

Ⓟ B E L L I S S I M A I T A L I A

. SOMMARIO

. CONSIDERAZIONI ANALISI

. SENTIMENT E MENTIONS

. SENTIMENT E CANALI

. DETTAGLIO MENTIONS

. DETTAGLIO YOUTUBE

.AUTORI

CONSIDERAZIONI

- Belen in generale viene percepita in modo positivo (non si rilevano commenti negativi, tutt'al più neutrali), cosa che avviene in generale anche per il brand Bellissima.
- Su Instagram (che è il secondo social network Bellissima per performance), segnaliamo che Belen è un buon boost per i post in cui è presente, con alto numero di interazioni e commenti, quindi con un generale apprezzamento da parte dei followers. Quando i post su Instagram di Bellissima, non contengono Belen, le performance sono sensibilmente più basse.
Ne consegue che l'utilizzo del testimonial su IG è una buona scelta in termini strategici, perché essendo lei una influencer rilevante da 7.800.000 di follower, diventa naturalmente un supporto media.
- Su Facebook il ruolo di Belen non ha la stessa efficacia. Questo dipende da due fattori fondamentali:
 - 1) Assenza di investimenti ADV a supporto della comunicazione. Essendo la reach organica su Facebook prossima allo 0, qualsiasi comunicazione non viene spinta e valorizzata, ma soprattutto resa visibile, potenzialmente alla audience (quindi anche quella in cui Belen è presente).
 - 2) Belen su Facebook ha meno forza e meno presa sull'audience. I post che contengono in generale il tag "Belen Rodriguez" che hanno una reach più alta sono quelli legati a news e gossip.

Es: [ESEMPIO FB](#)

- YouTube è un canale interessante, perché emerge quanto spesso compaia il brand Bellissima in video tutorial, o video di recensioni, fatti da altri profili, che possono essere stati coinvolti direttamente dal cliente, o in alcuni casi, si siano mossi autonomamente. Da notare però che questi video performano meglio di quelli ufficiali di Bellissima, perché anche in questo caso l'assenza di investimento sul canale non sostiene la reach. Detto questo essendo il tema del tutorial hairstyle costantemente ricercato in rete, la produzione di questi contenuti mantiene una decente reach organica, derivante dal contenuto stesso.

DETTAGLIO SENTIMENT



Seleziona intervallo di date

ANALISI CONVERSAZIONI

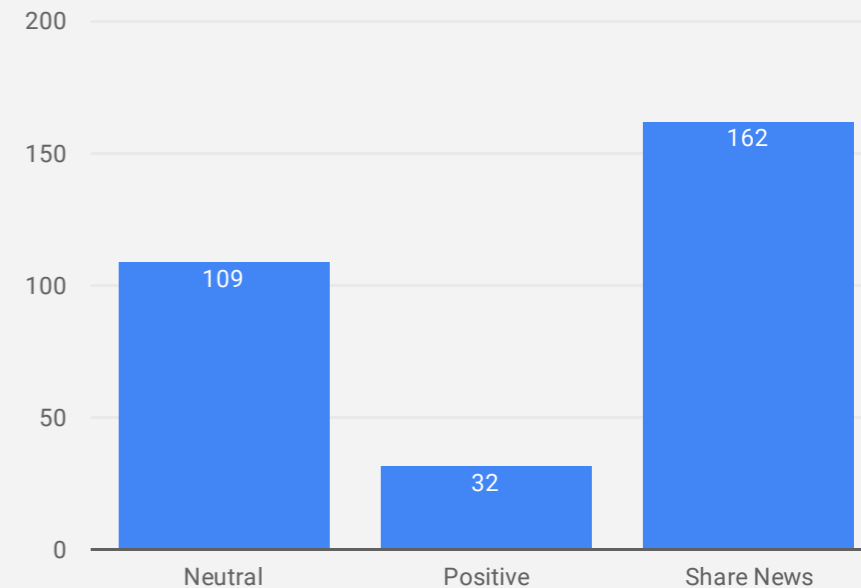


PORTATA DELLA REACH NEL PERIODO SELEZIONATO

	Autore	Canale	Reach
1.	http://www.facebook.com/13...	facebook.com	2.011.225
2.	http://www.facebook.com/14...	facebook.com	59.010
3.	http://twitter.com/Cosmopolit...	twitter.com	22.528
4.	http://instagram.com/dyqant...	instagram.com	12.130
5.	http://www.youtube.com/cha...	youtube.com	5.755
6.	http://www.youtube.com/cha...	youtube.com	2.213
7.	http://www.youtube.com/cha...	youtube.com	1.928
8.	http://instagram.com/yvonne...	instagram.com	1.677
9.	http://twitter.com/sevisag...	twitter.com	1.252

