

Marco Gastaut, *Sales Director South Europe - Toluna*
Barbara Spada, *Technology Consultant - Toluna*

**Un laboratorio di consumer intelligence in ambiente
Facebook:
l'esperienza di University of Northampton**

La penetrazione di internet – Global Data



ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIAL DI OPINIONE

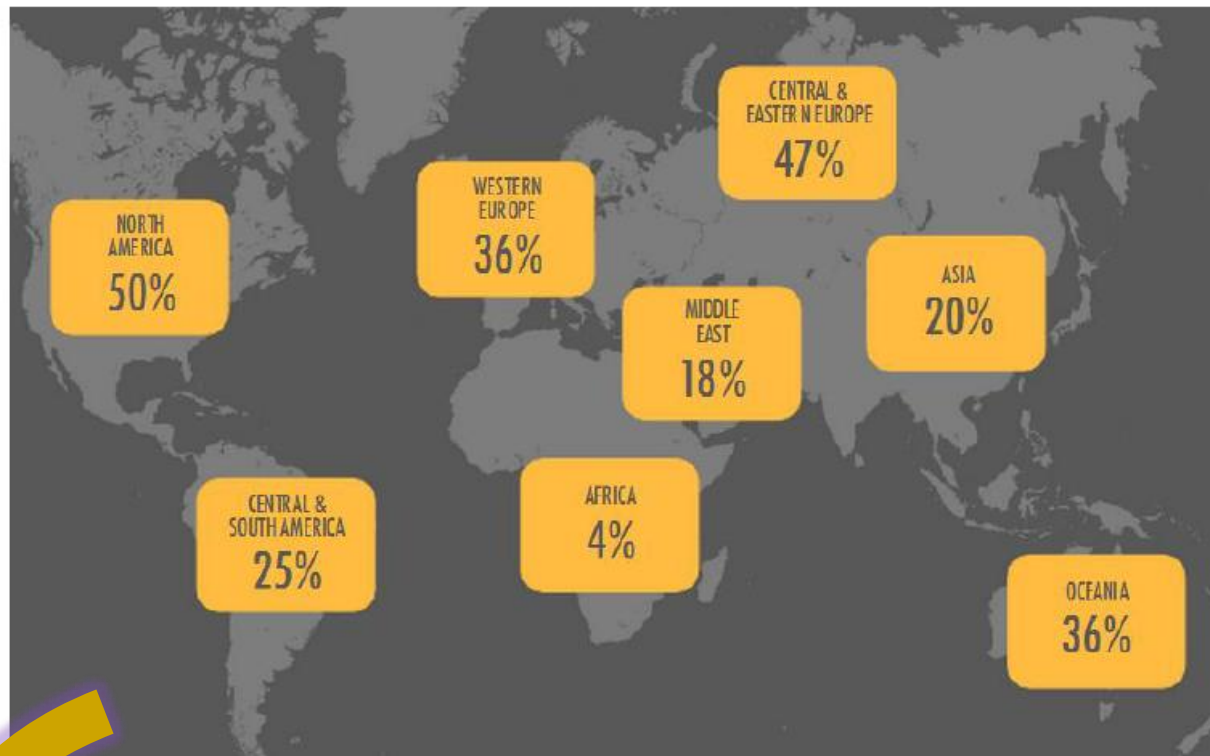
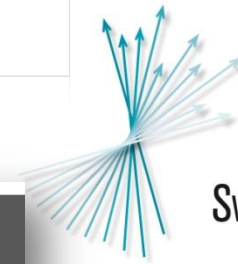
**CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI**



**24% della popolazione online dichiara: „ Non posso vivere senza internet“
41% della popolazione online dichiara: „Ho bisogno di internet ogni giorno“**

41% della popolazione online dichiara: „Ho bisogno di internet ogni giorno“

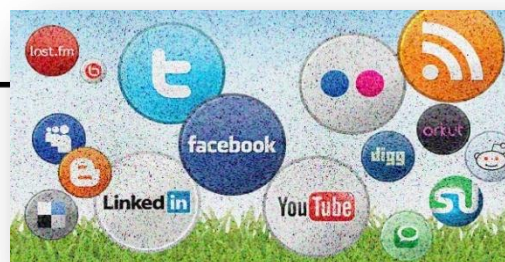
La penetrazione dei Social Networks – Global Data



I social networks hanno raggiunto il 22% della popolazione mondiale

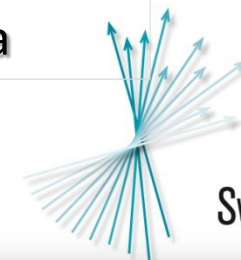


Da una ricerca durata 5 anni (2006-2011) di McCann Global sui social media emerge che...

