



Alessandro Bagnato

Blogger/Digital Content Creator



Ceo di blogalmente.blog

(se ancora non l'hai fatto, iscriviti gratuitamente alla mia newsletter, e avrai aggiornamenti, consigli, news, risorse gratuite sulla tua mail)



Come si influenza il tuo insight

Caso studio di BlogAlMente

"BLOGALMENTE"
COME SI INFLUENZA IL TUO INSIGHT



www.blogalmente.blog

Quando il trend topic supera la tua immaginazione!

**Studiamo il caso del compleanno di
Diletta Leotta.**



Prima di svelarti la lite motive di questo caso studio, ti spiego, in caso tu non lo sappia, cos'è un "Insight".

Insight

Con questo termine di chiara radice anglosassone, s'intende in psicologia la percezione netta e immediata di fatti esterni o interni, ci consiglia "Wikipedia".

In parte, il significato del termine è stato preso a tema dagli sviluppatori di Facebook, per indicare i dati raccolti sulla propria piattaforma, o su quelle raccolte dalle piattaforme di *Mark Zuckerberg*. Infatti, a oggi, i dati statistici di Facebook, di Instagram, e degli altri social, sono definiti appunto "Insight".

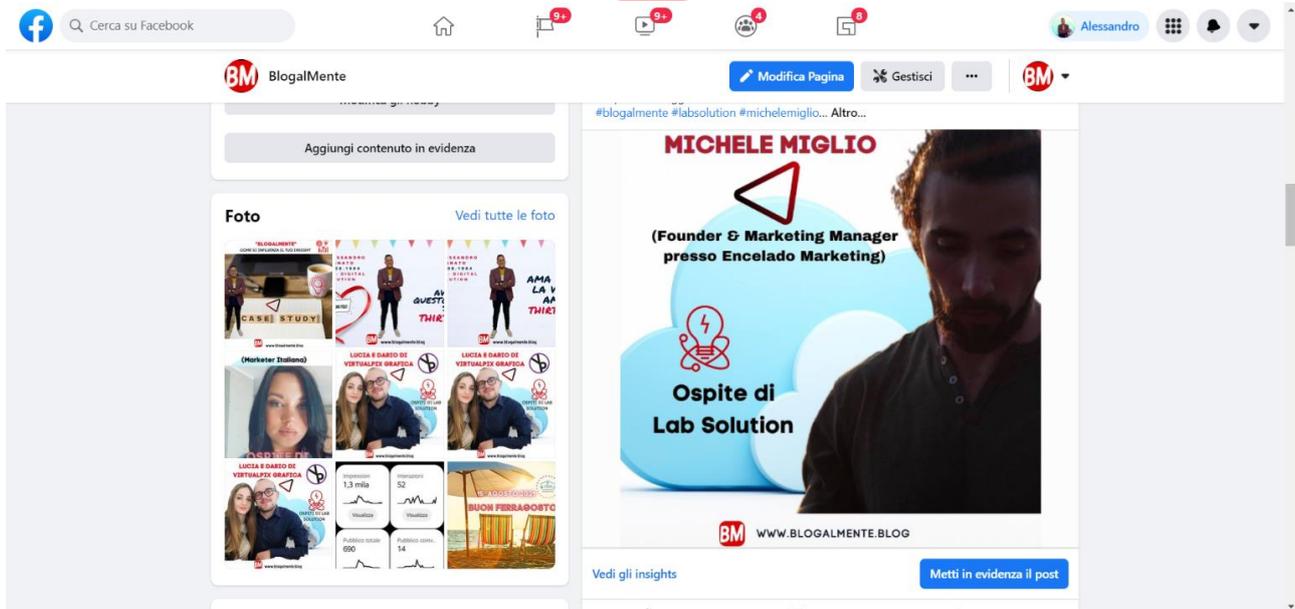
Quali sono i punti focali di questi insight?

S*tudia bene il tuo insight.*

Ad esempio Facebook, raccoglie ogni giorno dati sulle sue piattaforme. È in grado di dirci, quante persone visualizzano un post, quanti lasciano una reazione e quanti fanno click sul link condiviso.