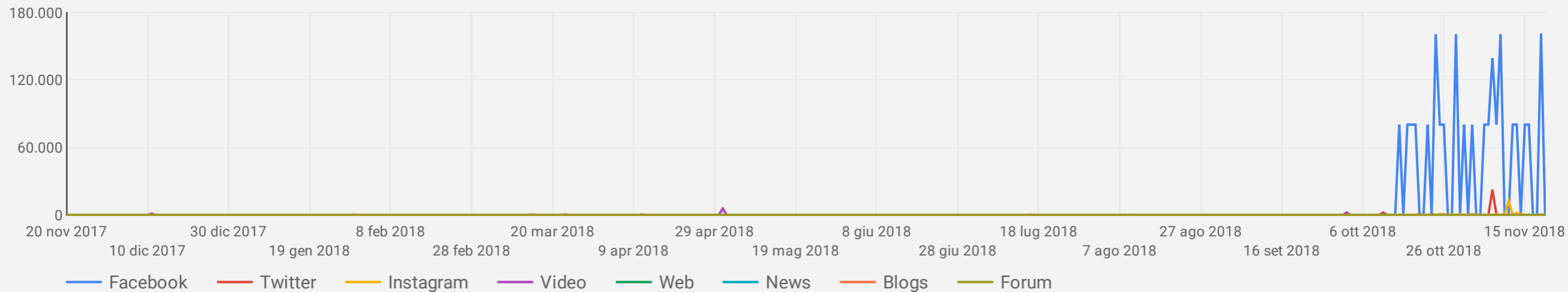
1 - 100 / 199

SUDDIVISIONE SENTIMENT BRAND



PORTATA DELLA REACH PER CANALE NEL PERIODO SELEZIONATO (TOP 10)

