

Management delle informazioni e gestione della conoscenza AA 2021-22

Casi aziendali

Roberto Boselli
roberto.boselli@unimib.it

Casi

Cosa fanno le aziende:

- ▶ Coca Cola: comunicazione, promozione del prodotto e lead generation
- ▶ Buitoni multiplatforma: brand identity
- ▶ BestBuy: customer service e dialogo dipendenti
- ▶ P&G: crowdsourcing

Cosa ci dicono i dati

- ▶ AksoNobel: analisi di mercato (analisi ER, sentiment, clustering)
- ▶ Settore Beauty: strategie di marketing (analisi ER, sentiment, clustering)
- ▶ Unilever: employer branding (clustering)
- ▶ Trenord: opinioni clienti (analisi quantitativa e sentiment)
- ▶ Allianz Bank: individuazione temi (clustering)



Cosa fanno le aziende?



Coca Cola, a marketing genius!!!



Share a **Coke** with a friend

Get in touch with a good friend, an old friend, or maybe even a new friend
shareacoke.com.au

Coca-Cola
open happiness™

Kylie **Jason**

© 2011 The Coca-Cola Company. Coca-Cola, Coke, the Dynamic Ribbon and Open Happiness are registered trademarks of The Coca-Cola Company. COCA-COLA/OPEN HAPPINESS/SHARE A COKE

<https://www.youtube.com/watch?v=2X8Bd3-G6IU>



'Share A Coke' campaign (2)

- È un'operazione di comunicazione e di promozione del prodotto che ha avuto un incredibile successo
- Nonostante sia partita da un'idea semplice, la risposta del pubblico è stata incredibile a livello mondiale
- La campagna permetteva di ordinare bottiglie personalizzate di Coca-Cola tramite il sito ufficiale "ShareaCoke" e un'applicazione Facebook
- A seguito dell'enorme successo online, in alcuni paesi le bottiglie personalizzate sono state distribuite anche nei supermercati
- Tutto ciò ha dato inizio a una vera e propria moda sui social network: le persone hanno infatti condiviso immagini di bottiglie Coca-Cola con il loro nome sull'etichetta



Condividi una  .com

'Share A Coke' campaign (3)

La campagna, iniziata nel 2011, ha aumentato le vendite del 7%

Il guadagno maggiore si è verificato nel mondo dei social media:

- l'iniziativa ha provocato 18 milioni di commenti sui media
- Il numero di visitatori sulla pagina Facebook è aumentato dell'870%, con un aumento dei 'likes' del 39%.



Buitoni – Pagina FB



Buitoni

Buitoni Italia
523,963 likes · 13,725 talking about this

Like Follow Message

Food/Beverages
Prendi l'abitudine di cambiare! <https://www.buitoni.it/>
Guarda le nostre videoricette <http://bit.ly/Z48K9Y>

About – Suggest an Edit

Photos Trova i prodotti Netiquette Likes

523k 8



Buitoni – Canale YouTube

YouTube

Carica Leonardo Dimaggio

Che cosa guardare

- Il mio canale
- Le mie iscrizioni
- Cronologia
- Guarda più tardi

PLAYLIST

- Video piaciuti

ISCRIZIONI

Aggiungi canali

- Popolari su YouTube
- Musica
- Sport
- Giochi

Sfoglia canali

Gestisci iscrizioni

Buitoni

CasaBuitoni 2.139

Home page Video Playlist Discussione Informazioni

196 strati di sfoglia

- Con Bastianich nel Backstage dello spot Bui...**
di CasaBuitoni
738.572 visualizzazioni
- 196 strati di sfoglia Buitoni per Joe Bastianich**
di CasaBuitoni
10.204 visualizzazioni
- Nuovo spot TV pasta sfoglia Buitoni**
di CasaBuitoni
9.687 visualizzazioni

Torte salate

Deliziose torte salate di sfoglia o pasta brisée, da presentare come antipasto, piatto unico o stuzzichino a un buffet! Ricette perfette per tutti i gusti: vegetariane, col pesce, estive o per palati esigenti!

- Torta salata alle patate con zucchine trifolate e carp...**
di CasaBuitoni
5.112 visualizzazioni
- Torta Rustica di Verdure al timo e Pinoli.**
di CasaBuitoni
1.487 visualizzazioni
- Torta salata con filetto di Merluzzo al limone, ma...**
di CasaBuitoni
1.648 visualizzazioni
- Torta sal formaggi**
di CasaBuitoni
3.216 visualizzazioni

Dolci e dessert

Canali correlati su YouTube

- CioMakeUp**
- Makeup Delight**
- carlitadoice**
- GialloZafferano**
- MisStrawberryFields**
- AlicelikeAudrey**

Buitoni – Canale Pinterest

☰ Cerca  Italiano ▾

Provalo!
Iscriviti a Pinterest oggi stesso... ci vuole solo un secondo o poco più.