Ci dice anche la corrente demografica di un post, ossia, l'età media di una persona che ci segue, il suo paese d'origine o di provenienza, e addirittura divide il consenso sulla tua pagina ufficiale, tra sostenitori di sesso maschile e di sesso femminile.

Tutti i dati, che puoi visualizzare oltre che su ogni post della tua pagina, grazie al tasto in blu "**Vedi Insight**", come da immagine che segue...



*Anche grazie a Creator Studio – tool ufficiale di Facebook
A breve tratterò il tool di Facebook proprio su questo blog.*

Mentre su Instagram:

Puoi visualizzare questi dati grazie al tasto “Vedi Insight” come da immagine che segue..



Oppure...



Dal tuo profilo, sul tuo smartphone, clicca su “Dati statistici” come puoi vedere dall’immagine che ti inoltra...



Anche su Instagram, puoi avere tantissime informazioni utili sui sostenitori dei tuoi post, delle tue stories. Info che ti aiutano a far migliorare la presenza sui social.

Ma a questo tipo di argomento daremo spazio a breve.

Quindi, ti chiederai ora, ma come si influenzano questi dati. Non esiste un modo univoco, ma ci sono tante modalità che possono influire in positivo o in negativo un “**Insight**”, soprattutto quando, l’argomento che hai scelto è considerato di tendenza su tutti i social.

Anzi, i buoni masticatori del tema, direbbero, ragazzi si tratta di un argomento in “*Trend Topic*”, ossia in massima tendenza. Spesso sentiamo queste parole, anche mentre seguiamo i programmi che più ci piacciono in televisione.

Qui entra in gioco il caso dell’ormai famoso trentesimo compleanno della giornalista, showgirl, **Diletta Leotta**, caso che mi ha permesso di realizzare la ricerca che qui ti presento e soprattutto mi ha fatto vedere un sentiero che avevo solo ipotizzato con mie congetture personali ma senza dati reali e certi.



Tutti i media ne parlavano, con titoli da prima pagina e milioni di persone si sono riversate sui social per commentare la vicenda, su questo fermo immagine, divulgato dalle testate giornalistiche, che ha fatto subito il giro del web.

I termini chiave di questo caso erano:

- **Compleanno diletta Leotta**
- **Diletta Leotta**
- **Donne lampadario alla festa di Diletta Leotta**

. Queste chiavi che, in gergo vengono “**Keywords**”, permettono a un post di ottenere una maggiore visualizzazione. Sia in termini di ricerca su un aggregatore di contenuti come “**Google**”, e sia in termini di un post su un social network.

Ma queste modalità, devono essere usate con un certo criterio, altrimenti si rischia di fare l'effetto contrario. Lo stesso Google ti consiglia di non usare troppo spesso il termine chiave, nel tuo articolo, per evitare che questo non venga riconosciuto come contenuto di valore.

Molte agenzie e molti influencer lavorano proprio su questo elemento. Parlare sempre di un argomento in trend topics. Avranno le loro buoni ragione, ma non sempre si tratta di argomenti con contenuti di qualità, anzi si ravvede l'effetto contrario.

Detto ciò, anch'io mi sono permesso di pubblicare un post sulla vicenda e se l'hai perso lo puoi guardare e leggere da qui <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1022344553559725&set=a>



[.3670600216323](#). Pubblicato anche sul mio profilo personale di Instagram.

Un post con delle parole, con delle chiavi di lettura studiate, per fare in modo che prendesse l'attenzione. **Infatti, così è stato**. Tanti i messaggi di approvazione del mio enunciato e tanti che mi invitavano a non commentare tali episodi. Ma nessuno di essi è riuscito a comprendere il mio obiettivo con quel post.

Volevo capire come si può influenzare un dato statistico, grazie all'utilizzo di termini e parole mirate ma che sono sulla bocca di tutti in quel preciso momento.

Ecco il caso studio ora:

Così è partito questo "Case Study" per dirla in termini anglosassoni, che mi ha dato modo di trovare alcuni spunti veramente interessanti. *Spunti che ora parto alla tua attenzione.*

Va premesso che all'interno del post oltre a usare termini come "*Diletta Leotta*", ho aggiunto anche l'hashtag #afghanistan, altro argomento in massima diffusione in quelle ore.

