

METRICHE E STRUMENTI ONLINE PER IL TRACKING DEI VIDEO

Aprile 2009

Articolo di Silvia Carbone aka Yukiko

www.NinjaMarketing.it

Il successo dei **Siti di Video Sharing - come YouTube, Google Video, Daily Motion, Vimeo, etc** – ha sottolineato la potenzialità dei video online, creando la necessità di utilizzare **sistemi per il tracking dei video caricati sul web, che consentono di misurare l'audience raggiunta** (numero di visualizzazione, provenienza geografica, numero di commenti, rating, e altri utili parametri).

YOUTUBE INSIGHT

YouTube Insight è uno strumento che permette di visualizzare **informazioni dettagliate sui video caricati sulla piattaforma di YouTube.**



Questa prima versione rappresenta graficamente le visualizzazioni dei video relative ad un certo intervallo temporale, definito dall'utente.

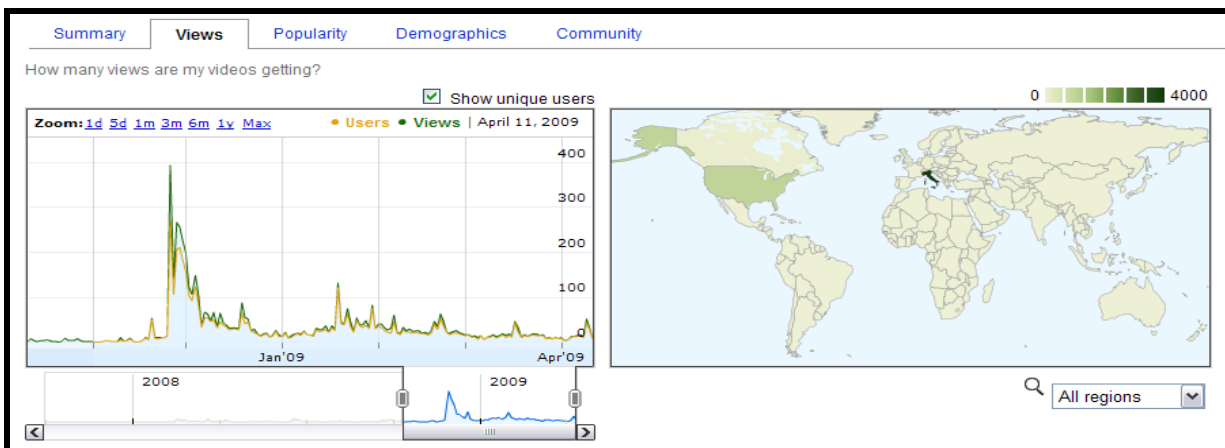
www.NinjaMarketing.it

Il servizio è disponibile solo per utenti autenticati, a questa pagina.
Le informazioni oggetto di indagine sono:

- Numero di Visualizzazioni;
- Popolarità;
- Dati demografici dei visitatori;
- Durata della Riproduzione;
- Voti;
- Commenti;
- Origine delle visite;
- Punti di Interesse;

Visualizzazioni

Il grafico e la mappa delle Visualizzazioni mostrano la distribuzione delle visualizzazioni in una particolare regione geografica, in un determinato intervallo temporale (5 giorni, un mese, 1 anno, globalmente).



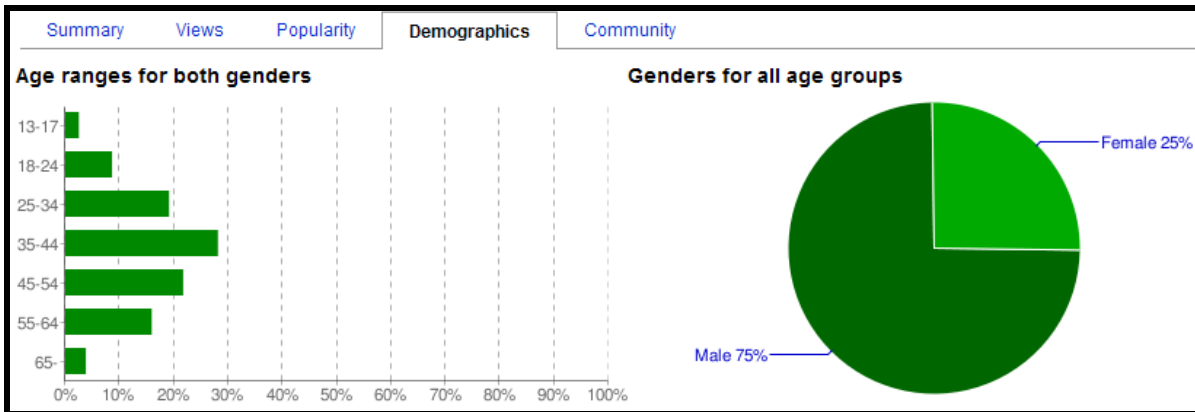
Popolarità

Il grafico e la mappa della popolarità mostrano la popolarità del video nel corso del tempo, in relazione alla provenienza geografica.



