

SNID

SOCIAL NETWORKS INFLUENCE DESIGN
BECOME AN INFLUENCER

PRIMO MASTER IN SOCIAL NETWORKS INFLUENCE DESIGN

STRATEGIE DI MARKETING
E COMUNICAZIONE PER LA RETE



POLITECNICO
DI MILANO



RISULTATI RICERCA

Social Media Effectiveness Use Assessment

Ricerca e assessment sull'utilizzo effettivo dei Social Media
in azienda

Autore della ricerca: Andrea Albanese – docente SNID modulo corporate
Twitter: @flashandrea email: andrea_albanese@yahoo.it

Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi
al questionario, clicca sul pulsante a
destra per dare la tua opinione



Questionario



Tweet to @FlashAndrea

12/3/2012

Page 1

20-11-2012 Risultati definitivi - prima release

Social Media Effectiveness Use Assessment

Assessment sull'utilizzo effettivo dei Social Media in aziende

Periodo di analisi: **09-07-2012 → 19-11-2012**

Tipologia di raccolta dati: **on-line, controllo IP, ad invito, secure**

Verifica identità: **attraverso campi obbligatori ed incrocio DB**

Risposte (valide , complete e uniche): **3.655 persone di 2.880 differenti aziende**

Target 1: **aziende Italiane o branch Italiane di aziende estere con management italiano**

Target 2: **rivolto alle funzioni direzionali e ruoli con potere decisionale**



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

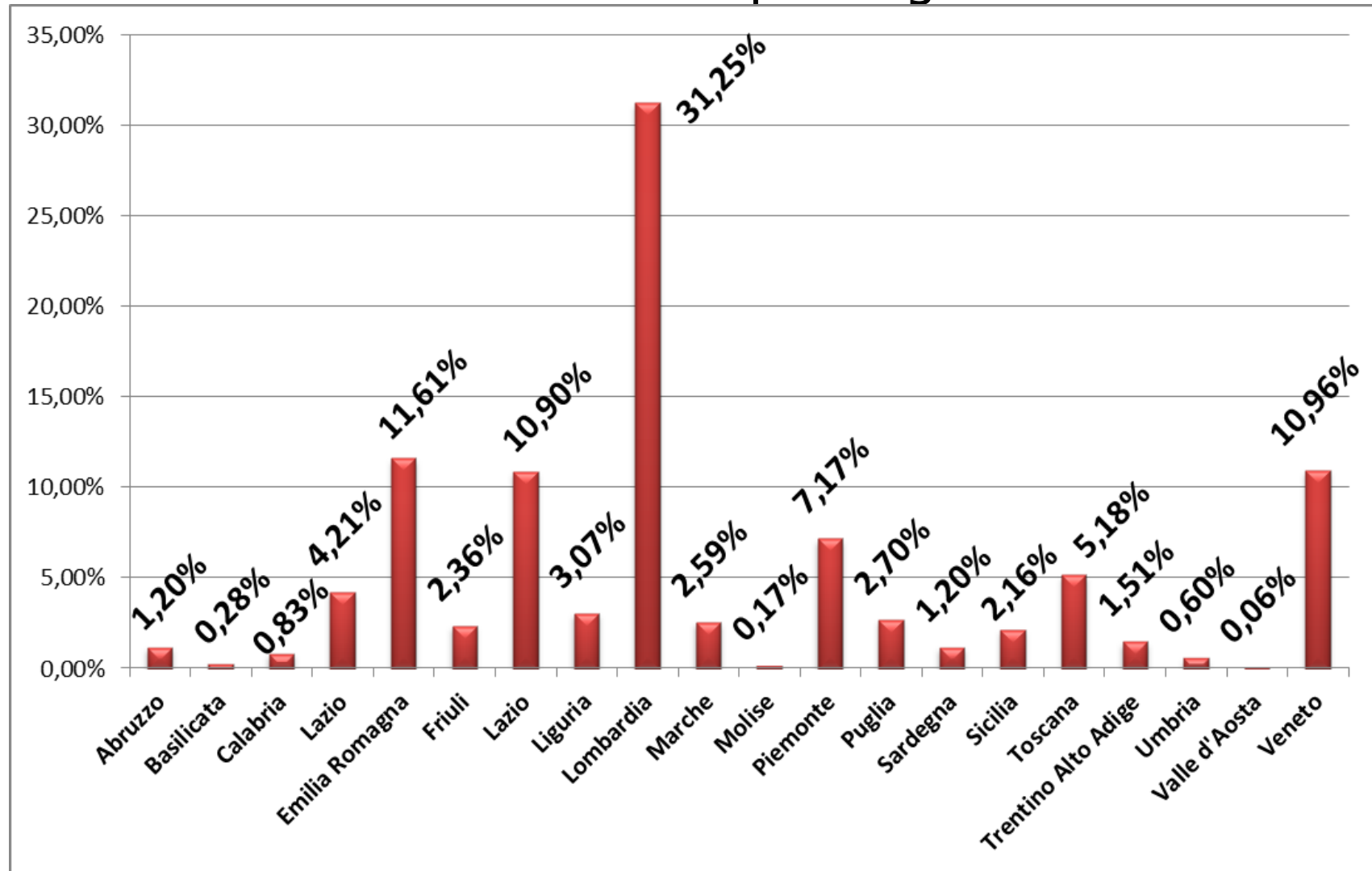
Altri dati statistici 1/2

- 12.122 persone hanno visualizzato la pagina della ricerca
- 4.356 persone hanno partecipato
- Su 3.655 risposte valide (di 2861 aziende):
 - 3.621 hanno un indirizzo email verificato
 - 1.492 hanno un account Twitter verificato
 - 1.265 hanno lasciato un recapito cellulare
 - 1.501 hanno lasciato un telefono fisso
- 150.000 persone: stima all'esposizione del messaggio di invito (tutti i canali)



Altri dati statistici 2/2

95,19% Provenienza IP Italiani.
Distribuzione per regione



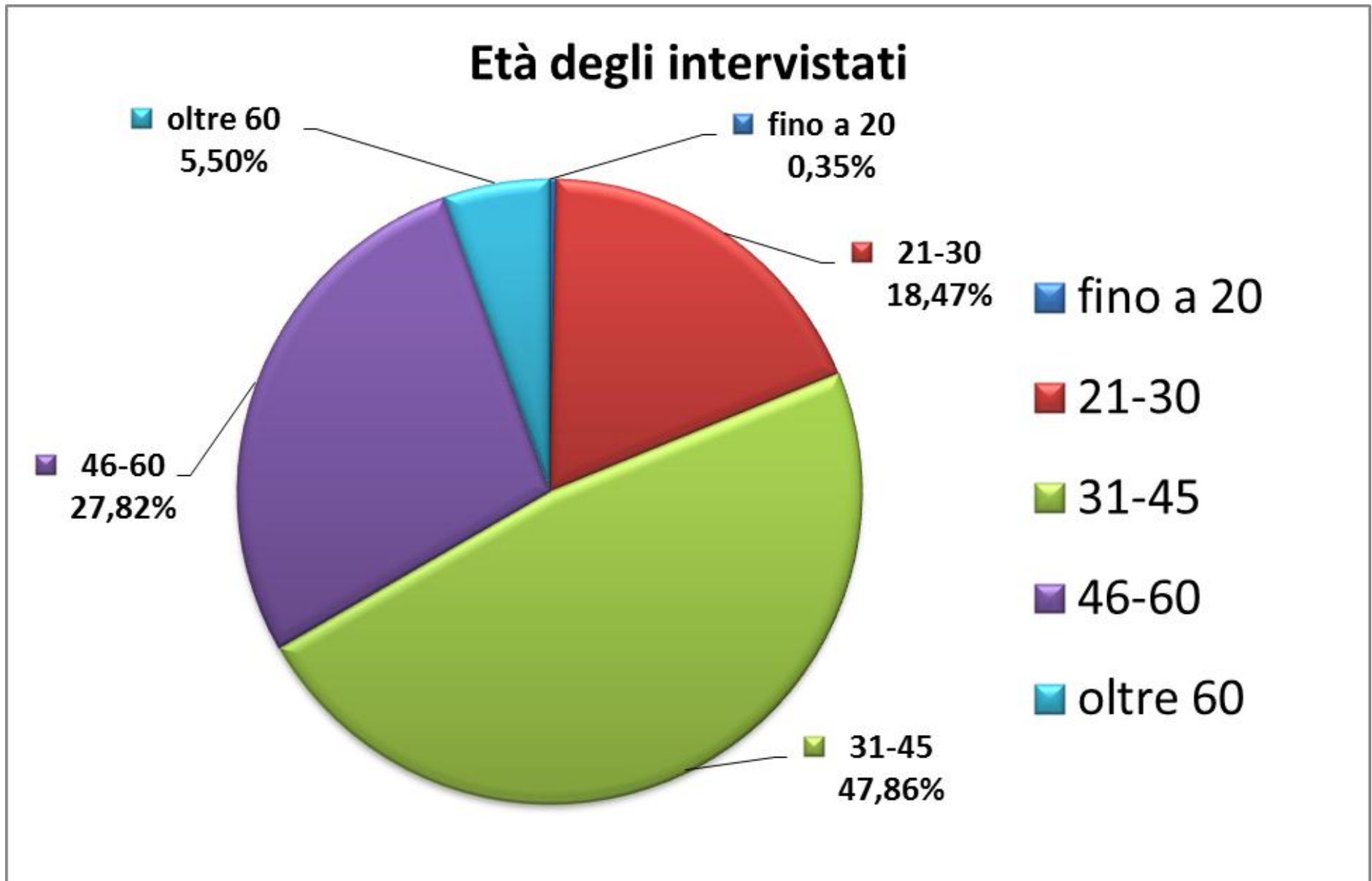
Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

Età degli intervistati



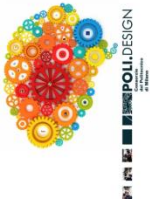
Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



