

Governare le strategie e la comunicazione multimediale

Milano, gennaio 2003



L'indice di Visibilità



Strumento per
la misurazione oggettiva
della presenza sui media



COME NASCE

Essere al centro della comunicazione

Diesis Group ha realizzato l'Indice di visibilità attraverso l'unione di esperienze sviluppate in ogni ambito della comunicazione al servizio dell'impresa e dei media.

Diesis Group racchiude aziende e marchi che operano nella:

- consulenza strategica per la comunicazione
- gestione della comunicazione alla stampa
- produzione di contenuti ed edizione di media

Diesis Group ha dunque la visione globale dei processi di comunicazione poiché è in grado di

- **definire le strategie di comunicazione,**
- **attuarle,**
- **creare direttamente i mezzi con cui diffonderle.**





COSA FACCIAMO

§Diesis nasce nel 1988.

§Nel 1989 viene costituita Telepress la prima agenzia di stampa televisiva italiana

§Nel 1992 Diesis è la prima società in Italia a mettere a disposizione dei giornalisti una banca dati on line

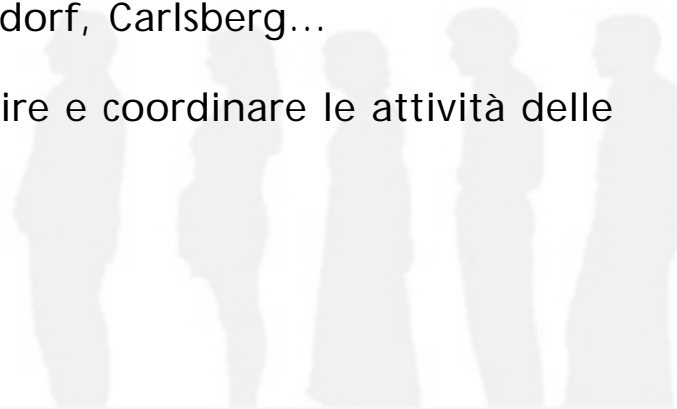
§Nel 1995 nasce Broadcast & Video il primo giornale on line.

§Nel 1999 nasce Channels & Co. per realizzare canali televisivi digitali

§Nel 2000 Diesis si caratterizza per essere la società di comunicazione scelta dalle aziende leader nei loro settori: Canon, Hertz, Euronics, FilmMaster, Gruppo Blue Gold, Beiersdorf, Carlsberg...

§Nel 2001 nasce Diesis Group per riunire e coordinare le attività delle aziende e dei marchi Diesis.

§Nel 2002 nasce l'Indice di Visibilità





UNO STRUMENTO UNICO IN UNO SCENARIO COMPLESSO

In questi ultimi dieci anni il mondo della comunicazione si è trasformato radicalmente.

- Nascita di nuovi media
- Mutamenti dei media tradizionali



Hanno provocato

- Complessità
- Frammentazione dei target
- Specializzazione
- Multimedialità

- internet
- telefoni di nuova generazione
- televisioni tematiche
- quotidiani gratuiti
- ...



L'informazione è sempre più veloce

- Si affermano nuovi media
- Aumenta il numero delle testate
- L'impresa deve avere tempi di reazione rapidi
- Comunicazione competitiva e di mercato
- I clienti sono sempre più informati



A CHI SERVE L'INDICE DI VISIBILITA'

- Ai manager che attraverso l'analisi dei fenomeni devono scegliere le strade per lo sviluppo dell'impresa
- Ai professionisti della comunicazione che devono interpretare e analizzare le reazioni della stampa
- Ai ricercatori che fanno analisi su temi di interesse pubblico, anche di nicchia
- A tutti i soggetti che compaiono o desiderano comparire sui media





A COSA SERVE

L'indice di visibilità permette di:

- Conoscere giorno per giorno la visibilità che una notizia ha avuto sui media
- Fare un confronto tra diverse notizie
- Visualizzare dei trend che indicano l'andamento di un'attività di comunicazione
- Monitorare la comunicazione dei concorrenti per rilevarne la strategia e le eventuali variazioni
- Prevedere, monitorare e correggere situazioni di crisi.

