

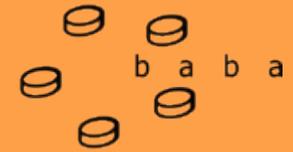
Ottobre 2015  
Bar Camp- MEDIASTARS

# PROFILE ENGAGEMENT E CONVERSATION ANALYSIS

*Che senso ha parlare di  
conversazioni in rete?*

Giulia Ceriani  
Presidente baba





1

DIALOGO E CONVERSAZIONE

2

ONLINE CULTURE E COMMUNITY

3

ANALISI DELLE CONVERSAZIONI E SOCIAL MEDIA MARKETING

4

SOCIAL MOBILE MARKETING OPERATIVO

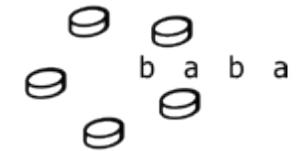
5

NETNOGRAFIA E PROFILE ENGAGEMENT

# 1. DIALOGO E CONVERSAZIONE

IL DIALOGO E' UN'UNITA' DISCORSIVA BIPOLARE, INSCRITTA ALL'INTERNO DI UN CONTESTO DISCORSIVO

LA CONVERSAZIONE (GRICE), AL CONTRARIO, SI REGGE SU UN PRINCIPIO DI COOPERAZIONE CON REGOLE PROPRIE (POLEMICHE-CONTRATTUALI)



## UNA STRUTTURA COMPLESSA

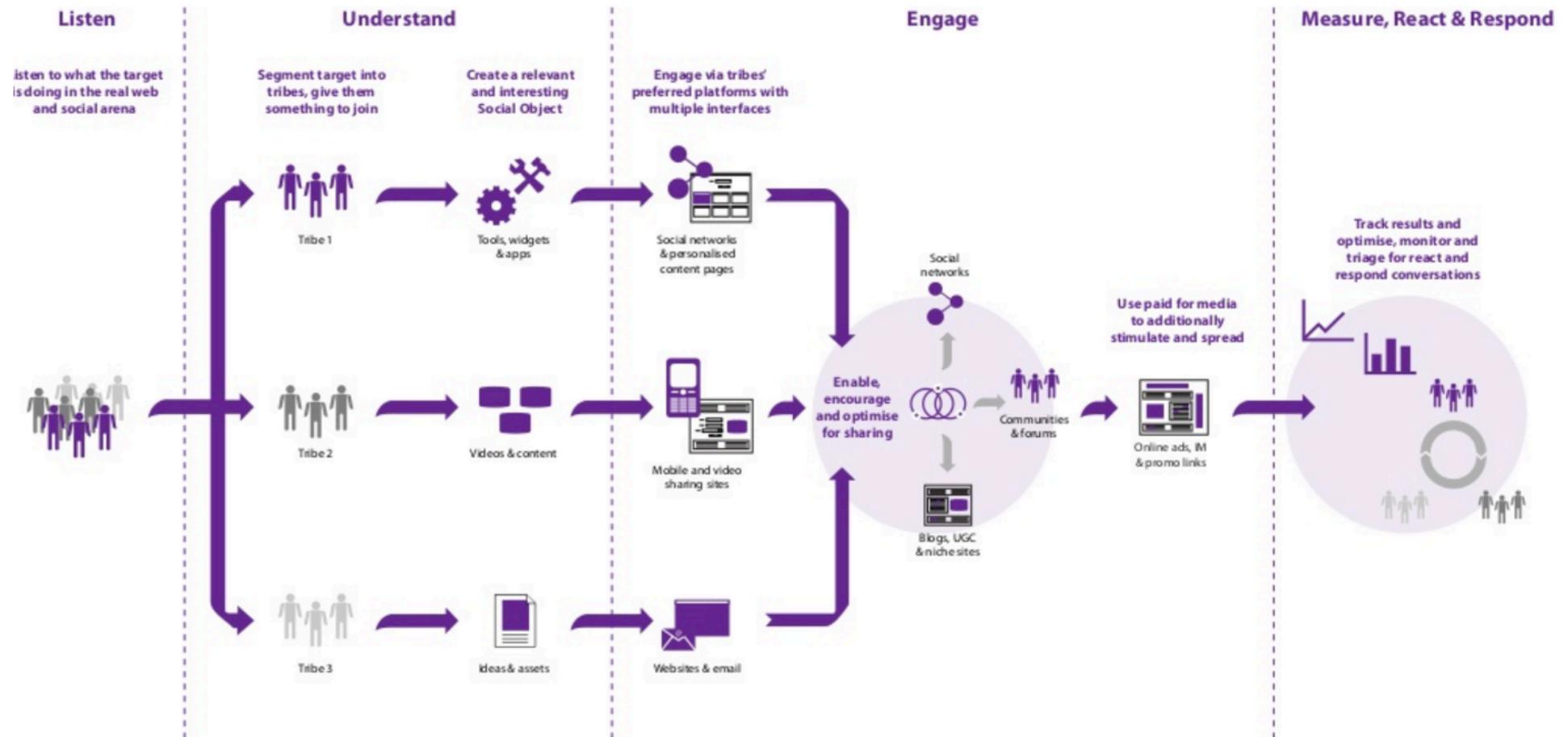
SE SI ANALIZZA UNA CONVERSAZIONE EMERGONO IMMEDIATAMENTE PROBLEMATICHE LEGATE AI DIVERSI LIVELLI DI COMPLESSITA':

