

[Creatività & Marketing](#)
[Media e Multimedia](#)
[Fatti e Persone](#)
[Formazione e Cultura](#)
[TLC](#)
[Televisione](#)
[Stampa quotidiana](#)
[Stampa periodica](#)
[Radio](#)
[Esterna](#)
[Cinema](#)
[Internet](#)
[Satellite](#)
[Concessionarie](#)
[Social Network](#)
[Centri media](#)
RUBRICHE
[IAB Forum 2011](#)
[Editoriale](#)
[Ascolti](#)
[Agenda](#)
[Home](#) | [Media e Multimedia](#) | [Internet](#) | [Blogmeter: è Nivea la pagina Facebook con più fan](#)

NEWS

■ [Media e Multimedia](#) | [Internet](#)
18/10/2011

[RACCOMANDA](#)


Blogmeter: è Nivea la pagina Facebook con più fan

L'analisi prende in considerazione 88 prodotti

[Intesys - Web Agency](#)

Brand Sites, Portals, e-Commerce Mobile Site, Marketing on line

www.intesys.it

Annunci Google

E' stata presentata a IAB Forum la nuova indagine di Blogmeter che fa il punto sulla presenza delle aziende italiane in Facebook. Partendo dall'analisi degli 88 prodotti finalisti al premio 'Brand Awards 2011' di Gdo Week e Mark Up, nel periodo che va dall'1 gennaio fino al 30 settembre 2011, il lavoro ha messo a confronto l'efficacia della comunicazione dei brand sulle fan page del social network, facendo leva su parametri oggettivi (fan, post, commenti e like) e analizzando lo scenario competitivo attraverso benchmark di riferimento per categoria di mercato. E' emerso che la metà dei brand non ha una propria pagina Facebook. Il 23% ha una fan page di brand, il 20% di prodotto. Il 46% dei post più coinvolgenti (per like e commenti raccolti) nel settore Elettronica di consumo sono link, mentre per il Beverage e il Food vincono le foto, rispettivamente con una percentuale del 46% e il 44%. Di conseguenza non c'è una ricetta unica per generare interesse. Anche la strategia editoriale varia a seconda del settore di appartenenza: la scelta del tone of voice (in Elettronica di Consumo più formale rispetto a Beverage, più friendly) e della tipologia di interazione con i propri fan sono due delle dinamiche in grado di determinare il successo o l'insuccesso di una fan page. Per quanto riguarda i settori con maggior presenza su Facebook, vince 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 brand, Nivea risulta la pagina con più fan, mentre è la pagina di Samsung quella più commentata. Tra le pagine di prodotto, Estathè risulta la pagina con più fan, mentre Cornetto stravinca in tutte le altre categorie.