[Registrati](#) [Accedi](#)

 Cristiano Toni, Federica Borroni Rizzi e altri 25 amici usano Pinterest.



Buitoni Italia

Un luogo d'incontro e interazione per chi vuole lasciarsi ispirare da Buitoni, e dare voce alla propria creatività in cucina. Prendi l'abitudine di cambiare!

www.buitoni.it ✓

Pin da:
 Love and Lemons
 Doris Wark
 Francesca

17 bacheche 3.073 pin 7 Mi piace [Segui tutti](#) 821 follower 131 Following

Le ricette Buitoni

Buitoni Italia



26 pin



[Segui](#)

L'orto Buitoni

Buitoni Italia



15 pin



[Segui](#)

Casa Buitoni

Buitoni Italia



31 pin



[Segui](#)

Pomodori verdi fritti

Buitoni Italia



695 pin



[Segui](#)

I want to be gluten free

Buitoni Italia



64 pin



[Segui](#)

Sweet dreams

Buitoni Italia



[Segui](#)

La camera dei segreti

Buitoni Italia



[Segui](#)

Something beautiful

Buitoni Italia



[Segui](#)

We are the world

Buitoni Italia



[Segui](#)

Sogno di una notte di mezza e

Buitoni Italia



[Segui](#)

Buitoni – Profilo Instagram

Statigram VIEWER STATISTICS MANAGE PROMOTE CONTEST SEARCH Users and # [SIGN IN WITH INSTAGRAM](#)

buitoniitalia
Buitoni Italia
Scopri il mondo Buitoni attraverso gli occhi di chi ci lavora: retroscena inediti, gustose ricette e tanto ancora! Seguici anche su Facebook: <http://on.fb.me/11FBMiu>

FOLLOW 36 media 287 followers 31 followings

HELP / FEEDBACK

Grid of 15 posts (3 rows by 5 columns):

- Row 1: 1. Pasta in sauce (21 likes, 2 comments); 2. Pasta in sauce (23 likes, 0 comments); 3. Cake with fruit (22 likes, 0 comments); 4. Bread with knife (23 likes, 0 comments); 5. Pancakes with fruit (21 likes, 0 comments).
- Row 2: 1. TV screen (16 likes, 2 comments); 2. Bread with fruit (25 likes, 2 comments); 3. Pasta with sauce (16 likes, 0 comments); 4. Cookies (30 likes, 0 comments); 5. Heart-shaped pizza (27 likes, 0 comments).
- Row 3: 1. Garden (20 likes, 0 comments); 2. Salad (25 likes, 4 comments); 3. Building (18 likes, 2 comments); 4. Pizza (17 likes, 0 comments); 5. Pasta dishes (33 likes, 0 comments).

Crowdsourcing

- Modello di business nel quale un'azienda o un'istituzione richiede lo sviluppo di un progetto, di un servizio o di un prodotto ad un insieme distribuito di persone anche esterne all'azienda
- Esternalizzazione di un processo con media sociali
- Intelligenza collettiva

How Crowdsourcing Works in 6 Easy Steps



From <http://www.ebizq.net/blogs/enterprise>



Caso Best Buy, 360° social business

- ▶ Usa social media non solo per coinvolgere i clienti, ma per motivare i 170000 dipendenti:
- ▶ Forum e blog dove i dipendenti possono **scambiare idee, informazioni, anticipazioni** tra loro e con altri appassionati di tecnologia <http://forums.bestbuy.com/bb/>
- ▶ Wiki aziendale, editabile da tutti dipendenti
- ▶ Social network aziendale che permette ai dipendenti di socializzare, scoprire e coltivare interessi comuni
- ▶ Canali Facebook e Twitter per il marketing e CRM <https://twitter.com/BestBuySupport>



Open to ideas

P&G's Connect + Develop open innovation strategy has established more than 1,000 active agreements with innovation partners. Connect + Develop enables us to share our R&D, commercialization and brand strength with partners worldwide, bringing great ideas to market—and into the lives of consumers—faster.

L'innovazione è aperta sia in entrata che in uscita e comprende tutto, dai marchi al packaging, dai modelli di marketing alla progettazione, fino ai servizi business e al design

C&D, tre aree di attenzione

Connect & Develop è focalizzato su tre aree:

- ▶ **I bisogni dei clienti**
 - ▶ ogni area di business identifica i 10 bisogni primari dei clienti
- ▶ **Le “adiacenze”**
 - ▶ prodotti o servizi che possono aiutare a sfruttare meglio il marchio
- ▶ **I “technology game boards”**
 - ▶ uno strumento di pianificazione per valutare come una tecnologia può essere utilizzata in un'altra area di business

P&G i risultati

- ▶ Nel 2000 solo il 15 % delle innovazioni aveva origine all'esterno. Ora più del 50%
- ▶ C&D ha consentito di lanciare più di 250 prodotti sul mercato. Ciò ha consentito un tasso di crescita del 6% in un settore con un tasso di crescita del 2-3%
- ▶ Da: «Not Invented Here» a: «Proudly Found Elsewhere»
- ▶ **25% fatturato da prodotti eco-sostenibili**

“Intendiamo sviluppare e commercializzare "innovazioni sostenibili" per almeno 20 miliardi di dollari in fatturato con nuovi prodotti o migliorando quelli già esistenti, per ottenere una riduzione significativa (>10%) nell'impatto ambientale.”
(Rapporto annuale sulla sostenibilità P&G 2008)

Cosa ci dicono i dati?



