

ifMonitor garantisce acquisizione automatica e mirata di informazioni quotidiane

Monitoraggio Web: strategico per le aziende

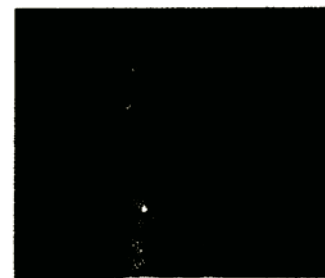
Il reperimento e l'analisi di informazioni online sta assumendo un ruolo sempre più importante per il supporto delle attività di business intelligence e di marketing di un'azienda. Informazioni tempestive e precise sulle azioni dei competitor, sugli andamenti dei mercati di riferimento, sullo sviluppo di certe tecnologie rappresentano uno strumento fondamentale per le scelte strategiche aziendali. Nel settore del Marketing, è ormai fondamentale tener conto della crescita esplosiva degli 'user generated media', ovvero newsgroup, forum e blog (questi ultimi ormai oltre 60 milioni). Essi accrescono il potere dei consumatori, che possono esprimere e condividere opinioni su prodotti/servizi/marchi e influenzare altri navigatori e altri potenziali consumatori (viral marketing). È a queste esigenze che risponde in forma originale l'innovativo servizio ifMonitor per il monitoraggio quotidiano anche di migliaia di sorgenti informative online e per il reperimento, filtraggio, classificazione ed analisi delle notizie trovate. 'ifMonitor' consegna agli utenti del servizio solo le notizie effettivamente utili alle loro esigenze, creando report via mail o avvertendoli via Sms. È possibile inoltre accedere al servizio anche tramite dispositivi mobili, rimanendo costantemente informati in qualsiasi luogo e momento. Frutto della sinergia di tecnologie innovative di analisi concettuale dei testi sviluppate dal Laboratorio di intelligenza artificiale dell'Università di Udine, 'ifMonitor' è la punta di diamante di infoFactory, il primo spin-off aziendale dell'Ateneo nel campo dell'Ict, insediato presso il Parco tecnologico 'Luigi Danieli' di Udine e presieduto dal prof. Carlo Tasso, preside della Facoltà di Scienze matematiche



Paolo Omero, amministratore di infoFactory

fisiche e naturali, che nell'84 ha creato il Laboratorio di ricerca. Uno dei punti di forza del nostro sistema – spiega il prof. Tasso – sta nel fatto che i documenti trovati da 'ifMonitor' hanno un indice di accuratezza del 95% rispetto alle prestazioni dei normali motori di ricerca, che è del 30% circa. Questo perché – aggiunge il prof. Tasso – la ricerca non si fonda su una parola chiave, ma sull'analisi concettuale dei documenti. I tradizionali motori di ricerca sono in effetti il migliore strumento per una ricerca rapida (ma imprecisa) di informazioni, mentre infoFactory fornisce tecnologie per un servizio personalizzato e di alta qualità per il reperimento automatico, la selezione e l'analisi delle informazioni online adatto alle esigenze delle aziende e non del singolo utente. Ma quali sono i 'desiderata' non sempre espressi che 'ifMonitor' ha saputo cogliere anzitempo ponendosi all'avanguardia? Diversi, come spiega Paolo Omero, amministratore e responsabile tecnico di infoFactory. Oltre alla rassegna stampa personalizzata, il monitoraggio della reputazione, quello tecnologico e l'analisi della concorrenza. Per quanto riguarda la reputazione – aggiunge – spesso le opinioni nascono e si sviluppano proprio sulla Rete: un articolo in un sito, un commento in un blog, un intervento in un forum. Sapere sempre cosa pensa la gente del proprio prodotto servizio o marchio è fondamentale (reputation management). Sono conoscenze che, monitorate automaticamente da 'ifMonitor', supportano il marketing aziendale con dati concreti e informazioni aggiornate. Consentono inoltre tempestivi interventi per salvaguardare l'immagine aziendale nel caso si diffondano disinformazioni. Per le aziende che lavorano con determinate tecnologie – prosegue Omero – è cruciale conoscere la loro evoluzione. 'ifMonitor', controllando 24 ore su 24 ogni novità e tendenza, offre l'opportunità di essere sempre all'avanguardia. La chiave del successo di qualsiasi attività, inoltre, è la conoscenza del mercato e della concorrenza. È per questo che 'ifMonitor' è stato studiato anche per monitorare tutte le informazioni relative ai concorrenti, al lancio di nuovi prodotti o nuovi materiali, al trend della loro reputazione, all'apertura di una nuova filiale. 'ifMonitor' entra in azienda in tempo reale, in modo facile, mobile, conveniente (si pensi solo alla riduzione dei tempi e dei costi di gestione di un

monitoraggio che, se fatto manualmente, sarebbe lungo, faticoso e parziale) ed anche con la capacità di 'parlare' il linguaggio dell'economia. Infatti – puntualizza il prof. Tasso –, il servizio di infoFactory effettua analisi statistiche sulle informazioni trovate, fornendo ulteriori notizie come il grafico della pressione mediatica. In sostanza, la completezza delle informazioni necessarie al cliente tradotte in percentuali, 'torte', diagrammi di immediata evidenza e lettura. Non paga dei brillanti risultati già acquisiti, infoFactory continua a mantenere nel suo Dna lo spirito del Laboratorio da cui è nata, affinando continuamente la ricerca e traducendola in servizi. Di ultimissima generazione è il software di 'Sentiment analysis', grazie a cui 'ifMonitor' sarà in grado di 'capire' e segnalare automaticamente se un testo sta parlando bene o male di qualcosa o qualcuno. Su questo tracciato anche gli studi per rendere sempre più avanza-



Il prof. Carlo Tasso, presidente di infoFactory e preside della Facoltà di Scienze matematiche fisiche e naturali dell'Università di Udine

to il sistema nella sua capacità di 'pesare' ogni notizia in base alla popolarità e credibilità della sorgente online in cui si trova. Tra i suoi clienti oggi infoFactory annovera pubbliche amministrazioni e importanti aziende di diversi settori. 'ifMonitor' è un servizio in abbonamento che infoFactory personalizza in base alle esigenze dei suoi clienti.