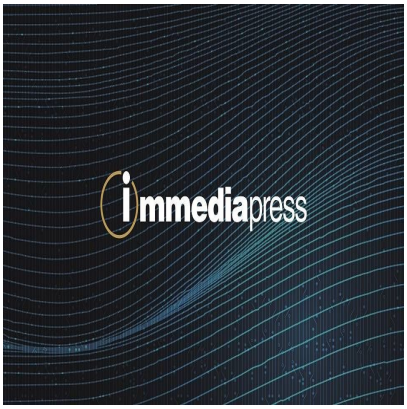


Un report di Cision svela le tendenze dei consumatori che emergono dallâ??analisi incrociata di ricerca online, social media e IA

Descrizione

default watermark

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

Basato sullâ??analisi di oltre 564 milioni di post sui social media e di migliaia di query di ricerca e prompt di IA, il report analizza ciÃ² che i brand rischiano di non cogliere quando i diversi segnali restituiscono indicazioni differenti.

CHICAGO, 9 novembre 2026 /PRNewswire/ â?? Cision, leader globale nellâ??intelligence sui consumatori e sui media, ha pubblicato oggi The State of Search and Social 2027 (Lo stato della ricerca online e dei social media 2027), un nuovo report che analizza come lâ??integrazione degli insight provenienti da ricerca online, social media e intelligenza artificiale possa aiutare i brand a comprendere meglio gli interessi dei consumatori, individuare nuove opportunitÃ di business e prendere decisioni piÃ¹ informate su dove investire.

Basato su oltre 564 milioni di post sui social media e quasi 5.000 query di ricerca e prompt di IA, il report distingue i picchi di attenzione temporanei dallâ??interesse duraturo e analizza lâ??evoluzione delle percezioni dei consumatori. Evidenzia inoltre le differenze tra ciÃ² di cui i consumatori parlano e il modo in cui lâ??IA presenta brand e argomenti.

Per i team di marketing e comunicazione che stanno pianificando le attivitÃ per il 2027, i risultati mostrano che il tempismo Ã¨ importante quanto comprendere le ragioni che attirano lâ??attenzione dei consumatori. Individuare una tendenza soltanto dopo che ha raggiunto il picco puÃ² significare intervenire troppo tardi. Mettere in relazione i diversi segnali mentre lâ??interesse Ã¨ ancora in crescita puÃ² aiutare i brand a individuare le opportunitÃ su cui agire, ma anche a capire quando Ã¨ il momento di intervenire e quando, invece, occorre cambiare direzione.

Â«Alcuni degli insight piÃ¹ utili sui consumatori emergono quando si osservano le differenze tra i vari canaliÂ», ha dichiarato Amy Jones, Direttrice marketing di Cision. Â«Le ricerche online possono

mostrare dove sta cambiando lâ??interesse. I social media aiutano a capirne il motivo. Le risposte dellâ??IA, invece, mostrano quale narrazione viene proposta ai consumatori. Mettere in relazione queste prospettive consente ai brand di comprendere non soltanto ciÃ² che sta accadendo, ma anche come reagire e quando intervenireÂ».

Lâ??analisi incrociata dei segnali rivela cosa alimenta realmente lâ??attenzione dei consumatori

Il report analizza le tendenze dei consumatori nei settori della salute e del benessere, degli alimenti e delle bevande, dellâ??automotive, dellâ??intelligenza artificiale e della cultura online. I risultati mettono in discussione alcune convinzioni che possono influenzare le decisioni di investimento, le strategie di campagna e la gestione della reputazione:

Cosa significano le risposte dellâ??IA per la visibilitÃ dei brand e la domanda dei consumatori

I brand devono comprendere non soltanto ciÃ² che il pubblico dice e cerca, ma anche quali informazioni riceve attraverso le risposte generate dallâ??IA. Nellâ??analisi relativa al settore automotive, le fonti citate piÃ¹ frequentemente erano creator di YouTube, testate editoriali e singoli giornalisti, non le case automobilistiche. La copertura mediatica, le recensioni e le conversazioni delle community che un brand riesce a generare costituiscono oggi la base informativa su cui vengono elaborate le risposte che i potenziali acquirenti ricevono. Mettere in relazione queste diverse prospettive aiuta i team a individuare bisogni ancora insoddisfatti, comprendere i potenziali ostacoli allâ??acquisto e prendere decisioni migliori su dove investire e come comunicare.

default watermark

Andare oltre il monitoraggio dellâ??attenzione per comprenderne le dinamiche

Il report propone cinque domande per aiutare i team a mettere in relazione ciÃ² che le persone cercano online, ciÃ² di cui parlano sui social media e il modo in cui le risposte dellâ??IA presentano un determinato argomento. I team che continueranno ad analizzare separatamente questi segnali rischieranno sempre piÃ¹ di interpretare in modo errato ciÃ² che i consumatori cercano, discutono e apprendono dalle risposte dellâ??IA. Metterli in relazione consente invece di individuare lacune nella comprensione e di prendere decisioni piÃ¹ informate in materia di campagne, investimenti e comunicazione.

Scarica The State of Search and Social 2027 (Lo stato della ricerca online e dei social media 2027) per leggere il report completo e approfondirne i risultati.

Scopri di piÃ¹ su come Cision integra informazioni provenienti da media, social media, ricerca online e visibilitÃ nei sistemi di IA.

Informazioni sulla ricerca

Il report si basa sui dati di Brandwatch Consumer Research e Trajaan, relativi a 564,61 milioni di post sui social media e 4.678 query di ricerca e prompt di IA, con un periodo principale di ricerca compreso tra agosto 2025 e agosto 2026. Alcune analisi prendono in esame periodi storici piÃ¹ lunghi e includono risposte generate dallâ??IA per fornire un contesto aggiuntivo. I singoli grafici indicano gli intervalli temporali di riferimento.

Informazioni su Cision

Cision Ã¨ leader globale nelle soluzioni di intelligence sui consumatori e sui media, engagement e comunicazione. Forniamo ai professionisti delle pubbliche relazioni e della comunicazione aziendale, del marketing e dei social media gli strumenti necessari per eccellere nellâ??attuale contesto basato sui dati.

La nostra profonda esperienza, le partnership esclusive per lâ??accesso ai dati e i nostri prodotti pluripremiati, tra cui Trajaan, Brandwatch, CisionOne e PR Newswire, riuniscono i segnali provenienti da ricerca online, social media e media, consentendo ai team di comprendere meglio ciÃ² che sta accadendo, orientare la conversazione e amplificare il proprio impatto.

Oltre 75.000 aziende e organizzazioni, tra cui lâ??84% delle societÃ Fortune 500, si affidano a Cision per prendere decisioni migliori e raggiungere i propri obiettivi.

CONTATTO: Ufficio stampa Cisionâ?¯CisionPR@cision.com

View original content to download multimedia:https://www.prnewswire.com/it/comunicati-stampa/un-report-di-cision-svela-le-tendenze-dei-consumatori-che-emergono-dallanalisi-incrociata-di-ricerca-online-social-media-e-ia-302932678.html

default watermark

Copyright 2026 PR Newswire. All Rights Reserved.

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE: Immediapress Ã¨ un servizio di diffusione di comunicati stampa in testo originale redatto direttamente dallâ??ente che lo emette. Lâ??Adnkronos e Immediapress non sono responsabili per i contenuti dei comunicati trasmessi

â??

immediapress/pr-newswire

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione
Novembre 9, 2026
Autore
redazione