



# CASE HISTORY

## Cantina Masi Agricola

---

Masi Agricola, nata nel 1772, produce e distribuisce Amarone e altri vini di pregio ispirati ai valori del territorio delle Venezie in oltre 130 Paesi nel mondo. Da diversi decenni l'azienda ha avviato un ambizioso progetto di valorizzazione delle storiche tenute vitivinicole.

- **Settore:** Beverage | Vino
- **Soluzione:** Piattaforma, Consulenza, Report
- **Competence center:** SocialMeter

## L'ESIGENZA

---

Da sempre attenta ai cambiamenti del mercato, Masi Agricola ha sentito l'esigenza di evolvere il proprio approccio di marketing verso una sempre più data driven con un solo obiettivo: **poter prendere decisioni strategiche importanti attraverso i dati, per la crescita dell'azienda.** Masi ha scelto SocialMeter, **prima metodologia italiana premiata con il brevetto in Big Data Analytics**, come partner di questa evoluzione. La collaborazione è partita con un progetto di raccolta e analisi delle informazioni più utili a raccontare i bisogni, le esigenze e le caratteristiche dei consumatori dei principali vini della Valpolicella.



## LA SOLUZIONE

---

Gli Osservatori avviati da SocialMeter si sono concentrati sui tre vini più importanti del territorio: **Amarone, Valpolicella e Ripasso**. Sono stati monitorati i **picchi del conversato**, i focus di **conversazione online**, gli **influencer** più famosi e le **top cantine** più attive sui vini in questione. I dati raccolti hanno permesso all'azienda di conoscere e profilare i propri clienti per età, sesso, luogo e similari, oltre ad approfondire non solo chi sono gli appassionati di specifici vini, ma anche quali sono le loro abitudini (es. come consumano, con chi, in abbinamento a quali cibi), le loro scelte e i loro comportamenti nel momento in cui sorseggiano un calice.



## I BENEFICI ATTESI

---

Tali informazioni rappresentano un importante vantaggio competitivo per avvicinare l'impresa alla vera esperienza del consumatore e, di conseguenza, prendere decisioni più efficaci. Gli insight estratti supportano e supporteranno le **strategie di mercato** e le **campagne marketing** di Masi Agricola, permettendo di profilare e personalizzarle. Inoltre, sono un **asset fondamentale** nel rapporto tra l'azienda e gli intermediari/distributori.

## GLI SVILUPPI FUTURI

---

I risultati che si possono ottenere con il modello di analisi di SocialMeter sono flessibili e composti da vari strati di dati quantitativi e dati qualitativi. Lo studio di queste informazioni potrebbe diventare quindi applicabile, a seconda delle esigenze, per diverse aree aziendali: dallo **sviluppo del prodotto** all'**area commerciale**, dalle attività di **marketing** e **comunicazione** fino alla **strategia** aziendale.

