

BLOOMBERG MEDIA E TWITTER LANCIANO TICTOC, NEWS NETWORK ON THE GO, NATIVO SOCIAL E ANTI-BUFALA

Il valore aggiunto della nuova iniziativa è quello di unire il meglio della media company e della piattaforma, notizie e conversazioni in un unico luogo, con il supporto di un team che verifica i fatti. Sette gli sponsor di lancio, con contenuti e integrazioni native nei video. Nonostante il diluvio di bufale e informazioni di scarsa qualità i social rimangono un formidabile mezzo per diffusione delle notizie. Così il nuovo nato in casa Bloomberg Media è stato studiato per valorizzare al meglio la velocità della piattaforma di Twitter, insieme alla quale è stato sviluppato. Chiamato TicToc by Bloomberg, si presenta come un 'global news network' costruito su misura per Twitter con l'obiettivo di raggiungere i consumatori di news on-the-go su mobile, forte della rete di 2.700 giornalisti e analisti in 120 paesi di Bloomberg. Accessibile su @tictoc e su live.twitter.com/tictoc, offre un mix di notizie e video in diretta a cura delle diverse redazioni, breaking news da parte dei consumatori ma rigorosamente curate e verificate dai giornalisti e conversazioni in tempo reale relative a ciascuna notizia. Le notizie coperte sono scelte tra quelle di interesse generale a livello globale, raccontate attraverso video, dati, e grafiche; le notizie principali vengono inoltre aggiornate ogni ora, attraverso una clip video di facile fruizione. Alla bisogna, ci saranno anche video più lunghi per contestualizzare meglio la vicenda con analisi ad hoc. Il valore aggiunto, quello di unire notizie e conversazioni in un unico luogo, con il supporto di un team che verifica i fatti. Al momento le news vengono erogate dalle 6 alle 22 ma nel 2018 verrà raggiunta la copertura 24 ore su 24, anche nel weekend con aggiornamenti regolari e breaking news. Al progetto è stato dedicato un gruppo di lavoro composto da editor, producer, social media analysts, sviluppatori, ingegneri, designer e marketer. BUSINESS IBRIDI. Justin B. Smith, ceo di Bloomberg Media, spiega «Nel panorama media sta avvenendo una trasformazione: sempre più aziende di contenuti si alleano con le piattaforme per creare business ibridi per servire meglio i consumatori e la società. Con TicToc by Bloomberg, uniamo il meglio di Bloomberg e Twitter creando un'esperienza di informazione veloce e credibile. Il lancio di questo nuovo network rafforza la nostra strategia di guidare l'innovazione attraverso nuovi prodotti e servizi che toccano un'ampia audience globale». Sette i primi sponsor pubblicitari: AT&T Business, CA Technologies, CME Group, Goldman Sachs, INFINITI, SAS, TD Ameritrade. Nella programmazione video verranno inseriti contenuti native e brand integration.