

[http://www.mymarketing.net/index.php?art\\_id=2653&sez\\_id=4](http://www.mymarketing.net/index.php?art_id=2653&sez_id=4)

## **X Factor e Amici vincono anche sui social**

Il successo dei talent – campioni dell'Auditel della stagione televisiva appena trascorsa - si misura anche dalla loro capacità di gestire il rapporto con il pubblico nel second screen dei social. A questo mira l'ultima analisi targata **BlogMeter** e presentata al Social Business Forum. Blogmeter ha monitorato le performance Facebook e Twitter di cinque talent musicali andati in onda su reti diverse: X Factor, The Voice of Italy, Amici di Maria De Filippi, Italia's got talent, MTV Spit.

Su Twitter X Factor sale sul podio sia in termini di follower che di citazioni, mediamente 70mila a puntata contro le quasi 60mila di The Voice. Gli autori unici per puntata sono circa 16mila nel caso di X Factor e circa 14mila per The Voice. In termini di follower il predominio di X Factor è schiacciante, 246mila contro i 46mila del concorrente. E lo stesso accade per quanto riguarda le total impression (471 milioni vs 67 milioni). Il successo di X Factor si spiega anche con un effetto trascinamento dovuto ad un'awareness sviluppata negli anni scorsi dalla trasmissione andata in onda su SKY, ma anche dalla capacità di costruire attorno allo show un'insieme di touchpoint digitali integrati che vanno dall'utilizzo dei social media all'app per smartphone

che consentiva di interagire con lo spettacolo. Ma va detto che The Voice è riuscita in pochi mesi a generare molto interesse in rete. Si pensi che a maggio è risultata essere la pagina Facebook italiana con il miglior rapporto tra interazioni e numero di fan (211 interazioni per ogni 1000 fan).



**Blogmeter: I talent show italiani su Twitter e Facebook - Social Business Forum 2013** from **Me-Source S.r.l./Blogmeter**

Diversa la situazione su Facebook, qui è Amici di Maria De Filippi a conquistare il primo posto sia per fan, quasi un milione, che per capacità di coinvolgere gli spettatori. Mediamente in una giornata di messa in onda dello show di Maria De Filippi si sviluppano circa 150.000 interazioni (like, commenti, condivisioni, post spontanei in bacheca) sulla pagina ufficiale. Molte di meno per tutti gli altri. X Factor che si piazza al secondo posto, vanta 74.489 fan e un engagement di 54.604. "E' importante – conclude Vincenzo Cosenza – che broadcaster e produttori inizino ad affiancare alle metriche tradizionali, nuovi indicatori in grado di tenere in considerazione la partecipazione dell'audience attiva dei social media. Affiancare alla curva dell'audience, quella dei messaggi scritti durante la trasmissione in rete, ad esempio, permette di scoprire le preferenze degli spettatori e tenerle nella giusta considerazione".



Redazione MyMarketing.Net