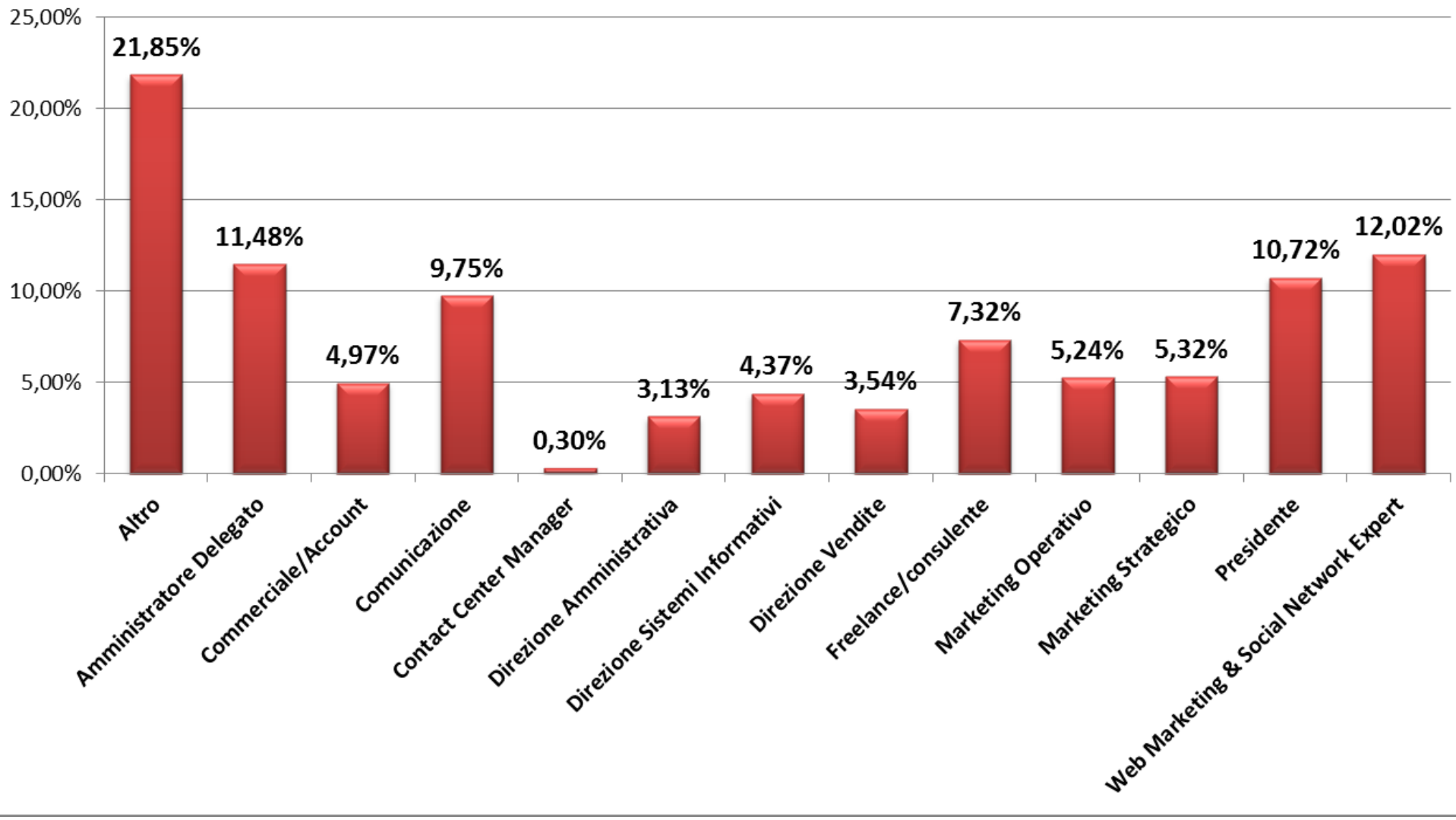
Questionario

Tweet to @FlashAndrea

Ruolo degli intervistati



Ruolo intervistati



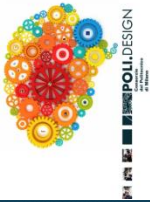
Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



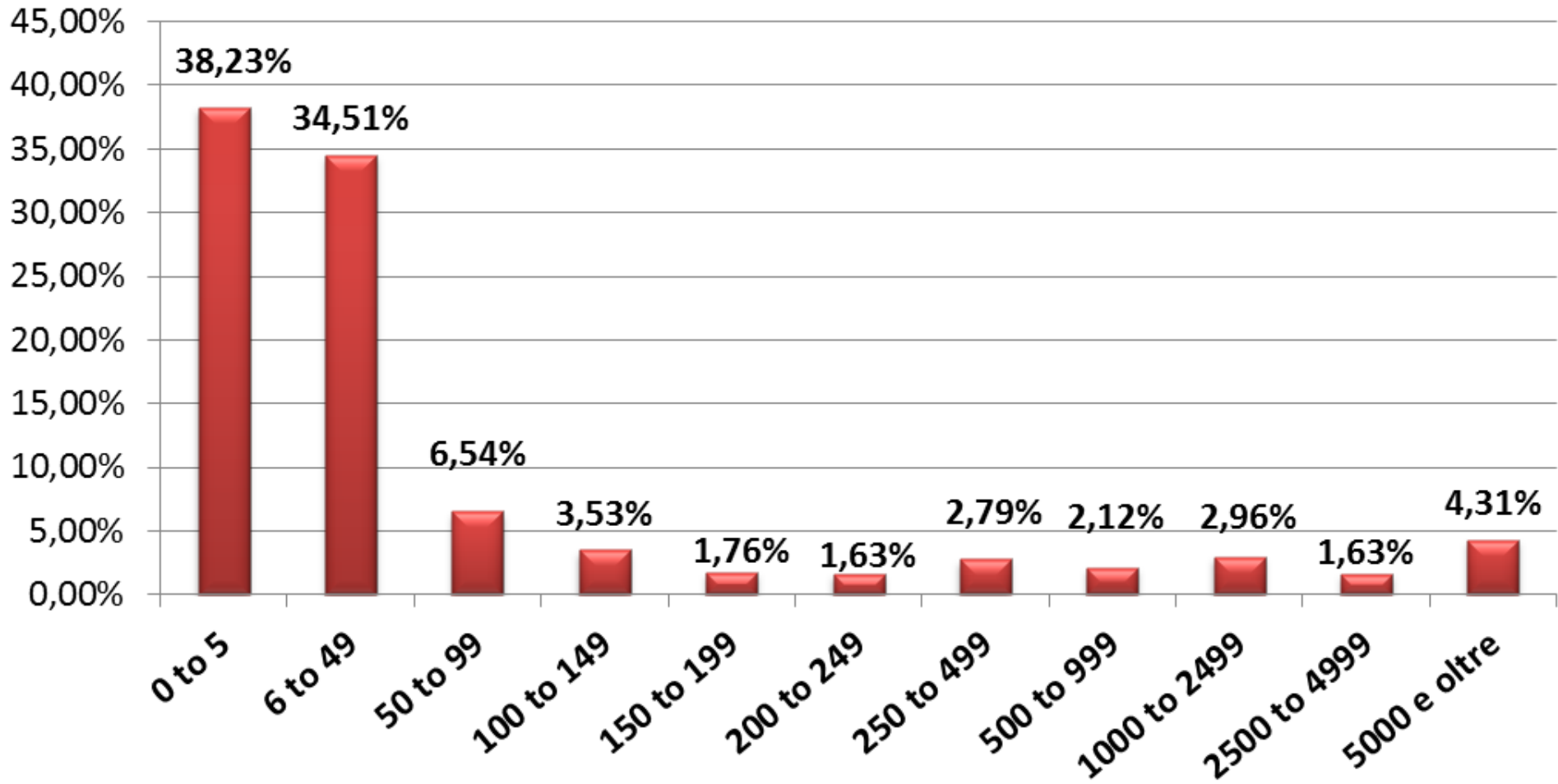
Questionario

Tweet to @FlashAndrea

Classe dipendenti e collaboratori



Classe dipendenti e collaboratori della sua azienda



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



[Questionario](#)

[Tweet to @FlashAndrea](#)

Quali sono i Social Media / Social Network che utilizzi per scopi PERSONALI, AZIENDALI e su cui fai effettivamente campagne di MARKETING? 1/2



	USO PERSONALE		USO AZIENDALE		\$ MARKETING BUDGET		Responses	
	%	#	%	#	%	#	%	2.880
Linkedin su Totale	67,12%		48,61%		6,74%		81,25%	
Linkedin	82,61%	1.933	59,83%	1.400	8,29%	194	100,00%	2.340
Xing Neurona su Totale	3,78%		1,81%		0,14%		5,03%	
Xing Neurona	75,17%	109	35,86%	52	2,76%	4	100,00%	145
Viadeo su Totale	13,44%		7,50%		1,35%		17,47%	
Viadeo	76,94%	387	42,94%	216	7,75%	39	100,00%	503
Facebook su Totale	80,52%		67,60%		25,97%		91,25%	
Facebook	88,24%	2.319	74,09%	1.947	28,46%	748	100,00%	2.628
Google+ su Totale	47,47%		35,49%		6,39%		61,42%	
Google+	77,28%	1.367	57,77%	1.022	10,40%	184	100,00%	1.769
Twitter su Totale	53,65%		48,82%		7,47%		69,27%	
Twitter	77,44%	1.545	70,48%	1.406	10,78%	215	100,00%	1.995
Badoo su Totale	4,72%		0,94%		0,21%		5,45%	
Badoo	86,62%	136	17,20%	27	3,82%	6	100,00%	157
Slideshare su Totale	16,81%		17,53%		1,04%		27,19%	
Slideshare	61,81%	484	64,50%	505	3,83%	30	100,00%	783

Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

Quali sono i Social Media / Social Network che utilizzi per scopi PERSONALI, AZIENDALI e su cui fai effettivamente campagne di MARKETING? 2/2



	USO PERSONALE		USO AZIENDALE		\$ MARKETING BUDGET		Responses	
	%	#	%	#	%	#	%	2.880
Tumblr su Totale	9,38%		3,72%		0,42%		11,56%	
Tumblr	81,08%	270	32,13%	107	3,60%	12	100,00%	333
Flickr su Totale	21,42%		15,24%		0,94%		30,87%	
Flickr	69,40%	617	49,38%	439	3,04%	27	100,00%	889
Pinterest su Totale	26,98%		16,98%		2,43%		33,96%	
Pinterest	79,45%	777	50,00%	489	7,16%	70	100,00%	978
Foursquare su Totale	23,96%		11,70%		1,91%		27,92%	
Foursquare	85,82%	690	41,92%	337	6,84%	55	100,00%	804
aSmallWorld su Totale	3,61%		0,83%		0,00%		3,89%	
aSmallWorld	92,86%	104	21,43%	24	0,00%	0	100,00%	112
Zooppa su Totale	2,67%		1,35%		0,24%		3,68%	
Zooppa	72,64%	77	36,79%	39	6,60%	7	100,00%	106
MySpace su Totale	8,58%		2,92%		0,35%		10,45%	
MySpace	82,06%	247	27,91%	84	3,32%	10	100,00%	301
Youtube su Totale	56,84%		52,60%		9,93%		76,60%	
Youtube	74,21%	1.637	68,68%	1.515	12,96%	286	100,00%	2.206

Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

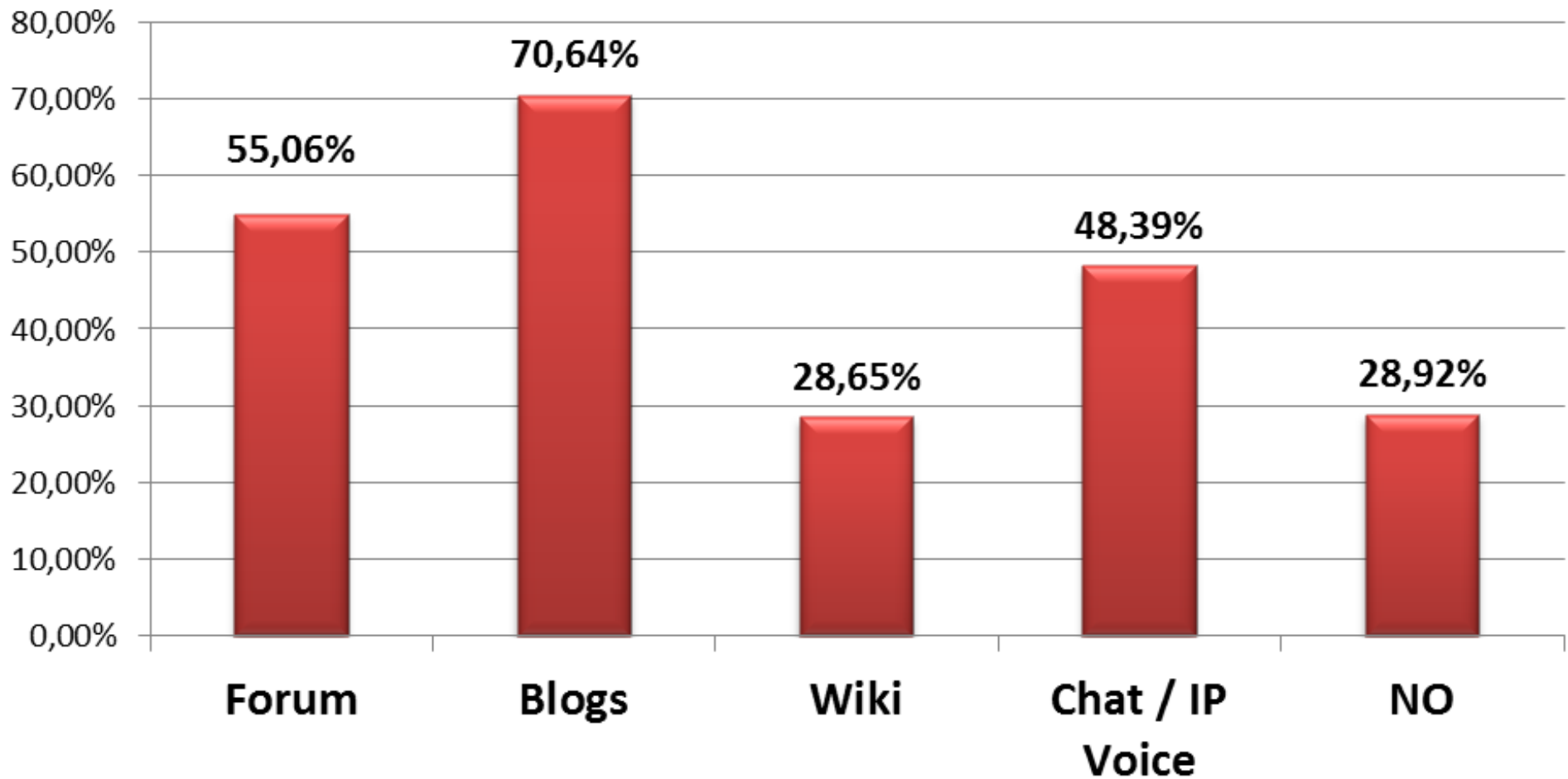
 Tweet to @FlashAndrea

12/3/2012

Page 9

Oltre a quelli sopra, usi altri canali di interazione sociale più tradizionali?

Oltre a quelli sopra, usi altri canali di interazione sociale più tradizionali? Percent



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

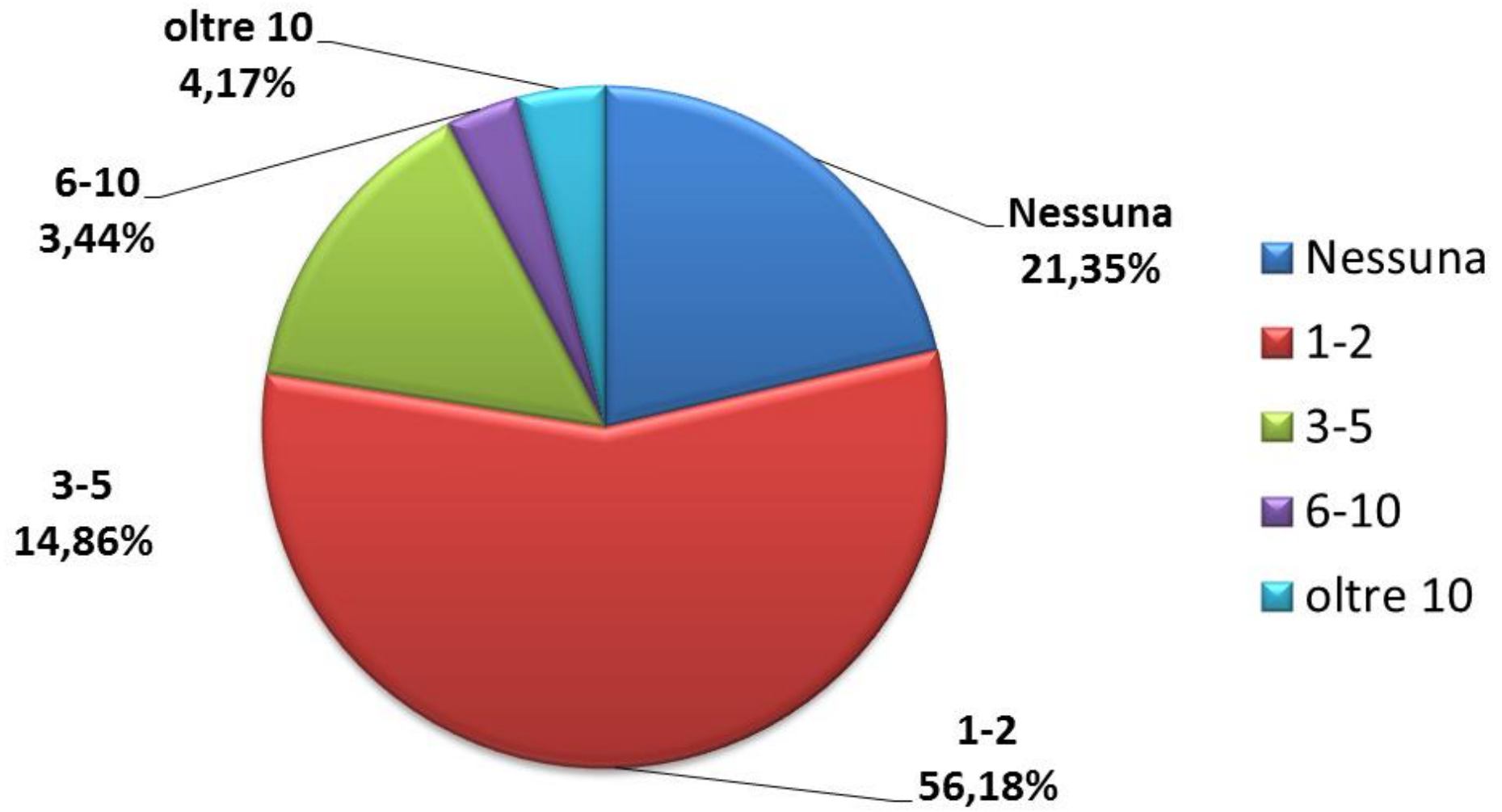


Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

Quante persone lavorano effettivamente e sono coinvolte nella tua azienda nella gestione dei Social Network?

Quante persone lavorano effettivamente e sono coinvolte nella tua azienda nella gestione dei Social Network?



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

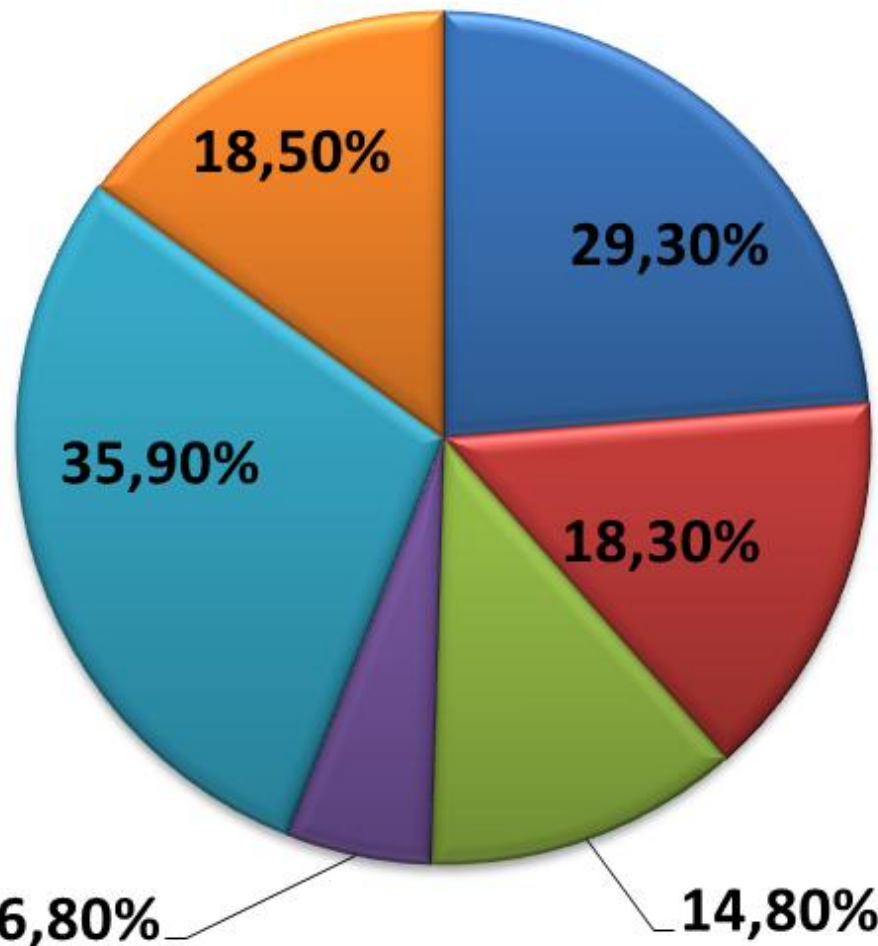


[Questionario](#)

[Tweet to @FlashAndrea](#)

Quale di queste risposte si avvicina di più alla tua situazione in azienda?

Quale di queste risposte si avvicina di più alla tua situazione in azienda?



