

Davide Morri
Matricola 955150
Social Media Management

Elaborato singolo:

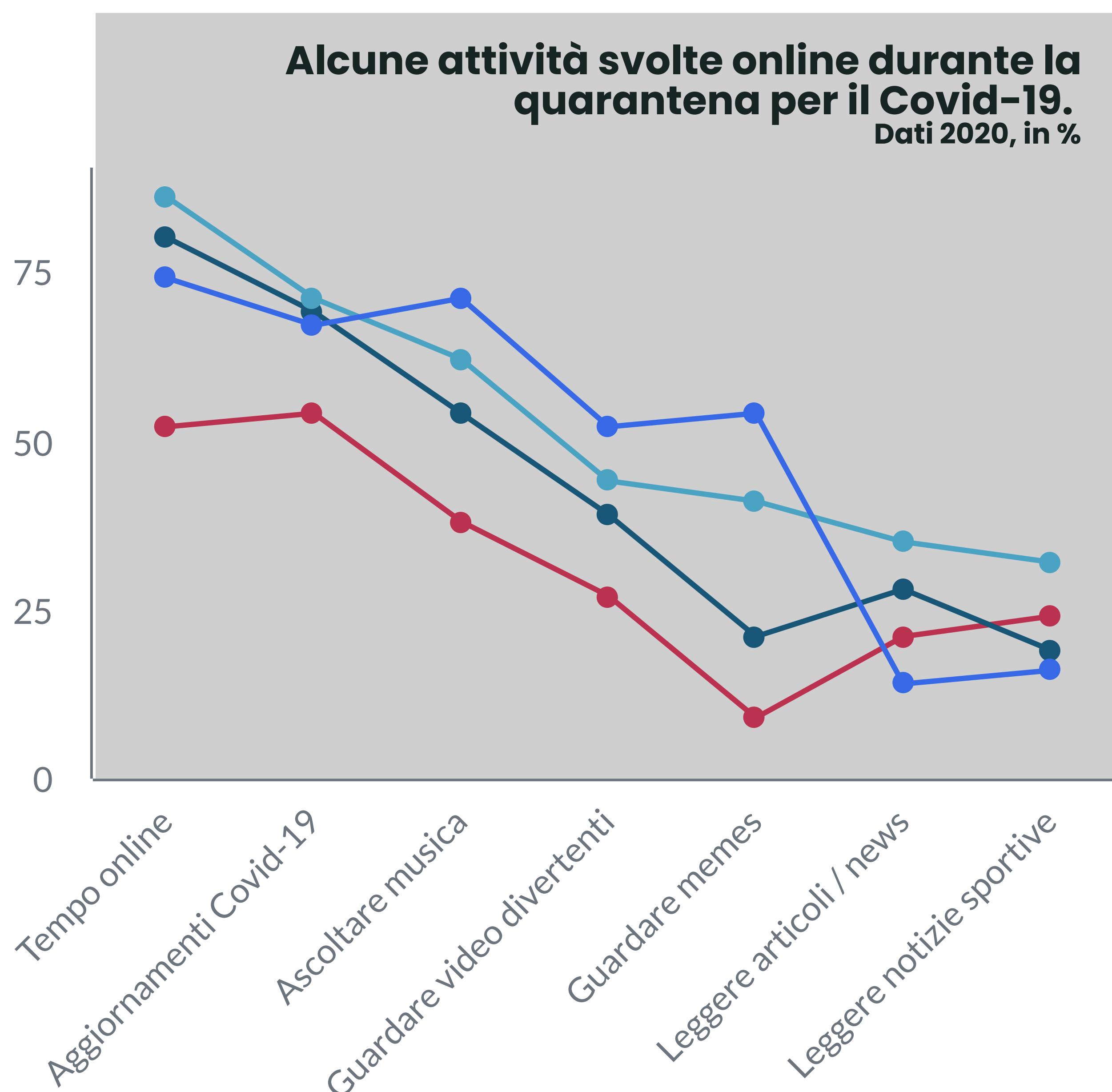
Mappa descrittiva della galassia dei social media





Generazioni

Caratteristiche e propensioni



Baby Boomer

1945 - 1960

BB

Generazione X

1961 - 1980

X

Generazione Y

1981 - 1995

Y

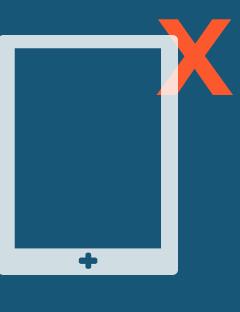
Generazione Z

1995 - 2010

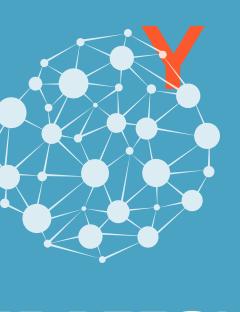
Z


BABY BOOMER

Sono una tipologia di pubblico online generalmente passivo, che fruisce di contenuti senza produrne di nuovi.


GENERAZIONE X

Sono una tipologia di pubblico più attivo rispetto ai BB e, seppur con i dati minori, si posizionano nel cluster delle generazioni più attive online.


GENERAZIONE Y

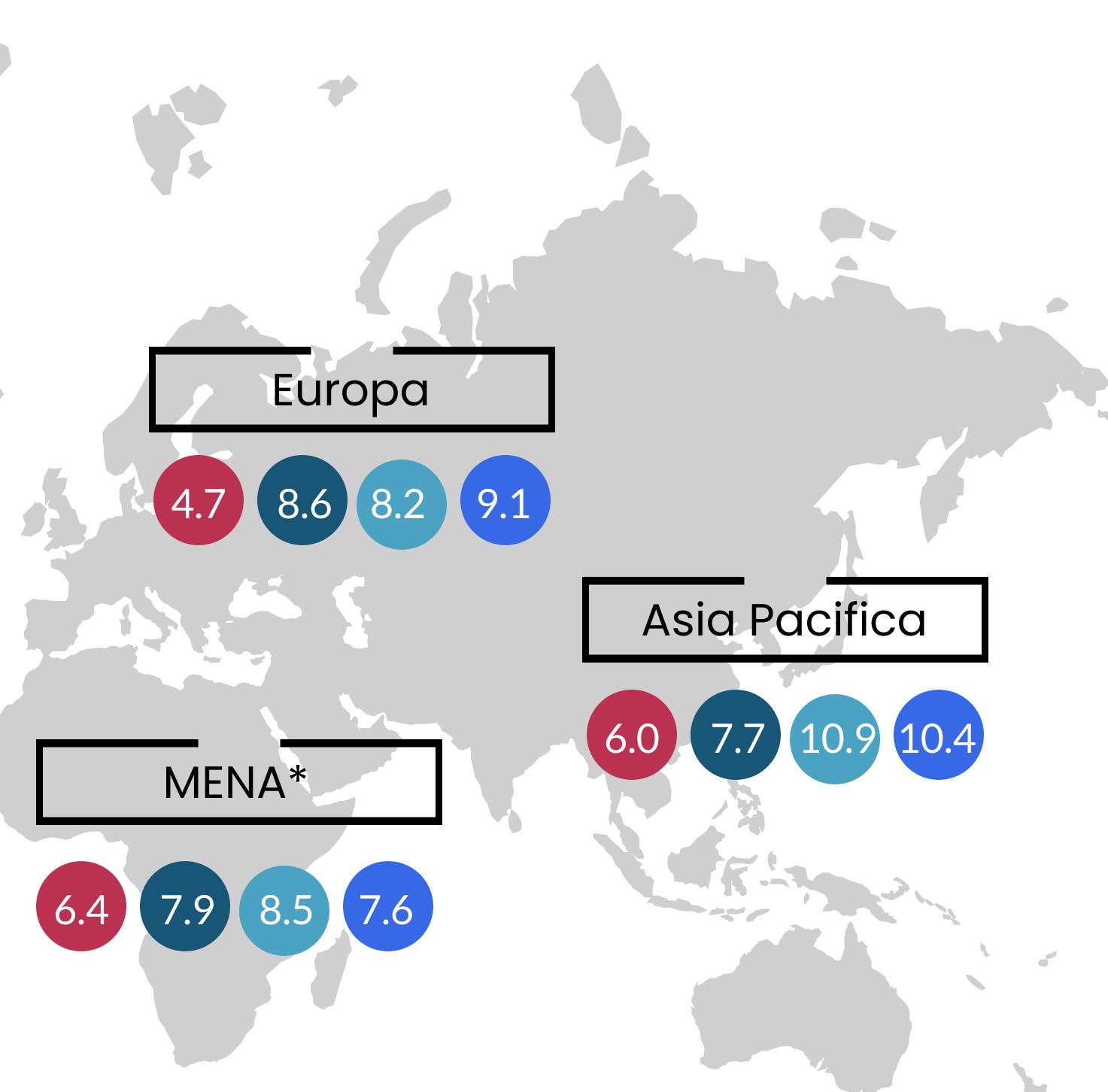
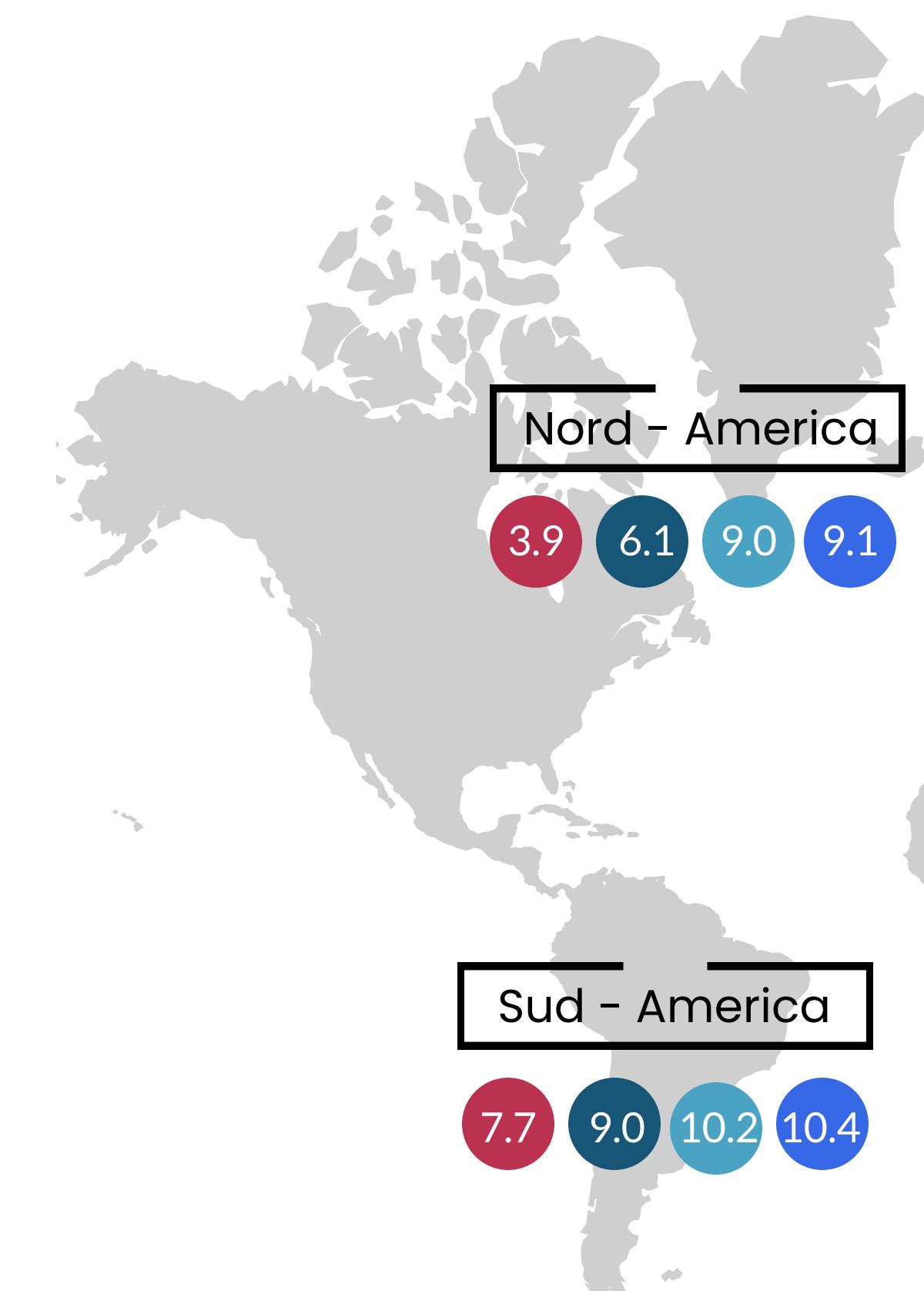
La generazione Y è al primo posto quando si parla di connessione, infatti è stata la generazione più tempo online (anche più della gen Z). Questa generazione commenta e partecipa collettivamente alla fruizione e produzione di contenuti.


GENERAZIONE Z

I Gen Z sono i creativi, che preferiscono fruire e produrre contenuti artistici piuttosto che leggere articoli in maniera passiva.

Distribuzione Geografica

Media (MLN) di Account sui Social Media



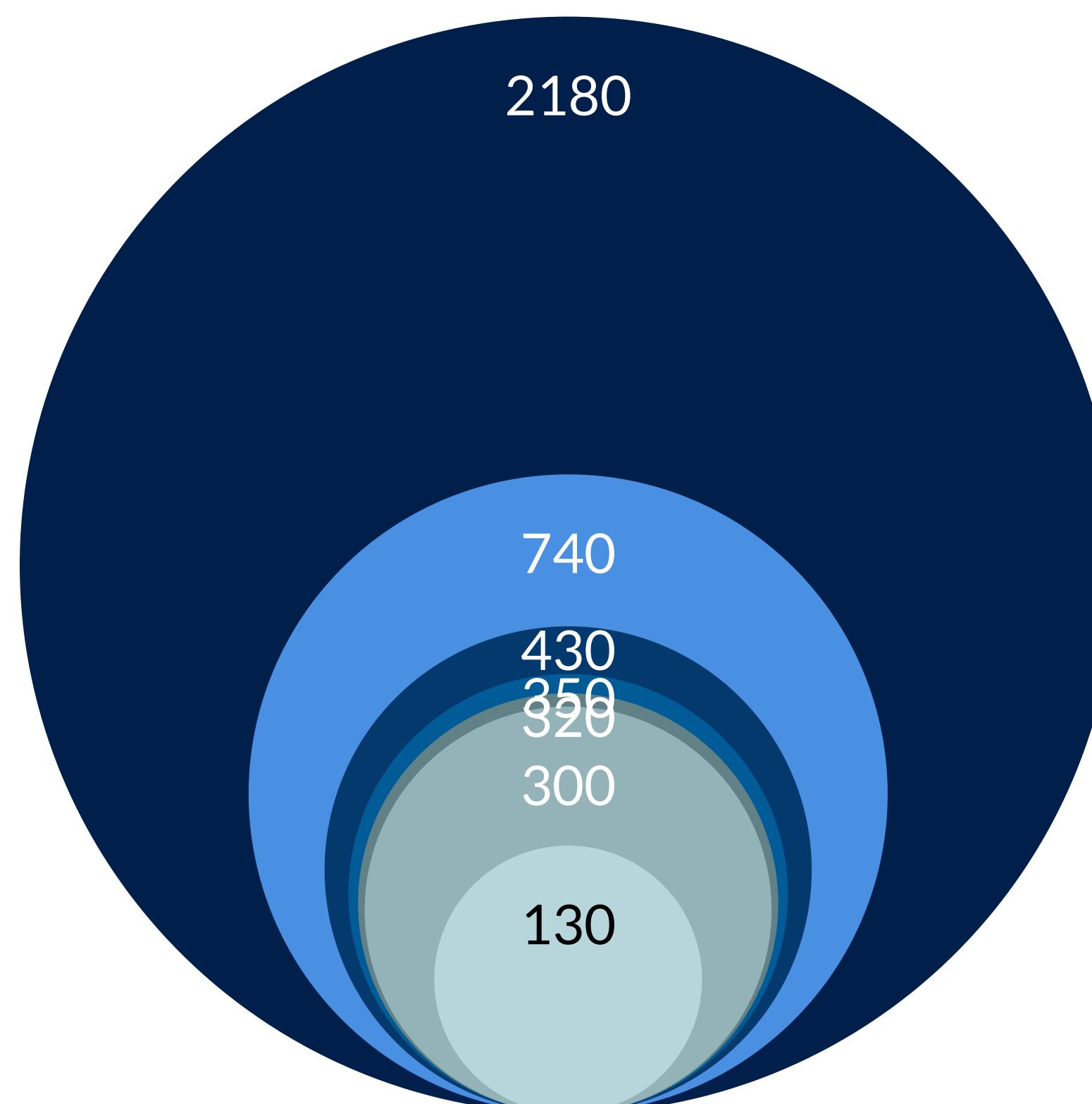
* Middle East and North Africa



Confronto dei Social Media

Analisi delle KPI

M.A.U.
(in Milioni)

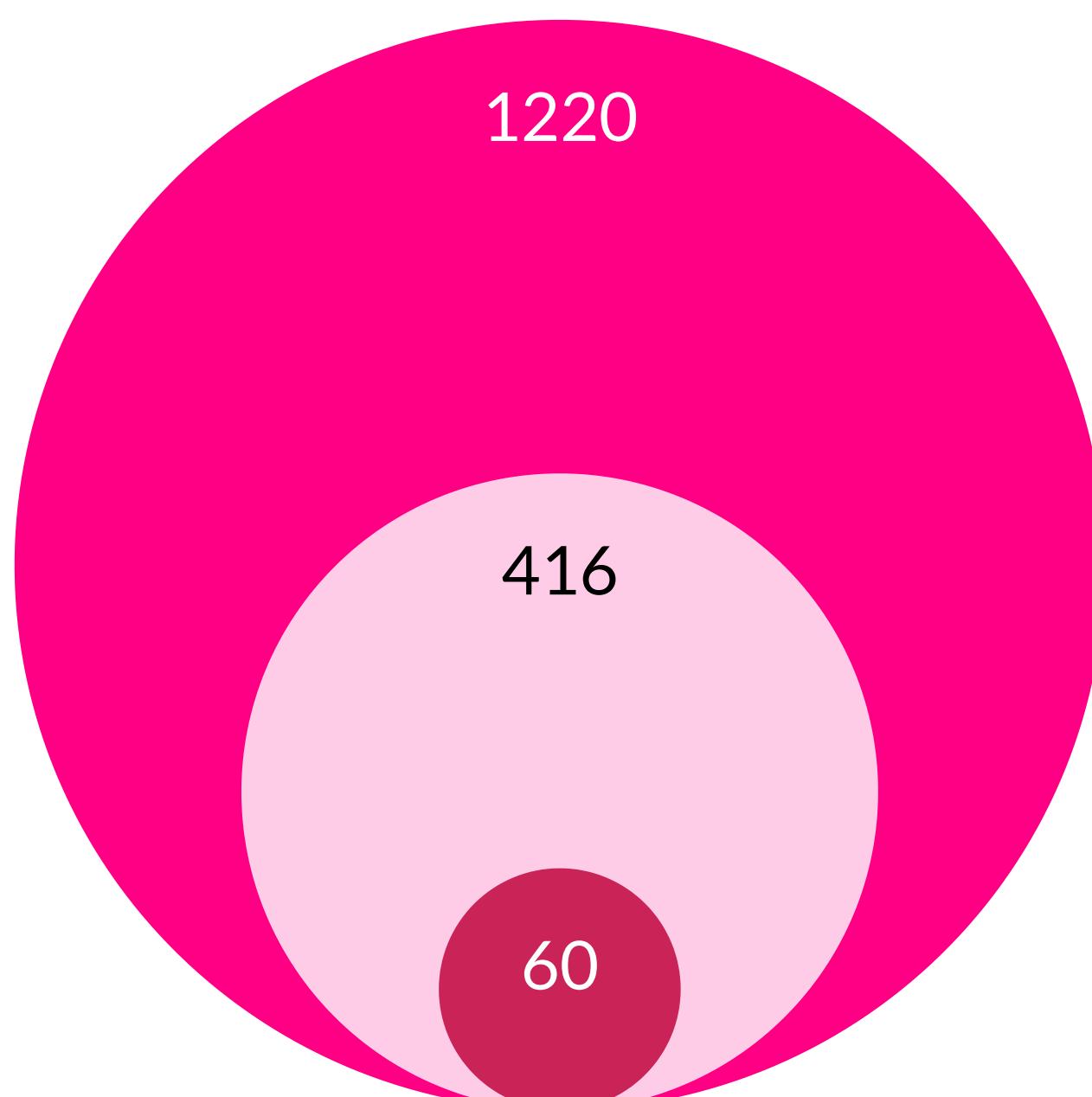


SOCIAL POST

- Facebook (48.99%)
- LinkedIn (16.63%)
- Reddit (9.66%)
- Twitter (7.87%)
- Tumblr (7.19%)
- Quora (6.74%)
- OnlyFans (2.92%)

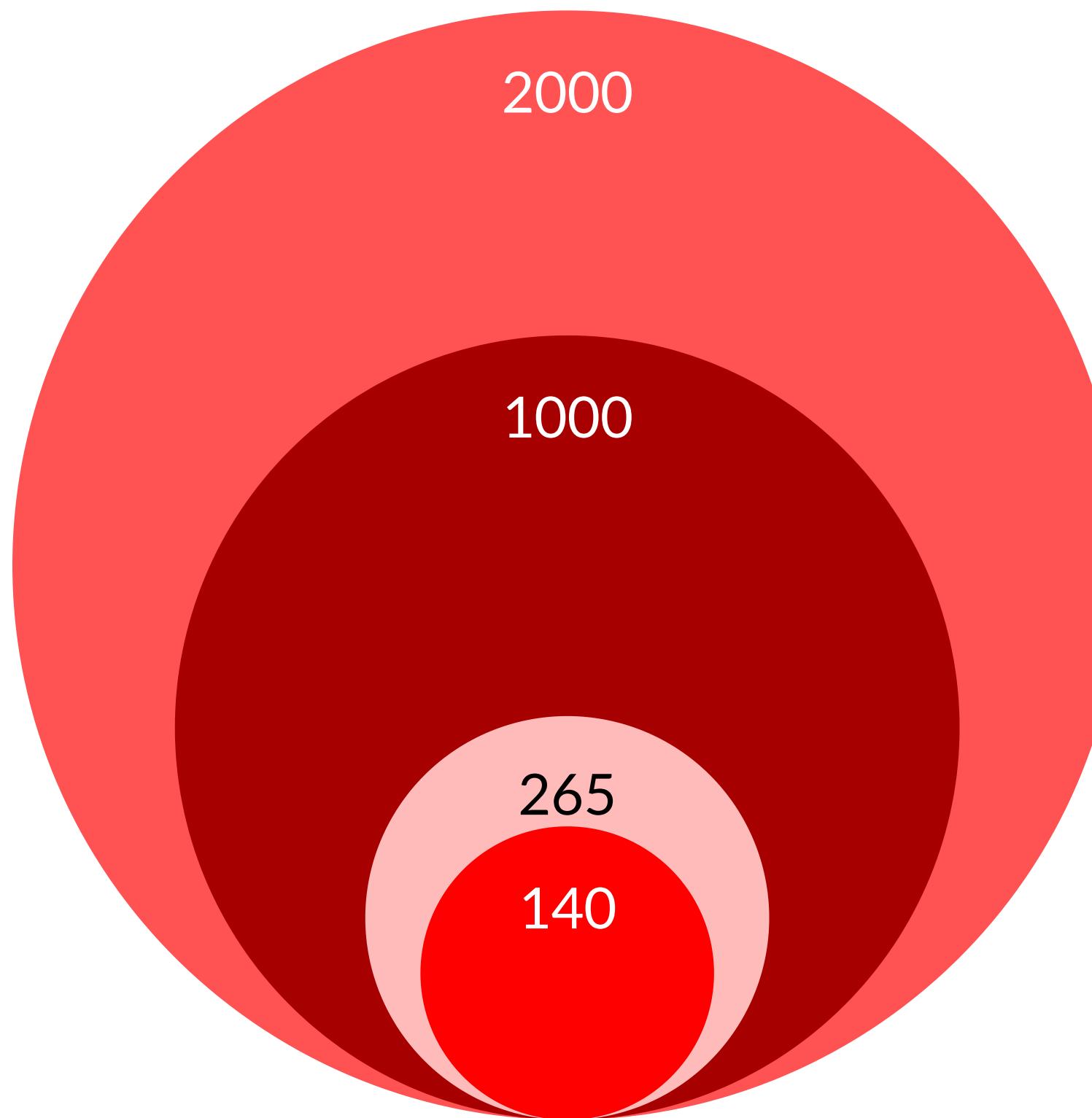
SOCIAL IMMAGINI

- Instagram (71.93%)
- Pinterest (24.53%)
- Flickr (3.54%)



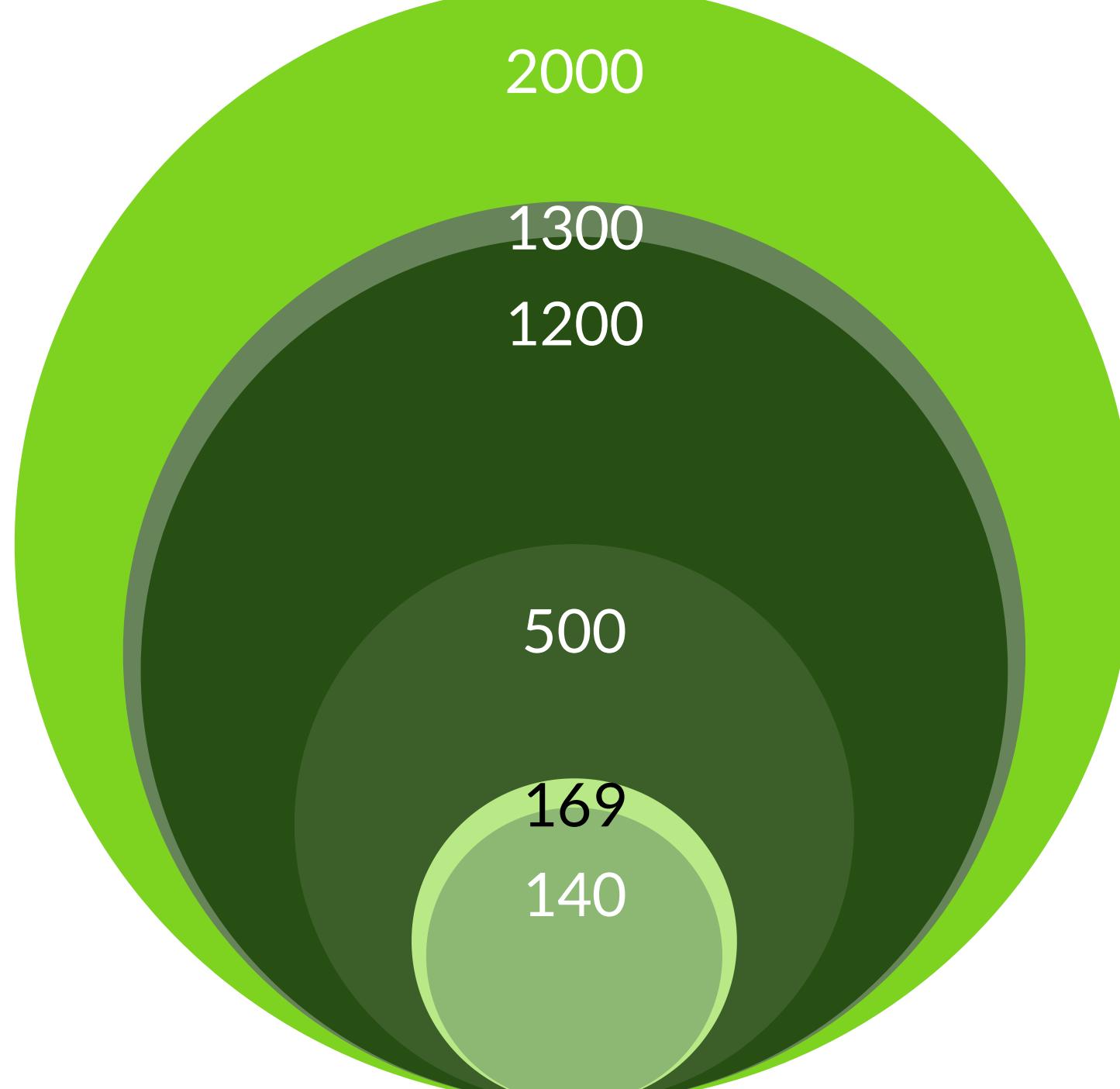
SOCIAL VIDEO

- Youtube (58.74%)
- TikTok (29.37%)
- Snapchat (7.78%)
- Twitch (4.11%)



SOCIAL MESSAGGISTICA

- Whatsapp (37.67%)
- Messenger (24.49%)
- WeChat (22.6%)
- Telegram (9.42%)
- Discord (3.18%)
- Line (2.64%)





Confronto dei Social Media

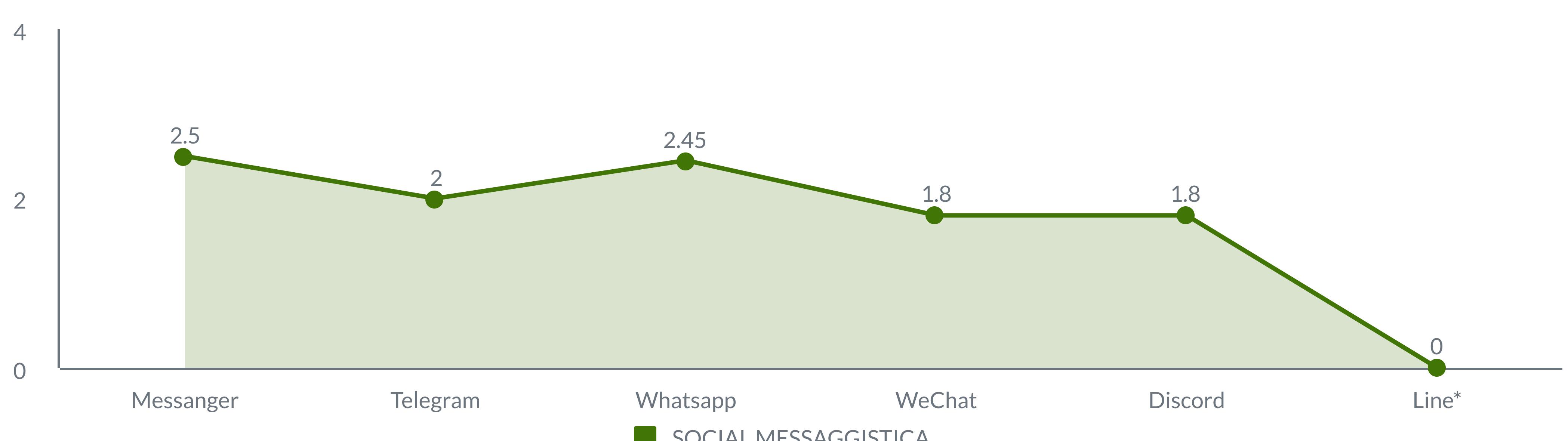
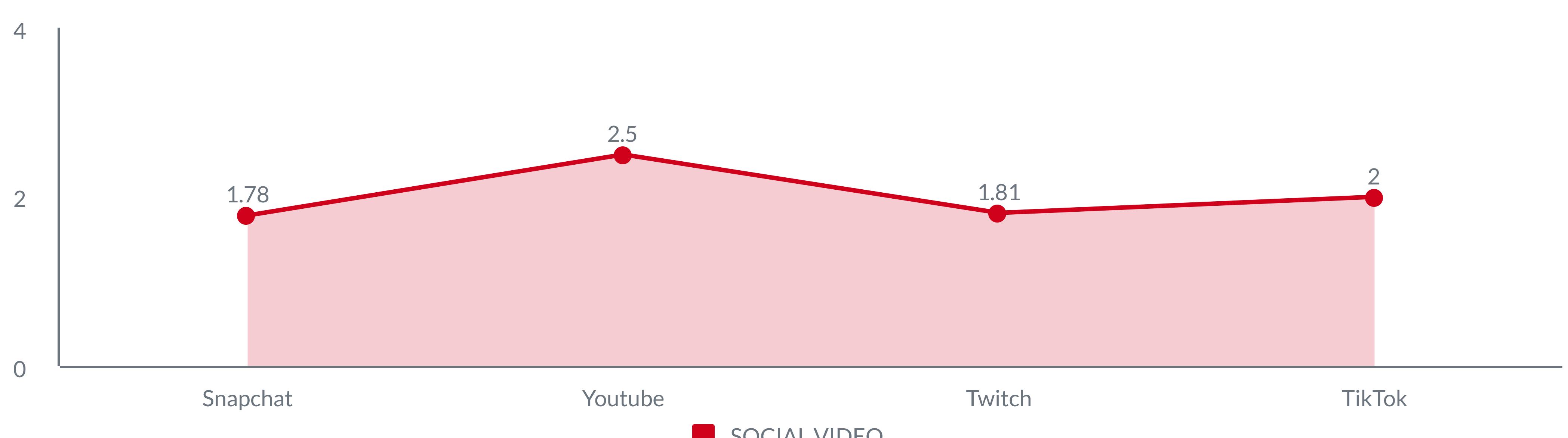
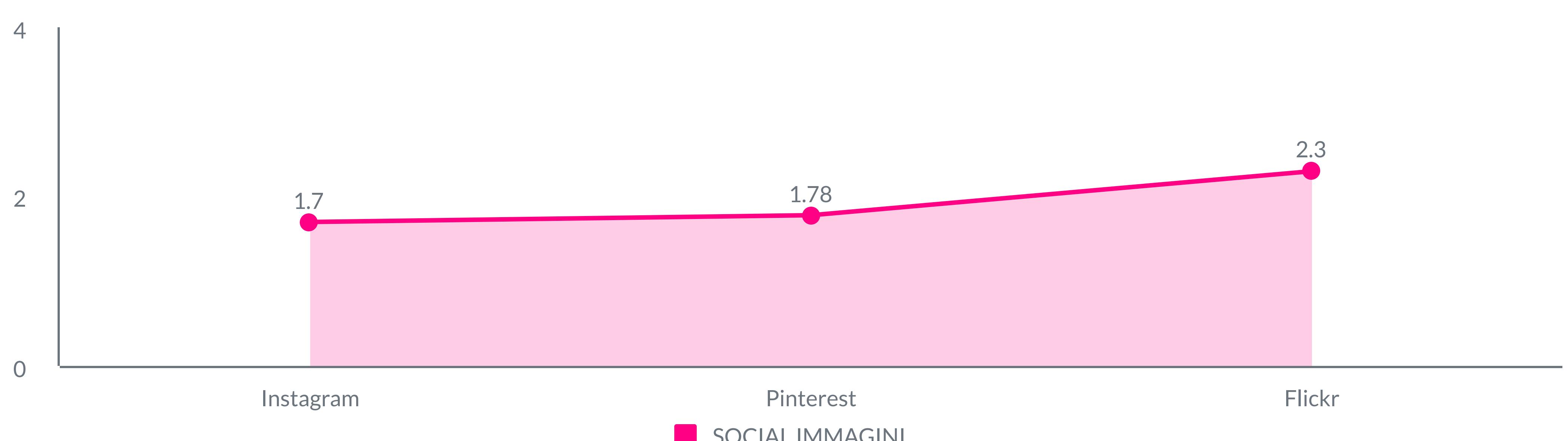
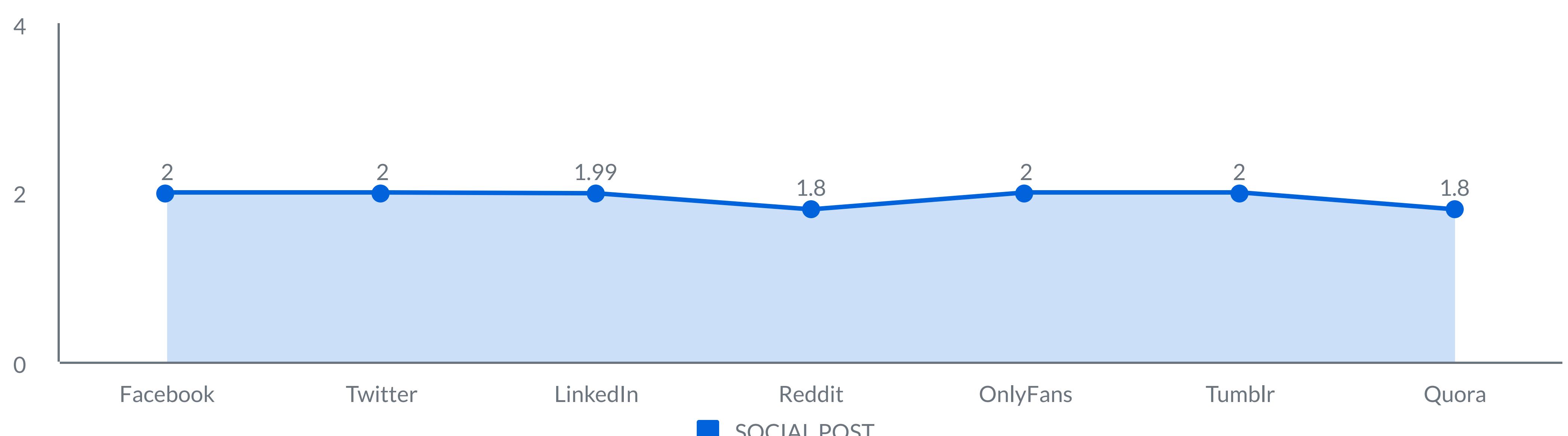
Analisi delle KPI

Tasso d'età medio

Il tasso è stato calcolato in base alla distribuzione d'età dei vari social network, calcolando la presenza percentuale approssimativa delle varie generazioni sul totale e classificandone la media ponderata d'età in un range da 1 a 4.