Category

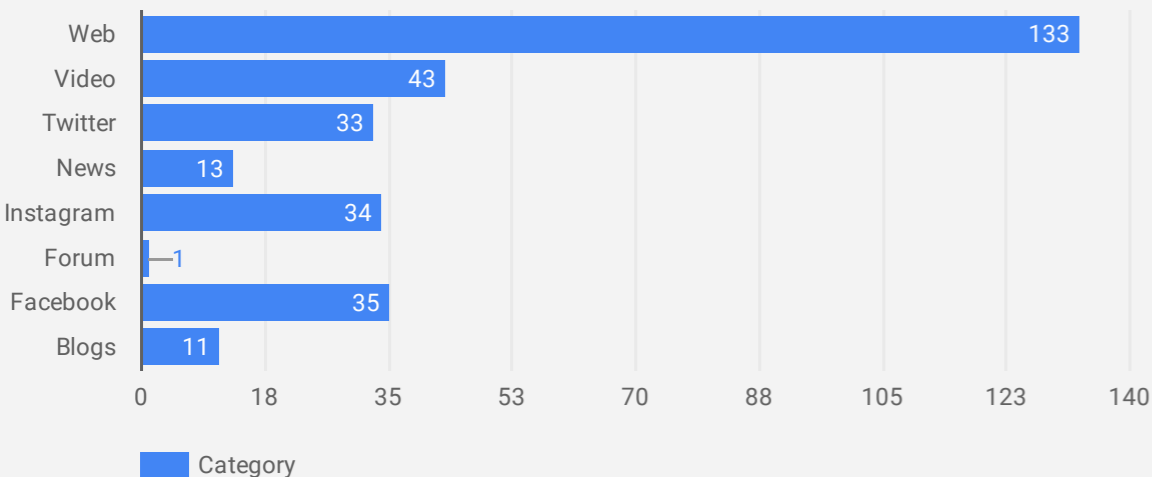


SENTIMENT E CANALI

Seleziona intervallo di date



DISTRIBUZIONE MENTIONS NEL PERIODO

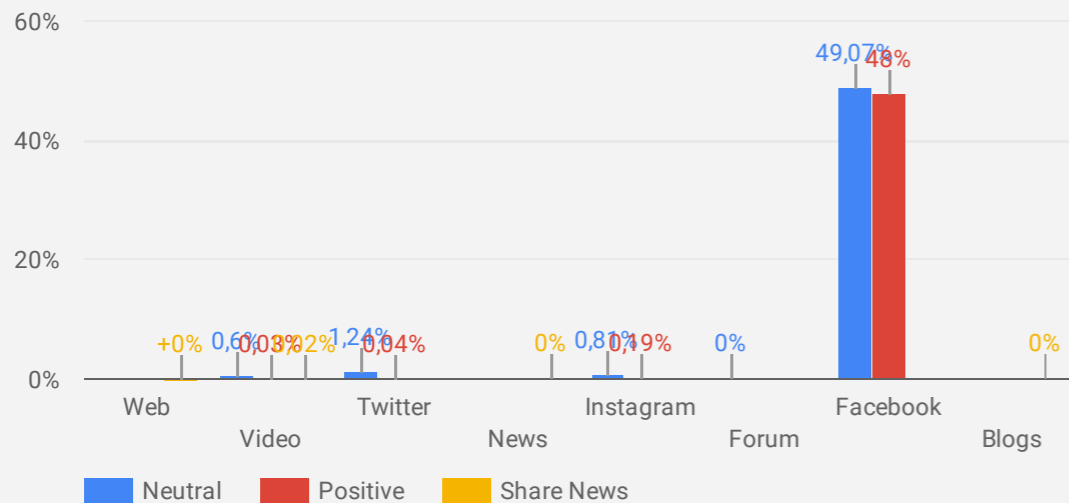


DETTAGLIO FONTI PER TIPOLOGIA DI SENTIMENT (TOP 20)

Sentiment

Date	Category	Sentim...	Source	Reach
19 nov 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
19 nov 2018	Facebook	Positive	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
15 ott 2018	Facebook	Positive	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
17 ott 2018	Facebook	Positive	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
18 ott 2018	Facebook	Positive	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
19 ott 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
22 ott 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
24 ott 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
24 ott 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
25 ott 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
26 ott 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
29 ott 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
29 ott 2018	Facebook	Positive	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
2 nov 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
31 ott 2018	Facebook	Neutral	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
16 nov 2018	Facebook	Positive	http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbi...	80.449
Totale complessivo				2.134.168

