

Una nuova ricerca per la tua comunicazione



Hypersemantics2 – HS2

Costruire buone relazioni con il target

Sintesi informativa

Hypersemantics2 – la novità



Viene svolta *un'analisi sulla Rete*

che coglie il *feeling* dei consumatori
nei confronti del tuo Prodotto,
della tua Marca
della tua Impresa

la metodologia è molto diversa
dagli strumenti semantici
attualmente utilizzati,
e frutto di anni di studi

Hypersemantics2 – a che cosa serve



Un *nuovo* strumento di ricerca
per coinvolgere i tuoi consumatori
identificando le *modalità più efficaci*
per progettare la tua comunicazione
e il tuo posizionamento competitivo
concept, storytelling, parole

Hypersemantics2 – come funziona



L'analisi permette di comprendere
a partire dai discorsi sul Web

come viene interpretata la personalità
della tua marca, del tuo prodotto, della tua impresa
e come il consumatore si relaziona con essi

L'analisi viene realizzata attraverso un modello che
considera
il valore della marca, percepito dai consumatori,
e il carattere dei consumatori, espresso dal loro linguaggio

Hypersemantics2 – analisi del valore

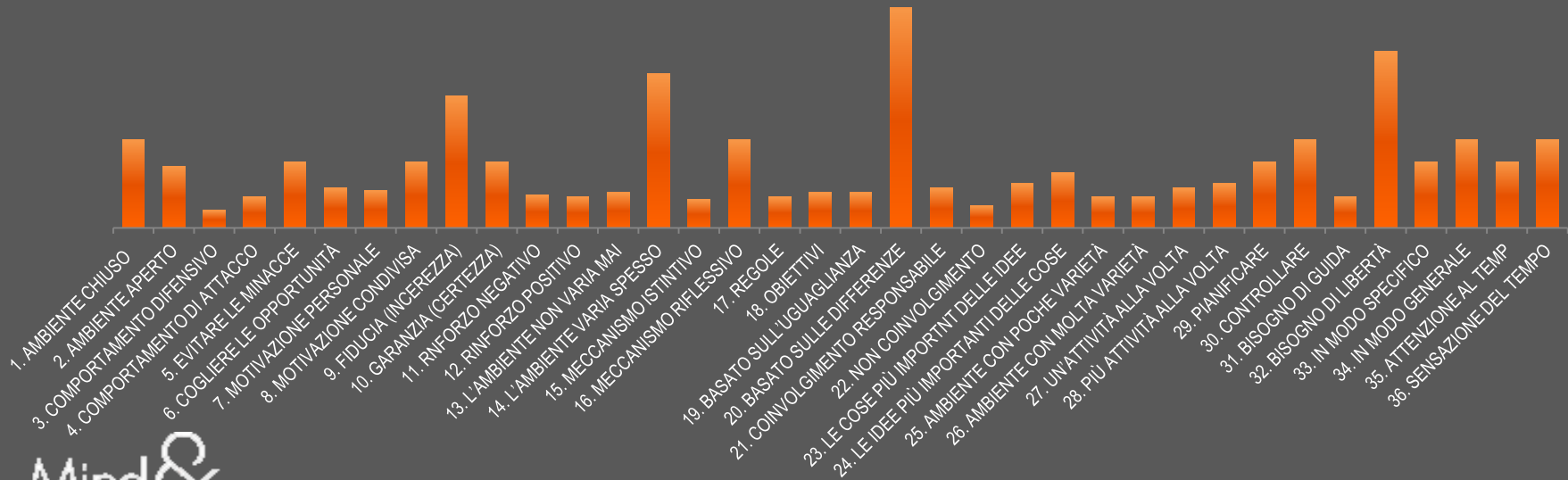


Si basa su 8 sistemi valoriali
che filtrano, e danno ordine, ai discorsi sul web rispetto
alla tua marca, prodotto, impresa

