

Web-reputation: rischi, opportunità, vantaggi competitivi e conoscenze che siti Internet, blog e social networks ci mettono a disposizione.

Internet e i Social Networks hanno tracciato un nuovo confine dell'informazione in cui linee temporali e popolarità dell'autore contano relativamente. Le aziende devono fare i conti con il mondo che è cambiato e possono farlo traendo un beneficio diretto (analizzare per migliorare) o indiretto (correndo ai ripari) laddove i commenti della comunità dei cyber-utenti "penalizzano" un loro prodotto o un servizio.

Si tratta di un nuovo mercato e di un nuovo modo di analizzare e gestire le nostre imprese, dal quale non possiamo sottrarci e anzi dobbiamo adeguarci e farlo nostro facendolo rientrare nei gesti di operatività quotidiana, quali la gestione delle e-mail o l'utilizzo dei social networks stessi.

GCI sfodera in questo campo sotto la nota **Suite iCube** la propria soluzione di **WEB-Analysys** che si colloca nell'ecosistema aziendale come un potente **strumento di indagine e di intelligenza artificiale nel recuperare le informazioni che ci interessano**. **iCube**, che è già attualmente utilizzato anche in importanti gruppi bancari italiani, utilizza sensibili algoritmi fonetici, sintattici, e di clustering per andare a ricercare con esattezza le nostre parole chiave e ci fornisce il modo di interpretare i commenti e il sentimento dell'autore di un articolo (es. quotidiano La Stampa online) oppure di un post (es. su un gruppo di Facebook).

Tra le peculiarità della soluzione vi è una storicizzazione pressoché illimitata di tutto il contenuto web analizzato, permettendo analisi sia offline sia parecchio tempo dopo la pubblicazione della pagina presentando quindi di analisi grafiche "andamentali" della reputazione.

Sarà possibile inoltre provare a definire quali relazioni esistono tra il valore di un titolo quotato e le notizie relative all'azienda stessa o al settore di appartenenza.

A cosa serve?

- ✓ Posso monitorare le notizie che parlano di noi e dei nostri manager o delle aziende partner.
- ✓ Per le aziende quotate in Borsa: quale relazione sussiste tra andamento del mercato e notizie sul Web?
- ✓ Per le aziende di produzione o distribuzione di prodotti di largo consumo: cosa ne pensa la comunità dei consumatori dei miei prodotti?
- ✓ Per le aziende di ricerca del settore sanitario: ho interesse a conoscere tutte le pubblicazioni (anche documenti) sparsi sul web in merito a cure, ricerche cliniche, ecc...?
- ✓ Ho avuto una crisi sul malfunzionamento di un mio prodotto: come posso monitorare le reazioni della mia clientela per reagire di conseguenza?
- ✓ Sto facendo una ricerca di mercato per un nuovo prodotto: come posso individuare i key factor da analizzare per soddisfare le aspettative dei potenziali utilizzatori?
- ✓ Nel Customer Care per prevedere e creare relazioni tra modifica del comportamento di un cliente e la propria percezione del nostro servizio.

A chi serve?

- ✓ Settori: automotive, banche, assicurazioni, alimentari, G.D.O., moda, tessile, industria, elettronica, manifatturiera, medicina e sanità, beni di lusso, trasporti, telecomunicazioni...
- ✓ Dipartimenti: acquisti, relazioni pubbliche, marketing, customer care vendite, legale, contratti, direzione, risorse umane, finanza...

Vantaggi

- Consente di monitorare il contenuto dei siti Internet definiti senza intervento umano, avendo così un notevole risparmio di ore-uomo sui costi operativi
- Assicura l'assoluta imparzialità dell'analisi dei contenuti specificati: contenuti sia positivi che negativi vengono presentati secondo la stessa logica
- Permette di evidenziare contenuti potenzialmente dannosi non appena questi appaiono sulla rete, evitando di sprecare tempo prezioso in ulteriori operazioni di analisi puntuali
- È semplice da utilizzare, ed il suo output è chiaramente comprensibile, specificatamente pensato per i Business User
- Può essere utilizzato anche da parte di personale non IT, evitando quindi di dover ricorrere ai Sistemi Informativi ogni volta che occorre cambiare impostazioni di analisi o altri parametri di configurazione

COMPONENTI PRINCIPALI

- ✓ NAVIGAZIONE NELLE PAGINE PRINCIPALI WEB
- ✓ NAVIGAZIONE NELLE SOTTOPAGINE WEB
- ✓ NAVIGAZIONE NEI LINK WEB
- ✓ INDICIZZAZIONE TESTO LIBERO
- ✓ INDICIZZAZIONE TESTO IN DOCUMENTI
- ✓ MOTORE FONETICO
- ✓ MOTORE SINTATTICO
- ✓ MOTORE DI CLUSTERING

REQUISITI DI SISTEMA

SISTEMI OPERATIVI	PIATTAFORMA Consigliato INTEL 2core o superiore
MS Windows XP	MEMORIA NECESSARIA 2 GB RAM
MS Windows Vista	SPAZIO SU DISCO Per il software: 50 Mb.
MS Windows 7	Lo spazio dati dipende dal numero di siti da monitorare e dall'intervallo temporale di analisi
MS Windows Server 2003	
MS Windows Server 2008	
CONNETTIVITÀ INTERNET	
Richiesta: la potenza di elaborazione varia a seconda della velocità della connessione disponibile	-640 Kbps: circa 24Mb/orari; -2 Mbps: circa 900Mb/orari; -4 Mbps: circa 1,5Gb/orari;

Web Reputation è creato e distribuito da: