

19 ottobre 2011

Torna indietro

News Mercato

Blogmeter: aziende italiane e Facebook, Nivea la pagina con più fan

0 - A +

TOP10 - brand



| | N° FANS (totale fans) | N° COMMENTI (fans comments/brand posts) | N° LIKE (fans likes/brand posts) | N° FANS POST (fan posts/brand posts) |
|-----|--------------------------|--|-------------------------------------|---|
| 1. | NIVEA ITALIA | SAMSUNG ITALIA | NIVEA ITALIA | CANON ITALIA |
| 2. | SAMSUNG ITALIA | MULLER ITALIA | MULLER ITALIA | MULLER ITALIA |
| 3. | L'ORÉAL ITALIA | LG ITALIA | BARILLA | NIVEA ITALIA |
| 4. | MULINO BIANCO | MULINO BIANCO | NIKON PROF. | MULINO BIANCO |
| 5. | MULLER ITALIA | NIVEA ITALIA | L'ORÉAL ITALIA | BARILLA |
| 6. | DEBORAH MI | CANON ITALIA | MULINO BIANCO | LG ITALIA |
| 7. | BARILLA | NIKON PROF. | SAMSUNG ITALIA | DEBORAH MI |
| 8. | GARNIER ITALIA | BARILLA | CANON ITALIA | GARNIER ITALIA |
| 9. | LG ITALIA | BOLTON | GARNIER ITALIA | HP ITALIA |
| 10. | CANON ITALIA | L'ORÉAL ITALIA | BOLTON | L'ORÉAL ITALIA |

Iscriviti alla newsletter ▶

ULTIME NOTIZIE

20 ottobre 2011 [News](#) [Mercato](#)
Studio IBM: le quattro nuove sfide del marketing nell'era digitale

20 ottobre 2011 [News](#) [Mercato](#)
BizTravelForum: nel 2011 cresce il comparto viaggi d'affari, in aumento le trasferte extraeuropee

19 ottobre 2011 [News](#) [Mercato](#)
Congressi medici: partono i controlli sui provider, presentati al Forum ECM i numeri nazionali

20 ottobre 2011 [News](#) [Agenzie e fornitori](#)
K-events con Cariparma per la convention dei giovani dipendenti

20 ottobre 2011 [News](#) [Agenzie e fornitori](#)
Nokia in tour nelle università italiane per promuovere il sistema operativo Symbian

[Vedi tutte le notizie](#)

Tra gli 88 prodotti finalisti al premio [Brand Awards 2011](#) (organizzato dalle testate Gdo Week e Mark Up del Gruppo 24 Ore) **la metà non ha una propria pagina Facebook**, mentre il 57% non ha aperto una fan page ufficiale in italiano e il restante 43% si divide quasi equamente tra fan page di brand (23%) e di prodotto (20%).

Sono i risultati di un'analisi condotta da [Blogmeter](#), società di ricerche e monitoraggio attiva nel [social media marketing](#), presentata allo IAB Forum di Milano, per fare il punto sulla **presenza delle aziende italiane nel maggiore social network mondiale** e confrontarne l'efficacia della comunicazione.

Le pagine su Facebook rappresentano infatti un'opportunità sempre più importante di connessione con i propri clienti e di **brand engagement**: gli utenti di Facebook attivi in Italia sono circa 19 milioni (giugno 2011), il 63% dei quali vi accede giornalmente (12 milioni); 5 milioni di persone lo fanno da un dispositivo mobile.

Le **fan page** sono state prese in esame da gennaio a settembre 2011 e confrontate attraverso **parametri oggettivi**, quali numero di **iscritti (fan)**, **post**, **commenti** e **"like"** ricevuti. Blogmeter ha realizzato oltre 200 progetti di monitoraggio del passaparola nei social media e tramite un proprio tool di "ascolto" e analisi delle conversazioni che misura tre indici (action, engagement e sentiment), cioè il rapporto tra post, commenti e "like" espressi dai fan, rispetto al numero di post pubblicati dalla marca.

Il 45% delle fan page attive è concentrato nei primi 30 brand della classifica considerata, segno che l'esigenza della comunicazione social è molto percepita **tra le aziende più visibili e con ampi investimenti in marketing**. Tra i settori spicca l'elettronica di consumo, dove il 71% delle imprese ha la pagina Facebook ufficiale, seguito dal beverage, con il 62% e dal food, con il 45%.

Fra le **pagine brand** in Italia è Nivea a raccogliere il maggior numero di fan (circa 134.000),

seguita da Samsung (quasi 87.000) e L'Oreal (oltre quota 83.000). Le **pagine prodotto**, invece, incoronano EstaTHE con quasi un milione di fan, Cornetto (Algida) e M&M's. Samsung, Muller e LG sono invece quelle che stimolano il **maggior numero di commenti per post** (tra i prodotti sono rispettivamente Cornetto, Philadelphia e EstaThe).

Interessante anche l'**analisi delle strategie** seguite dalle aziende per popolare di **contenuti** la pagina Facebook: nell'elettronica si privilegiano i link (46% dei contenuti proposti), mentre nel beverage e food sono più sfruttate le foto (46% e 44%). La comunicazione può essere attuata con un tono formale (istituzionale), più utilizzato nell'elettronica o informale (friendly), più utilizzato nel food e beverage. L'**interazione** si divide invece in **tre tipologie**: guidata dal brand, flessibile o dettata dai fan.

La ricerca è [disponibile online nel profilo SlideShare di Blogmeter](#).

Altro su...

Marketing

Altre News

20 ottobre 2011
Nokia in tour nelle università italiane per promuovere il sistema operativo Symbian

Altro su Mercato

20 ottobre 2011
Studio IBM: le quattro nuove sfide del marketing nell'era digitale

Social media

20 ottobre 2011
K-events con Cariparma per la convention dei giovani dipendenti

20 ottobre 2011
BizTravelForum: nel 2011 cresce il comparto viaggi d'affari, in aumento le trasferte extraeuropee

Studi e ricerche

20 ottobre 2011
A Bologna la convention di Velux Italia ideata da EuroTarget

19 ottobre 2011
BMW e Tate lanciano un programma di eventi artistici sul web

© Copyright by Exmedia srl ([note legali e privacy](#))

Sede legale Via Foro Buonaparte, 74 - 20121 Milano - Tel +39 02 86998471 - Fax +39 02 86998479
 Partita Iva/Codice Fiscale 05464330488 - R.E.A. Milano 1893990 - Capitale Sociale € 100.000,00
 Ultimo aggiornamento giovedì 20.10.2011