- LE PAROLE E LA COMPETENZA CUI RIFERISCONO
- LA SELEZIONE DEI CONTENUTI, LE ELLISSI, LE PAUSE, LE TRONCATURE
- LA LOGICA ARGOMENTATIVA DELLO SCAMBIO E LA SUA DINAMICA



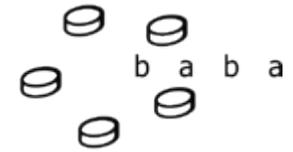
LA STRUTTURA SOCIALE GESTITA DALLE  
CONVERSAZIONI È IL RISULTATO DELLA  
COSTRUZIONE INDIVIDUALE O  
SOVRADETERMINA LE AZIONI  
INFLUENZANDOLE?

# Social program management (execution) can be in the form of a campaign.



As long as it is “good enough to share”.

David J. Carr: Social Marketing, Listening and Engagement (2010)



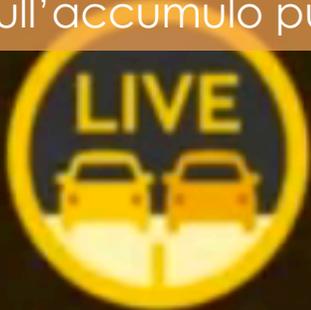
*“L’ORGANIZZAZIONE DEL PARLARE FORNISCE LE  
RISORSE FORMALI PER ESEGUIRE COMPITI  
INTERAZIONALI E METTE IN SCENA TALI RISORSE  
LOCALMENTE”*

*A. Marcarino, Analisi della conversazione*

# Samsung S-Drive

ADC// Tomorrow Award Winner 2015:

