stretti collaboratori. I 120 cani presenti nella gabbia che non venivano nutriti da tre giorni avrebbero ucciso e divorato i condannati. L'orribile esecuzione sarebbe durata circa un'ora ed il leader nordcoreano vi avrebbe assistito assieme a 300 alti funzionari.

Una considerazione

Oggi sono fuori controllo



METODOLOGIA

Caso di Studio 1 – Integratori anticolesterolo

Setup di un’istanza di ascolto specifica per l’analisi di conversazioni circa: **colesterolo**, **molecole specifiche anticolesterolo**, **brands anticolesterolo**

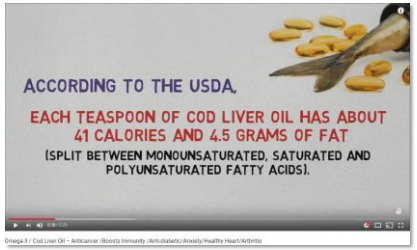
- Scenario analysis
- Market Arena
- Customer Journey

Caso di Studio 1 – Integratori anticolesterolo

Le fonti.. Ancora una volta

YouTube

YouTube is a social featured for **video sharing** experiences and tutorials.
When it comes to supplements, uploaded contents consist mainly of **video reviews** shared by channels focused on health and fitness.
YouTube is the social that focuses more on the product as a **whole object**: youtubers show the packaging, read and comment the characteristics and share their impressions about the products.



blogmeter

©Blogmeter 2017 - All rights reserved

26

La fonte dedicata ai tutorial e alla condivisione delle esperienze dove il consumatore… **consiglia altre persone**

facebook

On Facebook, **specialized media**, small or big, have a strong impact: they offer insights about lifestyle, health and cholesterol, touching, more or less explicitly, the topic of supplements and drugs.
Facebook is also characterized by **peer to peer conversations**: in this social network, groups and communities arise and grow. Here consumers meet virtually to talk about cholesterol, supplements and drugs and to exchange opinions and advice.

