



Le reazioni della Rete al lancio del nuovo sistema operativo di casa Microsoft non sono state del tutto positive. A rivelarlo è una ricerca condotta da eXtrapola, società leader di mercato nel monitoraggio di informazioni e contenuti online, in collaborazione con l'Osservatorio di Pavia, centro di ricerca specializzato nell'analisi della comunicazione. La ricerca, pubblicata in anteprima da Nòva24, supplemento del Sole24ore, ha preso avvio dalla raccolta di oltre 500 articoli e commenti comparsi su internet tra il 6 e il 21 febbraio 2007, in cui veniva citato Windows Vista: l'analisi si è poi focalizzata su 266 degli articoli raccolti (da fonti istituzionali, informative e di settore, blog e forum), tutti dedicati interamente al nuovo sistema operativo. La ricerca ha individuato i quattro ambiti tematici specifici sui quali si è concentrata la discussione: le strategie Microsoft (25% degli articoli), gli effetti sui mercati (8%), i commenti sul funzionamento del sistema operativo (34%) e la sua installazione (33%). Il documento integrale della ricerca su Vista è reperibile sul sito di eXtrapola (www.extrapola.com) e su quello dell'Osservatorio di Pavia (www.osservatorio.it). Questa ricerca è frutto della partnership tra eXtrapola ed Osservatorio di Pavia, che già collaborano per clienti quali BMW e IPSOS: il monitoraggio di internet è un'asset che le aziende utilizzano sempre più, al fine di reperire contenuti ed informazioni riguardanti il loro operato, le loro scelte, i competitor e i segmenti di riferimento. Grazie a questa partnership l'attività di monitoraggio web di eXtrapola è così integrata dall'analisi qualitativa e quantitativa compiuta dall'Osservatorio di Pavia sui materiali raccolti: uno strumento formidabile per sorvegliare e comprendere ciò che viene comunicato sul web, dato che Internet sempre più affianca e si fonde con i media più tradizionali (giornali, radio e televisione) nella costruzione della percezione individuale della realtà e nella costruzione dell'immagine e della reputazione di aziende, marchi e personaggi. eXtrapola è nata nel 1998 e in meno di un decennio si è affermata come leader di mercato nel monitoraggio di informazioni e contenuti online grazie alla maggior copertura di fonti web offerta in Italia. eXtrapola offre, infatti, un servizio innovativo ed eccellente grazie ad una piattaforma tecnologica proprietaria capace di processare centinaia di migliaia di news al giorno da migliaia di fonti online (siti web generalisti e di settore, siti istituzionali, blog e fonti di discussione). I servizi di eXtrapola sono utilizzati da importanti aziende ed istituzioni in ambito pubblico e privato e sono un innovativo strumento di rassegna e di aggregazione di contenuti per tutti i settori aziendali che necessitano di un aggiornamento completo e puntuale: Uffici Stampa, Relazioni Esterne, Comunicazione, Marketing, Investor Relations e Alte Direzioni, per il valore strategico delle news e dei contenuti che eXtrapola è in grado di selezionare in modo altamente personalizzato. Tra i clienti di eXtrapola: BMW, Ducati, Ericsson, Ferrari, Istituto per il Commercio Estero, ING Direct, Orogel, Parmalat, Provincia di Milano, Regione Emilia-Romagna, Rimini Fiera, Sviluppo Italia, Bayer Italia, Samsung Italia e Indesit. www.extrapola.com Osservatorio di Pavia L'Osservatorio di Pavia - CARES nasce nel 1994 come centro di ricerca specializzato nell'analisi della comunicazione. All'attività di monitoraggio del pluralismo politico, i cui dati vengono forniti alla Rai e alla Commissione Parlamentare di Vigilanza, si sono col tempo aggiunte attività simili condotte in ambito internazionale per conto del Ministero Affari Esteri, le Nazioni Unite, l'UE e l'OSCE. In seguito

Di Gian Maria Brega
Lunedì 16 Aprile 2007 20:16

allo sviluppo di innovative metodologie di analisi l'Osservatorio svolge inoltre ricerche sulla rappresentazione di temi, eventi, marchi e personaggi sui principali mezzi di comunicazione, collaborando in questo settore con l'Università di Pavia e con altri Atenei. L'Istituto è inoltre particolarmente attivo nello studio di tematiche legate al genere, all'analisi dell'immagine dei brand e alla gestione della comunicazione nelle situazioni di crisi. Oggetti dei monitoraggi analitici dell'Osservatorio di Pavia sono anche la comunicazione medico-scientifica e quella istituzionale. www.osservatorio.it Per maggiori informazioni: Gian Maria Brega PR
ManagereXtrapolaMobile: +39 338 9020851 gm.brega@extrapola.com
<http://www.extrapola.com>