

Guido Di Fraia

FARE MARKETING CON L'AI

Aumentata

**Intelligenza ~~Artificiale~~
per comunicare brand,
prodotti e idee**

BIG DATA

NLP

MACHINE
LEARNING

DEEP
LEARNING

ALGORITMI

*Analyst
prescrittive*

*Targetizzazione
predittiva*

*Virtual
Assistant*

*Virtua
Agent*

*me
onali*

*Content
telligence*

CDP

CAPITOLO 8 Social Media Listening



INTERVISTA

KANTAR - MEDIA DIVISION

SCHEDA AZIENDA

KANTAR - MEDIA DIVISION

NOME AZIENDA: KANTAR - MEDIA DIVISION

NUMERO DIPENDENTI: 50

ANNO FONDAZIONE: 2013

COUNTRY MANAGER: MAURO STOICO

EXPERTISE AMBITO AI: Piattaforma Kantar Reputation

PRINCIPALI CLIENTI: Qualunque utente della piattaforma

SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

Quali sono le vostre maggiori competenze nell'ambito delle soluzioni di AI? Qual è la soluzione di maggior spicco tra quelle presenti nel vostro catalogo di prodotti?

La Media Division di Kantar Italia, come molte altre aziende estere del gruppo che si occupano di media monitoring, mette a disposizione dei propri clienti la piattaforma Kantar Reputation tramite la quale possono ricevere e gestire i propri prodotti risultanti dal monitoraggio e dall'analisi dei media. Diverse funzioni della piattaforma si basano su un sistema di AI, come per esempio l'assegnazione del sentiment e la categorizzazione automatica a ogni articolo rilevato.

- Assegnazione del sentiment: i testi degli articoli rilevati vengono elaborati dal motore di AI che fornisce una valutazione del contenuto basandosi non tanto sulle singole keyword che potrebbero essere contenute in essi, quanto piuttosto sul loro senso e tono generale. Il risultato è un indice che può prendere il valore di "positivo", "neutro" o "negativo", attraverso il quale i nostri clienti possono avere un immediato riscontro qualitativo. La valutazione automatica del sentiment viene utilizzata per formulare un ulteriore indice analitico chiamato MIS, attraverso il quale Kantar fornisce l'impatto mediatico risultante dalle azioni di comunicazione dei clienti.

SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

- Categorizzazione automatica (Percolation): la piattaforma è in grado non solo di assegnare una categoria (capitolo) a ogni articolo sulla base del testo contenuto, ma di applicare anche una serie di “tag” o “etichette” che possono essere utilizzate dall’utente per effettuare ricerche e categorizzazioni più specifiche. Per esempio, un articolo rilevato per il cliente “EPSON” verrà assegnato alla categoria principale “EPSON”, ma verrà anche arricchito dalle categorie o “tag” di prodotti (es.: stampanti, scanner) o di settore merceologico.

Tale soluzione è adatta a tutti i modelli di business (B2B/B2C)? Anche a una PMI?

Certamente sì, la flessibilità di un sistema basato su AI è tale che possa essere scalata su qualsiasi realtà, che sia una PMI o un’azienda di grandi dimensioni.

Quali sono i benefici concreti che questa soluzione offre rispetto a quelle tradizionali, non AI-powered?

In assoluto il beneficio principale nell’utilizzo di un sistema basato su AI lo si riscontra nel guadagno di tempo, di cui ne beneficiamo sia internamente, in quanto non sono necessarie risorse per la categorizzazione manuale e la selezione del sentiment, sia l’utente finale che ha a sua disposizione un risultato immediato e altamente affidabile. In relazione alle risorse rese disponibili grazie alla AI, queste possono essere impiegate in attività dove il rapporto umano col cliente è essenziale e irrinunciabile.

SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

Vi sono risultati che avete ottenuto con un cliente particolarmente significativi e che possono essere divulgati?

I vantaggi derivanti da un sistema AI sono trasversali a ogni tipo di clientela; ciò nonostante, aziende che forniscono grande varietà di prodotti o servizi, o con organici complessi (come ad esempio alcuni nostri clienti operanti in ambito bancario o della moda), sicuramente traggono maggior beneficio, in virtù dei grandissimi volumi e della varietà dei dati trattati nei loro monitoraggi.

ISTRUZIONI PER L'USO

Qual è il processo attraverso cui tale soluzione viene progettata/sviluppata/personalizzata per il cliente?