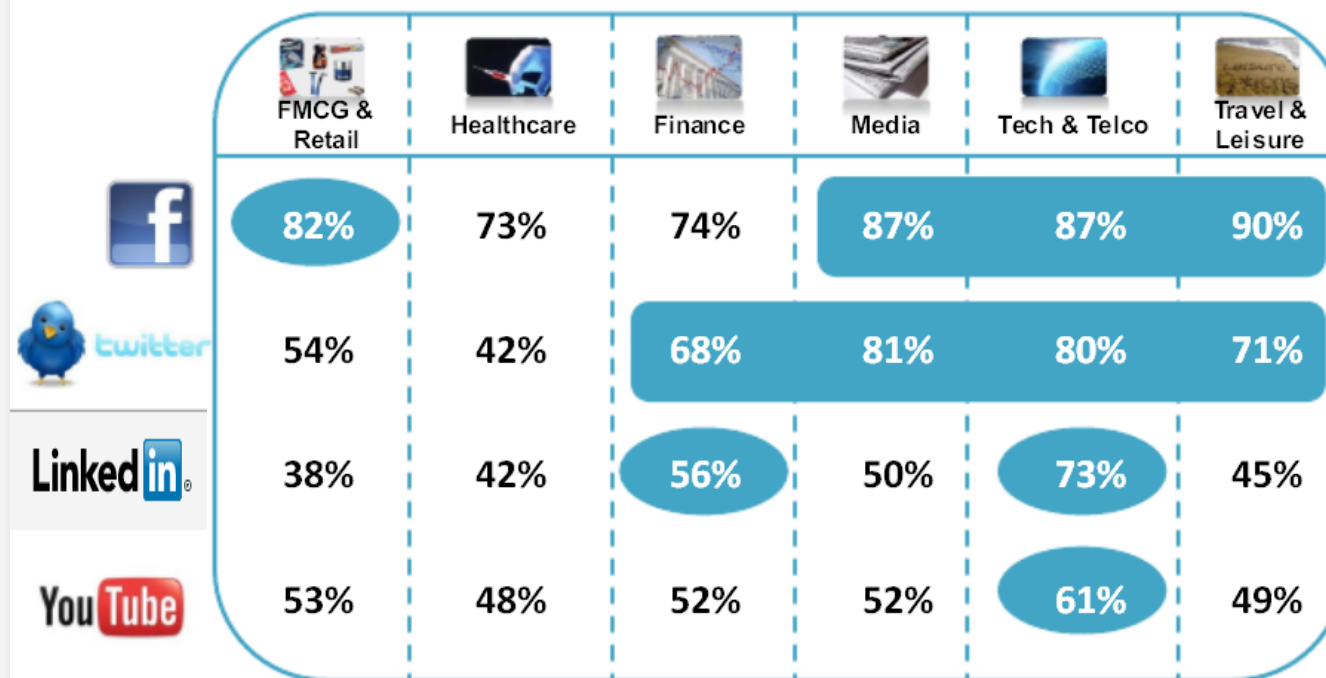


+ 74% nuovi profili sui social media
+32% nuovi iscritti ad un social media negli ultimi 6 mesi

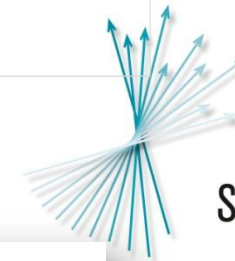
+ 77% blogging engagement
+ 87% visioni di video



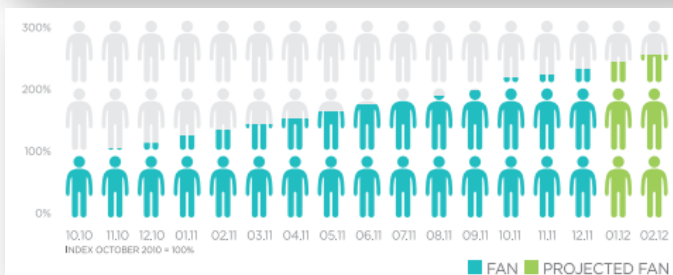
On which of the following social media is your company active?



