



AIDiM
Associazione Italiana per il Direct Marketing

eCircle

anved
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
VENDITA A DISTANZA

Comunicato Stampa

Approccio sperimentale e poca strategia per il social media marketing delle aziende italiane

L'indagine "Quanto è social la tua azienda" conferma come le aziende italiane usano i social media in modo ancora "sperimentale", con l'obiettivo di interagire con i consumatori e raccogliere feedback/opinioni, senza precisi obiettivi di business. Le aziende di e-Commerce e Vendita a Distanza sono quelle maggiormente focalizzate sull'utilizzo di questi nuovi canali di comunicazione.

Milano, 02 febbraio 2012. Secondo i dati emersi dall'indagine "Quanto è Social la tua Azienda?" - condotta **in collaborazione** da **AIDiM**, **ANVED** ed **eCircle** sull'utilizzo dei social media da parte delle aziende che operano sul territorio italiano - emerge come i social media sono considerati strumenti molto utili per aumentare l'interazione con i consumatori e per raccogliere opinioni/feedback sul brand o sui relativi prodotti, ma mancano strategie chiare per sfruttarli efficacemente con l'obiettivo di raggiungere concrete opportunità di business.

La ricerca, presentata in occasione di un convegno ad hoc lo scorso dicembre presso il Mondadori Multicenter di Milano, ha raccolto pareri e opinioni di 315 responsabili marketing e direttori commerciali di aziende italiane che operano nei principali settori merceologici (e-commerce, servizi, abbigliamento, turismo, bancario/assicurativo, IT, editoria e pubblicità/comunicazione). Il dato sicuramente più significativo riguarda la percentuale di utilizzatori dei social media: **il 75% dei rispondenti ha infatti dichiarato di utilizzare già Facebook, Twitter, blog & Co.** e, nel caso delle aziende di e-commerce, il dato raggiunge una percentuale quasi intera. Gli intervistati che affermano di non aver ancora sperimentato questo canale di comunicazione adducono come motivo principale quello di non avere ancora elaborato una strategia chiara sul mezzo. Di questi, il 22% prevede di sperimentarlo certamente nel futuro, mentre il 42% lo farà con ogni probabilità.

Due terzi delle realtà aziendali che già hanno adottato questi nuovi strumenti sembrano avere ancora obiettivi generici e poco focalizzati, a conferma di quanto emerso anche dall'Osservatorio e-Commerce B2C 2011 del Politecnico di Milano (prevalenza dell'approccio "timido", rispetto a quello "convinto", nei confronti del social commerce).

Maurizio Alberti, Managing Director di eCircle Italia, ha dichiarato: "Come già anticipato anche dai risultati del nostro studio European Social Media & Email Monitor (pubblicato da eCircle nella prima metà del 2011), in generale emerge un quadro di sperimentazione, con

strategie ancora in fase di trasformazione e assestamento. Non sorprende, quindi, che anche il livello di soddisfazione nei confronti di questo nuovo mezzo di comunicazione sia ancora piuttosto moderato. Solo l'8% delle aziende intervistate dichiara, infatti, di aver raggiunto gli obiettivi prefissati e, dato ancora più significativo, il 19% afferma di non aver posto alcun obiettivo quantitativo specifico per questa attività.”

Facebook si conferma il social network più utilizzato dalle aziende italiane (84%) anche per il settore B2B, seguito a ruota da LinkedIn e Twitter; nonostante sia “appena nato”, anche Google+ registra un alto tasso di gradimento (il 25% delle aziende lo ha già scelto). Oltre il 60% delle imprese sceglie di promuovere il proprio brand o prodotto con una fan page e il 50% lo fa con un profilo, mentre solo il 30% sceglie di pianificare campagne pubblicitarie sui social media. Un dato interessante riguarda le risorse destinate al social media marketing: anche se il 54% delle aziende che utilizzano i social media ha almeno una risorsa interna dedicata, solo il 58% delle aziende rispondenti aggiorna con regolarità il proprio spazio su Facebook, Twitter ecc.

