



GRUPPO TIM

Dimensione social & web 2016

Milano, 11 ottobre 2016

Network: oltre i social

La cultura del dato a servizio dell'azienda

Federico Ascari

Digital Communication Team



Una strada partita da lontano



2008: primo progetto social: avoicomunicare

2009: primo ecosistema social

2010: la presenza social viene integrata sul sito corporate

2011: primo adv crowd-sourced



2015: primo progetto di branded journalism

2016: data intelligence department

Social advertising: storytelling e coinvolgimento creativo del network



TIM data room



I vantaggi di un approccio data driven

TRADITIONAL MARKETING

vs

DATA DRIVEN MARKETING

I criteri di segmentazione del target sono basati su dati soggettivi e dati superficiali

I criteri di segmentazione del target sono limitati, solitamente a pochi fattori demografici

La classificazione e l'ordine di priorità delle azioni di marketing non viene effettuata in real time e deriva da dati e sondaggi spesso obsoleti

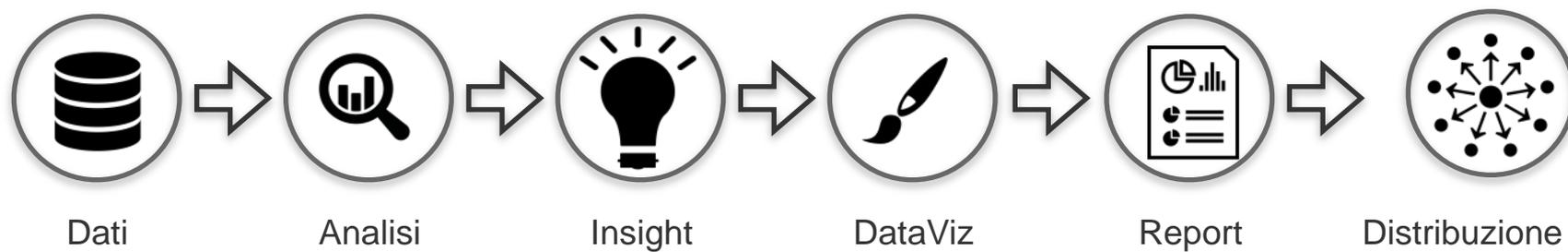
I criteri di segmentazione del target sono basati sugli insight provenienti dai dati

I criteri di segmentazione del target sono guidati dal dato e permettono di creare dei sotto-cluster accomunati da caratteristiche e interessi simili in un particolare momento

La classificazione e l'ordine di priorità delle azioni di marketing viene effettuata in real time e deriva da una serie di dati specifici preventivamente analizzati

L'importanza dei BigData: dal dato all'informazione

Il vero valore dei social big data sta nella capacità di contestualizzarli e comprenderli, per estrarre degli insight che diano al brand un vantaggio competitivo in termini di processo e velocità decisionale