1 : Gen Z
2 : Gen Y
3 : Gen X
4 : BB

Il tasso d'età si intende come dato puramente indicativo, utile a fornire un'indicazione sull'età degli utenti dei social network.



*N/A



Confronto dei Social Media

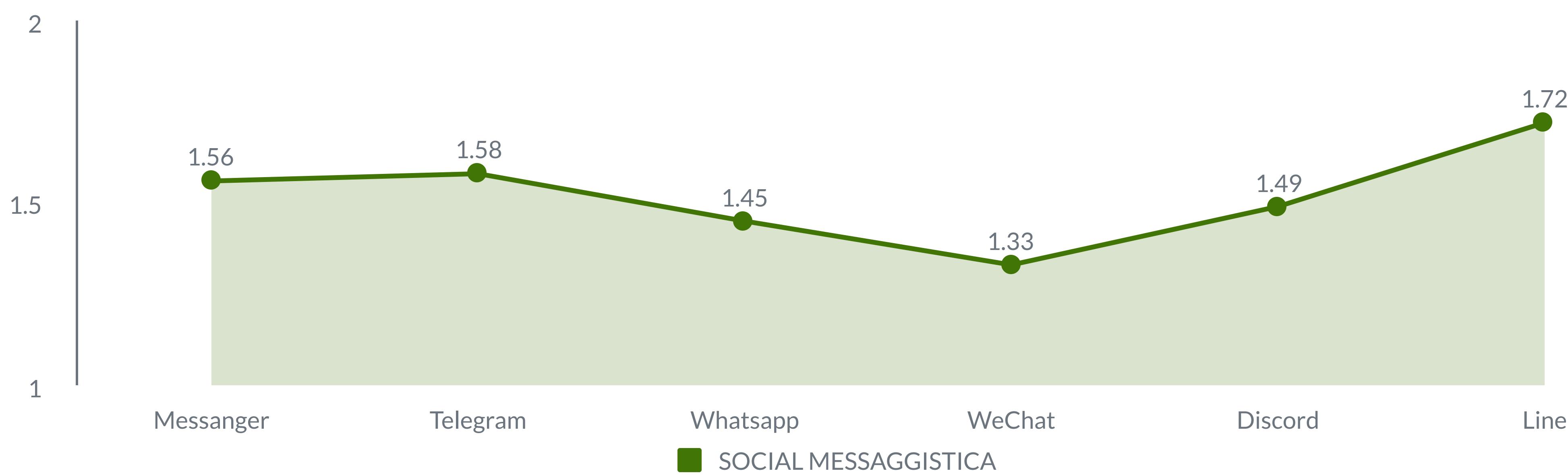
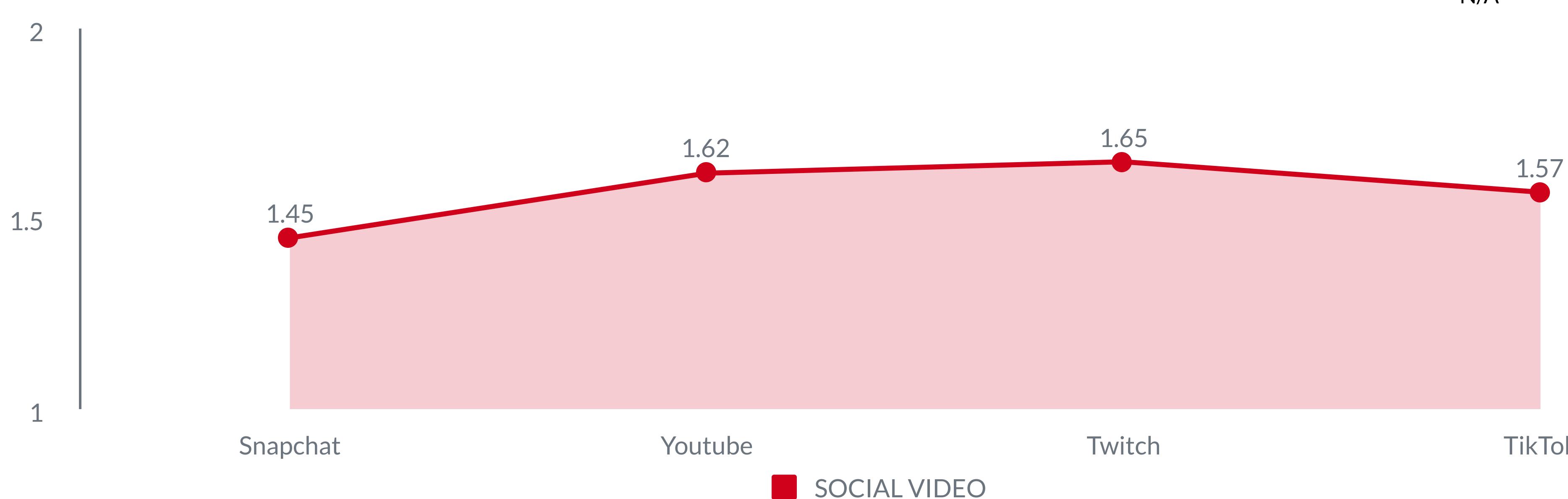
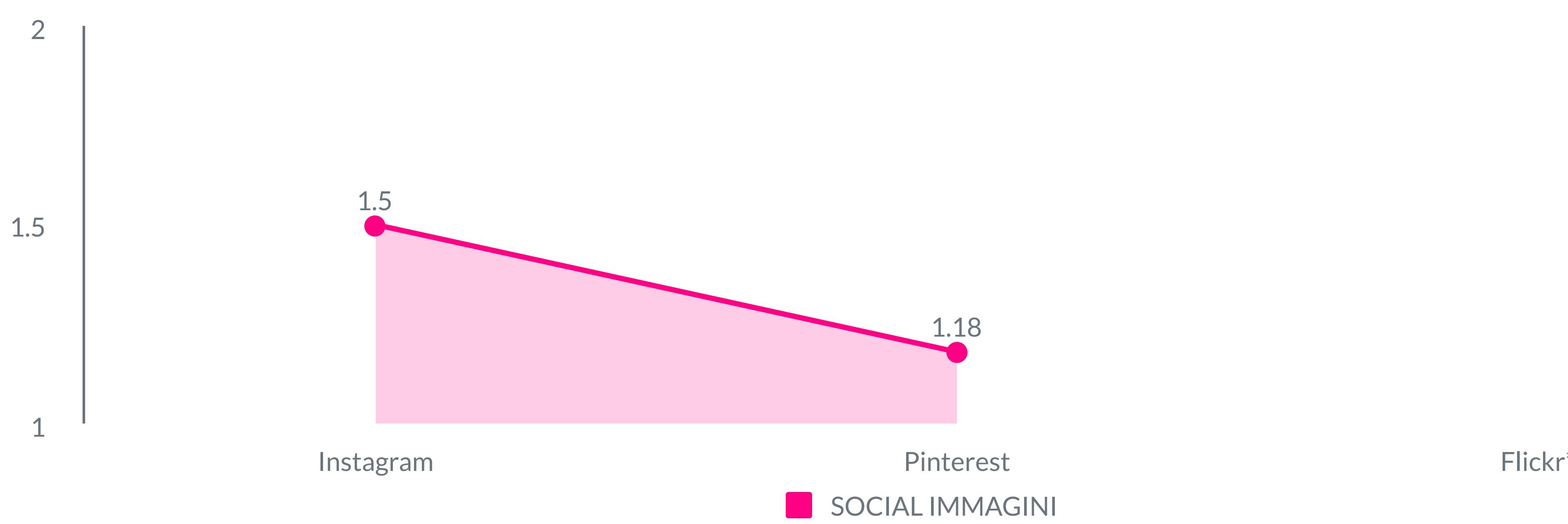
Analisi delle KPI

Tasso di genere medio

Il tasso è stato calcolato in base alla distribuzione di genere dei vari social network, calcolando la presenza percentuale approssimativa di uomini e donne sul totale e classificandone la media ponderata d'età in un range da 1 a 2.

1 : Donne
2: Uomini

Il tasso di genere si intende come dato puramente indicativo, utile a fornire un'indicazione sulla prevalenza di uomini o donne sui social network.

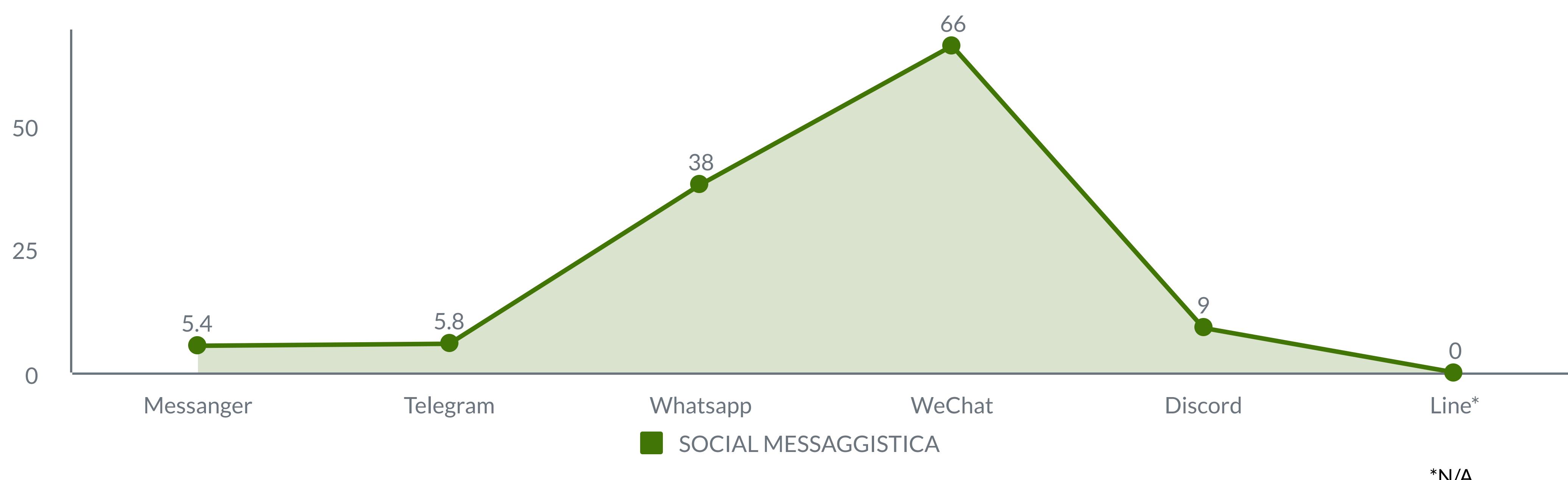
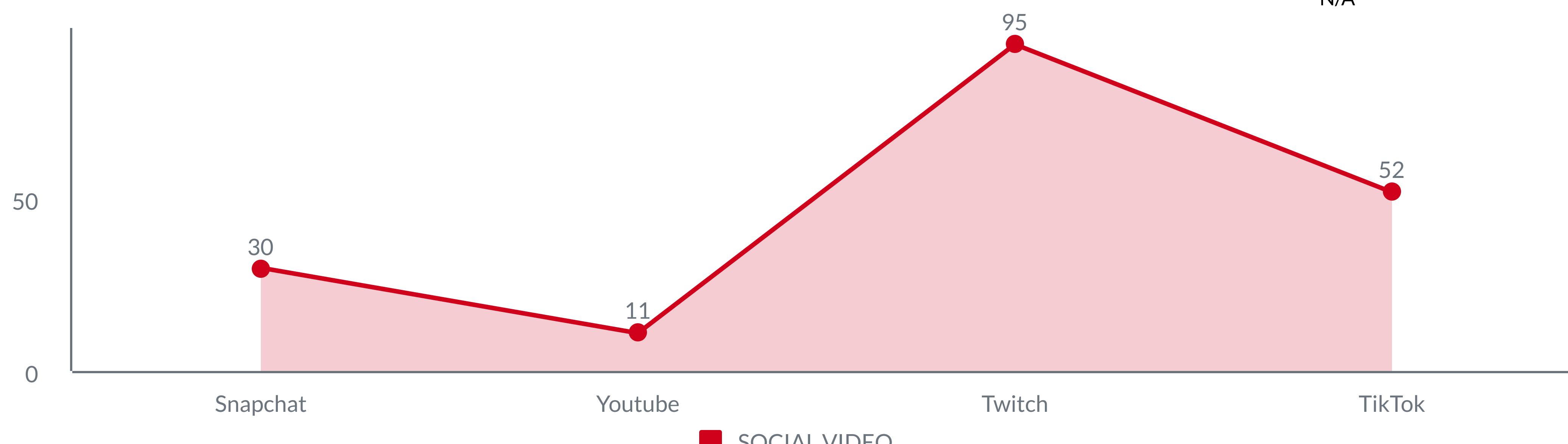
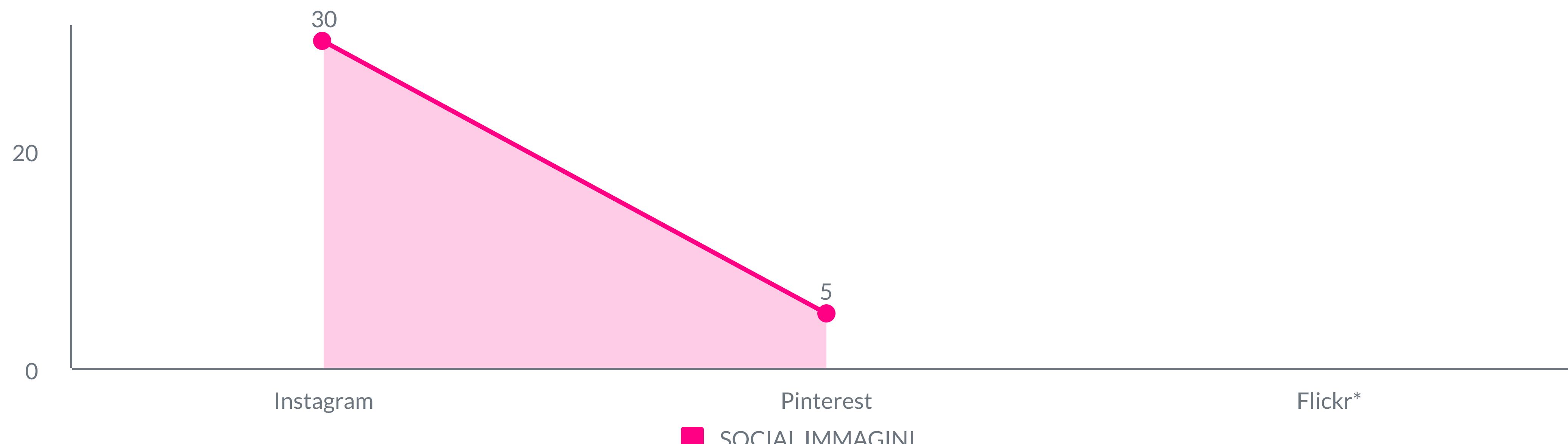
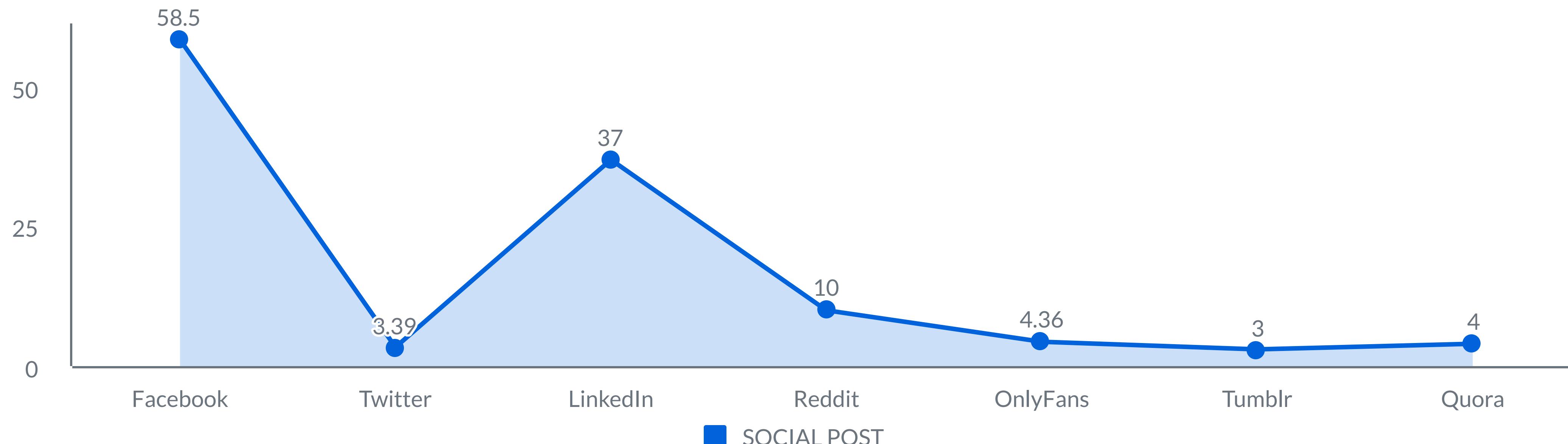


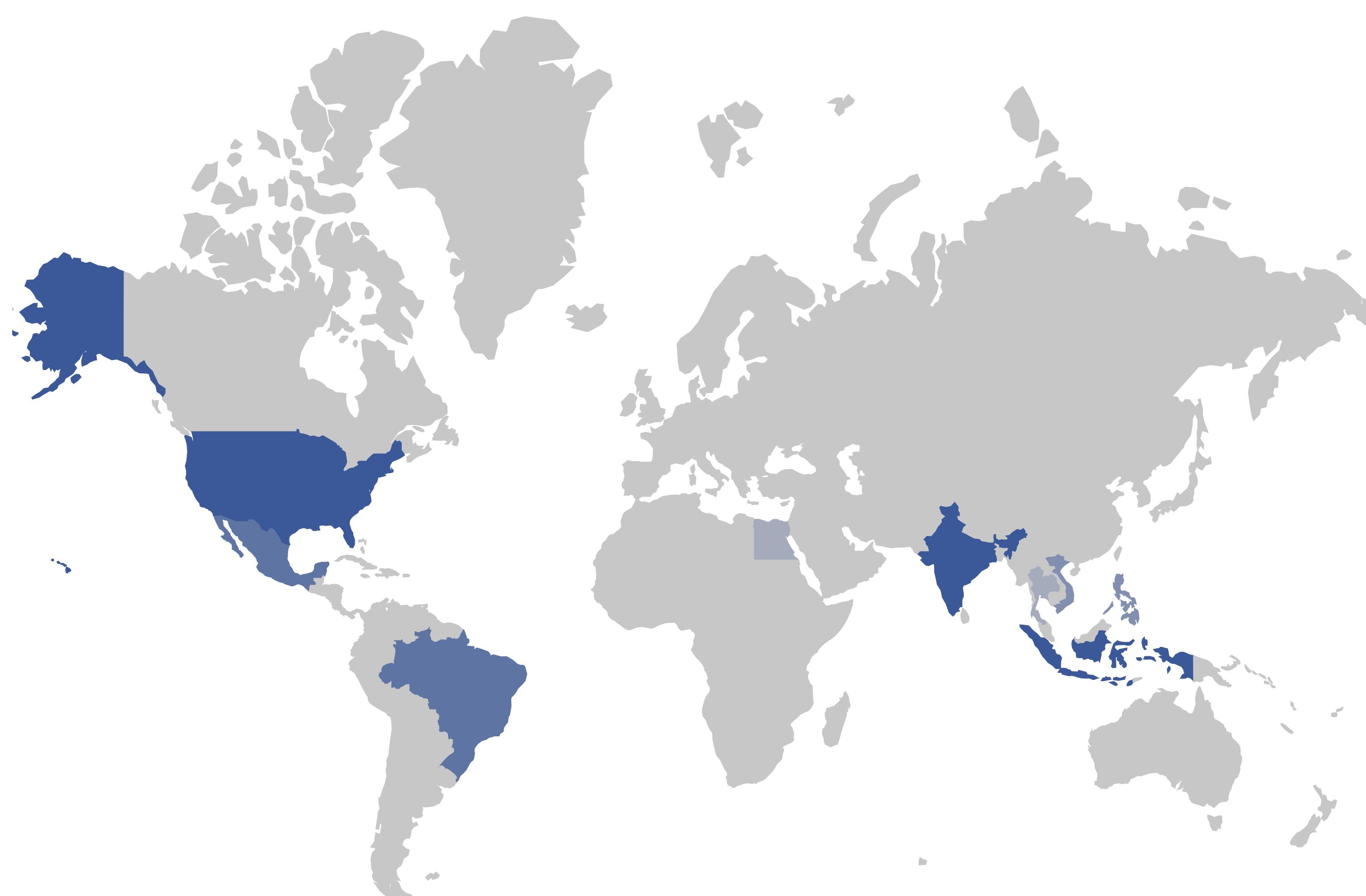


Confronto dei Social Media

Analisi delle KPI

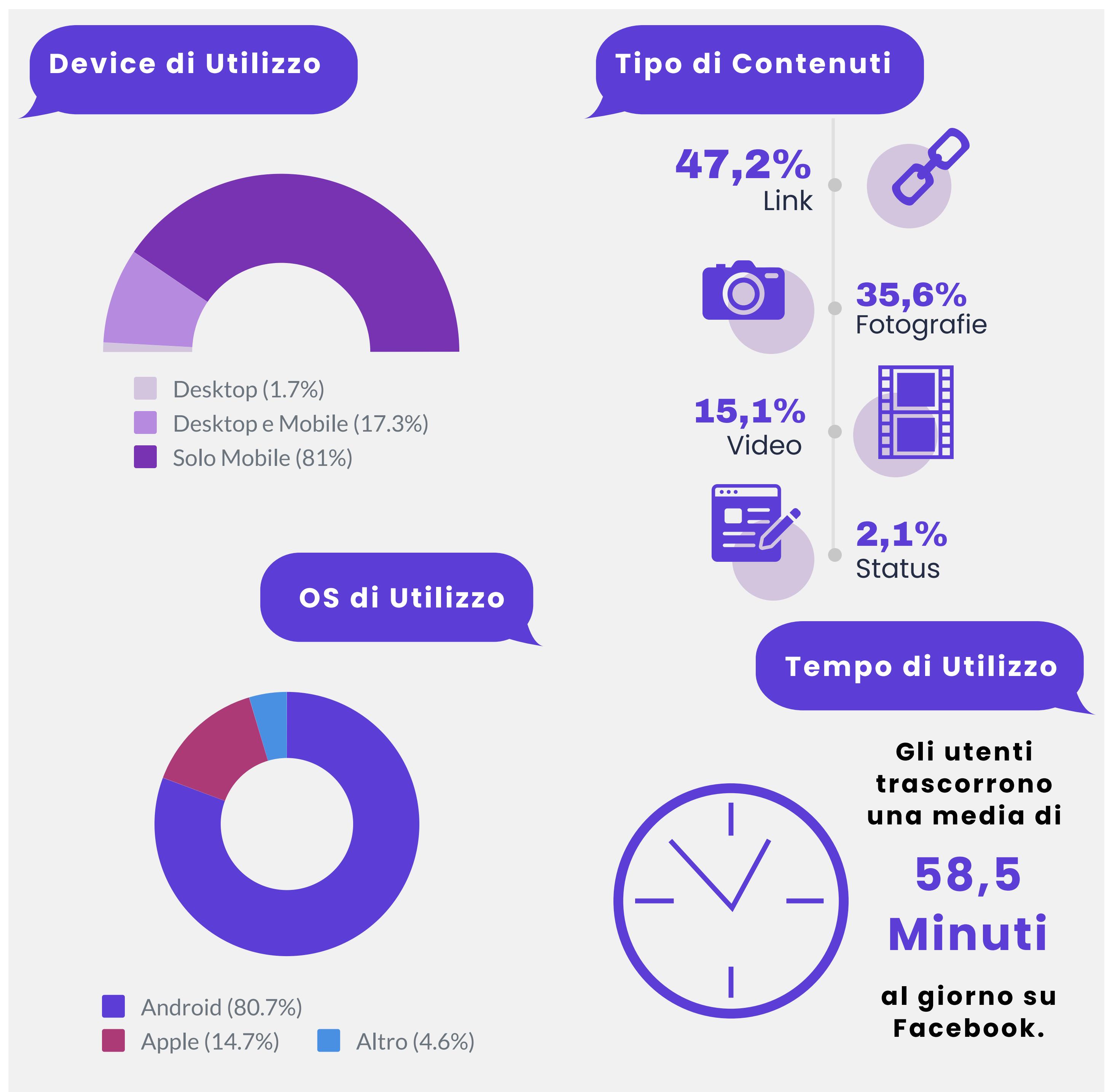
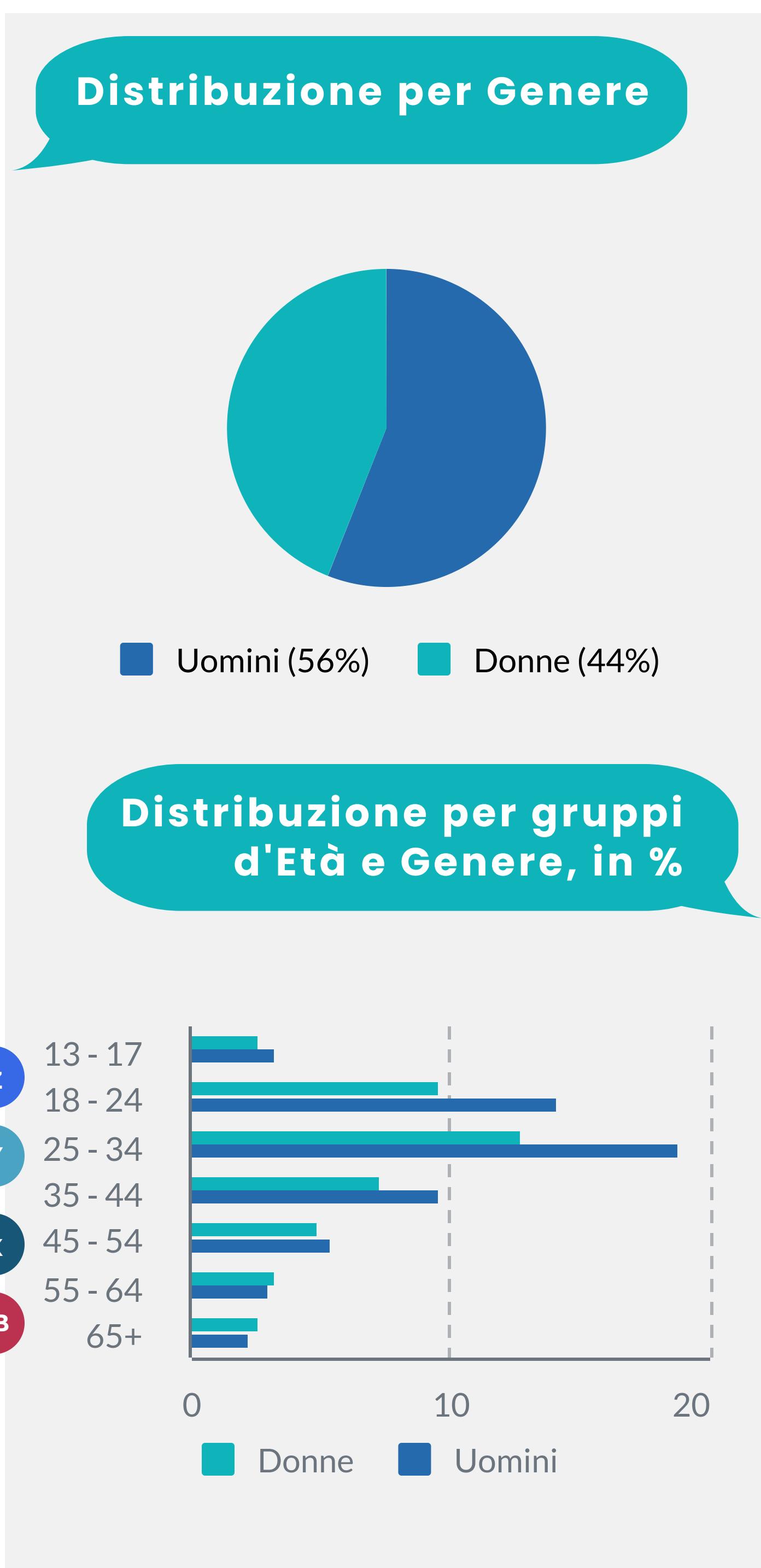
Tempo medio giornaliero di utilizzo del Social (in Minuti)





M.A.U.
(in milioni)

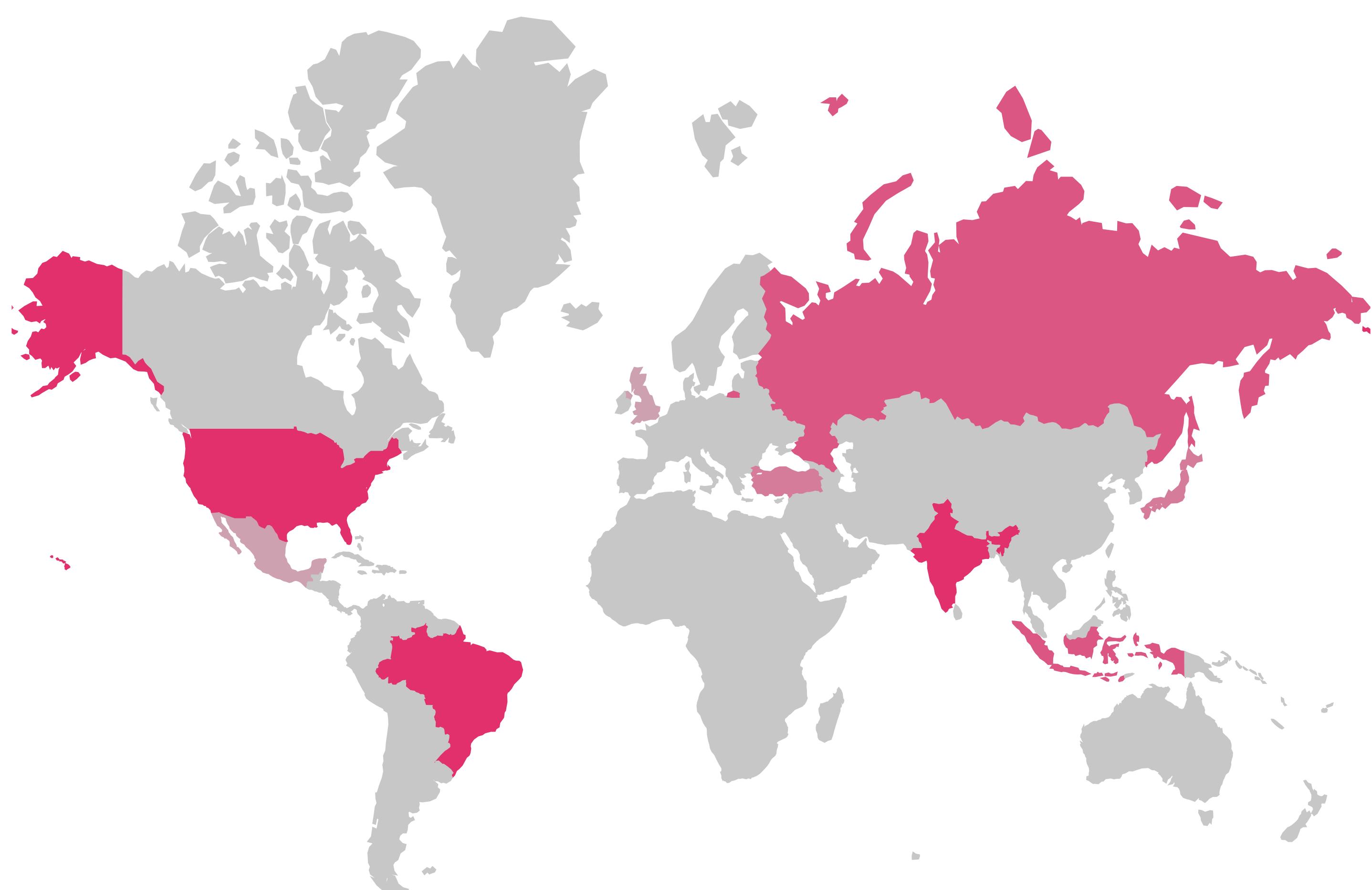
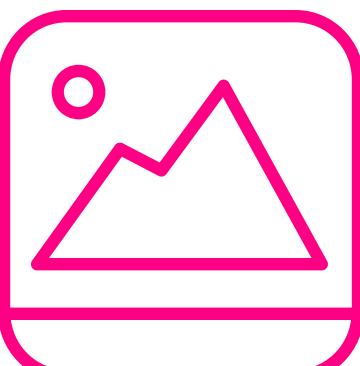
1) India	6) Filippine
320	83
2) U.S.A.	7) Vietnam
190	68
3) Indonesia	8) Thailandia
140	51
4) Brasile	9) Egitto
130	45
5) Messico	10) Bangladesh
93	41





Instagram

Utilizzo Principale
Immagini



M.A.U.
(in milioni)

1) India	6) Turchia
180	50
2) U.S.A.	7) Giappone
170	48
3) Brasile	8) Messico
110	37
4) Indonesia	9) Regno Unito
93	29
5) Russia	10) Germania
61	27

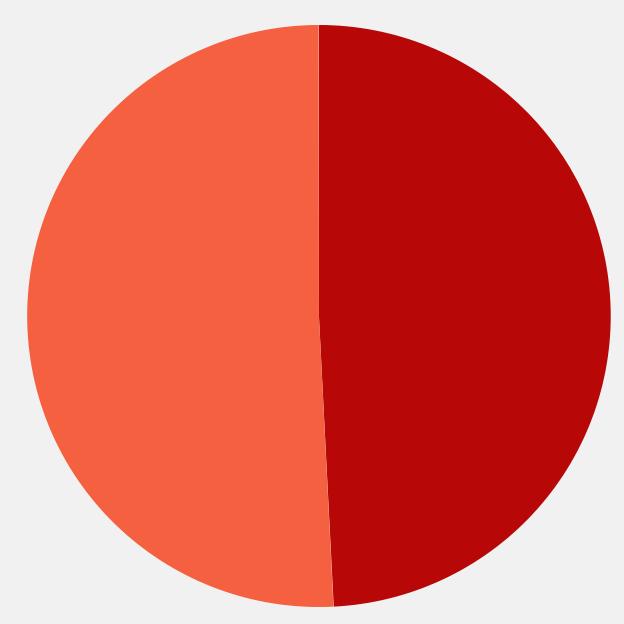


Utenti Attivi

1,22 Miliardi

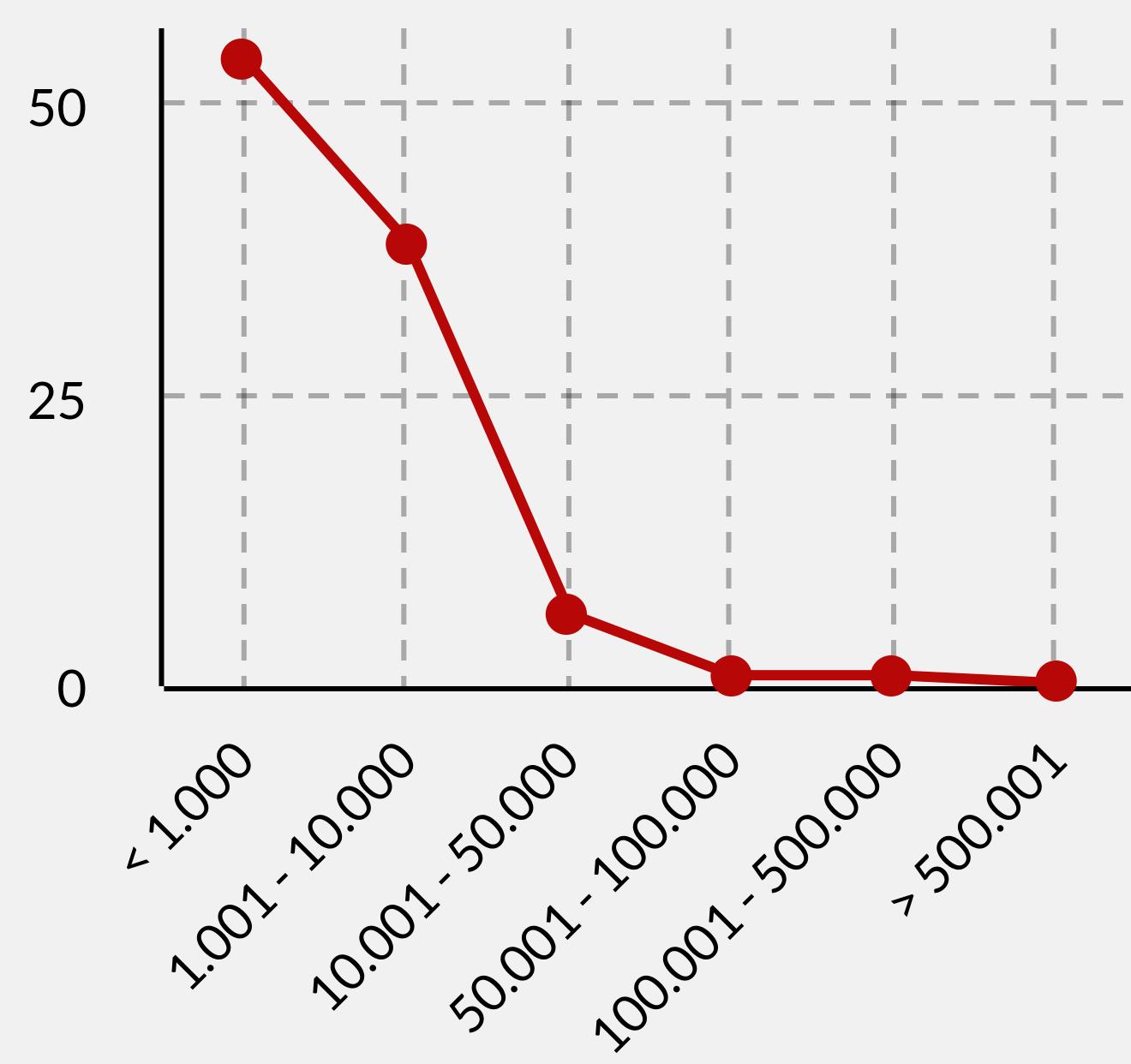
Comportamento
degli utenti

Distribuzione per Genere

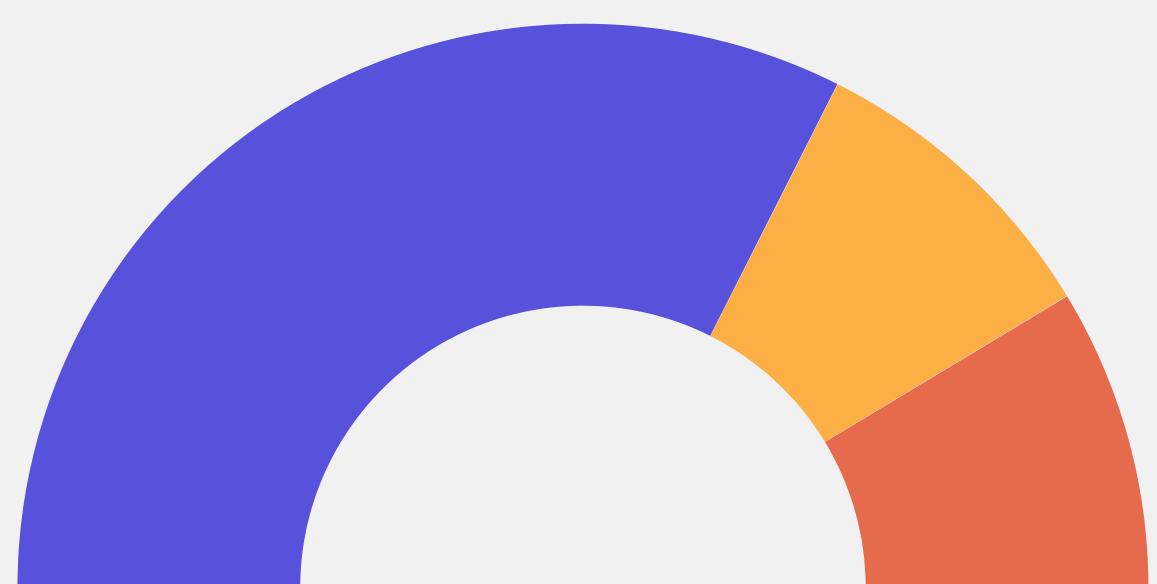


■ Uomini (49.2%) ■ Donne (50.8%)

Media di followers degli
utenti, in %



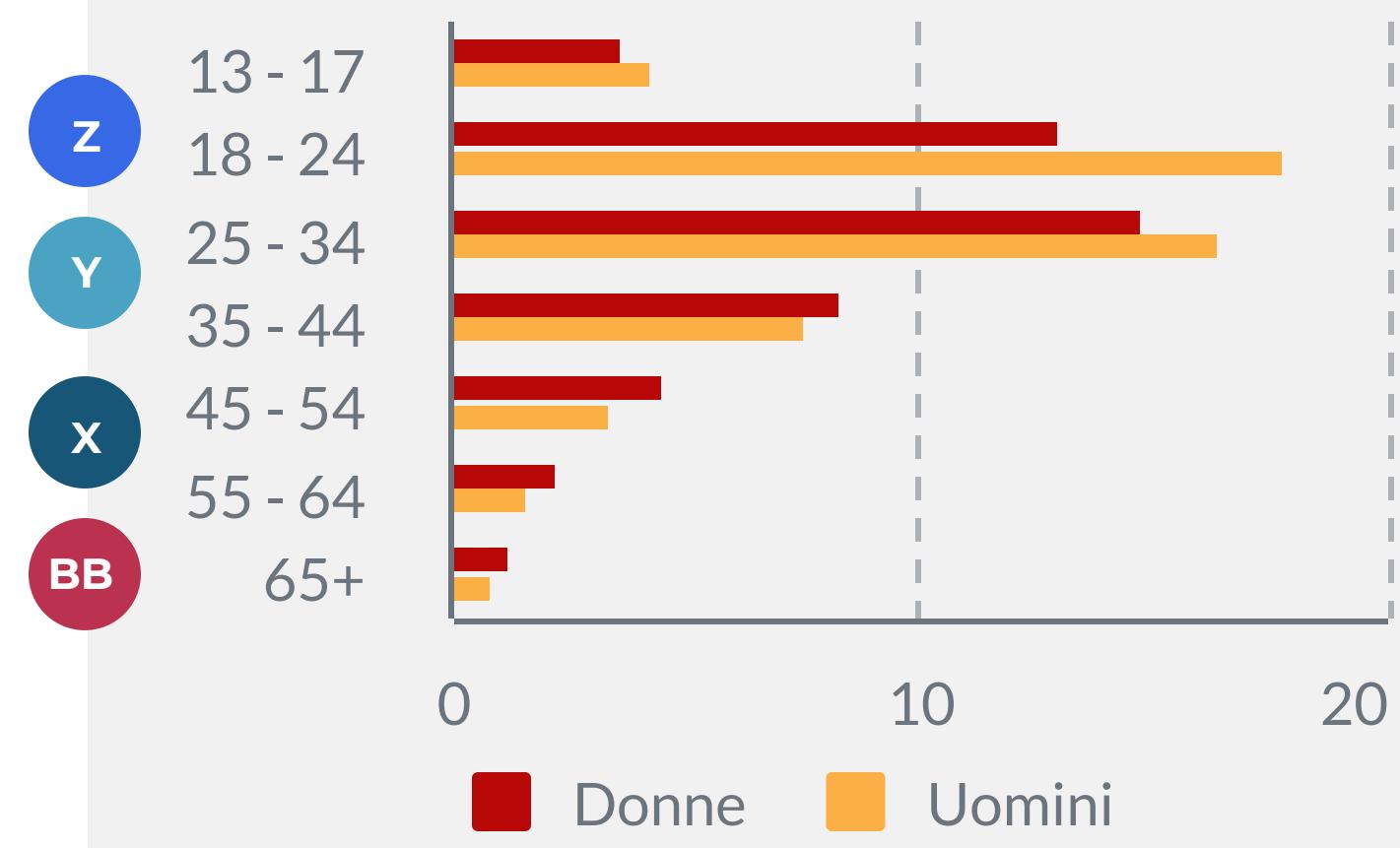
Tipo di Contenuti



■ Foto (64.9%) ■ Video (17.8%)
■ Carosello (17.3%)

Ogni giorno vengono pubblicate
più di 500 milioni di Storie.
Inoltre il 36% delle imprese usa
le Storie per promuovere i propri
prodotti.

Distribuzione per gruppi
d'Età e Genere, in %



Numero di account
Business

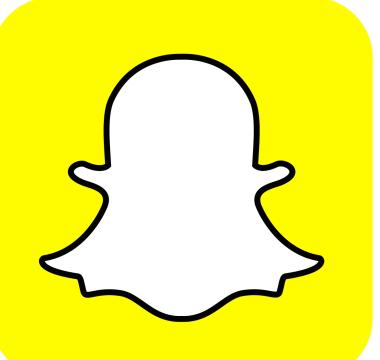
+ 200 Milioni



Tempo di Utilizzo

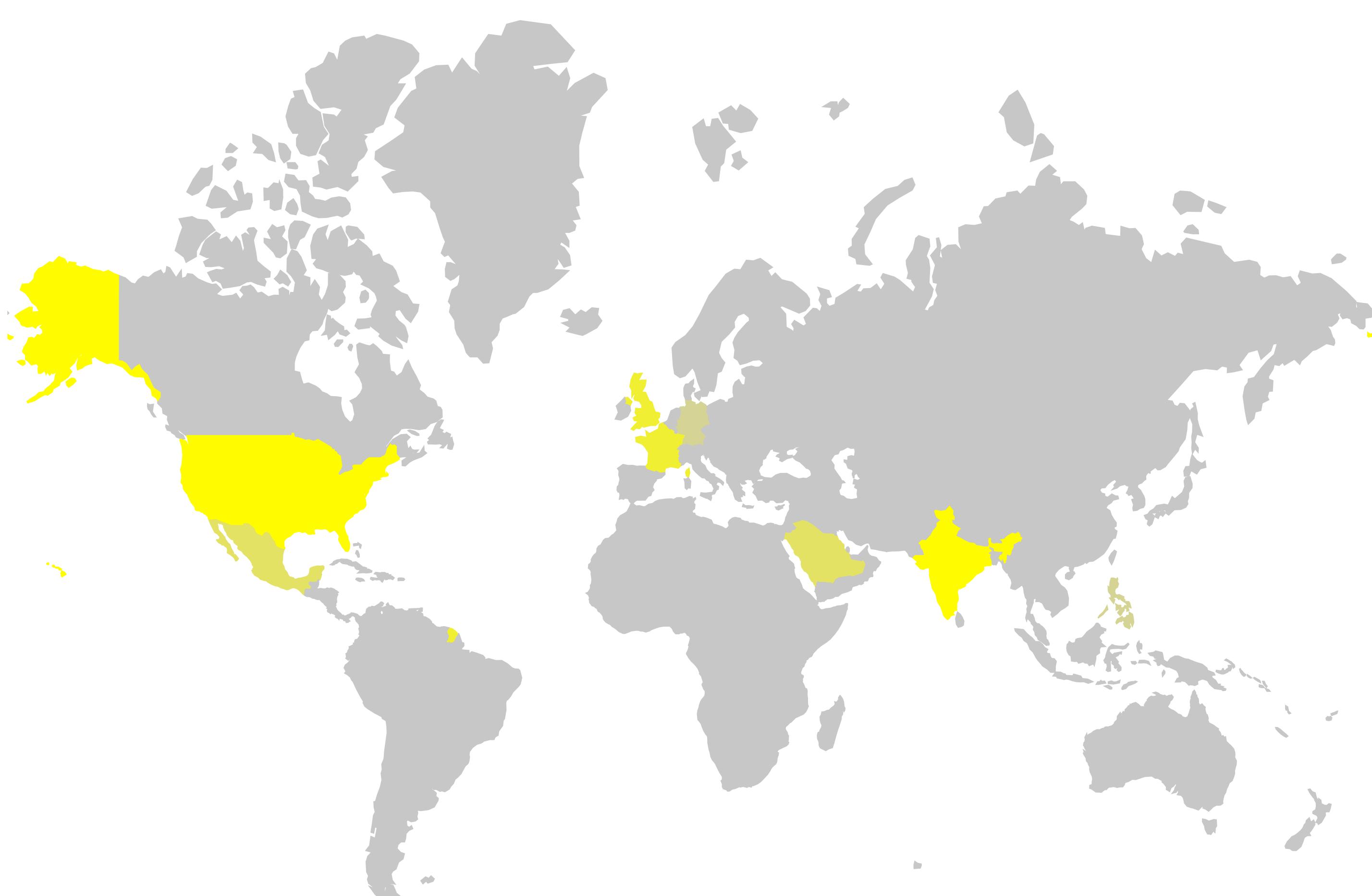
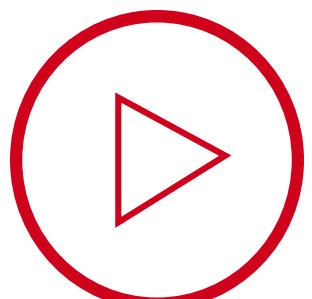


Gli utenti
trascorrono
una media di
30
Minuti
al giorno su
Instagram.



Snapchat

Utilizzo Principale
Video



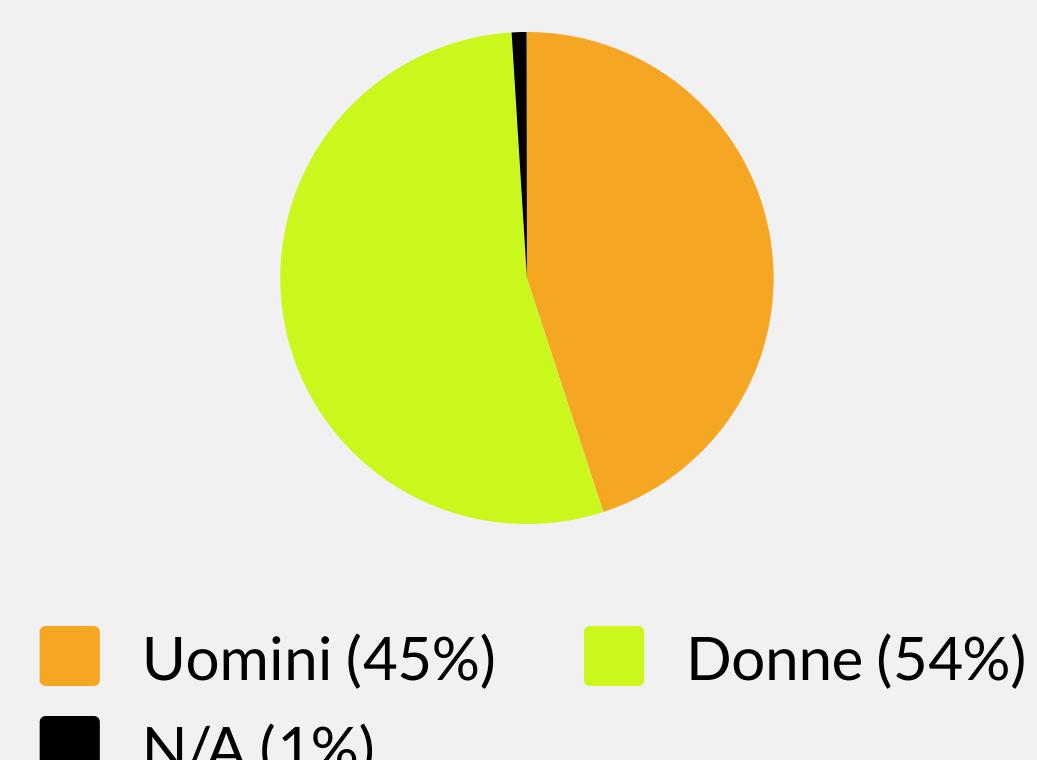
M.A.U.
(in milioni)

1) U.S.A.	6) Messico
108	18
2) India	7) Germania
75	15
3) Francia	8) Filippine
25	13
4) Regno Unito	9) Brasile
21	12
5) Arabia Saudita	
	20

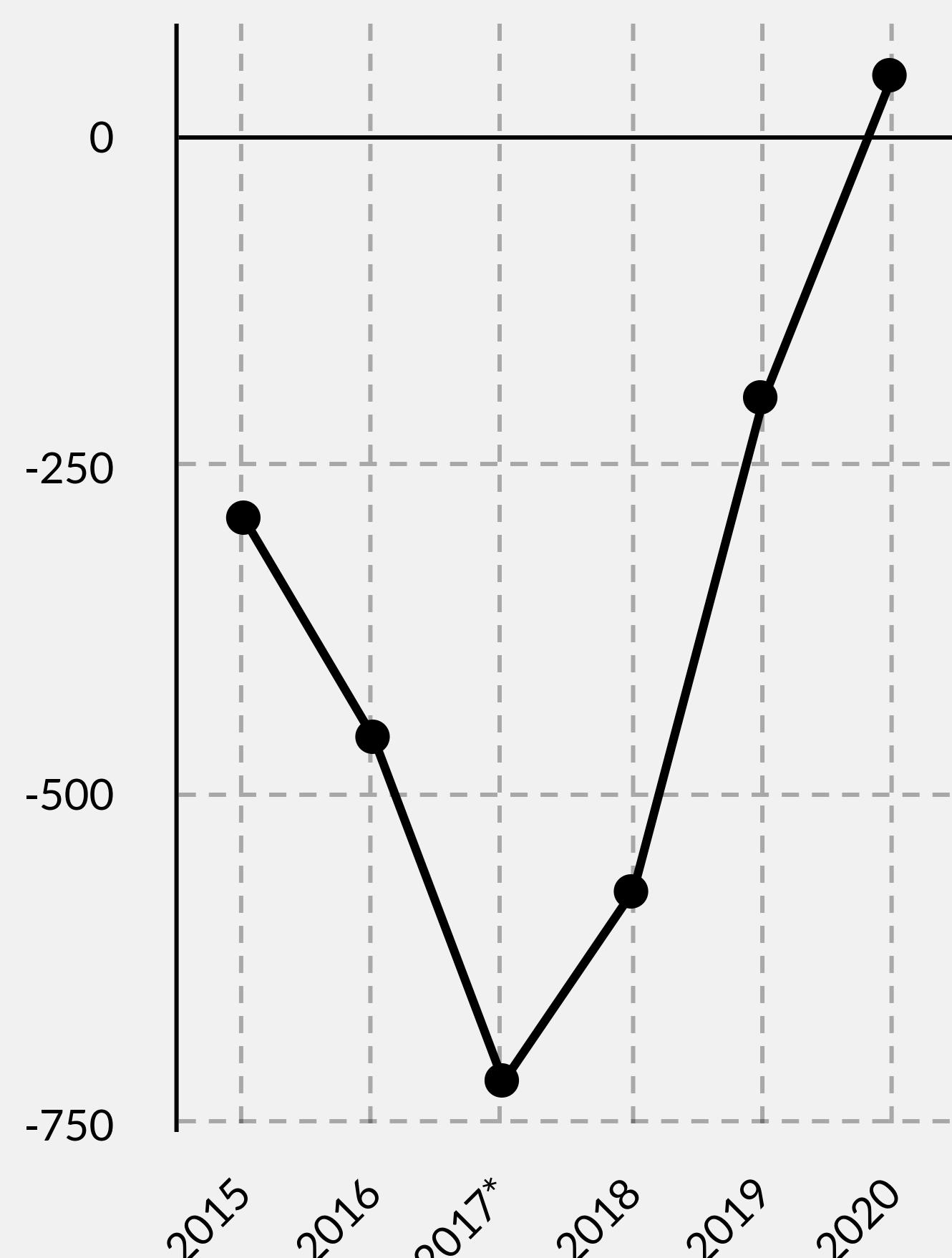
Utenti Attivi
265 Milioni

Comportamento
degli utenti

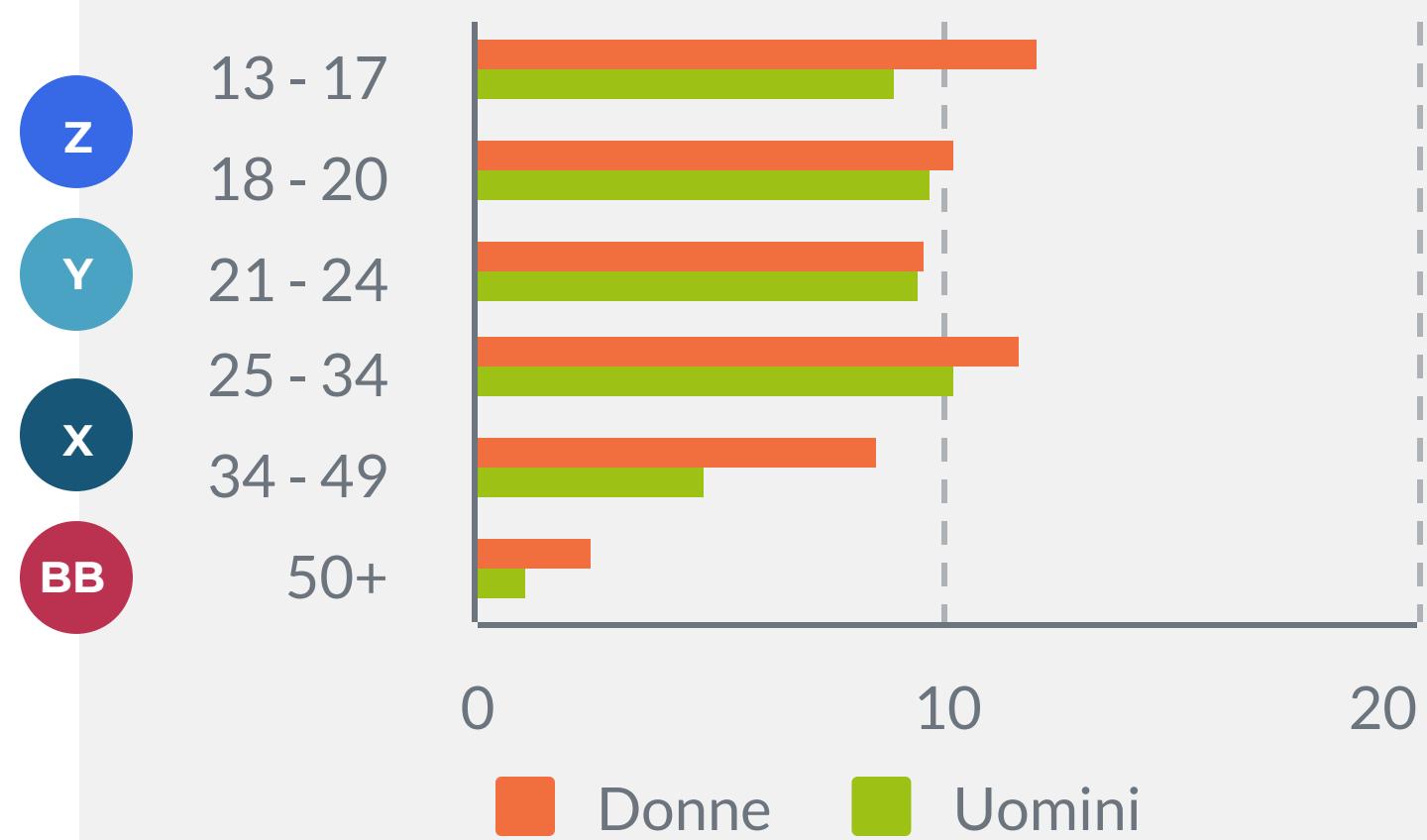
Distribuzione per Genere



Perdita netta 2015 – 2020

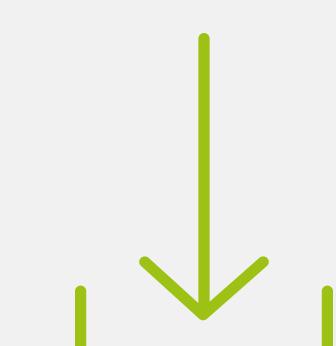


Distribuzione per gruppi d'Età e Genere, in %



Dati sull'App

Oltre 300
Milioni di
download nel
2020.



Snapchat è la
seconda app
più usata sui
cellulari e la
terza app più
usata su
Android.



Tempo di Utilizzo

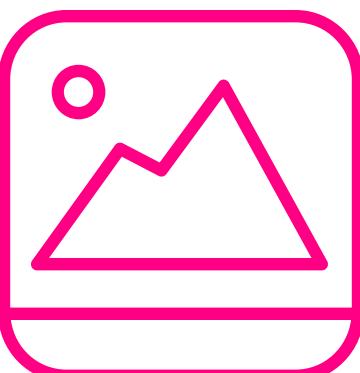


Gli utenti
trascorrono
una media di
30
Minuti
al giorno su
Snapchat.



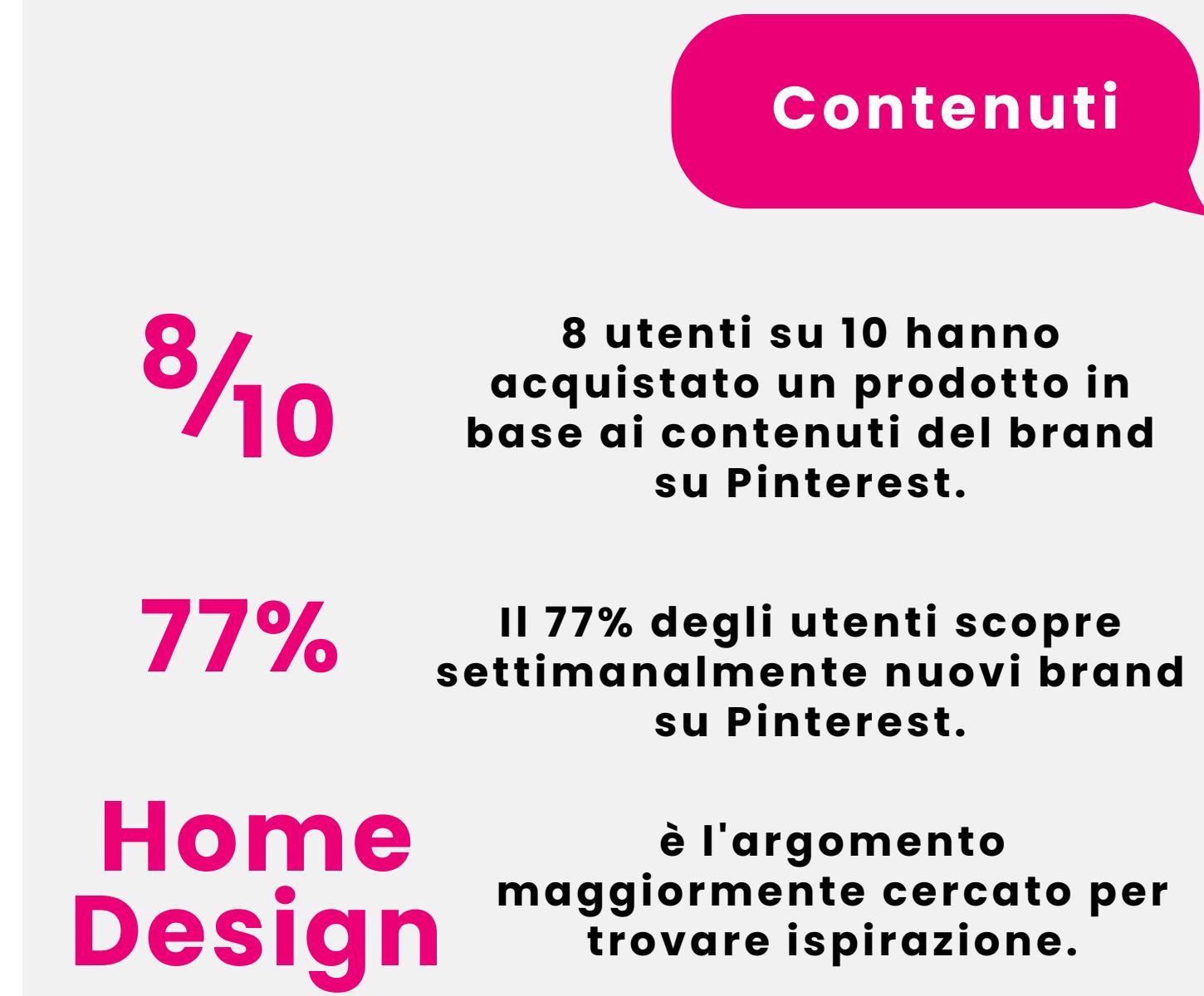
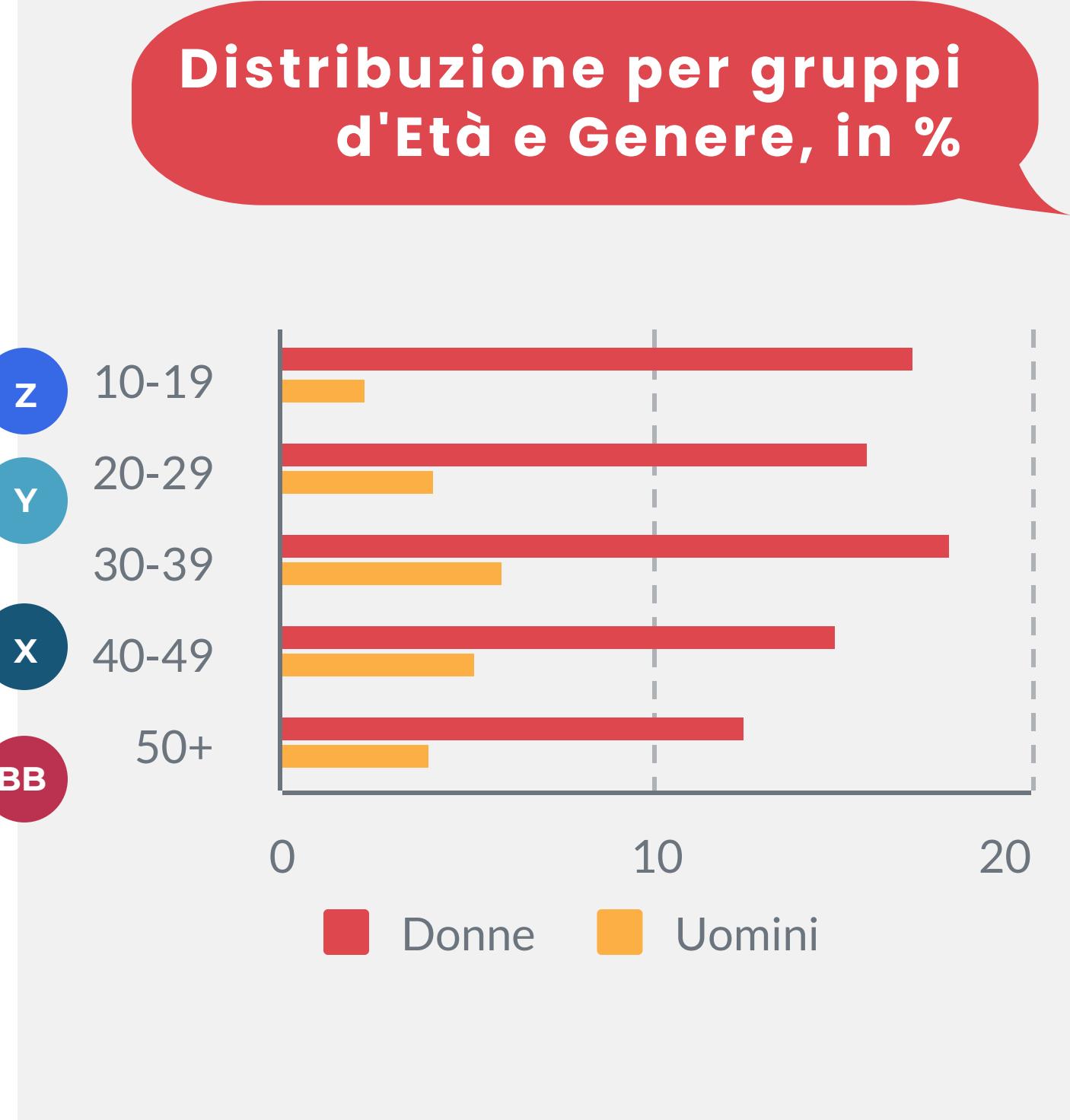
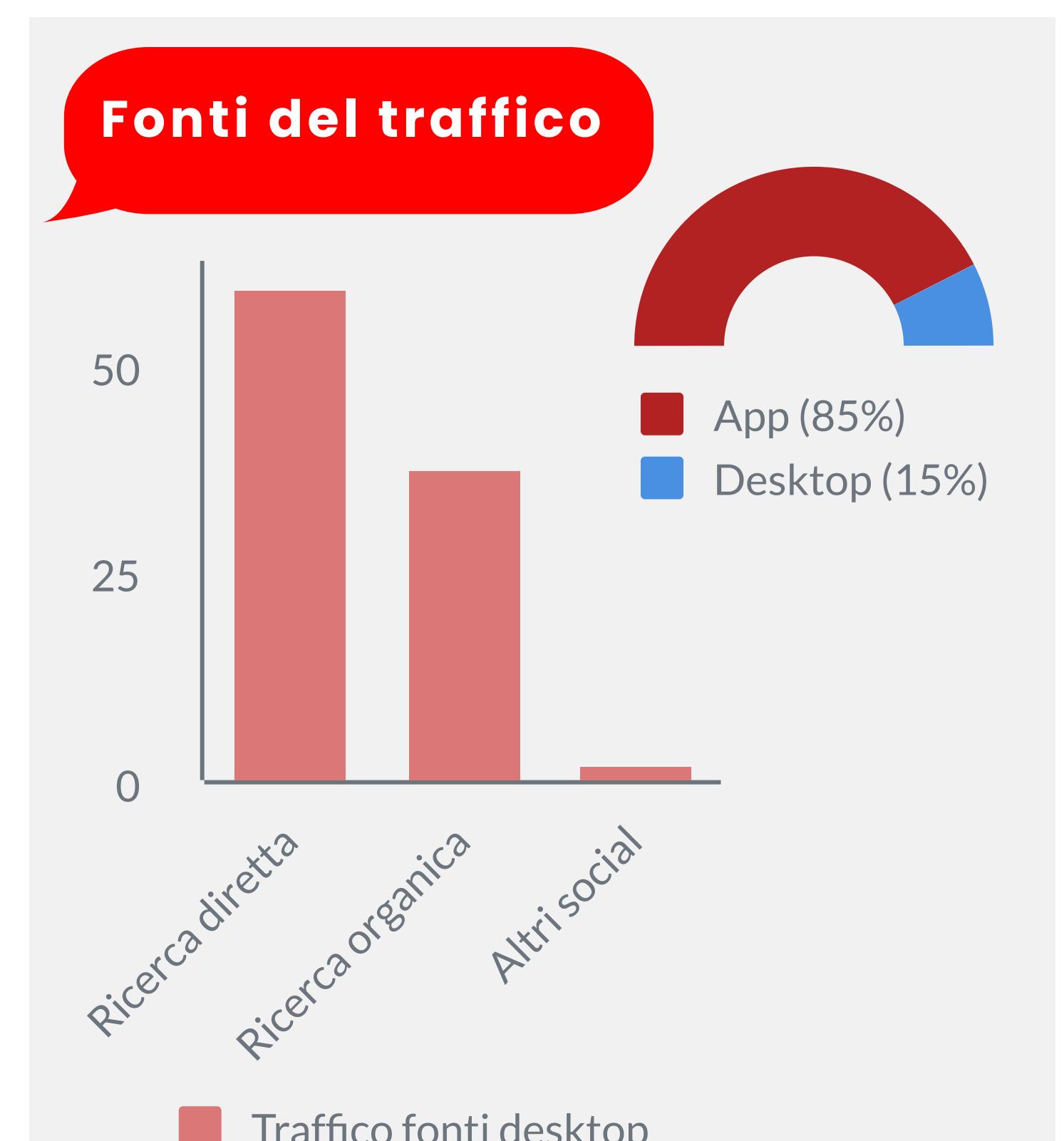
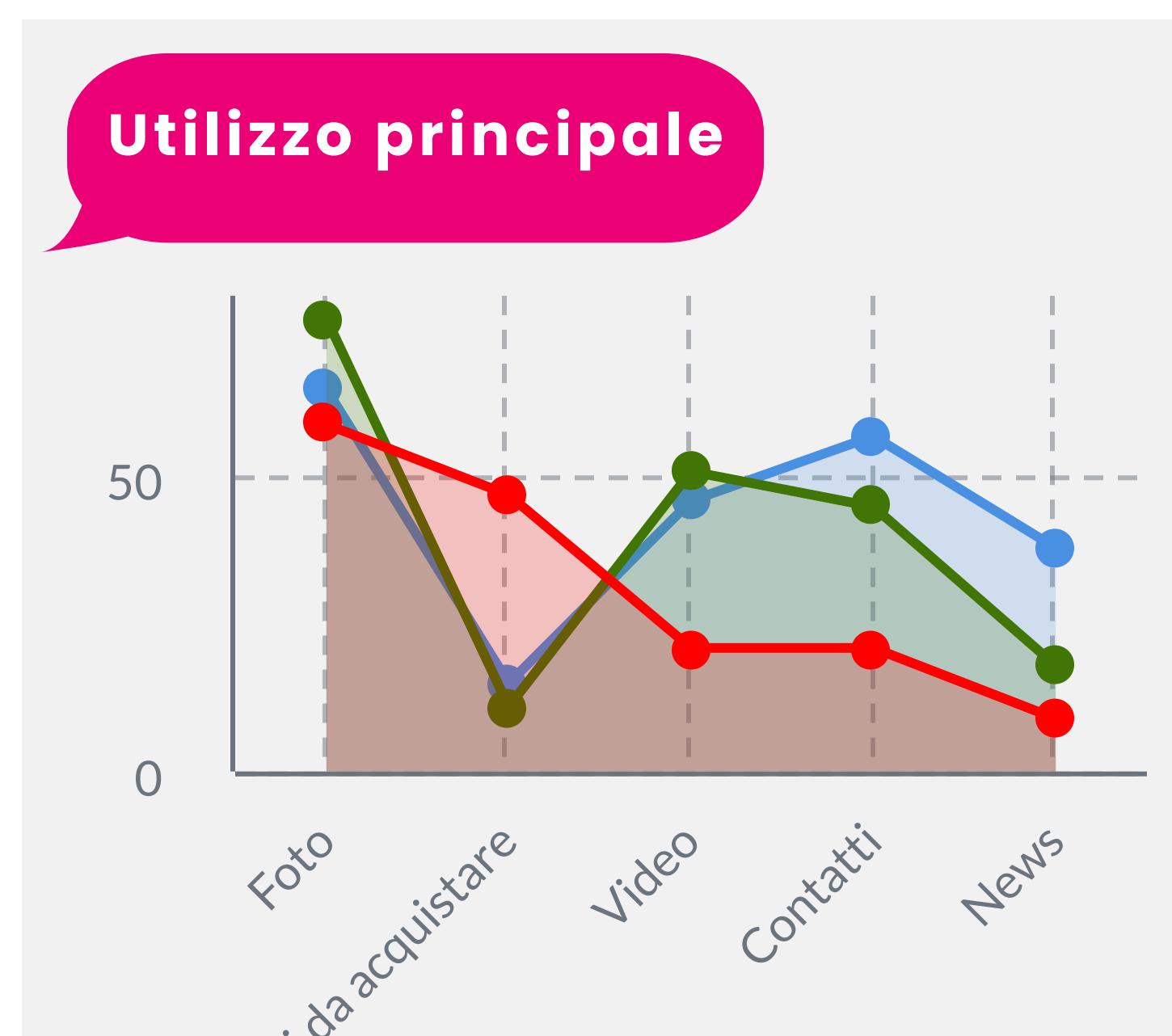
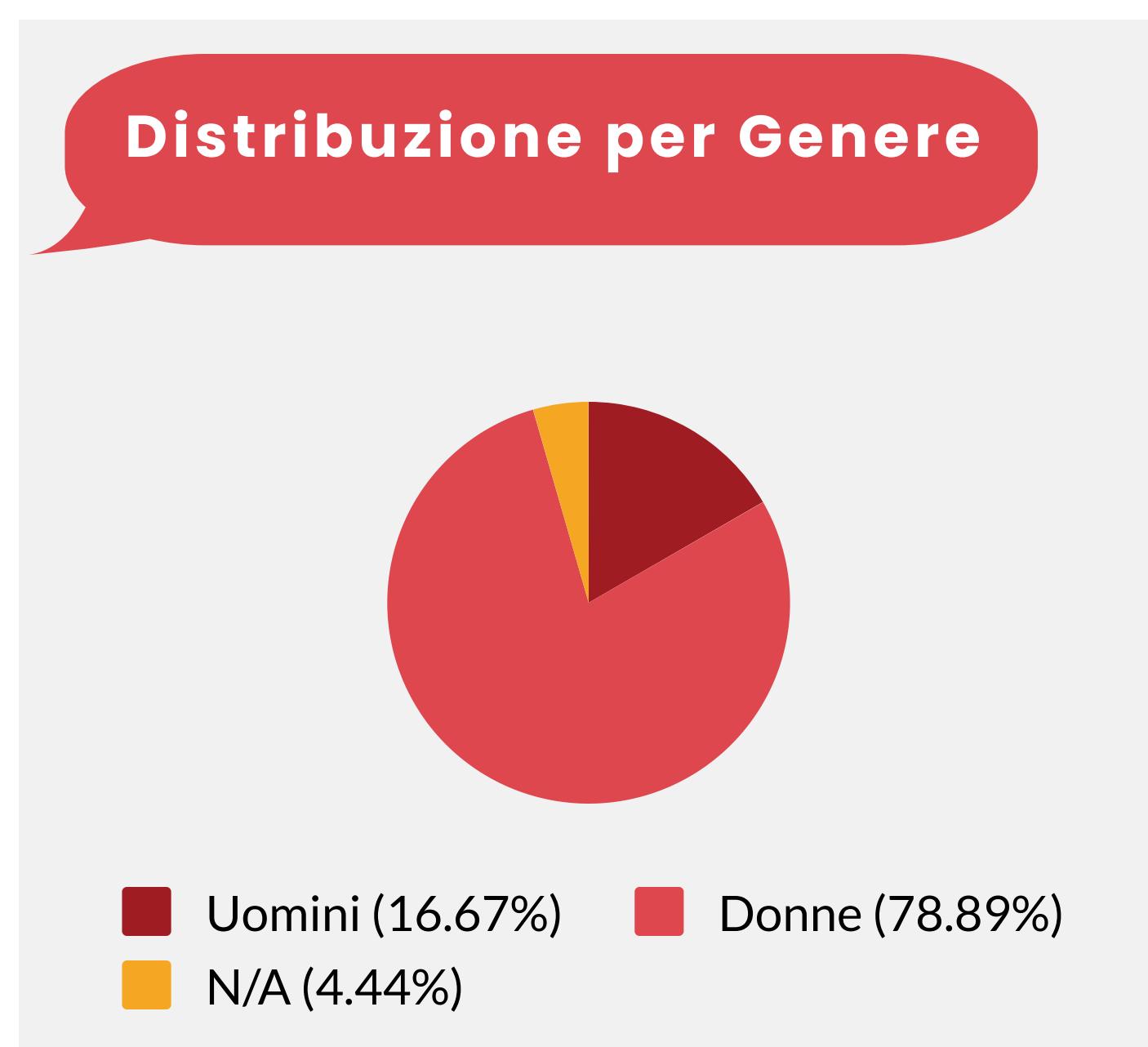
Pinterest

