

Report

Primo trimestre 2019 (1 gennaio - 31 marzo 2019)

Il seguente report esamina alcuni aspetti derivanti dal monitoraggio del traffico dei profili e delle pagine dei social network istituzionali del Comune di Lodi.

Analizzeremo gli insights di Facebook e gli analytics di Twitter e in ultima istanza le statistiche del sito web del Comune di Lodi (www.comune.lodi.it).

Prenderemo in considerazione il numero dei followers e i loro comportamenti a seguito di un certo tipo di pubblicazione, per poter comprenderne le dinamiche.

Analizzeremo le reazioni del pubblico alle informazioni pubblicate sui canali.

Cercheremo di comprendere, infine, quali sono i comportamenti degli utenti che navigano sul sito del Comune di Lodi.

Tenteremo di evidenziare le criticità per poter apportare delle migliorie sia ad un livello tecnico che di approccio nei confronti del pubblico che segue il Comune di Lodi attraverso i vari canali di comunicazione.

I dati sono aggiornati al 31 marzo 2019.

SOCIAL NETWORKS

Facebook



Informazioni generali:

Piace a **6993** persone

Seguono questa pagina **7244**

Followers generali

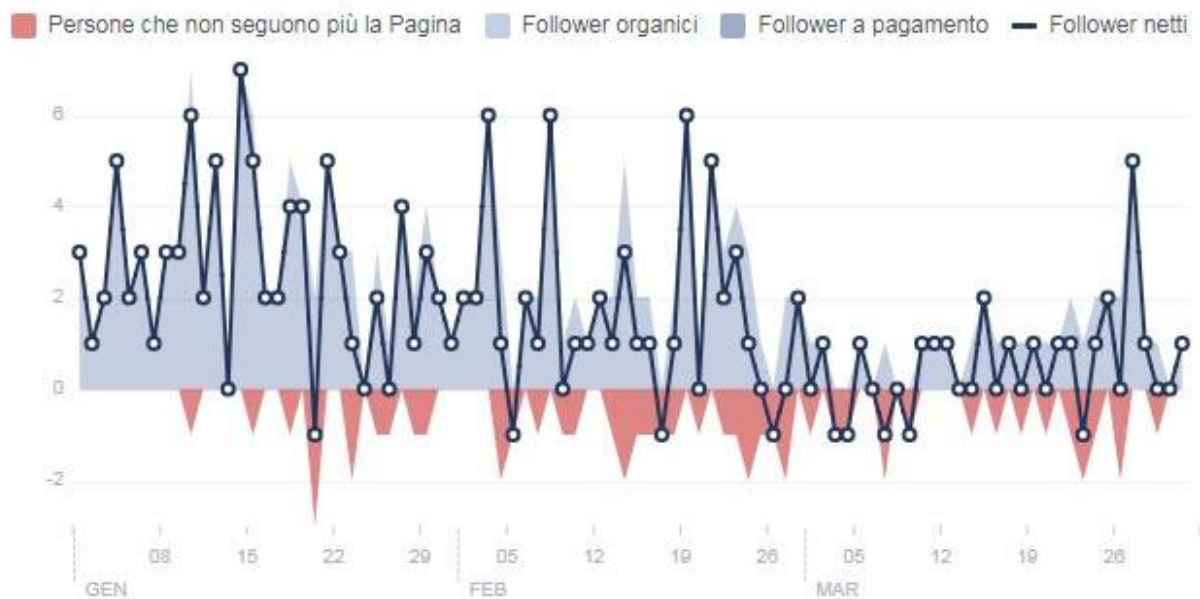


Il numero di followers è tendenzialmente in crescita in modo costante. La pagina è passata da poco più di 7000 followers a 7244: circa 200 in più rispetto allo scorso quadrimestre.

Per followers si intendono le persone che sono interessate ai contenuti della pagina e vogliono rimanere informati in maniera assidua. La persona diventa follower nel momento in cui clicca sul bottone "seguì" di Facebook.

