

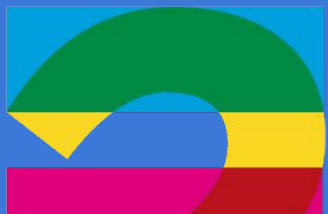
Expo 2015

Report attività social pre semestre

Gennaio 2013 - Aprile 2015

Quali sono state le attività di aprile del social media team di Expo 2015?

Facebook



Abbiamo portato l'account da 23.000 fan a 1,4 milioni di fan, alla vigilia di Expo 2015

Il numero di fan è un numero utile per avere un'idea del seguito che Expo ha sui social network, ma per noi non è l'indicatore principale.

È molto più importante che i contenuti vengano visti da molte persone (reach) e che gli utenti rispondano e commentino (engagement).

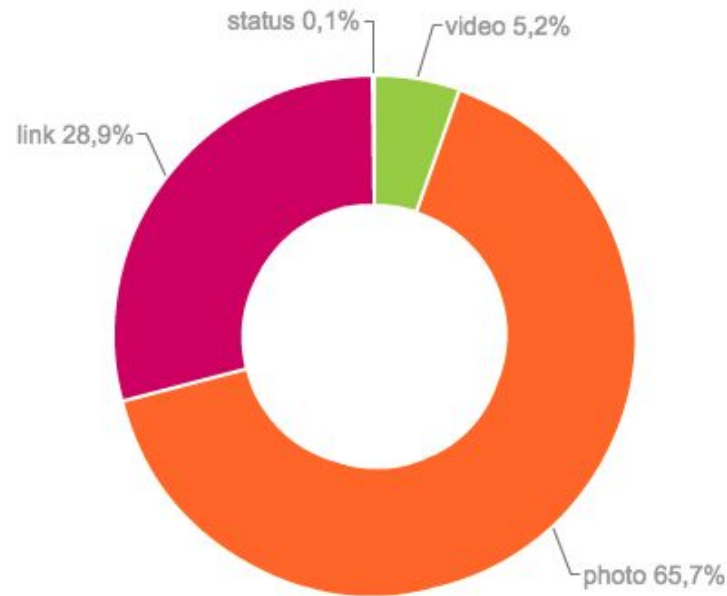
Secondo Blogmeter, siamo stati la pagina Facebook che è cresciuta di più, in Italia, per sei mesi di seguito.

Ogni mese Blogmeter stila una classifica dei top brand, classificati in base ad alcuni parametri: crescita dei fan, engagement, tempo di risposta ([fonte Blogmeter](#)).

È la sesta volta che Expo appare nelle classifiche Blogmeter.

Abbiamo prodotto ed editato le immagini per tutti i post.

Quando possibile (5,2%) abbiamo pubblicato anche dei video.



I contenuti fotografici e video sono quelli che funzionano meglio su Facebook.

Abbiamo prodotto e pubblicato, in media, 508 post al mese tra italiano e inglese

Le aziende solitamente pubblicano 1 contenuto al giorno, in media. I media ne postano 7 (fonte [SocialBakers](#)).

Solo magazine, blog e giornali si avvicinano alla quantità di contenuti pubblicata da Expo.

Abbiamo due pagine Facebook, una [italiana](#) e una [internazionale](#).

Abbiamo letto e moderato fino a 17.000 commenti al mese (560 al giorno) e 3.000 messaggi privati al mese.

Per noi, la conversazione con gli utenti è l'obiettivo più importante.

Ogni giorno, sulla pagina Facebook di Expo, ci sono state circa 100k persone che interagivano con noi* e 3,2 milioni di persone che hanno visto i nostri contenuti**.

* Daily page engagement

** Daily total reach

Twitter



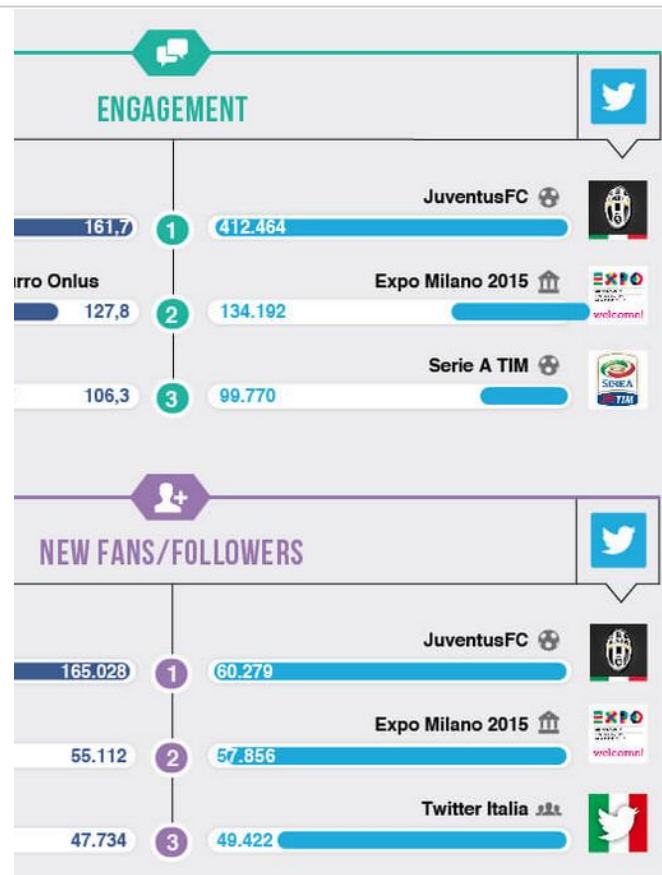
@Expo2015Milano su Twitter ha raggiunto i 486k follower, a partire dai circa 20.000 follower iniziali

La dimensione della base di utenti, su Twitter, è molto importante: ogni volta che pubblichiamo un tweet, potenzialmente tutti i nostri follower vedono quello che pubblichiamo (a differenza di quanto succede su Facebook).

Abbiamo twittato circa 45 volte al giorno, dando una copertura live di tutti gli eventi più importanti con circa 15 giornate / mese di live tweeting

Siamo stati per sei volte tra primi 3 brand in Italia sia per crescita dei follower che per engagement.

Ogni mese Blogmeter stila una classifica dei top brand, classificati in base ad alcuni parametri: crescita dei fan, engagement, tempo di risposta (fonte [Blogmeter](#)). Expo è apparsa nelle classifiche Blogmeter per 6 volte.





I nostri follower su Twitter vengono da tutto il mondo. La proporzione rispecchia quella dei visitatori di Expo.

I nostri tweet generano delle reazioni.

In media, abbiamo ottenuto 22.000 retweet al mese e circa 40.000 tweet al mese sono stati aggiunti ai preferiti.

Il nostro obiettivo su Twitter è conversare con gli utenti: quindi, per noi, questi dati sono molto importanti.

Instagram



Da giugno 2014 ad aprile 2015 l'account Instagram @Expo2015Milano ha raggiunto 90.000 follower.

Instagram è la piattaforma che è cresciuta più velocemente.



Contacts

www.socialmediaexpo2015.com
socialmedia@expo2015.org