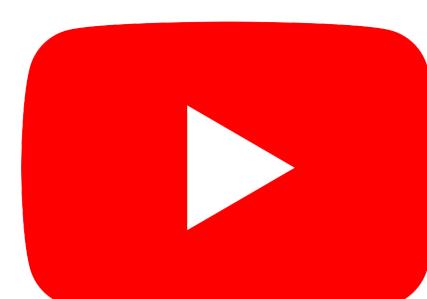
Utilizzo Principale Immagini



M.A.U.
(in milioni)

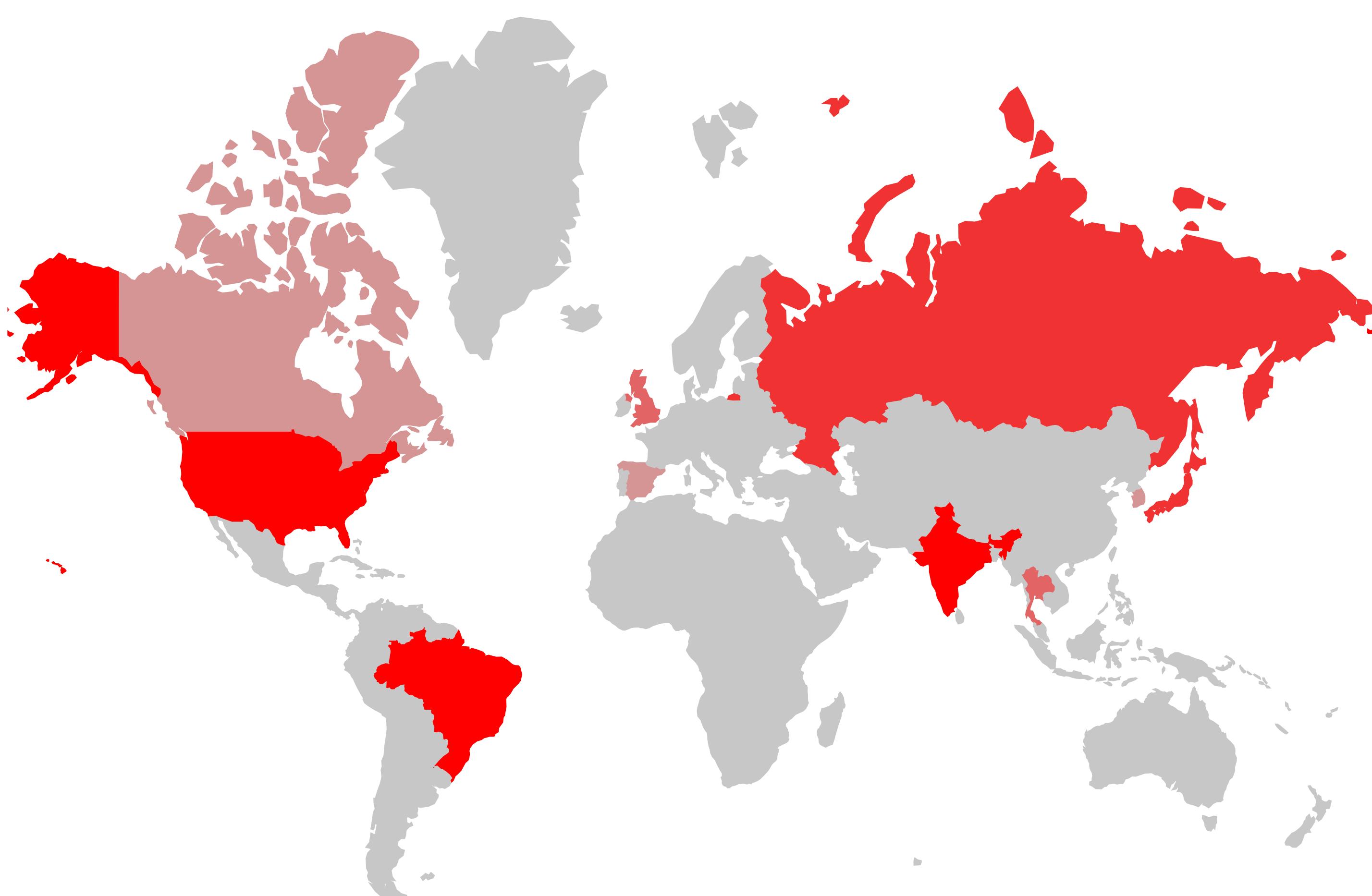
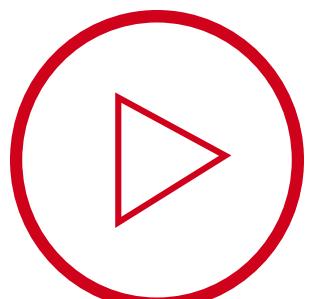
1) U.S.A.	6) Francia
90	10
2) Brasile	7) Canada
28	9
3) Messico	8) Italia
15	7
4) Germania	9) Spagna
14	7
5) Regno Unito	10) Australia
10	5





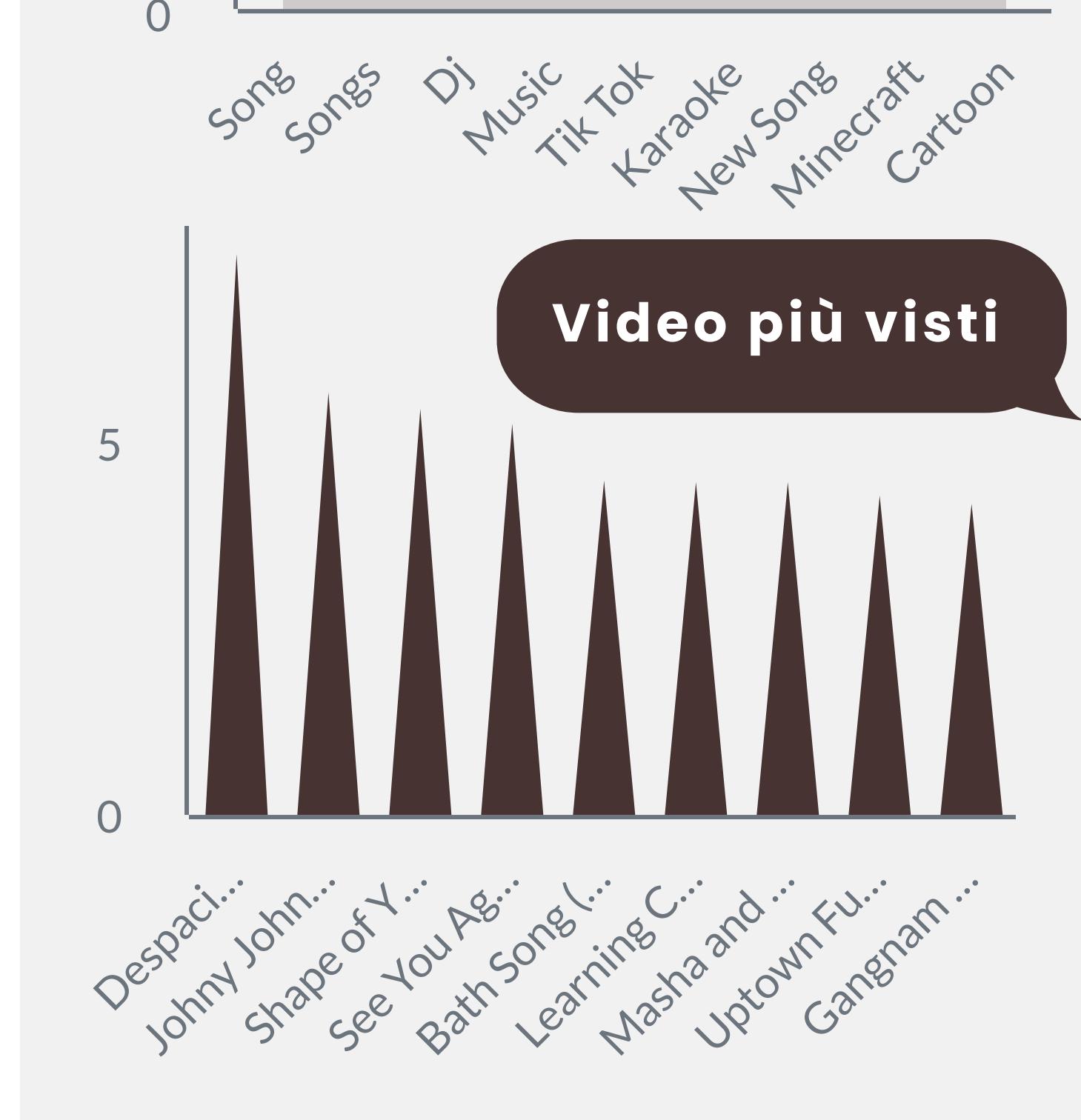
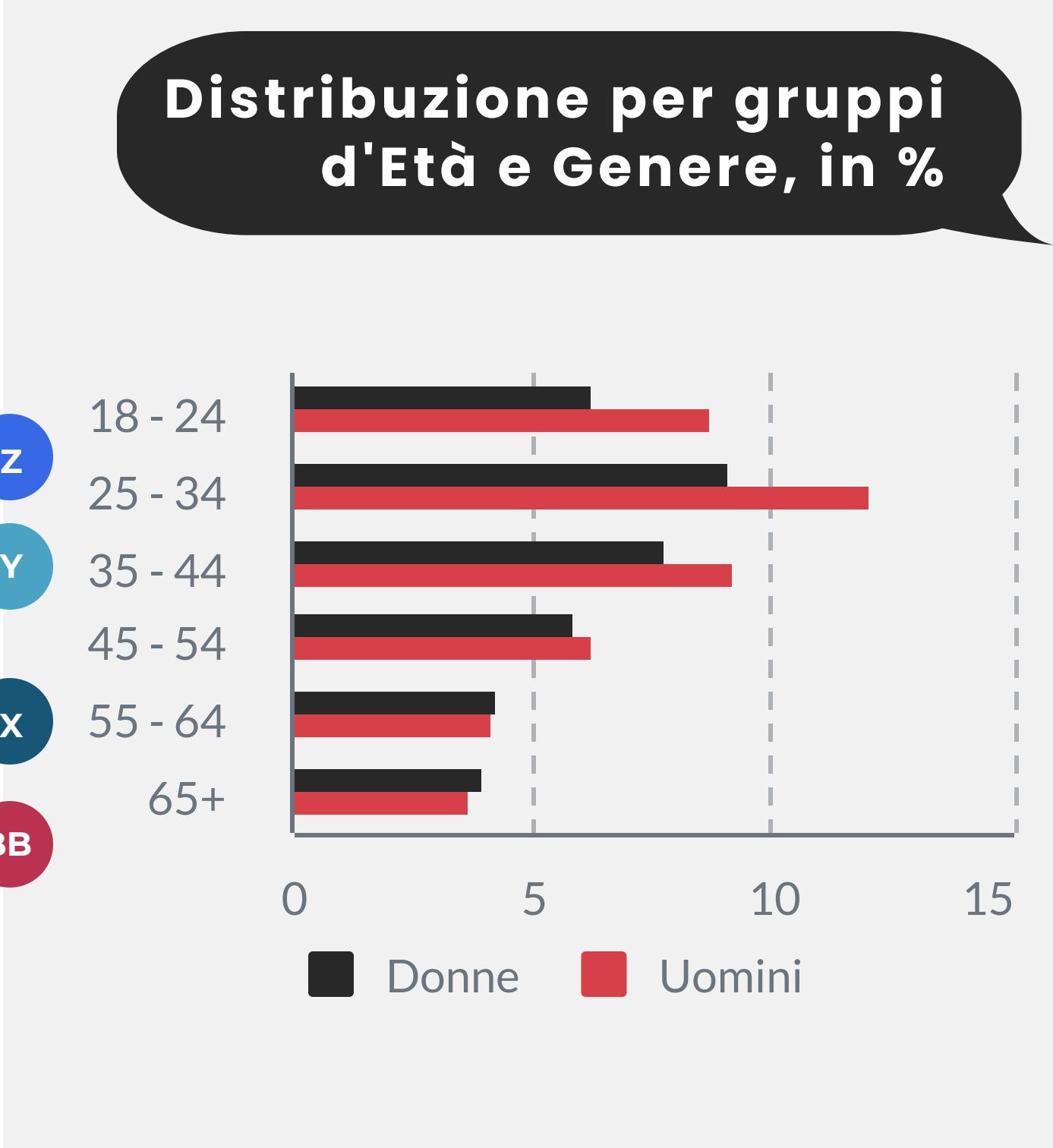
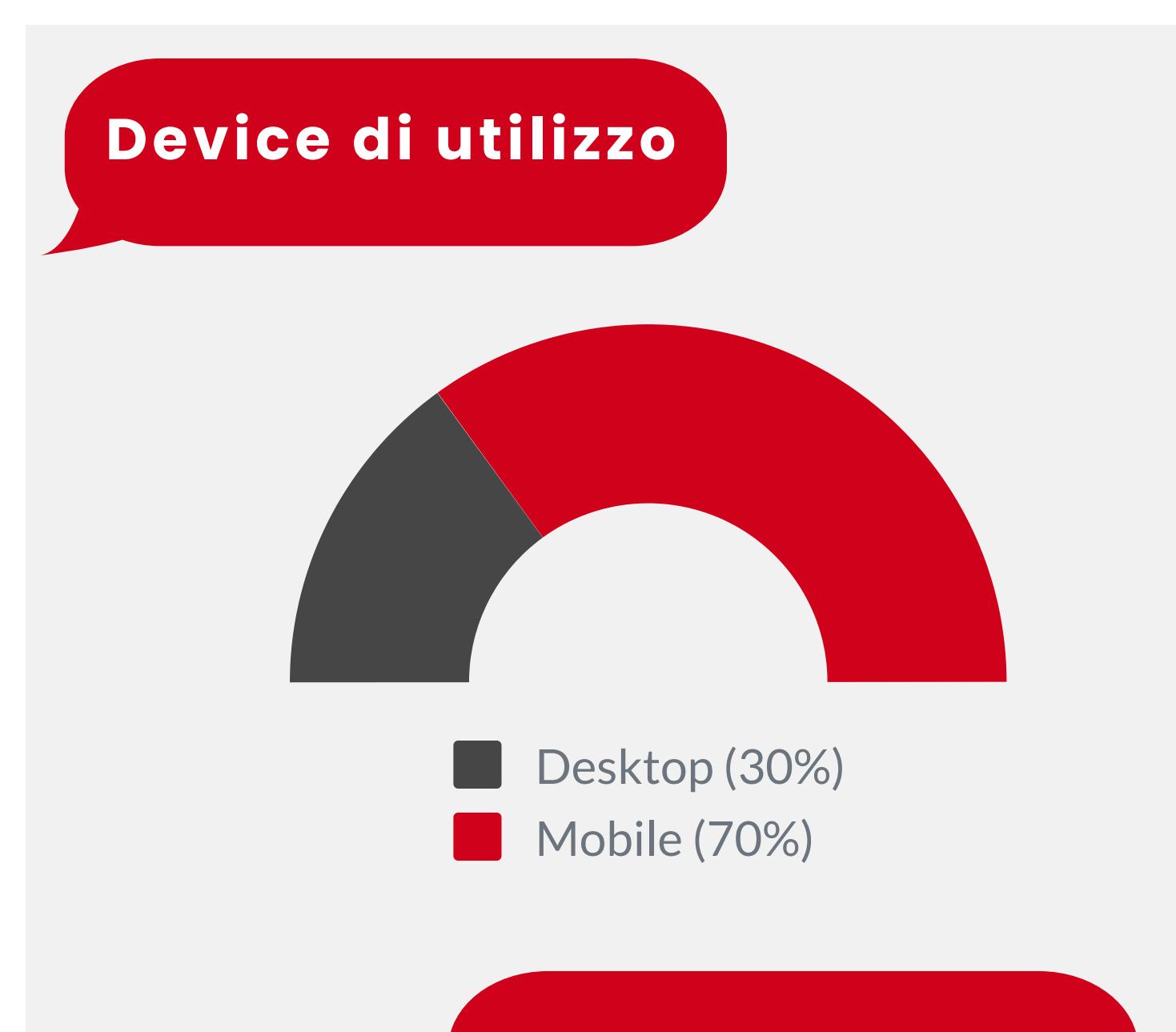
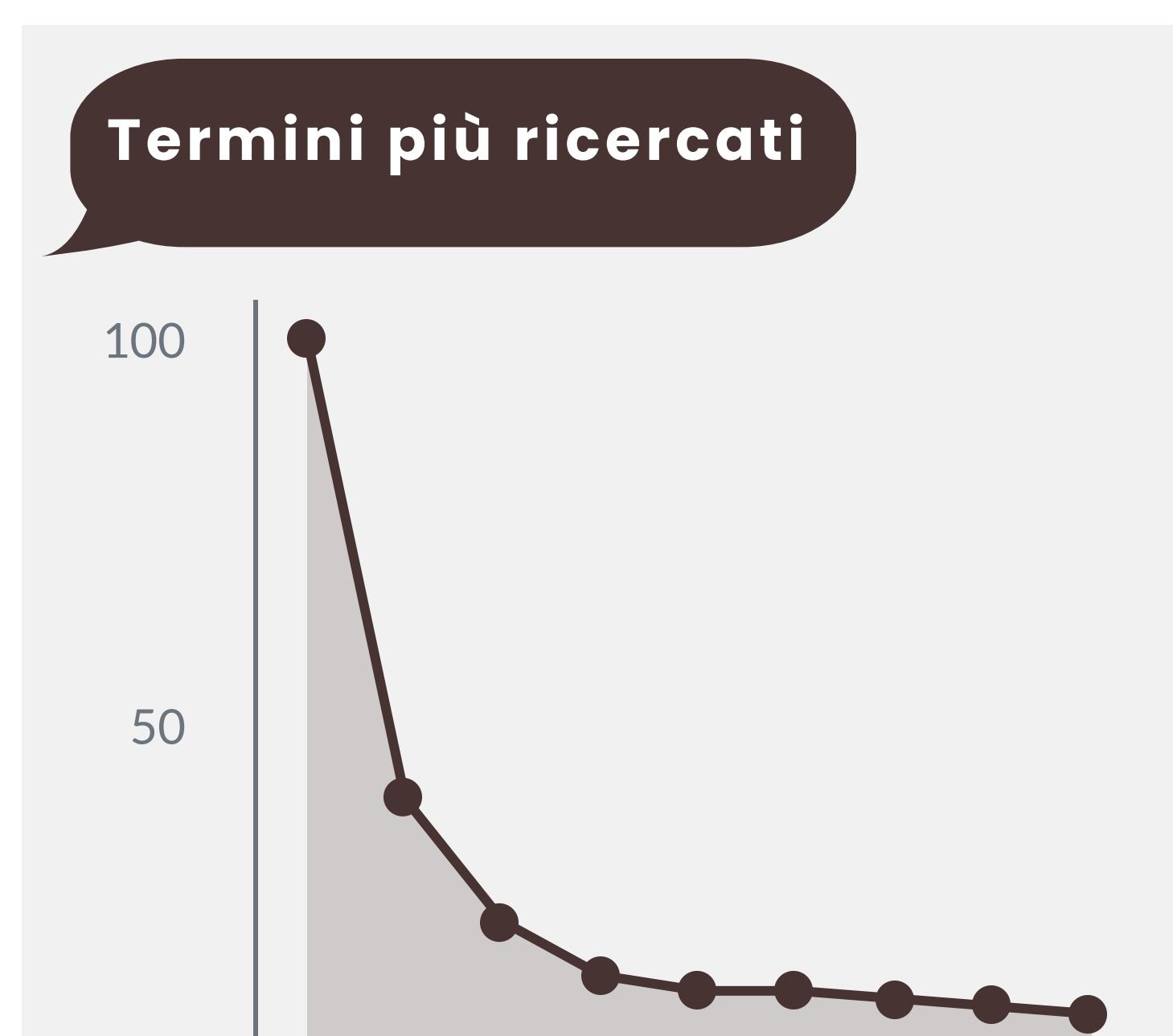
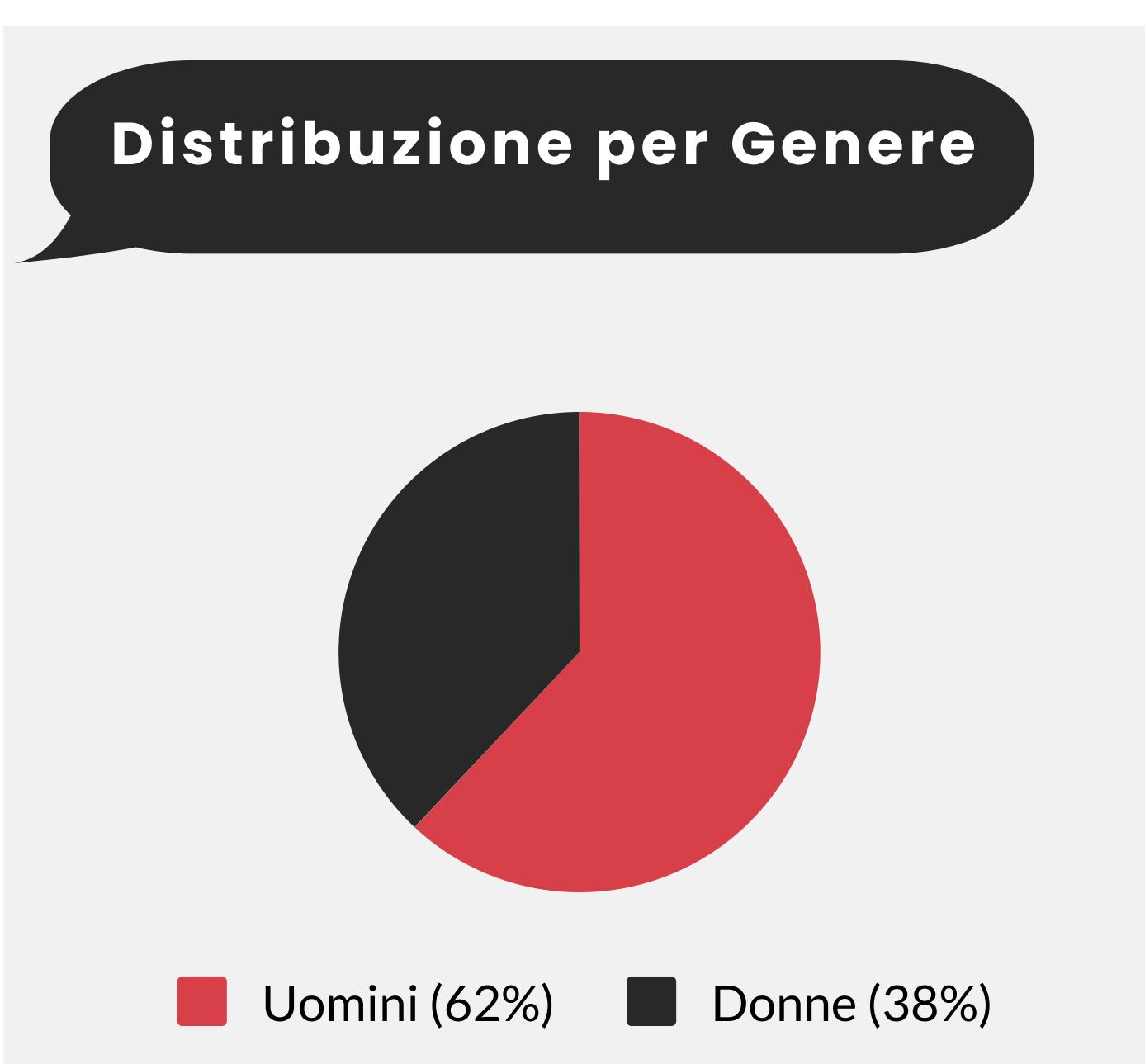
Youtube

Utilizzo Principale
Video



M.A.U.
(in milioni)

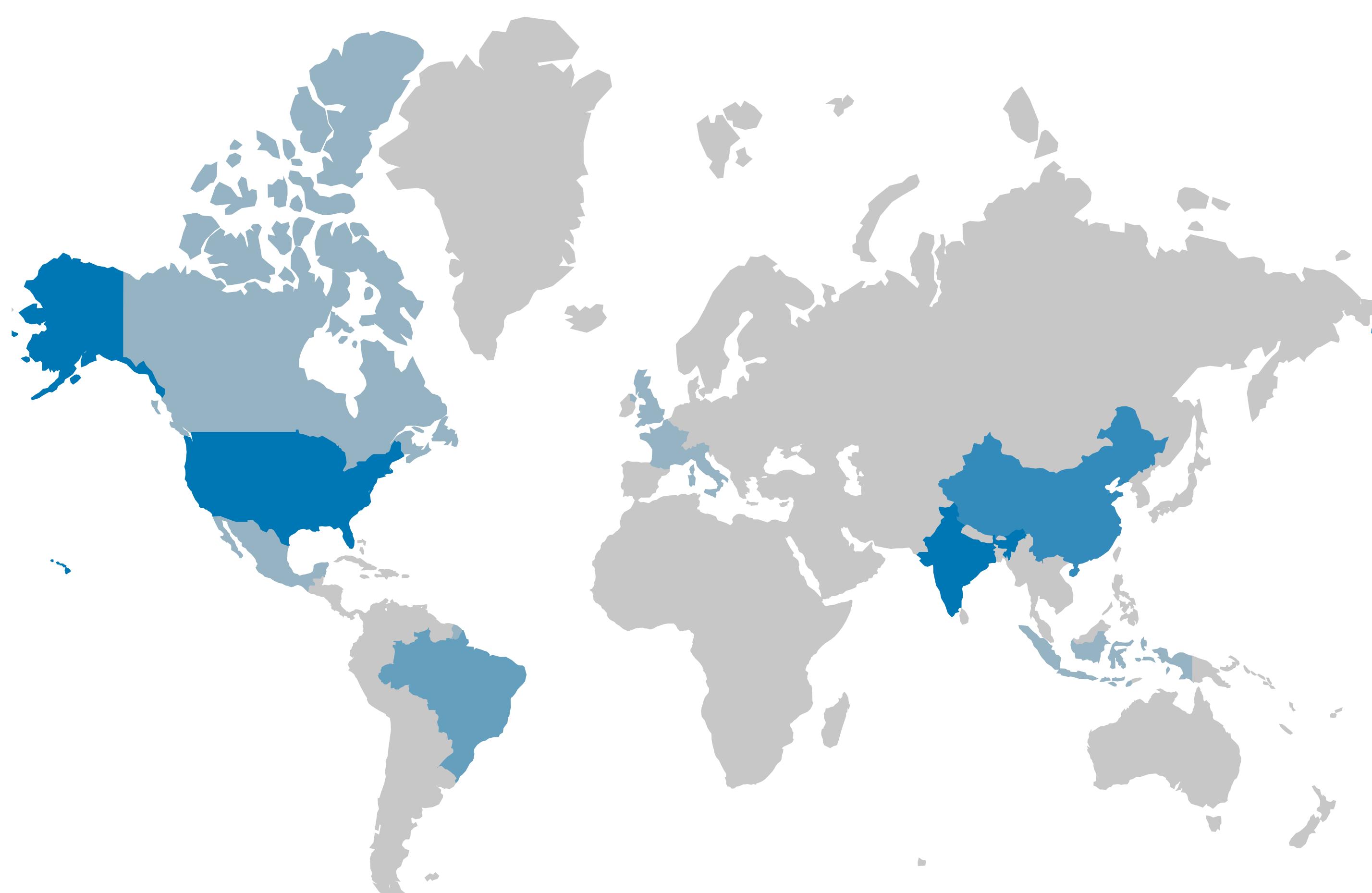
1) India	6) Regno Unito
225	50
2) U.S.A.	7) Thailandia
197	27
3) Brasile	8) Corea del Sud
83	26
4) Giappone	9) Spagna
60	20
5) Russia	10) Canada
58	18





LinkedIn

Utilizzo Principale Post



M.A.U.
(in milioni)

1) U.S.A.	6) Francia
180	23
2) India	7) Indonesia
81	19
3) Cina	8) Canada
54	19
4) Brasile	9) Messico
51	17
5) Regno Unito	10) Italia
32	16