Dati Demografici

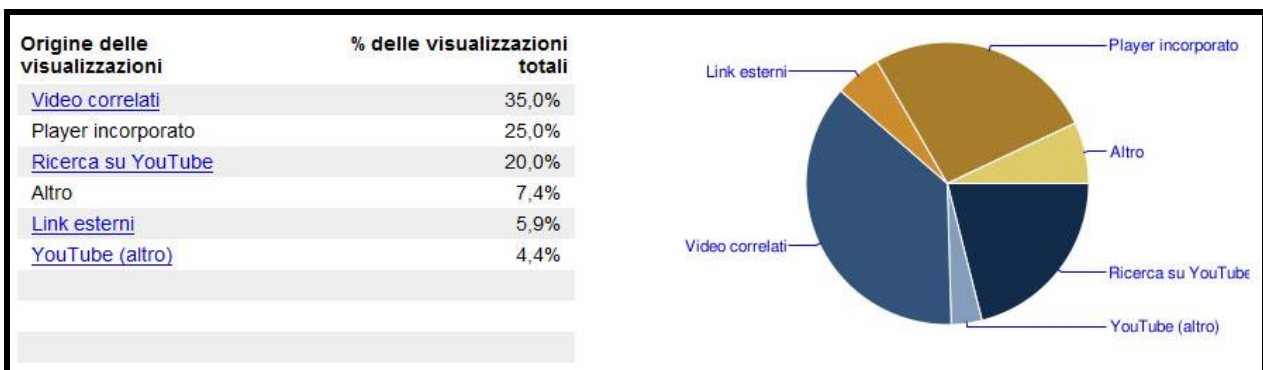
La sezione Dati Demografici mostra la distribuzione dell'età dei visitatori.



Origine delle Visite

La scheda Origine delle Visite mostra in che modo i visitatori sono arrivati al video, ovvero tramite:

- **Ricerca su YouTube:** mostra quale keyword è stata utilizzata su YouTube per trovare il nostro video;
- **Ricerca su Google:** mostra quale keyword è stata utilizzata su Google per trovare il nostro video;
- **Altro:** mostra le visualizzazioni video provenienti da link allegati via email o messaggistica istantanea (contenenti solo il link diretto, senza URL);
- **Video Correlati:** mostra quali video correlati di YouTube attirano visualizzazioni al nostro video;
- **Player Incorporato:** mostra la percentuale di visualizzazioni provenienti da un player di Youtube incorporato all'esterno (tramite codice embed);
- **Link Esterno:** mostra quali siti web attirano visualizzazioni verso il nostro video;
- **Youtube Altro:** mostra quali pagine di YouTube attirano visualizzazioni verso il nostro video;



Punti di Interesse (Hot Spots)

La scheda Punti di Interesse (Hot Spots) mostra quali scene generano più interesse, ovvero quali parti vengono guardate e quali saltate, permettendo di valutare quindi il grado di coinvolgimento dell'audience e il livello di attenzione generato.

La comparazione avviene in riferimento a video di Youtube con lunghezza simile.

Questa applicazione permette agli utenti di avere un efficiente strumento per rilevare l'andamento dei propri video, capire il proprio pubblico, orientare la propria creatività secondo i gusti dell'audience, ed in particolare:

- ai publisher di determinare quali tracce del video siano più interessanti e di conseguenza di poter modificare quelle non abbastanza interessanti-coinvolgenti;
- agli inserzionisti di pubblicare più versioni del medesimo video, e capire quale sia la più efficace;



I punti in cui il grafico sale (i punti **"Hot"**) rappresentano le parti di video in cui:

- pochi spettatori hanno abbandonato il video;
- molti spettatori hanno rivisto il video;

I punti in cui il grafico scende (i punti **"Cold"**) rappresentano le parti di video:

- saltate;
- in cui molti spettatori abbandonano il video;

YouTube Telepathy

Alla 2.0 Conference di Parigi, Nicolas Beauchesne (Google/YouTube France) ha annunciato YouTube Telepathy, una nuova applicazione per il monitoraggio dei contenuti caricati sulla piattaforma.

