

Rapporti

Qualità & finanza

Lo studio

Fiducia totale e reciproca con i clienti è il segreto per diventare Digital Stars

ANDREA FROLLÀ

La trasformazione tecnologica rivoluziona l'economia. Una ricerca dell'Istituto tedesco su milioni di fonti online premia 350 aziende in Italia

La rivoluzione digitale ha progressivamente trasformato il rapporto tra gli utenti e i brand in qualcosa che somiglia sempre più a un rapporto umano, seppur con tutte le differenze fisiologiche del caso. L'avvento dei motori di ricerca, delle piattaforme di comparazione e dei portali di recensioni, per non parlare dei social network, ha infatti messo l'utente al centro della scena, accendendo i riflettori su un fattore competitivo sempre esistito ma mai stato così determinante: la fiducia.

Ne è la prova il fatto che i brand, a prescindere dal settore di appartenenza e dalla dimensione aziendale, siano diventati quasi ossessionati dal cosiddetto "sentiment digitale", in cui sono racchiusi gli stati d'animo, le convinzioni e le valutazioni espresse online dagli utenti, in veste di consumatori o ancor prima di cittadini, rispetto al marchio preso come entità totale. Quest'ultima specificazione potrebbe apparire superflua ma in realtà è d'obbligo, perché il sentiment dell'era digitale non è certo la mera somma delle stelline ricevute da un prodotto o da un servizio. Negli ultimi anni il radar di chi cerca, consuma, acquista o noleggia si è infatti ampliato a tal punto che la fiducia tra consumatori e aziende non è più solamente figlia di cosa viene offerto, bensì di tanti fattori diversi. Basti pensare all'aumento della sensibilità in tema di sostenibilità ambientale, che guida gli orientamenti di consumo più che in passato, o al peso crescente della cosiddetta "customer experience" tra ricerca, acquisto, resi, fidelizzazione e molto altro.

IL "SOCIAL LISTENING"

Esattamente in questo contesto si inserisce lo studio "Digital Stars", elaborato dall'Istituto tedesco di qualità e finanza e pubblicato in esclusiva da Affari&Finanza. Il rapporto sulle "stelle digitali d'Italia", giunto alla seconda edizione, ha impegnato la compagnia che fa capo al gruppo Burda Media per 12 mesi nella raccolta e nell'analisi di dati provenienti da 438 milioni di fonti online, tra social media, siti di informazione, portali di approfondimento, blog, comunicati stampa, forum e piattaforme video. L'istituto ha prima creato una long list iniziale di 2mila aziende con almeno 50 dipendenti potenzialmente rilevanti, selezionate tramite registri pubblici, database, premi e altre liste. E poi ha acceso i motori della

438

MILIONI

Le fonti analizzate, siti, portali, social media, blog e video, alla ricerca delle digital stars

2.000

AZIENDE

Con oltre 50 dipendenti ciascuna che hanno costituito la base su cui poggiare la ricerca

macchina del "social listening", raccogliendo tramite appositi software di intelligenza artificiale circa 2,5 milioni di citazioni riferibili alle tematiche della tecnologia, dell'innovazione, della digitalizzazione (2,1 milioni in più rispetto alla prima edizione). E rilevando in media oltre 1.200 citazioni per ogni azienda nel corso dei 12 mesi.

LA CACCIA ALLE STELLE

L'attività di selezione e raccolta è stata però solo un primo doppio step dell'intero processo di scouting delle stelle digitali. I sistemi automatici utilizzati dall'Istituto tedesco di qualità e finanza sono infatti andati oltre, innanzitutto controllando i testi raccolti sulla base di tre parametri: il nome dell'azienda nominata all'interno del contenuto, la categoria di riferimento del testo (innovazione, digitalizzazione, ecc.), e la tonalità di quanto espresso (positivo, negativo o neutrale). Successivamente i punteggi ottenuti dal social listening sono stati sommati e ponderati, sia per tonalità del messaggio sia per numero di citazioni, e per ogni settore è stato individuato come benchmark di riferimento il punteggio ottenuto dalla migliore azienda. Infine, impostando il 60% del punteggio benchmark come parametro minimo per accedere al titolo, sono state selezionate le 350 "Digital Star 2020" d'Italia.

IL FIRMAMENTO DIGITALE

Nelle classifiche dei vari settori mappati dall'Istituto figurano aziende di comparti e dimensioni differenti. Ci sono ovviamente le realtà strettamente tecnologiche, che per natura hanno più familiarità con il sentiment online, ma ci sono anche e soprattutto tanti altri settori rappresentati, dall'ambito della chimica e della farmaceutica al comparto dei servizi a tutto campo (consulenza, salute, marketing, telecomunicazioni, viaggi e altro). Particolarmente nutriti sono i gruppi dell'auto, della meccanica, dell'elettronica, dell'alimentare e delle bevande, mentre meno affollati ma altrettanto brillanti risultano i trasporti, il commercio, le materie e la finanza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



1 Aumentato in tempi di lockdown l'uso dello smartphone per fare acquisti online



ALIMENTARI E BEVANDE

SETTORE	AZIENDA	PUNTEGGIO
BEVANDE	NESPRESSO ITALIANA	100,0
	LUIGI LAVAZZA	87,2
	BIRRA PERONI	84,7
	SANPELLEGRINO	74,8
	DAVIDE CAMPARI	73,0
	HEINEKEN ITALIA	72,8
CARNI E SALUMI	VERONESI HOLDING	100,0
	LEVONI	91,2
	FERRARINI	85,2
	ROVAGNATI	85,0
	CLAI-COOPERATIVA LAVORATORI AGRICOLI IMOLESI	76,6
	GIUSEPPE CITTERIO SALUMIFICIO	76,6
	VILLANI	71,2
	CREMONINI	71,0
INDUSTRIA ALIMENTARE	BARILLA	100,0
	DE CECCO	93,5
	SAMMONTANA	72,1
	GRISSIN BON	71,6
	CSI-COMPAGNIA SURGELATI ITALIANA	68,4
	CONSERVE ITALIA	61,8
	BOFROST ITALIA	60,6
INDUSTRIA DOLCIARIA	FERRERO	100,0
LATTE E DERIVATI	IGOR	100,0
	FERRARI GIOVANNI INDUSTRIA CASEARIA	100,0
	COOPERLAT	98,0
	PARMAREGGIO	78,2
	LATTEBUSCHE	66,9
	PARMALAT	66,3
RISTORAZIONE	CIGIERRE	100,0
	EATALY DISTRIBUZIONE	84,0
	CHEF EXPRESS	77,5
	BURGER KING RESTAURANTS ITALIA	77,2
	AUTOGRILL	69,2
	MY CHEF RISTORAZIONE	60,2
RISTORAZIONE COLLETTIVA	MENÙ	100,0
	INNOVA	99,2
	SODEXO ITALIA	78,5
	MARR	69,2
	PELLEGRINI	67,2
	VIVENDA	65,4
	SERENISSIMA RISTORAZIONE	64,7
	PEDEVILLA	63,2

Focus

IL METODO DELL'ISTITUTO TEDESCO QUALITÀ E FINANZA

I risultati del Social Listening Index (SLI) sono espressi rispetto al primo del proprio settore di appartenenza (= benchmark 100%). Le tabelle mostrano solo i "DigitalStar 2020" che raggiungono almeno il 60% del punteggio del primo del loro settore.