

Oggi allo Iulm l'osservatorio sulla SocialMediAbility delle aziende

Torna per il quinto anno l'appuntamento all'Università Iulm di Milano con la presentazione dei risultati della ricerca-osservatorio «La SocialMediAbility delle Aziende Italiane», in occasione della Milano Digital Week. L'indagine risponde dal 2010 all'obiettivo di mappare nel tempo l'uso che le aziende del Paese fanno dei social media per attività di marketing e comunicazione.

Anche per il 2018, l'Osservatorio Social Media dell'Università Iulm ha monitorato un panel di 720 aziende italiane appartenenti ai 5 settori di attività presi in esame sin dalla prima edizione: alimentare, bancario, arredamento, **hospitality**, abbigliamento. Ad essi è stato aggiunto, novità di quest'anno, un campione di 120 aziende che operano nel settore della cura per

la persona.

Caratteristica unica dell'osservatorio è quella di prendere in considerazione, per ogni settore analizzato, un campione casuale di aziende articolato per dimensioni (40 grandi, 40 medie e 40 piccole) e in grado di rappresentare effettivamente lo stato dell'arte del sistema senza limitarsi a raccontare, come quasi sempre avviene, le ottime performance delle (solite) grandi aziende. Dall'estratto della ricerca risulta che la percentuale delle aziende che utilizza almeno un social media per attività di comunicazione e marketing passa dal 73% del 2015 all'80% del 2018. Facebook si conferma il canale social più utilizzato, attivato dall'81% delle aziende. Ma il social che rileva il maggior tasso di crescita è Instagram, presidiato dal 55%

delle aziende con almeno un social media. Il terzo canale più utilizzato (51%) è Youtube: i video che risultano essere in grado di ottenere più reazioni da parte degli utenti sono quelli empatici, in grado di trasmettere esperienze, emozioni, valori.

I dati presentati offriranno ai marketer, ai dirigenti aziendali e agli operatori gli scenari di riferimento relativi ai diversi settori di attività analizzati e un modello di analisi replicabile sulla cui base parametrare le performance della propria azienda.

La presentazione della ricerca sarà seguita da una tavola rotonda a cui parteciperanno alcuni professionisti del settore. Il dibattito si focalizzerà sul tema dell'utilizzo dei contenuti visivi (fotografie e video), veri dominatori della co-

municazione sui social media che, nel loro susseguirsi, danno vita ad un intreccio di storie personali e aziendali destinate a creare la trama di un nuovo tessuto comunicativo e sociale.

L'evento si svolgerà dalle 14 in poi, presso l'Aula dei 146 e proseguirà nel pomeriggio con Iulm Digital Marketing All Star 2019, un format nuovo organizzato dal Master in Social Media Marketing dedicato a tutti coloro che si occupano o sono interessati al tema del marketing digitale. Un workshop di alto valore dove sarà possibile porre domande e interagire con i maggiori esperti del settore.

Chiuderà la giornata la cerimonia di consegna dei diplomi agli studenti della X edizione del Master in Social Media Marketing.

© Riproduzione riservata

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