Il servizio, a seguito della definizione degli specifici obiettivi che si intendono perseguire, consentirà agli inserzionisti di ottenere informazioni che verranno utilizzate per adeguare le proprie campagne di comunicazione al feedback ricevuto dagli utenti.

L'applicazione verrà lanciata nel mondo intero tra un mese circa, e per questo le informazioni di cui siamo a conoscenza sono ancora limitate.

TUBEMOGUL

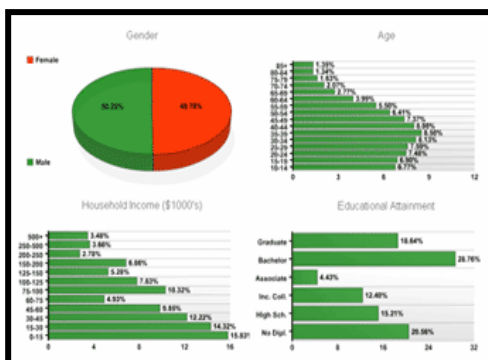
Tubemogul è uno strumento che **permette**, da un lato **di caricare i video su diverse Piattaforme** di video sharing, dall'altro **di ricevere informazioni riguardanti l'andamento del video sul web**, sia nella sua totalità, che rispetto ad una particolare piattaforma.



Le informazioni oggetto di indagine sono:

- Numero di Visualizzazioni;
- Rating: numero di voti e media dei voti;
- Numero di Commenti;
- Numero di post su blog/forum relativi al video;
- Link ai blog/forum che hanno copiato il link al video o il codice embed.
- Origine delle visite;

Tubemogul fornisce all'utente **una serie di funzionalità**, tra cui:



- Scelta dell'immagine da utilizzare come Anteprima;
- Codifica del video nei formati più utilizzati (avi, mpg, wmv, flv, mov, mp4);
- Gestione dei commenti ricevuti (approvazione o cancellazione);
- Raccolta dei video della stessa campagna;
- Keyword utilizzate per raggiungere il video;
- Esportazione dei dati tramite email, foglio di calcolo excel o proprio sito.

www.NinjaMarketing.it

Gli **Account premium** sono tre:

- Business** (800\$ circa), non dispone di tutte le funzionalità aggiuntive;
- Platinum** (1500\$ circa);
- InPlay** (2000\$ circa), offre funzioni aggiuntive, utili per la nostra piattaforma;

Per quanto riguarda gli Account Premium, le informazioni possono essere valutate secondo per secondo, e anche al di fuori delle piattaforme su cui il video è stato caricato, inoltre gli utenti premium hanno a disposizione i seguenti servizi:

- **Assistenza telefonica**
 - Problemi nella creazione del proprio account;
 - Problemi nel funzionamento del sito;
 - Informazioni su novità (partner, piattaforme, funzionalità aggiuntive);
- **Gestione dei Feed MRSS**
 - Estensione dei feed RSS – musica, video, immagini, contenuti multimediali;
- **Durata della Riproduzione**
 - Misurazione del tempo di visione;
- **Punti di Interesse**
 - Monitorizzazione delle scene che generano più interesse, ovvero quali vengono riprodotte e quali saltate.
- **Tracking del video per area geografica;**
 - Anche all'interno di una medesima nazione;

	Personal FREE	Business	Platinum	InPlay <small>(includibile per your site)</small>		Personal FREE	Business	Platinum	InPlay <small>(includibile per your site)</small>
Video Deployments <small>(Upload to sharing sites)</small>	100 per month	500 per month	2500 per month	2500 per month	Video Deployments <small>(Upload to sharing sites)</small>	100 per month	500 per month	2500 per month	2500 per month
Cross-site Analytics	✓	✓	✓	✓	Cross-site Analytics	✓	✓	✓	✓
Email & Embed Chats	✓	✓	✓	✓	Multi-Campaign Capability	–	✓	✓	✓
Submit to Social Bookmarking Sites	✓	✓	✓	✓	Advanced Data Report	–	✓	✓	✓
Basic Data Report	Last 30 days	Unlimited	Unlimited	Unlimited	Priority Customer Service	–	✓	✓	✓
Product Tracking	✓	✓	✓	✓	File Storage/Review	–	✓	✓	✓
Custom Video Grouping	5 groups	25 groups	50 groups	100 groups	Campaign/Keyword Tagging	–	✓	✓	✓
Link Intelligence	✓	✓	✓	✓	Viewing Demographics	–	–	✓	✓
Thumbnail Asset	✓	✓	✓	✓	Data Feed (API/JSON)	–	–	✓	✓
Comment Manager	✓	✓	✓	✓	VRSS Batch Upload	–	–	✓	✓
Upload files > 200 MB <small>(for sites that allow)</small>	–	✓	✓	✓	Buzz Tracking/ Competitive Intelligence	–	–	✓	✓
Video Transcoding	✓	✓	✓	✓	And/or your site's video player:				
Priority Video Deployment	–	✓	✓	✓	Site Performance	–	–	–	✓
Retail Deployed Videos	–	✓	✓	✓	Viewer Engagement	–	–	–	✓
Scheduled Video Deployment	–	✓	✓	✓	Attention Span Tracking	–	–	–	✓
					Geographic-Level Reporting	–	–	–	✓