- Ci sono persone dedicate ai Social Network
- Molte persone lavorano a tempo parziale sul progetto Social
- Ci sono agenzie esterne che ci aiutano
- Abbiamo un team dedicato
- Stiamo ancora comprendendo come e cosa fare
- Ci sono casi di persone che autonomamente supportano l'azienda nell'attività Social

Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

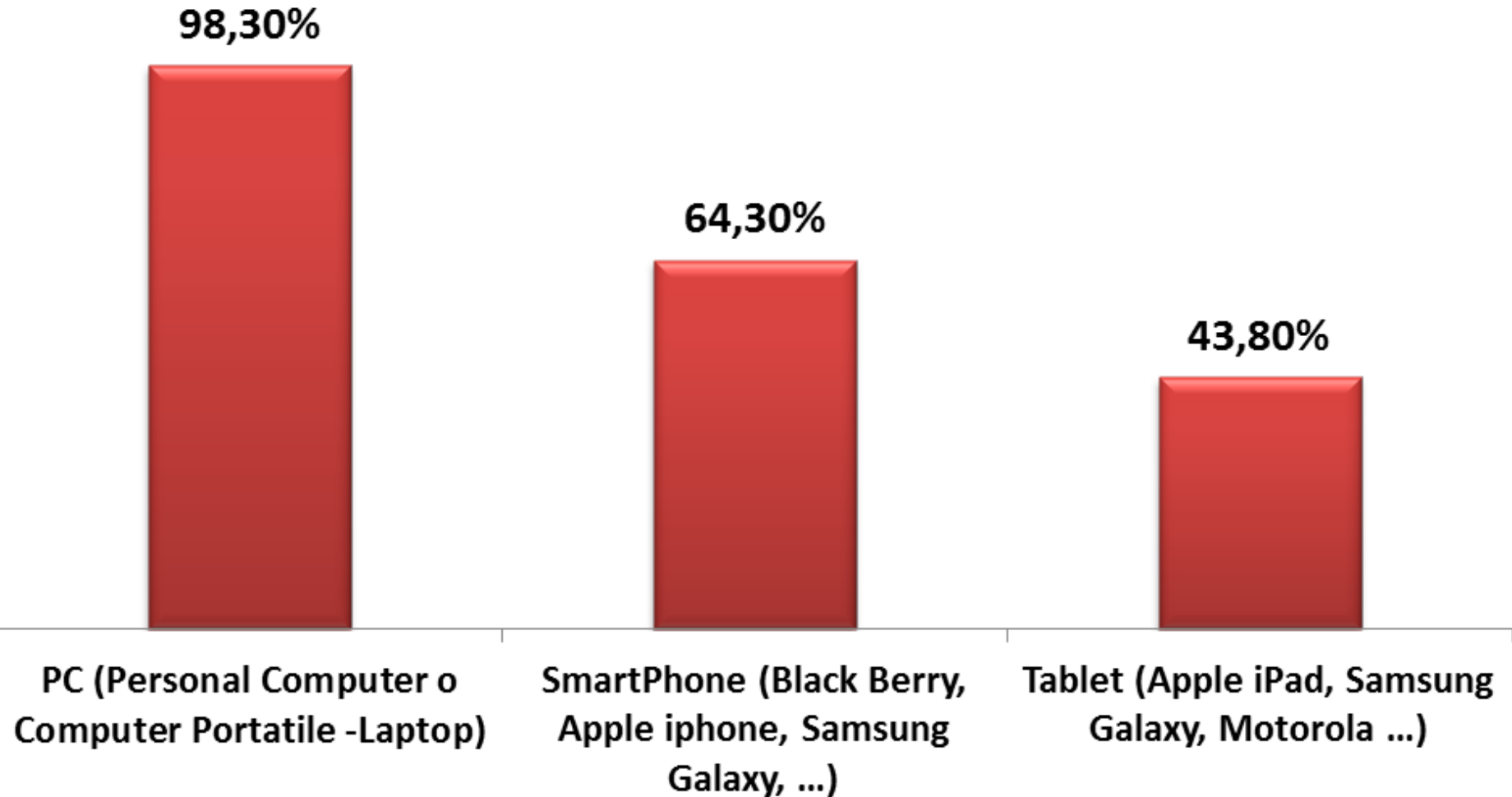


Questionario

Tweet to @FlashAndrea

Come accedi ai social Network?

Come accedi ai social Network?



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



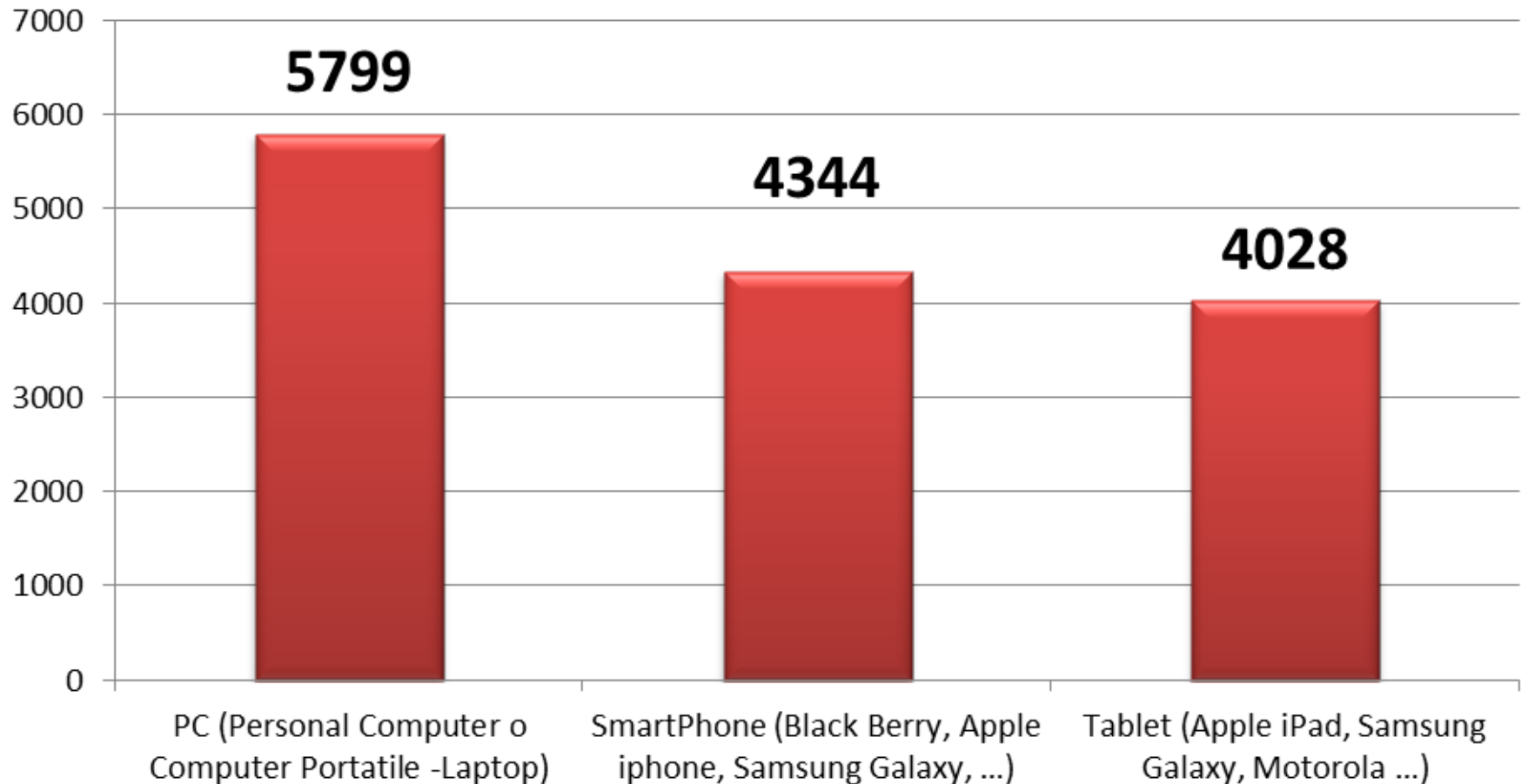
Questionario

Tweet to @FlashAndrea

Quale device trovi più utile per usufruire dei Social Network? 1 più utile 3 meno utile

Quale device trovi più utile per usufruire dei Social Network? 1 più utile 3 meno utile.


Total Score



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

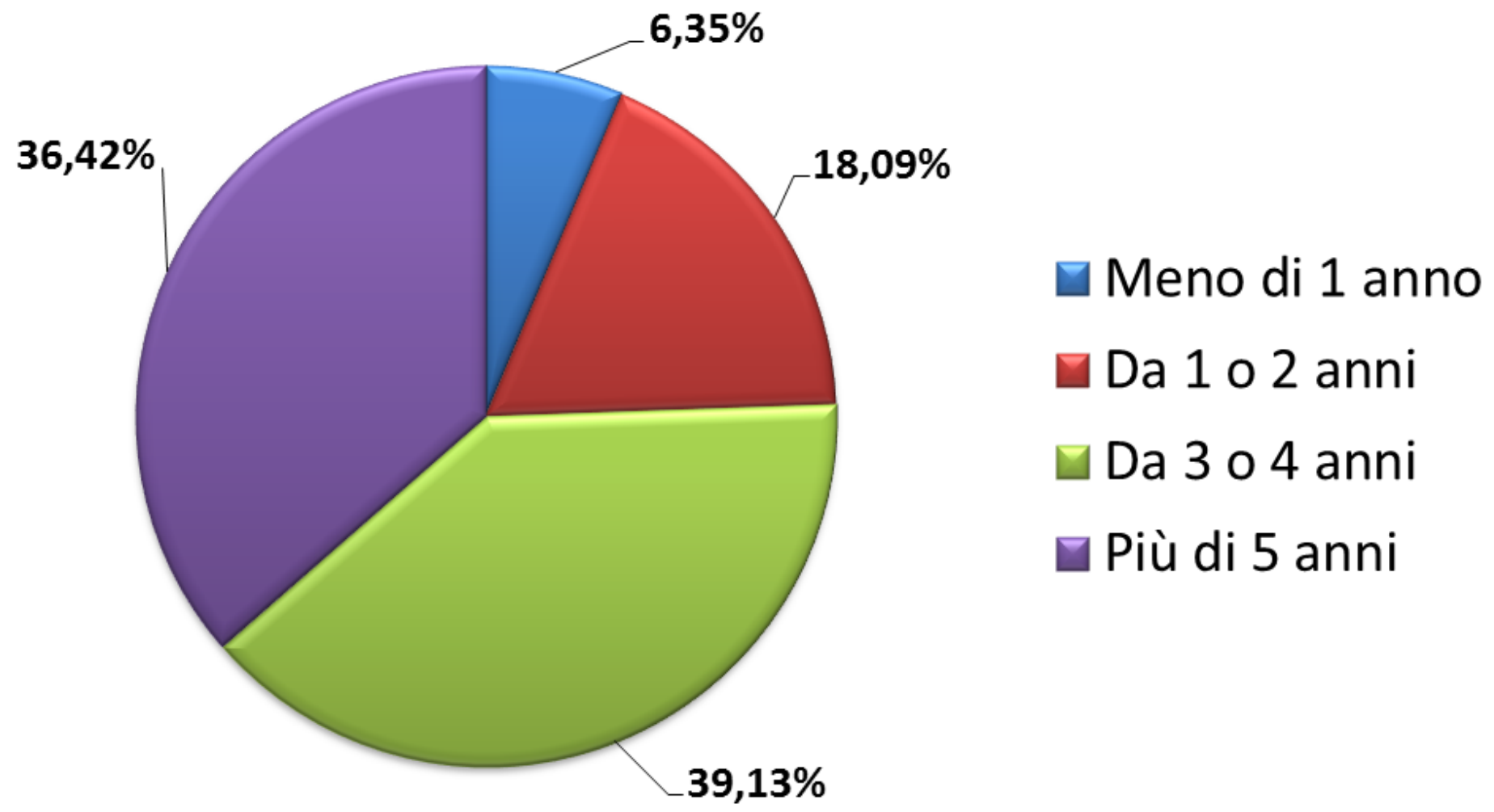


Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

Da quanto tempo utilizzi i Social Network?