Followers netti

Followers netti mostra il numero di nuovi follower meno il numero di persone che hanno smesso di seguire la Pagina.



La crescita si registra anche per quanto riguarda il conteggio dei followers al netto di chi non segue più la pagina. Il calo è fisiologico, il bilancio resta positivo.

"Mi piace" netti

"Mi piace" netti mostra il numero di nuovi "Mi piace" meno il numero di "Non mi piace più".



Si notano i picchi per quanto riguarda i "mi piace" in corrispondenza della seconda metà di gennaio, dopo la pubblicazione del post sulla squadra di Hockey pista della

città. Altri picchi che rientrano nella normalità implicano notizie inerenti alla categoria #BuoneNotizie.

Copertura totale

Il numero di persone a cui è apparso nello schermo un contenuto della tua Pagina o relativo ad essa. Si tratta di una stima.



Il grafico descrive il numero di volte in cui sono apparsi i post pubblicati nella pagina sugli schermi degli altri utenti: il picco massimo si registra con il post che riguarda l'Amatori Hockey.

Reazioni, commenti, condivisioni e altro

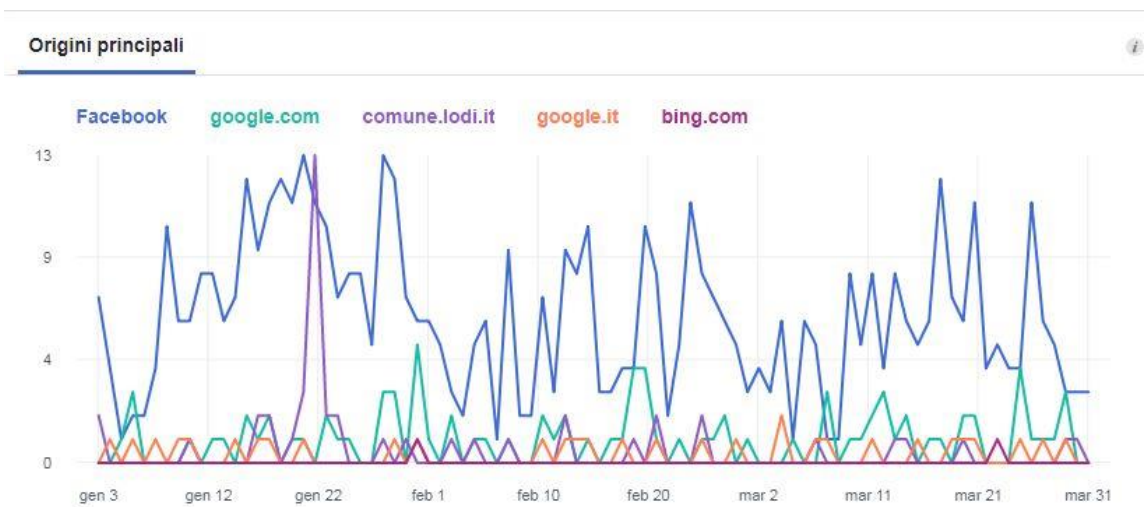
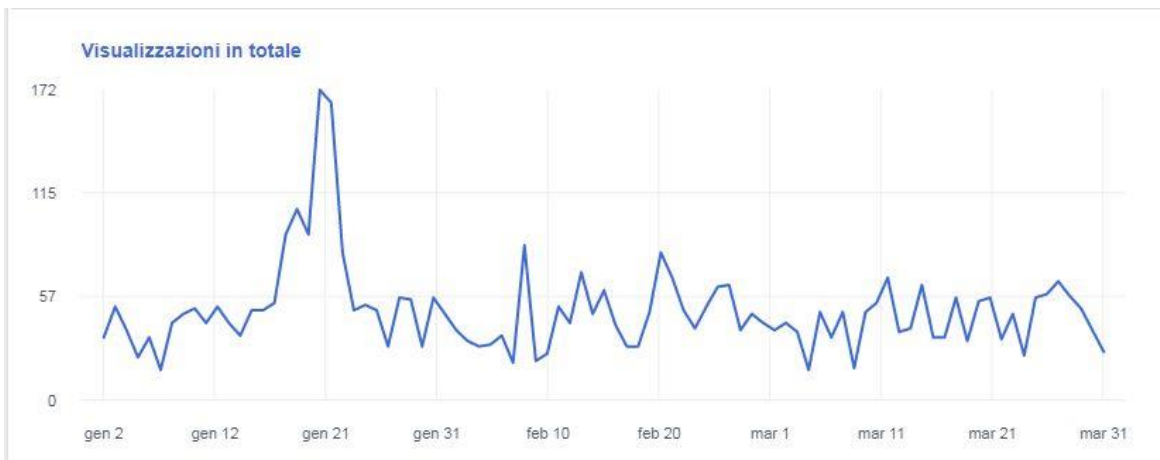
Queste azioni ti permetteranno di raggiungere più persone.