SMA settore Coatings

- ▶ Analisi quantitative delle principali aziende del settore Coatings presenti con almeno un profilo su uno dei principali SM: Facebook, Twitter e Instagram

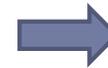
	  
	  
	 
	  
	  
	 



Analisi quantitative



Nome Azienda	Tweet	Following	Follower	Mi piace	Liste	N°retweet
<i>Aziende Vernici</i>						
AkzoNobel	2527	2073	19400	885	4	1609
Boero	/	/	/	/	/	/
PPG	3917	867	20600	3560		2561
Caparol	625	261	1306	94	/	39
Oikos	1715	253	733	495	/	209
SanMarco	1184	713	459	362	/	99



Tasso di Engagement =
 $(\text{n°retweet/tweet}) / (\text{follower}) * 100$



Nome Azienda	Mi Piace	Persone che ne parlano
<i>Aziende Vernici</i>		
AkzoNobel	106027	533
Boero	8210	283
PPG	35290	414
Oikos	105214	168
SanMarco	38367	6769
Caparol	9978	50



Tasso di Engagement =
 $(\text{persone che ne parlano}) / (\text{n° di Fans della pagina}) * 100$



Nome Azienda	Post	Follower	Following
<i>Aziende Vernici</i>			
AkzoNobel	283	5680	137
Boero	/	/	/
PPG	165	4494	168
Oikos	395	1914	239
SanMarco	555	1546	87
Caparol	/	/	/



Tasso di Engagement = (number of likes & comments) / (number of followers) * 100



Risultati Engagement

- **AkzoNobel** e **PPG** risultano influenti allo stesso livello come conferma l'indice Klout dei due rispettivi account
- **San Marco** crea maggior coinvolgimento verso il cliente con Facebook e Twitter rispetto le altre aziende
- **Boero** senza account Twitter, coinvolge il cliente principalmente tramite Instagram

ER	f	🐦	📷	K KLOUT
	0,503	0,00328	33,49%	83
	1,173	0,00317	36,57%	82
	3,447	/	96,97%	/
	17,64	0,0182	43,28%	41
	0,160	0,0166	96,97%	43
	0,501	0,00478	/	/

Azienda	Text	Retweet-Count
AkzoNobel	Great time lapse of artists adding essential color to Montevideo using our HumanCities	185,00
Caparol	In our houses, a huge potential is slumbering: energy saving with At a glance	4,0
Oikos	RT : Thallus MDW2017 continues ZHACoDe research generating geometries via computation	42,0
PPG	RT : Unreal goals, impeccable leadership, and an incredible season. Congrats to this year's Pens MVP, Sidney Crosby. Award presen...	236
SanMarco	RT 1: Superbonus academy for training and participation in the color of the food 24hrs	11



Analisi qualitative



Definizione dei requisiti di ricerca

Selezione delle fonti online

Acquisizione e salvataggio delle informazioni

Pulizia dei tweet

Pre-processing

Analisi dei risultati

1. Tweet prodotti dall'azienda

AZIENDA	n° tweet prodotti	periodo
AkzoNobel	2570	feb2010 - apr2017
PPG	2999	giu2013 - apr2017
San Marco	1182	mar2013 - apr2017
Oikos	1716	mag2011 - apr2017
Caparol	638	giu2013 - apr2017

2. Tweet degli utenti

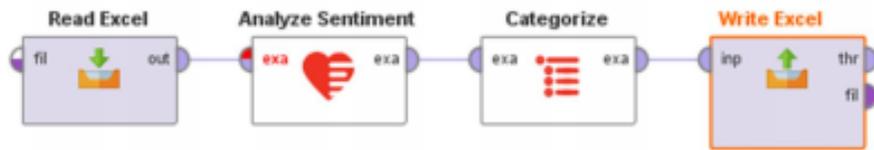
AZIENDA	n° tweet in cui è citata	periodo
AkzoNobel	33	27Mar17 - 5Apr17
Boero	15	27Mar17 - 5Apr17
San Marco	35	27Mar17 - 5Apr17
Oikos	100	27Mar17 - 5Apr17
Caparol	3	27Mar17 - 5Apr17