Da quanto tempo utilizzi i Social network?



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



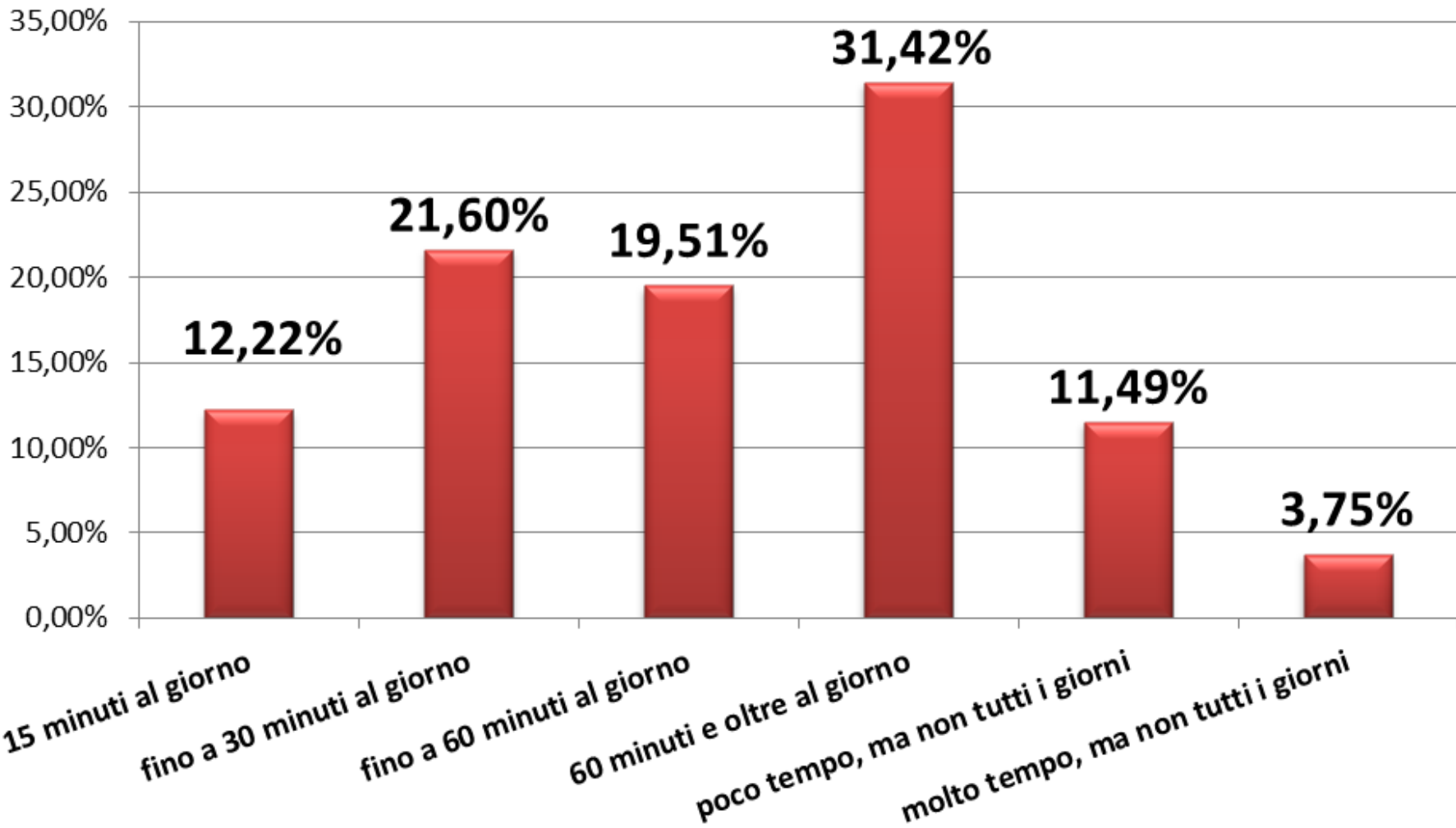
[Questionario](#)

[Tweet to @FlashAndrea](#)

Quanto tempo spendi mediamente sui Social Network?

(scegli la risposta più vicina alle tuo uso effettivo)

Quanto tempo spendi mediamente sui Social Network? (scegli la risposta più vicina alle tuo uso effettivo)



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

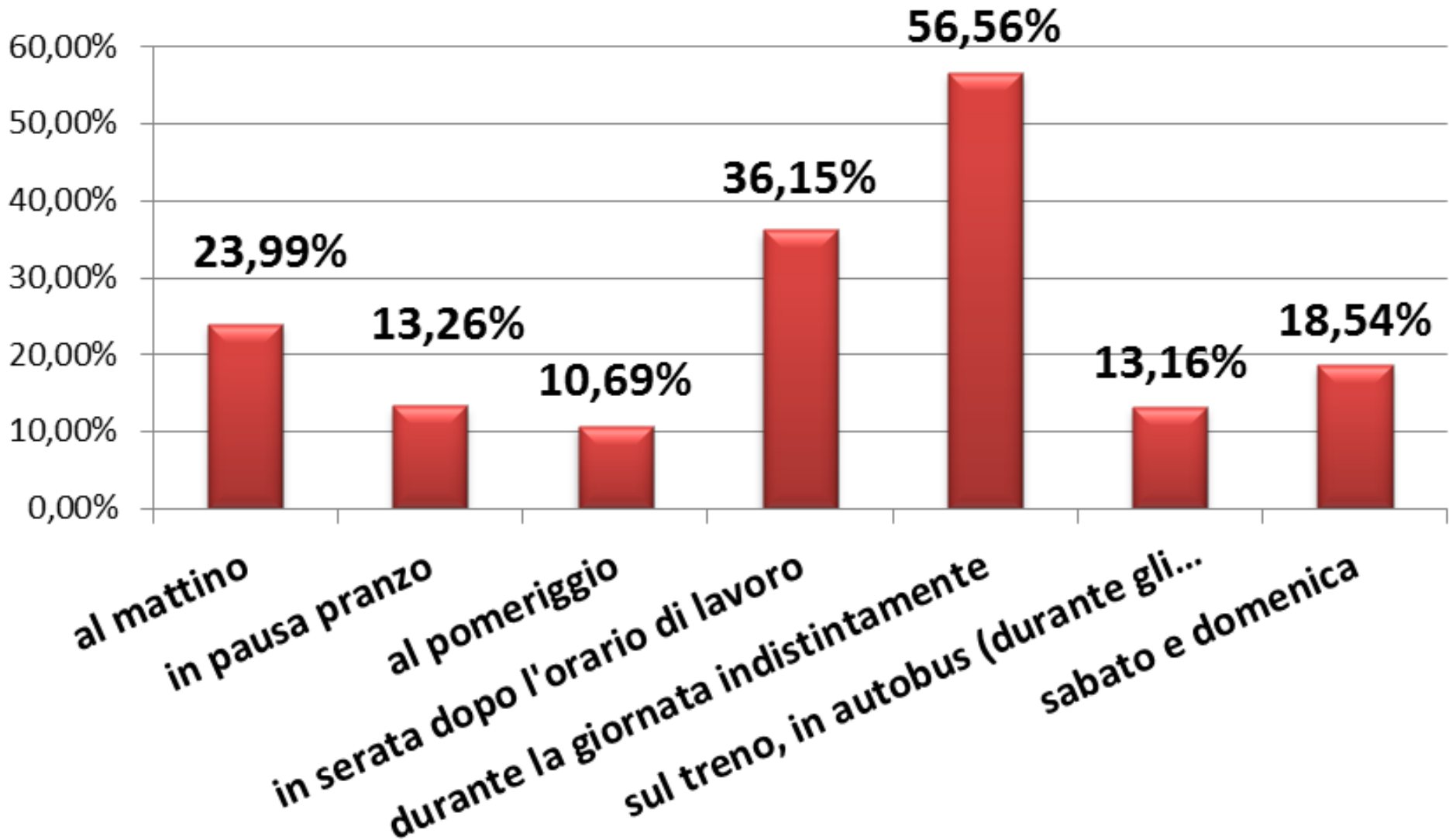


[Questionario](#)

[Tweet to @FlashAndrea](#)

Quando li utilizzi maggiormente?

Quando li utilizzi maggiormente?