Le reazioni (faccine, cuore, wow...) sono sempre in concomitanza con buone notizie e informazioni inerenti il Comune. Si notano alcuni picchi per quanto riguarda la voce 'commenti': di norma ciò avviene in relazione a post che hanno creato polemiche e che tendenzialmente non erano 'in tema' col post in questione.

Si tratta in particolare del 'caso mense' e del 'tavolo inclusivo' all'Isola Carolina.

Il trend delle condivisioni combacia con quello delle reazioni ma con intensità minori.



Le persone raggiungono la pagina FB del Comune di Lodi attraverso lo stesso motore di ricerca di Fb e vi è la presenza di un singolo picco che proviene dal link del sito del Comune (www.comune.lodi.it).

E' più raro che si arrivi alla pagina attraverso i motori di ricerca tradizionale: benchè minoritario è comunque costante, quindi il dato non è da sottovalutare.



La voce 'nascondi post' ha una tendenza fisiologica di abbandono, seppur con un picco tra il 19 gennaio e il 26 febbraio. Rivedendo i post pubblicati, non può trattarsi di un solo post ad aver causato la reazione dei followers.

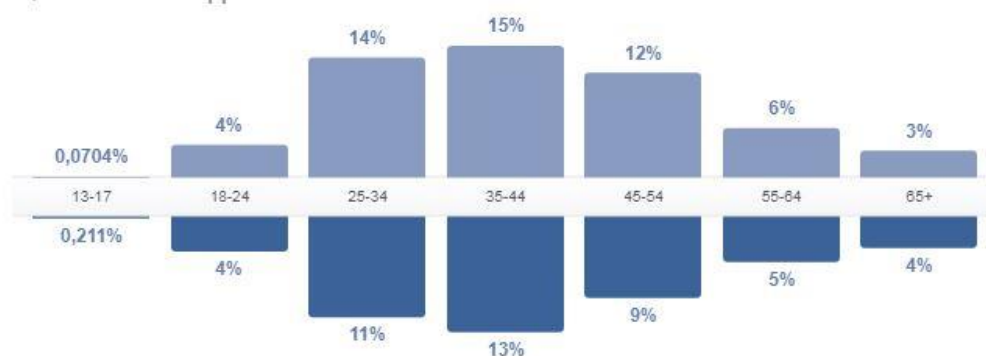
Visionando ci si può imbattere in "Nascondi post" in riferimento alla news della celebrazione della prima festa della Polizia Locale e in quella che annuncia l'evento "Make My Day".

