

Roberto Marmo
Giuseppe Lavallo



Social Media Mining dei mercati esteri

Trovare informazioni nei social media per pianificare le azioni sui mercati internazionali

INDICE

Prefazione, a cura di Rita Bonucchi

Introduzione

1. Cosa vuol dire internazionalizzare

Perché internazionalizzare

L'importanza di avere un piano per l'estero

Il Piano Export

2. Cosa sono i social media

Principali definizioni

Diffusione nel mondo

Principali social media

3. Preparare la ricerca di informazioni

Organizzare l'ambiente

Determinare gli obiettivi

Limitazioni da privacy

Proteggere i file

Facebook si adegua alle visite

Gestire le traduzioni di lingue

Ordine delle operazioni

Codice della nazione

4. Tipologie di informazioni estraibili

Tipologie di informazioni

Aziende

Persone

Prodotti/Servizi

Enti pubblici, associazioni di settore

Luoghi

Servizi professionali

5. Alcuni esempi

Esempio 1: vendere borse da donna a Londra

Esempio 2: analisi di concorrenza

Esempio 3: trovare un negozio in cui vendere

Esempio 4: trovare un consulente

Esempio 5: trovare un buyer

Esempio 6: vendere un erpice rotante

Esempio 7: pagina Facebook multi lingua

Esempio 8: co-creazione del prodotto

Esempio 9: Analisi delle visite sui propri canali

Esempio 10: Facebook MarketPlace

6. Riepilogare i risultati

Semplici analisi

Piano Export

Analisi SWOT

Documentare le ricerche svolte

Il check-up Export

7. Passare all'azione

Conclusioni

Bibliografia

Appendice: fonti di informazioni sull'export

Prefazione

“Facebook o VK?”, “Come funzionano i social in Russia o in Estremo Oriente?”, “Quali strumenti dei social media possono migliorare la ricerca di mercato in una particolare area geografica all'estero?”, “Ma il social media può aiutarmi anche nell'organizzare l'export dei beni industriali?”.

La risposta a queste domande non si trova così facilmente nei corsi di export management e nemmeno nella letteratura corrente.

Dal mio punto di osservazione, come consulente di management specializzato in internazionalizzazione ed export digitale, ho avuto spesso l'occasione di verificare quanto l'intersezione tra l'insieme degli esperti di social media e quello degli esperti di export sia poco popolata.

La coscienza della necessità e dell'importanza dell'utilizzo del social media nelle strategie pubblicitarie e di vendita per l'export è crescente e condivisa, ma manca spesso la conoscenza, insieme alla competenza e all'abilità, per realizzare progetti export completi con un corretto approccio in grado di sfruttare anche le informazioni offerte dai social media per fare ricerche e analisi di mercato.

I nuovi professionisti che si avvicinano ai temi dell'internazionalizzazione hanno oggi più occasioni di maneggiare gli strumenti di social media marketing per l'internazionalizzazione, ma nei percorsi formativi raramente è possibile dedicare tempo sufficiente a un tema vasto e in continuo aggiornamento.

La crescente complessità del mondo social, sconvolto da continue e veloci rivoluzioni/innovazioni, non aiuta chi deve continuamente confrontarsi con budget limitati e dimensioni aziendali ridotte. Sul fronte dei fornitori di servizi, modelli di business in continuo cambiamento, cicli di vita velocissimi di marche e servizi, guru o presunti tali non aiutano le aziende a comprendere e i professionisti a essere incisivi.

Il nostro mondo non è certo globalizzato e omogeneo nelle caratteristiche e uso dei social media, questo e-book ha il merito di proporre un approccio diverso all'utilizzo dei social media utilizzando le informazioni che gli utenti condividono per scovare nuove opportunità di business, aiuta a orientarsi con strumenti di immediata applicazione e indicazioni pratiche, senza dimenticare il necessario inquadramento degli strumenti di base della pianificazione export.

Il lavoro degli autori, quindi, è un aiuto prezioso sia per gli export manager sia per i professionisti dell'internazionalizzazione, che certamente sapranno integrarlo nel tempo con i dovuti aggiornamenti e con le tendenze in tema di export digitale.

Rita Bonucchi

Rita Bonucchi è consulente di management certificato (CMC), esperta formatrice ed è stata tra i coordinatori della TEM Academy di ICE. Dal 1994 è amministratore di Bonucchi e associati srl, società di consulenza specializzata nel marketing internazionale. Esperta dei mercati del Sudest Asiatico, coordina le attività di Bonucchi e associati a Singapore ed è co-fondatore di TP Tiger Project Consulting in Malaysia. Riferimenti staff@bonucchi.com <http://www.bonucchi.com>

QUARTA DI COPERTINA

L'export italiano cresce a ritmi importanti, per trarne vantaggio non bisogna sbagliare la scelta del mercato estero in cui esportare.

Questo trattato spiega le principali tecniche di Social Media Mining per estrarre informazioni dai Social Media con cui completare il piano export, documento necessario per individuare la corretta strategia per il processo di internazionalizzazione verso il mercato estero di interesse.

Roberto Marmo, Professore a contratto presso Università di Pavia, Facoltà di Ingegneria. Svolge attività di formazione e consulenza per aziende interessate all'estrazione e analisi dei dati da internet sito <http://www.robertomarmo.net> profilo LinkedIn <https://it.linkedin.com/in/robertomarmo/it> email info@robertomarmo.net

Giuseppe Lavallo, Temporary Export Manager specializzato in percorsi di internazionalizzazione delle PMI con particolare focus su lusso accessibile e Medio Oriente. Profilo LinkedIn <https://it.linkedin.com/in/giuseppelavalleexportmanager> email g_lavalle@hotmail.com

Su <http://bit.ly/librimarmo> è disponibile la copertina, indice, descrizione del contenuto, link per acquisto in versione ebook o carta. Nella pagina Facebook <https://www.facebook.com/socialmediamining> link, approfondimenti, eventi cui partecipiamo e tanto altro.

PAGINA WEB <http://www.robertomarmo.net/social-media-mining-estero.html>

EBOOK IN VENDITA SU:

- [Amazon](#)
- [StreetLib](#)

LIBRO IN VENDITA SU:

- [StreetLib](#)