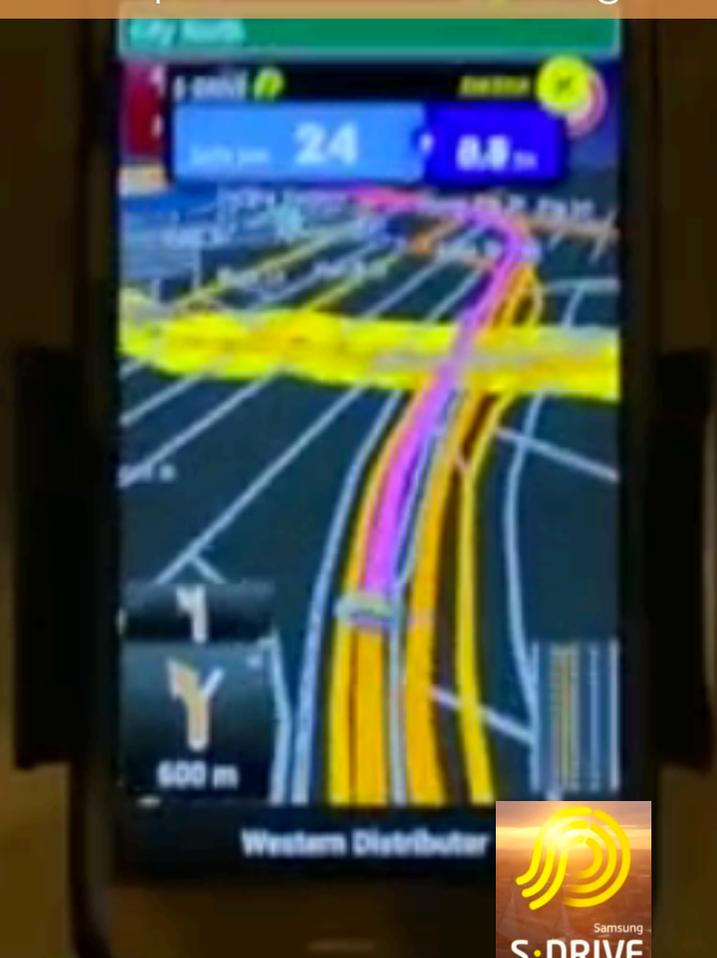
Applicazione di guida sicura rivolta a un target di giovani e gestita via smartphone, abbinato a un programma d'incentivazione basato sull'accumulo punti per comportamenti virtuosi di guida



TRAFFIC UPDATES



LANE SAFETY



WEATHER

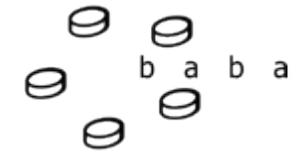


ACCIDENT  
BLACK SPOTS





- 1 DIALOGO E CONVERSAZIONE
- 2 ONLINE CULTURE E COMMUNITY
- 3 ANALISI DELLE CONVERSAZIONI E SOCIAL MEDIA MARKETING
- 4 SOCIAL MOBILE MARKETING OPERATIVO
- 5 NETNOGRAFIA E PROFILE ENGAGEMENT



## 2. ONLINE CULTURE E COMMUNITY

### ENTITA' COLLETTIVE

LA CULTURA ONLINE RUOTA  
INTORNO A UN'IDEA DI  
COMMUNITY COMPOSTA  
ATOMICAMENTE DA SOGGETTI  
CHE IMPOSTANO CONVERSAZIONI  
MONOLOGANTI

L'individualismo si somma a  
performance delocalizzate, dove  
l'interazione è pura apparenza