Briefing iniziale con i clienti; acquisizione e analisi delle specifiche esigenze; definizione degli argomenti e delle categorie di interesse (per l'ambito "percolation"); setup iniziale del sistema di autoapprendimento; attivazione del servizio.

Che cosa deve fare l'azienda cliente per potervi mettere in condizione di realizzare al meglio la vostra soluzione per loro?

Per quanto riguarda il "sentiment", la piattaforma è autonoma nel definire il valore da assegnare a ogni singolo articolo. Per quanto riguarda invece la percolation, con l'azienda vengono definite le categorie principali a cui gli articoli vengono assegnati. Il sistema AI provvede in seguito ad arricchire ogni articolo di tutte le informazioni aggiuntive ("tag" o "etichette" o "categorie").

ISTRUZIONI PER L'USO

Quali sono i principali motivi di insuccesso o di generazione di problemi (allungamento tempi, costi ecc.) riconducibili all'azienda cliente?

Durante le prime due fasi di briefing iniziale con i clienti e acquisizione e analisi delle loro specifiche esigenze, è importante raccogliere più dati e informazioni possibili, per procedere in seguito a un corretto setup del sistema di AI. Qualora non ci venissero fornite le corrette indicazioni, come conseguenza si avrà un risultato non corretto o comunque non conforme alle aspettative del servizio.

RISORSE NECESSARIE E METRICHE

Quali sono le figure che il cliente deve coinvolgere nel processo?

Trattandosi di prodotti legati al monitoraggio dei media, il cliente dovrà coinvolgere necessariamente le figure professionali addette alla gestione della rassegna stampa ed eventualmente di marketing/comunicazione.

Quanto ci vuole, in termini di tempo, per passare dalla progettazione alle soluzioni finite?

Normalmente, per arrivare alla fruizione dei servizi basati su AI è necessario un mese a partire dalla fase di primo setup fino all'erogazione del corretto risultato finale.

RISORSE NECESSARIE E METRICHE

Quali sono le metriche che consentono di stabilire i risultati del progetto?

Per quanto riguarda l'assegnazione del sentiment il cliente, coadiuvato dal nostro reparto di analisi e dai consulenti di rassegna stampa, determina una percentuale di correttezza dei risultati forniti in maniera automatica (e di conseguenza dell'indice MIS). La percolation invece è valutata in base alla correttezza dei "tag" o "etichette" che il sistema è stato in grado di definire e assegnare in maniera autonoma a ciascun articolo.

SUGGERIMENTI DA SEGUIRE

In sintesi: tre consigli che dareste a un imprenditore che volesse avviare una sperimentazione della soluzione in oggetto.

Trovare un partner tecnologico affidabile sul mercato.

Analizzare nel dettaglio come la tecnologia di AI può essere integrata nei propri processi produttivi.

Identificare con precisione i reali benefici che una tale tecnologia può apportare sia internamente in termini di cost saving sia verso i clienti in termini di qualità e immediatezza di risultati/servizio/prodotto.



KANTAR - MEDIA DIVISION

<https://www.kantarmedia.com/it>



INTERVISTA

TALKWALKER

SCHEDA AZIENDA

TALKWALKER

NOME AZIENDA: Talkwalker

NUMERO DIPENDENTI: Approssimativamente 370

ANNO FONDAZIONE: 2009

CEO: Robert Glaesener

EXPERTISE AMBITO AI: Analytics, AI Engine, Command Center, Quick Search, API, Influencer One

PRINCIPALI CLIENTI: Technology Partners: Avis Verifies / Verified Reviews; ePressPack; Facelift; Hootsuite; Hivency; LexisNexis; Muck Rack; Simplify 360 // Solution Partners: Adroit; Auxipress; Burrelles; CARMA; Cision; Infomedia; NorthStar Solutions Group; Observer; Owlis; Radiosphere; Rue Point Media; Trust Insights; Unicepta; Vanksen

SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

Quali sono le vostre maggiori competenze nell'ambito delle soluzioni di AI? Qual è la soluzione di maggior spicco tra quelle presenti nel vostro catalogo di prodotti?

Talkwalker è una piattaforma di analytics incentrata sul social listening e potenziata dall'implementazione dell'AI. Talkwalker permette di monitorare facilmente la conversazione e il sentiment sui social media riguardo al proprio brand.