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

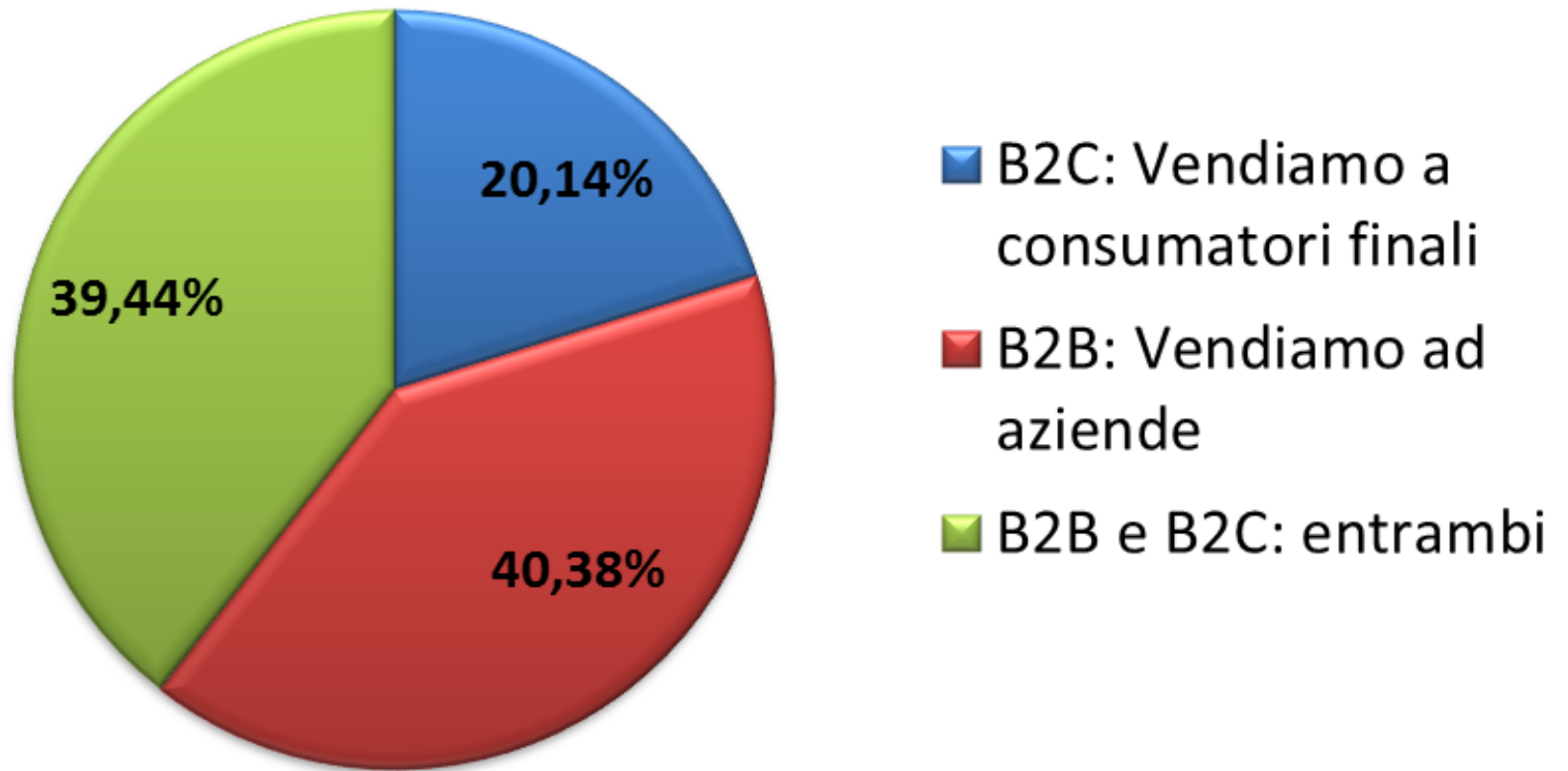


Questionario

Tweet to @FlashAndrea

La Tua azienda opera nel mercato B2C o B2B? (Qual è il tuo target di riferimento)

La Tua azienda opera nel mercato B2C o B2B? (Qual è il tuo target di riferimento)



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario



Tweet to @FlashAndrea

Che tipo di iniziative realizzati in ambito social media marketing?



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

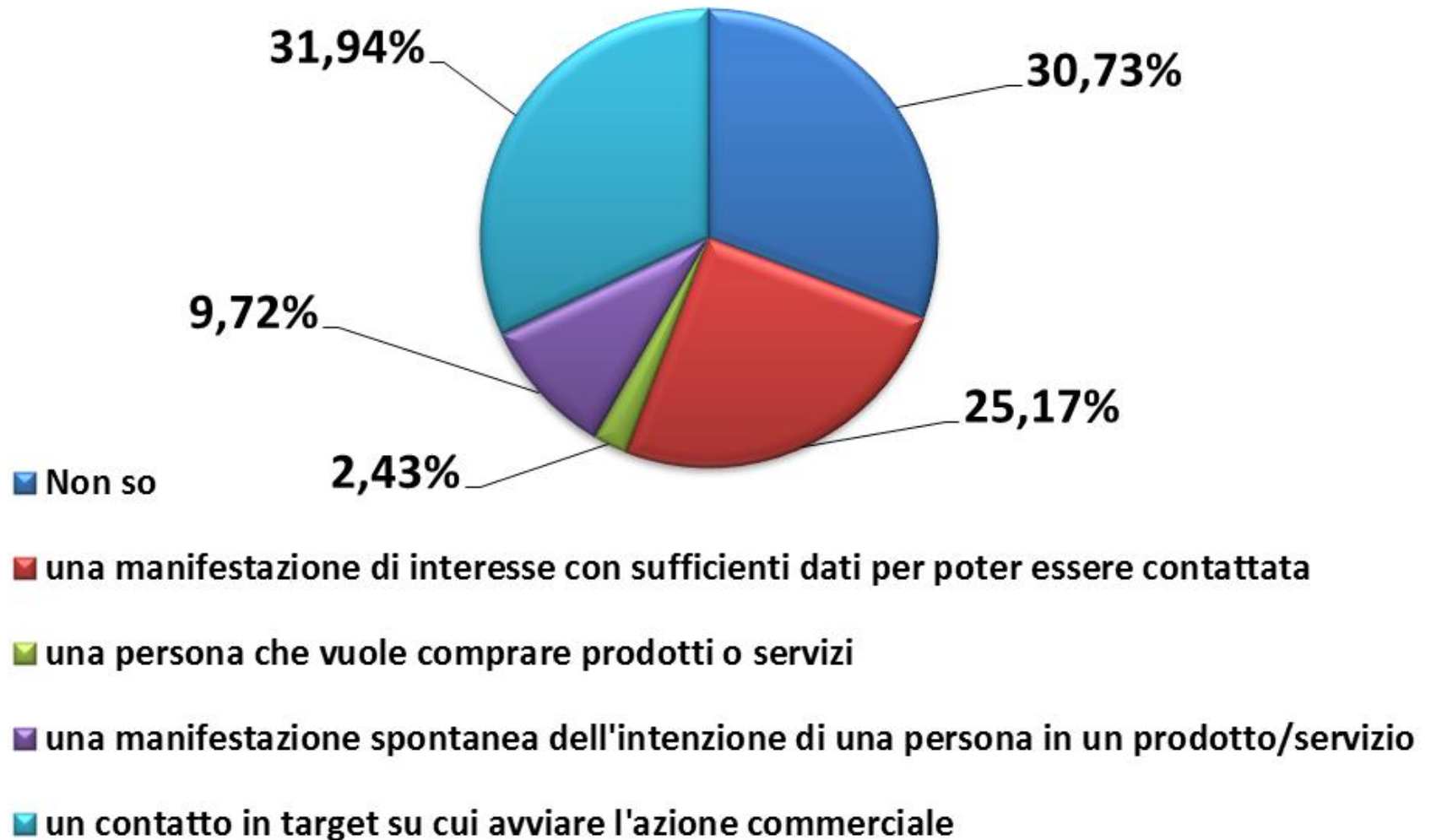


[Questionario](#)

[Tweet to @FlashAndrea](#)

Una domanda tecnica: come definiresti una 'lead'?

Una domanda tecnica: come definiresti una 'lead'?



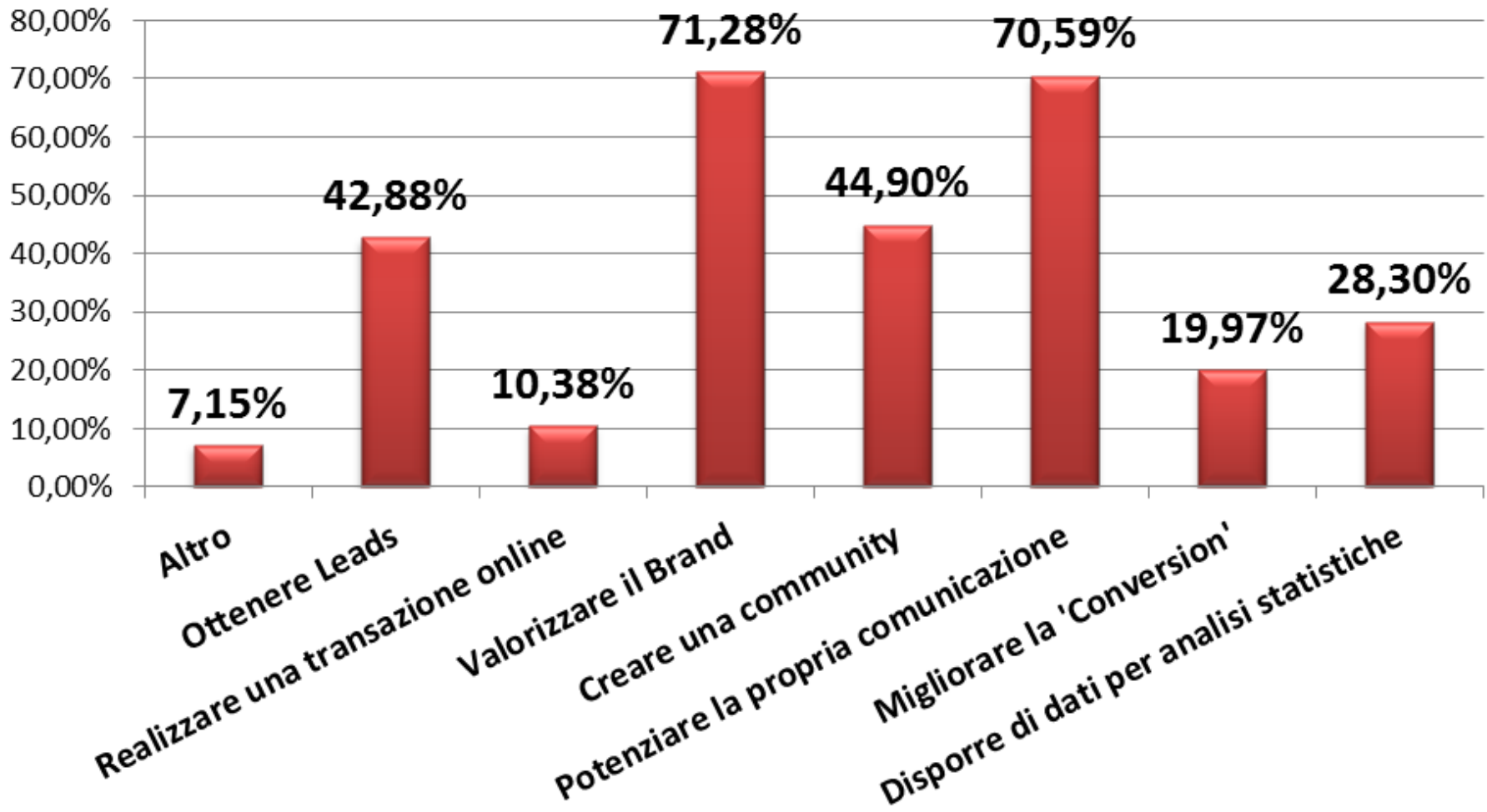
Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

Che tipo di risultati ti aspetti di ottenere dall'attività sui social network? Percent



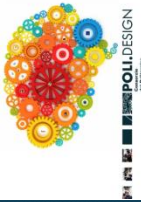
Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

Quali Web Action hanno più valore per te? (Numero delle azioni Web degli utenti) 1: E' quello che per me ha maggior valore. 2: Mi accontento anche di questo ... ma non saprei bene cosa farne 3: Non mi interessano risultati di questo tipo.