Twitter scores high in Finance, Media, Tech & Telco and the travel industry. LinkedIn peaks in Finance and Tech & Telco.

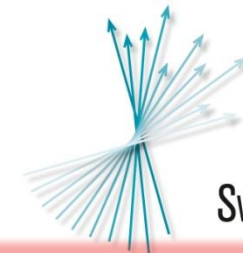


TOP 15 FACEBOOK COUNTRIES by number of users in January 2012



I Brand stanno acquisendo FB Fans con un tasso di crescita mensile del 9%

Perche' piace cosi' tanto Facebook?



ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIAL, DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

Comunicazione Fan ↔ Brand

Brand association

identificarsi con il brand di
interesse e connettersi

Co-creation

condivisione di idee da parte
del fan

-> "two-way relationship"

Customer Service

Condivisione di eventuali
problemi



Comunicazione Fans ↔ Fans

Share Ideas

Condivisione di contenuti
relativi al brand con gli altri
fans/amici

Share experiences

Condivisione delle esperienze
fatte con i prodotti/servizi del
brand

Le aziende italiane su Facebook – Esempi



ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIAL, DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

la Repubblica
924,091 likes · 45,785 talking about this

Media/News/Publishing
Notizie, inchieste, approfondimenti, dirette sui maggiori eventi dall'Italia e dal mondo. Repubblica.it è il maggior sito d'informazione italiano con aggiornamenti in tempo reale, contenuti del quotidiano e interattività con gli utenti

About

BY Gucci
FIAT
OFFICIAL

Fiat 500
256,199 likes · 4,762 talking about this

Cars
Benvenuti sulla pagina ufficiale di Fiat 500. Welcome to the official Fiat 500 Page. <http://www.fiat500.com/>
<http://www.twitter.com/fiatontheweb>

About

APEROL Spritz

3 PARTI DI PROSECCO
2 PARTI DI APEROL
1 PARTE DI SELTZ

APEROL Spritz Italia
130,063 likes · 1,781 talking about this

Food/Beverages
Benvenuti nella casa dello spritz. Una pagina per radunare tutti i gruppi, le Fan page e gli appassionati di Aperol Spritz. Bevi responsabilmente. <http://www.aperolspritz.it/>

