Acque minerali, Fonte Essenziale la più social. L'analisi Blogmeter

essenziale-faad1ef8

Blogmeter torna con il suo appuntamento mensile della **Top Brands**. In questa occasione sono state analizzate le **performance di tutte le pagine ufficiali Facebook, Twitter, Instagram e YouTube dei principali brand di Acque Minerali** presenti sul mercato italiano e che si rivolgono allo stesso. Partendo dai 32 brand presi in esame è stata creata una classifica in cui sono stati evidenziati i **cinque brand risultati migliori per interazioni totali** (escludendo le view di YouTube) nel trimestre che va dall'1 gennaio al 31 marzo 2018. Da segnalare che la classifica dei brand più engaging sui principali social media è stata effettuata utilizzando il nuovo tool di Social Analytics, uno strumento migliorato sia dal punto di vista grafico sia nelle funzionalità, che permette di mettere a confronto non solo i diversi brand, ma anche i diversi canali social di un singolo brand.

I primi tre brand del ranking per Total Interaction - Nell'analisi svolta da Blogmeter sono state valutate anche le performance relative al Total Engagement, per i cinque brand risultati primi nel ranking per total interaction. In questa direzione, il gradino più alto del podio è stato conquistato da **Fonte Essenziale**, l'acqua minerale naturale Antica Fonte che sgorga dalle Terme di Boario in Valle Camonica, grazie alla sua attività di comunicazione concentrata esclusivamente sul proprio canale Facebook, da cui provengono il 100% delle interazioni del trimestre, pari a 53.500. Il top content di Fonte Essenziale per engagement (oltre 5.500 interazioni) è quello pubblicato in data 1 gennaio, in cui l'azienda augura ai suoi fan un sereno anno nuovo al motto di "Iniziare bene il 2018 è Essenziale". Secondo posto per **Ferrarelle** con un engagement che supera la cifra di 51.700, proveniente per il 98% da Facebook e per appena l'1% da YouTube. Nel periodo di analisi è un post di Ferrarelle a guadagnare il titolo di contenuto most reacted del trimestre: si tratta di un post dedicato all'epifania e al formato in bottiglia mini-ferrarelle, pensato proprio per i più piccini. In terza posizione delle Top5 di Blogmeter troviamo **Acqua Vitasnella**, che raccoglie un total engagement di 32.400 durante il periodo preso in analisi. Il 98% dell'engagement proviene da Facebook, mentre solo l'1,5% proviene dalla pagina Instagram del brand. Il post risultato più engaging di Vitasnella è anche il post che si aggiudica

il premio di most engaging content del periodo di riferimento. Con un simpatico gioco di parole, Vitasnella ironizza sulla comune “usanza” di tenere addobbata la casa a tema natalizio, ad oltranza.

La Top5 si completa con Uliveto e Rocchetta - Al quarto posto del ranking troviamo **Uliveto**, acqua proveniente dall’omonima sorgente toscana, con un total engagement pari a 23.700, per il 96% proveniente da Facebook e per appena il 4% proveniente dal suo canale Instagram. Il most engaging post (1.820 interazioni) di Uliveto proviene proprio da Facebook ed è un post-quiz in cui si chiede di rispondere alla domanda, a tema acqua, con una reaction. Al quinto posto della nostra Top Brands troviamo **Rocchetta**, con un engagement totale di 20.900 ottenuto attraverso Facebook per il 93% e Instagram per il 7%. Rocchetta risulta essere anche il brand che ha guadagnato più follower nel periodo di riferimento: 11.200 nuovi fan. Il post di Rocchetta che ha ottenuto più successo nel trimestre è stato quello dedicato alle mamme con l’hashtag #mammacheforza. Infine, una menzione speciale per **Levissima**, che con una foto panoramica visibile a 360° invita i suoi follower ad indovinare la vetta immortalata e guadagna, quindi, il titolo di most commented post.