DISTRIBUZIONE SENTIMENT PERCENTUALE PER CANALE

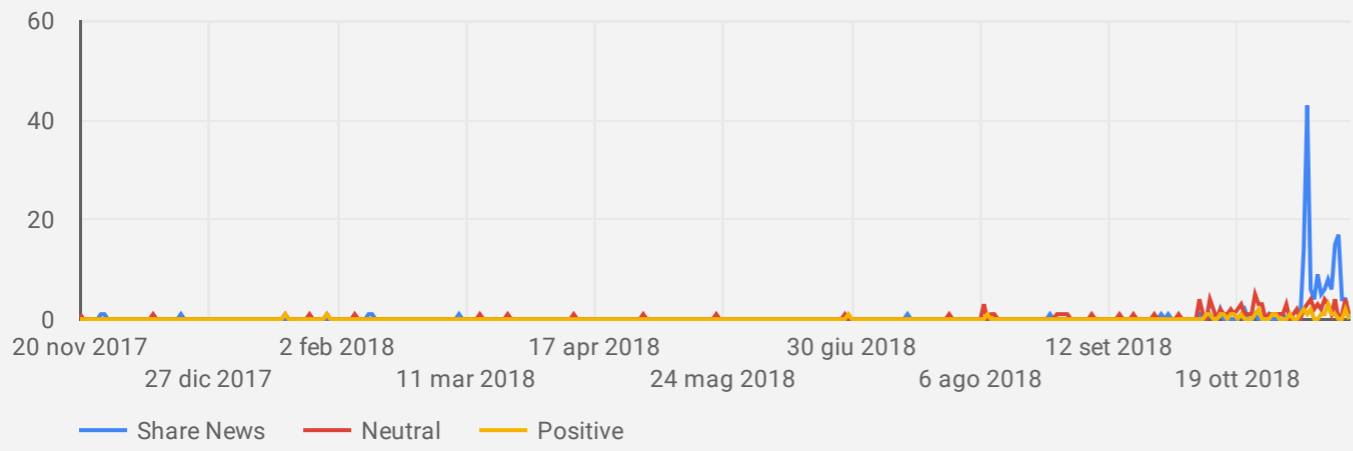


DETTAGLIO SENTIMENT & REACH

Seleziona intervallo di date

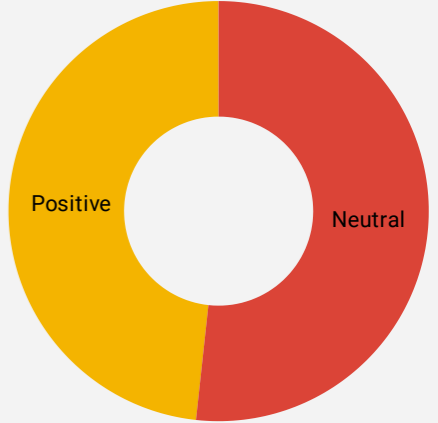


ANDAMENTO NEL PERIODO SELEZIONATO



PESO PERCENTUALE SENTIMENT

Sentim...	Reach	Reach	Likes
Neutral	1.103.802	51,72%	1.308
Positive	1.029.856	48,26%	748
Share Ne...	510	0,02%	75

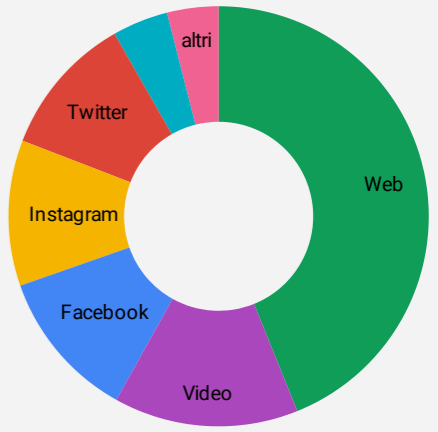


DETTAGLIO REACH E SENTIMENT PER GIORNO

Date	Category	Sentiment	Source	Reach
1. 20 nov 20...	Video	Neutral	http://www.youtube.com/watch?v=XF-ZW...	43
2. 26 nov 20...	Web	Share News	https://prezi.com/40dau_5kvmag/copy-of-t...	0
3. 27 nov 20...	Web	Share News	https://plus.google.com/+FilipSlavchevDr/...	17
4. 11 dic 2017	Video	Neutral	http://www.youtube.com/watch?v=p470u...	1.280
5. 19 dic 2017	Video	Share News	http://www.youtube.com/watch?v=EWZJs...	2
6. 18 gen 20...	Video	Neutral	http://www.youtube.com/watch?v=CPcDv...	4
7. 18 gen 20...	Video	Positive	http://www.youtube.com/watch?v=2Tp36o...	4

DISTRIBUZIONE DELLE CONVERSAZIONI PER FONTE

Category	Category ...	Reach
Web	133	59
Video	43	13.736
Facebook	35	2.071.610
Instagram	34	21.385
Twitter	33	27.378
News	13	0
Blogs	11	0
Forum	1	0