Utenti Attivi

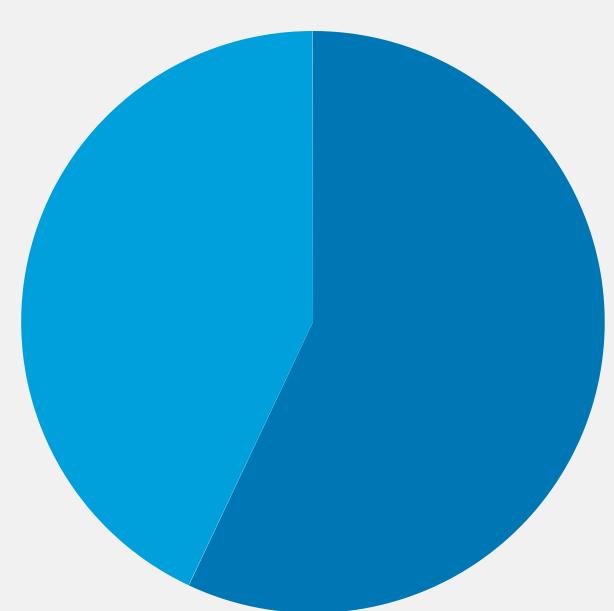
740 Milioni



Linkedin come strumento di Marketing

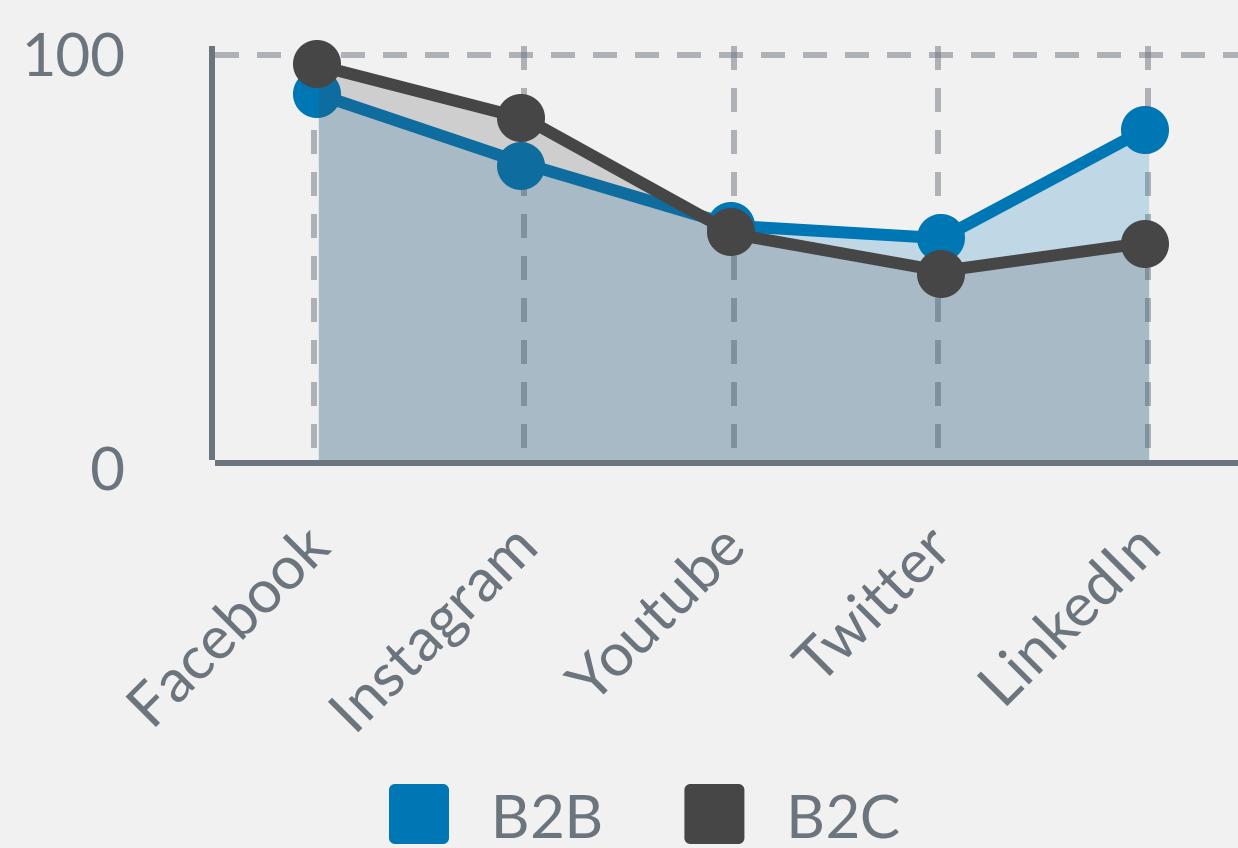
#1 App per B2B

Distribuzione per Genere

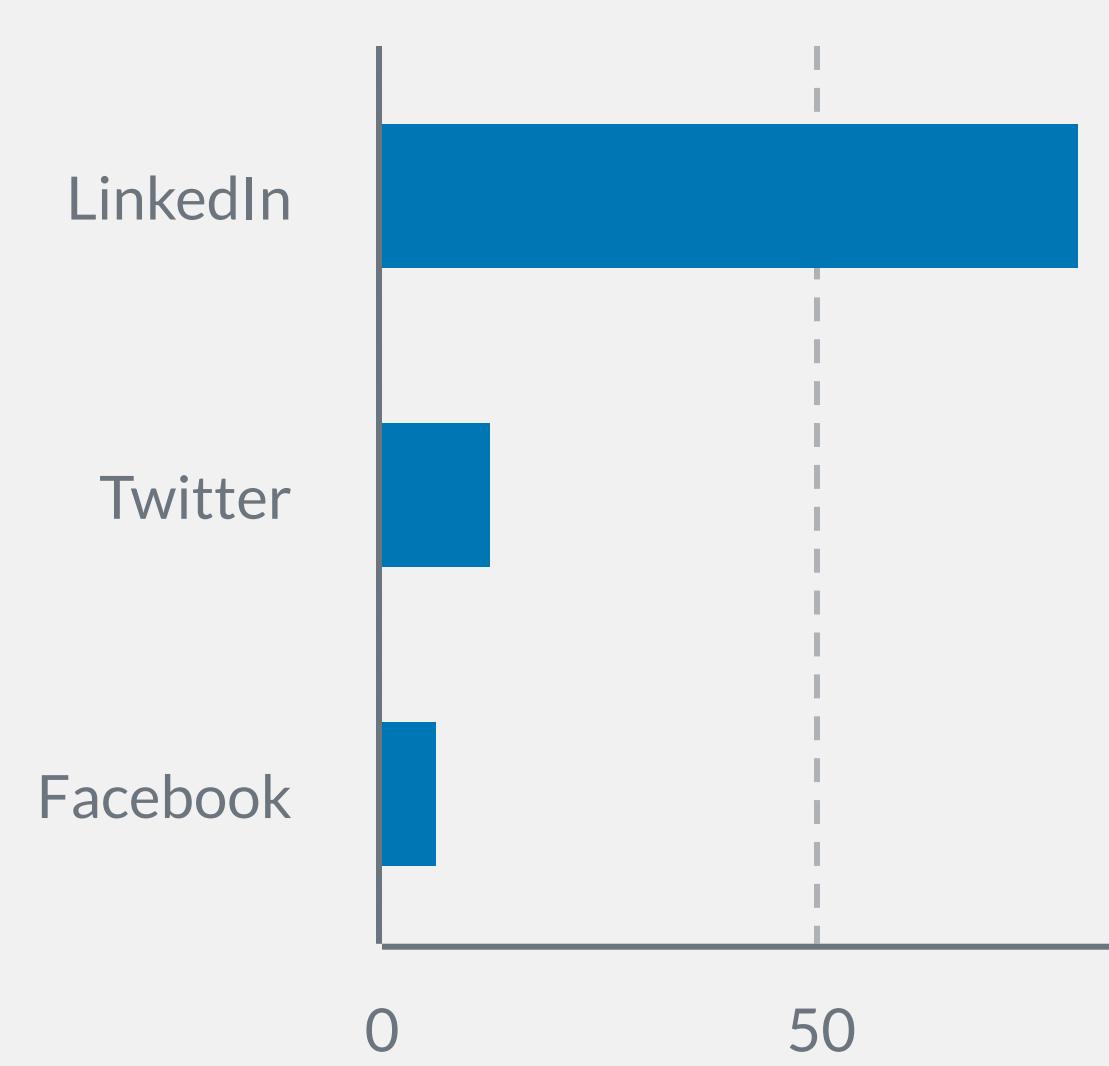


Uomini (57%) Donne (43%)

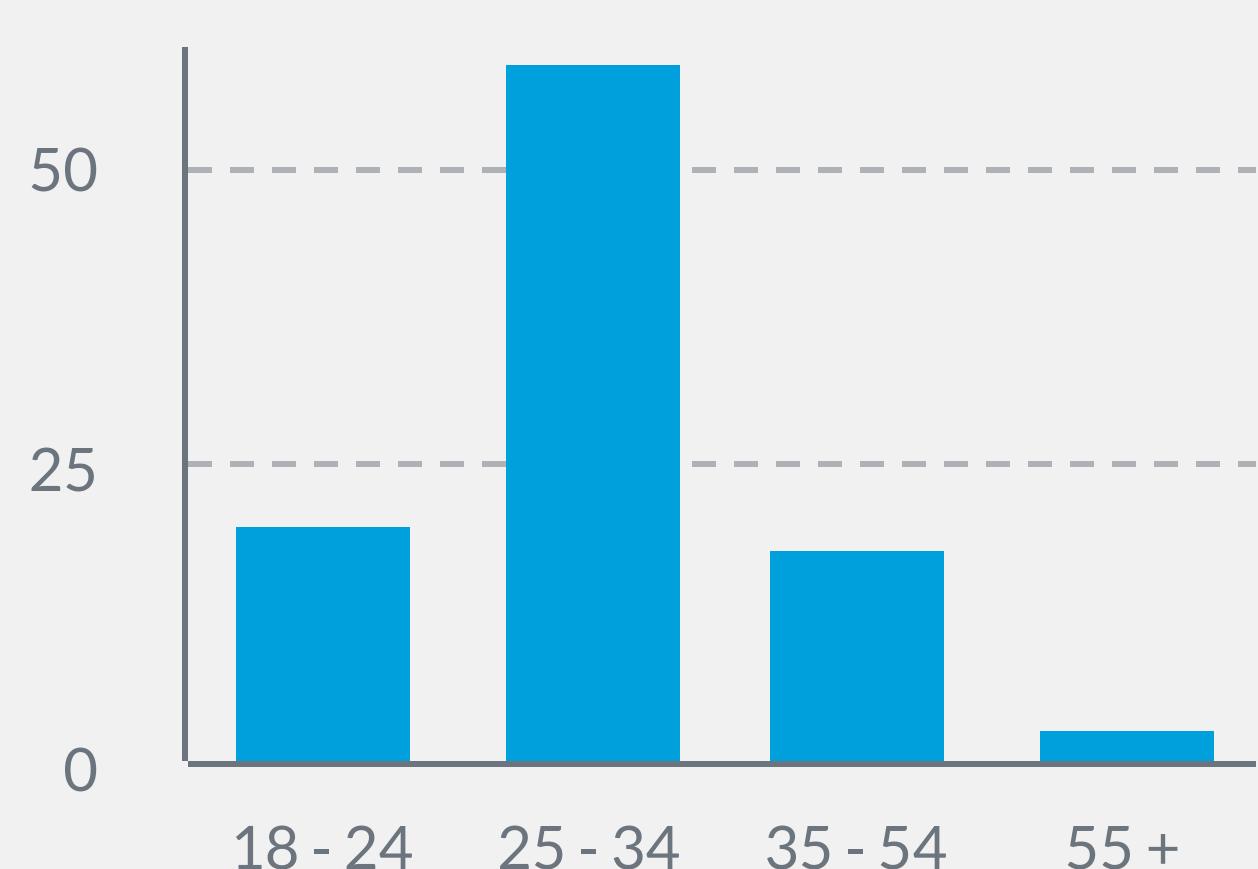
Social media B2B vs B2C



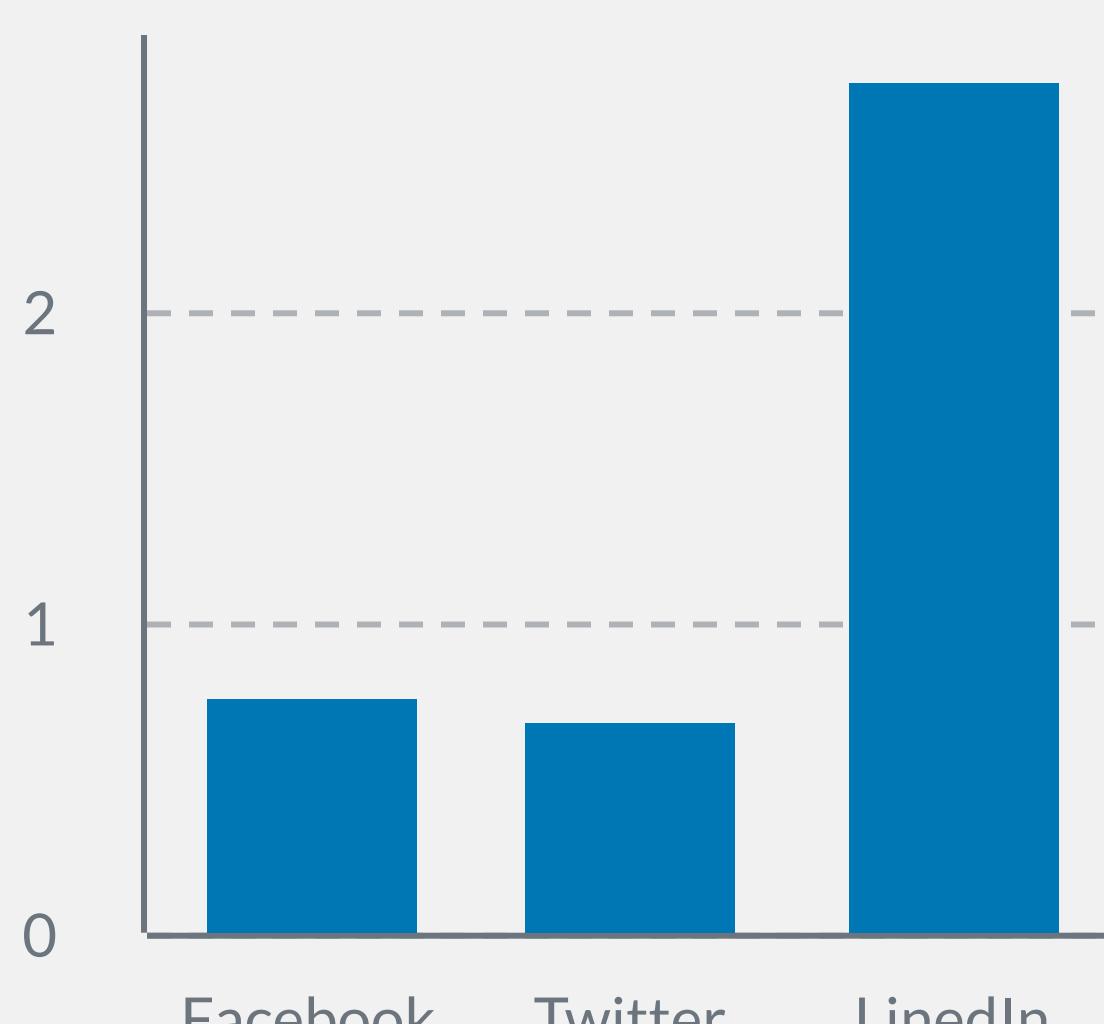
Lead B2B



Distribuzione per gruppi d'Età e Genere, in %



Lead Generation Rate



Tempo di Utilizzo

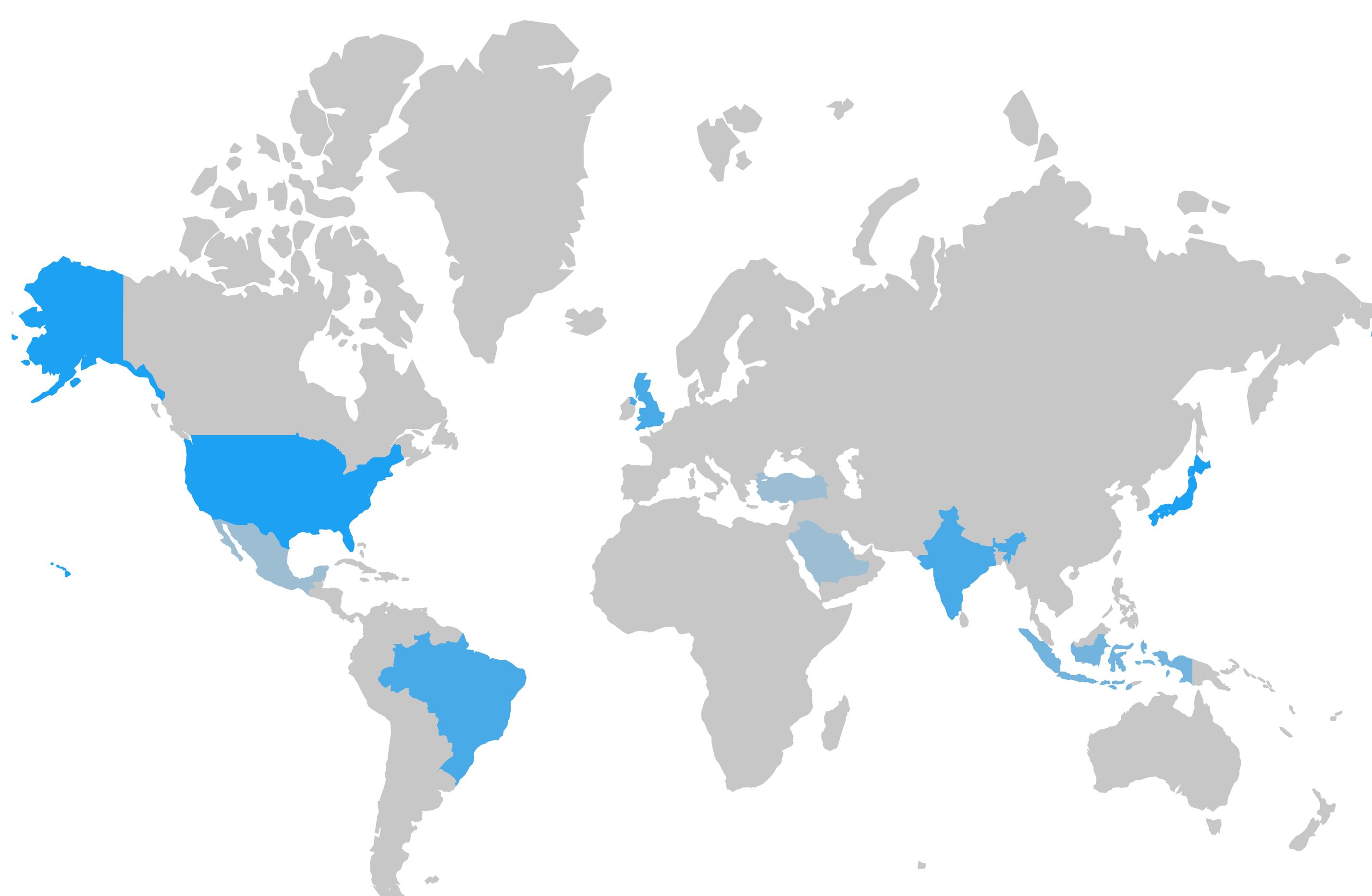


Gli utenti trascorrono una media di
37 Minuti
al giorno su LinkedIn.



Twitter

Utilizzo Principale Post



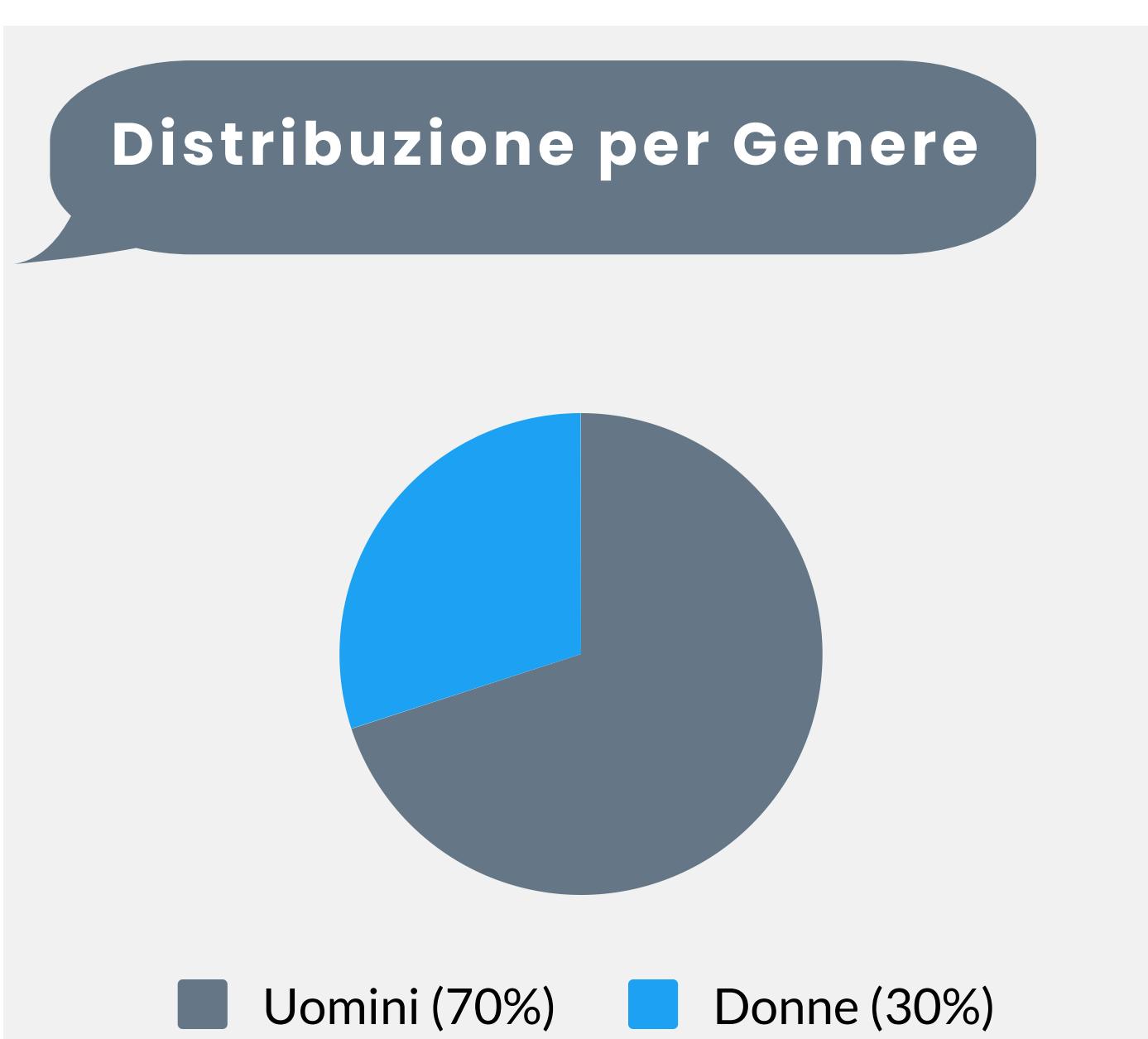
M.A.U.
(in milioni)

1) U.S.A.	6) Indonesia
78	18
2) Giappone	7) Turchia
58	16
3) India	8) Arabia Saudita
24	14
4) Brasile	9) Messico
19	14
5) Regno Unito	10) Thailandia
19	11

Utenti Attivi
350 Milioni

Twitter e il
B2B

Comportamento
degli utenti

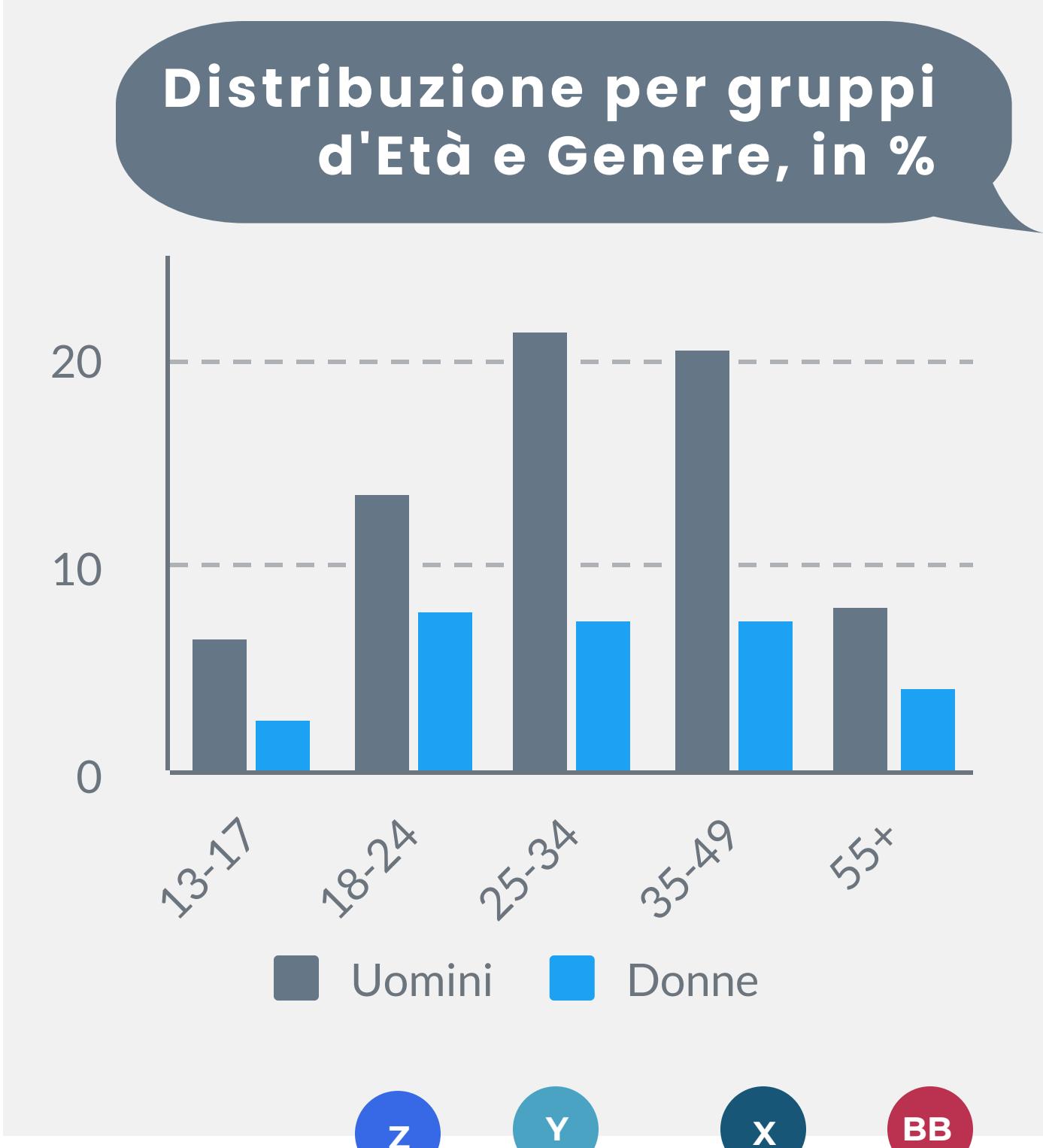


Statistiche

82%
Dei B2B Content Marketers ha utilizzato il social negli ultimi 12 mesi per contenuti organici.

Utilizzo e Hashtag più popolari 2020

40%
Degli utenti totali segue i Topic di Twitter per sapere cosa succede nel mondo.



77%
Dei clienti ha un'impressione migliore di un marchio quando risponde a un tweet.

40%
Dei clienti sostiene di aver effettuato un acquisto dopo aver visto il prodotto o servizio su Twitter.

#COVID19
#BlackLivesMatter

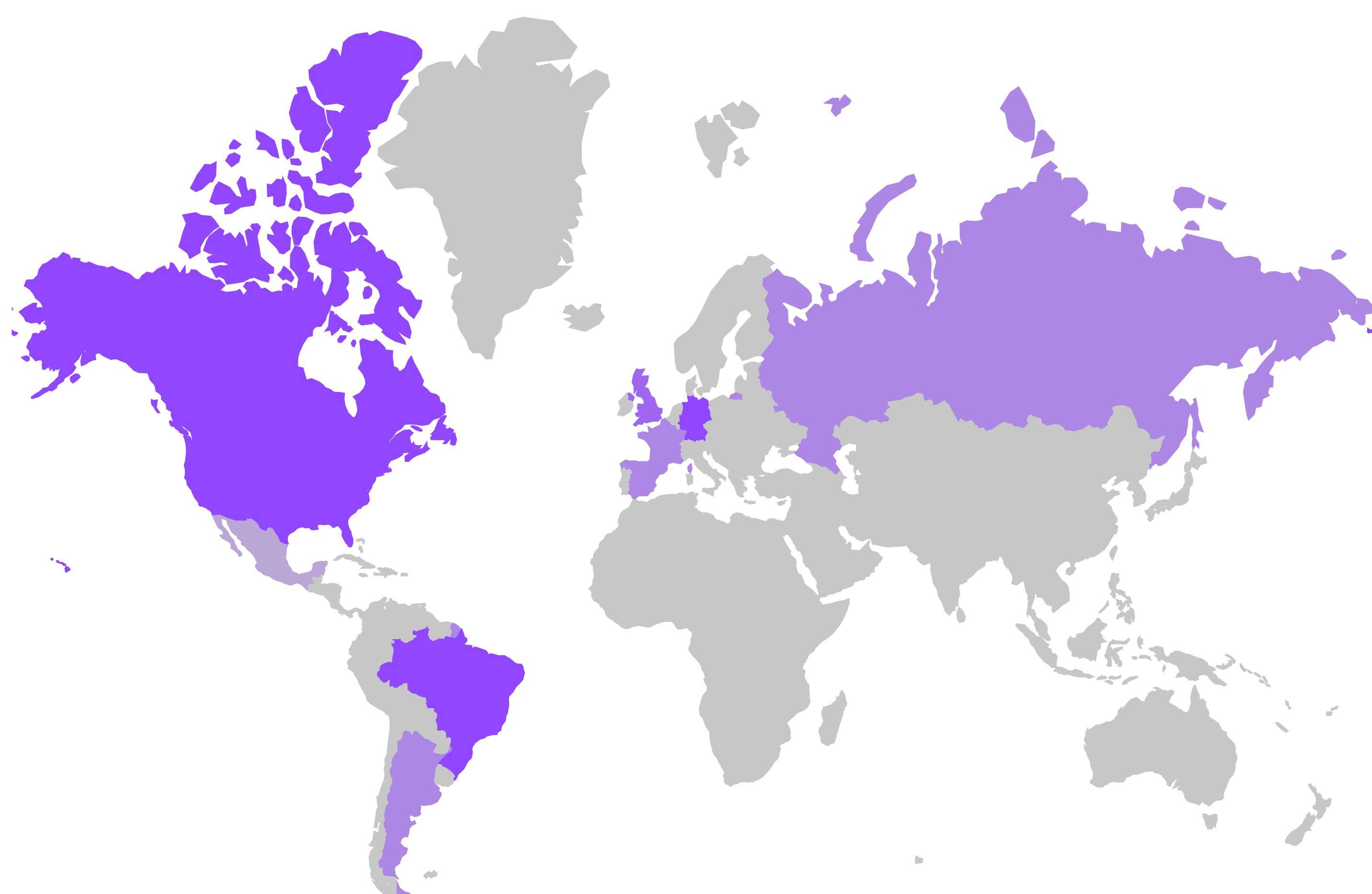
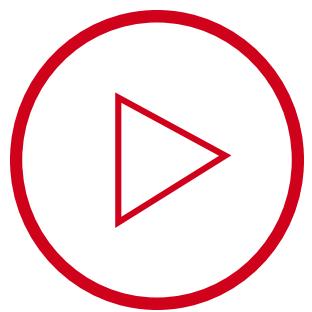
Tempo di Utilizzo

Gli utenti trascorrono una media di **3,39 minuti** al giorno su Twitter.



Twitch

Utilizzo Principale
Video



Total Twitch Viewers Marzo 2021 (in milioni)

1) U.S.A. e Canada 6) Spagna

93 **11**

2) Brasile 7) Russia

17 **11**

3) Germania 8) Argentina

17 **10**

4) Regno Unito 9) Messico

13 **9**

5) Francia 10) Italia

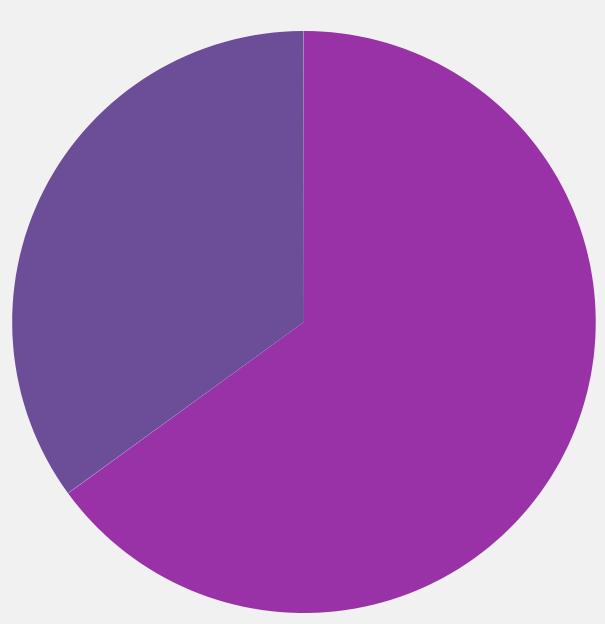
11 **8**

Utenti attivi
140 Milioni

Ore di video fruite
mensilmente dagli
utenti
1,86 Bilioni

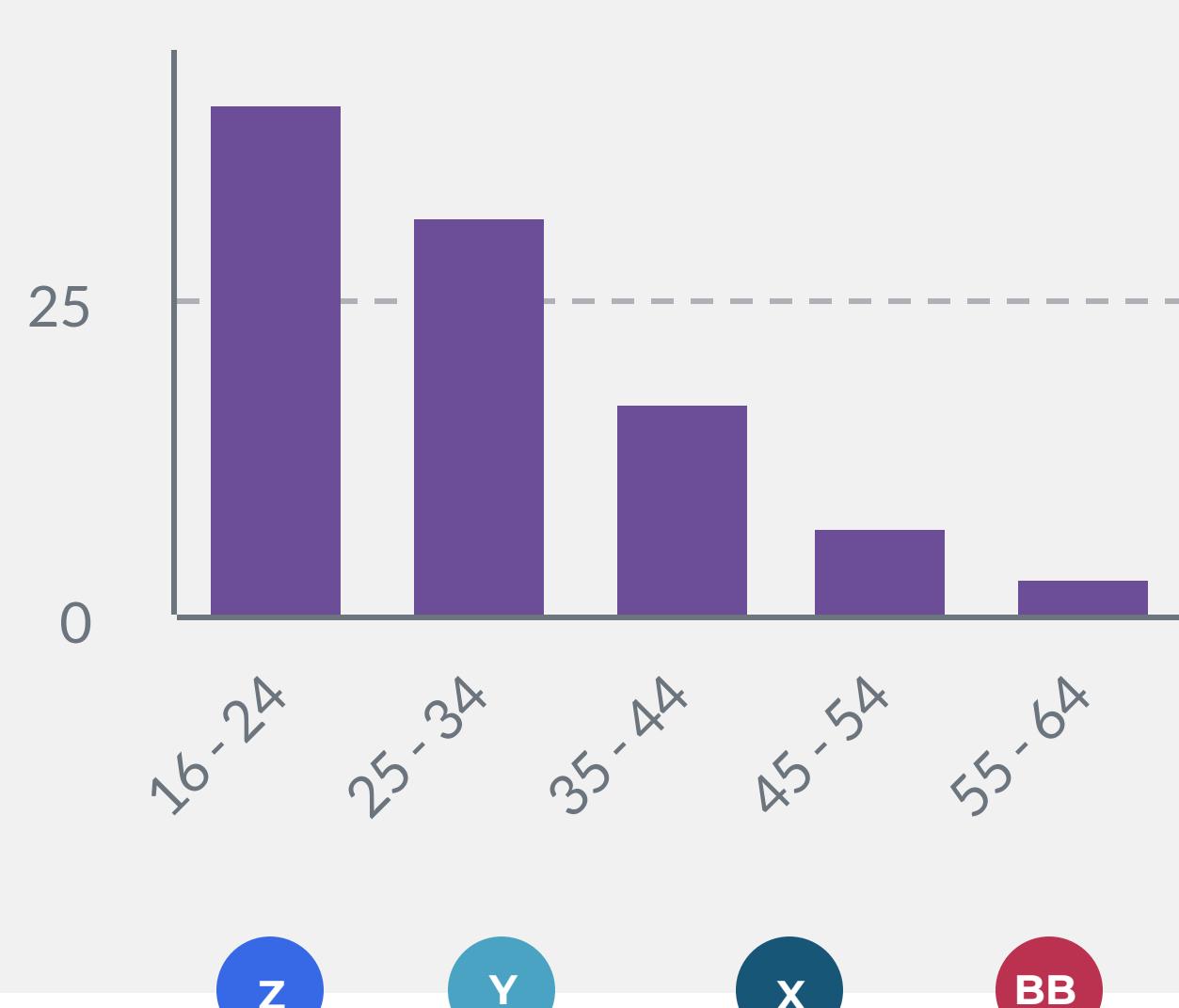
**Informazioni
sull'app**

Distribuzione per Genere



■ Uomini (65%) ■ Donne (35%)

Distribuzione per gruppi d'Età, in %

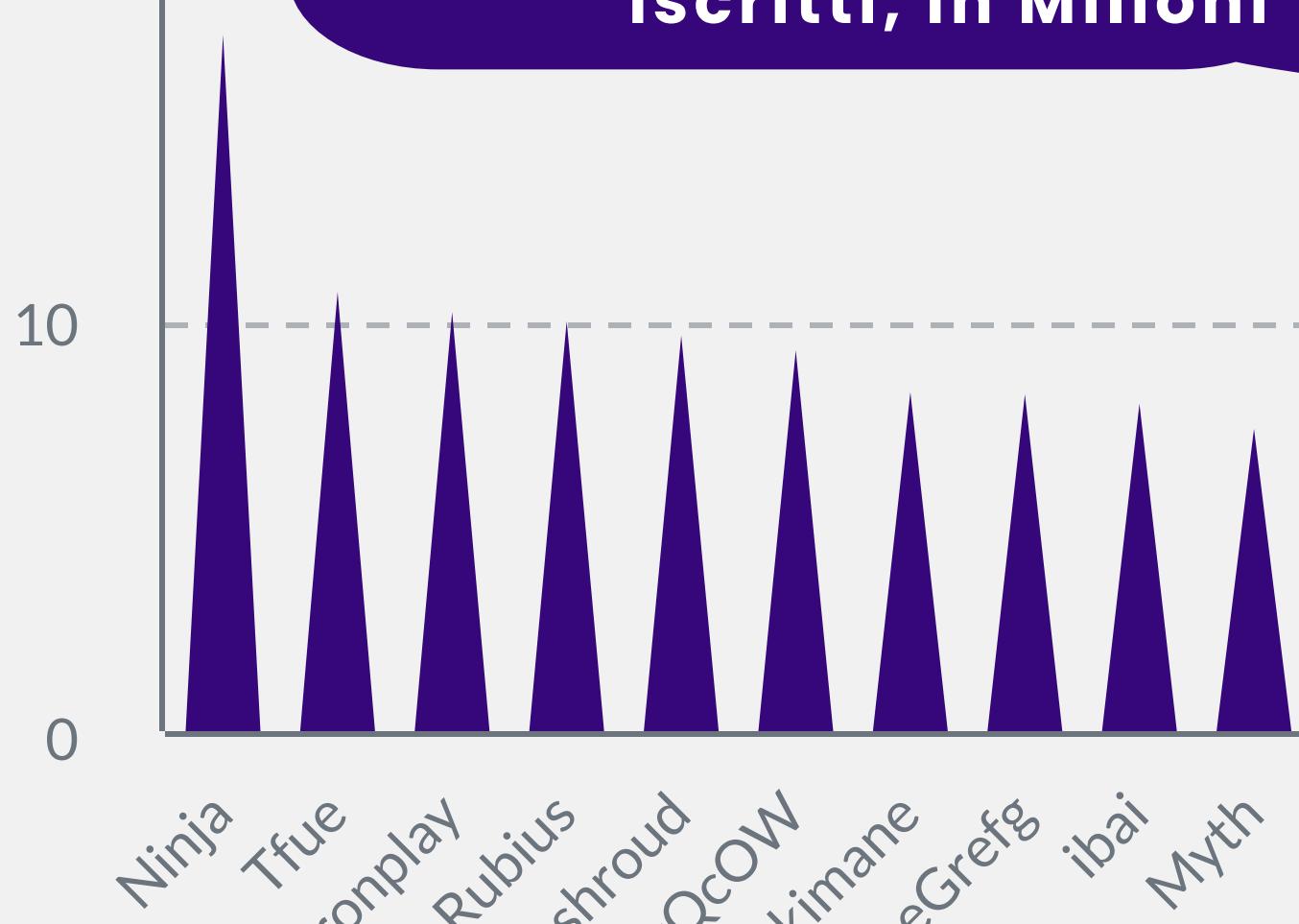


Utilizzo principale

86%

Del traffico
proveniente da
Twitch deriva
da dirette.