Ebbene su "Instagram", sul mio profilo personale, ciò ha causato un aumento di visualizzazioni e di interazioni sul post.



I numeri alla data attuale dicono che: (sul post)



- 7.692 account raggiunti
- 8.209 impressioni sul post
- 7.241 dal profilo
- 638 dagli hashtag
- 163 da esplora
- 59 altri luoghi

Mentre sul fronte profilo negli ultimi sette giorni, i numeri dicono che:

- Account raggiunti 7.770 – un aumento del 6.715%
- 153 interazioni con i post

Cosa dimostrano questi dati?

Questi dati dimostrano, a mio avviso, che quando puntiamo a parlare di argomenti ritenuti di massimo dominio, il nostro profilo ha un aumento di visualizzazioni e interazioni. Ma in realtà, sono dati veicolati da un argomento che è sulla bocca di tutti e non da un valore reale per il tuo contenuto. Spesso infatti, basta mettere le parole chiavi giuste, con gli hashtag giusti, per ottenere un risultato più alto delle aspettative preposte.

Otterrai un aumento delle percentuali dell'insight, come dimostrato grazie ai dati sopra riportati, ma non vuol dire che il tuo contenuto sia stato perforante.

La maggior parte degli utenti, vanno a cercare grazie al tasto “cerca”, appunto, l'argomento che è di pubblico dominio. Scorrono la home e cercano quel post che gli offre una maggior empatia. Cliccano su, ma non vuol dire che leggono la descrizione che accompagna l'immagine, il post, il video.

Gli esperti dicono che la maggior parte degli utenti, scorrono il *Feed*, in questo caso di Instagram, alla ricerca di quel post che gli offre delle emozioni particolari. Ciò è influenzato, quando, si tratta invece di argomento di dominio pubblico.

Vedi e ottieni consenso, ma in realtà è truccato dalla magia che hai usato per costruire e per pubblicare quel post.



Conclusioni

Questo **“Case Study” – Caso Studio**, dimostra che la maggior parte delle persone che utilizzano questa nobile tecnica, hanno sicuramente un profilo visitato da un grande numero di persone. Dati che però riflettono l’atmosfera che si crea dietro a quel preciso argomento che in quel momento è in massima tendenza.

Dati che non si possono associare a un profilo di assoluta qualità, ma sono dati che documentano come un profilo possa essere riconosciuto da tutti, se quest’ultimo spara stories e post nel feed di *Instagram*, uniti al flusso crescente d’interesse di quel preciso argomento.

La maggior parte delle persone che seguiamo su *Instagram*, usano questa tecnica, per fare in modo che le persone si avvicinano al loro profilo. Ma ciò comporta sì un aumento di visualizzazioni o di impressioni, ma è vero anche che il tasso di coinvolgimento di quel preciso profilo, non subisce variazioni positive anzi, questo tasso, rimane pressoché invariato.

Infatti, molti influencer su Instagram, hanno numeri elevati di *Follower*, o di persone che commentano o mettono un like, una reazione. Ma allo stesso modo, molti di loro, hanno un **“Engagement”**, vale a dire, un tasso di coinvolgimento da bollino rosso.

Per comprendere quanto sia seguito un profilo, quindi, non basarti solo sul numero di follower, ma studiat i post che quest’ultimo inserisce sul suo feed, valuta le interazioni che ottiene e poi prendi le tue dovute considerazioni.

Come spesso si dice: *“Non è tutto oro ciò che luccica”*.