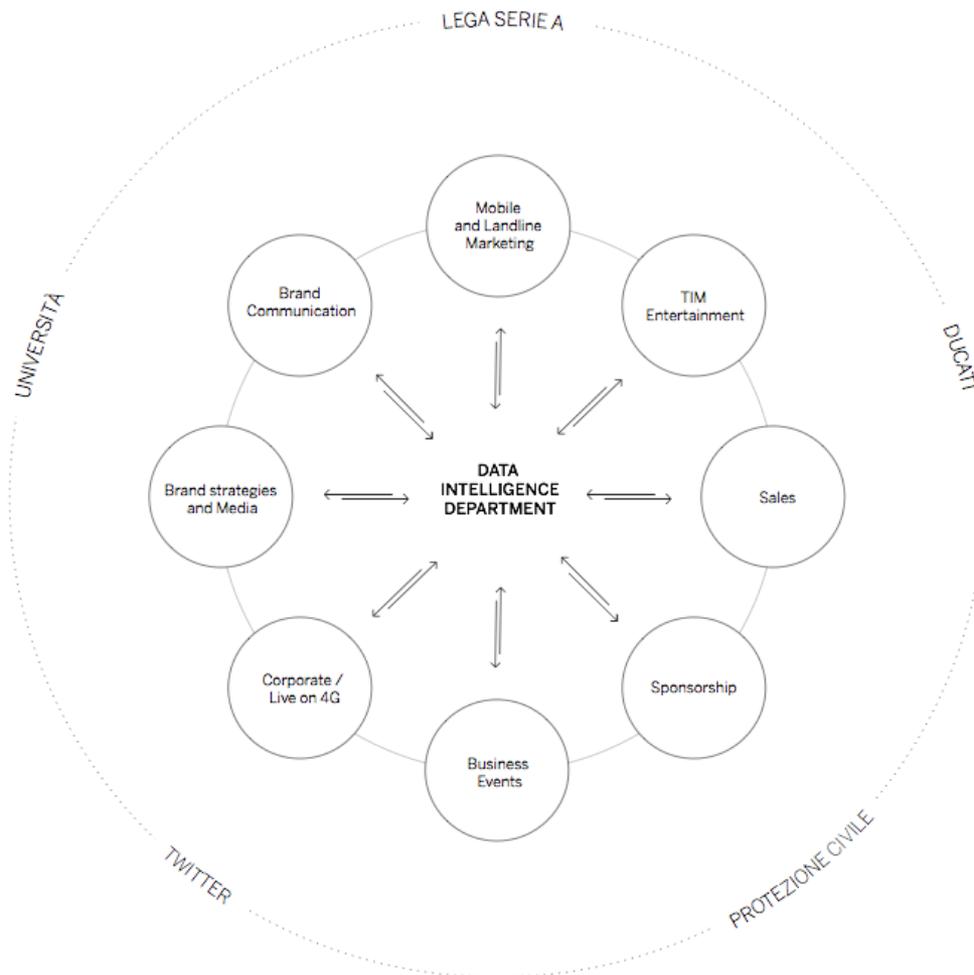
Il DID crea valore dentro e fuori l'azienda



CONSUMER
INSIGHTS



DECISIONI DI
BUSINESS



LA SFIDA

Non farsi sopraffare dai volumi selezionando metodologie di raccolta e analisi adeguate