Le sostanziali **differenze** tra i premium account riguardano:

- **Numero di video mensili** che è possibile caricare nelle diverse piattaforme;
- **Numero di gruppi** di video che è possibile creare;
- **Grandezza dei file** che si possono caricare (300MB, invece di 100MB);

VIRALBEAT

ViralBeat è una start-up italiana del web 2.0 fondata da protagonisti riconosciuti del marketing non-convenzionale, che si occupa di **seeding** e **tracking** delle campagne virali.

Attualmente ViralBeat opera a Londra e a Milano e i servizi che utilizza sono certificati dalla WOMMA (Word of Mouth Marketing Association).



The screenshot shows the ViralBeat website interface. At the top, it says "WE MAXIMIZE THE ROI OF VIRAL CAMPAIGNS" and "ViralTrack access" with a login form. Below this are three main columns:

- 1 WE SEED:** Focuses on "Viral DNA" and "We seed enthusiasm". It describes amplifying communication strategy by exploiting viral propagation dynamics and injecting brand DNA into social networks. It also mentions "Services" like viral consulting, seeding, and buzz seeding.
- 2 WE TRACK:** Focuses on "ViralTrack" and "BuzzTrack". It includes a line graph comparing "Real audience", "ViralTrack", and "Standard tracking". It also features a "YouTube comment" and a "WOMMA" logo, along with a network diagram.
- 3 YOU GET:** Focuses on "VIRAL BOOST", "BUZZ BOOST", "CERTIFICATED VIRAL METRIC", and "ANALYTICAL VALUATION". It lists benefits like creative seeding, targeted diffusion, and monitoring brand perception.

At the bottom, it states: "Viralbeat, ViralTrack, BuzzTrack are registered trademarks. Copyright©2006. All rights reserved."

La società si occupa di:

- distribuire memi virali in rete (video, concetti, informazioni, segnalazioni);
- segnalare la presenza ai pubblici interessati e alimentare le conversazioni su di essi;
- tracciarne l'impatto (views dei video, conversazioni generate);
- veicolare accessi ad un sito web;
- sensibilizzare sul lancio di un nuovo prodotto;
- generare "buzz mediatico";

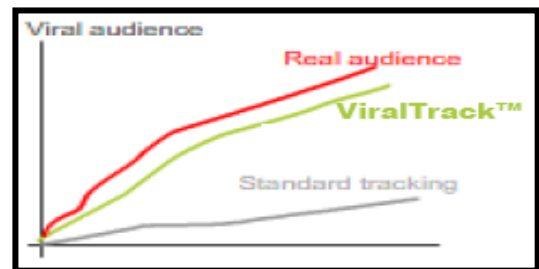
www.NinjaMarketing.it

→ **ViralTrack**

Il **sistema di monitoraggio dei video** utilizzato da ViralBeat, che **prende il nome di ViralTrack** oltre ad essere certificato al WOMMA, è l'unico tracking service **in grado di tracciare**, oltre alle piattaforme di video sharing, **i video riprodotti** su Windows Media Player.