Secondo il campione intervistato solo il 39% dei propri clienti interagisce con regolarità sui social media. I motivi dell'interazione sono chiari e precisi: scambio di opinioni sui prodotti con altri utenti (50%), richiesta di assistenza al customer care e feedback sul prodotto/servizio acquistato (oltre 30%).

“L'indagine rivela come le aziende di e-Commerce e Vendita a Distanza siano maggiormente focalizzate sull'utilizzo dei social media, adottando un approccio più orientato al risultato che prevede obiettivi precisi e maggiori investimenti di tempo/risorse. Tra tutte le aziende intervistate queste categorie sono di fatto quelle che dichiarano anche un maggiore indice di soddisfazione derivato dall'utilizzo di Facebook, Twitter & Co.”, ha concluso Alberti.

Per scaricare la versione integrale dello studio:

<http://www.ecircle.com/it/area-risorse/ricerche/lp/social-media-anved-study.html>

Risultati Chiave dello Studio:

- **Il 75% dei rispondenti utilizza già i social media** (quasi 100% per le aziende che fanno e-commerce) ma non li considera ancora uno strumento di business;
- I due terzi delle aziende li impiega per **obiettivi generici e poco focalizzati** (aumento dell'interazione con i consumatori, raccolta di opinioni/informazioni);
- Il 25% dei rispondenti dichiara di non usare ancora i social media per **mancanza di una strategia chiara**. Solo un quinto dei rispondenti ritiene il mezzo **non idoneo** per le

proprie politiche di marketing, mentre due aziende su tre pensano di **sperimentarlo certamente (22%) o probabilmente (42%) nel corso del 2012.**

- Le decisioni sull'utilizzo del mezzo sono in capo a **marketing (79%) e/o comunicazione (64%)** anche se il **commitment aziendale è ancora piuttosto contenuto**: solo il 54% ha almeno una risorsa interna dedicata e solo il 30% richiede il supporto di risorse esterne (agenzie specializzate). **Lo spazio social viene aggiornato regolarmente solo dal 58% delle aziende.**
- **Il livello di soddisfazione è piuttosto moderato**: solo l'8% delle aziende conferma di aver centrato i propri obiettivi. Il 19% dei rispondenti non ha alcun obiettivo quantitativo specifico per questa attività.
- **Le aziende più soddisfatte sono quelle che fanno e-commerce e vendita a distanza**, per via dell'approccio meno sperimentale e **più orientato al risultato.**

Per scaricare il materiale stampa:

Per scaricare le immagini da utilizzare per articoli e/o altre pubblicazioni [cliccare qui](#).

A proposito di eCircle

eCircle è uno dei fornitori leader in Europa nel settore dell'email e del social media marketing. L'azienda - con uffici a Milano, Monaco, Londra, Parigi, Madrid, Utrecht, Cracovia e Copenaghen - conta oggi oltre 300 dipendenti e collabora con clienti in tutti i settori verticali, tra cui Diesel, BuyVIP, FIAT e eDreams.

Keep in Touch! Per essere sempre connesso con eCircle seguici su:

Sito: www.ecircle.com/it

Twitter: [@eCircleIT](https://twitter.com/eCircleIT)

Facebook: [eCircle Italia](https://www.facebook.com/eCircleItalia)

LinkedIn: [eCircle Italia](https://www.linkedin.com/company/eCircleItalia)

Google+: [eCircle Italia](https://www.google.com/+eCircleItalia)

Informazioni alla stampa:

Chiara Piffaretti - eCircle

Tel.: +39 02 3087620

Email: c.piffaretti@ecircle.com
www.ecircle.com

Chiara Morelli - LEWIS PR

Tel.: +39 0236531375

Email: chiam@lewispr.com
www.lewispr.com