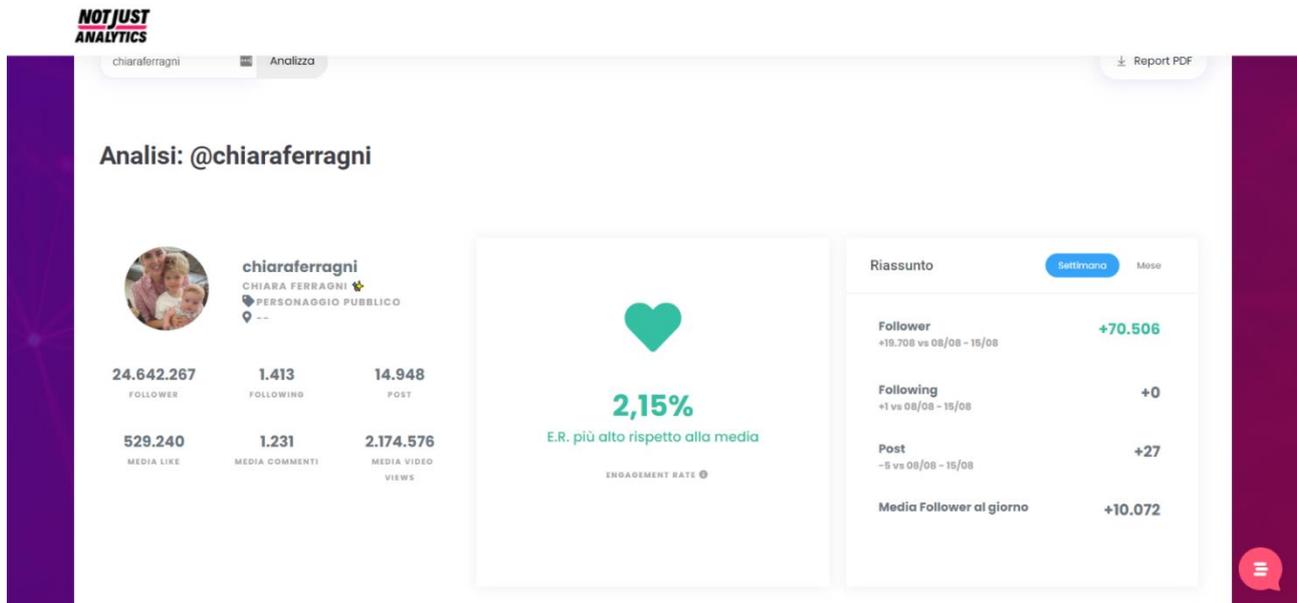
Esiste un’applicazione che mi aiuta a leggere questi dati?

Certamente. Non poteva mancare nell’epoca del web e del digitale, una piattaforma, un tool che ti aiuti a comprendere e leggere questi dati.

L’applicazione più in voga in questo momento è quella creata dagli sviluppatori di **“Ninja Academy”**, sto parlando di **“Not Just Analytics”**. App disponibile per *Android o per iPhone*. Applicazioni che è accessibile anche da computer, basta collegarsi a questo indirizzo <https://www.notjustanalytics.com/>. Qui usando la barra della ricerca,



e inserendo semplicemente il link del profilo che vuoi analizzare, oppure, il nickname del profilo che hai scelto, otterrai le informazioni utili alla ricerca, come da immagine che segue...



In questo caso, ho deciso di usare uno dei profili più visitati come quello dell'imprenditrice **Chiara Ferragni**. Profilo che non ha bisogno di presentazioni. *Puoi comunque inserire i profili che vuoi analizzare.*

La puoi usare per un periodo in prova gratuita e sin da subito ti mostrerà delle utilissime informazioni per il tuo scopo di ricerca.

Quindi la maggior parte delle volte, ci ritroviamo con numeri che non riflettono la qualità di un profilo, ma riflettono invece quanto sia bravo quel profilo ad accaparrarsi consensi. Infatti non è mistero che molti usano i gruppi di “**Scambio Like**” su Facebook per aumentare il consenso, oppure su *Instagram*.

Modalità questa che non produce una crescita costante della pagina, ma è sempre un fenomeno molto in voga.

Il mio consiglio?

Usiamo i social e facciamo post che ci permettono di avere un grande consenso in termini di pubblico ma non influenziamo questi dati,



mettendo elementi di grande impatto notorio. Ciò comporta una crescita rubata del tuo profilo ed anche un *Enegment truccato*.

Non prendere in giro il tuo pubblico e te stesso, racconta sempre la verità!

**DIGITAL ACADEMY - DA SETTEMBRE SU BLOGALMENTE
MIGLIORA IL TUO USO DEL DIGITALE è MIGLIORI TE STESSO!**

Alessandro Bagnato

Blogger/ Consulente Marketing

Social Media Manager

Digital Content Creator

CEO di **blogalmente.blog**