3. Relazione tra aziende di Coatings e quelle di arredamento

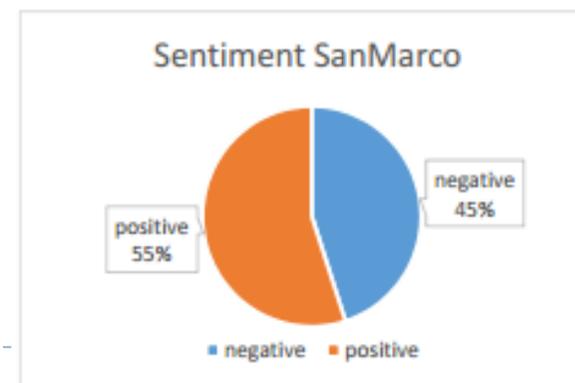
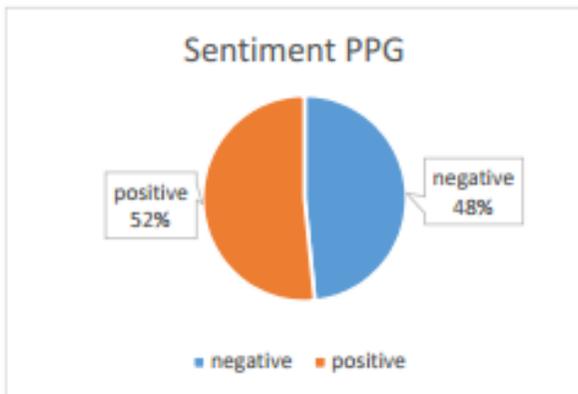
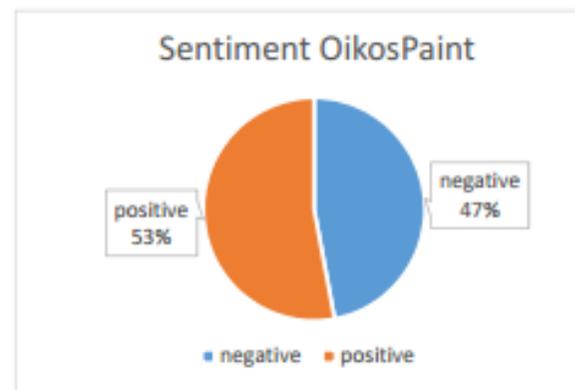
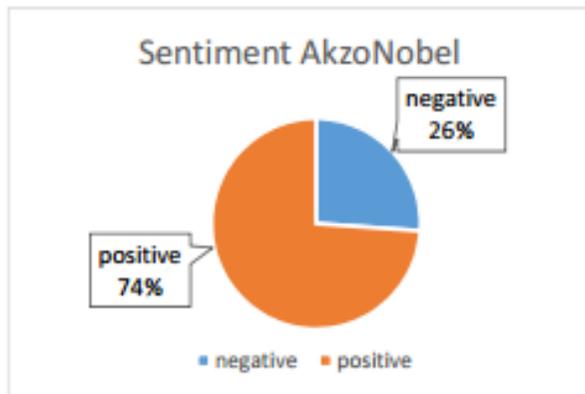
AZIENDA di ARREDAMENTO	n° tweet prodotti	periodo
Ikea	3000	feb2016 - apr2017
LeroyMerlin	2994	ott2013 - apr2017
Cose di casa	3000	gen2014 - apr2017
Mondo Convenienza	2707	dic2010 - apr2017
Maison du Monde	1636	feb2012 - apr2017

Sentiment Analysis, risultati

Tweets prodotti dall'utente



Esempio di processo in Rapidminer per estrarre sentiment e classificare testi (Rosette)

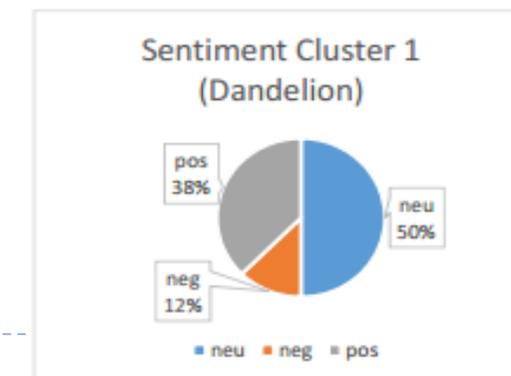
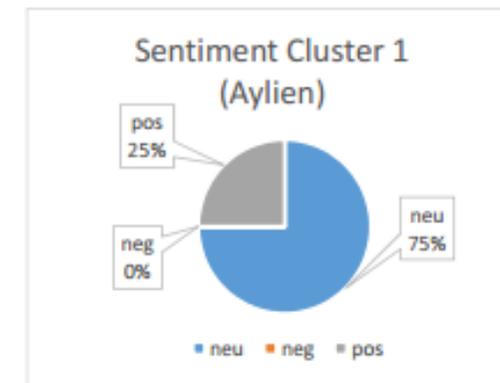
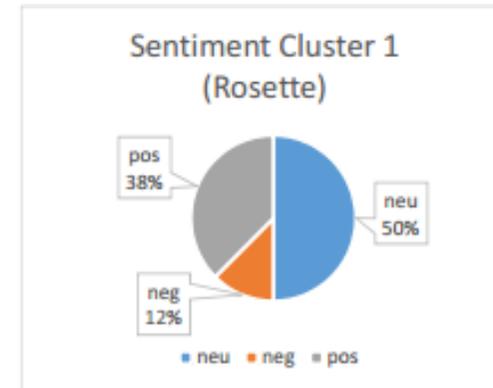