Olio Fame Sete Mangiare Aiuto Ricevere	Assieme Protetti Tutela Gruppo Comunità	Agire Combattere Lottare Ottenere Fare	Ruolo Dovere Certificazione Ordine Legalità Gerarchia	Macchine Razionalità Guadagno Efficienza Know-how Tecnica	Consenso Relazione Condivisione Know-why Parità Uguaglianza	Network Esperienza Responsabilità Collegamento Gestione	Totalità Organismo Unicità Assoluto Essenza Ecologia
SUSSISTENZIALI	TRIBALI	EROICI	AUTORTARI	RAZIONALI	SOCIALI	SISTEMI	OLISTICI

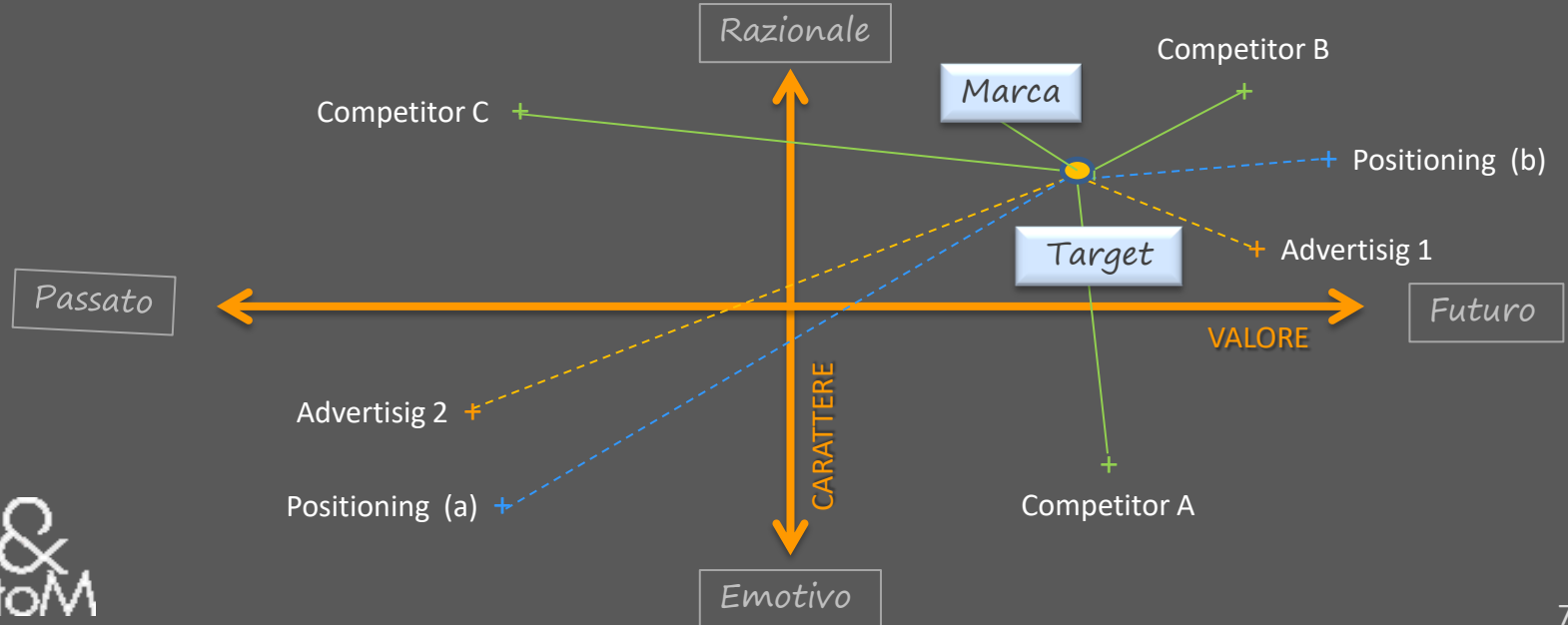
Hypersemantics2 – analisi del carattere

Si basa inoltre su 36 tratti di carattere che definiscono l'atteggiamento dei consumatori rispetto alla tua marca, prodotto, impresa



