

Il grande orecchio della rete

La società presenta nel corso di lab Forum 2011 il nuovo tool "Facebook Analytics". Ad anticiparne qualche dettaglio Sacha Monotti Graziadei, business development manager della sigla

**Sacha Monotti
Graziadei**
Business development
manager di Blogmeter



Un sistema di analisi e monitoraggio dei social media e del passaparola online basato su una tecnologia proprietaria. Questo è Blogmeter e il suo "campo di gioco" sono i blog, i newsgroup, i forum, i siti web e i social network. Un mercato dell'ascolto della rete che negli ultimi anni è cresciuto molto, trascinando in alto la stessa società che difatti oggi conta più di venti professionisti nelle sedi di Milano e Torino. A lab Forum 2011, come spiega in questa intervista Sacha Monotti Graziadei - business development manager di Blogmeter -: «Ci sarà una grossa sorpresa».

Di quale sorpresa parla?

«È il quinto anno consecutivo che partecipiamo a questa manifestazione con un nostro stand. Questa edizione però sarà ancora più speciale perché ci vede protagonisti di uno speech all'interno della sezione dedicata ai social network. Presenteremo un'indagine che riguarda la presenza e l'efficacia delle aziende su Facebook, un tema che sta diventando un punto fermo nell'agenda delle imprese, soprattutto di quelle più attente alla comunicazione diretta con i consumatori».

Cosa emerge dalla

vostra indagine?

«Rispetto ai risultati preferisco svelarli a tempo debito, posso però dire che questa indagine è un esempio concreto di come funzionerà il nostro nuovo tool di Facebook Analytics che ha come obiettivo quello di misurare in maniera esaustiva l'efficacia della comunicazione e dell'engagement di una fan page su Facebook».

Quindi lab Forum costituirà la pista di lancio di questo nuovo strumento?

«Sì, Blogmeter Facebook Analytics verrà lanciato ufficialmente durante la kermesse milanese e subito

dopo verrà promosso presso i nostri clienti. Posso comunque anticipare che l'indagine che presenteremo in anteprima ha valutato la presenza su Facebook di alcune delle

migliori marche di beni di consumo nel 2011 in Italia».

Come funziona il tool Facebook Analytics?

«È uno strumento che permette di valutare la performance delle pagine Facebook, ma anche di sapere qual è il benchmark rispetto al quale l'azienda deve misurarsi nel proprio mercato di riferimento. Questo tool andrà a completare la nostra offerta nell'ambito del so-

cial media monitoring e analysis».

Con questa mossa, permettete alle aziende di misurare i ritorni delle campagne sui social media, dunque...

«Sì, ma più in generale Facebook Analytics è la nostra risposta a quella che è diventata una forte richiesta del mercato. Ormai le aziende ci chiedono di misurare in maniera più approfondita un social media come Facebook a fronte di una straordinaria carenza di strumenti per misurarne il Roi. Quindi il nostro tool vuole colmare questa lacuna».

Che risultati avete registrato nei primi nove mesi del 2011?

«Positivi. Stimiamo di concludere l'anno con un incremento del 35% del volume d'affari andando così a superare la soglia del milione di euro di fatturato».

Altre novità in serbo?

«Stiamo consolidando la nostra base clienti in diversi settori come il banking, l'automotive, l'energy, l'e-commerce e la Pubblica Amministrazione. Infine, sta proseguendo il discorso di internazionalizzazione che ci vede già impegnati in Spagna e Sud America da quasi un anno, mentre da poco abbiamo lanciato il servizio in Paesi come Francia e Germania».