La mia impresa / Il mio prodotto nei media

Analisi dei media

Descrizione del prodotto

Media e società

Che siano cartacei o digitali, in forma di giornale o video, gran parte della popolazione utilizza quotidianamente i media. Tali mezzi di comunicazione modellano, spesso a nostra insaputa, il nostro modo di pensare e di orientarci nel mondo. Dall'altra parte, le notizie vengono riportate nei media sulla base di determinati processi e orientamenti di pensiero. Il consenso sociale su determinati temi è perciò anche frutto del modo in cui questi vengono rappresentati dai mezzi di comunicazione. Entrambi i processi bidirezionali "Media ↔ Società" rendono il rapporto con i media, da un punto di vista scientifico, sociale ed economico, più che interessante.

(Immagine: Pixabay)

Analisi dei media

Perché eseguire un'analisi dei media?

L'analisi dei media è un utile strumento che può essere impiegato per esaminare le modalità con cui questioni vengono trasmesse al pubblico. Tale analisi aiuta a comprendere quale sia la percezione generale di un'azienda, un prodotto o un marchio. Sulla base dei risultati di un'analisi dei media è possibile, dunque, elaborare una valutazione delle proprie comunicazioni pubbliche, da cui ricavarne i criteri per l'adozione di un'approccio communicativo strategico e mirato.

Possibili domande

Tramite l'analisi dei media è possibile indagare su una serie di domande:

- In quali media si riscontra la presenza della mia impresa o del mio prodotto?

- Qual è l'immagine pubblica della mia impresa o del mio prodotto?
- Su quali processi si basa l'immagine della mia impresa o del mio prodotto?

Metodologia

Nell'ambito dell'analisi dei media è possibile esaminare un'ampia varietà di media, come: giornali, riviste, televisione, radio, social media o video. È possibile effettuare un'analisi che si svolge per un arco di tempo prolungato, si puó però anche optare per un'analisi che guarda un singolo momento.

L'analisi dei media combina i metodi quantitativi e qualitativi di un'analisi del contenuto e del discorso e si compone di diversi moduli. Ciascuno di essi risponde a specifiche sotto-domande:

Analisi della presenza:

- Chi parla della mia impresa o del mio prodotto?

Analisi della frequenza:

- Quali tematiche, immagini e attori influiscono sull'immagine della mia impresa o del mio prodotto?
- Come si sviluppano le tematiche, le immagini e gli attori nel corso del tempo?

Analisi della contingenza e della correlazione:

- In quale contesto si inseriscono le tematiche, le immagini e gli attori?

Analisi di dettaglio:

- Quali elementi determinano, in generale, la rappresentazione della mia impresa, del mio prodotto, del mio marchio?
- Quali elementi determinano la rappresentazione dei singoli temi, gli elementi collegato all'immagine e gli attori coinvolti?

- Quali processi e orientamenti di pensiero stanno alla base dell'immagine della mia impresa o del mio prodotto?

I singoli moduli vengono combinati e messi in relazione tra loro in base all'obiettivo dell'analisi e alle esigenze del committente.

Il profilo: siamo ...

... un istituto di ricerca privato che dal 1993 conduce ricerche empiriche per clienti pubblici e privati ed è attivo in prima linea a livello locale. Fondato dai soci Hermann Atz e Helmuth Pörnbacher, oggi l'istituto riunisce collaboratori e collaboratrici con lunga esperienza.

Lavoriamo in tre campi: nel campo della **ricerca sociale** sono soprattutto le tematiche legate al mondo della formazione e del mercato del lavoro a costituire il nucleo del nostro lavoro; nel campo della **ricerca di mercato** ci occupiamo prevalentemente di analisi sulla soddisfazione di clienti e di collaboratori, analisi per lo sviluppo di organizzazioni e ricerche sui marchi e sui media. Inoltre grazie ad un reparto interno field siamo attivi anche nell'ambito della **demoscopia**.

Contatto

Non esitate a contattarci, discuteremo insieme a voi volentieri e senza alcun impegno. I nostri recapiti:

apollis
Istituto di ricerca sociale & demoscopia
Piazza Domenicani 35
39100 Bolzano

Tel: +39-0471-970115 Mail: info@apollis.it
Fax: +39-0471-978245 Web: www.apollis.it