

## Le aziende italiane snobbano Facebook

a cura di Tullio Matteo Fanti

Facebook rimane una risorsa preziosa per le aziende che intendono elevare la propria visibilità. Tuttavia, le aziende italiane sembrano ancora sottovalutare tale opportunità.

Quanto sono efficaci le azioni di **brand engagement** compiute sulle pagine di **Facebook** da parte delle aziende italiane? A questa domanda cerca di rispondere una ricerca realizzata da **Blogmeter** e presentata al **Lab Forum** di Milano.

Pagine Facebook e brand engagement rappresentano un connubio vincente per le aziende che intendono aumentare la loro visibilità. Tuttavia, si tratta di una opportunità troppo spesso sottovalutata: dalla ricerca emerge infatti come **la metà dei brand analizzati non abbia neppure una proprio pagina su Facebook**. Il 57% non ha aperto una fan page ufficiale in lingua italiana mentre il restante 43% possiede fan page di brand (23%) e di prodotto (20%).

**Quali sono i post capaci di generare maggior engagement?** Non esiste una ricetta unica, dipende dal settore in cui le aziende sono inserite: ad esempio, per il settore Elettronica di consumo vincono i link mentre per il settore alimentare sono le foto la principale fonte di attrazione. Da non sottovalutare inoltre la strategia editoriale: nel settore Elettronica di consumo, ad esempio, viene premiato un tono piuttosto formale, mentre nel settore Beverage si privilegia un linguaggio più friendly.

Infine, la ricerca misura i **settori con maggiore presenza su Facebook**, ovvero Elettronica di consumo - Mobility e imaging (71%), seguito da Beverage – alcolici, birra e bevande (62%) e Food – alimentari freschi, confezionati e dolciario (45%). Tra i Top brand, **Nivea** risulta la pagina con più fans, mentre è la pagina di **Samsung** quella più commentata. Tra le pagine dei prodotti, **Estathè** risulta la pagina con più fan.

Come evidenziato dalla ricerca, ad un elevato numero di fan non corrisponde necessariamente una maggiore popolarità del brand; ai fini di una comunicazione efficace **non contano tanto i fan quanto il numero di like e commenti**.

Versione originale: <http://www.pmi.it/marketing/news/9928/le-aziende-italiane-snobano-facebook.html>