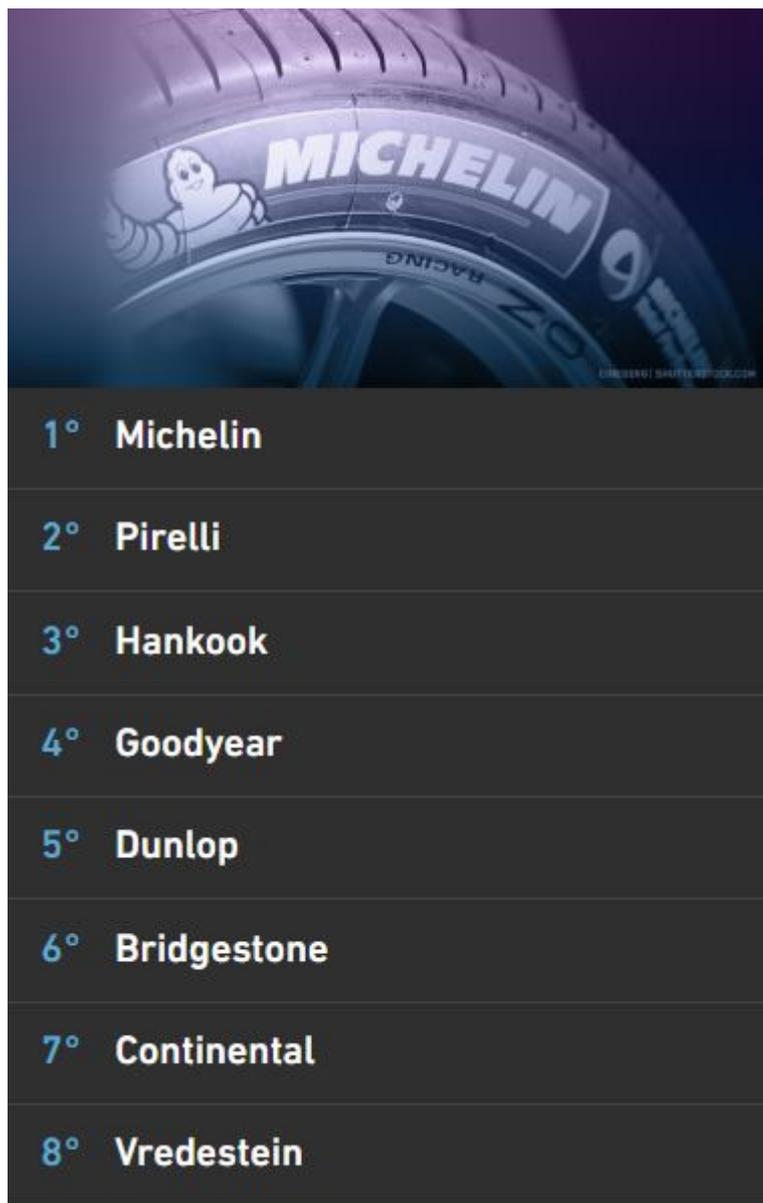


Sono stati pubblicati i risultati della nuova ricerca condotta da Doing, azienda specializzata nell'analisi di dati, grazie al tool i-Leader sviluppato in collaborazione con AGI, che misura la leadership digitale delle aziende: questa volta l'analisi è dedicata ai settori automotive, moto e pneumatici.



Il settore automotive è dominato da Ferrari, seguito da Porsche, Renault, Peugeot, Volkswagen. Harley-Davidson conquista il primo posto nella classifica delle motociclette a pari merito con Ducati, mentre Yamaha, Aprilia, Vespa e Honda si posizionano appena dopo.

Per quanto riguarda i pneumatici, il ranking italiano vede Michelin in testa, seguita da Pirelli, Hankook, Goodyear, Dunlop, Bridgestone, Continental e Vredestein.

Spiega Marco Massarotto, Founder & Partner di DOING: *“La ricerca ci rivela quali sono gli approcci strategici dei brand sui social. Ci sono i “lovemark”, brand lusso con un elevatissimo livello di interazioni, i “fan collectors”, che investono per avere un’audience ampia ma poco interattiva e infine i “sellers”, con un presidio ben strutturato legato ai piani commerciali ma che non riescono a sfruttare il mondo digitale in modo continuativo e completo.”*

Con questa nuova ricerca, i-Leader ci aggiorna su un settore fondamentale per l’azienda italiana, nonché su marchi che infiammano gli appassionati di gare sportive.

L’obiettivo non è solo quello di identificare le potenzialità del digitale nel rafforzare il legame emotivo tra aziende e persone, ma anche dare delle indicazioni strategiche rispetto al posizionamento complessivo dei brand che si trovano ad affrontare le sfide della multicanalità.

Insieme a DOING e AGI, la ricerca ha visto anche il coinvolgimento di TalkWalker, piattaforma leader nel social media monitoring. Gli appuntamenti con le analisi di i-Leader continueranno nei prossimi mesi. L’analisi della leadership digitale passerà in rassegna nuovi player, categorie e settori.

Per rimanere aggiornati e per consultare i risultati completi delle ricerche è online il sito www.i-leader.it.

The image is a promotional graphic for the i-Leader research. It features a black background with white and blue text. At the top left is the 'i-Leader' logo, and at the top right are the 'DOING' and 'agi' logos. The word 'PNEUMATICI' is written in large, bold, blue letters. Below it, the text 'INTERNET SCOPRE I SUOI LEADER.' is written in white. A smaller line of text below that reads: 'La nuova ricerca i-Leader ha svelato i suoi risultati: scopri chi sono i primi classificati di ogni categoria analizzata.' At the bottom center, there is a small white icon of a power button.

i-Leader è un indicatore sintetico che valuta la capacità di aggregare consenso (popularity), di creare partecipazione (engagement) e di ottenere visibilità (reach) ed accettazione (SNPS - Sentiment Net Promoter Score). i-Leader si fonda su dati quantitativi raccolti dall'analisi della presenza online dei player coinvolti (Social Network e Web) per Brand, Influencer e Key-People. i-Leader misura la leadership di ciascun player in modo relativo ai competitor considerati e la esprime come "quota di leadership". L'indice si fonda su KPI pubblici e diffusi su social network e web. È poi elaborato tenendo in conto ponderazioni che misurano l'importanza dei vari canali. Si esprime infine in forma di percentuali relative, attraverso una classifica ed una mappa di posizionamento.

© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 09 / 2018