Risultati relazione Sentiment-Clustering

Tweets prodotti dall'utente

	TEMA
Cluster 0	Comunicazione
Cluster 1	Offerta di PPG
Cluster 2	Preferenze
Cluster 3	Collaborazione
Cluster 4	Edinburgo
Cluster 5	Scuse
Cluster 6	Sostenibilità
Cluster 7	Opinioni
Cluster 8	Avvisi
Cluster 9	Sollecitazioni

Attribute	cluster_1
offer	0.202
make	0.184
ppg	0.181
confirms	0.152
intention	0.152
outstanding	0.152
shares	0.152
akzonobel	0.130
akzoy	0.078
bbg	0.078
intends	0.078



Riguardo l'offerta che PPG ha fatto ad AkzoNobel, gli utenti rimangono neutrali.

Da Rosette e Dandelion si nota che proprio in minima parte hanno espresso tweet negativi riguardo a questo argomento.



Strategie SM Marketing, settore beauty

► Numero di followers/fans per brand sui SM

	Facebook	Instagram	Twitter
Calzedonia	3.566.499	2.900.000	46.100
Intimissimi	3.088.473	2.400.000	40.500
Tezenis	2.397.870	1.700.000	30.400
Triumph	2.938.872	150.000	4.768
Urban Decay	4.229.596	10.700.000	1.300
Covergirl	4.711.434	2.300.000	643.000
Maybelline NY	4.616.525	8.600.000	699.000
KIKO Milano	4.633.628	17.100	17.100



Analisi quantitativa da FB

BRAND	POST	LIKE+ REACTIONS	COMMENTI	CONDIVISIONI	INTERACTION
Calzedonia	4188	20.368.293	215.624	428.702	21.012.619
Urban Decay	3289	43.829.242	283.333	639.807	44.752.382
Intimissimi	4969	4.428.125	57.760	81.608	4.567.493
Kiko	3488	7.755.146	87.890	218.910	8.061.946
Maybelline NY	3145	6.307.247	182.004	139.931	6.629.182
Tezenis	3604	6.731.349	176.593	122.340	7.030.282
Triumph	3273	1.103.811	39.050	19.948	1.162.809
Covergirl	4123	55.652.459	792.227	1.379.506	57.824.192



Calcolo ER

Brand	Interaction	Fan di Facebook	Engagement Rate	Engagement Rate*1000
Intimissimi	44.752.382	3.088.473	7,24	7245,07
Covergirl	57.824.192	4.711.434	6,13	6136,58
Calzedonia	21.012.619	3.566.499	2,94	2945,83
Triumph	8.061.946	2.938.872	1,37	1371,61
Tezenis	4.567.493	2.397.870	0,95	952,41
KIKO Milano	7.030.282	4.633.628	0,75	758,62
Maybelline NY	6.629.182	4.616.525	0,71	717,98
Urban Decay	1.162.809	4.229.596	0,13	137,46



Cluster Analysis per identificare strategie

	Strategia Editoriale	Strategia Strutturale	Strategia Conversazionale
Calzedonia	X	X	X
Covergirl	X		X
Intimissimi	X	X	X
KIKO Milano	X		X
Maybelline NY	X		
Tezenis	X	X	X
Triumph	X		
Urban Decay	X		X



Unilever Careers

Hashtag:

#Putitright, #apply,
#brightfuture, #work

LET'S #PUTITRIGHT
Help us redefine the Millennial Generation and create a bright future for everyone.

Unilever

Tweet 2.260 Following 144 Follower 2.843 MI place 770

Unilever Careers
@CareersUnilever

Latest from Unilever Careers globally, from jobs, tips & thought leadership: unilever.com/careers-jobs/ & explore a journey towards a BRIGHT FUTURE MADE BY YOU!