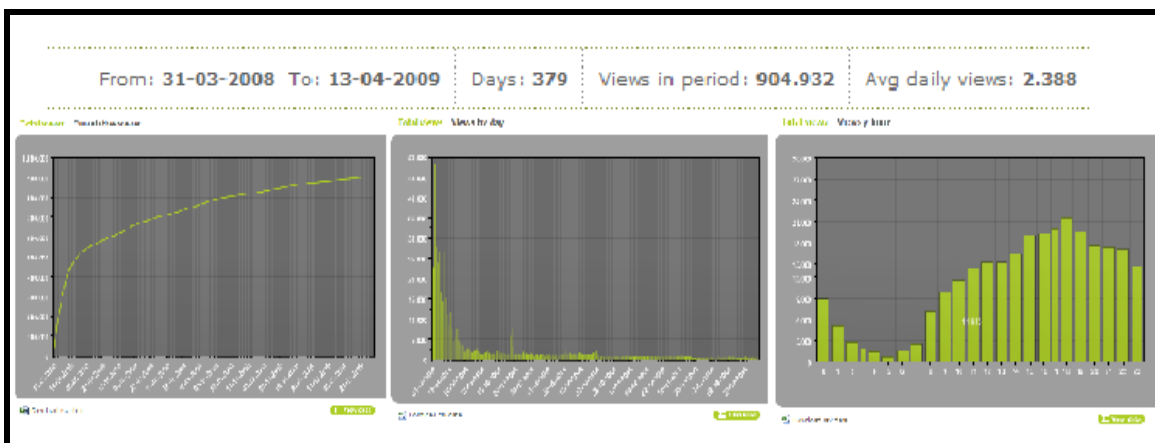
Le informazioni oggetto di indagine riguardano:

- Numero di visualizzazioni;
- Provenienza geografica delle visualizzazioni;
- Origine delle visite;
- Embedded Video o Stand Alone Video;
- Formato del video;

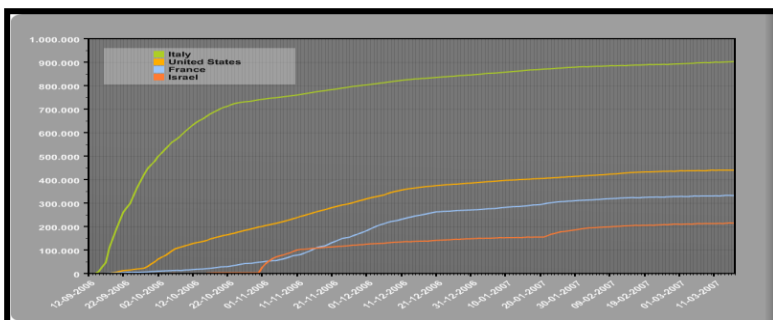


Numero di visualizzazioni

Il sistema fornisce il grafico del numero di visualizzazioni totali, giornaliere, orarie.



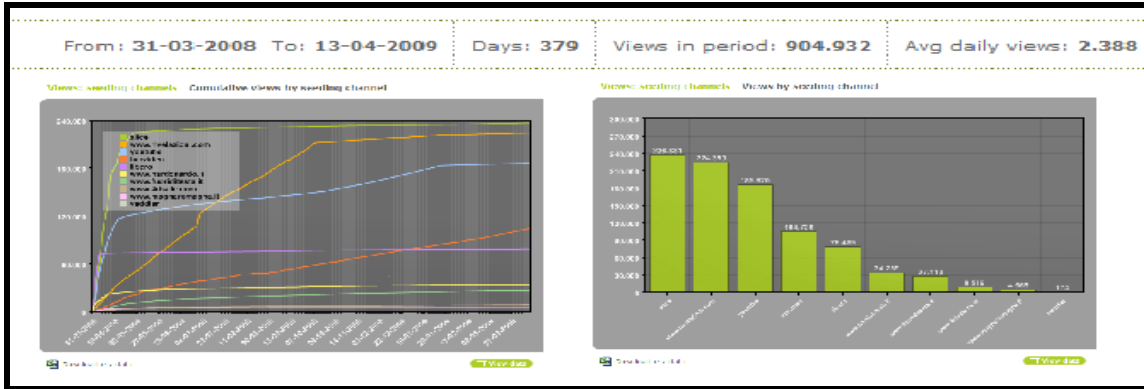
Provenienza geografica delle visualizzazioni



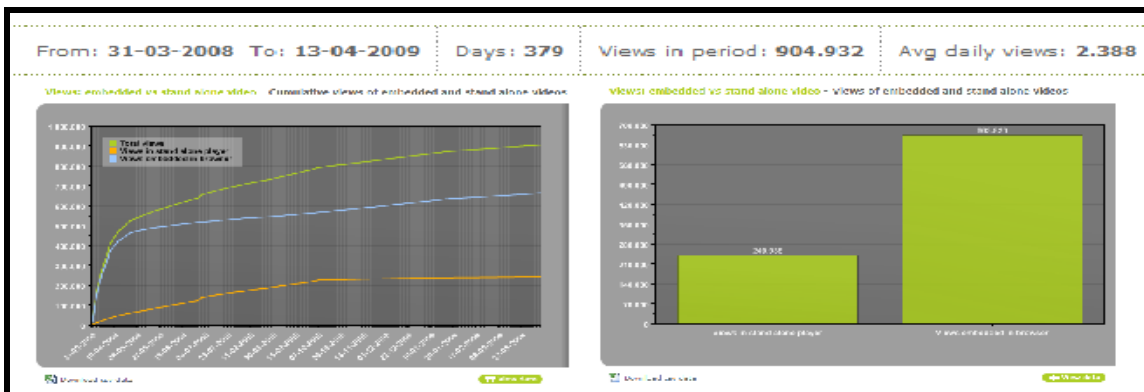
Il sistema fornisce il grafico della provenienza geografica delle views.

