

Per far fronte all'attuale frammentazione del panorama globale dei media e alla crescente complessità della rete di interlocutori, occorre valutare, comprendere e partecipare alle conversazioni globali che si sviluppano nei siti Web, nei forum, nei blog e nei media mainstream.

Dow Jones Insight fornisce una misurazione accurata e qualitativa dei media, evitando il sovraccarico di informazioni per ottimizzare le vostre strategie comunicative:

Misurate il successo: contestualizzate in tempo reale milioni di storie e articoli pubblicati da migliaia di media outlet per verificare il vostro andamento nelle aree chiave.

Comprendete l'opinione pubblica: determinate se i riscontri ricevuti sono positivi, negativi o neutrali in modo da affinare i messaggi chiave e coinvolgere il pubblico in modo più efficace.

Confrontatevi con la concorrenza: confrontate i vostri share of voice con quelli dei concorrenti chiave nel panorama globale dei media.

Siete impegnati a creare campagne e messaggi a supporto dell'immagine della vostra azienda e dei vostri obiettivi mediatici. Per determinare con esattezza il vostro successo e comprendere la conversazione globale, è necessario analizzare i risultati non solo attraverso le fonti di informazione tradizionali, quali stampa e radiotelevisione, ma anche attraverso i contenuti web, blog e message-board allo scopo di delineare un quadro completo.

Dow Jones Insight vi aiuta a visualizzare la copertura mediatica nel contesto delle tematiche che danno impulso al vostro mercato e di correlare queste informazioni ai risultati aziendali. Un'analisi più approfondita dell'immagine trasmessa dalla vostra azienda consente di sviluppare strategie specifiche per migliorarla e definire le strategie di comunicazione necessarie a spingere le vendite, incrementare i ricavi e raggiungere gli obiettivi economici prefissati.

Grazie all'alta qualità dell'analisi dei media offerta da Dow Jones Insight è possibile:

tracciare gli elementi che influenzano la vostra immagine aziendale
comprendere tempestivamente problematiche e tendenze per agire di conseguenza

visualizzare gli hotspot nella copertura mediatica

garantire una misurazione accurata e affidabile dei media

Proteggere i budget e misurare il ritorno degli investimenti nelle campagne

Dow Jones Insight utilizza una raccolta globale di media tradizionali e sociali tra le più complete al mondo, con contenuti in 22 lingue:

Notizie e analisi provenienti dalle fonti di informazione tradizionali più autorevoli, compresi giornali locali e nazionali, riviste di attualità e di settore, servizi di newswire e comunicati stampa.

Aggiornamenti sulle ultime mode e tendenze definite dai consumatori e dalle riviste di stile.

Notiziari Web provenienti dai siti più influenti del mondo.

Opinioni e commenti presenti nei blog e nei message-board che fanno notizia su Internet.

Trascrizioni delle trasmissioni radio e televisive di ben 80 Paesi in 5 continenti.

Content on Demand permette di aggiungere ulteriori fonti di informazione, compresi contenuti interni ed esterni.

Dow Jones Insight

Actionable Intelligence per strategie di comunicazione proattiva

La focalizzazione sui media e le misurazioni vengono elaborate individualmente per ciascuna azienda. Gli esperti del Media Lab di Dow Jones Insight collaborano con i clienti per creare soluzioni personalizzate che garantiscano risultati accurati e di alta qualità.

Il Media Lab offre:

esperienza comprovata nell'analisi dei media e dell'immagine

competenza nel tradurre le richieste in misurazioni

personalizzate e immediatamente utilizzabili

successo garantito con oltre 2.000 clienti.

conoscenze linguistiche per ottenere una visione globale partendo da una prospettiva locale.

I moduli per l'analisi dei media di Dow Jones Insight consentono di ottimizzare le strategie di comunicazione:

Portavoce: valutate l'efficacia della copertura dei vostri portavoce e di altre figure in grado di influenzare il vostro settore.

Aziende: confrontate la copertura mediatica della vostra azienda con quella della concorrenza per comprendere meglio il mercato globale.

