

Sanremo 2013: chi sarà il vincitore sui social network?

I Modà hanno più fan, Marco Mengoni più follower ma quelli di Chiara Galiazzo sono i più attivi: la sfida è aperta e ECCE/Customer monitora la competizione nei social media.

Tutti i dati registrati fino al 10/02/2013

Milano, 12 febbraio 2013 – Modà, Marco Mengoni, Elio e le Storie Tese: questo sarebbe il podio finale del Festival di Sanremo se il voto popolare venisse raccolto attraverso Facebook e Twitter.

I Modà infatti staccano tutti con 1.192.895 tra fan e follower, il doppio dei contatti di Marco Mengoni (578.051) e circa il 150% in più di quelli di Elio e le Storie Tese. Ma Chiara Galiazzo insidia i Modà nella classifica dei fan più attivi: ha il maggior numero di follower che creano contenuti e ed è seconda nei fan che interagiscono maggiormente.

Questi sono solo alcuni dei dati raccolti da ECCE/Customer, soluzione CRM sociale di Decisyon che monitora l'engagement sociale e la brand reputation dei 14 Big del Festival di Sanremo dal 10 al 16 febbraio 2013. ECCE/Customer fornisce statistiche di lettura delle interazioni compiute sia dai protagonisti del che dalla loro community di riferimento all'interno delle rispettive pagine pubbliche sociali.

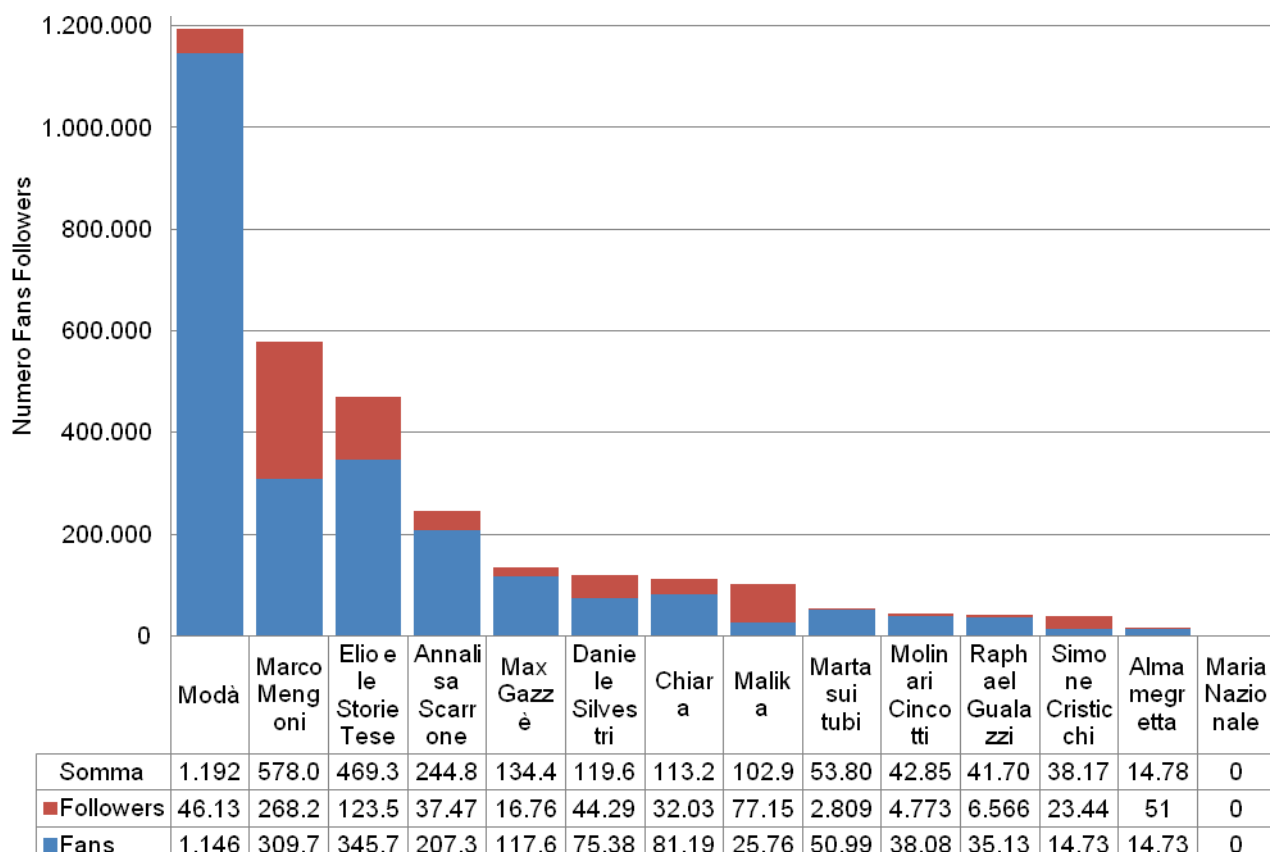
FACEBOOK

La classifica generale su Facebook è guidata dai Modà con 1.146.764 fan, ben 4 volte quelli degli immediati inseguitori, Elio e Le Storie tese che si attestano ai 345.783 tallonati da Marco Mengoni che segue a distanza ravvicinata con 309.783. Dietro il terzetto di testa, i 200.000 fan sono superati solo da Annalisa Scarone, al 4° posto, mentre Max Gazzè raggiunge il quinto con 117.641; il resto dei partecipanti si attesta sotto i 100.000.