Per ogni uscita sui media
viene generato un valore di visibilità
determinato dai dati di diffusione del mezzo
a cui vengono applicati coefficienti
in funzione di una combinazione di oltre 10.500 variabili

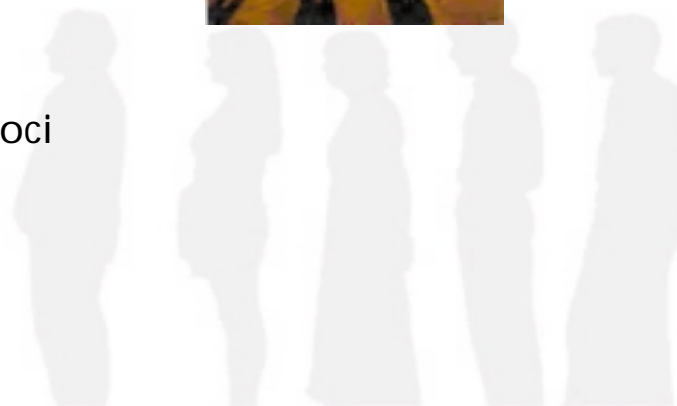


Il parametro di base è il dato certificato

- Audipress
- CSST
- ADS
- Auditel
- Audiradio
- (Audiweb)



a cui vengono applicati coefficienti univoci



I coefficienti dipendono da:

1. Tipo di presenza (secondo classificazione giornalistica)
 - a) citazione
 - b) notizia
 - c) articolo
 - d) servizio
2. Dimensioni in secondi o numero di colonne
3. Posizione
4. Presenza e dimensione delle foto



I coefficienti dipendono inoltre da:

5. Presenza del nome

- a) nella didascalia
- b) nel titolo
- c) nel sommario
- d) nell'occhiello
- e) nel catenaccio

§ 6. Tipo di media



I vantaggi

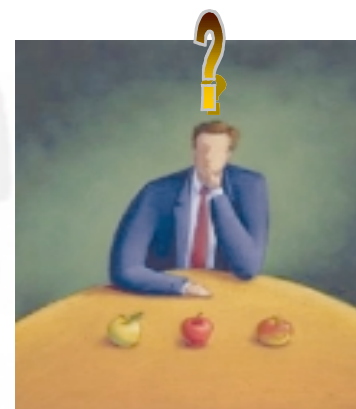
- I dati sono oggettivi e non soggetti a interpretazione
- Dunque sono perfettamente comparabili tra loro e rimangono costanti nel tempo
- Abbattimento degli errori grazie a un inserimento tramite voci e non numeri
- Risposte rapide, di gestione veloce, in misura proporzionale al volume di uscite



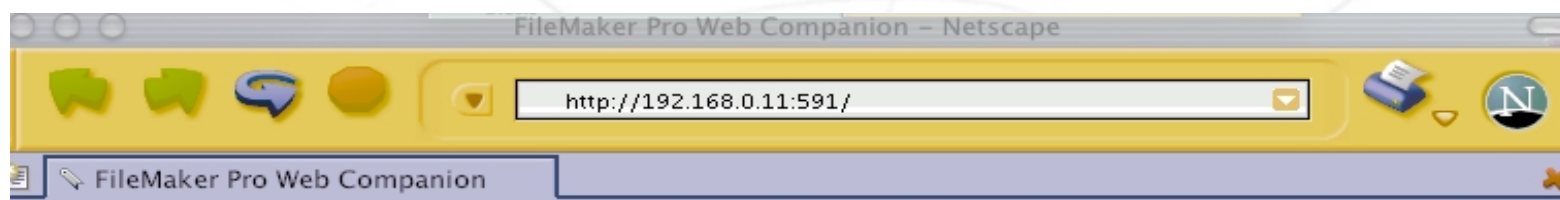
UTILIZZO DEI DATI - I RISULTATI

COSA ABBIAMO A DISPOSIZIONE

1. Un coefficiente per ciascuna uscita sulla stampa
2. L'indicazione di tutte le caratteristiche della testata
3. L'indicazione dell'argomento
4. Le date di pubblicazione