About

Ambrasciappa Mincake

Pan di Stelle
1,537,257 likes · 18,164 talking about this · 1,287 were here

Food/Beverages
<http://www.pandistelle.it/>

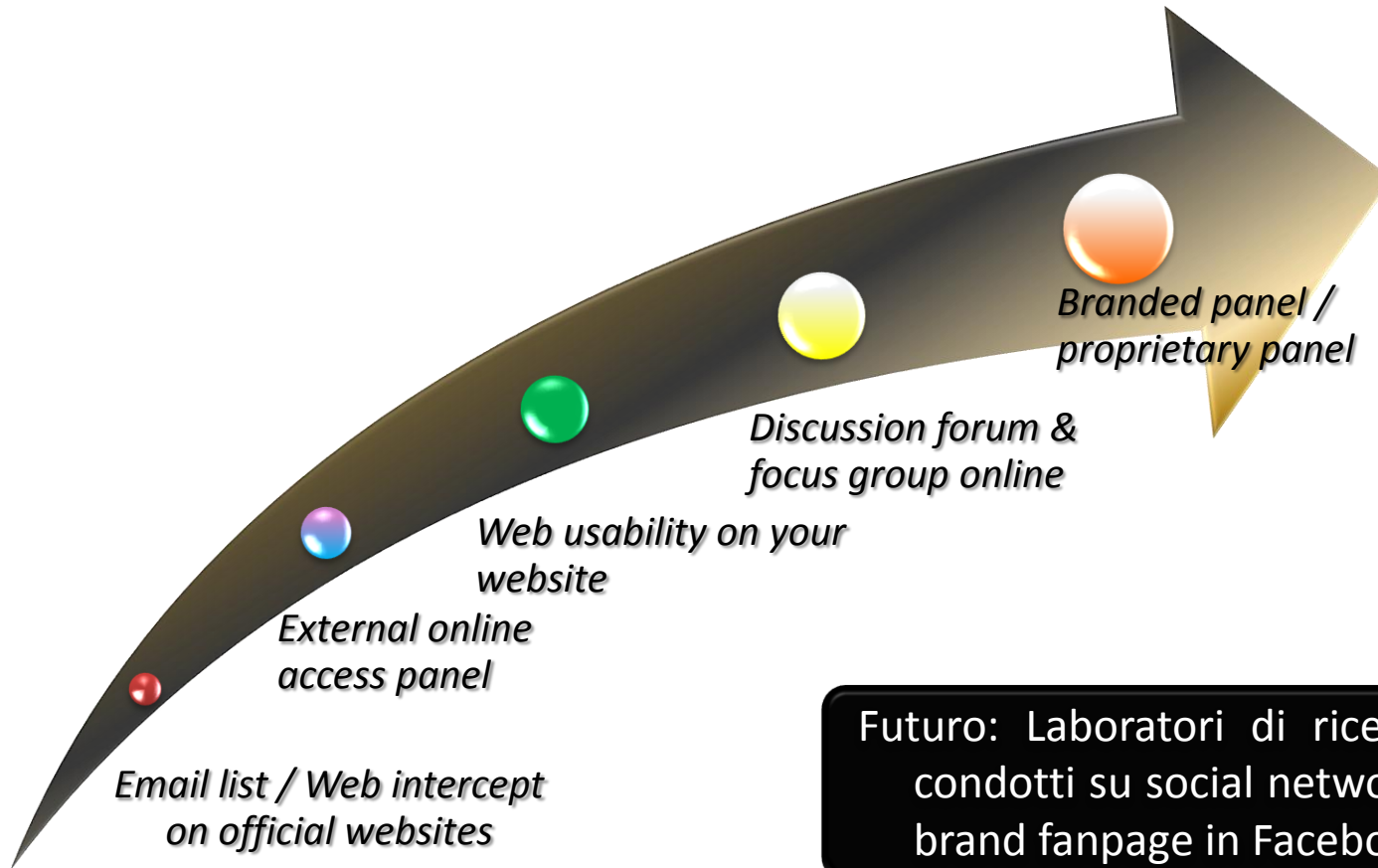
About

Online data collection: un modello in evoluzione



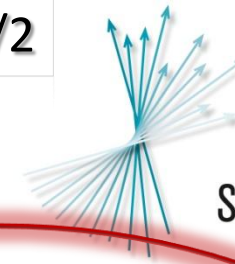
ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIAL DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI



**TARGET
AUDIENCE**

Futuro: Laboratori di ricerca alimentati e condotti su social network (es: tramite la brand fanpage in Facebook)

