



VIVIANA VENNERI

Product manager Blogmeter

Viviana Venneri è product manager e social media consultant presso Blogmeter, piattaforma italiana di social CRM e analisi del passaparola online.

Ha maturato diversi anni di esperienza nel mercato dell'analisi e ascolto dei social media e nell'advertising e partecipato come relatrice a conferenze che trattano temi legati al social media monitoring e alla reputazione online.

Master in Strategia e Economia di Mercato, presso la Fundação Getulio Vargas di São Paulo (Brasile), con tesi di approfondimento finale sulle tecniche di comunicazione e i media digitali, collabora attualmente con la redazione America del Sud per Nuok, magazine online di lifestyle, cibo, arte e cultura che racconta la creatività italiana dall'altra parte dell'oceano.

MISURARE LIVELLI DI SOCIAL ENGAGEMENT E CUSTOMER CARE SU FACEBOOK

Partendo da un'analisi delle performance di più di 600 fan page italiane e straniere, nel quadrimestre che va da novembre 2011 a febbraio 2012, Blogmeter valuta la presenza di alcune delle migliori marche di servizi e beni di consumo che comunicano con i propri fan su Facebook.

Nello specifico, attraverso il software proprietario Facebook Analytics, Blogmeter misura in un primo momento l'efficacia della comunicazione di una fan page, non fermandosi soltanto al calcolo del numero di fan, ma approfondendo l'aspetto relativo al **social engagement**, ovvero al coinvolgimento, all'interazione e all'attività dei fan con lo stesso brand.

Acquisire nuovi fan rimane infatti uno degli obiettivi principali di una Facebook page, dato che il primo like stabilisce il primo legame tra un brand e le persone che esprimono una preferenza nei suoi confronti all'interno del social network. Tuttavia, non si può prescindere da una strategia editoriale finalizzata a costruire e coltivare l'interesse dei propri follower se si desidera convertire il numero di fan in valore reale per la pagina Facebook e quindi per il brand.

Al fine di misurare il livello di engagement delle fan page, Blogmeter si serve di quattro indicatori principali:

ENGAGEMENT INDEX: misura il numero medio di commenti dei fan a un brand post (fan comment/brand post);

SENTIMENT INDEX: misura il gradimento medio di un brand post da parte dei fan della pagina (like/brand post);

ACTIVITY INDEX: indica chi, tra brand e fan, interagisce di più ed è più attivo sulla fan page (fan post/brand post);



TOTAL ENGAGEMENT: è una metrica unica che, attraverso la somma di like, fan post e fan comment, sintetizza il grado di attività di una fan page (like + fan post + fan comment).

Nella seconda parte dell'analisi, Blogmeter focalizza la sua ricerca sul tema del **customer care**.

Il confronto avviene questa volta tra brand che hanno deciso di dialogare con i propri fan sulla propria pagina Facebook per rispondere a post che esprimono richieste di aiuto, domande, dubbi, chiarimento, apprezzamenti e critiche.

I fans si manifestano sempre più frequentemente attraverso Facebook, che è ormai diventato un canale e una tappa fondamentale del processo di valutazione di aziende, prodotti e servizi e della decisione di acquisto da parte di attuali e potenziali consumatori.

L'analisi si chiude con alcune considerazioni finali e spunti di riflessione per definire strategia e posizionamento di un brand su Facebook.