

Quanto le auto possano essere “votate” come attraenti o preferite sul web è questione di sistemi dei profili Social o di nazionalità? Sono state analizzate le preferenze su determinati modelli, con i maggiori o minori punteggi, di un profilo e dei britannici. Gli italiani viaggerebbero sulle stesse idee o si capovolgerebbe tutto? A voi l’arduo pensiero.



Le votazioni sulle auto più attraenti, preferite, agognate, può cambiare a seconda del tipo di Social web? Influisce la nazionalità? E' tutto un po' "oscuro".

Ma la **curiosità** è lecita. Quindi siamo andati a considerare i risultati scaturiti dal Social Tinder secondo le preferenze dei britannici. La domanda sul fatto se per gli italiani i risultati potrebbero aderire, o avvicinarsi a quelle considerate è abbastanza spontanea.

Per esempio, a MotorAge.it abbiamo voluto considerare un'analisi di Click4Reg. Con i **risultati complessivi** e quelli ottenuti da due profili di Tinder (uno **maschile** e uno **femminile**).

Salta fuori che "innamoramento" o scarsa considerazione per [determinati modelli di auto](#), subentrano anche altri fattori utilizzati dagli utenti per mettersi in luce o distinguersi. Come l'espone sul profilo la **propria immagine** accanto ad una determinata automobile. Appare comunque un po' strano che nelle classifiche risultanti non siano le supercar ad emergere.

Come i blog influiscono sui risultati. Ecco le preferenze generali

Ci si è chiesto se alcune funzionalità di un profilo di Tinder possano influenzare l'interesse che l'utente riceve. Sono stati creati due account Tinder (uno maschile e uno femminile), cambiando la foto del profilo principale ogni 300 interazioni.

Ad ogni modifica del profilo, l'utente ha pubblicato una foto accanto a una delle 15 auto che risultavano popolari. Facile poi determinare quali auto aumentano e diminuiscono le possibilità dell'utente di ricevere un commento.

Quali auto "accendono" l'interesse?

Secondo gli utenti di Tinder, la **Mercedes-Benz-Classe C** è l'auto più attraente. Con una percentuale di preferenze del 72,6%, ha ricevuto 218 preferenze sui 300.

Pur costando ben più del doppio, la **Land Rover Range Rover Sport** è risultato il secondo modello di auto più votato tra gli utenti dell'app predisposta. Nell'elenco ha conquistato 213 utenti, per una percentuale di successo del 71%.

In terza piazza si rimbalza direttamente a un segmento lontanissimo, con, a sorpresa, la **Volkswagen Polo**. Come a dimostrare che anche un'auto "popolare" ha ancora la possibilità di conquistare ammirazione. Oppure che qualche legge del **marketing** riesce ad avere un'influenza "di peso"? Ha ricevuto 210 voti su 300, (70%).

Altre auto capaci di insediarsi ai piani alti della classifica "delle preferite" dai profili social, ecco BMW Serie 3, Volkswagen Golf, MINI Cooper e Audi A3.



Auto classificate, ma in coda

Nella lista dei modelli comunque votati, o considerati, l'auto meno attraente risulterebbe la Toyota Yaris, con 151 preferenze su 300 potenziali followers. Sarebbe il tasso di successo più basso, corrispondente al 50,3%, ovvero il 22,3% in meno rispetto alla Mercedes-Benz-Classe C. Una dimostrazione che le auto meno costose non hanno potenziali vantaggi.

La successiva auto poco popolare sui profili social risulterebbe la Hyundai i10, la quale è pure la seconda auto più economica della lista. Per lei, un 52,3% di segnalazioni degli utenti; 157 su 300 potenziali scelte.

La Nissan Micra pare la terza auto meno coinvolgente, con 166 punti su 300. Altra utilitaria economica, ma con solo il 54% di possibili scelte.

Questa descritta si riferisce a una situazione generale. Ma il test è andato anche a differire le considerazioni e gli apprezzamenti a seconda del sesso.

E non mancano le sorprese!

Le scelte delle Donne

Per il pubblico del sito Social riferito alle sole donne, la situazione in realtà segue abbastanza le tendenze generali.

Ecco che nel quintetto di testa si posizionerebbero i seguenti modelli.

- Mercedes-Benz-Classe C
- Land Rover Range Rover Sport
- BMW Serie 3
- Audi A3
- Volkswagen Polo

Le idee degli uomini

Le posizioni cambiano nelle preferenze dei maschi, con una “new entry”.

Ed ecco il quintetto di testa.

- Land Rover Range Rover Sport
- Audi A3
- Volkswagen Polo
- Mercedes-Benz-Classe C
- Fiat 500

Nell'intervistare 4.375 persone, l'analisi test avrebbe scoperto che l'11% sarebbe anche propenso a fare scelte differenti se una bella auto al proprio fianco in foto portasse gradimenti ai propri profili Social. Almeno il 24% ammette che probabilmente lo farebbe.

È interessante notare che il 12% sarebbe sicuramente penalizzato nel profilo di Tinder mostrandosi con un'auto vecchia o obsoleta. Un enorme 33% ammette che probabilmente lo sarebbe, e anche questo condiziona parecchio le personali scelte nelle votazioni.

Chiedendo alle persone con profili social se avrebbero scattato una foto con l'auto di qualcun altro nel tentativo di ricevere più condivisioni, il 22% ammette che lo farebbe sicuramente. Un buon 47% lo considera come una concreta probabilità!

Addirittura, 1 su 4 prenderebbe anche in considerazione l'idea di noleggiare appositamente un'auto “di tendenza” per ottenere vantaggi nel proprio profilo.

REVEALED: DOES YOUR CAR MAKE YOU MORE ATTRACTIVE ON TINDER?



CAR NUMBER OF MATCHES SUCCESS RATE

CAR	NUMBER OF MATCHES	SUCCESS RATE
MERCEDES-BENZ-C-CLASS	218	72.6%
LAND ROVER RANGE ROVER SPORT	213	71%
VOLKSWAGEN POLO	210	70%
BMW 3 SERIES	204	68%
VOLKSWAGEN GOLF	200	67%
MINI COOPER	198	66%
AUDI A3	196	65.3%
VAUXHALL CORSA	194	64.6%
FORD FIESTA	189	63%
SEAT IBIZA	184	61%
FIAT 500	172	57.3%
RENAULT CLIO	166	55.3%
NISSAN MICRA	162	54%
HYUNDAI I10	157	52.3%
TOYOTA YARIS	151	50.3%

0 10 20 30 40 50 60 70 80