Food Blogger senza segreti: SocialIndex individua quelli "giusti"

In un mercato sempre più condizionato dagli influencer, conoscere chi sono i "big" del web può rivelarsi un leva strategica fondamentale per gli operatori. Anche e soprattutto per quelli del Food, un settore sempre più esposto alle dinamiche social. Così, a pochi mesi dal lancio di Italian Travel Blogger SocialIndex, Extreme, società italiana specializzata nella raccolta e analisi delle conversazioni web e social, ha messo a punto **Italian Food Influencer SocialIndex, una serie di strumenti per la misurazione analitica di dati per lo studio dei social media**. Questa seconda edizione è dedicata ai food blogger italiani, ne facilita ricerca, conoscenza, analisi e valutazione in modo efficace e veloce. Uno strumento che può rivelarsi prezioso per chi opera nel settore Horeca. "Con SocialIndex stiamo dando una risposta efficace ad una esigenza sempre più forte nel mondo della comunicazione digital. La conoscenza e la valutazione oggettiva degli influencer. Il primo "verticale" sul settore turismo ha suscitato molto interesse tra gli addetti ai lavori, con ottimi risultati commerciali e qualche piacevole sorpresa anche sul mercato internazionale. Da qui l'idea di proseguire questo cammino sviluppando un secondo verticale sul mondo del Food. Come azienda italiana abbiamo voluto seguire un percorso che valorizzasse i nostri asset "nazionali", come turismo e food, temi fortemente correlati, e ovviamente stiamo già pensando al terzo verticale che, seguendo questa traiettoria, molto probabilmente sarà dedicato al Design e Fashion" dichiara **Riccardo Di Marcantonio**, amministratore unico e fondatore di Extreme.

Con SocialIndex, che raccoglie ed elabora costantemente molti dati creando una serie di indicatori analitici, ora sarà più semplice scegliere l'influencer giusto per la propria comunicazione rendendo la campagna più efficace. Infatti, si tratta di un metodo innovativo ed esclusivo, che permette di misurare le reali prestazioni e capacità di un influencer grazie alla profonda e costante analisi dei suoi canali social creando così un quadro reale dell'interazione sviluppata giornalmente con i suoi fan. Italian Food Influencer SocialIndex raccoglie molti dati comparabili ed elaborati su già oltre 280 influencer con più di 1400 account social: dall'audience complessiva al soft e strong engagement che riesce a produrre, dalla rilevanza del blog non dimenticando la fidelizzazione del pubblico, il valore economico di ogni post solo per menzionare alcuni degli indicatori esaminati. Extreme aggiorna costantemente il database e fornisce per ogni blogger una scheda di informazioni elaborate attraverso l'analisi diretta

delle attività web e social. Grazie all’interfaccia responsive è possibile, inoltre, consultare il servizio da laptop o mobile per avere sempre a disposizione la guida con informazioni analitiche sugli influencer o conoscere le tendenze del settore.