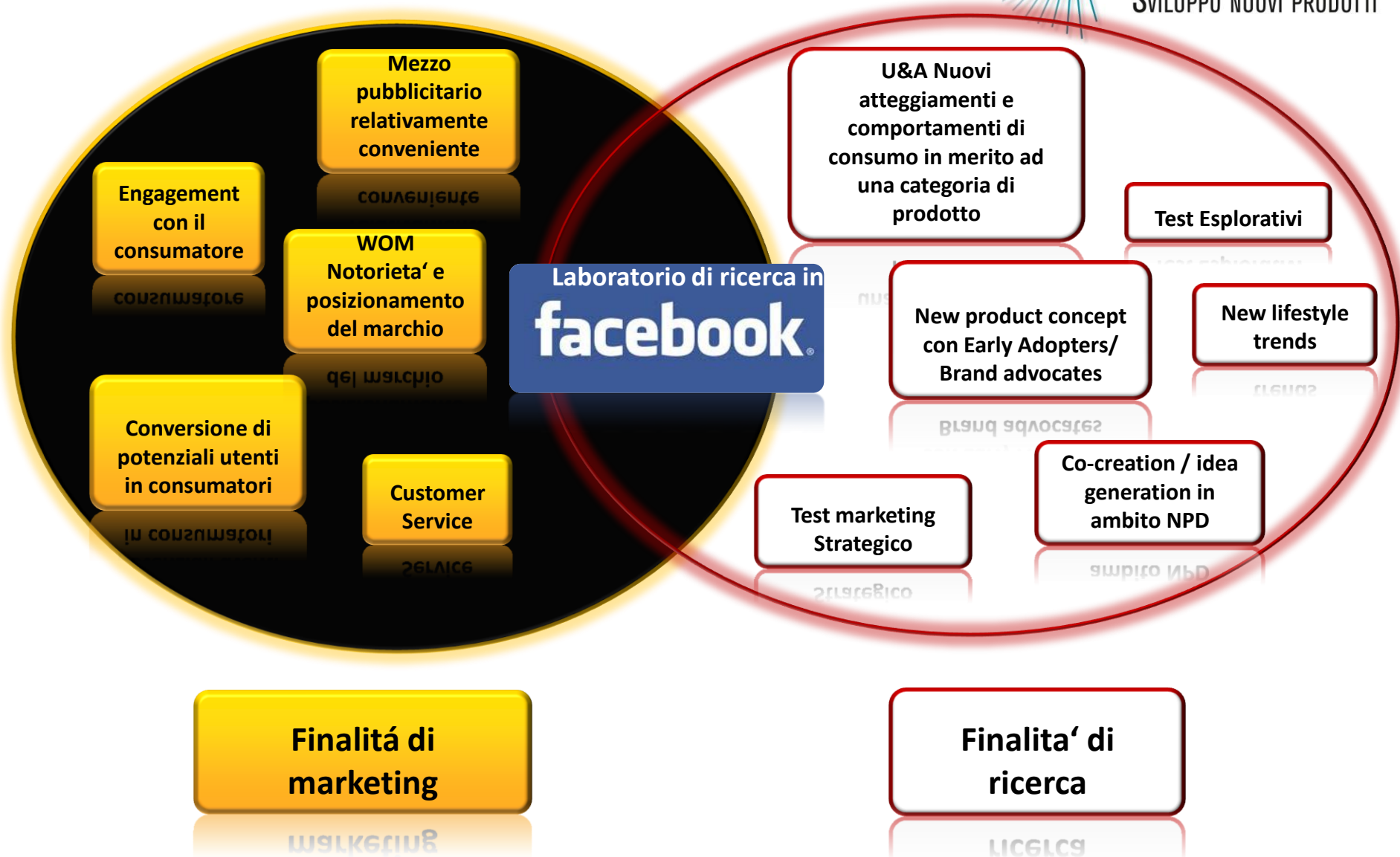
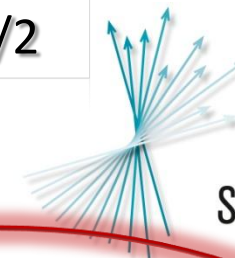


Open
Marketing
Social
Digital Communication
Viral
Engaging

Laboratorio di ricerca in
facebook

Closed
Ricerche di mercato
Panel Community
Forum online
Profilazione
Questionari da semplici a complessi
Approccio qualitativo e quantitativo

Approccio qualitativo e quantitativo
Questionari da semplici a complessi





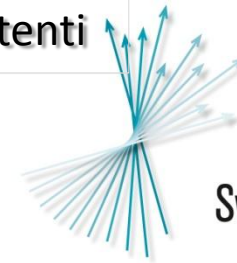
Laboratorio di ricerca tramite
facebook

Creazione database di un campione

Profilazione personalizzata e dinamica dei propri fan

**Interrogazione del panel proprietario ai fini di ricerca sia in
ambiente facebook che esternamente**

ambiente facebook che esternamente
interrogazione del panel proprietario ai fini di ricerca sia in



Laboratorio di ricerca tramite **facebook**

**Vs.
Cawi su online
access panel**



Pro: possibilità di dialogare con i „Brand Advocates“ o „Early Adopters“

Contra: non rappresentatività della popolazione online

**Vs.
Cawi
webintercept**



Pro: campionamenti mirati facendo leva su profilazione estensiva e non totale dipendenza dal traffico generato dal sito

Contra: conversione fra i „fans“ e coloro che si iscrivono al laboratorio di ricerca

**Vs.
Panel
proprietary web**



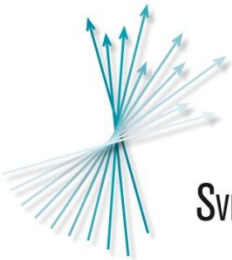
Elemento comune: portare la voce del consumatore/potenziale consumatore in azienda.

