

Il monitoraggio della reputazione on line con i Feed RSS

Come usare i Feed RSS per controllare le citazioni di un brand o di nome di persona nella rete italiana? Quali sono i feed più importanti sicuramente da monitorare e i criteri per scegliere le fonti specifiche?

Di [Gianpaolo Lorusso](#)

Il monitoraggio della propria reputazione on line è diventato una necessità in molti settori (tra questi sicuramente spicca quello turistico) e c'è da scommettere che diventerà sempre più importante nei prossimi mesi/anni.

Nel mercato italiano esistono sostanzialmente due strade per monitorare le citazioni di un nome di persona o di un marchio in Rete:

- > **affidarsi a un servizio specializzato**, il che però è conveniente ed opportuno solo per brand già piuttosto noti e che operano sul mercato dei consumatori finali;
- > **selezionare le fonti più autorevoli** (meglio se specifiche per il proprio settore di business) **che offrono feed di aggiornamento legati a servizi di ricerca o avvisi personalizzabili.**


Per quanto riguarda la prima via, in Italia siamo ancora piuttosto indietro e, a parte qualche rara eccezione, tutti i servizi più solidi si basano in realtà su adattamenti di piattaforme che già lavorano su altri mercati e su documenti in lingue diverse dall'italiano.

Tra le eccezioni vanno sicuramente citati (in ordine alfabetico):

- > **About You** Monitoring di TSW;
- > **Blogmeter** di ME-Source e Celi;
- > **Reputation Manager** della ActValue Consulting & Solution.

Naturalmente questo non è un elenco esaustivo, tuttavia si tratta sicuramente delle realtà italiane più rappresentative in questo segmento di mercato.

Per quanto riguarda invece la via "home made" a basso costo **occorre innanzitutto selezionare i feed "personalizzabili" multi-settoriali** per poi verificare se esistono siti di riferimento specializzati nel nostro ramo di interesse che offrono lo stesso tipo di servizio (cioè flussi di aggiornamento generati sulla base di ricerche libere specificate dall'utente).

Normalmente l'accesso a questo tipo di feed si ottiene facendo delle ricerche con il nome del brand o della persona che vogliamo monitorare nel sito individuato. **Se esiste un feed di aggiornamento dinamico per quella ricerca, il sito stesso o il browser** (IE nella barra dei comandi, Firefox vicino all'URL) **lo segnaleranno tramite la classica icona arancione** .

Vediamo quali sono i principali servizi di questo tipo presenti sul mercato italiano (in ordine alfabetico):

- > **Badzu.net** - sito di social news molto noto e frequentato e di conseguenza aggiornato con grandissima frequenza, orientato però soprattutto su temi di cronaca e gossip (può essere utile soprattutto nel settore consumer).
- > **Diggita.it** - dal posizionamento simile a quello di Badzu, ma con orientamento relativamente più "tecnico" e "net oriented" (e quindi più utile in settori legati al mondo on line).

- > **Friendfeed** - questo aggregatore multicanale è in grado di tenere traccia delle citazioni in parecchie piattaforme contemporaneamente (You Tube, Twitter, Facebook, Delicious, ecc.) è quindi particolarmente importante per il monitoraggio di contenuti web 2.0.
- > **Google Alerts** - sicuramente la fonte principale per un buon monitoraggio della reputazione, tramite il pannello di controllo dell'account Google permette di impostare la notifica degli aggiornamenti via e-mail (modalità di default) o feed RSS (una volta impostato l>alert sui termini di ricerca che interessano, entrando nell'area "gestisci i tuoi avvisi" si può scegliere tra e-mail o Feed).
- > **Google Blogsearch** - molto rilevante soprattutto se il nostro brand può verosimilmente essere citato in blog di una certa autorevolezza all'interno dei motori di ricerca (impostare l'ordinamento per data e non per rilevanza, altrimenti si rischia di perdersi le news più recenti).
- > **Google News** - uno tra gli aggregatori di news più potenti in rete, finirci dentro è già di per se un buon segnale di notorietà, data la selettività delle fonti si rischia però di avere un monitoraggio non molto approfondito (anche in questo caso l'ordinamento deve essere per data);
- > **Liquida** - uno degli aggregatori più noti nel nostro Paese, come Google News è però piuttosto selettivo nella scelta delle fonti e quindi la copertura del mercato può essere relativamente poco profonda.
- > **Social Mention** - specializzato nell'aggregare i dati di vari altri aggregatori (tra cui anche Google News e Blogsearch), fornisce però anche risultati interessanti da piattaforme web 2.0 selezionate.
- > **Twitter Search** - indispensabile per avere anche uno spaccato dei trend di diffusione delle notizie nel portale di microblogging più noto ed usato al mondo.
- > **Wikio** - portale che unisce potenti funzionalità di aggregazione multicanale a quelle di un sito di social news. Per questa caratteristica è spesso in grado di fornire un ventaglio più completo di fonti di altri servizi.