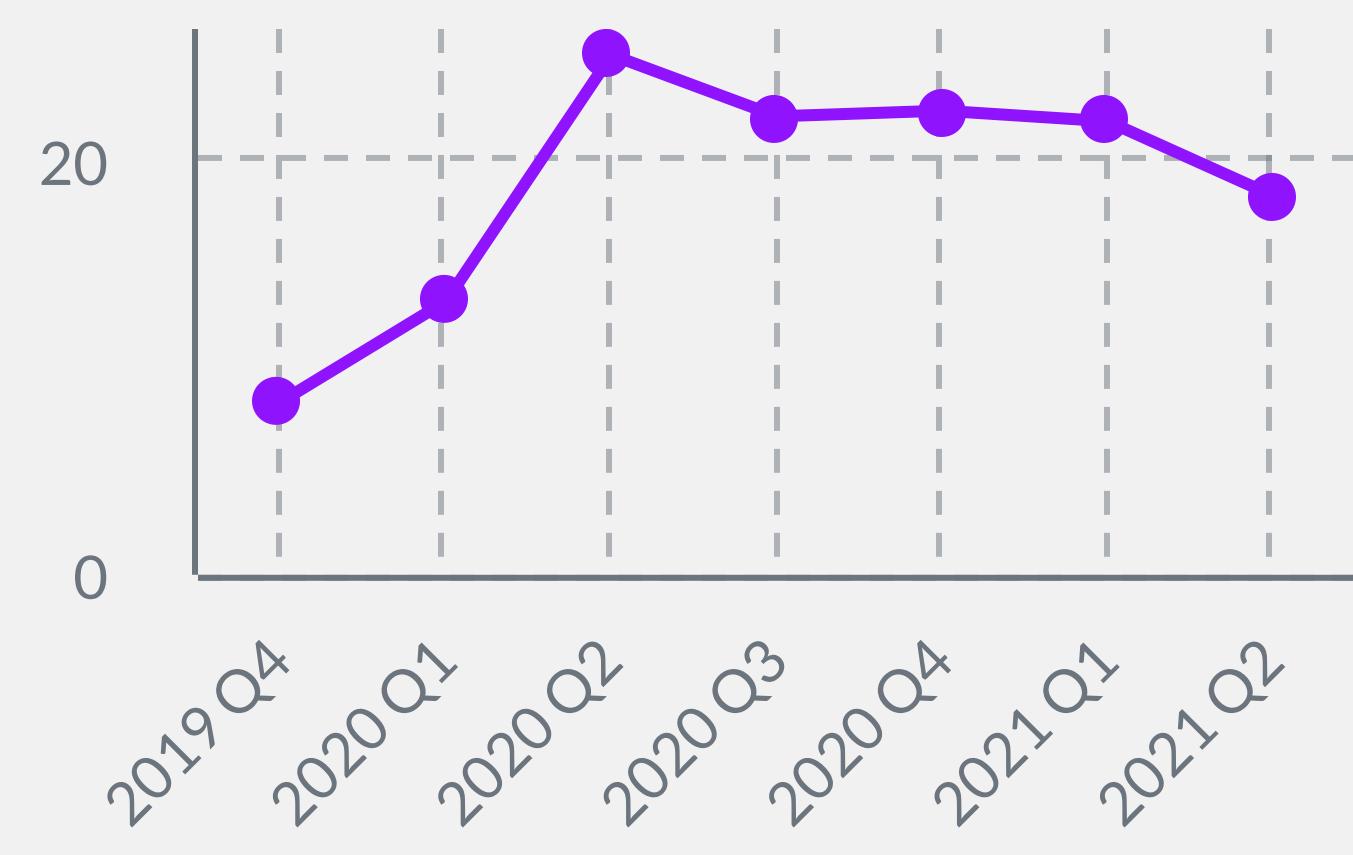
Canali di Twitch con più iscritti, in Milioni



100%

Della Top 10 canali
con più iscritti su
Twitch streammano
contenuti su
Videogiochi e
Reaction.

Download Applicazione, in Milioni

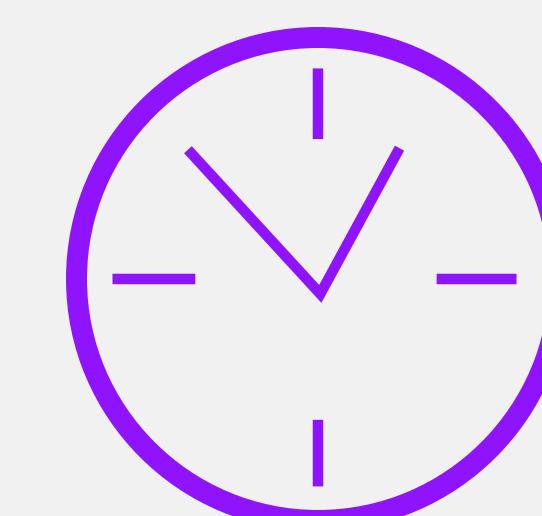


Device di utilizzo

35% 65%

■ Mobile ■ Altri Device

Tempo di Utilizzo

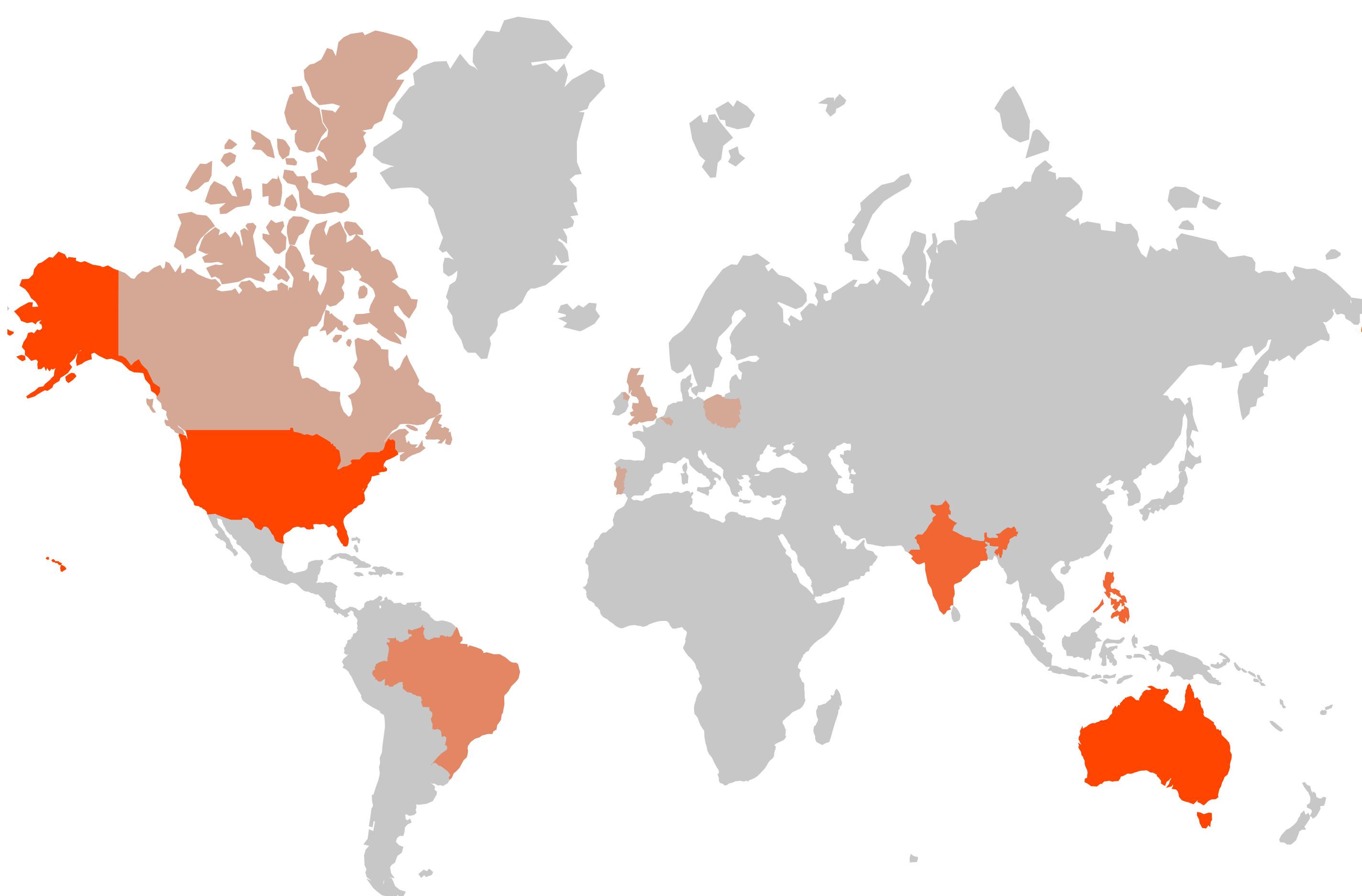


Gli utenti
trascorrono una
media di
95 Minuti
al giorno su Twitch.



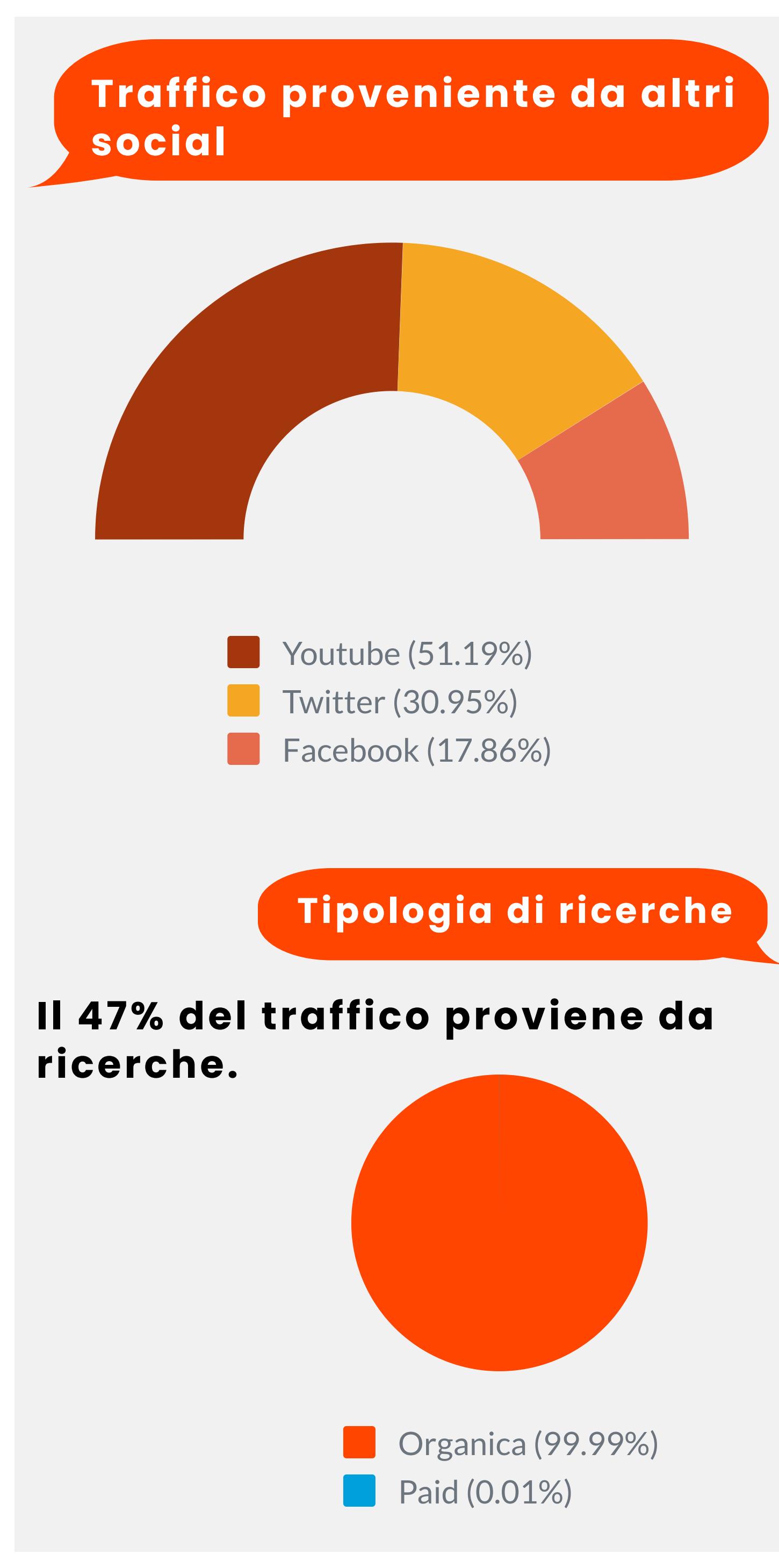
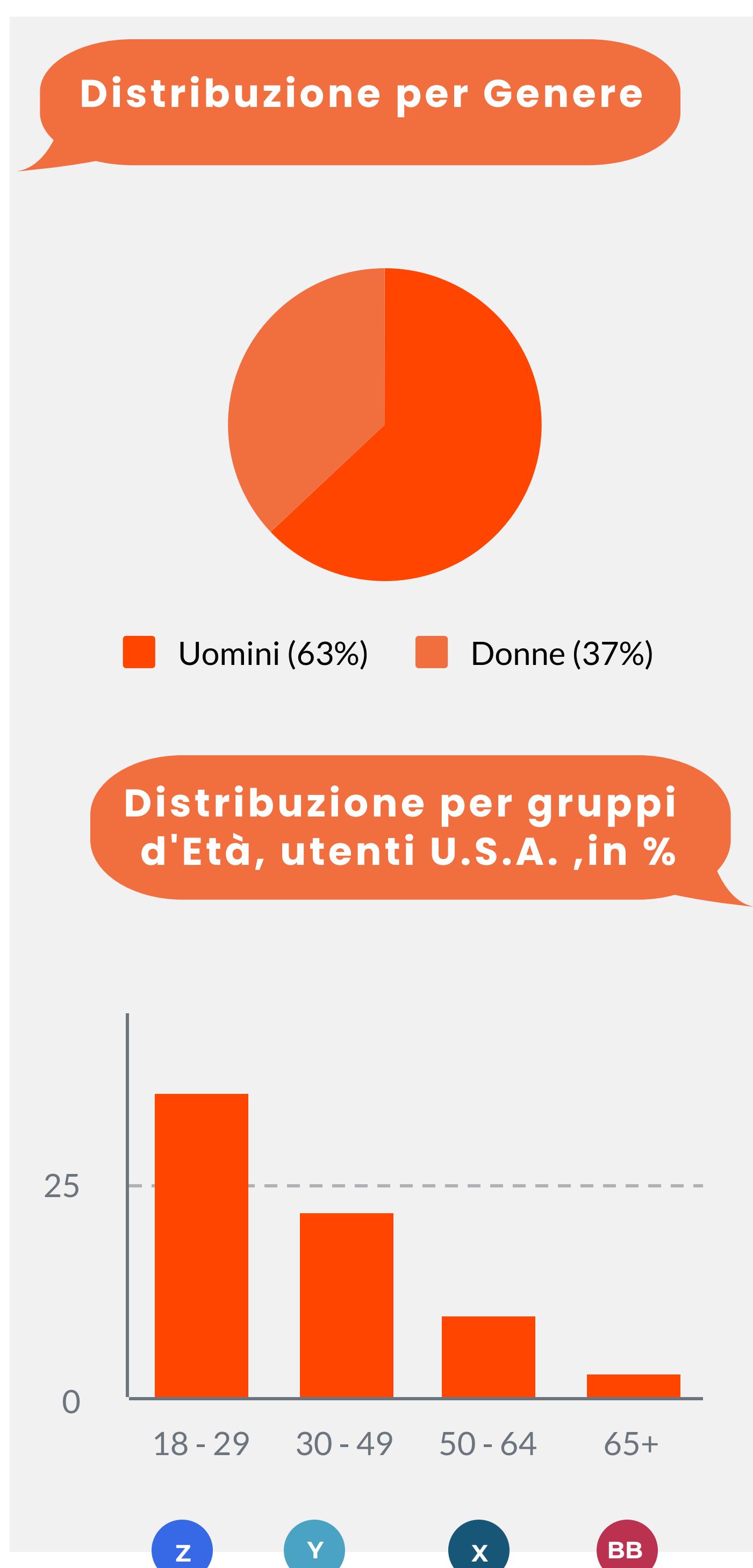
Reddit

Utilizzo Principale Post



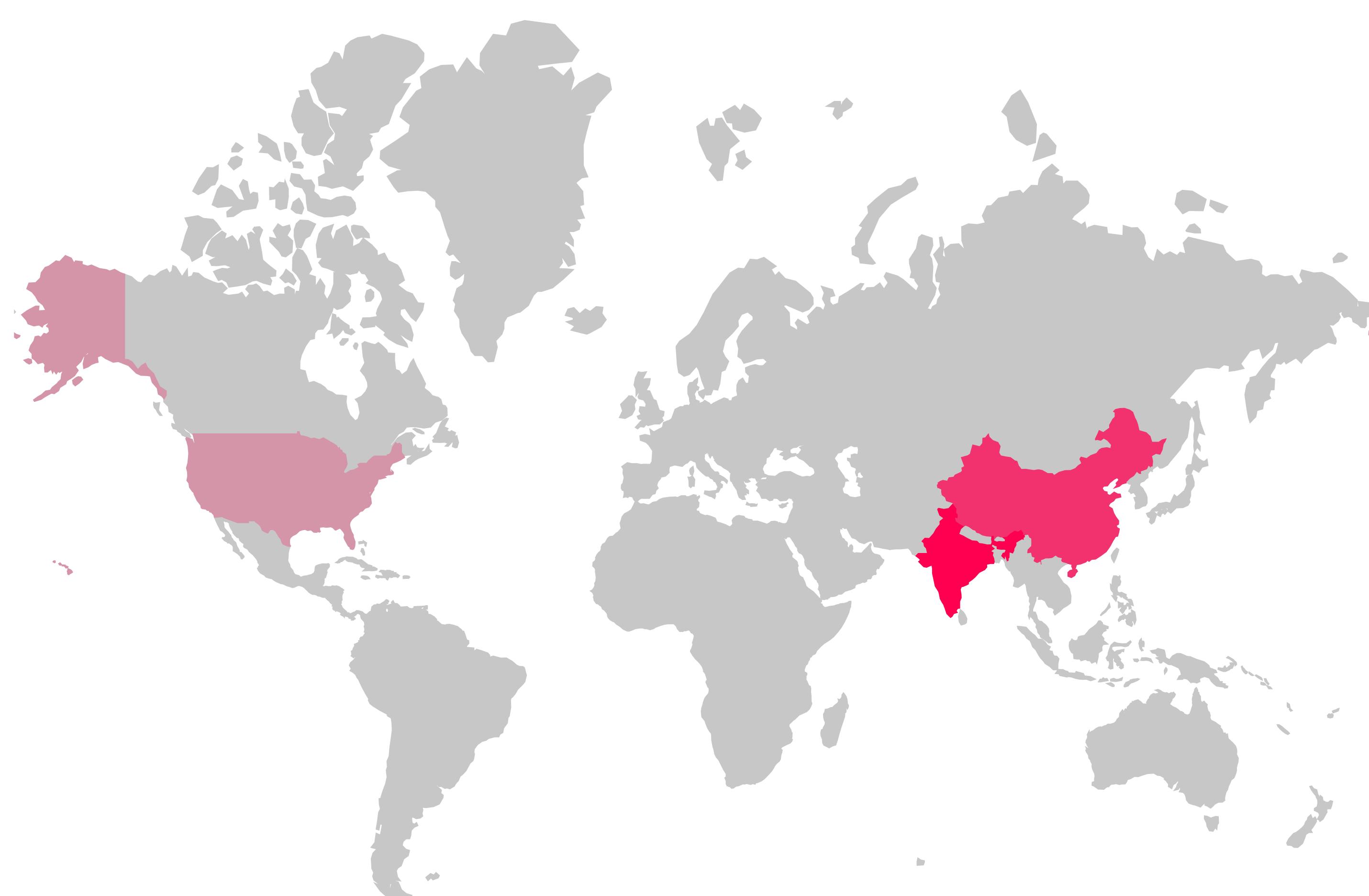
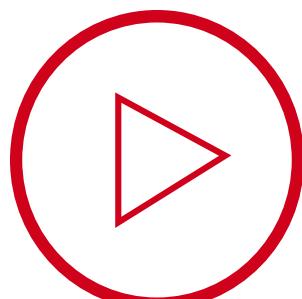
M.A.U.
(in milioni)

1) U.S.A.	6) Polonia
223	7
2) Australia	7) Belgio
18	7
3) India	8) Regno Unito
15	6
4) Filippine	9) Portogallo
9	6
5) Brasile	10) Canada
8	6





Utilizzo Principale
Video



M.A.U.
(per download, in
milioni)

1) India

611 *

* Un cellulare su 3 in India ha installato TikTok.

2) Cina

197

3) U.S.A.

165

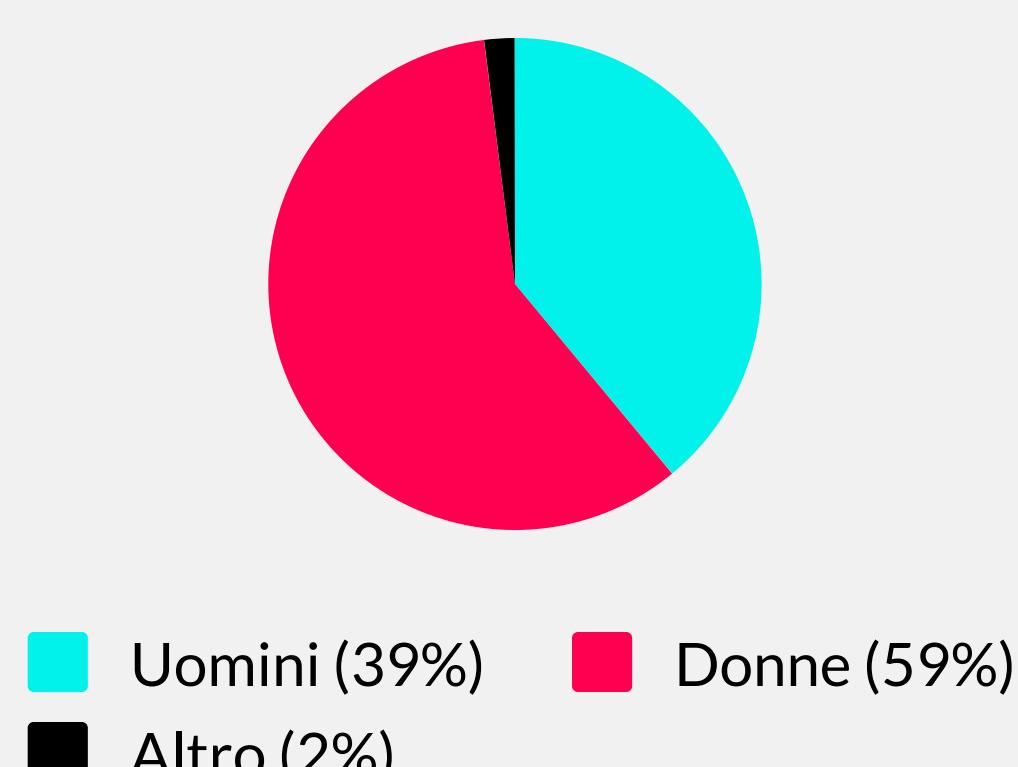
Secondo le ultime
statistiche, TikTok è
presente in 141 paesi su 155
totali ed è tradotto in 39
lingue diverse.

Utenti Attivi
1 Miliardo

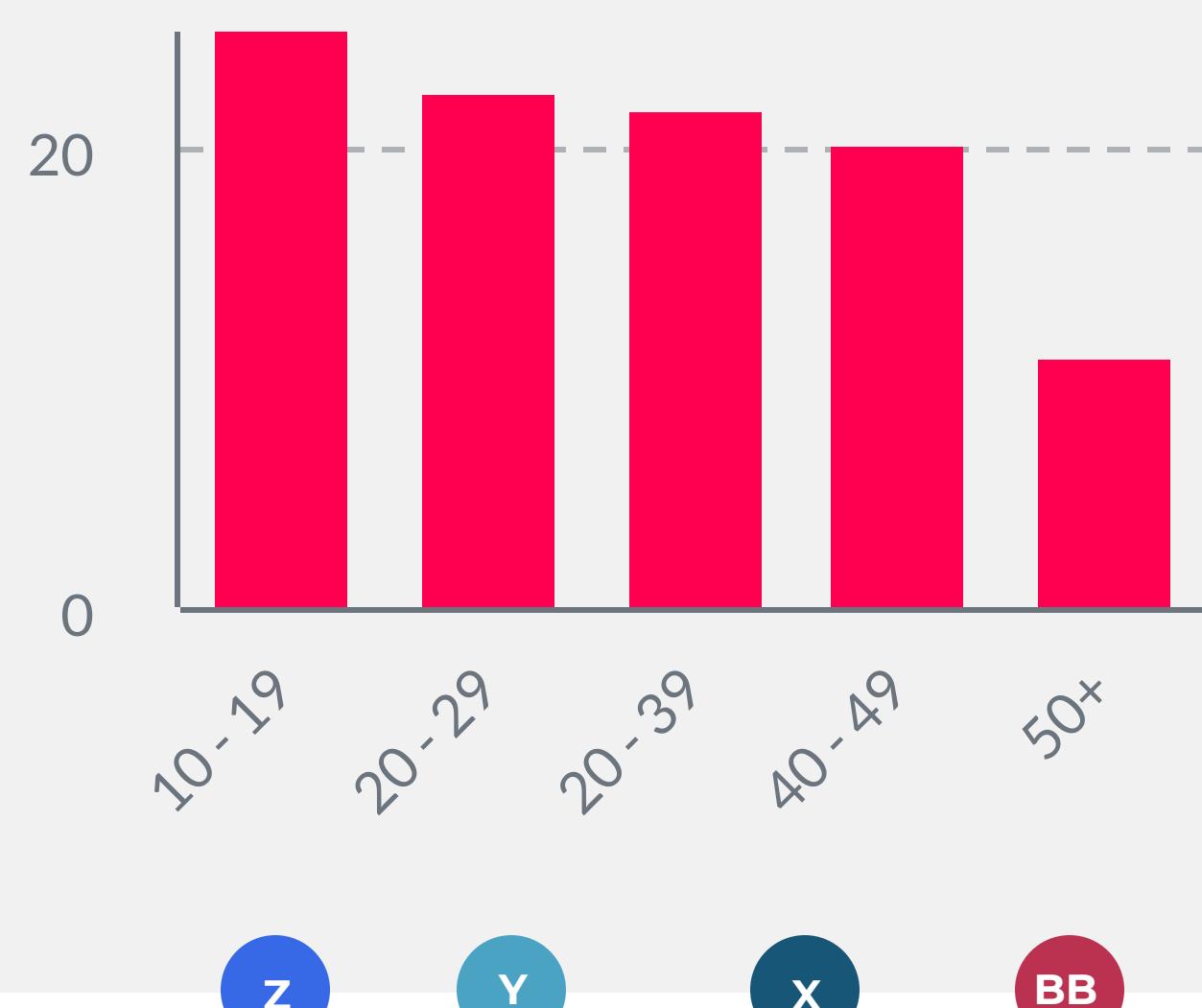
Contenuti

Informazioni
sull'app

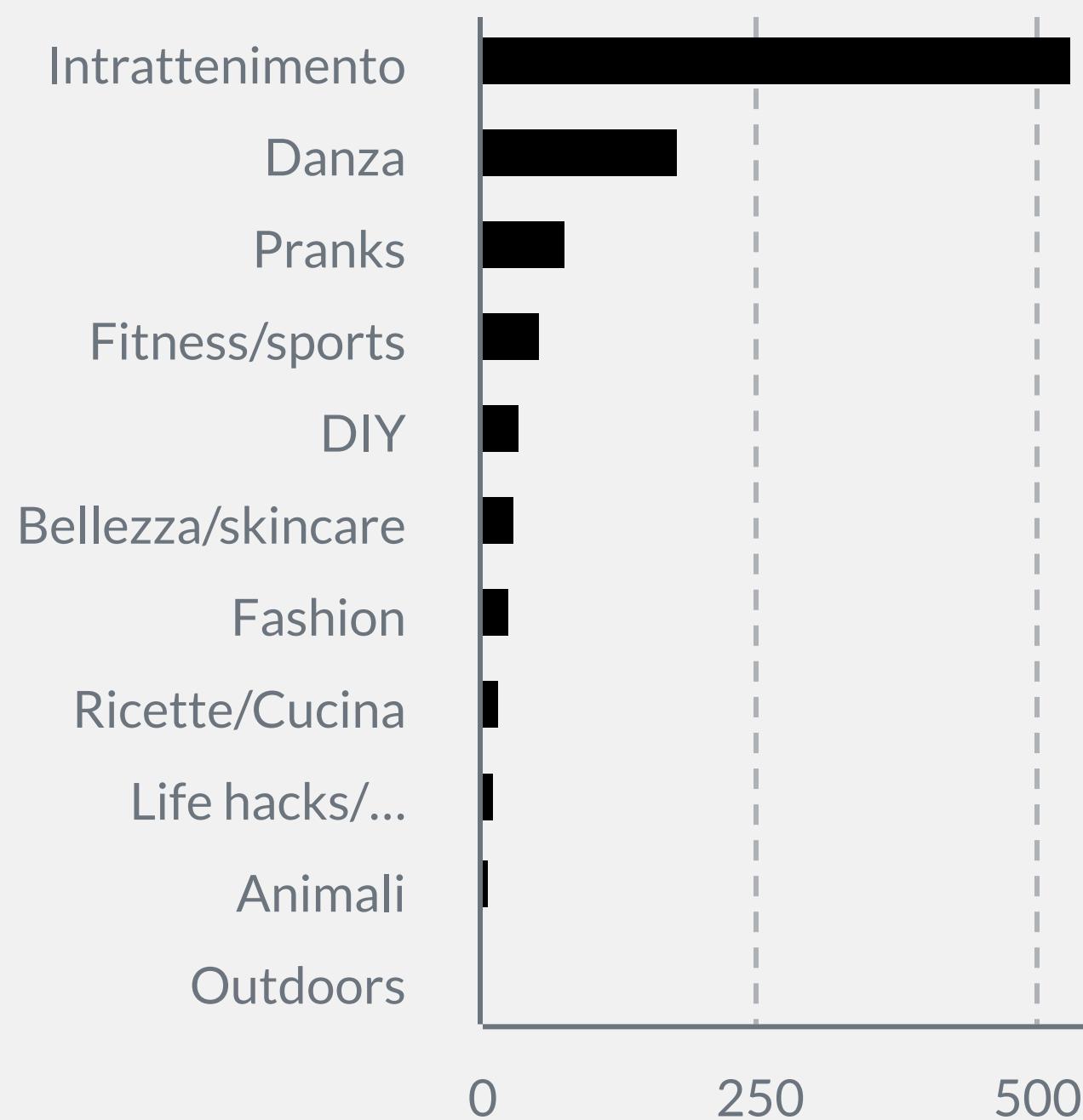
Distribuzione per Genere



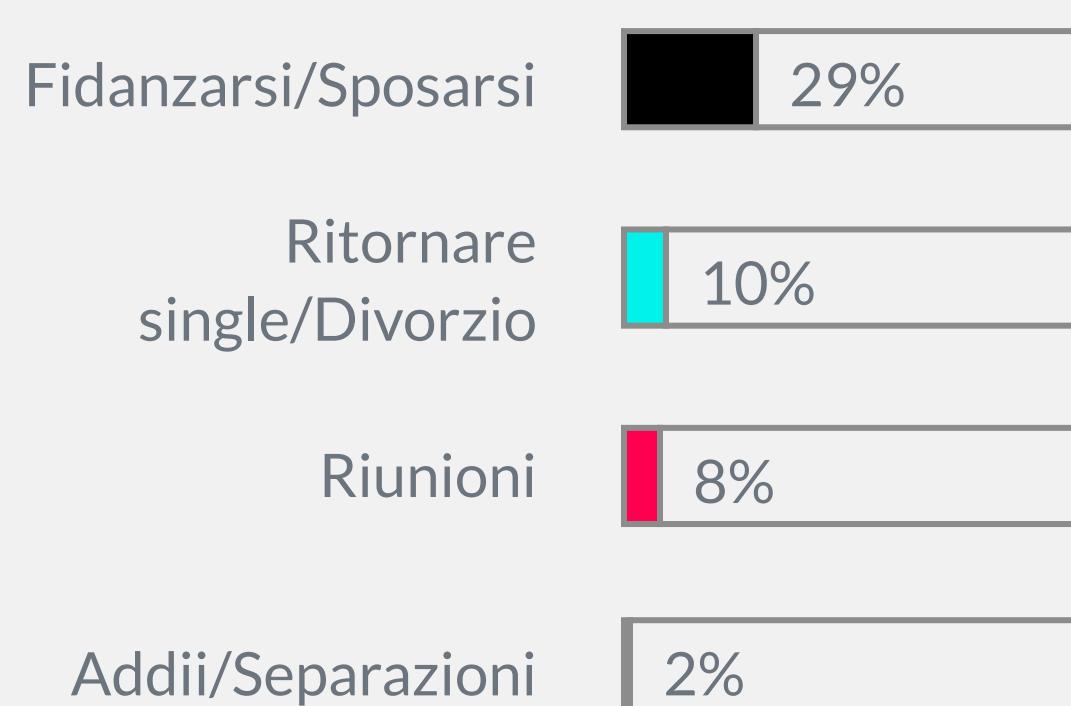
Distribuzione per gruppi
d'Età, in %



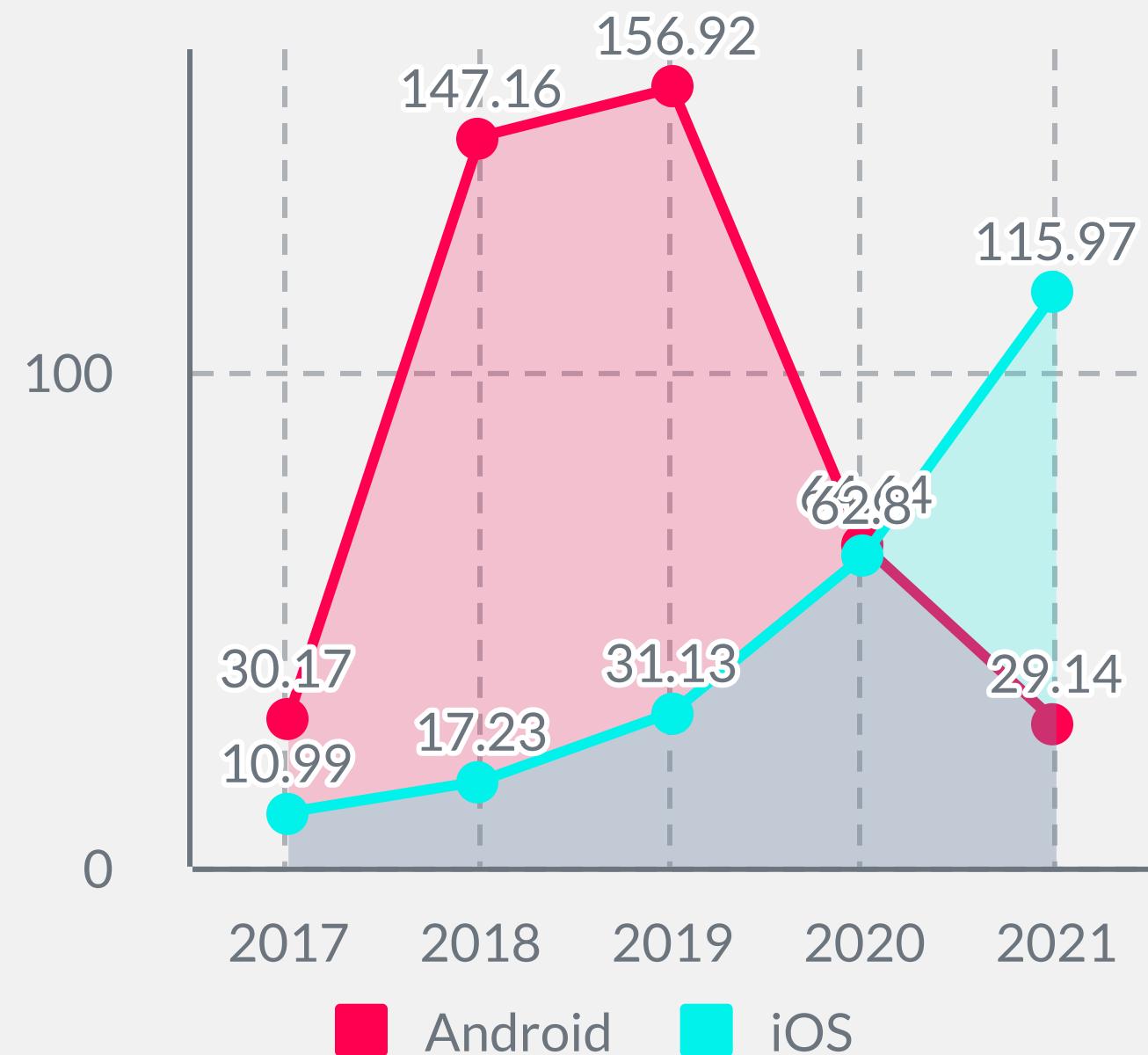
Tipo di contenuti più visti
per hashtag, in milioni



