Digital PR, come scovare gli influencer?

Cercare gli influencer per le proprie attività di digital pr non è mai semplice, ecco qualche suggerimento in più per facilitarvi la vita.

Gli influencer risiedono in ogni angolo del web. Essi condividono esperienze e opinioni sui brand e più il loro livello di influenza è alto e maggiore è l'impatto delle loro opinioni sulla reputazione aziendale.

Nel Web gli utenti attivi producono circa 500 milioni di contenuti su prodotti e servizi ogni anno, ma l'80% di questi sono realizzati solo dal 6% degli utenti sui social media. Questi dati fanno emergere l'importanza delle Digital PR ovvero tutte le azioni in ambito digitale che attraverso l'utilizzo di determinati influencer sono in grado di generare awareness e trasmettere fiducia migliorando la reputazione di un brand.

È quindi fondamentale per un'azienda mappare gli influencer chiave per il suo mercato, curare i rapporti con loro e quando lo ritiene opportuno coinvolgerli in azioni tattiche utili per il raggiungimento di specifici obiettivi.

Ma quindi come scovare gli influencer online? Probabilmente non esiste un percorso univoco di analisi ma varie soluzioni che devono partire da una conoscenza di base del mercato. Ecco qualche consiglio e qualche tool utile a questo scopo:

1. Klout & Co.

Ci sono diverse piattaforme il cui obiettivo è misurare l'influenza di persone e aziende online, la più popolare è Klout. L'obiettivo primario di piattaforme come questa è semplificare il concetto di influenza fornendo un indice sintetico.

Klout ha recentemente definito un nuovo servizio chiamato Klout for business. Business offrirà degli analytics che riflettono come e dove gli influencer parlano di un brand. Ma

fino a qui niente di nuovo, le novità stanno nel fatto che questa nuova funzione consente di sapere se la propria comunicazione è d'interesse per gli influencer e inoltre suggerisce quali topic trattare per migliorare l'engagement nei loro confronti.

Ma come anticipato esistono davvero molte piattaforme analoghe a Klout: Kred ad esempio, oppure Telligence, Little Bird & Traackr che però si sono specializzati nel fornire solamente servizi ad aziende.

2. Analisi della blogosfera

Un'ulteriore analisi interessante per scovare influencer in rete è l'analisi della blogosfera.

Per semplificare quest'analisi si possono utilizzare alcune classifiche come quelle fornite da e-buzzing che classificano i blog più importanti distinguendo anche per categorie d'interesse. Per il mercato internazionale è altrettanto utile Technorati che, oltre a fornire una classifica dei blog più autorevoli, offre anche un motore di ricerca dedicato.

3. Social Network Analysis (SNA)

La **SNA** è una metodologia che consente di analizzare delle reti sociali e può aiutare a mettere ordine e a razionalizzare informazioni identificando, non solo gli influencer, ma anche le community più interessanti, gli argomenti più condivisi ed i diversi aspetti dell'engagement all'interno dei social network.