Elemento aggiuntivo: canale di reclutamento aggiuntivo con relativi costi saving



- ✦ Integrazione orizzontale nella gestione delle fasi CAWI
- ✦ Integrazione verticale tra la piattaforma e il portale
- ✦ Integrazione di studi qualitativi e quantitativi
Questionari e Forum di discussione
- ✦ Integrazione di dispositivi per accedere alle indagini di ricerca
Tramite computer, laptop, smartphone o tablet

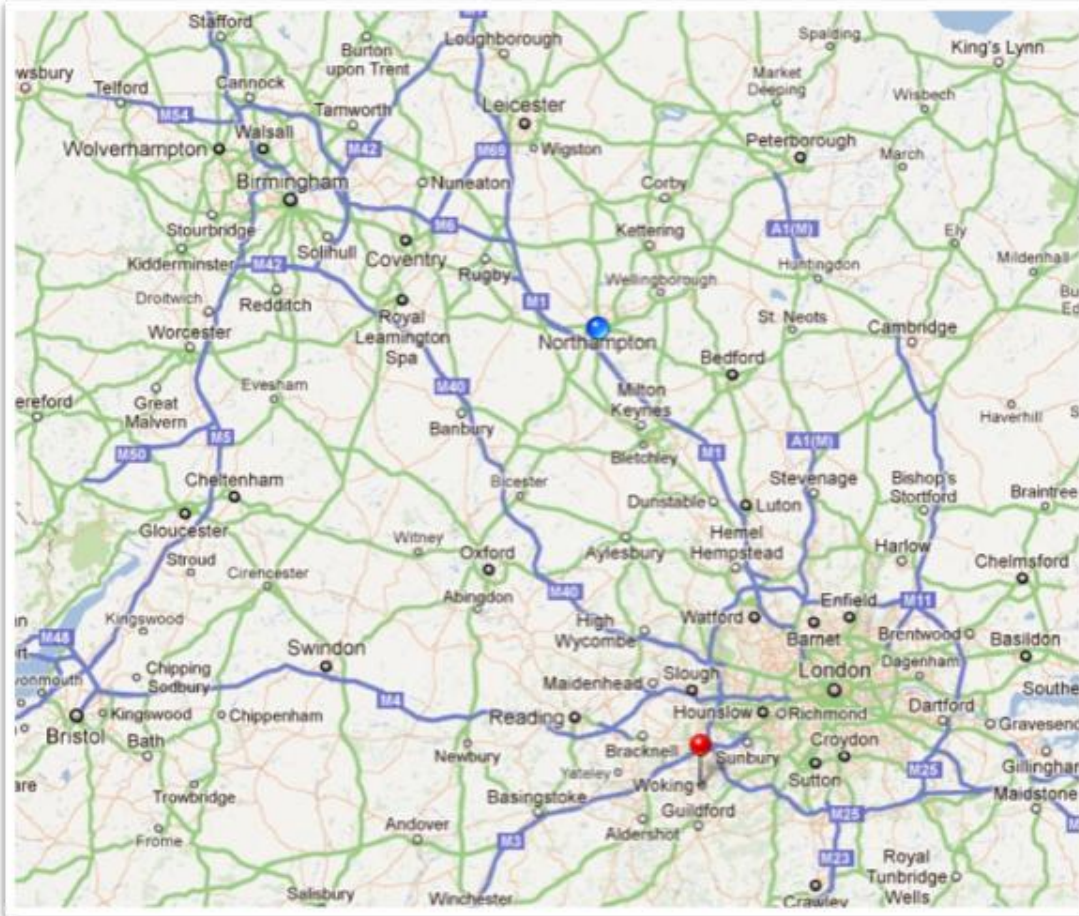
Da studenti a consumatori



ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI





- 14,000 studenti circa
- 71% full time e 29% part time
- 81% laurea triennale e 19% specialistica
- 87% studenti dal Regno Unito
- 13% studenti internazionali



- Riforma 2011 ha dato la “scossa” piu’ forte degli ultimi 50 anni al settore
- Settore ancora fortemente regolato dal governo
- Da settembre 2012 una nuova regolazione sui “prezzi” (le rette)
- Restrizioni al reclutamento di studenti internazionali

Il programma di ricerca: branding e advertising research



ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIAL DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