blogmeter

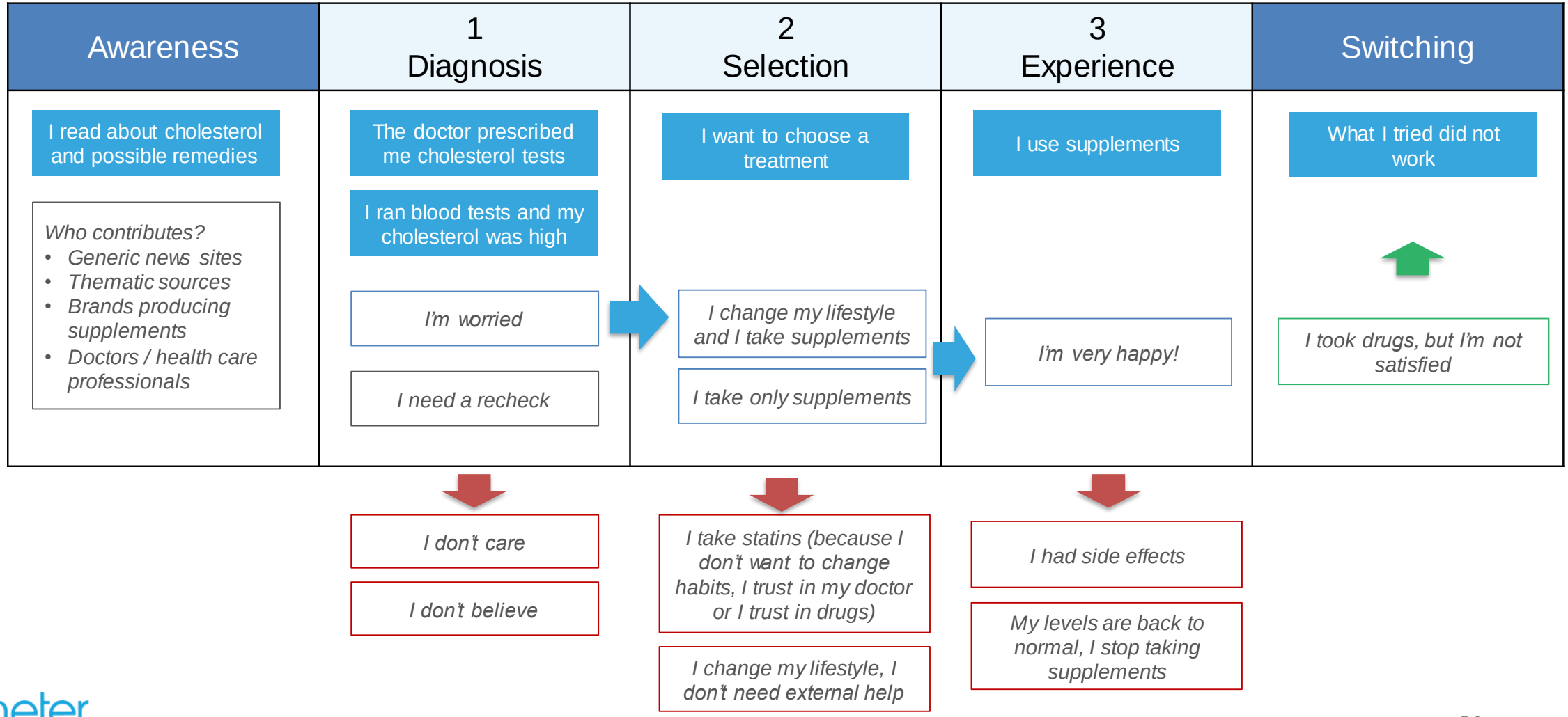
©Blogmeter 2017 - All rights reserved

25

La fonte dedicata alla condivisione in termini di **dibattito**

Caso di Studio 1 – Integratori anticolesterolo

Capire l'origine del problema (l'esperienza degli individui) permette di prevenire il sorgere di disinformazione: nello schema si evince il percorso (raccontato dai pazienti stessi sui social) psicologico dalla diagnosi alla scelta della soluzione



Caso di Studio 2 – La prevenzione oncologica

PREVENZIONE
74,2K
messaggi

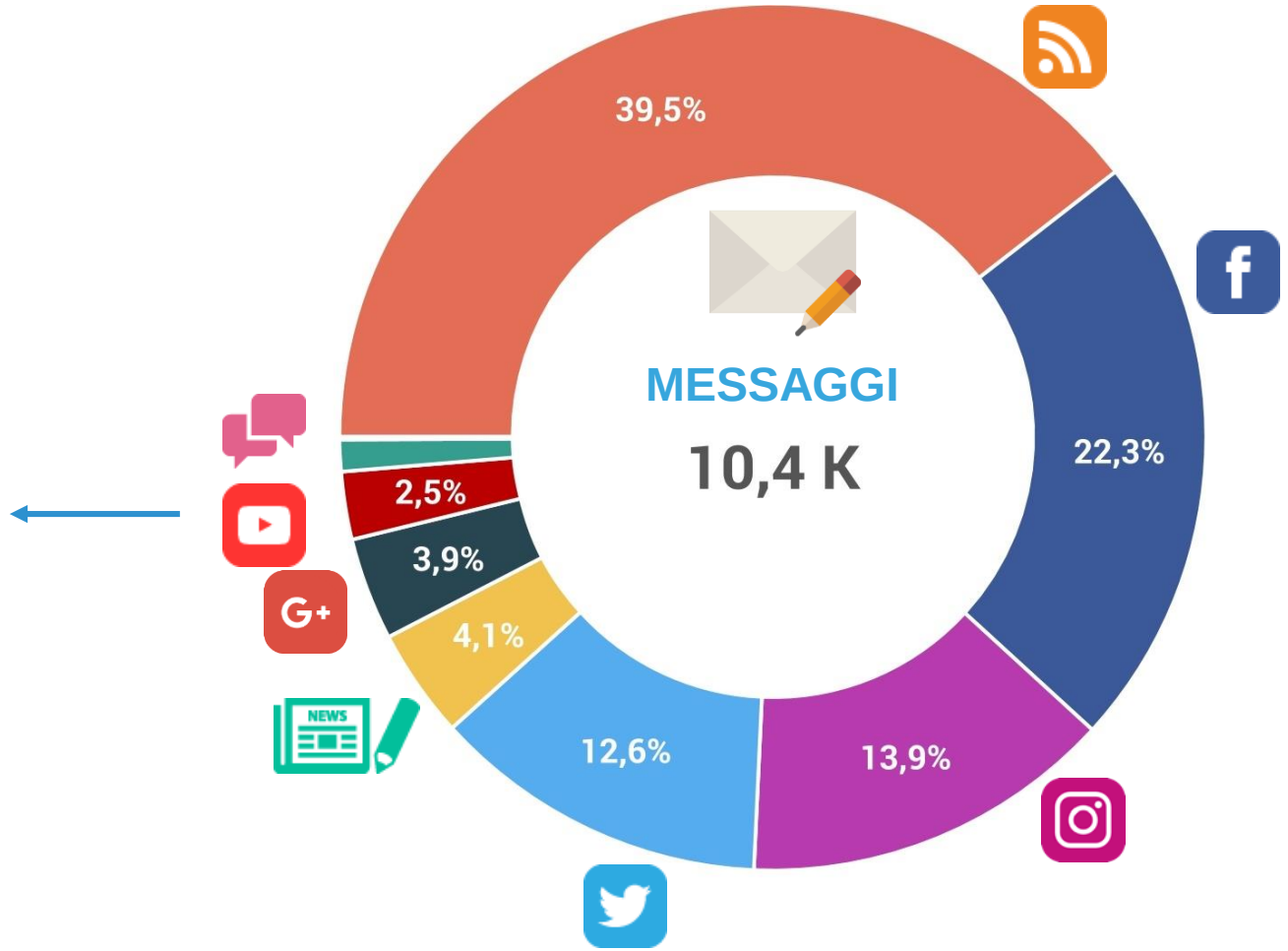
5% del totale delle conversazioni sull'oncologia

blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

Caso di Studio 2 – La prevenzione oncologica

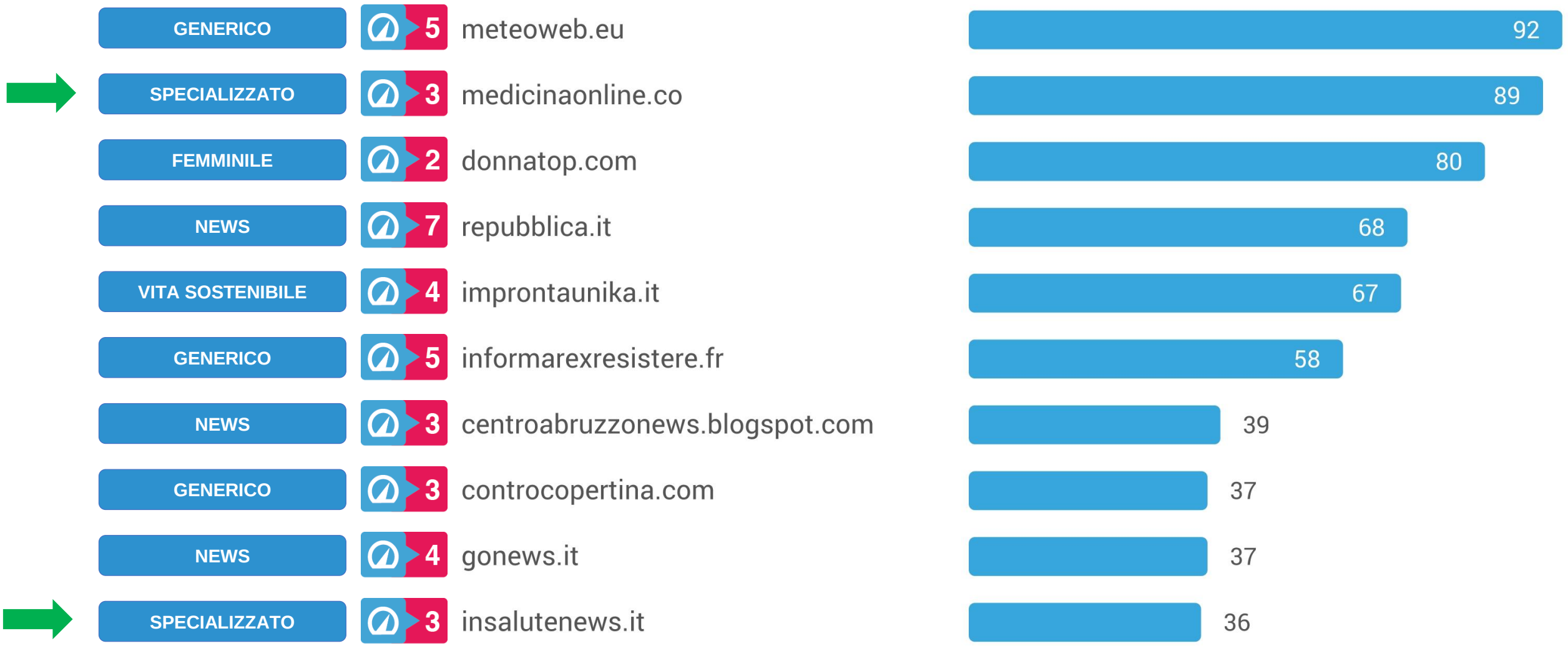
Sono i blog la fonte principale seguita da Facebook e Instagram

Genera pochi messaggi ma moltissime interazioni, quindi è a tutti gli effetti una fonte estremamente **rilevante** dove **pochi scrivono** ma **tanti ascoltano**