Unilever Careers @CareersUnilever · 4 h
Do you run on creativity? Discover our future leaders working future every day: ow.ly/IGLa30fkmSn
Traduci dalla lingua originale: inglese

● Opportunità lavorative e riferimenti alle carriere

● Focus su cultura, persone e talenti

● Campagne di employer branding mirate

CLUSTER 0: 363 items → women, world, sustainable, work, people

CLUSTER 1: 68 items → learn, application, realcareers, placement, revolution

CLUSTER 2: 378 items → job, unilever, apply, manager, hiring

CLUSTER 3: 173 items → brightfuture, madebyyou, create, unilever, office

CLUSTER 4: 157 items → difference, people, unilever, millennials, sustainability

CLUSTER 5: 93 items → day, unileverfll, teams, final

CLUSTER 6: 170 items → team, apply, country, info, email

CLUSTER 7: 142 items → future, leaders, brighter, programme, sustainable

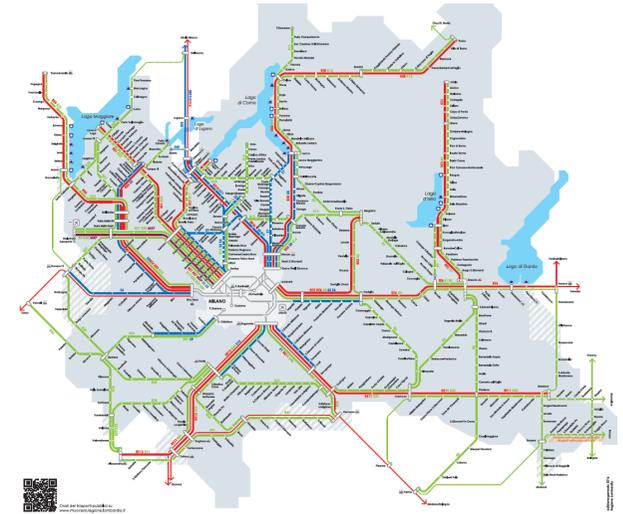
CLUSTER 8: 123 items → career, shares, marketing, brand, culture

CLUSTER 9: 231 items → putitright, millennials, amazing, headlines, stories



Sentiment su Trenord

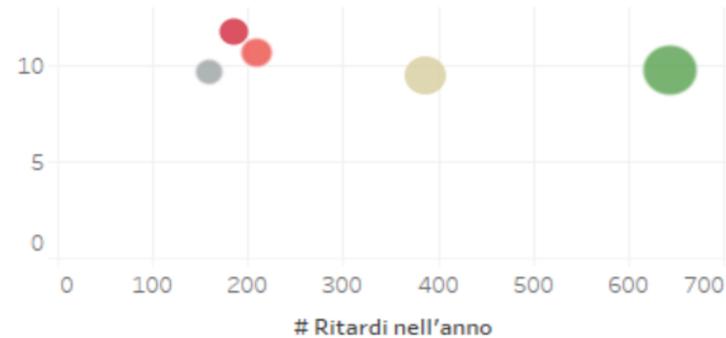
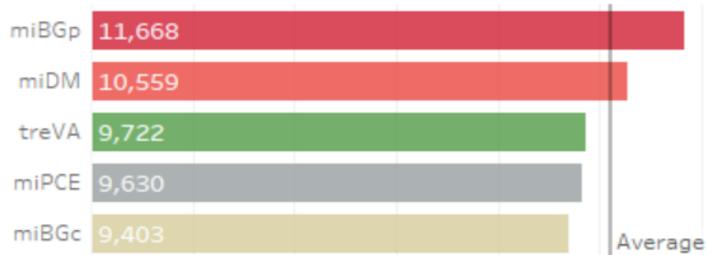
- ▶ Obiettivo: analizzare le tratte Trenord che nell'ultimo anno hanno registrato il maggior numero di ritardi.
- ▶ Il focus ha riguardato le tratte:
 - **Milano – Bergamo (Via Pioltello)**
 - **Milano – Bergamo (Via Carnate)**
 - **Treviglio – Varese**
 - **PortoCeresio – Milano**
 - **Milano – Domodossola**
- ▶ In funzione dei ritardi annunciati dall'account Twitter Trenord (gen-apr 2017) si è analizzato il sentiment dei pendolari focalizzandosi sulle tratte:
 - **Treviglio – Varese**
 - **Milano – Bergamo**



Data Visualization (1)



Tratte e Ritardi



Analisi delle tratte che nell'anno 2017 hanno registrato un numero maggiore di ritardi