Il team



DIGITAL ANALYST

Real-Time Analysis

Monitoring models

Behavioral patterns

Data Extraction



DATA SCIENTIST

Social Network Analysis

Insight Discovery

Algorithm Generation

Data Mining

Cluster Building



DATA RESEARCHER

Online Surveys

New business models
designers



DATA VIZ EXPERT

Data Visualization

Infographics

Video Infographics



DIGITAL STRATEGIST

Insight elaboration

Data Driven Strategies

Crisis Management



CONTENT MARKETING MANAGER

Content experts

Data Driven Editorial Plan

Community Management



ART DIRECTOR

Advertising contents

Graphic Formats

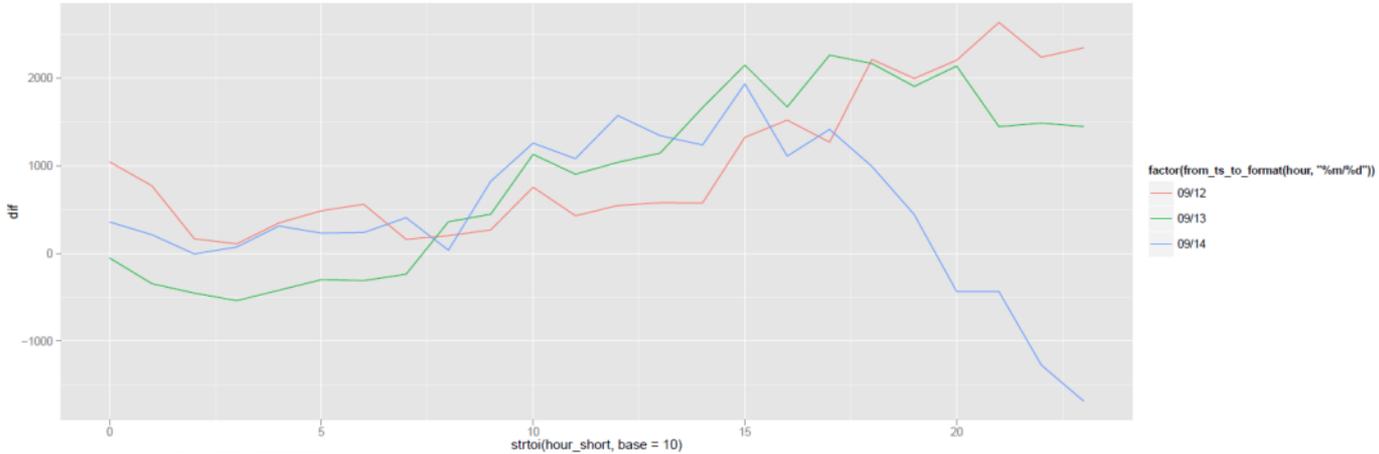


MEDIA SPECIALIST

Advertising specialist

Targeted Audience

Come cambia il dopo-evento



Oltre i social, destinazione tv

Rai 2 Giovedì 9 e giovedì 16 giugno
dopo Emozioni

RICORDAMI I PROSSIMI EPISODI

START! LA VITA A PORTATA DI APP

Viaggio in compagnia di Federico Russo e Francesco Mandelli
alla scoperta dei migliori servizi digitali sviluppati da startup italiane



liveontim.tim.it/iniziativa/Start#

La passione per il calcio vissuta con i dati



500k
Download dell'app

Le caratteristiche dell'app

APP dedicata con la migliore UX possibile

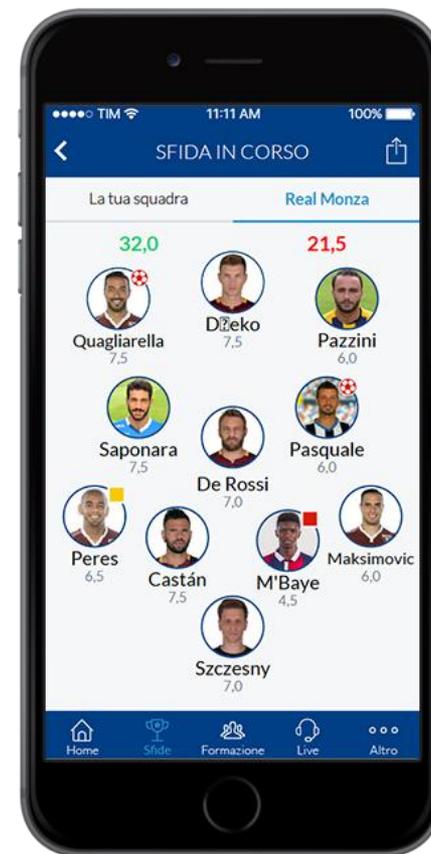
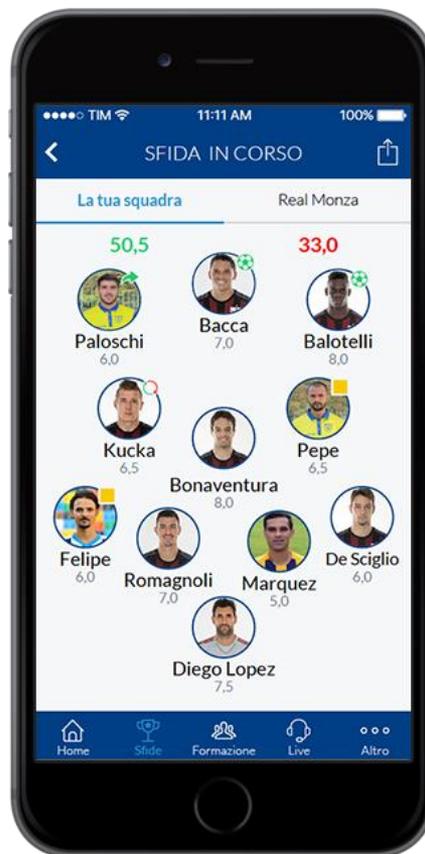
Voti real-time data-driven