**Tale soluzione è adatta a tutti i modelli di business (B2B/B2C)?
Anche a una PMI?**

Il tessuto economico italiano, formato prevalentemente da PMI e naturalmente vocato all'export per le sue peculiarità, presenta un alto potenziale di crescita derivata dall'uso dei canali di vendita e promozione digitali. Per proliferare in questo contesto è essenziale una solida base di dati relativi ai propri clienti e il proprio mercato. Di conseguenza un tool che permetta di avere delle informazioni relative alla conversazione attorno al proprio brand è estremamente utile per una PMI in questo contesto, sia nel segmento B2B sia in quello B2C.

SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

Quali sono i benefici concreti che questa soluzione offre rispetto a quelle tradizionali, non AI-powered?

Il volume di conversazione sulle piattaforme social media ha assunto proporzioni enormi, e va costantemente crescendo. L'implementazione dell'AI permette di monitorare facilmente l'uso del proprio brand all'interno di contenuto basato su immagini, per esempio fornendo un quadro chiaro sul sentiment degli utenti attorno al marchio. Analizzare un tale volume di dati e trasformare le informazioni in dati concreti e affidabili sui quali basare la propria strategia non sarebbe possibile senza l'implementazione dell'AI.

Vi sono risultati che avete ottenuto con un cliente particolarmente significativi e che possono essere divulgati?

Bakamo ha utilizzato la piattaforma di social intelligence di Talkwalker per raccogliere le informazioni dei clienti dalla comunità di EVE Online e aiutarli ad acquisire una più ampia comprensione della comunità di gioco e dei giocatori in generale. Ciò che ne è scaturito sono state potenti intuizioni che potrebbero rivoluzionare le risorse umane e il modo in cui i giocatori percepiscono le proprie esperienze di gioco.

SOLUZIONE DI AI PRESENTATA

L'intelligence dei social media ha aiutato a identificare ulteriormente il journey che i giocatori intraprendono durante l'esperienza EVE Online, supportando l'apprendimento interno con ulteriori dati esterni, dando ulteriori approfondimenti su come i giocatori si sviluppano attraverso il gioco e guadagnando una serie di abilità e competenze di alto valore. Queste informazioni sono confluite in iniziative che aiutano a coinvolgere il pubblico e a costruire relazioni più forti con la comunità.

ISTRUZIONI PER L'USO

Qual è il processo attraverso cui tale soluzione viene progettata/sviluppata/personalizzata per il cliente?

- Protezione: riguarda l'aspetto della reputazione del brand. Misurazione: fase di misurazione della performance e del reporting.
- Promozione: fase di promozione del brand.

Che cosa deve fare l'azienda cliente per potervi mettere in condizione di realizzare al meglio la vostra soluzione per loro?

Ogni cliente è per Talkwalker un partner strategico il cui feedback è prezioso per apportare ancora più innovazione attraverso la nostra piattaforma. Coinvolgiamo i nostri clienti in un rapporto di ascolto, apprendimento e innovazione, di conseguenza apprezziamo che le imprese che usano o intendono usare Talkwalker siano interessate a farsi coinvolgere in questo processo.

RISORSE NECESSARIE E METRICHE

Quali sono le figure che il cliente deve coinvolgere nel processo?

Il customer success manager, per implementare la soluzione che, insieme al Solution Team Talkwalker, riuscirà a comprendere quale modello all'interno della famiglia AI Engine è più adatto alle esigenze aziendali.

Quanto ci vuole, in termini di tempo, per passare dalla progettazione alle soluzioni finite?

A seconda del livello di precisione e di quale modello deve essere addestrato e, naturalmente, della complessità dell'argomento (marchio, logo del marchio per la pulizia, o tono delle conversazioni per il sentiment tagging), il modello AI può essere addestrato fino a 6 ore (non è necessario farlo in un solo colpo!).

Quali sono le metriche che consentono di stabilire i risultati del progetto?

È soggettivo (i clienti tendono a proporre i loro KPI).

SUGGERIMENTI DA SEGUIRE

In sintesi: tre consigli che dareste a un imprenditore che volesse avviare una sperimentazione della soluzione in oggetto.

Investire nel digitale, sia in termini di tool che di figure professionali; avere una mentalità votata alla promozione e alla protezione del proprio brand; avere una strategia commerciale data-driven, basata sui dati sia sul piano economico sia nei contenuti.



TALKWALKER

<https://www.talkwalker.com/it>