

Research Tools, con sede a Esslingen am Neckar, vicino a Stoccarda, è un'azienda specializzata in analisi e ricerche di mercato. L'azienda ha recentemente esaminato le prestazioni di 100 marchi di pneumatici sulle principali piattaforme di social media Facebook, Instagram, Twitter e YouTube in collaborazione con VICO Research & Consulting. Lo studio copre il periodo dal 2 giugno 2021 al 1 giugno 2022.

Secondo i risultati raccolti in quasi 130 pagine, Facebook si distingue in particolare per la presenza dei marchi interessati perché vi è rappresentato il 92% dei 100 marchi di pneumatici analizzati. Al contrario, per Instagram, Twitter e YouTube vengono forniti tassi di utilizzo inferiori al 70%.

I 10 marchi di pneumatici leader nella classifica generale sono presenti con un account su tutte e quattro le piattaforme analizzate. *“Michelin, Nitto Tyre e Pirelli si sono distinti da questo gruppo di top performer. I tre produttori sono anche tra i 10 migliori risultati in tutte e quattro le classifiche delle singole piattaforme”*, commenta Research Tools, aggiungendo: *“Nitto Tire ha il maggior numero di fan su Facebook, mentre Maxxis è il più attivo in termini di numero di post.”*

Tuttavia, Hankook si distingue in materia di coinvolgimento dei social media: *“Quando si tratta del numero di interazioni, Hankook stabilisce degli standard. Con oltre 3 milioni di reazioni, commenti e condivisioni, il brand sudcoreano sembra aver fatto centro con i suoi fan. Nove dei 10 post con più Mi piace provengono da Hankook”*.

Nel complesso, l'industria può certamente aspettarsi numerosi subscriber, fan e follower sui canali di social media citati. Complessivamente per loro sono stati determinati oltre 39 milioni di subscriber sulle quattro piattaforme Facebook, Instagram, Twitter e YouTube.

Apparentemente, Facebook non solo guida la popolarità tra i marchi di pneumatici stessi, ma anche tra gli utenti. *“In media, i marchi di pneumatici hanno circa 24.000 fan su questa piattaforma. Per fare un confronto: Instagram ha un numero medio di abbonati a quattro cifre, mentre Twitter e YouTube hanno ciascuno un numero di follower e abbonati a tre cifre.”*

© riproduzione riservata pubblicato il 21 / 10 / 2022