PaesiOnline e Juventus, ecco i brand più engaging su Facebook e Twitter

Per quanto riguarda **Facebook**, il podio del mese va a **Paesi Online**, mentre sul fronte **Twitter** lo scudetto se lo aggiudica la **Juventus**. Ecco i principali dati dell'indagine **Facebook and Twitter Top Brands**, che ogni mese evidenzia le pagine e i profili aziendali italiani (ad esclusione dei media) che hanno raggiunto i migliori risultati su Facebook e Twitter secondo quattro parametri: engagement prodotto, numero di nuovi fan/follower, tempo di risposta agli utenti e post/tweet che generano più interazioni. I dati sono rilevati attraverso **il tool Social Analytics by Blogmeter**. Per quanto riguarda Facebook, nel mese di marzo sono state analizzate più di 108 milioni di interazioni su oltre 2.700 pagine gestite da aziende che si rivolgono al pubblico italiano. La classifica del Page Engagement che mette in relazione il volume totale delle interazioni con il numero di fan della pagina vede primeggiare tra i brand Paesi Online, che riceve più di 163 interazioni medie giornaliere per ogni mille fan (71 mila totali). "L'elevato engagement – si legge nella ricerca - è dato soprattutto dalla pubblicazione di immagini suggestive raffiguranti i paesaggi delle più belle località d'Italia". Per quanto riguarda la pagina che cresce di più, il brand vincente è Samsung Italia, che in un solo mese conquista 146mila nuovi fan. Passando a Twitter, Blogmeter ha studiato 4,5 milioni di interazioni su oltre 1.400 profili gestiti da aziende che si rivolgono a un pubblico italiano. Il brand più engaging su Twitter, nonché quello che cresce di più, è ancora una volta la Juventus, che nel mese di marzo ottiene ben 267 mila interazioni tra retweet, reply, favorite e citazioni spontanee del profilo.