Origine delle visite

Il sistema fornisce informazioni circa l'origine delle visite, ovvero le piattaforme utilizzate per il seeding (anche quelle spontanee) dei video sul web.

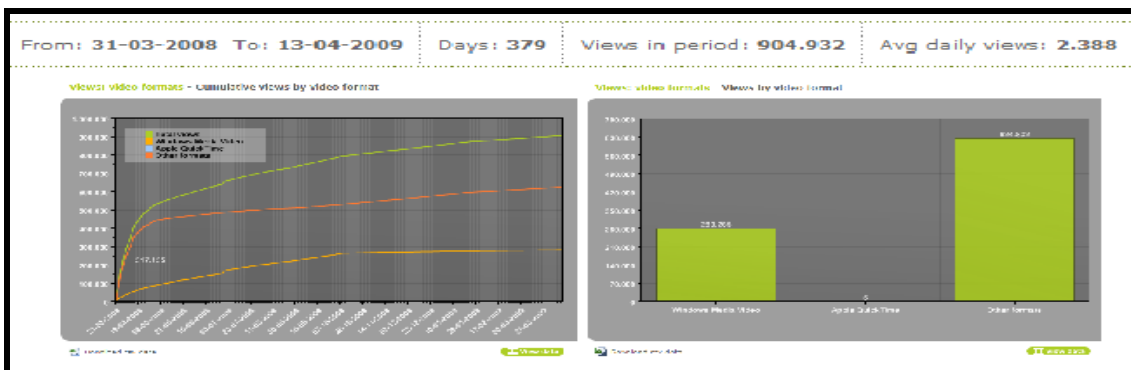


Embedded Video o Stand Alone Video



Formato del video

Il sistema fornisce informazioni circa il player utilizzato per visualizzare il video (Windows Media Player, Apple Quick Time, Altri).



→ **BuzzTrack**

Per quanto riguarda invece **il monitoraggio delle conversazioni generate attorno ad uno specifico Brand e alle campagne da esso attivate, ViralBeat si avvale dell'utilizzo di BuzzTrack**, un sistema in grado di monitorizzare:

- L'efficacia delle attività implementate dal Brand;
- La Brand Perception;
- I commenti relativi al Brand (le opinioni degli utenti forniscono al Brand la possibilità di scoprire nuovi bisogni);

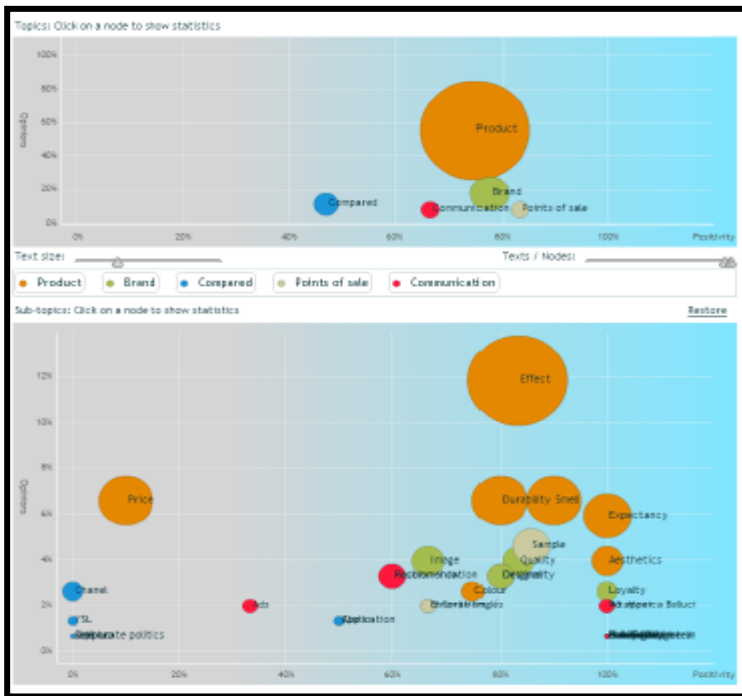
BuzzTrack monitorizza periodicamente le conversazioni presenti in rete, relative al brand e alle sue attività.