	1		2		3		Risp #
	%	#	%	#	%	#	
Iscrizione a concorsi/lotterie	15,74%	375	18,76%	447	66,39%	1.582	2.383
Coupon scaricati/presentati	22,33%	535	29,13%	698	49,46%	1.185	2.396
Acquisizione di indirizzo email consensat	56,55%	1.437	24,24%	616	20,11%	511	2.541
Partite a videogiochi	7,03%	162	7,08%	163	86,28%	1.987	2.303
Visualizzazioni video	35,31%	864	42,13%	1.031	23,74%	581	2.447
Upload (p. es. immagini, video)	31,71%	757	37,24%	889	31,84%	760	2.387
Voti sui contentui pubblicati	37,97%	920	36,44%	883	26,37%	639	2.423
Web Form compilate	47,04%	1.105	29,42%	691	24,27%	570	2.349
Downolad (p. es. applicazioni, documenti	46,08%	1.129	32,37%	793	22,16%	543	2.450
Notizie/storie/articoli pubblicati (da giorno	52,66%	1.305	30,15%	747	18,28%	453	2.478
Commenti pubblicati (dai lettori)	60,97%	1.554	27,62%	704	12,40%	316	2.549
Amici/Contatti raggiunti	58,87%	1.496	27,04%	687	14,88%	378	2.541
Argomenti/forum creati	39,24%	926	40,51%	956	21,02%	496	2.360
Fan/follower o membri di un gruppo	55,66%	1.362	27,75%	679	17,33%	424	2.447
Ripubblicazioni/Condivisioni ("share")	59,92%	1.462	23,65%	577	17,17%	419	2.440
Iscrizione newsletter	60,26%	1.556	26,34%	680	14,25%	368	2.582

Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

12/3/2012

Page 22

Esprimi il tuo gradimento sui seguenti strumenti di gestione/analisi/monitoring di Social Media Marketing. 1: Inutile – 2: Poco Gradito -- 3: Interessante -- 4: Utile -- 5: Eccellente

	Gradimento Medio	Numero risposte
Google Analytics	4,14	2.634
Facebook Insight	3,01	2.343
Youtube Insight	3,31	2.007
Topsy	2,08	706
Tweetstats	2,80	993
Twitter Counter	3,01	1.350
bit.ly	2,85	876
Klout	2,18	1.007
Social Mention	2,62	819
Hootsuite	2,88	930
SproutSocial	2,05	607
ViralHeat	2,07	603
Tweetdeck	2,65	791
Socialenhancer	1,96	563
Socialoomph	1,87	564
Strawberryjam	1,74	548
Radian6	2,54	651
Alterian	2,08	576
Lithium	1,96	564
Kred e PeopleBro	1,81	562
Altri	2,30	569

Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

Esprimi il tuo gradimento sui seguenti Social Network e Social Media. 1: Inutile -- 2: Poco Gradito -- 3: Interessante -- 4: Utile -- 5: Eccellente

	Gradimento Medio	Numero risposte
Linkedin	4,02	2.615
Viadeo	3,01	1.307
Xing Neurona	1,75	843
Facebook	3,96	2.675
Google+	3,15	2.336
Twitter	4,01	2.405
Badoo	1,62	1.052
Slideshare	3,42	1.435
Tumblr	2,73	1.081
Flickr	3,11	1.654
Pinterest	3,27	1.548
Foursquare	3,08	1.458
aSmallWorld	1,70	780
Zooppa	1,96	790
MySpace	1,95	1.282
Youtube	4,19	2.468

Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

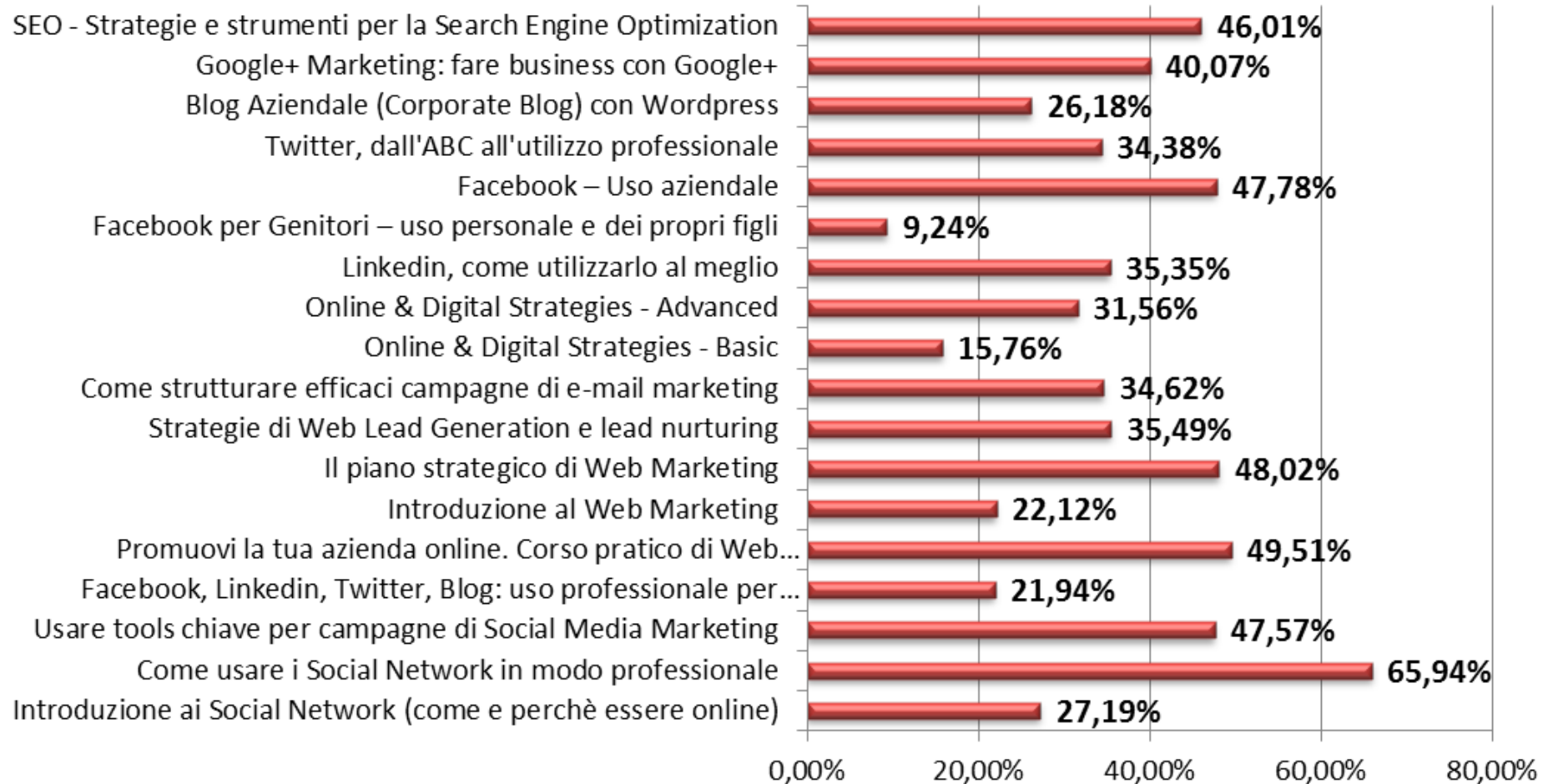


[Questionario](#)

[Tweet to @FlashAndrea](#)

Qui hai un lungo elenco di possibili training in area Web Marketing e Social Network. Quali attirano di più la tua attenzione e ti sembrano interessanti?

Qui hai un lungo elenco di possibili training in area Web Marketing e Social Network. Quali attirano di più la tua attenzione e ti sembrano interessanti?



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



Questionario

 Tweet to @FlashAndrea

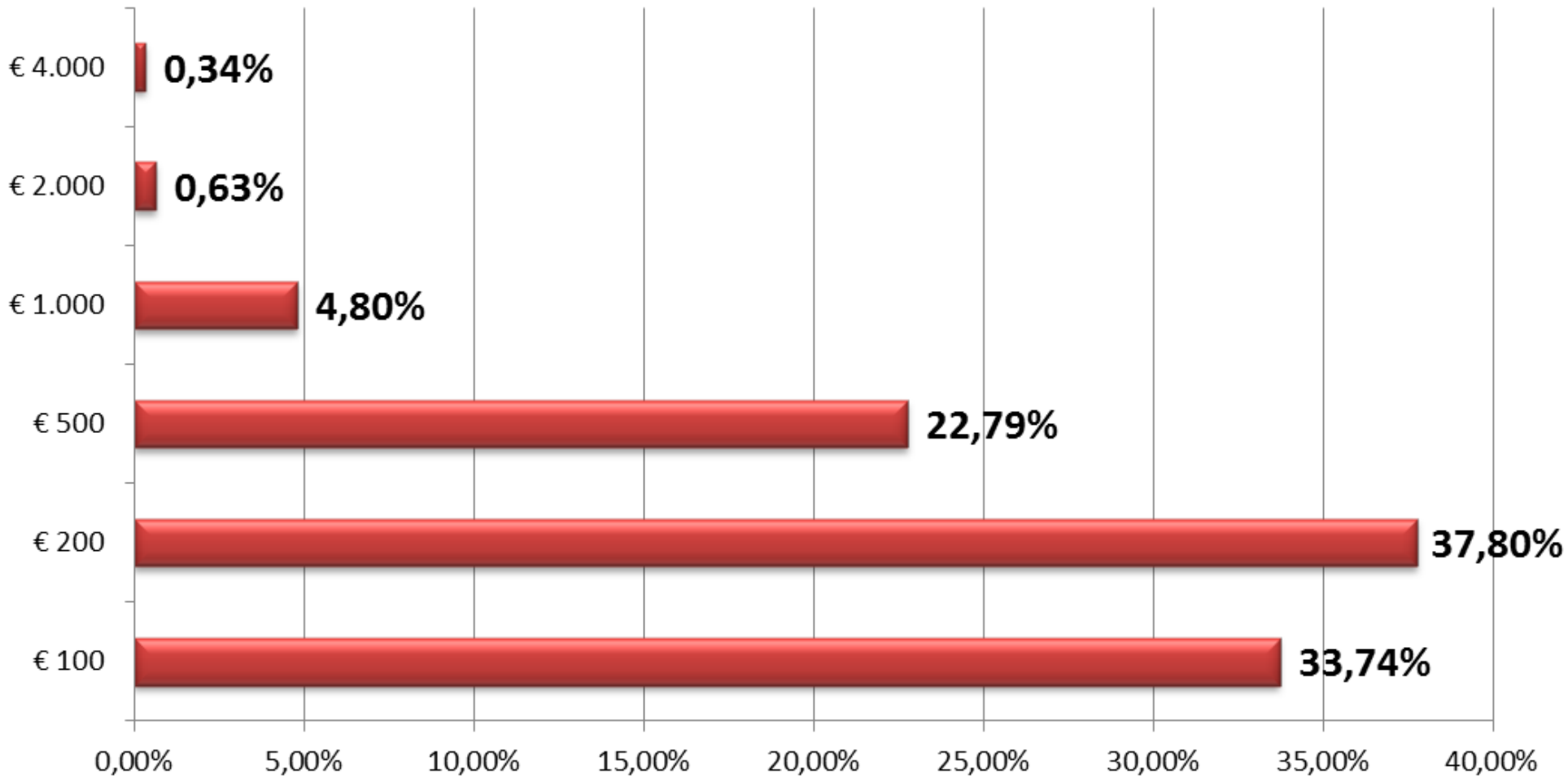
12/3/2012

Page 25

Quanto spenderesti per una formazione di 2 giorni, completa ed efficace su come utilizzare i Social Network?