- Pubblicità TV & Radio
- Stampa Offline e online
- Campagne Facebook e Google



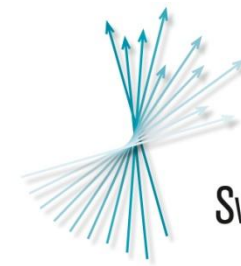
Il programma di ricerca: test dei collaterali marketing



- Web user journeys
- App design
- Cover test della Guida dello studente e materiale informativo



Ricerca indipendente commissionata dalla pubblica amministrazione inglese



www.thestudentsurvey.com

Four trips to China
Four £500 cash prizes
Ten graduation packs

...Come ottenere
tassi di
redemption del
50% in una
survey
indipendente a
fronte di una
target audience
sempre meno
ricettiva agli
incentivi di
sempre?



- I post su Twitter e Facebook hanno portato all'attenzione dell'università dei gap informativi
- Un approccio di interrogazione nuovo da parte dell'utente
- Soluzione per far funzionare gruppi con audiences incrementalmente mobili
- Redemption rates in caduta ed aspettativa di incentivo inflazionata per la target audience
- Scelta del partner nello sviluppo di una soluzione Facebook



Il laboratorio in Facebook come soluzione di ricerca

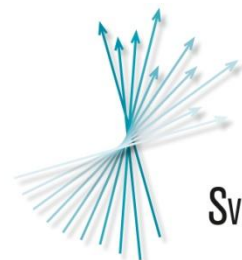


PanelPortal
Connect

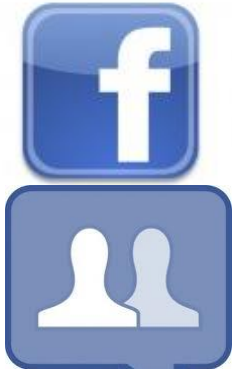


Capire a chi il brand stia parlando e trasformare i fan in "consulenti", facendo leva su una fonte prima inesplorata

The screenshot shows a Facebook page for 'The University of Northampton'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the page name 'The University of Northampton' with a dropdown menu and a 'J'aime' button. The main content area features a large green and white graphic with the university's logo and the text 'THE UNIVERSITY OF NORTHAMPTON Student Administration and Services'. Below this, there is a video player showing a woman speaking. To the right of the video, there is a poll titled 'Do you prefer to cook with...' with three options: 'Non-alkic typana' (70%), 'Stannus Steel typana' (30%), and 'Stannus Steel typana' (30%). There is a 'VALIDATE' button below the poll. The page also has a 'LATEST NEWS' section with several entries. At the bottom of the page, there is a footer with the text 'Terminé'.



Un programma di ricerca integrata



The screenshot shows a Facebook page for 'The University of Northampton'. The page features a green header with the university's logo and navigation tabs for 'HOME', 'MY PROFIL', and 'FAQS'. Below the header is a 'WELCOME' section with placeholder text. A 'VIDEO' section displays a video player with a woman's profile. To the right, there are sections for 'POLLS' and 'LATEST NEWS'. The poll asks 'Do you prefer to cook with...' and shows results for 'Non-stick frypans' (70%), 'Stainless Steel frypans' (30%), and 'Stainless Steel frypans' (30%). The news section contains several 'Lorem ipsum' placeholder entries.

Please rank the magazine covers you chose in order of preference:

Please select all that apply

The survey interface displays six magazine covers in a vertical list. To the right of each cover is a ranking scale from 1 to 6. The covers include 'SPRING into spring', 'style REBEL', 'NEW SEASON NOW', 'THE ALFA ROMEO', and 'The Perfect'. A red arrow points from the Facebook page to this survey interface.

The screenshot shows a survey analysis tool interface for 'Music Survey324-US'. It displays a list of questions with their respective response counts and percentages. A 'Main chart' section shows a bar chart with the following data:

Category	Percentage	Count
Facebook	7%	1,105
Twitter	4%	600
LinkedIn	2%	413
MySpace	2%	413
Flickr	1%	413
I am not a member of any social network	31%	34,200
Other	7%	1,105
I don't know	2%	413

Additional questions listed include 'What is your favorite drink?' and 'What operating system do you prefer?'. The interface also includes options for 'Share result', 'Segment variables', and 'Export data'.