Quindi oggetto di analisi di BuzzTrack sono:

- Numero di opinioni presenti in rete;
- Grado di positività del prodotto/brand relativamente agli altri prodotti/brand del settore;
- Grado di positività del prodotto/brand relativamente alla lingua del buzz;
- Indicatore di visibilità valuta numero di opinioni, audience del sito, originalità e aggiornamento del sito;
- Indicatore di Viralità analizza il processo di diffusione di un particolare contenuto;
- Impatto Potenziale stabilisce in che misura le opinioni influenzano gli altri utenti;
- Impatto Reale stabilisce in che misura le opinioni modificano la Brand Perception;
- Ruolo dell'Autore identifica gli utenti più attivi, attribuendo loro il ruolo svolto nella conversazione (asseconda, propone, contraddice);

Al termine dell'analisi, il sistema fornisce una **Mappa delle Conversazioni**, ricavata da un'analisi semantica che **tiene conto delle opinioni espresse dagli utenti** (consumatori, opinion leader, utenti di blog/forum).



Le **bolle** **rappresentano graficamente gli attributi** oggetto di indagine (comunicazione, assistenza, prezzo, punto vendita, design, packaging, etc..);

L'**ampiezza delle bolle** indica la **dimensione** del campione;

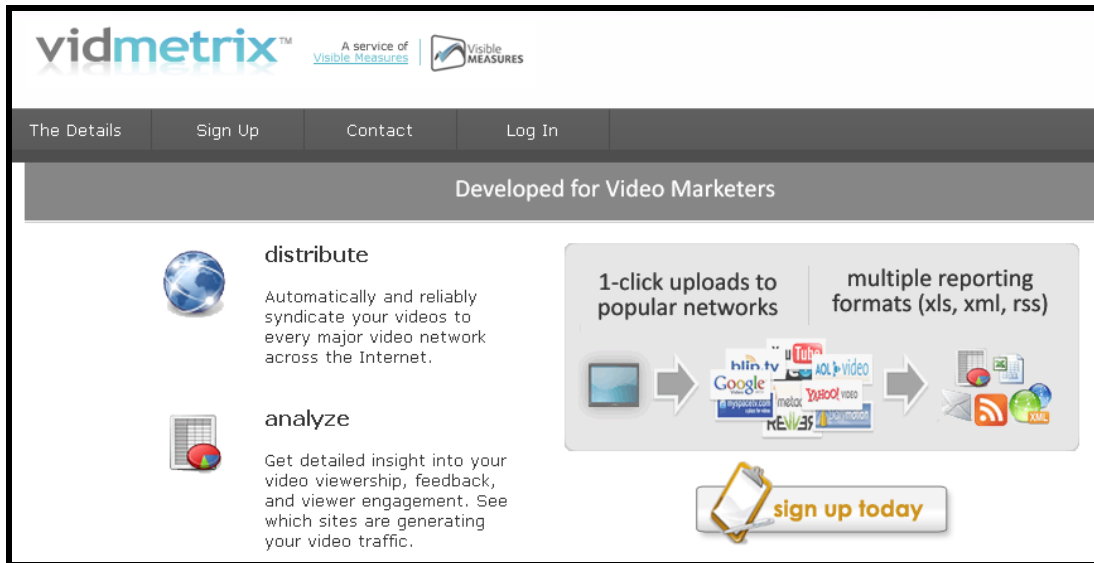
I **diversi colori delle bolle** **rappresentano i diversi attributi**;

Nell'asse delle **ordinate** viene **rappresentata la positività delle opinioni** ricevute;

Nell'asse delle **ascisse** viene **rappresentata la percentuale delle opinioni** ricevute;