Sostituzioni real-time

Possibilità di sfida real-time tra amici

Marketplace always-on durante tutta la stagione

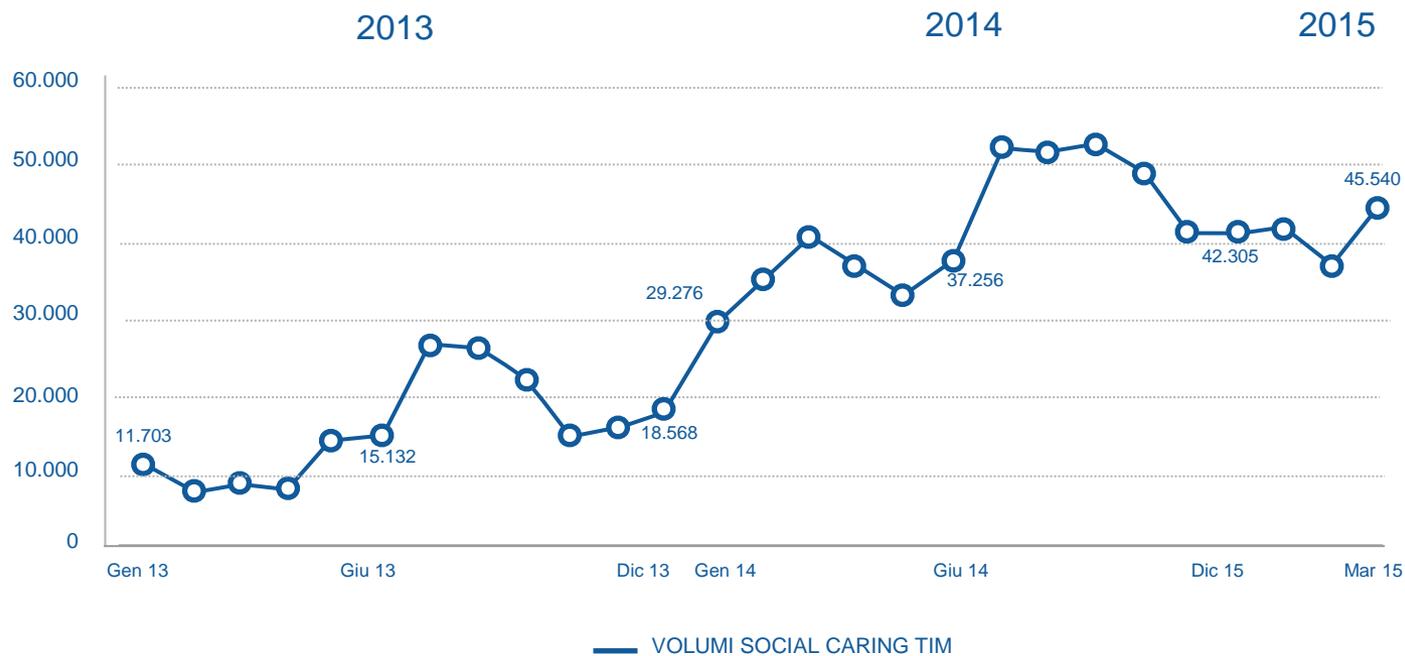
Meccaniche studiate per aumentare engagement anche a campionato in corso (azioni di growth-hacking)



Un nuovo modo di giocare un nuovo modo di vivere il calcio



Social caring





Grazie



Federico Ascari
[linkedin.com/in/federicoascari](https://www.linkedin.com/in/federicoascari)