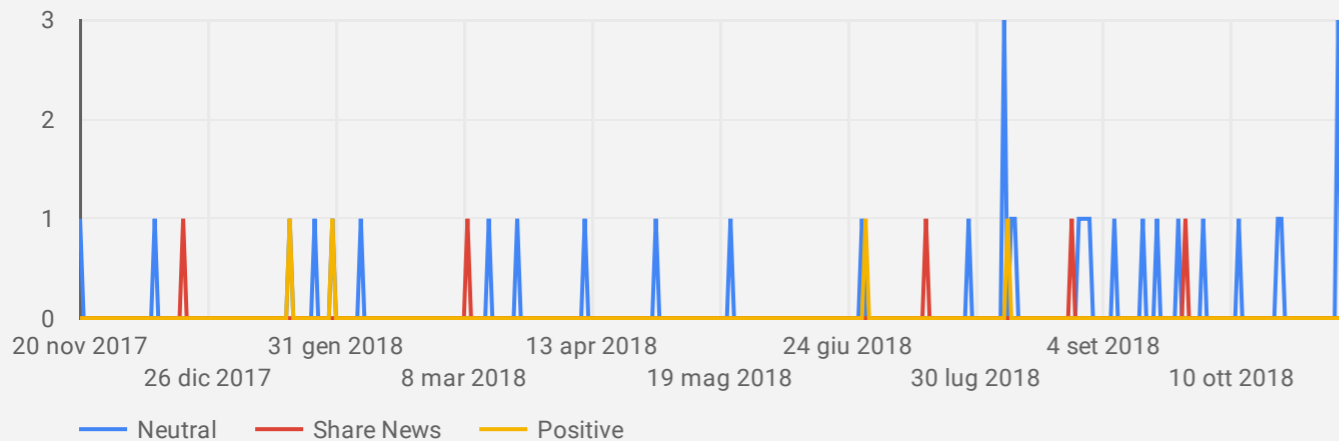


DETTAGLIO SENTIMENT & REACH

Seleziona intervallo di date

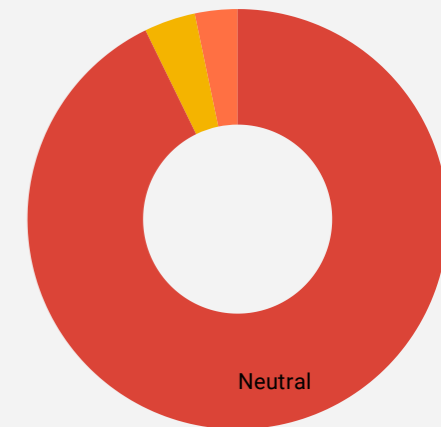


ANDAMENTO NEL PERIODO SELEZIONATO



PESO PERCENTUALE SENTIMENT

Sentim...	Reach	Reach	Likes
Neutral	12.743	92,77%	391
Positive	542	3,95%	141
Share Ne...	451	3,28%	75

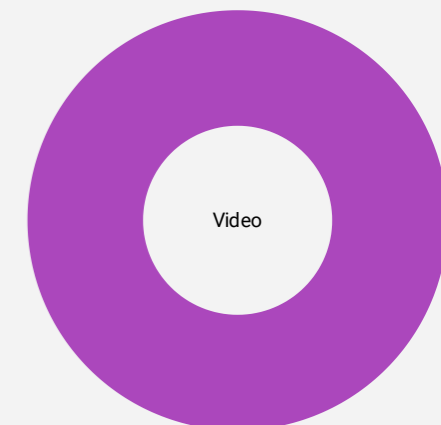


DETTAGLIO REACH E SENTIMENT PER GIORNO

Date	Category	Sentiment	Source	Reach
1. 20 nov 20...	Video	Neutral	http://www.youtube.com/watch?v=XF-ZW...	43
2. 11 dic 2017	Video	Neutral	http://www.youtube.com/watch?v=p470u...	1.280
3. 19 dic 2017	Video	Share News	http://www.youtube.com/watch?v=EWZJs...	2
4. 18 gen 20...	Video	Neutral	http://www.youtube.com/watch?v=CPcDv...	4
5. 18 gen 20...	Video	Positive	http://www.youtube.com/watch?v=2Tp36o...	4
6. 25 gen 20...	Video	Neutral	http://www.youtube.com/watch?v=Qw9lPc...	72
7. 30 gen 20...	Video	Positive	http://www.youtube.com/watch?v=Lc1Fx6...	413

