

<http://www.quotidianoimpresa.it/innovazione/talent-show-la-sfida-sui-social-e-vinta-da-x-factor-e-amici>

## Talent Show: la sfida sui social è vinta da X Factor e Amici

di Redazione - giugno 18, 2013

Non ha rivali su Facebook lo storico talent di Maria de Filippi andato in onda su Canale5, mentre su Twitter la "battaglia" tra X Factor e The Voice of Italy è risultata più equilibrata, anche se alla fine si risolve a favore del primo. Blogmeter, società leader nell'analisi delle discussioni e interazioni in rete, ha fatto il punto sul rapporto tra talent show e social media, partendo dall'assunto che i talent sono stati i veri protagonisti della passata stagione televisiva, ma il loro successo è sempre più legato alla capacità di gestire strumenti come Facebook e Twitter.

Prendendo spunto da un dibattito organizzato da Deezer, il servizio di musica in streaming, nell'ambito del 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 Spiti. L'obiettivo del lavoro svolto dal team guidato da Vincenzo Cosenza, social media strategist di Blogmeter, era di mostrare come non solo sia sempre più importante entrare in contatto con un'audience attiva sui social media, ma diventa fondamentale anche misurare l'entità del coinvolgimento innescato. In tal senso attraverso uno strumento dedicato chiamato Social TV Analytics, Blogmeter ha rilevato le audience potenziali e i livelli di coinvolgimento di questi show.

Su Twitter X Factor sale sul podio sia in termini di follower che di citazioni, mediamente 70.000 a puntata contro le quasi 60.000 di The Voice. Gli autori unici per puntata sono circa 16.000 nel caso di X Factor e circa 14.000 per The Voice. In termini di follower il predominio di X Factor è schiacciante, 246.0000 contro i 46.0000 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).

Su Facebook la situazione è molto diversa. 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".