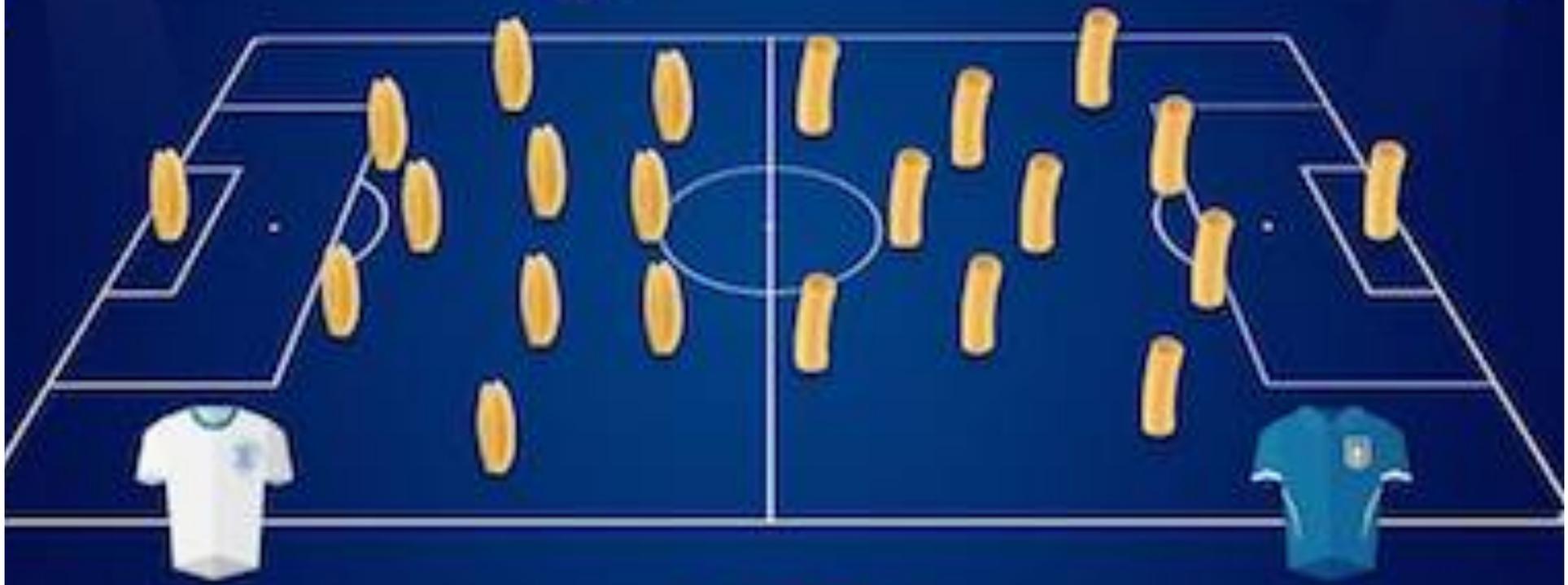


**IL GIOCO E' ATTINGERE ALLE  
RISORSE LESSICALI DISPIEGATE  
PER TRARNE SENSO E RESTITUIRE  
ENGAGEMENT AL SOGGETTO  
INDIVIDUALE COME  
ALL'INTERAZIONE COLLETTIVA**

La campagna di Social Media Marketing di Barilla durante I Campionati Mondiali di Calcio in Brasile nel 2014.



LA PARTITA INIZIA TRA **10 MIN**  
... **9 MIN** AL DENTE!



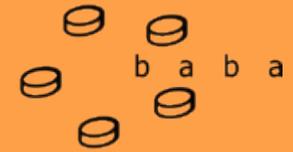
ENG



ITA



#calcioBARILLA



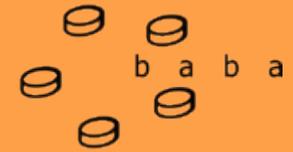
# SMALLER WORLDS

The Internet's interpersonal interconnections are an amplification of everything, a self-and-other reflecting reflection that ramifies through the rapid infiltration of the word into boxes in everyone's homes, purses, cases and boxes.

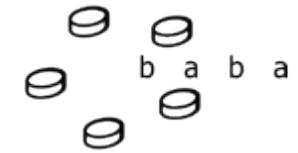
R. Kozinets, *Netnography: redefined*

@Duracell (Canada) Moments of Warmth - #PowerWarm  
L'interconnessione come leva di marketing per promuovere il prodotto





- 1 DIALOGO E CONVERSAZIONE
- 2 ONLINE CULTURE E COMMUNITY
- 3 ANALISI DELLE CONVERSAZIONI E SOCIAL MEDIA MARKETING
- 4 LA RIFORMULAZIONE DEL FOCUS ETNOGRAFICO
- 5 NETNOGRAFIA E PROFILE ENGAGEMENT



### 3. SOCIAL MEDIA MARKETING

L'UBIQUITOUS INTERNET HA ULTERIORMENTE MUTATO IL SENSO DEL CONCETTO DI CONVERSAZIONE ONLINE: LA CONVERSAZIONE E' ESSENZIALMENTE FLUSSO E CONTATTO, SENZA DISCONTINUITA'.