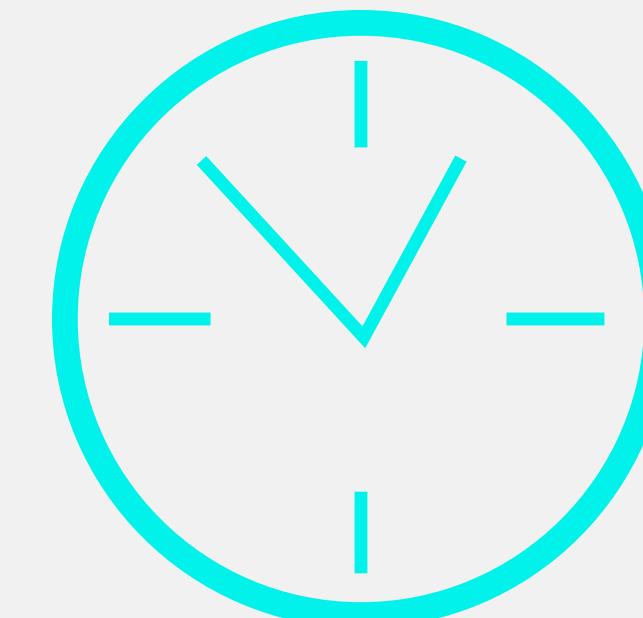
Contenuti più famosi dei post
su Douyin*



M.A.U. per OS, in milioni



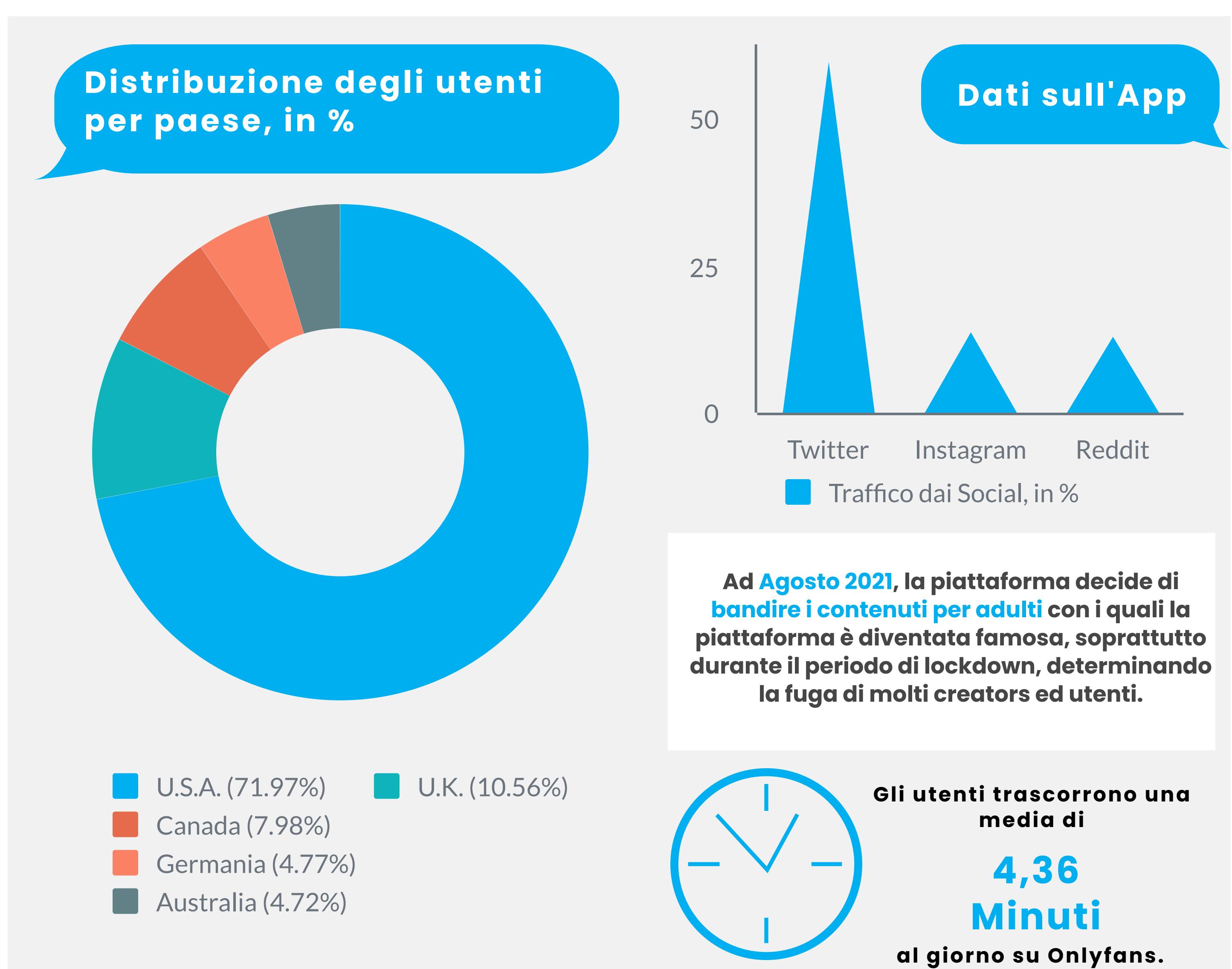
Tempo di Utilizzo



Gli utenti
trascorrono
una media di
52
minuti
al giorno su
TikTok.

Onlyfans

Utilizzo Principale Post



Quora

Utilizzo Principale Post



Utenti Attivi
300 Milioni*

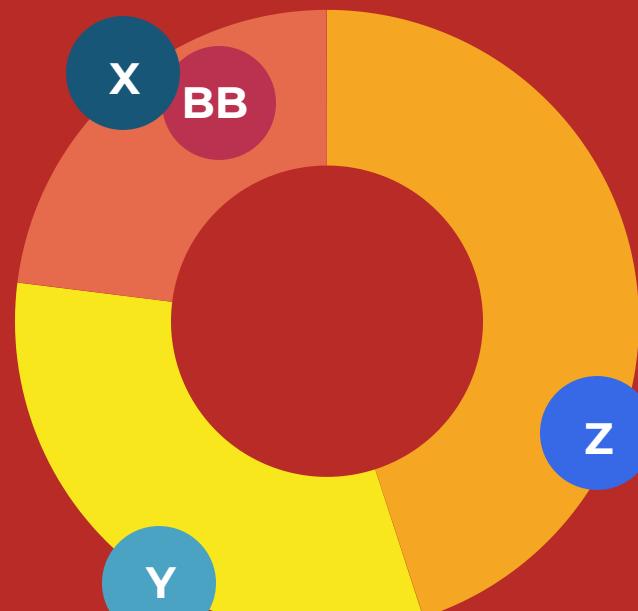
* Ultimo aggiornamento 2018

Distribuzione per Genere

57% 43%

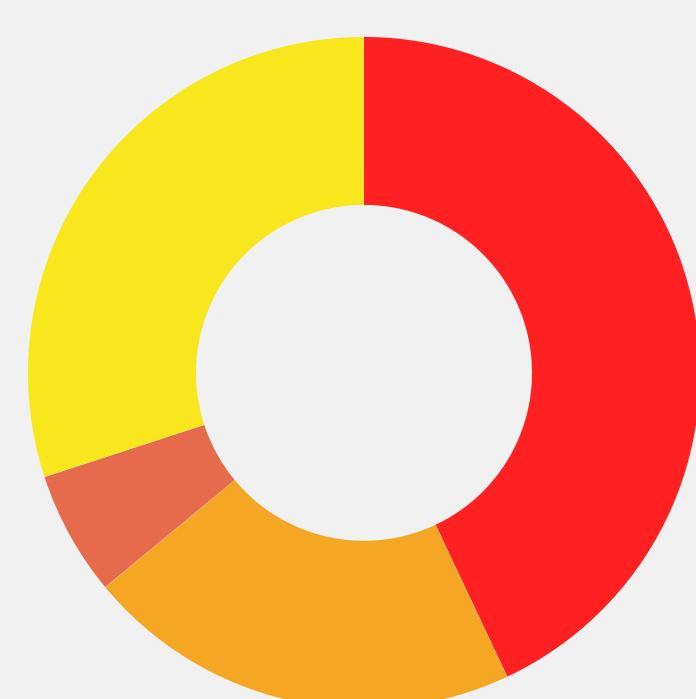
Uomini Donne

Distribuzione per gruppi d'Età, in %



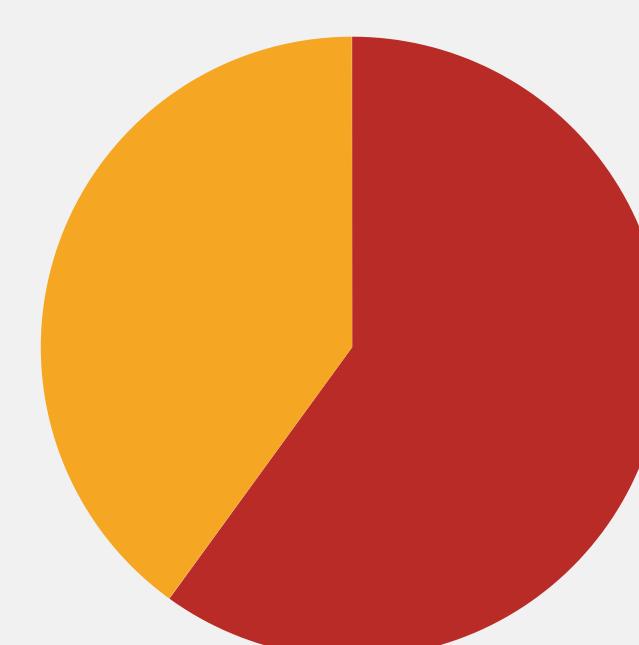
18 - 24 (45%)
25 - 34 (32%)
35+ (23%)

Traffico per paese, in %



India (43%)
U.S.A. (21...)
U.K. (6%)
Altro (30%)

Dati sull'App



B2B (60%)
B2C (40%)

Traffico per browser, device e Social media, in %

60% 40%

Bing/Google Altri

75% 25%

Mobile Altri Device

43% 27% 22% 8%

Facebook Youtube Altri
Twitter

Il 60% degli account Business su Quora sono imprese B2B.

Il topic più seguito su Quora è "Everyday Life".

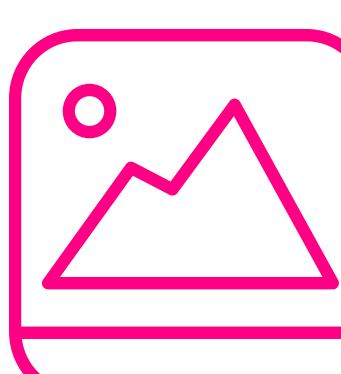
Mediamente nelle discussioni ci sono tra le 3 e le 10 risposte per post.



Gli utenti trascorrono una media di
4 Minuti
al giorno su Quora.

Flickr

Utilizzo Principale Immagini



Utenti Attivi
60 Milioni

Distribuzione per Genere

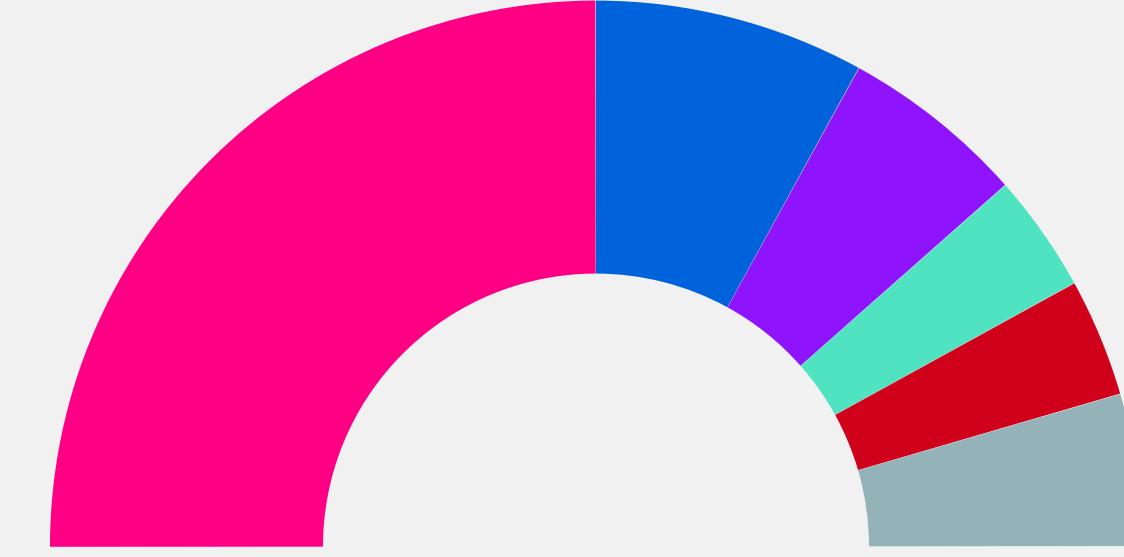
N/A

Distribuzione per gruppi d'Età, in %



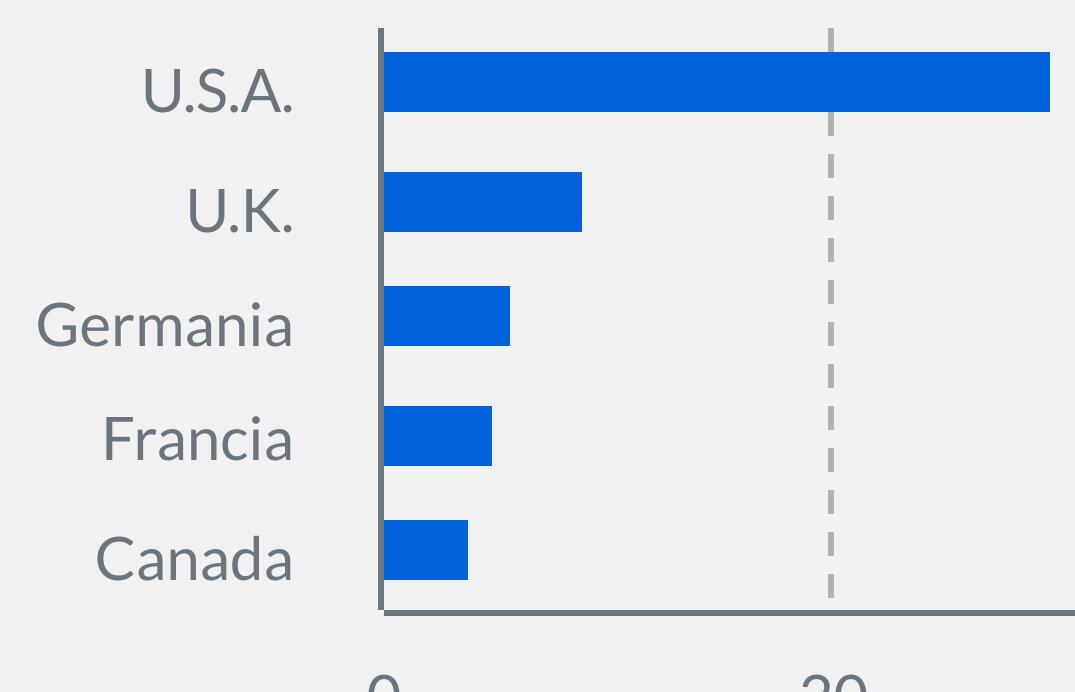
z y x BB

Traffico proveniente dai Social Network, in %



Pinterest (50%) Facebook (16%)
Reddit (11%) Youtube (7%)
Twitter (7%) Altro (9%)

Paesi con più iscritti



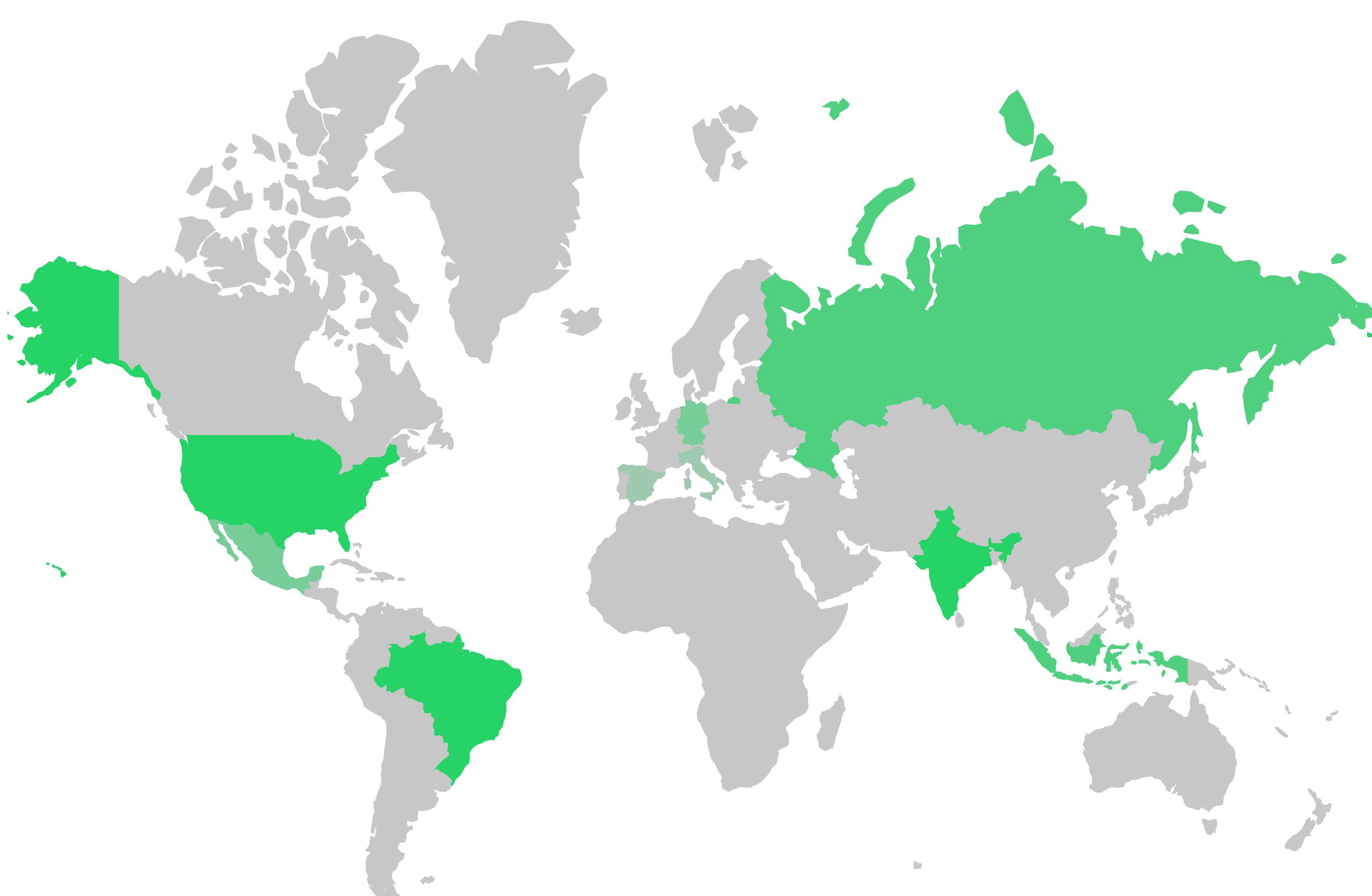
Trend di pubblicazione foto sul social, in MLN





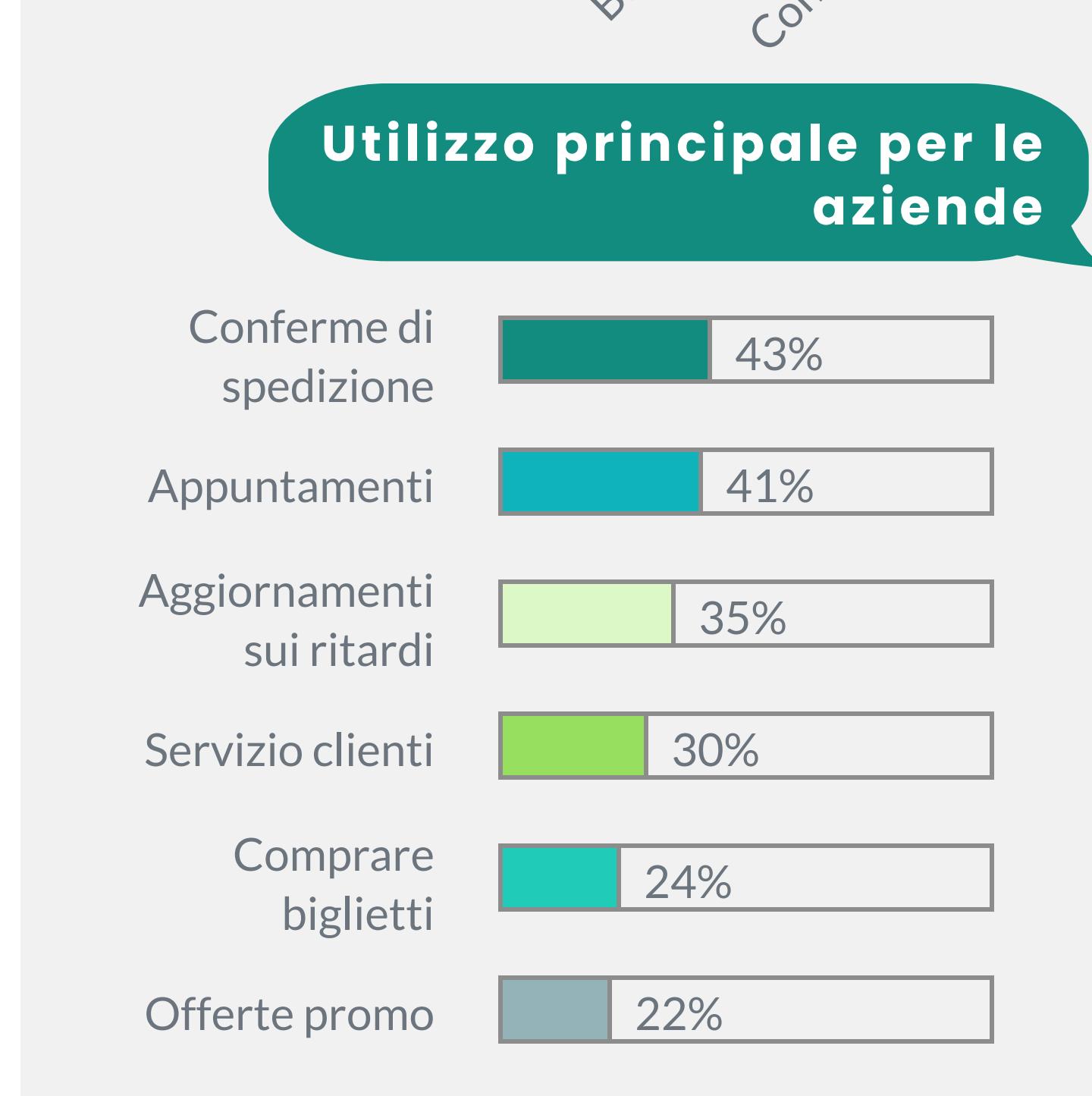
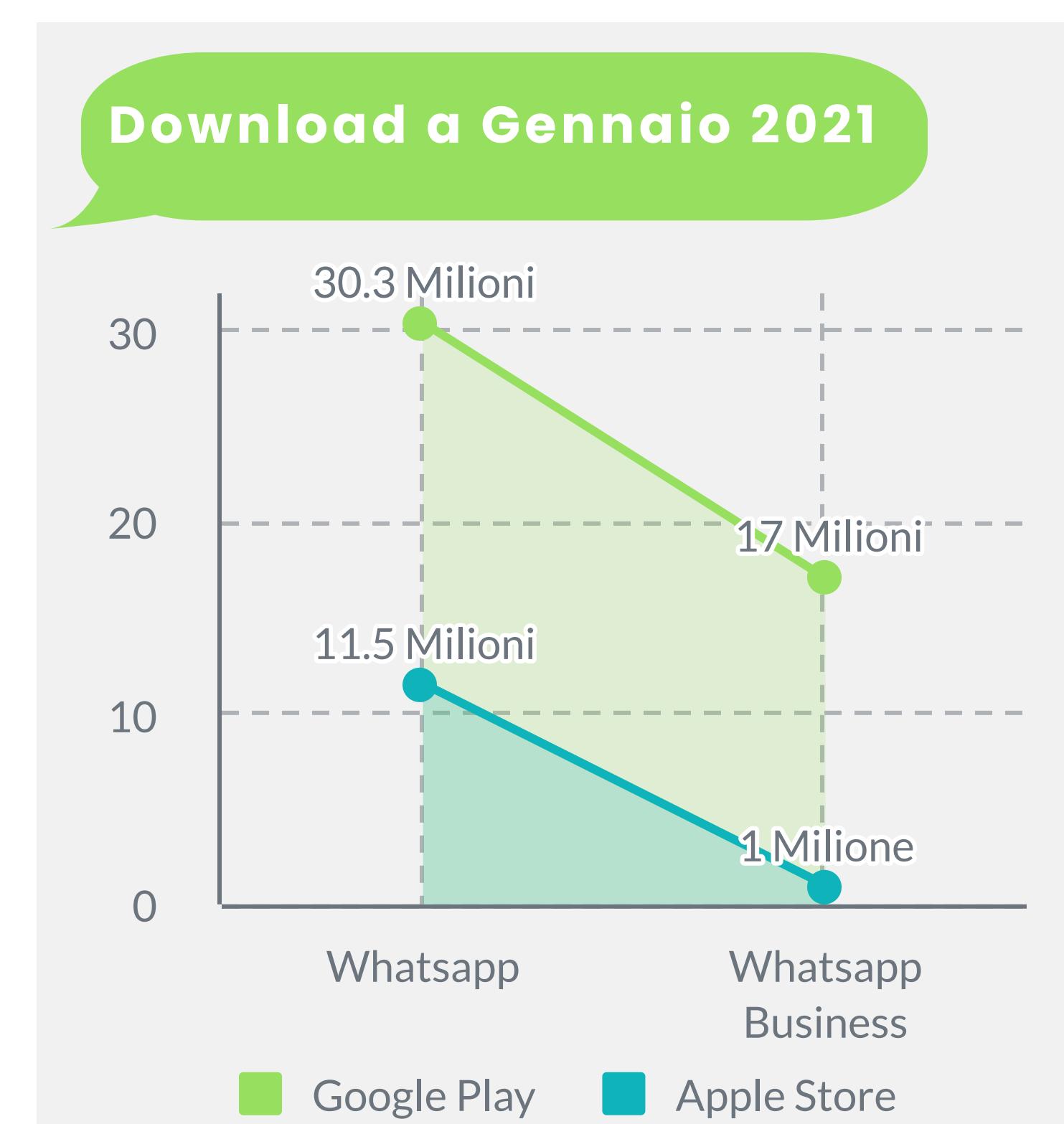
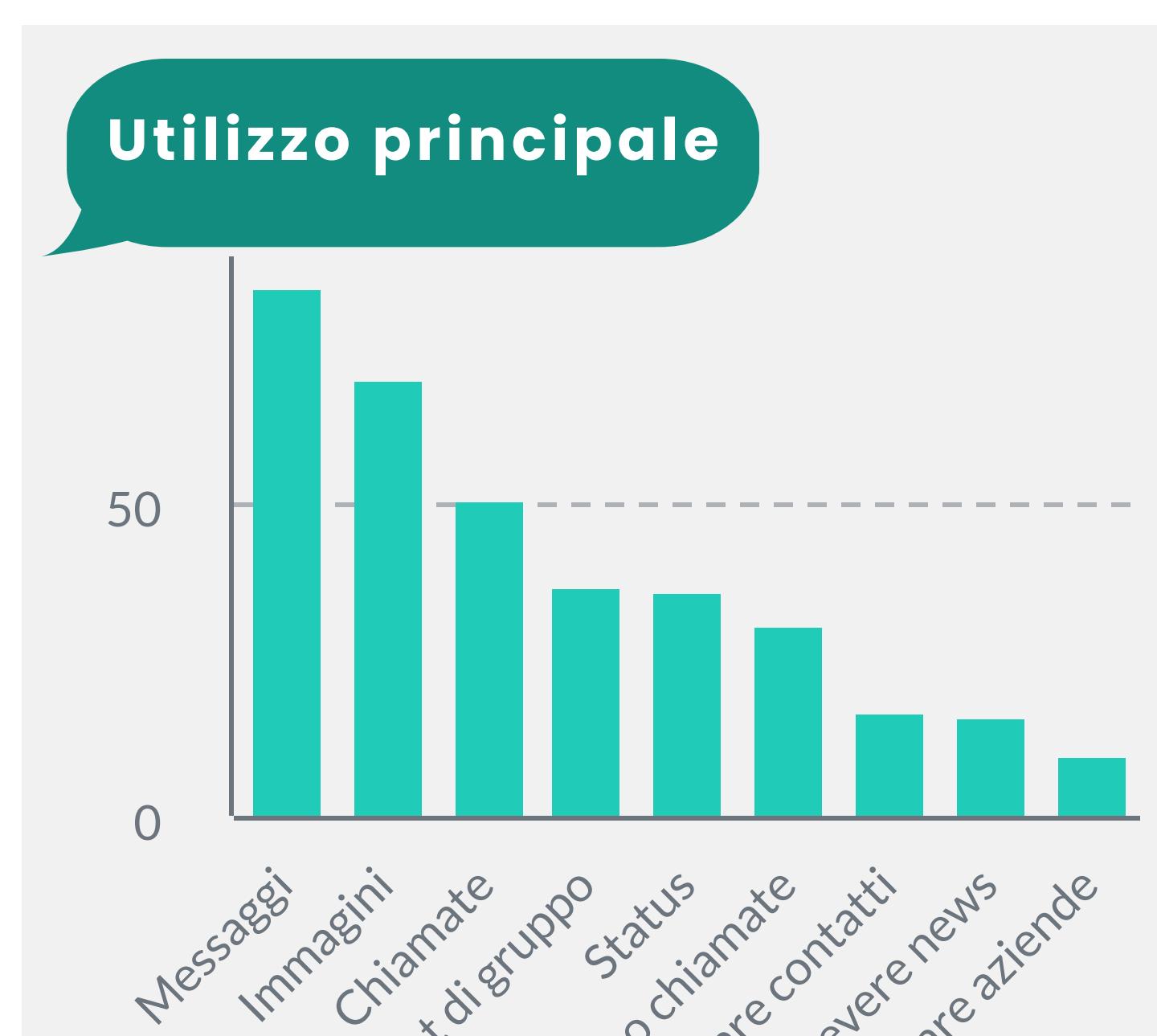
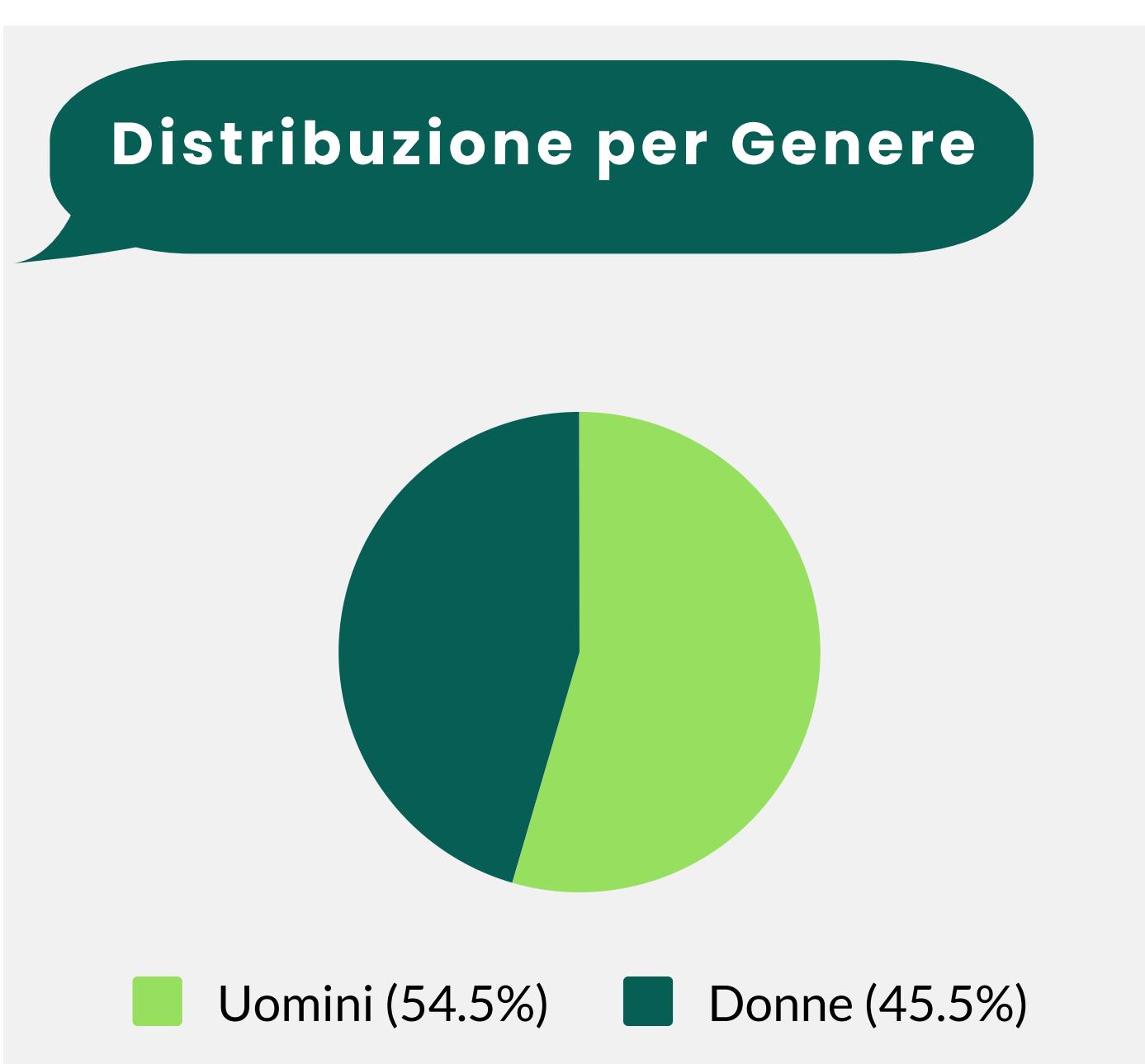
Whatsapp

