

Tante novità nella classifica dei migliori brand su Facebook e Twitter di Blogmeter, innanzitutto per quanto riguarda il focus settoriale incentrato sui brand di auto e moto. Ad ottobre, dall'analisi delle performance dei profili italiani - realizzata secondo le due metriche di engagement e new fan/follower - emerge che i brand del settore ottengono le performance migliori in occasione di eventi importanti come il lancio di nuovi modelli, sponsorship e iniziative particolari.

Facebook: una grande varietà di brand

✖ Le due classifiche di Facebook sono dominate dalle pagine ufficiali di diverse case automobilistiche. Per quanto riguarda il page engagement, ovvero l'engagement pesato sul numero di fan, a trionfare è il brand di moto [Triumph MotorcyclesItalia](#) che genera un alto livello di interazioni grazie alla partnership con [David Beckham](#) e al [lancio](#) della nuova moto Bonneville. Segue in seconda posizione la pagina di [Michelin](#) che raggiunge l'apice delle interazioni in concomitanza del Campionato del Mondo Rally (WCR) e al terzo posto [Peugeot](#) che genera un'esplosione di interazioni grazie alla [sponsorship](#) di #XF9. Un altro brand che fa il pieno di engagement è [Mazda Italia](#): il post più engaging in assoluto è quello relativo al [Tokyo Motor Show](#) durante il quale è stato presentato il nuovo modello Mazda RX-VISION.

Considerando invece i nuovi fan, è [BMW Italia](#) ad avere la meglio, piazzandosi anche al quarto posto per engagement: il merito del suo successo è stata la campagna [#40annidiSerie3](#) attraverso cui è stata celebrata la Nuova BMW serie 3. Tra gli altri brand che più hanno accresciuto la propria fan-base ci sono le due case automobilistiche tedesche [Mercedes-Benz](#), la cui comunicazione risulta efficace anche su Twitter, e [Audi](#) che, grazie alle foto suggestive scattate dal profilo [Auditography](#), appassiona gli utenti di Facebook. Seguono infine in terza e quarta posizione, il brand francese [Renault](#) che attraverso contest e sondaggi conquista sempre nuovi fan e infine [Toyota](#), diventato a fine settembre main sponsor di AS Roma.

Su Twitter svettano Fiat e Mercedes Benz

Su Twitter, invece, le due classifiche risultano piuttosto omogenee, presentando all'incirca gli stessi nomi per entrambe le metriche. Primo classificato per total engagement è il profilo Twitter di [Fiat](#), che si posiziona terzo per numero di nuovi follower: il brand propone gli stessi contenuti in italiano e in inglese e la sua comunicazione è improntata sul divertimento e l'originalità. Segue in seconda posizione [Peugeot](#) che colleziona la maggior parte delle interazioni in occasione della campagna sociale [#MoveYourEnergy](#) legata al lancio della nuova Peugeot 208. Si piazza in terza posizione invece [Ford](#), conquistando anche un quinto

posto per numero di nuovi seguaci: in questo caso, è l'iniziativa di guida sicura [#DontEmojiAndDrive](#) a suscitare la curiosità degli utenti italiani di Twitter.

A livello di new follower, invece, il brand che conquista la vetta è [Mercedes-Benz](#), che tra l'altro si distingue anche per total engagement piazzandosi al quarto posto: il tweet che genera il successo maggiore è l'omaggio al [#BackToTheFutureDay](#), giornata durante la quale c'è stato anche il [divertente scambio di tweet](#) tra le due case automobilistiche, Toyota e [Smart](#), quest'ultima al secondo posto della nostra classifica per new follower. Quinto posto infine per total engagement e quarto per capacità di accrescere la propria community, per [Renault](#): il brand francese cattura l'attenzione degli utenti soprattutto in occasione del [lancio](#) della Clio Duel.

Uno sguardo alle classifiche generali

A livello di classifica generale, invece, il brand più coinvolgente su Facebook, è la no profit [Enpa](#), una veterana delle classifiche stilate di Blogmeter, mentre tra le new entry in top 10 spunta la pagina Facebook di [Regione Lombardia](#) che risulta molto attiva ad ottobre con una media di circa 20 post al giorno. A livello di new fan, invece, è la pagina italiana di [M&Ms](#) a trionfare, grazie ai numerosi post con cui condivide consigli e ricette. A livello di Social CRM, il più veloce è Wind.

Su social dei 140 caratteri, a governare è il profilo di [Juventus](#), che risulta il più coinvolgente ma anche quello che accresce maggiormente la propria community. Continua dominare per entrambe le metriche anche il profilo di Expo nel suo ultimo mese di attività, mentre a livello di nuovi follower, Ikea Italia crescere tantissimo grazie alla campagna [#gustatilavita](#). A trionfare a livello di response time è infine il profilo Twitter di Inofatac, che impiega solo 4 minuti a rispondere alle richieste degli utenti.