**RISCOPERTA DEL LUOGO FISICO DELL'ESPERIENZA, PRIMA DELL'INCONTRO DIGITALE.**

### CONVERSAZIONI E MERCATI

- MANAGEMENT DELL'ESPERIENZA
- BRAND STORYTELLING
- INTERAZIONE INFORMATIVA COSTANTE E RINEGOZIATA
- TOUCHPOINTS MOLTIPLICATI CHE AUMENTANO LA POSSIBILITA' DI PERCEZIONE DEL VALORE
- LA CONVERSAZIONE E' LIFELOGGING



## Come possiamo aiutarla?

Trovi la risposta da solo:

### Come possiamo aiutarla?

La preghiamo di condividere i suoi dettagli personali solo attraverso messaggi privati.

- Contatti KLM 24 ore su 24, 7 giorni su 7 su Facebook** >
- Contatti KLM 24 ore su 24, 7 giorni su 7 su Twitter** >
- Contatti KLM 24 ore su 24, 7 giorni su 7 su LinkedIn** >
- Consulti i dati di contatto per argomento** >

### Ritardo, cancellazione del volo o bagaglio smarrito?

Trovi informazioni sul suo viaggio e sui relativi servizi:

- I dettagli attuali del suo volo
- Denuncia ritardo del bagaglio
- Richiesta di rimborso

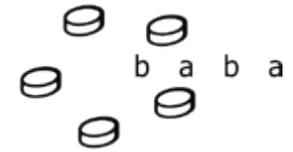
>

### Informazioni di volo

- > Orari di arrivo e partenza tempo reale
- > I dettagli del suo volo
- > Orari

### Modifica o cancellazione

- > Modifica o cancellazione del volo
- > Informazioni su modifica e cancellazione di un volo



*“Si tratta di decidere dove e come vogliamo incontrare, e collaborare con, i consumatori e gli altri stakeholders del mercato, come presentarci e gestire gli incontri pianificati e non pianificati, con quali contenuti e storie di marca”*