Utilizzo Principale
Messaggistica



M.A.U.
(in milioni)

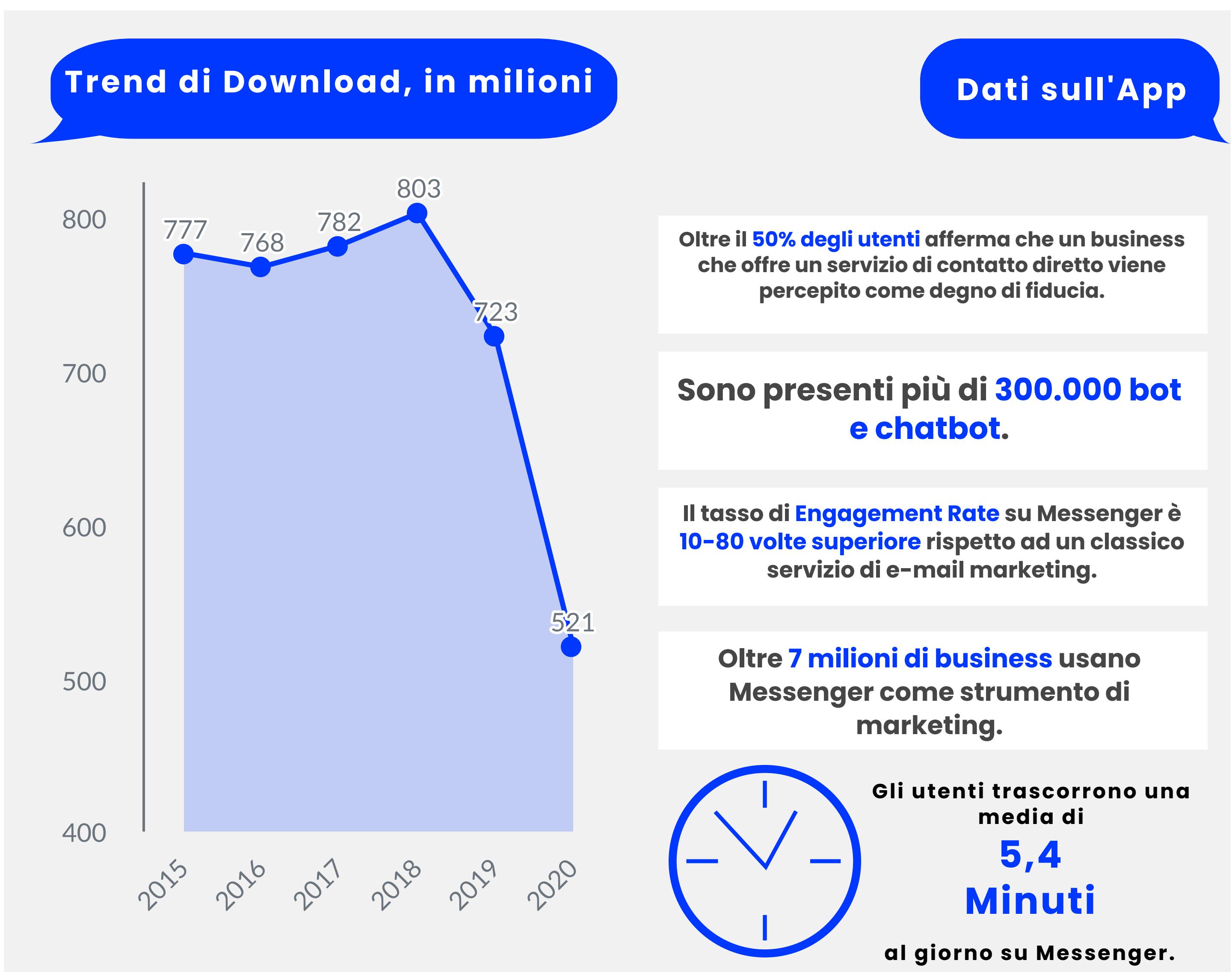
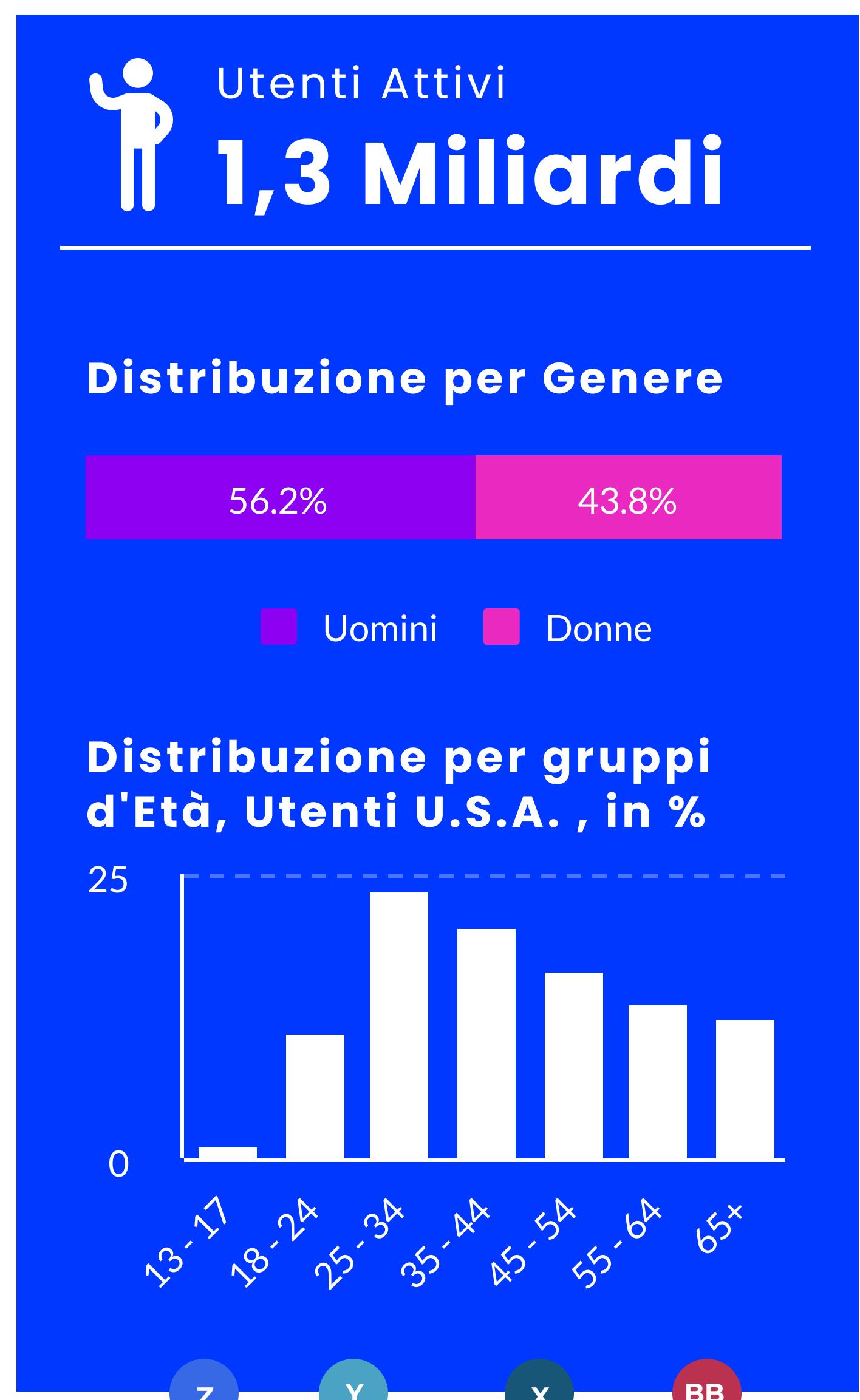
1) India	6) Messico
390	62
2) Brasile	7) Germania
108	48
3) U.S.A.	8) Italia
75	35
4) Indonesia	9) Spagna
68	33
5) Russia	10) Regno Unito
64	30





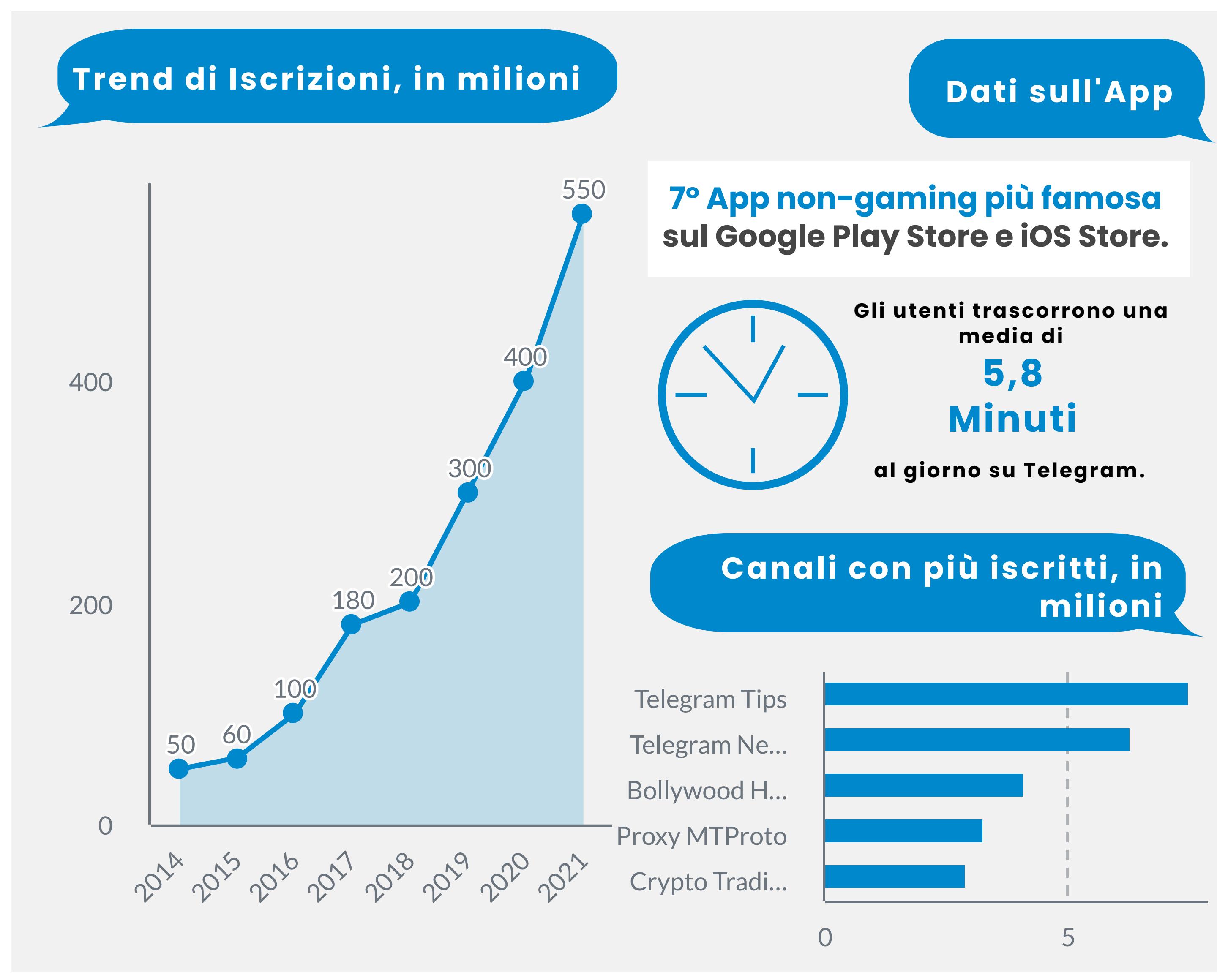
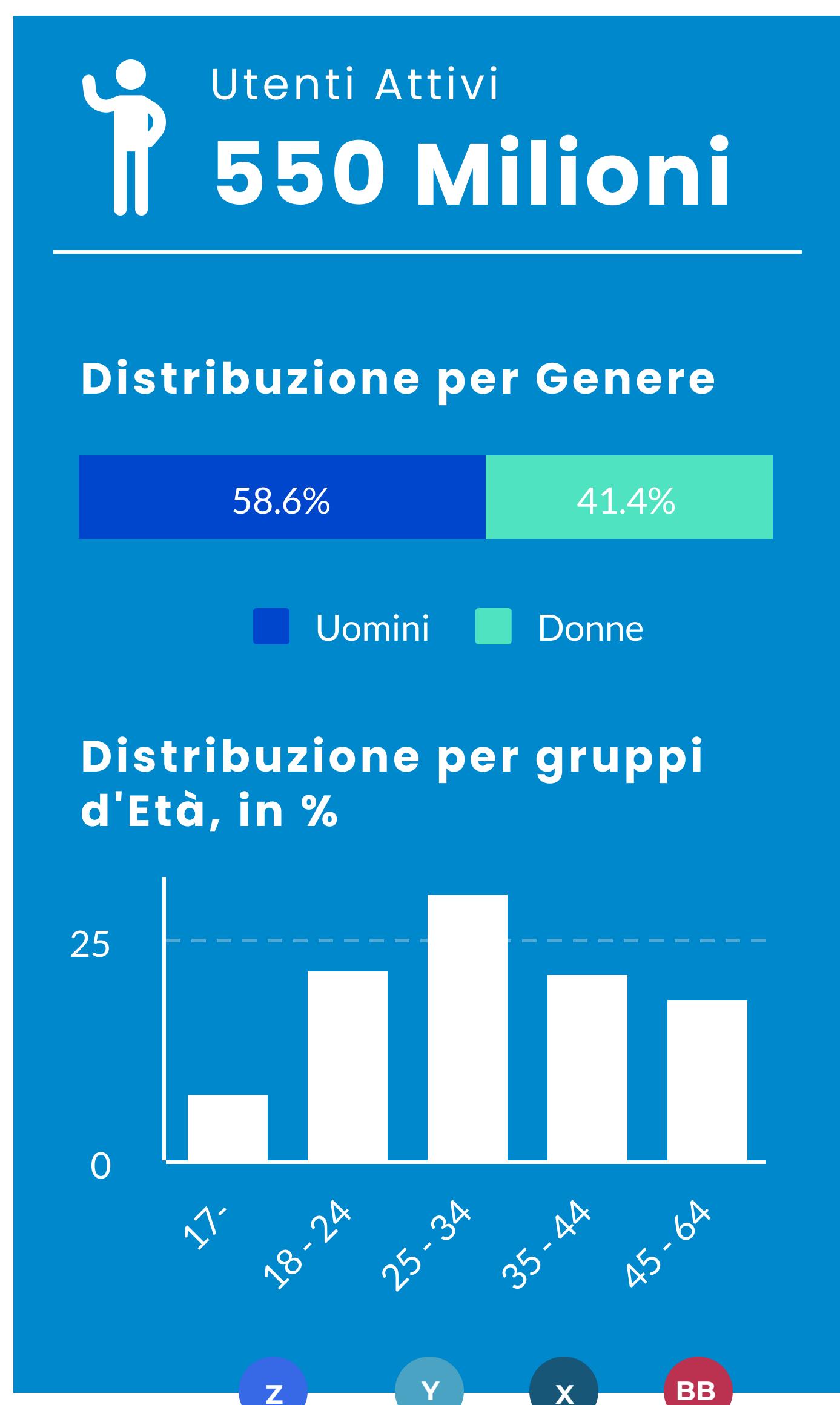
FB Messenger

Utilizzo Principale
Messaggistica



Telegram

Utilizzo Principale
Messaggistica





WeChat

Utilizzo Principale
Messaggistica



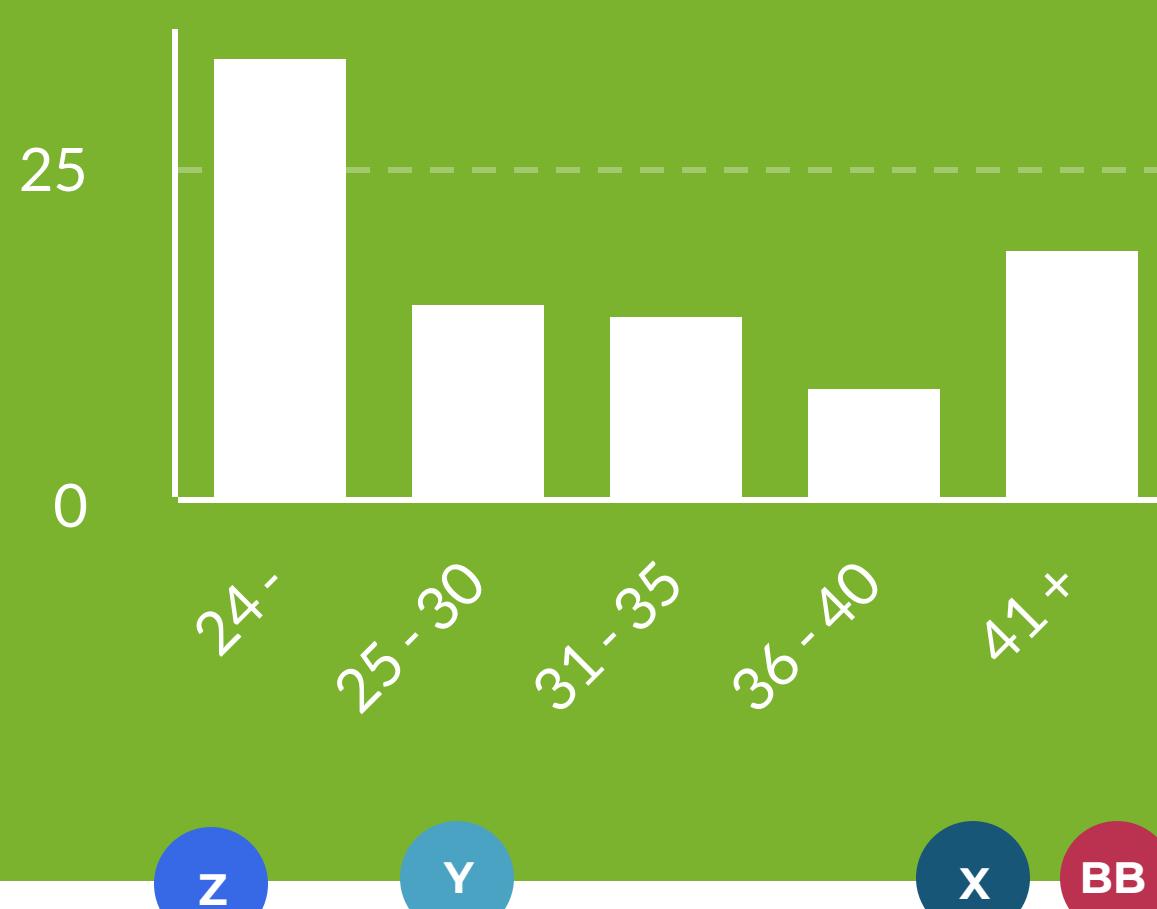
Utenti Attivi
1,2 Miliardi

Distribuzione per Genere



Uomini Donne

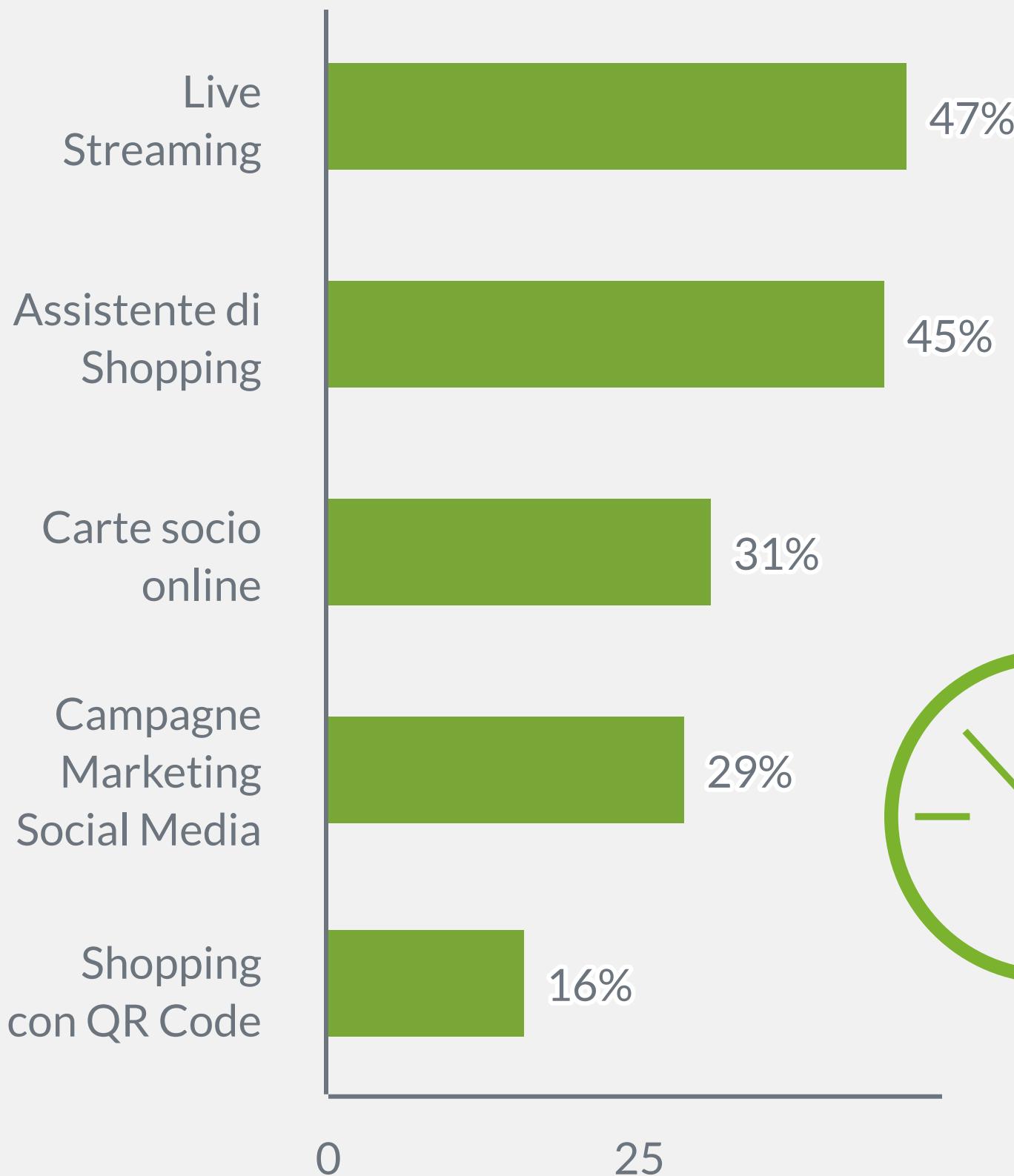
Distribuzione per gruppi d'Età , in %



z y x BB

Tipo di utilizzo dei Mini-Programmi*, in %

* I Mini-Programmi sono dei servizi offerti da terze parti.



WeChat Pay è il secondo brand di pagamento online più usato in Cina.

#1 Social Media di messaggistica in Cina.

Gli utenti trascorrono una media di **66 Minuti** al giorno su WeChat.



Line

Utilizzo Principale
Messaggistica



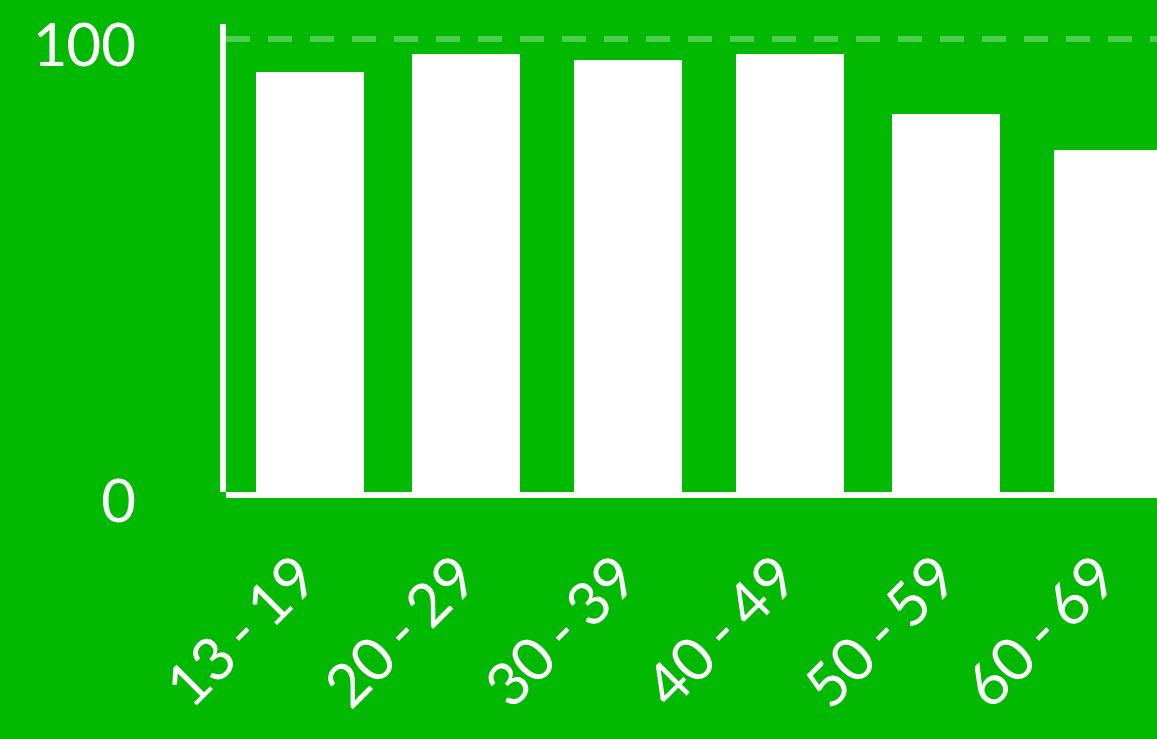
Utenti Attivi
169 Milioni

Distribuzione per Genere (dati relativi agli utenti in Giappone)



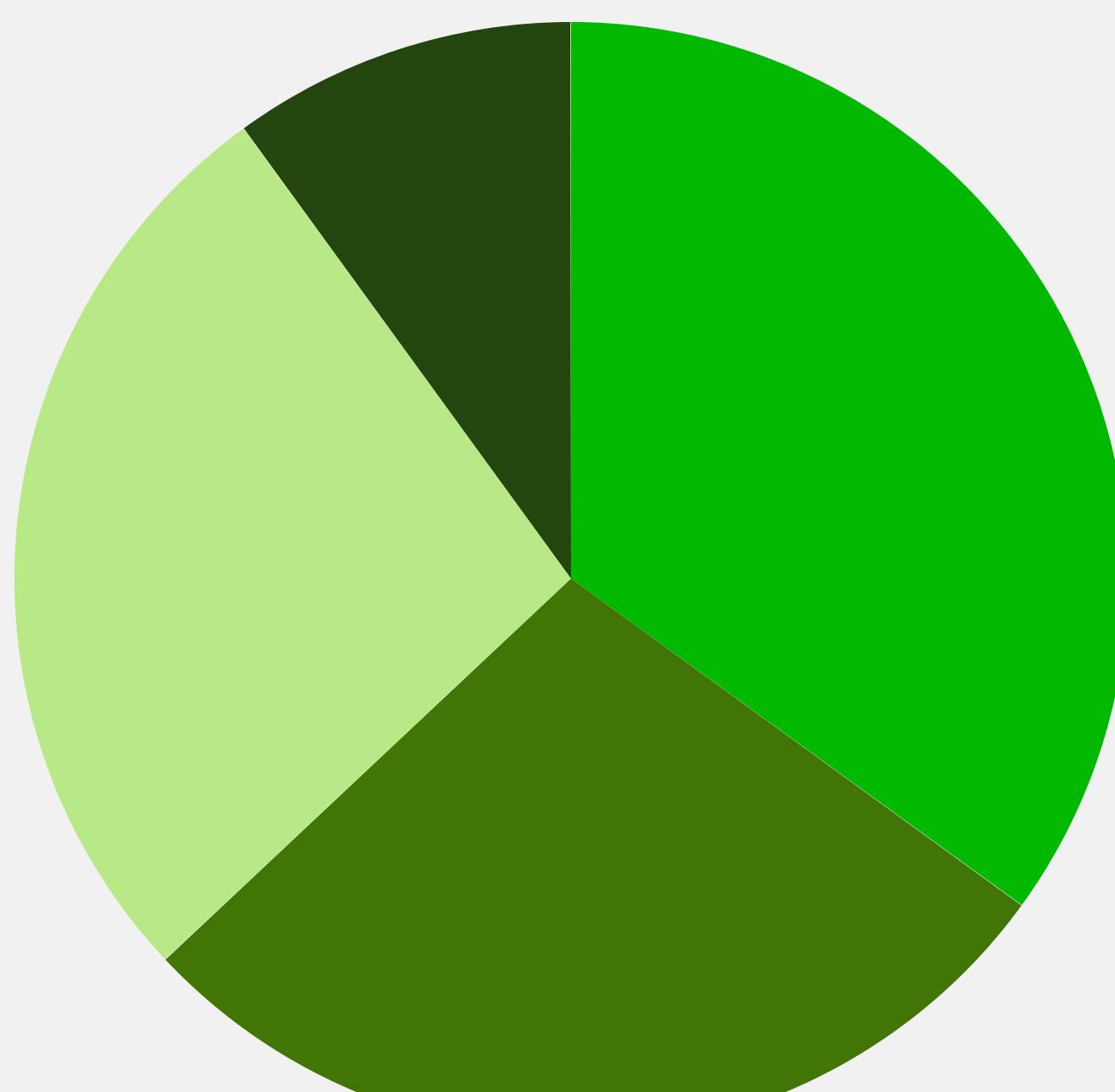
Uomini Donne

Penetrazione per gruppi d'Età, utenti giapponesi, in %

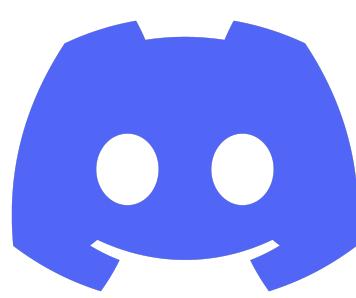


z y x BB

Paesi con più utenti, in %

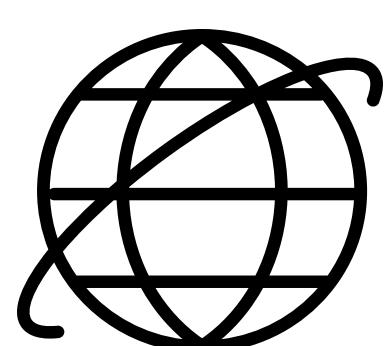
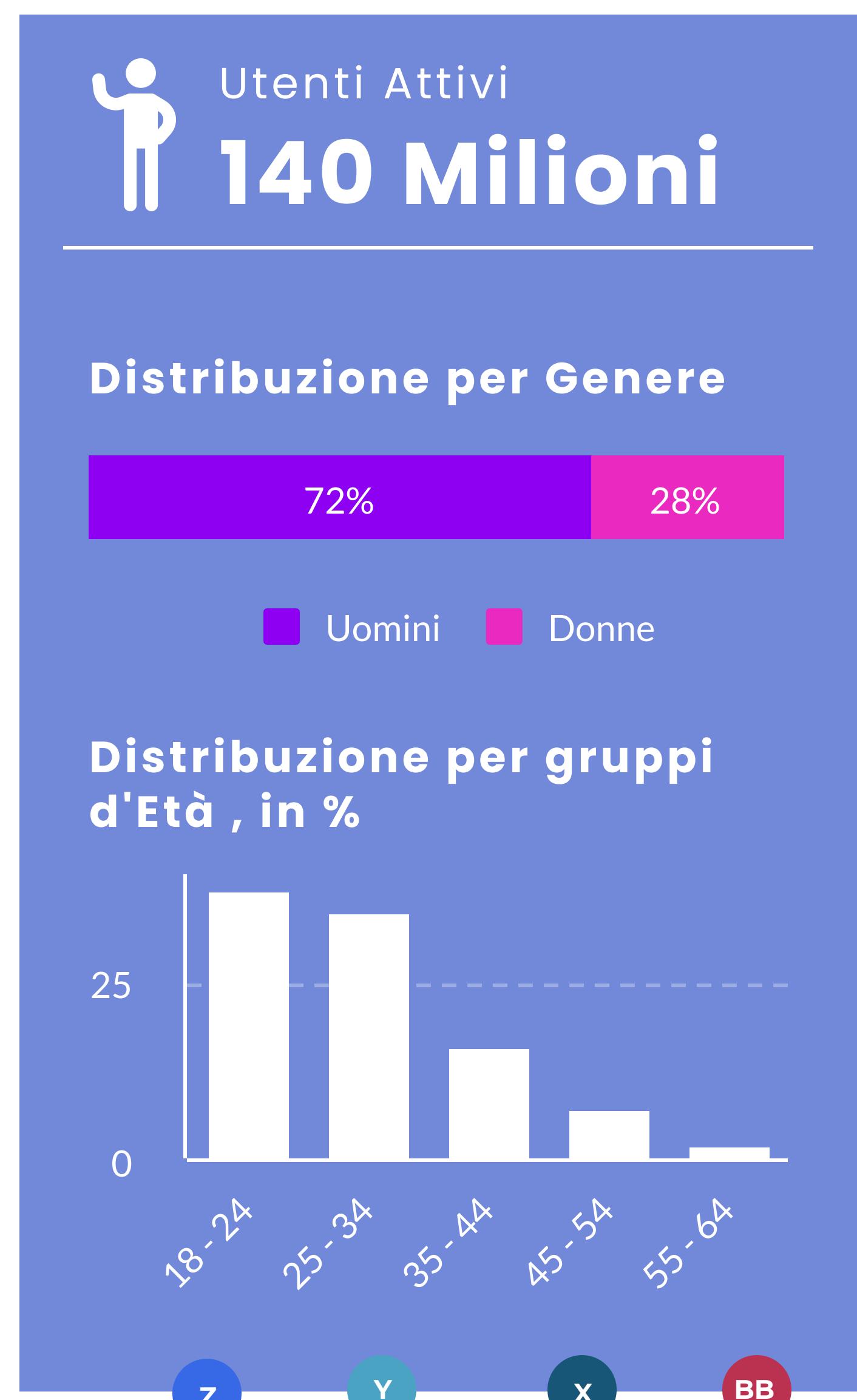


Taiwan (35%) Thailandia (28%)
Giappone (27%) Altro (10%)



Discord

Utilizzo Principale
Messaggistica



Sitografia

- <https://wearesocial.com/>
- <https://www.oberlo.it/>
- <https://www.statista.com/>
- <https://www.businessofapps.com/>
- <https://www.similarweb.com/>
- <https://vincos.it/>
- <https://www.visualcapitalist.com/>
- <https://www.contenutidigitali.net/>
- <https://trends.google.it/>