Caso di Studio 2 – La prevenzione oncologica

Blog e news dominano, fra le top 10 sono solo 2 quelle specializzate

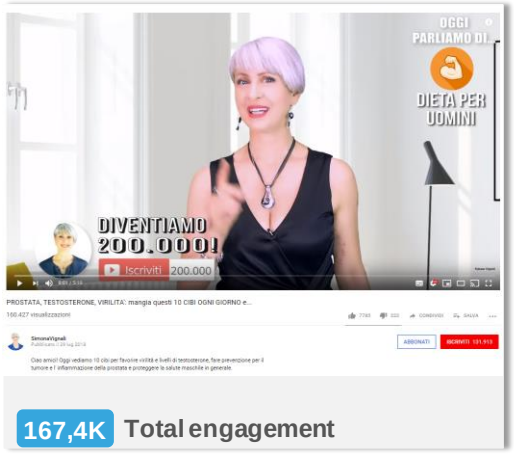


blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

Caso di Studio 2 – La prevenzione oncologica

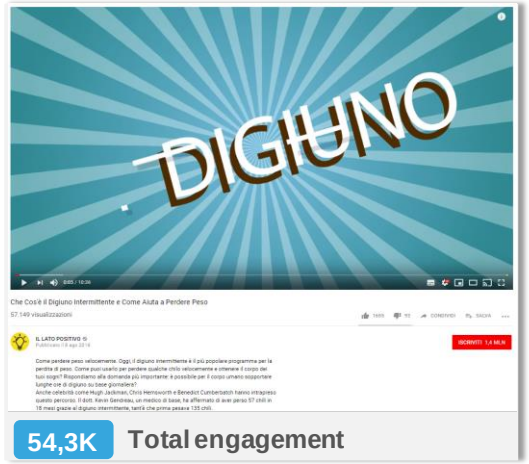
La semantica della disinformazione – Titoli clickbait, traduttori automatici, video che parlano d'altro

PROSTATA, TESTOSTERONE, VIRILITA': mangia questi 10 CIBI OGNI GIORNO e...



Simona Vignali, naturopata e formatrice.
131,9K di iscritti

Che Cos'è il Digiuno Intermittente e Come Aiuta a Perdere Peso
«[…] Può prevenire il cancro […]»



Il lato positivo, consigli e curiosità sulla vita quotidiana. **1,4M di iscritti**

[redacted] Penoso, utilizzare una malattia per promuovere una pizza. Quest articolo dovrebbe essere bandito. La pizza che previene i tumori, ma scherziamo. Vergognatevi.
Mi piace · Rispondi · 39 s

[redacted] MA l'hai letto l'articolo?
Mi piace · Rispondi · 39 s

[redacted] i Luca Rinaldis: io ho letto l'articolo e dico che queste false notizie sono vergognose.
Mi piace · Rispondi · 39 s

[redacted] i Luca Rinaldis certo che l'ho letto. Dammi la tua interpretazione e poi fammi capire com'è possibile inserire la parola previene tumori al food, perchè ormai si sta abusando di questa cosa. Dovremmo iniziare a scrivere su tutte le confezioni di prodotti che contengono alcuni ingredienti "previene tumori". A questo punto iniziamo a scrivere dove c'è la vitamina c, previene tumori. Dove ci sono altre vitamine previene l'invecchiamento, ringiovanisci etc. Per favore, questi titoli sono puramente pubblicitari. Ricordatevi che la comunicazione instrada acquisti ed abitudini dei consumatori. Ricordiamoci che ci sono delle aziende che hanno trasformato yogurt in prodotti miracolosi, e che per anni abbiamo fatto passare merendine come la "buona colazione o merenda. Riflettete.
Mi piace · Rispondi · 39 s

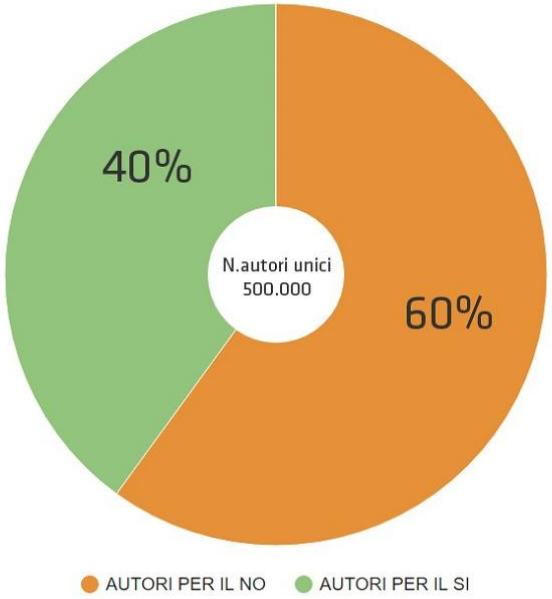
[redacted] E' una vita che si promuovono, per la stessa ragione, una marea di prodotti con la scusa della dieta mediterranea ... è una promozione come un'altra e non c'è nulla di nuovo sotto il sole, se piace si mangia se non piace non si mangia. Elementare e senza le solite chiacchiere, si arriverà una volta a non ascoltare il solito Eschimese che insegna al Congolese come fare per difendersi dal caldo?
Mi piace · Rispondi · 39 s