A. Mandelli, Social mobile marketing

store

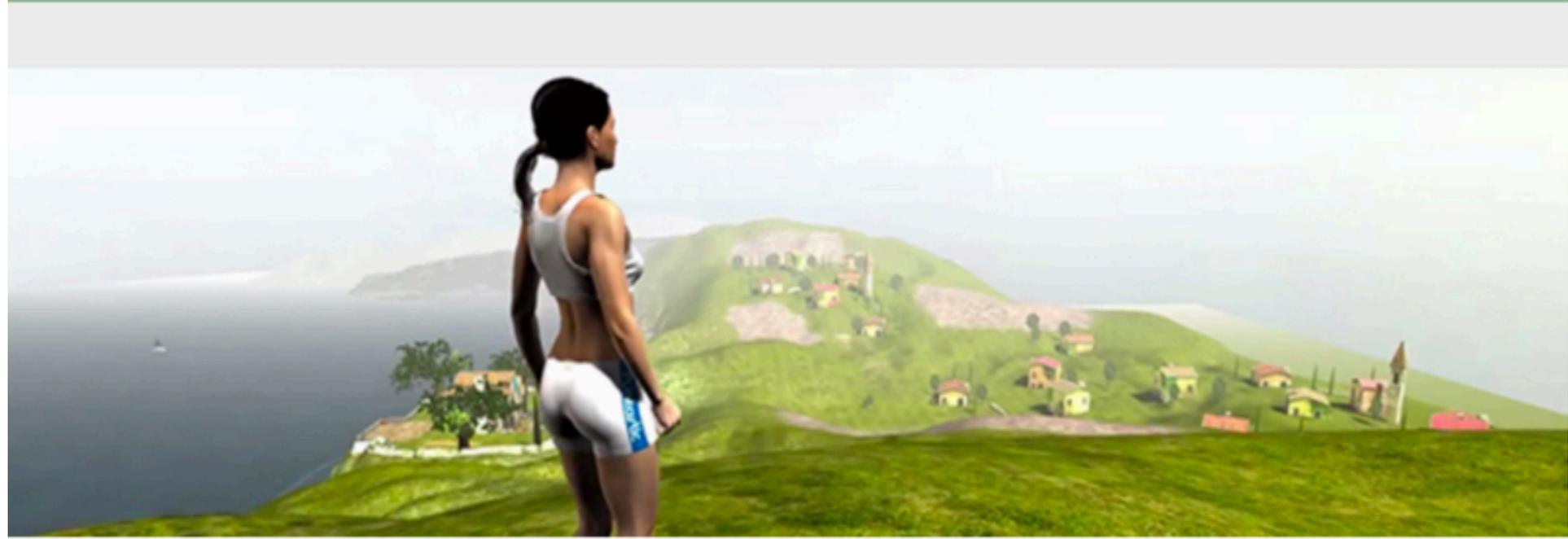
15:52

Runastic

Social community per la salute e la forma fisica: divertimento, coinvolgimento, interattività.

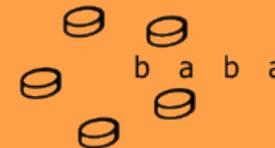


ISPAZIO



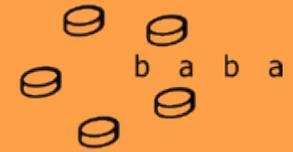
# Runastic aggiunge la realtà virtuale agli allenamenti con Oculus Rift [Video]

1:45 PM

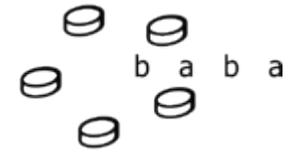


# TORNARE AL DIALOGO

E' NECESSARIO MONITORARE COSTANTEMENTE (LISTENING & ANALYTICS) PER RESTITUIRE SENSO ATTIVO E POTER TARGETIZZARE I PARTECIPANTI VIA SEEDING:  
CHI PARTECIPA ALLA CONVERSAZIONE ONLINE DEVE AVERE UNA CONTROPARTE ATTIVA.



- 1 DIALOGO E CONVERSAZIONE
- 2 ONLINE CULTURE E COMMUNITY
- 3 ANALISI DELLE CONVERSAZIONI E SOCIAL MEDIA MARKETING
- 4 SOCIAL MOBILE MARKETING OPERATIVO
- 5 NETNOGRAFIA E PROFILE ENGAGEMENT

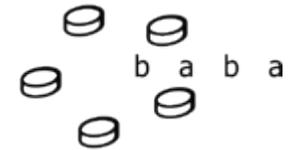


## 4. SOCIAL MOBILE MARKETING OPERATIVO

PUSH COMMUNICATION:  
INSERIRSI NEI PROCESSI  
ESPERIENZIALI E COGNITIVI  
SENZA INTRUSIVITÀ  
LE CONVERSAZIONI COME  
LUOGHI DI SCAMBIO CHE  
PRESCINDONO DAI MEZZI E SI  
DISTRIBUISCONO NEI DIVERSI  
CONTESTI COINVOLTI

