

blogmeter
INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE

Gli Italiani e i social media

Per il terzo anno consecutivo, Blogmeter ha svolto una ricerca per scoprire come cambiano le abitudini di utilizzo dei social nel nostro paese

CHI È BLOGMETER

Fondata nel 2007, Blogmeter è un'azienda italiana leader nei servizi di integrated social intelligence, specializzata in soluzioni di social media monitoring e ricerche di mercato. La piattaforma integrata proprietaria Blogmeter Suite consente di monitorare la reputazione on line di brand e prodotti e di analizzare le performance sui social media. Blogmeter è un istituto di ricerca indipendente certificato ASSIRM, l'unico ad effettuare social research grazie a un team di ricercatori che sfrutta la potenza dei dati della Blogmeter Suite.

IN BREVE

Il 10%

degli Italiani è always on, ovvero ha sempre i propri social preferiti aperti

Il 14%

dichiara di usufruire dei servizi di food delivery abitualmente

Il 12%

dichiara di informarsi sui social prima di effettuare un acquisto online

Quali sono le motivazioni che spingono gli italiani a utilizzare i social? Come mutano le loro preferenze negli anni? Per rispondere a questi e altri interrogativi, **Blogmeter, leader in Italia nei servizi di integrated social intelligence, ha realizzato la ricerca 'Italiani e Social Media, edizione 2019'**, intervistando un campione rappresentativo di residenti in Italia, iscritti ad almeno un canale social. Dall'indagine emerge che i social più utilizzati dagli Italiani sono Facebook e YouTube, mentre quelli che **registrano la crescita più significativa sono i social che parlano tramite immagini:**

Instagram e Pinterest (rispettivamente, +9% e +5% vs. 2018). I servizi di messaggistica prediletti risultano essere WhatsApp, Facebook Messenger, e Telegram: nel 2019, dichiarano di utilizzarli rispettivamente il 96%, l'80% e il 60% degli intervistati.

COSA FACCIAMO SUI SOCIAL

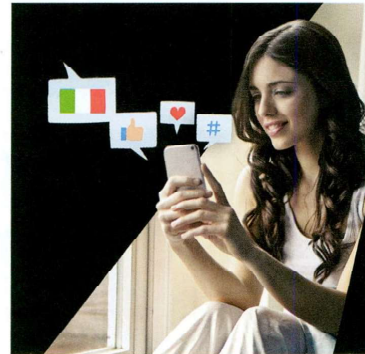
Per quali motivazioni gli Italiani usano i social media? Gli intervistati dichiarano di utilizzarli innanzitutto per scrivere post originali o commentare (57%), ma anche solo per leggere contenuti altrui (43%).

In particolare, **Facebook viene utilizzato prevalentemente per informarsi, condividere momenti e leggere recensioni, YouTube per svago e per trovare nuovi stimoli, mentre Instagram per seguire le celebrities.**

Gli Italiani usano i social anche per seguire brand e aziende (Facebook, LinkedIn e Instagram tra tutti) e per comunicare con loro (soprattutto WhatsApp). Tra le ragioni citate: la comunicazione più diretta e la velocità di risposta da parte delle aziende. **I social e i servizi di messaggistica non sono, quindi, un canale da sottovalutare per una buona comunicazione e una fidelizzazione dei propri consumatori.**

Il ruolo dei social nel processo d'acquisto on-line è ormai un dato di fatto, come dimostrano abitudini consolidate come showrooming e webrooming. Infatti, oltre a motori di ricerca e siti di vendita online, **gli italiani intervistati dichiarano di utilizzare i social media prima di effettuare un acquisto su e-commerce, in particolare Facebook, Instagram e YouTube.**

I social sono anche un canale di advertising: rispetto al 2018, cresce la percezione di utilità per tutti e tre i canali analizzati (Facebook 45%, Instagram 40%, YouTube 22%), a dimostrazione che una targhetizzazione dell'ADV sui social sempre più mirata paga, in tutti i sensi.



Scopri di più su www.blogmeter.it

News dalle imprese