I dati sono immediatamente disponibili, accessibili anche dal web



Instant Web Publishing Database Homepage



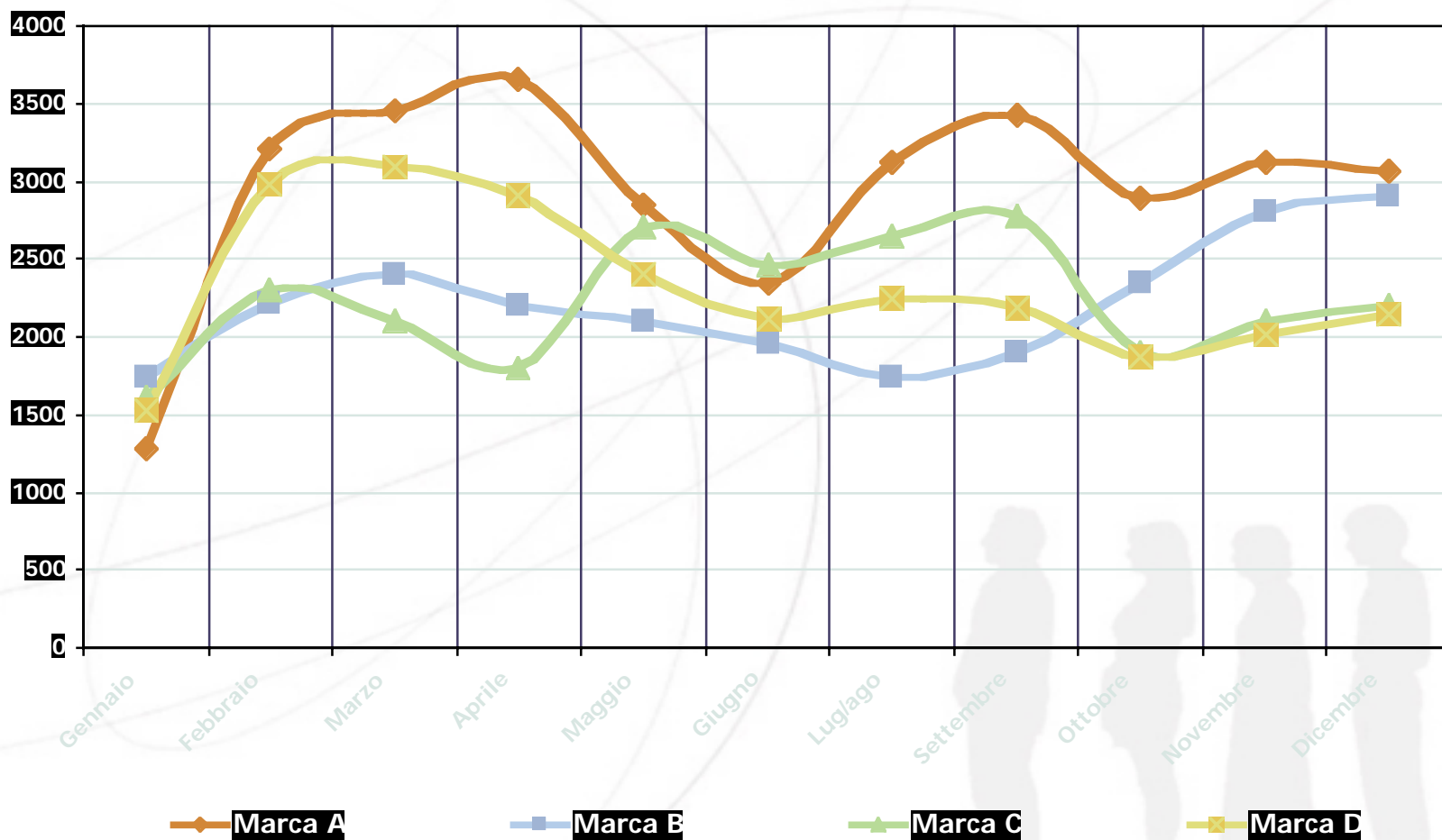
Sono pubblicati da Server

Seleziona il database da visualizzare:

-  [Rassegna stampa Acetum 2002](#)
-  [Rassegna stampa Central 2002](#)
-  [Rassegna stampa Channels 2002](#)
-  [Rassegna stampa Chinatown 2002](#)
-  [Rassegna stampa Fidelity 2002](#)
-  [Rassegna stampa FilmMaster 2002](#)
-  [Rassegna stampa MForum 2002](#)
-  [Rassegna stampa Motion 2002](#)
-  [Rassegna stampa Neos 2002](#)
-  [Rassegna stampa Welcome 2002](#)

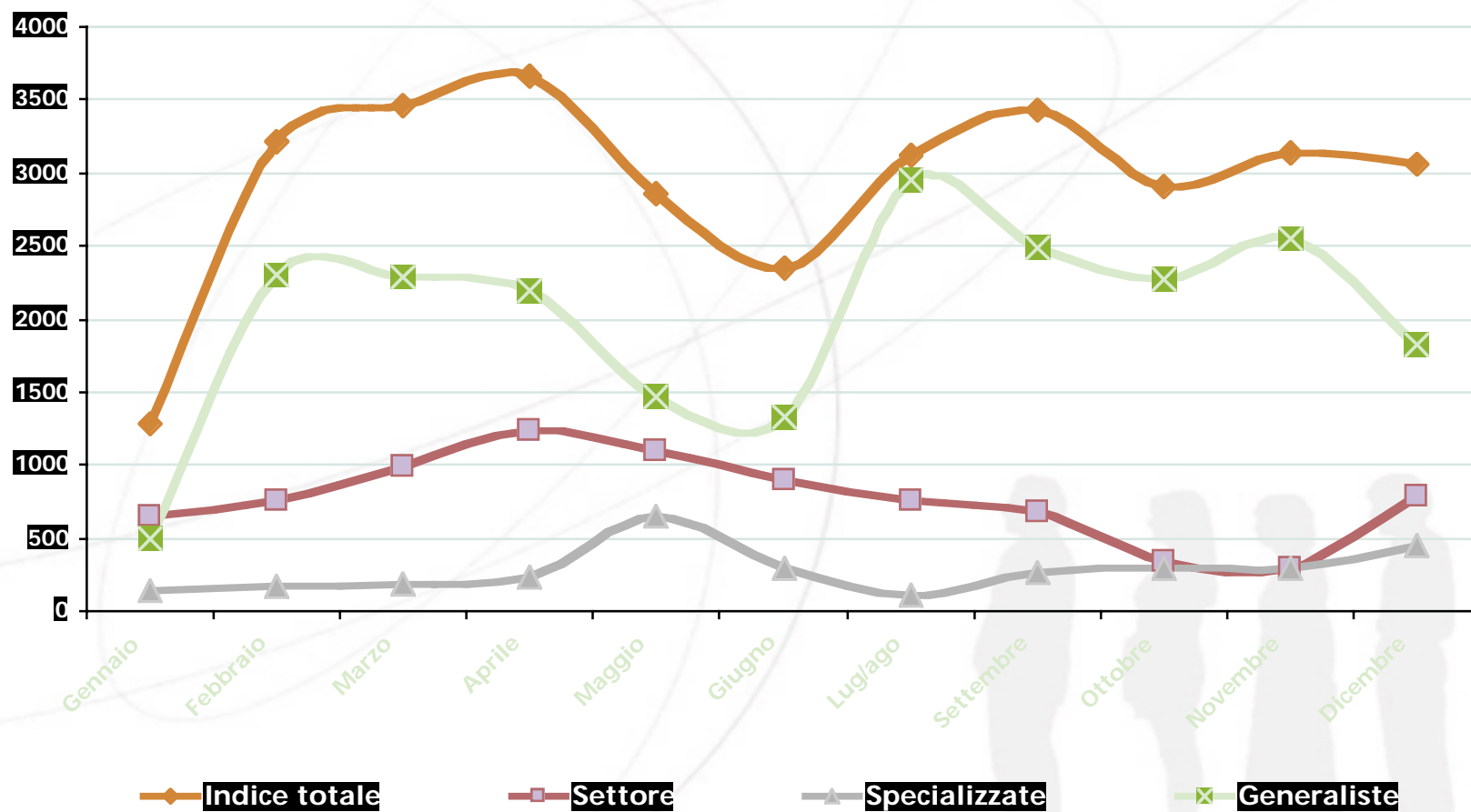
IDENTIFICAZIONE DEI TREND - INDICE DEI CONCORRENTI

Indice di visibilità - confronto tra 4 marche



IDENTIFICAZIONE DEI TREND - VALORE PER TIPOLOGIA

Suddivisione per tipologia di testate dell'indice di visibilità, della marca A

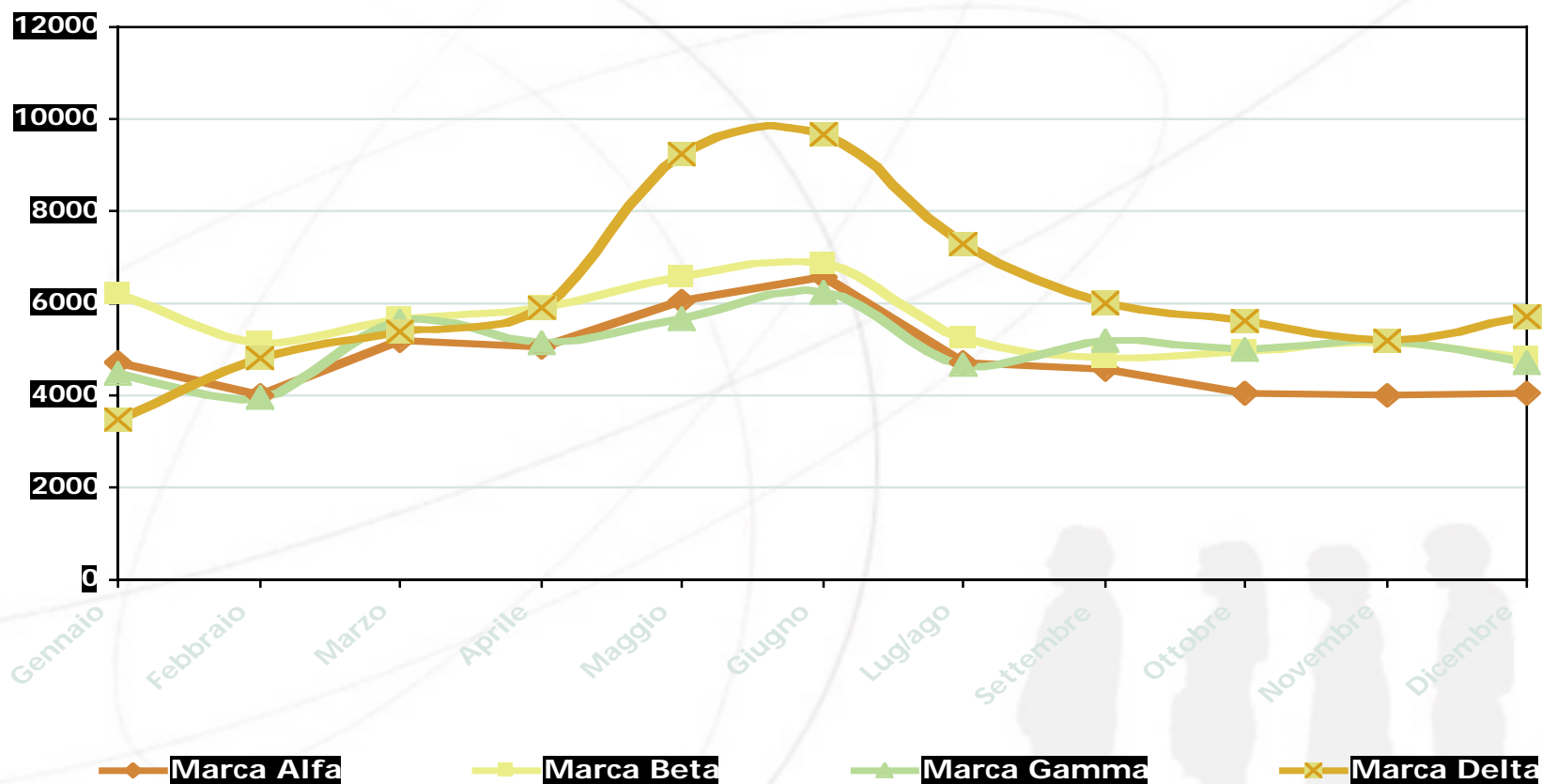


- E' possibile in modo semplice effettuare una valutazione qualitativa della visibilità sui contenuti.
- L'indice può essere utilizzato per stabilire se la presenza sui media è stata positiva o negativa
- E' possibile anticipare situazioni di crisi e verificare l'efficacia di una strategia di risposta