10 Peggiori Treni

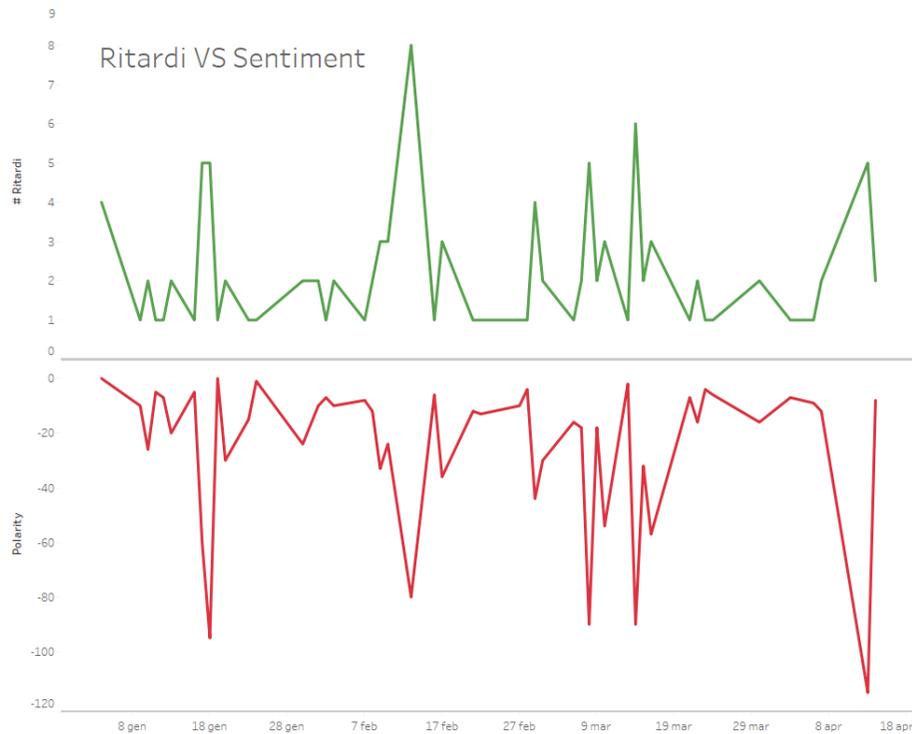


Analisi dei 10 treni che nel 2017 hanno registrato un maggior numero di ritardi



Data Visualization (2)

Tratta Milano – Bergamo: confronto tra i ritardi annunciati dei treni della tratta ed i sentiment dei pendolari

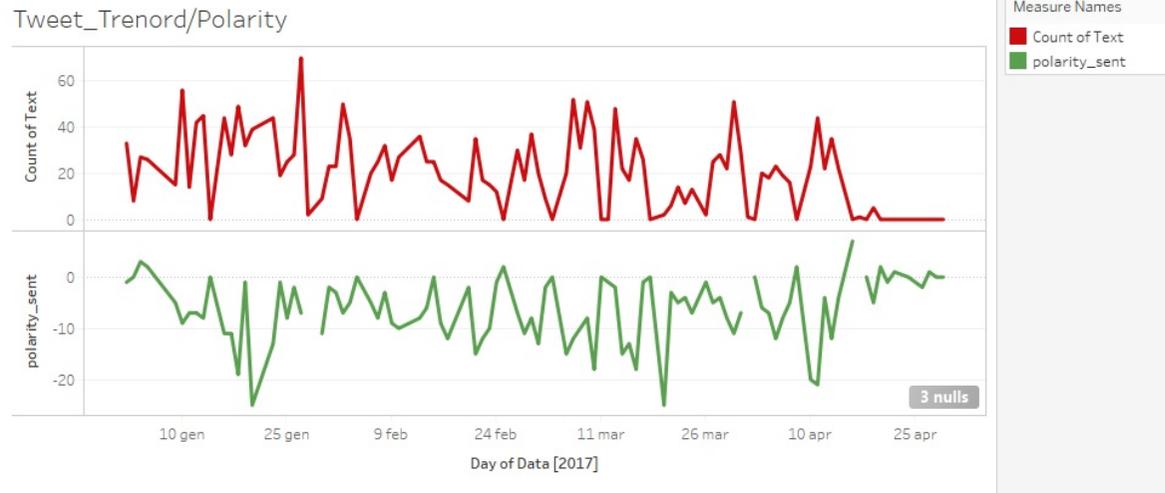


Tratta Treviglio – Varese: confronto tra i ritardi annunciati dei treni della tratta ed i sentiment dei pendolari

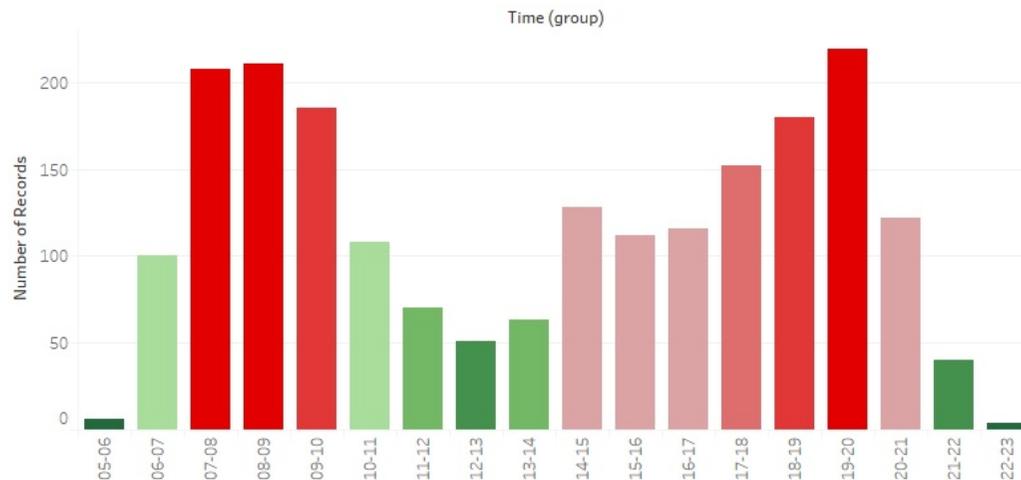


Data Visualization (3)