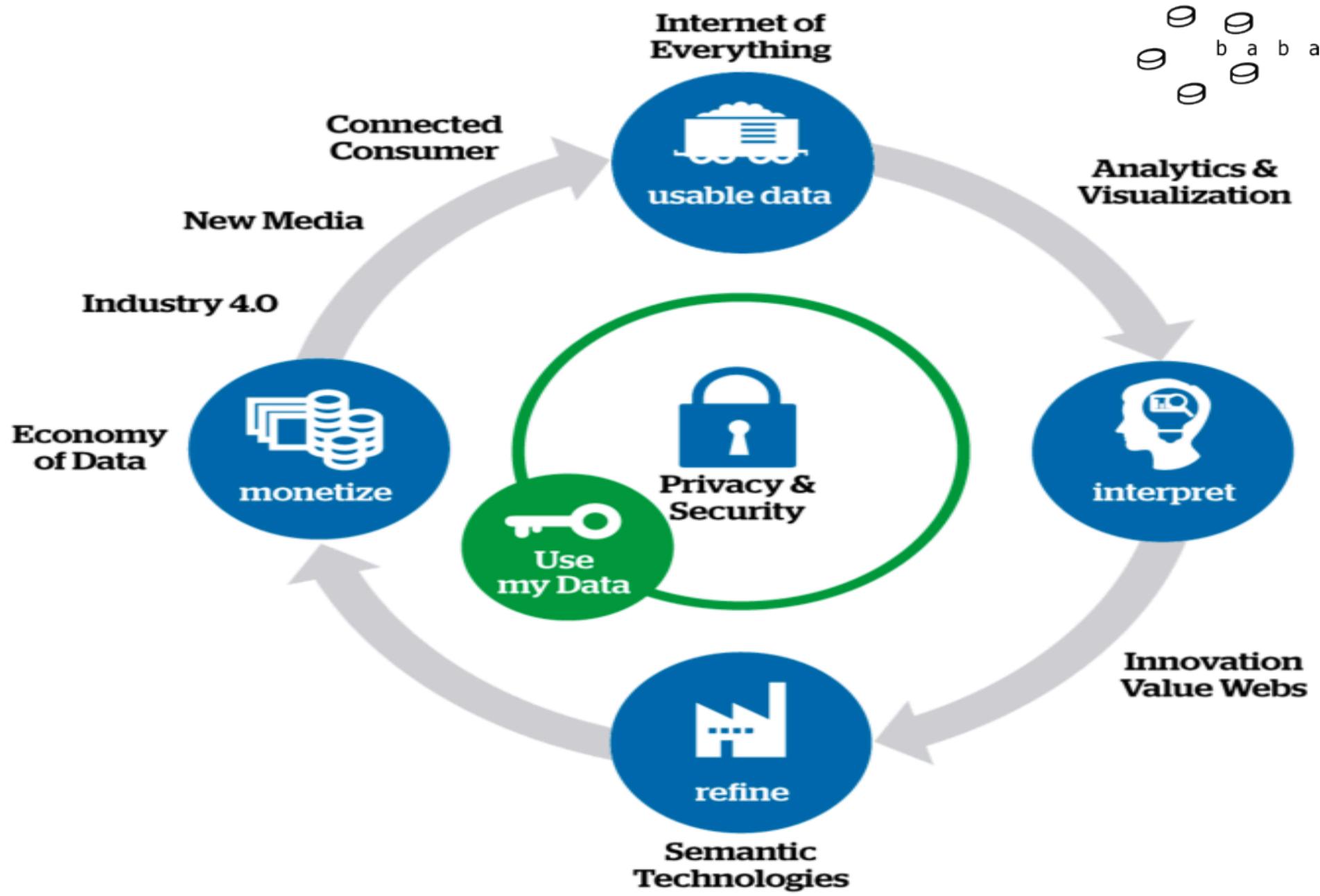
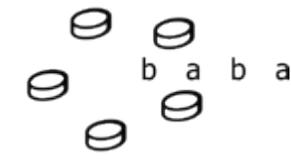
### MEZZI E OBIETTIVI

- LEARNING E TARGETING
- REPUTATION E SENTIMENT
- PERSONALITY E BRAND CULTURE
- ENGAGEMENT VALUE PROPOSITION
- BRAND COMMUNITY
- LEAD GENERATION

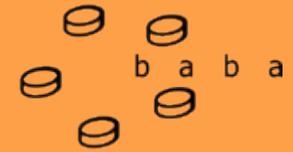


*“I believe it is the unique and unexpected combination of, first, the datascares, second, the navigation skills acquired on the screen, and, third, actor-network theory, that has totally redistributed the classical arguments of a society made of individuals. “*

**(B. Latour, 2010)**

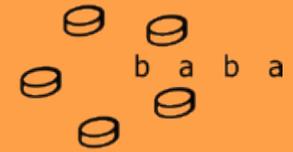


Ascent Journey 2018: The data Life-cycle of the 3rd digital revolution  
Atos thought leadership (2015)