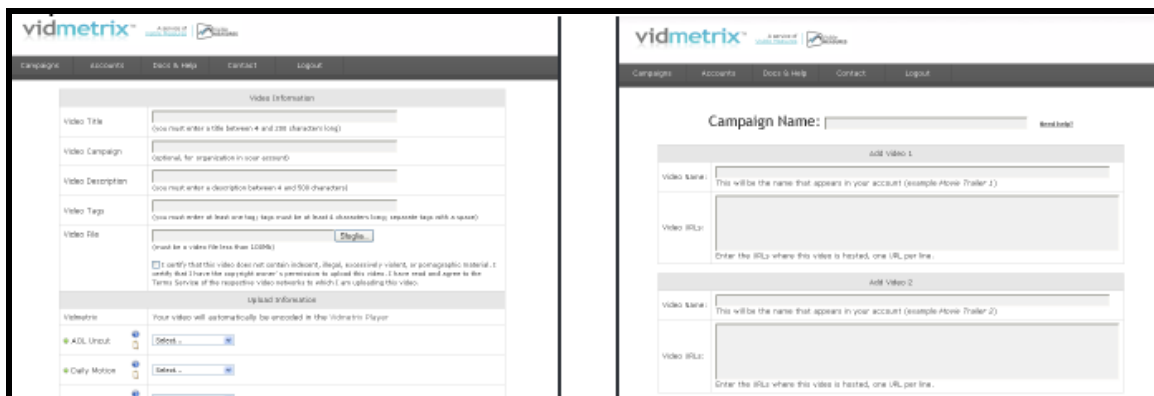
VIDMETRIX

Vidmetrix è un servizio che offre la duplice possibilità di caricare i video online su diverse piattaforme, e di tracciare i dati (relativamente alle singole piattaforme o nella loro globalità).



Le **informazioni che vengono monitorizzate riguardano:**

- Numero di piattaforme su cui il video è caricato;
- Feedback, ovvero numero di blog/forum che contengono link al video o al suo codice embed;
- Numero di visualizzazioni (grafico giornaliero o cumulativo);
- Numero di commenti;



Gli aggiornamenti sui tracking vengono consegnati tramite email (gli allegati conterranno diversi formati, tra cui xls, xml, rss), **oppure cliccando sul pulsante del browser** (funzionalità disponibile solo se installato l'apposito plug-in Firefox).

VIRAL VIDEO CHART

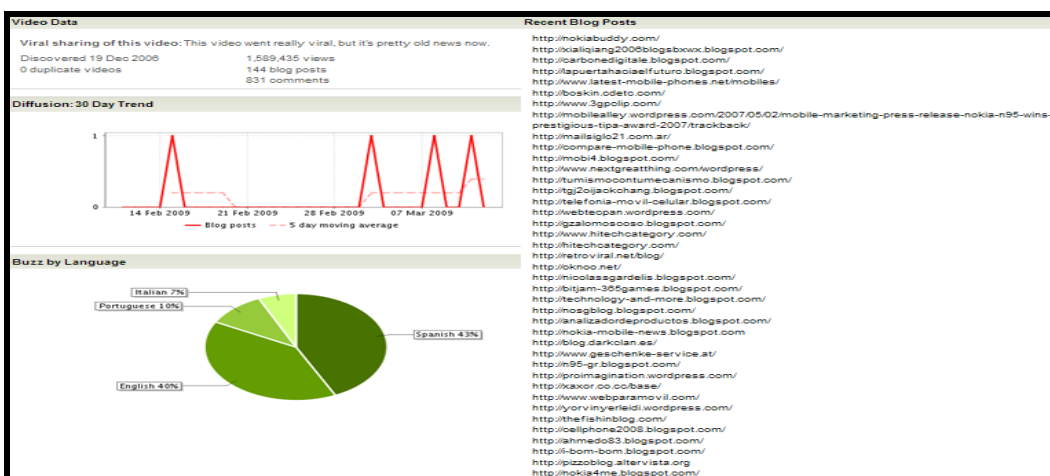
Viral Video Chart è un sito che propone la classifica dei **Top Viral Video** (del giorno, della settimana, del mese, dell'anno), suddivisi in diverse categorie:

- | | | |
|--------------|-------------|-------------|
| In assoluto; | Spot; | Animali; |
| Brand; | Celebrità; | Divertenti; |
| Film; | Musica; | Politica; |
| Calcio; | Tecnologia; | Tv; |



Le **statistiche offerte da Video Chart** riguardano:

- Numero di visualizzazioni;
- Link ai post dei blog che linkano al video;
- Andamento del link, ovvero diffusione del numero di link ai video nei diversi blog/forum;
- Lingua del Buzz;
- Elenco dei link che contengono riferimenti (di qualunque tipo) al video;



www.NinjaMarketing.it



NINJAMARKETING



Dal 2004 è il primo osservatorio italiano dedicato allo studio delle teorie e delle tecniche del marketing non-convenzionale. I fondatori, Alex Giordano e Mirko Pallera, sono autori - insieme a Bernard Cova - del best seller edito dal Sole 24 Ore "Marketing Non-Convenzionale".

Membri dello IADAS (International Academy of Digital Art di New York), sono docenti di marketing creativo in istituti di alta formazione manageriale e consulenti per grandi aziende tra cui Telecom e Barilla.

www.NinjaMarketing.it