Confronto tra I tweet #Trenord ed i sentiment dei pendolari



Orari Tweet Trenord



Analisi temporale dei tweet #Trenord



Cluster_0

check find chiefwhy top
future companies sustainability risks
blockchain allianz investments
cybersecurity world renewables
business risk year news monitor

Cluster_1

member good theis
life blockchain claims esg customers
trends insurance drones
board business
products industry allianz fly rise
costs asia

Cluster_2

award vacation story questions
climate risk resilience volunteer take
insurance research travel
looking read climate why summer
time allianz check ready

Cluster_3

decade africa grow set see
china consumer prospects bond
french study market
germans growing survey insurance
growth global finlit allianz

Cluster_4

wemmer group party segments
highlights allianz operating ceo
target allianz results baete
profit oliver asset management
revenues strong year wef says

Cluster_5

debt
sales investors germany latest top gdp
euler hermes years emerging markets
premiums az wealth report global
global wealth report end
expected insolvencies growth china
wealth

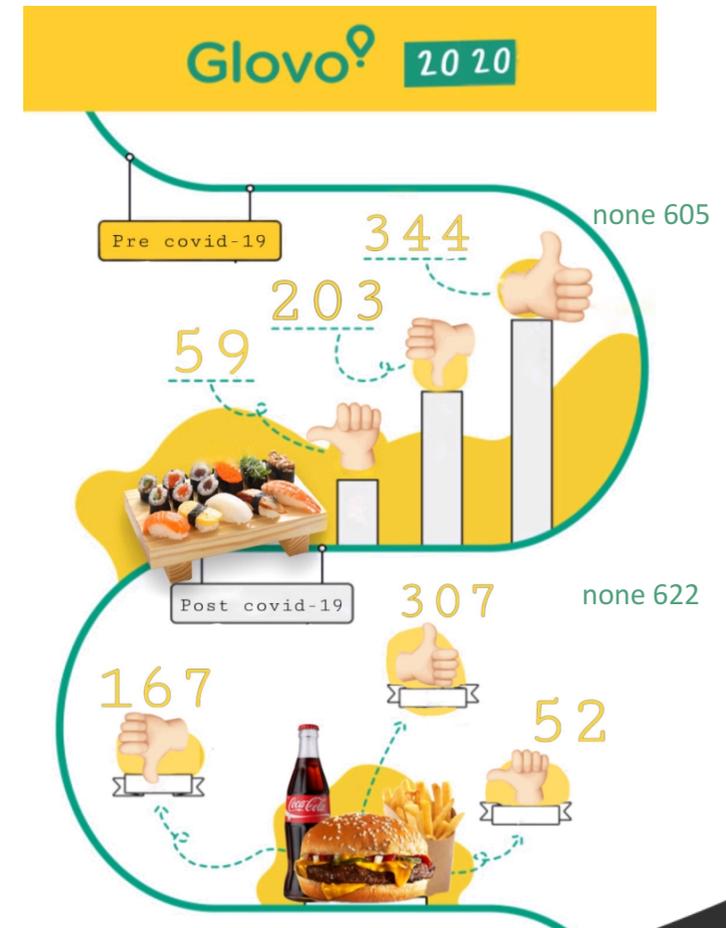
Sentiment Analysis sui tweet Glovo, pre e post Covid

Abbiamo osservato una diminuzione dei commenti negativi, dal 16,7% nel periodo pre-covid al 14,5% in quello successivo. Si sono leggermente ridotti anche quelli positivi, passando dal 28,3% al 26,7%.

In entrambi i casi, nonostante il periodo delicato che sta vivendo il Paese, è emersa una prevalenza di opinioni positive. Dall'analisi di alcuni tweet non classificati, si è evidenziata la presenza di un nuovo target della clientela, con una rispettiva nuova richiesta di mercato.

Esempi di tweet classificati con la sentiment:

Tweet	Polarity
ordine, già pagato, mai consegnato e nessuna risposta dal Customer Support. Servizio pessimo	Negative
Ancora una volta si riconferma il top nel settore per qualità e competenza. Veramente complimenti .	Positive
Ma su Glovo posso ordinare le sigarette?	Neutral



Text Mining su tweets, Sanremo 2020

CLUSTER ANALYSIS

Vengono creati tramite il processo di *RapidMiner* dei *cluster* con il metodo delle *k-medie* per ogni periodo preso in considerazione