Caso di Studio 3 – Una curiosità «politica»

Il referendum 2016

Dichiarazioni di voto

Stima basata su analisi semantica delle conversazioni WEB
24/9 – 1/12 2016



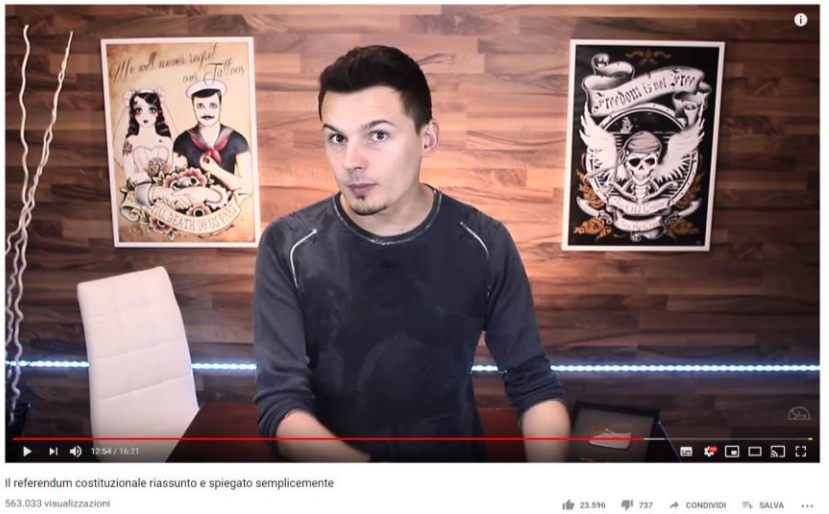
Referendum 2016

Hashtag e termini più usati
WEB 24/9 – 1/12 2016

Referendum 2016

Referendum costituzionale 2016 sul web ... costituzionale riassunto e spiegato semplicemente" dello "youtuber" Alessandro Masala

Il maggior numero di interazioni in tutto il periodo



Conclusioni – Cosa desideravamo condividere

1

L'attività di contrasto della disinformazione online non è de facto diversa dall'attività di contrasto della disinformazione tout court
Si basa su due fattori: a. **competenze** e b. **fact checking**

2

L'attività di contrasto della disinformazione online sicuramente si fonda su una conoscenza professionale (e continuamente aggiornata) delle dinamiche delle **fonti online**

3

L'attività di contrasto della disinformazione online sicuramente ha come presupposto un modello di analisi sistematizzabile che consenta di individuare gli (oggi: elementi di natura semantica, domani: di natura iconografica) i sintomi di una informazione scorretta

blogmeter

INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

Trasformiamo i dati in informazioni comprensibili e utili, per migliorare decisioni e strategie

Forniamo soluzioni efficaci attraverso strumenti, competenze, consulenze e ricerche, per analizzare dati quanti-qualitativi provenienti da più fonti in modo facile e intuitivo.

Il nostro VALORE

- **12 anni** anni di storia (dal 2007)
- **2,75 mld** di documenti analizzati all'anno
- **183** clienti
- **33** persone
- Età media **34 anni**

Le nostre ATTIVITÀ

- **SUITE** La nostra piattaforma è l'insieme più performante e completo di software di analisi social e web integrati
- **ANALISI & CONSULENZA** I nostri esperti affiancano le aziende nella analisi dati e nell'impostazione della migliore strategia digitale
- **RICERCA** I nostri ricercatori sanno consigliare l'approccio d'indagine più adatto

Certified by

ASSIRM Accredited Company 2019 RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

ACCREDIA

certitalia Sistema di Gestione certificato UNI EN ISO 9001:2015

blogmeter

INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

Grazie per l'attenzione

www.blogmeter.it
alberto.stracuzzi@blogmeter.it

linkedin.com/company/blogmeter facebook.com/Blogmeter @BlogmeterOfficial @Blogmeter