# EVITARE LA DIFFIDENZA

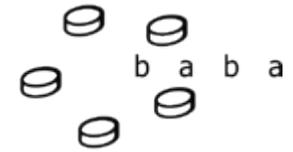
L'UTILIZZO DELLA COMUNICAZIONE PUSH  
DEVE ESSERE RISPETTOSO E CONSIDERARE  
CHE DEVE ESSERE STRUTTURATO UN  
MANAGEMENT DELL'INTRUSIONE:  
IN UNA CONVERSAZIONE ALTRUI SI DEVE  
ENTRARE CON DISCREZIONE



- 1 DIALOGO E CONVERSAZIONE
- 2 ONLINE CULTURE E COMMUNITY
- 3 ANALISI DELLE CONVERSAZIONI E SOCIAL MEDIA MARKETING
- 4 LA RIFORMULAZIONE DEL FOCUS ETNOGRAFICO
- 5 NETNOGRAFIA E PROFILE ENGAGEMENT

## 5. NETNOGRAFIA E PROFILE ENGAGEMENT

I CONSUMATORI E GLI ALTRI  
STAKEHOLDERS DI MARCA  
NON POSSONO PIU' ESSERE  
AUDIENCE, SONO ATTORI CHE  
CERCANO VALORE E AI QUALI  
RESTITUIRE VALORE  
LA PERVASIVE ADVERTISING  
FUNZIONA SE DIVENTA VALUE-  
BASED ADVERTISING



Le ricerche di tipo  
netnografico, che ricollocano  
il senso della parola nel  
contesto e verticalizzano il  
dato orizzontale restituito dal  
crowdsourcing capitalizzano il  
valore e il senso delle  
conversazioni

Tra conversanti si instaura una  
*generalized subjectivity*  
(Weick), terreno comune e  
area di negoziazione

@WalMart

Un programma promozionale di ritiro di giochi che li converte in punti su una eGift card

# NEW \* at Walmart Video Game Trade-In

## Turn your games into a Walmart eGift Card.

See a Customer Service Associate at the front of the store for details.

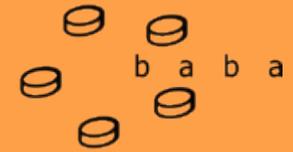


**Walmart** @Walmart · 9h

Coming 3/26: Trade In your video games & get an eGift Card. See your local store for details  
[walmarturl.com/1gJDlx0](http://walmarturl.com/1gJDlx0) [pic.twitter.com/0bXr33de8K](http://pic.twitter.com/0bXr33de8K)

← Reply ↻ Retweet ★ Favorite

Flag me

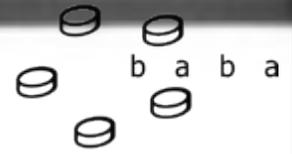


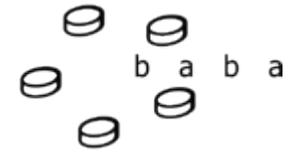
## SIMPLICITY IS IN THE MIND (D. Norman)

Per approfittare della complessità è necessario ricercare la semplicità nel **disegno delle relazioni**, senza che questo diventi appiattimento delle relazioni stesse

«Less is More.»

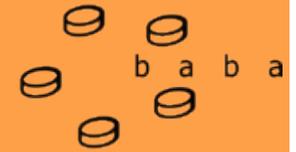
Ludwig Mies van der Rohe





OCCORRE NON RINUNCIARE A CAPIRE CHI SONO I  
“CONVERSANTI”: LA LORO CULTURA, I LORO  
CONTESTI DI APPARTENENZA, LE LORO  
ENCICLOPEDIA.

**L'ANALISI DELLE CONVERSAZIONI NON SI RISOLVE  
CON UNA SELEZIONE DI TAGS.**



GRAZIE!

[ceriani@babaconsulting.com](mailto:ceriani@babaconsulting.com)