

Milano, 23 settembre 2024

Al via la VI edizione della Ricerca Social Minds

[Al via la VI Edizione della Ricerca Social Minds](#)

Tra le **conferme**:

- il *perimetro della ricerca*: continueremo ad esplorare il mondo delle banche e dei social media, attraverso il nostro campione articolato su 3 cluster differenti:

- a) banche nazionali a grande diffusione su tutto il territorio
- b) Banche multi-regionali, Banche Popolari e Credito cooperativo
- c) Banche digitali

L'obiettivo quest'anno è quello di rispondere a queste domande:

- quali sono i canali social e digitali presidiati dalle banche? Stanno investendo anche su canali Social più giovani come TikTok? E qual è l'obiettivo principale associato a ciascun canale?
- qual è la **brand personality** delle banche italiane? come si raccontano le banche sul web e sui propri Account Social? Le caratteristiche e valori dei brand bancari **sono in sintonia con quelli dei propri stakeholder?**
- Qual è il livello di adozione e l'impatto dell'intelligenza artificiale generale sull'utilizzo dei Social Media da parte delle Banche? In particolare analizzeremo l'impatto della Generative AI sui 4 ambiti di business:
 - a) Branding e comunicazione
 - b) Marketing e promozione
 - c) Innovazione
 - d) Assistenza clienti
- la *nostra proposta di valore*, sia verso le banche che ci hanno sostenuto e ci sosterranno, sia verso tutti coloro che intendono approfondire questo tema con **momenti formativi ad-hoc**.

Da questa edizione alle banche proporremo di seguire l'evoluzione della ricerca mediante dei momenti privati di aggiornamento. Inoltre proporremo due modalità di Follow-up, una più operativa (LAB), una più strategica per il Senior Management (Workshop).

Tra le novità:

- la metodologia della ricerca: andremo ben oltre la mappatura dell'uso dei diversi social da parte delle banche. Vogliamo capirne di più.

Per questo utilizzeremo gli approcci della psicologia sociale (Big five e DISC Model) per analizzare il **fine-tuning tra la banca e i suoi pubblici**.

- *l'approccio*: andremo ad utilizzare strumenti e tool eterogenei di Social media listening e di social media analytics oltre che di **Intelligenza Artificiale**.

Desideriamo analizzare i **big data** estratti dal web e dai social per ricostruire descrizioni complete della **brand narrative** delle banche.

- la *piattaforma*: ci baseremo su tutte le potenzialità offerte da [Affinity Matters](#) e da [SocioViz](#), nostri partner tecnici

Ci sono altre novità che sveleremo a partire da settimana prossima. Iscriviti alla newsletter di [Social Minds](#), continua a leggere il [blog](#) di Social Minds, seguici sulla [Pagina LinkedIn](#) dedicata al Progetto.