











NUOVA PUNTATA DELLA RUBRICA TOP BRAND ON THE WEB DI BLOGMETER

## I tour operator oggi viaggiano su Facebook

I BRAND IN CLASSIFICA HANNO ACCUMULATO COMPLESSIVAMENTE PIÙ DI 40.000 INTERAZIONI

### TOP FACEBOOK PAGES

#### Turismo

	BRAND	TOT. ENGAGEMENT*
1	 TRENTINO	12.004
2	 Alitalia	11.809
3	 easyJet	2.439
4	 Turisti per caso	1.851
5	 emiliaromagna	1.271
6	 HILTON HHONORS	852
7	 Air One	379
8	 Vola gratis	357
9	 eDreams	327
10	 ALPITOUR WORLD.COM	252

\*Total Engagement: fans posts + fans comments + likes

Fonte: BlogMeter

Periodo: 01/11/2011 - 28/11/2011

Sono numerose le pagine degli operatori turistici presenti sul social network per antonomasia: **Facebook. Blogmeter** si è messo al lavoro per verificarne presenza, efficacia e strategie e ha stilato una classifica delle migliori fan page italiane nel turismo. Per ordinare le singole pagine Facebook, Blogmeter ha usato una metrica di engagement che fa leva sul tasso di coinvolgimento dei fan, piuttosto che sul loro numero. Di conseguenza le pagine più in alto nella Top Brands, sono risultate le più abili a suscitare un total engagement da parte degli utenti, ovvero gradimento e interazione. I brand in classifica hanno accumulato complessivamente più di 40.000 interazioni (post, commenti e like). Ma sulla vetta, in solitaria, ne sveltano due, **Visit Trentino** (12.004) e **Alitalia** (11.809), seguiti a parecchia distanza da **EasyJet**, **Turisti per caso**, **Emilia-Romagna**, **Hilton Hhonors**, **Air One**, **Vola Gratis**, **eDreams** e **Alpitour World**. Visit Trentino ha puntato soprattutto sulla condivisione di fotografie - rappresentano più del 70% dei contenuti - coinvolgendo gli

utenti a votare le più belle, mentre Alitalia ha utilizzato la sua pagina come un servizio di caring per i clienti in cerca di informazioni su voli, scioperi e conteggio miglia della raccolta **Millemiglia**, un servizio così efficace da rappresentare l'88% dei contenuti della pagina. Anche Easy Jet ha utilizzato la pagina come servizio di assistenza clienti, mentre Turisti per caso ha preferito trasformarla in una sorta di community. Di contro AlpitourWorld.com ha condiviso molti album di foto per presentare i suoi resort; Hilton HHonors Italia ha invece scelto di prendere gli utenti per la "gola" condividendo numerosi piatti proposti dagli chef Hilton. Alitalia spicca anche per la Barbie in divisa aziendale disegnata da **Mila Schön**, che grazie al concorso abbinato è risultata il contenuto con più "like" tra tutte le pagine considerate. Infine, anche se fuori classifica, una citazione va all'agenzia **Tui**, molto intraprendente nell'offrire consigli e aiuto agli utenti, e a **Rough Guides** che condivide soprattutto link ad articoli dedicati a mete favolose, stimolando così il desiderio di viaggiare.