

Le soluzioni Volocom

per le attività di Marketing Intelligence

Il processo di raccolta ed analisi integrata delle informazioni sul contesto economico e sociale (andamento dell'economia, analisi della competition, evoluzione della domanda) nel quale si opera per garantire la tempestività delle scelte strategiche è tradizionalmente un pilastro dell'attività di marketing.

Negli ultimi anni lo sviluppo esponenziale di Internet ha spostato il problema dalla semplice disponibilità delle informazioni alla capacità di acquisizione e alla qualità delle informazioni e soprattutto alla velocità con cui queste vengono tradotte in azione.

Uno dei punti critici risulta essere la capacità di gestire la rilevante mole di informazione accessibile, dove per *gestire* si intende il saper trovare e riconoscere le informazioni rilevanti e riuscire a integrarle in modo opportuno nello specifico contesto di analisi.

In particolare occorre :

- Armonizzare contenuti provenienti da fonti diverse
- Garantire la reperibilità delle informazioni
- Garantire la consistenza dei contenuti
- Rendere immediatamente disponibili nuove fonti di informazioni
- Minimizzare i tempi di accesso
- Fornire informazioni personalizzate secondo le necessità del singolo utente

Emerge quindi l'esigenza di disporre di strumenti evoluti in grado di supportare il processo di trasformazione delle informazioni in "conoscenza gestionale" e in capacità di rispondere rapidamente a stimoli provenienti dall'interno o dal mercato al fine di migliorare ulteriormente il posizionamento competitivo della Società.

Peraltro le fonti di informazioni cui la Direzione Marketing ha la necessità di accedere sono tra loro fortemente eterogenee, ad esempio :

- interne o esterne
- libere o a pagamento
- strutturate, semistrutturate o non strutturate

Alcuni esempi di tipiche tipologie di fonti sono:

- Letteratura italiana e straniera (Pubblicazioni, Working Papers, Atti di convegni, etc.),
- Stampa italiana e straniera (quotidiani, stampa specializzata, periodici, etc.)
- Confronto (Benchmarking e Case Study) con i principali concorrenti relativamente a :
 - Profili societari
 - Strutture Organizzative

- Prodotti / mercati
- Posizionamento competitivo
- Informazioni e statistiche in merito a:
 - Trend di sviluppo dei mercati di riferimento
 - Rapporti di settore.

Tale variabilità di ambiti di interesse rende difficile individuare a priori in modo esaustivo e dato l'insieme delle fonti da cui attingere le informazioni necessarie ad una adeguata copertura del fabbisogno informativo del marketing.

Si rende quindi necessario integrare, in una unica soluzione, strumenti di ricerca e acquisizione di informazioni da fonti eterogenee (sia in termini di forma che di contenuto) con strumenti in grado di supportare l'utente nella successiva selezione e organizzazione di tali informazioni.

A tale scopo, Volo.com propone la piattaforma VoloFrame, che integra funzionalità di acquisizione di flussi esterni (mediante appositi connettori), un sistema di indicizzazione e ricerca basato su avanzati modelli statistico-probabilistici e una serie di servizi finalizzati alla selezione e organizzazione di informazioni non strutturate e semi-strutturate.

I servizi messi a disposizione dalla piattaforma VoloFrame consentono dunque di:

- acquisire documenti da una gamma eterogenea di flussi e formati;
- estrarre rapidamente informazioni rilevanti da insiemi di documenti non strutturati (motore di ricerca concettuale);
- creare correlazioni tra documenti al fine di avere la visione più completa del contesto che si sta analizzando (related document e related topic);
- profilare gli interessi degli utenti e proporre automaticamente (in modalità *push*) documenti che abbiano un'attinenza con i relativi profili di interesse

Le funzionalità VoloFrame non si limitano al solo processo di reperimento delle informazioni, ma espandono il supporto anche alla fase più delicata di analisi delle informazioni acquisite.

In particolare VoloFrame fornisce funzionalità di raggruppamento in “cluster” (collezione di documenti simili rispetto a ciascun oggetto nello stesso insieme) per identificare subset di documenti che contengono tratti comuni.

Gli insiemi sono estratti dinamicamente sulla base dei concetti espressi nell'insieme di documenti medesimo, senza che vi sia bisogno di alcuna definizione preventiva delle categorie. Gli insiemi sono pertanto sempre aggiornati sulla base dei contenuti.

Attraverso questa funzionalità è possibile individuare con facilità quali sono i principali concetti e temi che emergono ricorrentemente all'interno di un insieme di documenti, nonché segnalare eventuali “nuovi” concetti all'interno di un dato insieme..

La funzionalità di clustering è un notevole valore aggiunto per minimizzare i tempi necessari per l'analisi e quindi aumentare la tempestività delle scelte strategiche.