



BlogMeter: Come si Comportano le Aziende su Facebook

2 settimane fa. [Leandro Riccini](#)



Fan page di [Facebook](#) e brand engagement (termine usato per descrivere il processo di formazione di un legame emotivo e razionale tra una persona e un marchio), sono una connessione fondamentale per le aziende che intendono migliorare le proprie strategie di comunicazione e di visibilità.

Tra i social media presenti sul web, Facebook è sicuramente quello più importante. BlogMeter ha presentato una indagine allo lab Forum di Milano, per fare il punto della situazione sulla presenza delle aziende italiane in Facebook.

Dall'analisi degli 88 prodotti finalisti al premio "Brand Awards 2011" di Gdo Week e Mark Up, nel periodo che va dal 1 di gennaio fino al 30 settembre 2011, sono emersi dati interessanti.

- La metà dei brand non ha una propria fan page di Facebook.
- Il 57% non ha aperto una pagina ufficiale in italiano.
- Il 43% si divide quasi equamente tra fan page di brand (23%) e di prodotto (20%).

L'analisi di BlogMeter sui post e i commenti, dimostra che ai fini di una comunicazione efficace contano più i Mi Piace e i commenti rispetto al numero dei fan.

I post e i commenti che generano un maggior legame tra marchio e utente variano di settore in settore.

- Il 46% dei post più coinvolgenti (per like e commenti raccolti) nel settore Elettronica di consumo sono **link**.
- 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.

Oltre alla tipologia dei contenuti condivisi 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.

Infine la classifica. I settori con maggior presenza su Facebook sono 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 fans, mentre è la pagina di Samsung quella più commentata. Tra le pagine di prodotto, Estathè risulta la pagina con più fans, infine Cornetto, stravinisce in tutte le altre categorie.

TOP10 prodotto



	N° FANS (totale fans)	N° COMMENTI (fans comments/brand posts)	N° LIKE (fans likes/brand posts)	N° FANS POST (fan posts/brand posts)
1.	ESTATHÈ	CORNETTO	CORNETTO	CORNETTO
2.	CORNETTO	PHILADELPHIA	PHILADELPHIA	PHILADELPHIA
3.	M&M'S	ESTATHÈ	ESTATHÈ	ESTATHÈ
4.	PHILADELPHIA	M&M'S	M&M'S	M&M'S
5.	APEROL	SANICAT	MARTINI SODA	OLIO DANTE
6.	PAMPERO	LINES È	GATORADE	MARTINI SODA
7.	MARTINI SODA	MARTINI SODA	SCHWEPES	LINES È
8.	GATORADE	SCHWEPES	LINES È	SCHWEPES
9.	LINES È	GATORADE	SANICAT	PICCOLINI
10.	SCHWEPES	SUGHI RANA	PICCOLINI	APEROL

BlogMeter è un innovativo servizio di analisi e monitoraggio dei social media e del [passaparola online](#) (su blog, newsgroup, forum, siti web e social network) fondato su una piattaforma tecnologica proprietaria.

Grazie all'utilizzo di sofisticati sistemi di web crawling e [analisi semantica](#) e un'approfondita conoscenza delle principali metodologie di ricerca media, BlogMeter consente di conoscere e analizzare ciò che viene detto online su un tema, un'azienda, un marchio, un prodotto o un personaggio pubblico.

Fonte: [BlogMeter](#)