DISTRIBUZIONE DELLE CONVERSAZIONI PER FONTE

Category	Category	Reach
Video	43	13.736



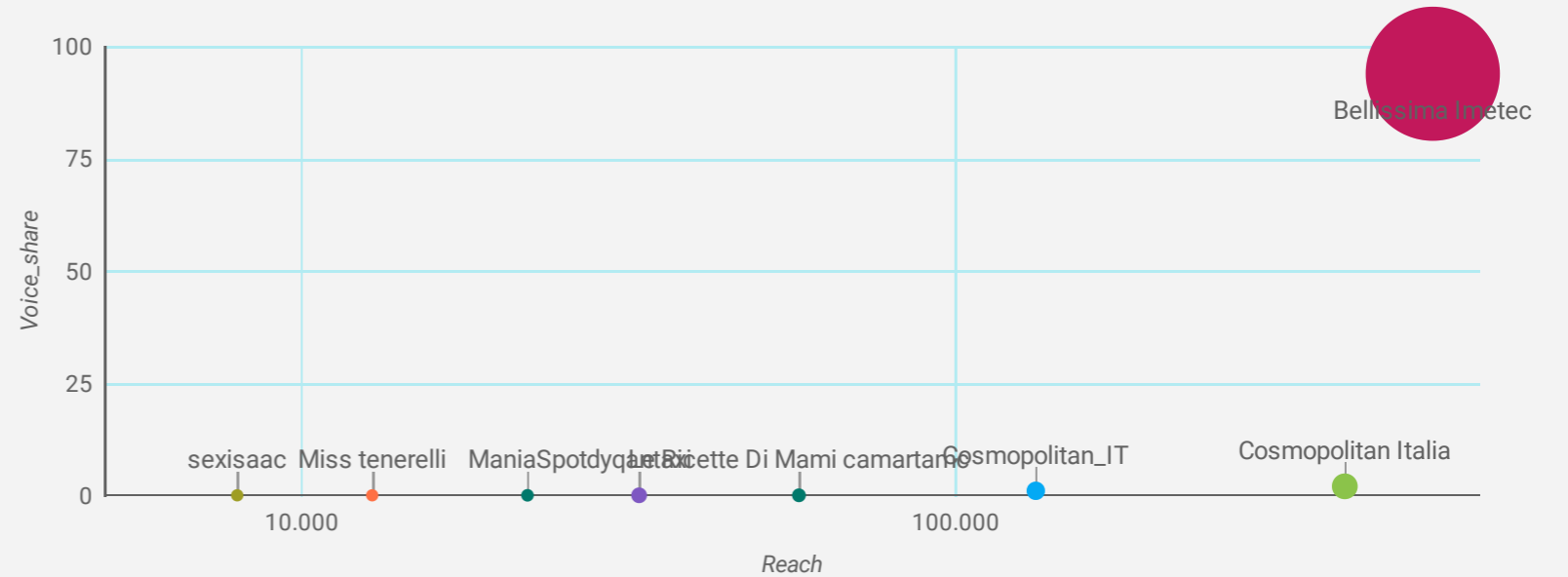
DETTAGLIO AUTORI

PROFILI PIU' INFLUENTI REACH E INFLUENCE

	Author	Results	Reach	Influence
1.	Bellissima Imetec	25	536.328	2.011.229
2.	Cosmopolitan It...	1	393.401	59.010
3.	Cosmopolitan_IT	1	132.523	22.528
4.	dyqantaxi	1	32.785	12.130
5.	Le Ricette Di Ma...	1	57.556	5.755
6.	ManiaSpot	1	22.130	2.213
7.	QualeScegliere	4	4.826	1.930

1 - 10 / 96 < >

SUDDIVISIONE REACH E INFLUENZA DEGLI AUTORI (TOP 15 REACH > 5000)



PROFILI PIU' INFLUENTI VOICE OF SHARE

	Author	Author_URL	Voice_share	Reach
1.	Bellissima Imetec	http://www.facebook.com/133209116728331	96,91%	
2.	Cosmopolitan Italia	http://www.facebook.com/14597849980	2,06%	
3.	Cosmopolitan_IT	http://twitter.com/Cosmopolitan_IT	1,03%	
4.	Mary Shimmer	http://www.youtube.com/channel/UCsoHk1c2ZZCoh2ZR-TTb...	0%	
5.	marzia_nardi	http://instagram.com/marzia_nardi	0%	
6.	nicolaim77	http://instagram.com/nicolaim77	0%	
7.	Lady V	http://www.youtube.com/channel/UCAVDp6amQmflr4SWFZ...	0%	
8.	unpiccolomondodi...	http://instagram.com/unpiccolomondodibellezza	0%	

1 - 10 / 96 < >