The screenshot shows a 'Participants (1)' list with the following entries:

- Administrator Toluna
- John
- Marc Van

The screenshot shows a user profile for 'Administrator Toluna' with the following details:

- Gender: Male
- Login: 200807m
- E-mail: popolmim@toluna.com
- Birth date: 31/12/69 23:00
- Member since: 29/01/10 09:07

Fase 1: Panel Management e profilazione

facebook

The University of Northampton Événements

HOME MY PROFIL FAQs

WELCOME

Lorem ipsum dolor sit amet, conset etuer adipi scing eill. Praesent vestibulum molestie lacus. Aenean nonummy hendrerit

Phasellus porta. Fusce suscipit varius mi. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nulla dui.

Fusce feugiat malesuada odio. Morbi nunciacenas [tristique orci ac sem](#). Duis ultricies pharetra magna. Donec accumsan malesuada orci.

VIDEO

POLLS

Do you prefer to cook with...

70% Non-stick frypans

30% Stainless Steel frypans

30% Stainless Steel frypans

VALIDATE

LATEST NEWS

Lorem ipsum

Phasellus porta. Fusce suscipit varius mi

Lorem ipsum

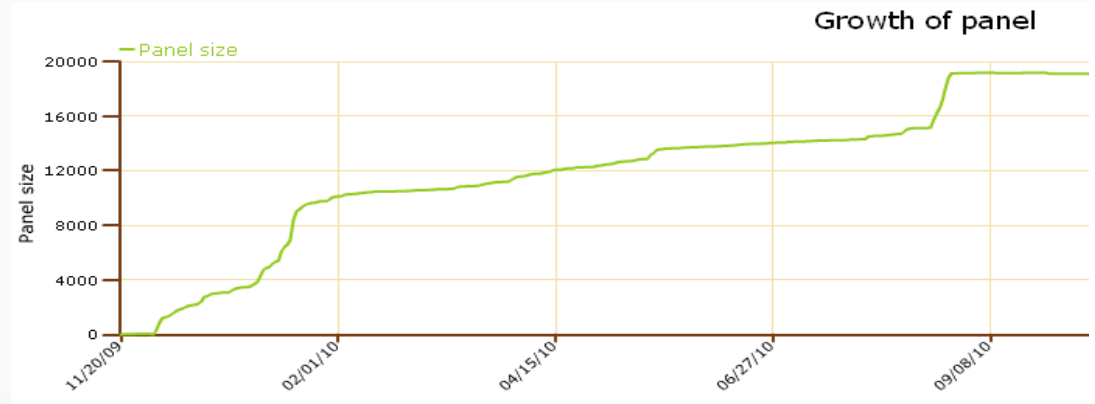
Phasellus porta. Fusce suscipit varius mi

Lorem ipsum

Phasellus porta. Fusce suscipit varius mi

Copyright © 2012 Powered by Tibuna

Demographic report



Fase 2: stakeholder research mirata

facebook Javascript Toluna Find Friends Home

The University of Northamp... Events Like

THE UNIVERSITY OF NORTHAMPTON

Home My Profile FAQs

Welcome

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas facilisis erat in ipsum gravida vitae fringilla augue rutrum. Fusce tristique massa in augue sodales in gravida urna tempor. Phasellus sodales porta diam, eu vestibulum justo lacinia eu. Integer tortor purus, dapibus vitae tincidunt eu, mattis at metus.

Proin purus sem, sagittis et molestie ac, fringilla at enim. Morbi ipsum diam, volutpat quis tempor laoreet, aliquet eu orci. Mauris pharetra sodales tortor in elementum. Proin justo massa, [mattis at mollis sed](#), condimentum eu metus.

My Polls

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas facilisis erat in ipsum gravida vitae fringilla augue rutrum ?

50%	I love it
25%	I hate it
25%	I'm still unsure

Total Vote : 125 [Vote](#)

Video of the day

00:01 / 10:59 360p

Forum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas facilisis erat in ipsum.

- [Lorem ipsum](#)
Proin purus sem, sagittis
- [Lorem ipsum](#)
Proin purus sem, sagittis
- [Lorem ipsum](#)
Proin purus sem, sagittis

Contact Us | Terms & Conditions Copyright © 2012, Toluna. All rights reserved.





ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

Grazie per l'attenzione!

marco.gastaut@toluna.com

barbara.spada@toluna.com