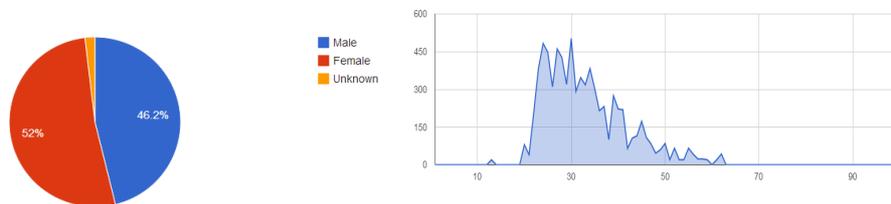


## SOCIAL MEDIA WEEK WORLD (Feb. 2013). Attendee's satisfaction. Opinioni e profilazione dei partecipanti

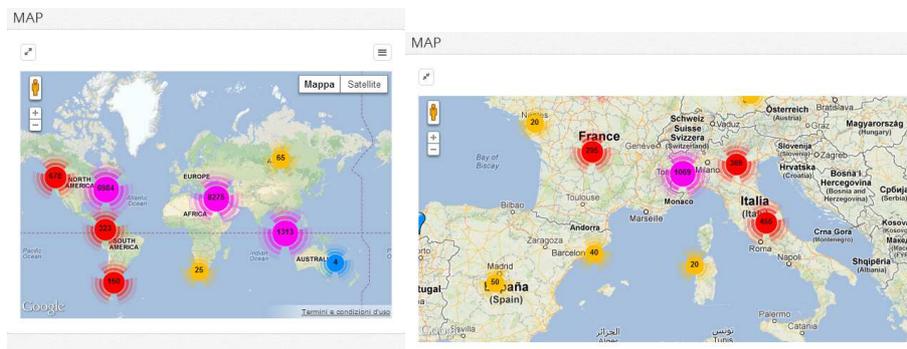
Dal 18 al 22 febbraio 2013 si è tenuta a Milano, e in contemporanea a Copenhagen, Doha, Amburgo, Lagos, Miami, New York, Parigi, Singapore, Tokyo, e Washington DC la Social Media Week, seguita in streaming da tutto il mondo.

I partecipanti hanno potuto rispondere, immediatamente dopo l'evento, a un questionario di oltre 20 domande collegato ai loro profili sociali. Pick1 ha realizzato una indagine, che ha permesso di capire meglio come hanno vissuto questa esperienza e di conoscerli nei loro gusti e preferenze approfonditamente, in modo semplice, spontaneo, ed immediato, **senza alcun questionario di profilazione**. Hanno partecipato all'indagine quasi 1000 persone da tutto il mondo, gratuitamente e senza alcun tipo di compenso/reward. usando **diversi touchpoint (sito, facebook, youtube, twitter, direct email)**. Si tratta in leggera prevalenza di donne, hanno una età intorno ai 20-30 anni soprattutto, ma non mancano gli over 50.

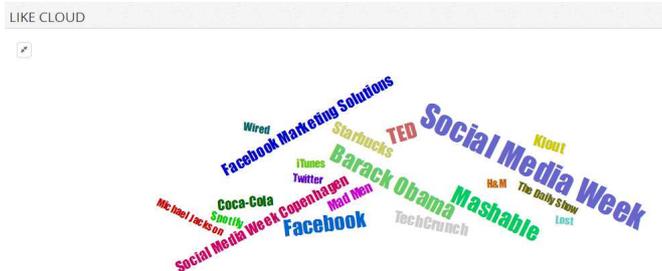
Distribuzione per sesso ed età



Concentrazione dei partecipanti rispetto ai continenti ed in Italia (visione aggregata)



Profilazione complessiva degli interessi



Gli interessi sono molto legati al mondo tech/digital/social (klout, facebook, spotify etc). La prevalenza degli americani (48% delle risposte) è evidente anche dal riferimento al Presidente Obama, che però è seguitissimo in tutto il mondo. Starbucks è il primo brand seguito, il secondo Coca-Cola ed il terzo H&M, tutti con una intensità notevole. Per la TV raccolgono maggiore interesse le due serie televisive Mad Men e Lost. Il primo artista citato è Micheal Jackson, ma risulta meno rilevante dei brand di cui sopra.



Autore:



**Simone De Battisti** - [it.linkedin.com/in/simonedebattisti/](https://it.linkedin.com/in/simonedebattisti/)

Direttore Ricerche Lorien

Advisory Board Member Doochoo (Pick1)

Sociologo con la passione della statistica, da ricercatore a direttore di ricerca ha sempre prestato grande attenzione alla ricerca e sviluppo di nuovi prodotti (pricing, socio culturali, modellistica, ascolto della rete). Negli ultimi anni ha vissuto l'avvento del mondo digitale e dei social media sperimentando la co-progettazione, l'innovazione tecnologica e la sfida ai cambiamenti di paradigmi di ricerca, mktg e comunicazione.

Ha frequentato il Master Advanced Research Methods and Statistics alla City University of London, ed è Laureato in Scienze Politiche alla Statale di Milano. Ha lavorato presso Ipsos, MillwardBrown, GPF.

#### **Pubblicazioni Scientifiche, tra statistiche e social life**

*Social Winner 2013 , AAVV. Di R. Luna e M. Pratellesi, e-book marzo 2013*

*Wikicrazia, l'arte del governo al tempo della rete, Navarra Editore, 2011 (Contributor)*

*Corporate Social Strategy delle Società ftse mib, Politeia, Settembre 2010*

*Influenza dei fattori normativi sulla partecipazione elettorale nel mondo 1945-95, Osservatorio Elettorale, 2001*

**Doochoo, inc**, internet company, vincitrice di Start Up Chile nel 2012, incubata presso 500 Startups a San Francisco, Fondata da Armando Biondi e Paolo Privitera. Ha sviluppato pick1: big data for opinions, retargeting via automated market research. [www.pick1.com](http://www.pick1.com)

**Lorien Consulting**, società di ricerche di mercato specializzata nella produzione di analisi, studi e ricerche integrate nei processi sociali, di marketing e di comunicazione, fondata da Antonio Valente nel 2001, parte di WPP Italia. [www.lorienconsulting.it](http://www.lorienconsulting.it)