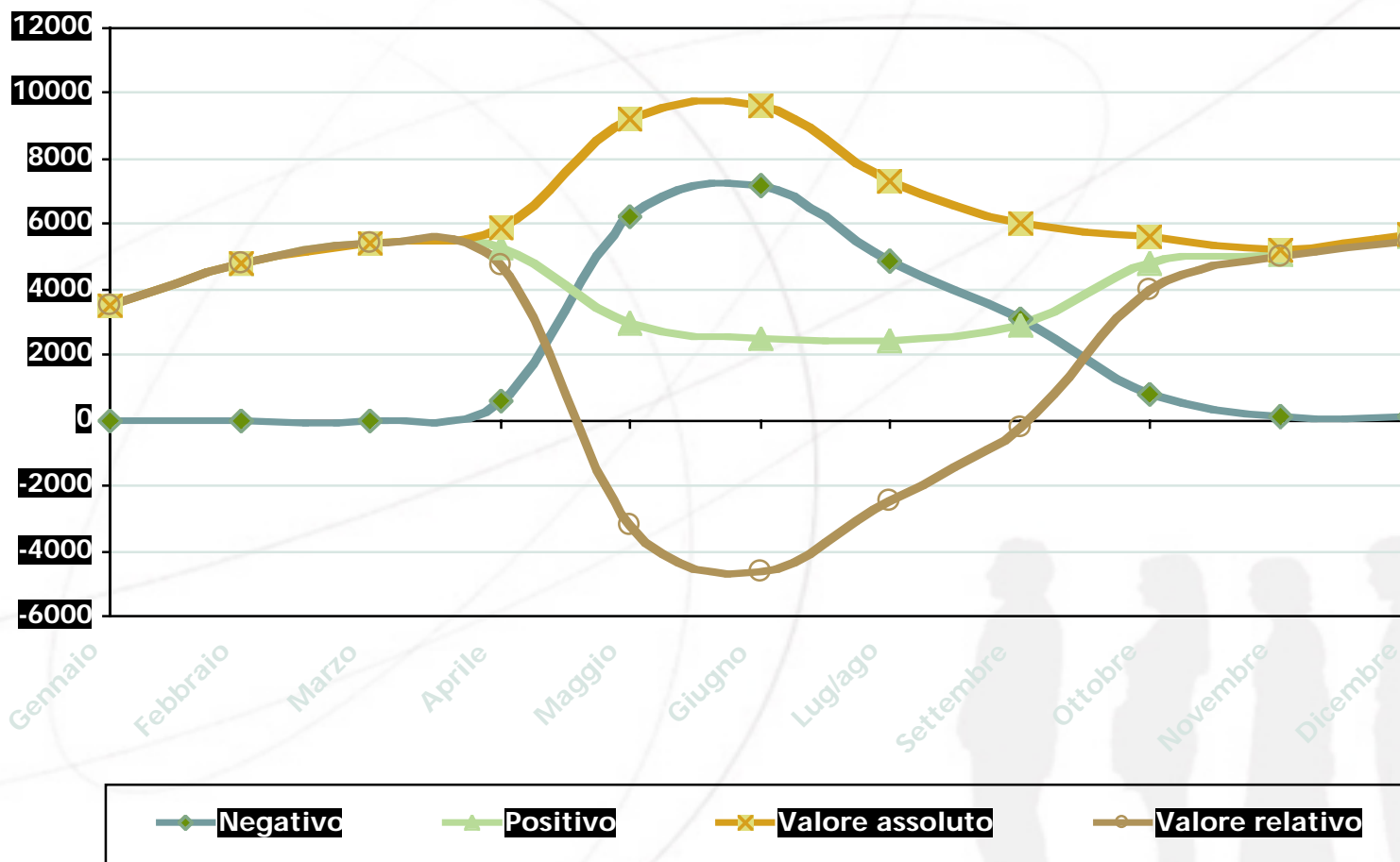
VALUTAZIONE DELLA POSITIVITA'

Indice di visibilità assoluto con anomalia nella marca Delta



VALUTAZIONE DELLA POSITIVITA'

Indice di visibilità relativa



1. Un sistema complesso ma di facile gestione
2. Strumento formidabile per il comunicatore e il manager d'impresa
3. In grado di dare risposte
 - sulla presenza nei media
 - sulla strategia dei concorrenti
 - sull'influenza della comunicazione nei risultati di mercato
4. Orientare le scelte strategiche di comunicazione
5. Prevenire, monitorare e rispondere a situazioni di crisi



CONCLUSIONE

L'indice di visibilità

uno degli strumenti esclusivi

Diesis Group