Una volta impostato il monitoraggio di queste fonti tramite un lettore di Feed RSS è bene cercare eventuali flussi personalizzabili nei siti di riferimento specifici per il proprio settore economico.

A puro titolo di esempio riportiamo alcuni dei servizi che è opportuno tenere monitorati se si opera nel settore turistico (in ordine alfabetico):

- > **Qype** - ancora non molto noto in Italia, ma c'è da scommettere che presto raccoglierà parecchi commenti di navigatori (e non solo nel settore turistico).
- > **Tripadvisor** - è fondamentale se si vuole essere informati in tempo reale di commenti e valutazioni espressi su una struttura turistica.
- > **Trivago** - vale lo stesso discorso fatto per Tripadvisor.

A parte quelli di esempio appena individuati, per poter selezionare siti adatti a questo tipo di attività, oltre alla ovvia presenza di un servizio di feed dinamico, bisogna considerare:

- > **page rank del sito pari o superiore a 5** - un punteggio più basso non sempre è sintomo di un servizio di scarsa qualità, ma un punteggio più alto è invece un chiaro segnale di autorevolezza della fonte;
- > **qualità dei contenuti e frequenza di aggiornamento** - un buon livello delle notizie riportate e un'alta frequenza di aggiornamento (più volte al minuto) sono chiari sintomi di una fonte potenzialmente interessante;
- > **presenza di risultati interessanti per le parole ricercate** - se dalla ricerca testuale emergono già dei risultati attinenti e di rilievo c'è ottima probabilità che ciò succeda anche in futuro (in caso contrario dopo un periodo di test la fonte potrà comunque essere eliminata).

In conclusione è bene sottolineare però che la metodologia di monitoraggio basata sui feed RSS di aggregatori e siti di news ha almeno due limiti molto forti:

- > **difficilmente funziona con i brand già piuttosto noti** (le entrate da verificare manualmente sarebbero troppe e spesso ripetitive);

- > **se il nostro brand è una parola di uso comune** o il nome di persona da monitorare presenta numerose omonimie **ben difficilmente si riuscirà ad ottenere risultati significativi** (a meno di non aggiungere delle ulteriori parole specifiche che inevitabilmente limiterebbero però l'ampiezza e l'affidabilità del monitoraggio).

Buon monitoraggio!

Se vuoi segnalare servizi che offrono feed dinamici che secondo te potrebbero essere utili o suggerire modifiche a questo testo puoi farlo commentando il post "[Monitoraggio della reputazione on line con i feed RSS](#)".

www.sito-perfetto.it

Come partecipare a Sito Perfetto

Ci sono quattro possibili forme di partecipazione a questo progetto:

- > **Abbonato** (sarà presto possibile ricevere una newsletter mensile con gli aggiornamenti inseriti nel sito e nell'e-book);
- > **Affiliato** (promuovendo on line gli abbonamenti potrai guadagnare il 30% del prezzo di ogni vendita da te promossa);
- > **Collaboratore Affiliato** (segnalando imprecisioni o nuovi servizi utili si può arrivare a guadagnare fino al 50% del prezzo di vendita);
- > **Autore affiliato** (scrivendo articoli o altri contenuti che poi verranno integrati negli aggiornamenti dell'e-book potrai guadagnare fino al 70% del prezzo di vendita).

Sito Perfetto è aperto ai contributi di tutti i professionisti web, purché abbiano alcune caratteristiche, e cioè, siano: **attinenti alla comunicazione on line, di qualità, originali, esclusivi** (solo per i contenuti a pagamento) e **sintetici**. Non ci interessa “fare pagine”, ma offrire contenuti utili, di alto profilo e al tempo stesso facilmente consultabili anche da non esperti.

Ci piace essere chiari e seguire la legge, per questo non verranno accettati contributi che risultino essere stati estratti o tradotti da altri autori (fatta eccezione per eventuali brevi citazioni). Rimarrai quindi personalmente e direttamente responsabile nel caso di azioni legali intentate a Sito Perfetto per testi da te proposti.

Per essere informati sugli aggiornamenti al progetto [iscriviti alla newsletter](#), diventa fan della [pagina Facebook di Sito Perfetto](#) oppure segui il mio account [Twitter](#).

Il Responsabile Editoriale

[Gianpaolo Lorusso](#)