



### GIANLUCA ARNESANO

Fondatore - Amministratore Delegato FrozenFrogs

Dopo una laurea in Economia e specializzazione in Web-Marketing inizia a lavorare negli anni '90 nel marketing digitale, occupandosi di strategie media digitali in AdMajora, agenzia specializzata in Web e Search Engine Marketing. Nel 2005 dirige la filiale italiana di Icemedi, agenzia olandese specializzata in Brand Activation e Viral Marketing. Nel 2007 scrive il primo libro italiano sul Marketing Virale edito per Franco Angeli, e fonda Frozenfrogs, laboratorio sui media digitali. In poco tempo Frozenfrogs diventa agenzia digitale, specializzata in media emergenti e nella comunicazione sui social network, lavorando da subito con top brands. Nel 2009 Frozenfrogs entra a far parte del GruppoFMA con l'obiettivo di creare sinergie tra i social media ed il mondo delle promozioni e del field marketing. Unisce il lavoro ad una continua attività di ricerca e divulgazione, che lo portano a scrivere e ad insegnare in Atenei e Business School.

### ENGAGEMENT RATE® E LA MISURAZIONE SUI SOCIAL NETWORK.

L'Engagemet Rate® è la modalità con cui misurare il grado di interazione degli utenti internet di un social network con un'azienda.

Essa fornisce una risposta quantitativa, cioè in che percentuale gli utenti interagiscono con i contenuti proposti, e qualitativa cioè quali tra questi contenuti apprezzano di più.


Questi dati possono essere comparati con il proprio settore di riferimento o con i principali competitor, fornendo indicazioni di benchmark utilissime.

Per noi di FrozenFrogs elaborare un concetto di misurazione dell'engagement, oltre al coronamento di un lavoro di un anno di analisi,

prove e test, è stata una importante occasione di confronto con le aziende.

E tutto è partito dalla necessità di dare risposta ad una singola fondamentale domanda: perché?

- Perché diventiamo amici di sconosciuti, di ex-fidanzati/e che avevamo giurato di non vedere mai più,
- Perché diventiamo fan di aziende, di paia di scarpe o di automobili?
- Perché lo facciamo?
- Per curiosità, voyerismo, ricerca di certezze, dipendenza sociale, ricerca di informazioni, le risposte possono essere tante e in una combinazione variabile da caso a caso.



EngagementRate® è la nuova metrica sviluppata da frozenfrogs che consente di valutare il coinvolgimento e la partecipazione degli utenti alle Fan Page delle aziende su Facebook. Permette inoltre di comparare gli argomenti di maggiore interesse per la propria audience e migliorare la comunicazione nei nuovi media sociali.

Facebook, con i suoi milioni di utenti sta diventando, sia fisico che virtuale, la nuova piazza di incontro. Una rete dentro la rete, dove le persone gestiscono le loro connessioni, amichevoli, lavorative e aziendali.

#### Metodologia

L'analisi è effettuata sulle Fan Pages ufficiali calcolando il rapporto tra la base di fan e le loro interazioni e rispetto agli status e video. Pagina con una base di utenti inferiore a 500 non sono state considerate. Per ulteriori approfondimenti sulla metodologia scrivici a [info@frozenfrogs.it](mailto:info@frozenfrogs.it) Per leggere la ricerca completa seguì questo link.

#### Dati

I dati vengono aggiornati ogni due settimane. Nuove pagine vengono aggiunte durante l'aggiornamento. Se non segnalate una pagina, si vedete già nel prossimo aggiornamento, scrivici a [info@frozenfrogs.it](mailto:info@frozenfrogs.it)

#### Contatti

EngagementRate è un marchio registrato di FrozenFrogs. Per ogni informazione puoi scriverci a [info@frozenfrogs.it](mailto:info@frozenfrogs.it), seguirci su twitter o visitare il sito frozenfrogs.it.

Brand	Industry	# Fan	ER
Genialloyd	Finance	667	2,20%
BMW Motorrad	Automotive	14786	2,11%
Alfa Romeo	Automotive	100191	1,70%
Costa Crociere	Trasporti	37161	0,66%
Acquatate	Food & Beverages	1856	0,81%
Nicola Ronchi	Entertainment	2685	0,80%
Maserati	Automotive	51413	0,79%
BlackBerry Italia	Web & Technology	10694	0,78%
Campani	Food & Beverages	37992	0,76%
Dottaga Verde	Beauty & Healthcare	10388	0,67%
Aprilia	Automotive	28744	0,64%
Internazionale	Media	44702	0,63%



Quello che conta per le aziende che vogliono entrare efficacemente in un mondo fatto di persone è capirne le dinamiche di comunicazione e gli interessi.

Ma soprattutto poterne misurare le interazioni in un'ottica partecipativa.

Attraverso l'analisi dell'Engagement Rate® abbiamo individuato le prime risposte, ma resta aperto l'interrogativo: come ripartire l'entertaining time sui social network.

Tempo è la risorsa, assieme al fattore economico, che viene investita dai consumatori. Il tempo è la moneta spesa nei confronti di Facebook, MySpace, Twitter, etc... per mantenere i contatti con chi ci importa realmente e per condividere le nostre esperienze.

*"Capire perché uno dei 14.000.000 di utenti italiani in facebook voglia spendere tempo interagendo con un'azienda è una esigenza fondamentale su cui si basa l'identità e l'attività social di un brand" dichiara Gianluca Arnesano Amministratore delegato di Frozenfrogs srl "ed è anche l'unica strada percorribile per la produzione dei "contenuti" di qualità, utili ed al tempo stesso divertenti".*

FrozenFrogs s.r.l. è una agenzia digitale specializzata nella comunicazione sui social media. Supporta le aziende nel pianificare interventi sui Social Media. Attiva nelle ricerche e nel monitoraggio strategico dei social networks fa parte dal 2009 del GruppoFMA ([www.gruppofma.it](http://www.gruppofma.it)).

[www.frozenfrogs.it](http://www.frozenfrogs.it)