TWITTER

Twitter, invece, offre tutta un'altra classifica, mostrando come alcuni cantanti prediligano l'immediatezza dei 140 caratteri per comunicare con i fan. Marco Mengoni è il capofila con 268.268 follower, il doppio dei secondi, Elio e le Storie Tese, che si attestano a 123.556 follower, e più del triplo della terza, Malika Ayane. Seguono poi i Modà e Daniele Silvestri al quarto e quinto posto.

Malika Ayane e Simone Cristicchi trovano in Twitter il loro strumento ideale per comunicare con i fan: per la cantante milanese i follower sono il doppio dei fan, mentre per il cantante romano sono circa il 50% in più.



CONTENUTI

Il successo dei Modà è garantito anche da uno straordinario bacino di utenti attivi nel creare e postare contenuti: ben 46.600 parlano di loro all'interno della fanpage. Ma Chiara Galiazzo è in forte crescita e si piazza al secondo posto con 19.260 fan attivi su Facebook, mentre per quanto concerne Twitter, è lei a detenere il maggior numero di follower che postano contenuti: ben 580.

Daniele Silvestri fa capolino al terzo posto con 14.710 fan, ma solo 19 follower attivi; ne possiedono molti di più Marco Mengoni, 383, e Annalisa Scarrone, 301, che assommata ai 7.780 e 7.240 fan attivi su Facebook, permettono loro di posizionarsi al 4° e 5° posto.

Una nota a parte la merita Maria Nazionale, la portabandiera della canzone napoletana al festival: non possiede una fanpage Facebook e neppure un profilo Twitter: riuscirà comunque a smuovere il voto popolare? È un'incognita che verrà svelata solo alla fine del Festival.

Cantante	“Parlano di te” - Facebook	Follower attivi - Twitter	Supporter attivi
Modà	46.600	156	46.756
Chiara	19.260	580	19.840
Daniele Silvestri	14.710	19	14.729
Marco Mengoni	7.780	383	8.163
Annalisa Scarrone	7.240	301	7.541
Marta sui tubi	6.910	0	6.910
Elio e le Storie Tese	4.060	0	4.060
Max Gazzè	2.160	47	2.207
Simone Cristicchi	1.070	49	1.119
Molinari Cincotti	1.062	38	1.100
Almamegretta	781	0	781
Malika	703	62	765
Raphael Gualazzi	659	0	659
Maria Nazionale	0	0	0

I CONTENUTI PIÙ CONDIVISI

L'efficace utilizzo di Twitter da parte di Chiara Galiazzo è indicato anche dal fatto che l'hashtag più usato tra quelli apparsi nei profili dei cantanti, è stato #ChiaraASanRemo, a sottolineare il suo passaggio da XFactor al Festival.

Fa riferimento invece a Marco Mengoni, tra i più seguiti su Facebook, il contenuto relativo ai BIG più condiviso su questo social network: l'intervista (presunta) alla madre sulle difficoltà economiche del cantante.

<http://realityshow.blogosfere.it/2013/02/marco-mengoni-la-mamma-il-telefono-ha-smesso-di-squillare-non-riusciva-piu-a-pagare-laffitto.html>

I CONDUTTORI

Fabio Fazio dimostra di essere a proprio agio su Twitter: ha raggiunto i 101.307 follower con un profilo personale attraverso cui narra il dietro le quinte del Festival di Sanremo.

Luciana Littizzetto invece utilizza raramente il proprio profilo Twitter e conta solo 3.601 follower. Entrambi i conduttori non hanno un profilo Facebook.