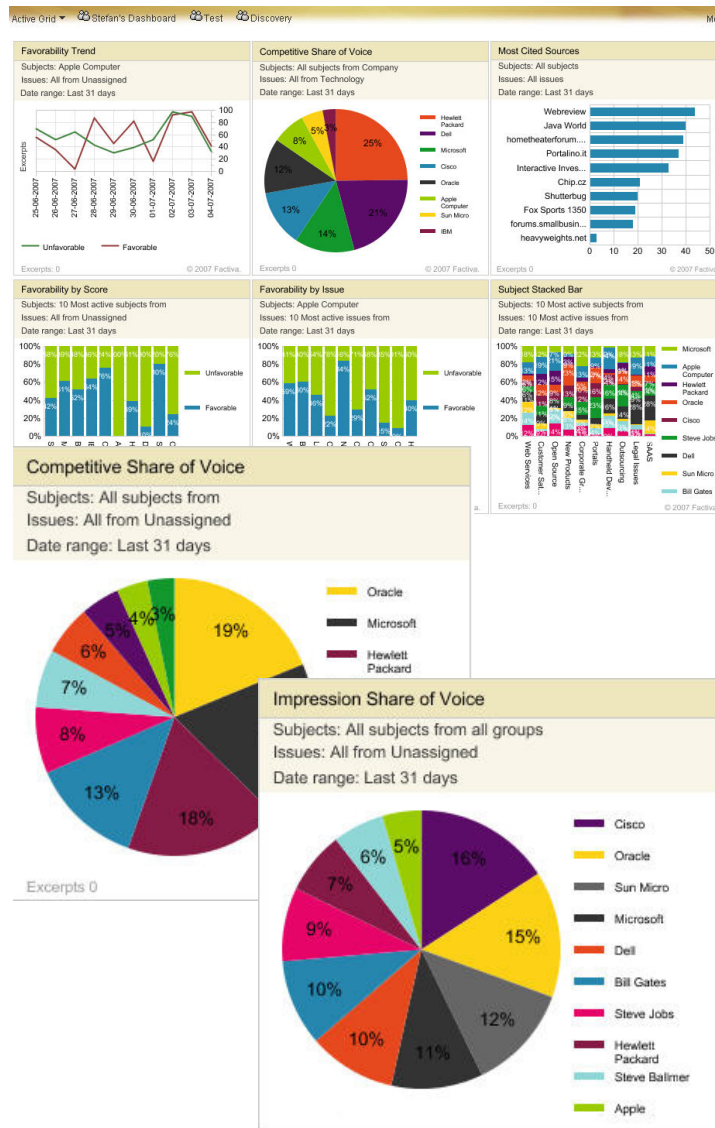
Marchi: verificate se il vostro marchio viene percepito positivamente e visualizzate gli hotspot per ottimizzare l'uso dei media.

Messaggi: misurate la penetrazione dei vostri messaggi nelle pubblicazioni chiave per scoprire i veicoli più efficaci.

Analisi delle tematiche: visualizzate una sintesi dei fattori chiave e confrontate la vostra azienda e la concorrenza a livello locale e globale.

Scoperte: individuate le tendenze chiave o le minacce alla vostra immagine e le sedi di discussione di queste tematiche per agire tempestivamente e influenzare i risultati.

Servizi del Media Lab: ricevete Executive Report mensili o trimestrali che riassumono le misurazioni delle prestazioni chiave in un formato di immediata lettura. I report vengono personalizzati in base alle vostre esigenze, evidenziando indicatori e questioni di primo piano per consentirvi una chiara lettura, ad esempio Consumer-Generated Media Analysis, Campaign Performance Metrics e Editorial Favorability Analysis.



Con le sue analisi condotte in tempo-quasi-reale e presentate sotto forma di dashboard flessibili e definibili dall'utente, Dow Jones Insight offre ai clienti un servizio di intelligence con accesso completo ad articoli, siti web e blog sottostanti. Le opzioni di workflow flessibili consentono di condividere le informazioni con l'alta dirigenza.

Richiedete ulteriori informazioni contattando oggi stesso un responsabile del servizio clienti o visitando il sito web www.solutions.dowjones.com/insight