Hypersemantics2 – l'out put

Il modello, combinando valore e carattere, consente di intercettare le modalità più efficaci per la tua comunicazione e il tuo posizionamento



Hypersemantics2 – possibilità di uso



A. RICERCHE

- Free Trial dimostrativi
- Pacchetti standard a consumo o in abbonamento
- Configurazioni IT e ricerca personalizzate
- Licenze esclusive di Settore
- Collaborazioni strategiche

B. ALTRI SERVIZI

- Consulenze per interpretazione di ricerche ed
- Implementazione Progetti
- Supporto tecnico per adattamento IT
- Competenze specialistiche di Market Research, Marketing, Comunicazione, Sviluppo Organizzazione e Commerciale, Strategia competitiva

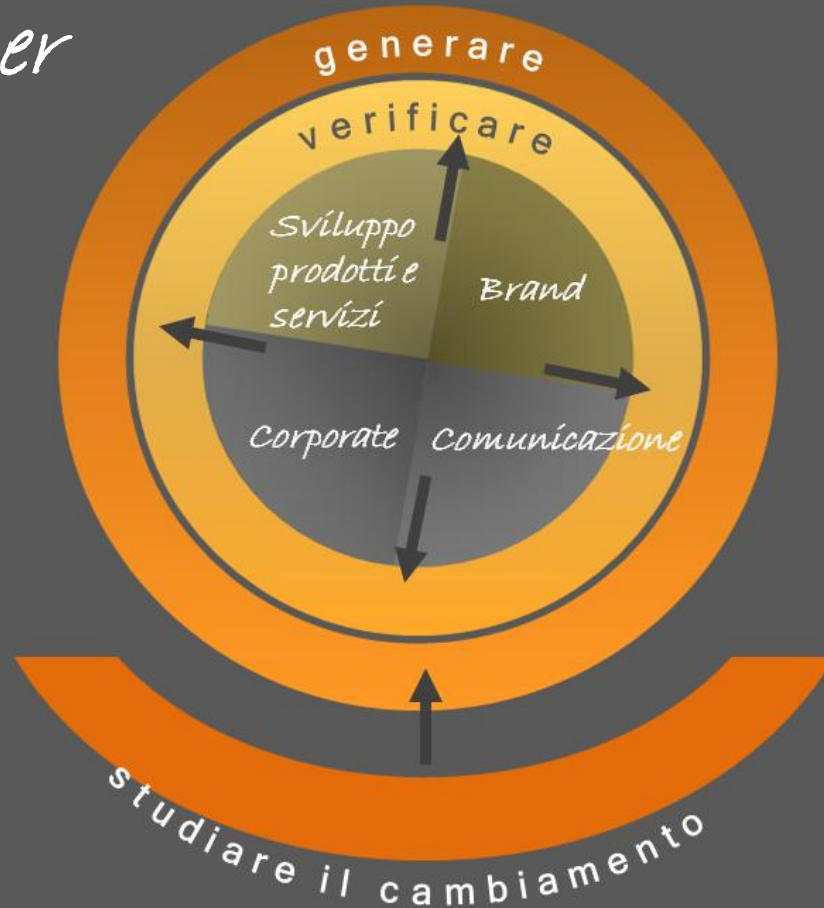
ASTĀREA

La nostra peculiarità

non solo verificare **quanto esiste,**

ma anche generare **il nuovo**

*Analisi per capire,
Idee per costruire*





Laura Cantoni

- Ricercatrice, fondatrice Astarea



Felix Sagrillo

- Psicolinguista, direttore scientifico HS2



A S T Ā R E A

Astarea srl

T. +39 02 89423927

F. +39 02 83390294

infoastarea@astarea.it

www.astarea.it

Per informazioni: l.cantoni@starea.it- 333 6227223