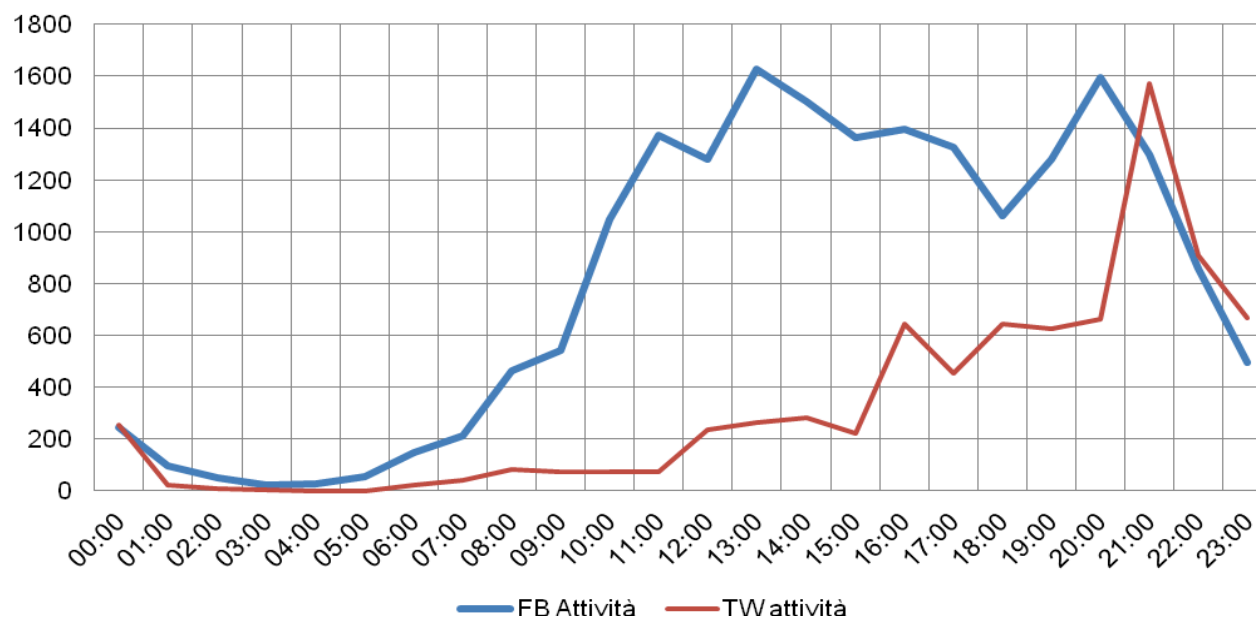
IL FESTIVAL

I follower del profilo @Sanremo2013, attualmente seguito da 6.616 persone, dotati più ampio seguito sono Francesco Facchinetti, La Gazzetta Dello Sport, Leonardo Pieraccioni, XFactor e RaiTV.

Top Followers	Numero Followers
Francesco Facchinetti	1.439.622
La Gazzetta dello Sport	667.309
Leonardo Pieraccioni	242.954
X FACTOR	231.412
RaiTv	149.365
Modà	138.393
Lorella Cuccarini	118.274
Fabio Fazio	95.708
Tony Maiello	73.387
Luca Dondoni	52.341
Simone Cristicchi	46.884
Andrea Conti	44.115

L'interesse per Sanremo2013 su Facebook si concentra soprattutto nella fascia dell'ora di pranzo, tra le 12.00 e le 14.00, e di cena, 19.00 – 21.00, quando le attività sono in media superiori alle 1500. Il picco invece di attività su Twitter è sempre dopo il TG serale, in concomitanza con l'inizio della prima serata: tra le 21.00 e le 22.00 le attività toccano quota 1.570.

Trend attività per fascia oraria



* * *

ECCE/Customer - Decisyon

ECCE/Customer è una soluzione CRM sociale sviluppata da Decisyon Inc. che combina analitica, coinvolgimento in tempo reale, gestione dei flussi di lavoro e integrazione nei sistemi aziendali. Rappresentando la nuova generazione di social CRM, ECCE/Customer aiuta le aziende a raccogliere in maniera organica gli insight da Facebook, Twitter e altri social network per tenere traccia delle performance sociali dei brand competitor, creare campagne, misurare e prevederne l'efficacia e integrare il dato social con quello aziendale.

Per ulteriori informazioni, visitare www.eccecustomer.com

Decisyon

Fondata nel 2005, Decisyon, Inc. offre ad aziende, produttori e brand di tutto il mondo soluzioni esclusive di software aziendale collaborativo che integrano analisi, pianificazione ed esecuzione in un unico ambiente.

Costruito su un innovativo motore di analisi, le applicazioni sviluppate su Decisyon permettono ai team aziendali di:

- Comprendere perché in passato siano state prese certe decisioni;
- Accedere a qualsiasi tipo di dato strutturato e non strutturato, ovunque questo si trovi;
- Collaborare a qualsiasi livello di processo o dato;
- Unire i puntini attorno a fasi decisionali, qualunque sia la loro necessità;
- Determinare il miglior modo di agire;
- Eseguire la transazione e i processi in tempo reale.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito www.decisyon.com oppure contattare:

Mirandola Comunicazione

Ufficio stampa Decisyon

Simona Miele – Marco Ferrario

simona.miele@mirandola.net; marco.ferrario@mirandola.net

+39 348 2509895 / +39 320 7910162