Quanto spenderesti per una formazione di 2 giorni, completa ed efficace su come utilizzare i Social Network?



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



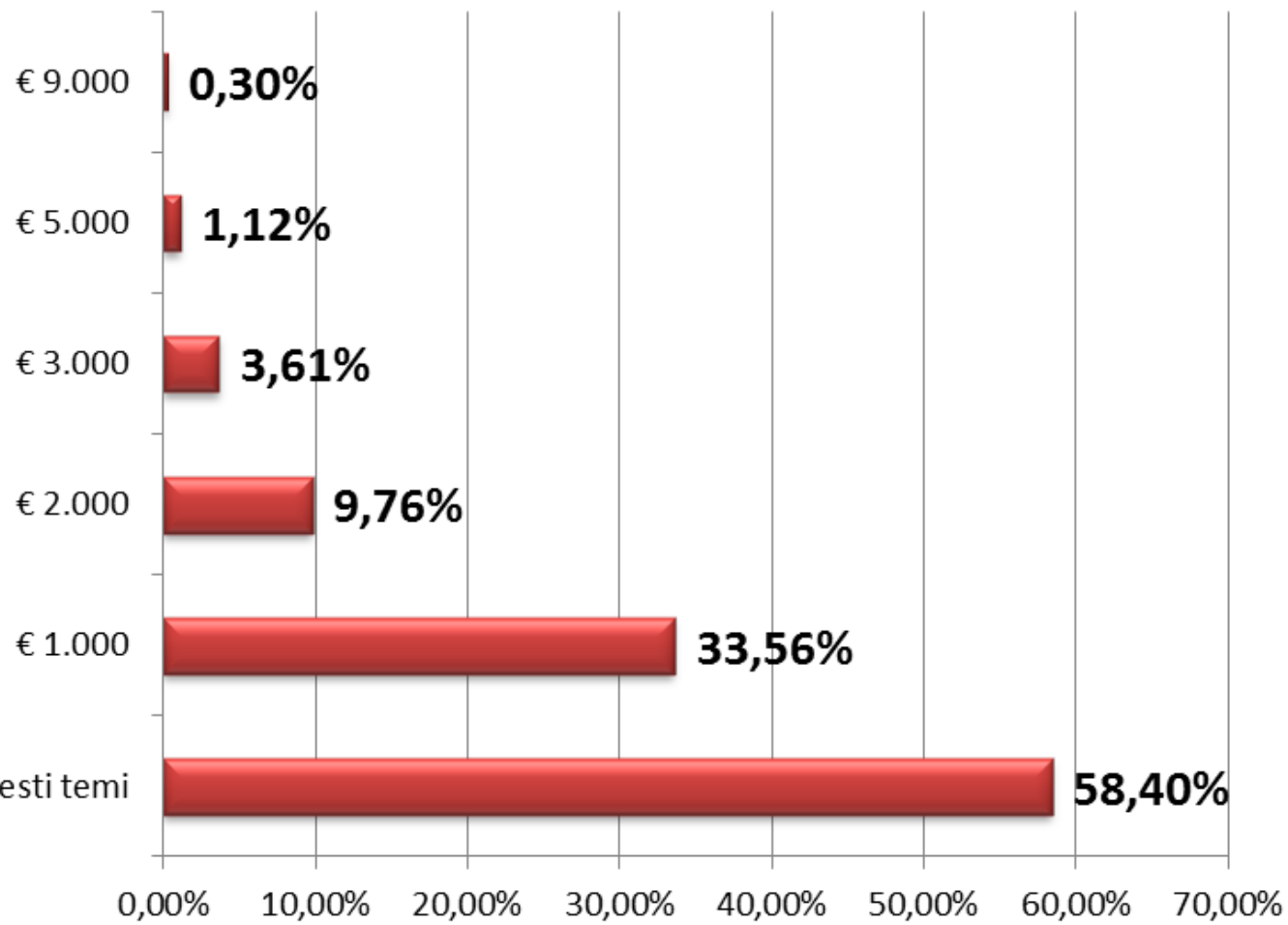
Questionario

Tweet to @FlashAndrea

Frequenteresti un training intensivo di 15 giorni? Quanto saresti disposto a spendere?



Frequenteresti un training intensivo di 15 giorni? Quanto saresti disposto a spendere?



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione

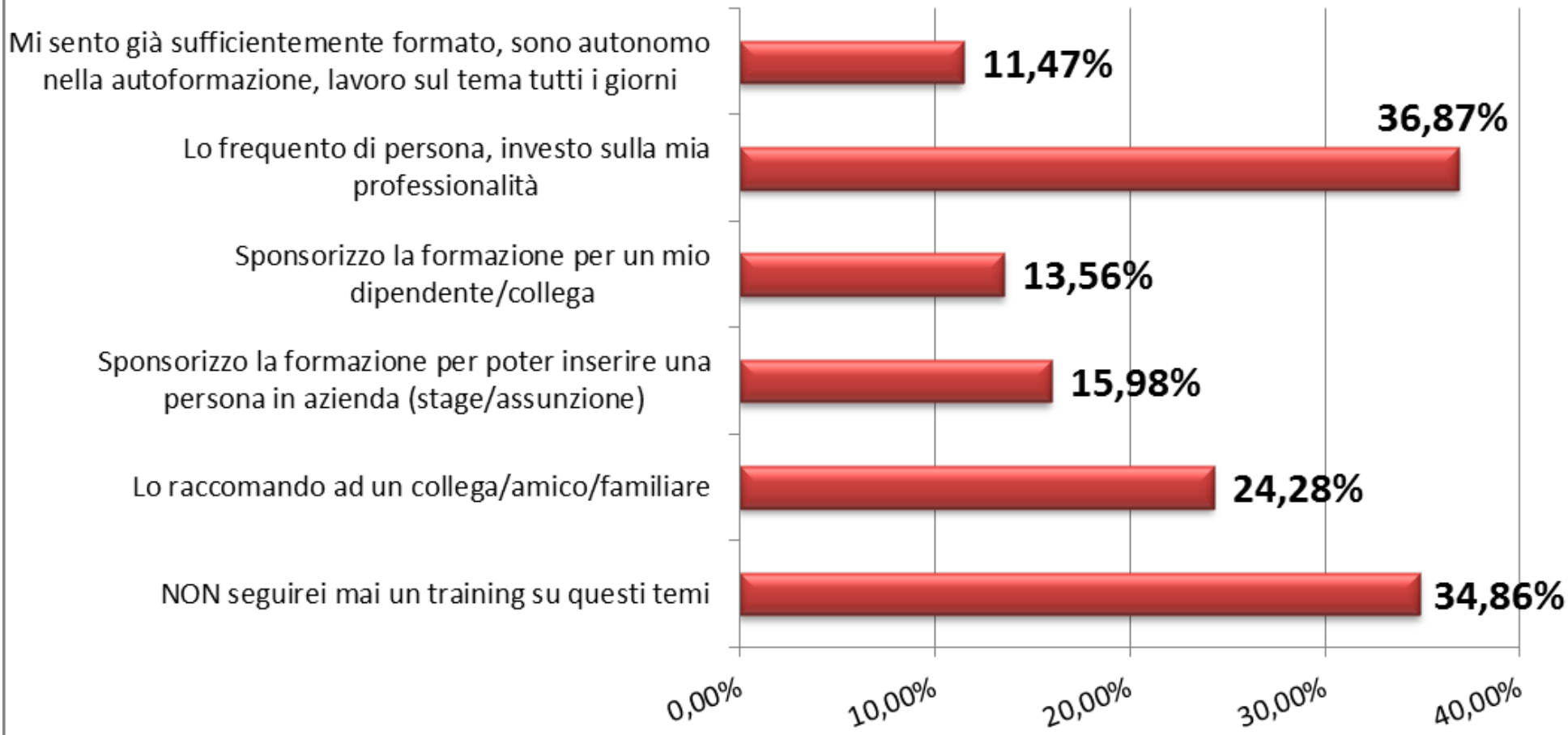


[Questionario](#)

[Tweet to @FlashAndrea](#)

Se esistesse un Master full time (6-12 mesi) sui temi Social Network & Influence, che formasse persone abili nella creazione e gestione dell'Influence Online sia Personale che Aziendale:

Se esistesse un Master full time (6-12 mesi) sui temi Social Network & Influence, che formasse persone abili nella creazione e gestione dell'Influence Online sia Personale che Aziendale:



Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi al questionario, clicca sul pulsante a destra per dare la tua opinione



[Questionario](#)

[Tweet to @FlashAndrea](#)

Un ringraziamento a tutti i partner che sostengono la ricerca

- I Gruppi '[Social Media Marketing Italia](#)' e '[Social Media Marketing Italiano](#)' con i loro 7.000 + 1.800 iscritti.
- In collaborazione e con il supporto dei partner SNID: Viadeo, Cisco, IBM, TheBlogTV, MeetTheMediaGuru, Digital Magics, Livextension, Mirandola Comunicazione, Sin&ergetica, JWT, Freedata, MopApp, OpenKnowledge, LivingMedia, ContactLab, Adecco, Manageritalia, MilanIn, Startup Business, FrontierOfInteraction, Comunitazione.it, Midia Haka, #Assodigitale.it, Assocomunicazione,, NetComm, AudiWeb, Web-Marketing-Manager.it



Grazie

Andrea Albanese – docente SNID modulo corporate

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/albaneseandrea>

Facebook: <https://www.facebook.com/AndreaAlbanese01>

Twitter: @FlashAndrea Cel.: 349.2652792

Se vuoi contribuire alla ricerca, rispondi
al questionario, clicca sul pulsante a
destra per dare la tua opinione



Questionario



Tweet to @FlashAndrea

12/3/2012

Page 30