Donne

■ 53%
I tuoi fan

Uomini

■ 47%
I tuoi fan



| Paese | I tuoi fan | Città | I tuoi fan | Lingua | I tuoi fan |
|-----------------------|------------|---------------------------|------------|-----------------------|------------|
| Italia | 6635 | Lodi, Lombardia | 3466 | Italiano | 6405 |
| Brasile | 72 | Milano, Lombardia | 886 | Inglese (USA) | 151 |
| Germania | 32 | Crema, Lombardia | 103 | Inglese (Regno Unito) | 106 |
| Regno Unito | 31 | Sant'Angelo Lodigiano,... | 97 | Portoghese (Brasile) | 76 |
| Francia | 30 | Roma, Lazio | 94 | Rumeno | 69 |
| Stati Uniti d'America | 26 | Lodi Vecchio, Lombardia | 82 | Francese (Francia) | 67 |
| Spagna | 24 | Piacenza, Emilia-Roma... | 64 | Arabo | 57 |
| Romania | 23 | Codogno, Lombardia | 55 | Spagnolo | 49 |
| Egitto | 18 | Casalpusterleno, Lom... | 51 | Spagnolo (Spagna) | 20 |
| Argentina | 17 | Pavia, Lombardia | 48 | Albanese | 18 |
| Altro... | | | | | |

La fascia anagrafica maggioritaria di utenti che segue la pagina Fb del Comune è compresa tra i 25 e i 54 anni, mentre solo il 4% di utenti compresi tra la maggiore età e i 24 anni segue la pagina.

Ciò attesta uno scarso appeal dell'immagine della pagina nei confronti dei più giovani.

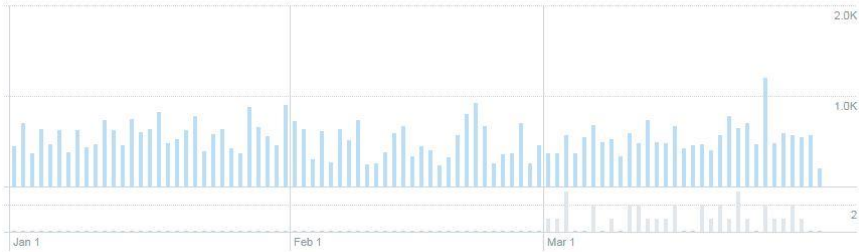
Gli utenti dei Paesi, oltre l'Italia, che seguono la pagina provengono per la maggior parte dal Brasile e secondariamente da paesi mitteleuropei e dagli USA.

La seconda lingua più usata è l'inglese e a ruota seguono portoghese, rumeno, francese, arabo e spagnolo.

TWITTER

| | | | | | |
|-------|-----------|----------|----------|-------|---------|
| Tweet | Following | Follower | Mi piace | Liste | Momenti |
| 4.225 | 173 | 2.683 | 55 | 1 | 1 |

I tuoi Tweet hanno guadagnato **48.4K visualizzazioni** in questo periodo di **90 giorni**



Interazioni

Visualizzazione di 90 giorni con frequenza giornaliera

Tasso di interazione

0.5%

Mar 31
1.0% tasso di interazione



Clic sul link

161

Mar 31
0 clic sul link



In media hai guadagnato **2 clic sul link** al giorno

Retweet

4

Mar 31
0 retweet



In media hai guadagnato **0 retweet** al giorno

Mi piace

28

Mar 31
0 mi piace



In media hai guadagnato **0 mi piace** al giorno

Risposte

2

Mar 31
0 risposte

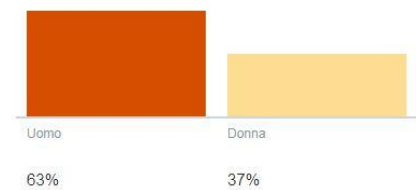


In media hai guadagnato **0 risposte** al giorno

Interessi

| Nome dell'interesse | % del pubblico |
|--|----------------|
| Cani | 100% |
| Notizie scientifiche | 99% |
| Spazio e astronomia | 98% |
| Meteo | 98% |
| Satira (Hobby e interessi) | 96% |
| Tecnologia | 96% |
| Notizie sulla tecnologia | 91% |
| Festival musicali e concerti | 91% |
| Novità dal mondo dell'istruzione e informazioni generali | 87% |
| Notizie sportive | 87% |

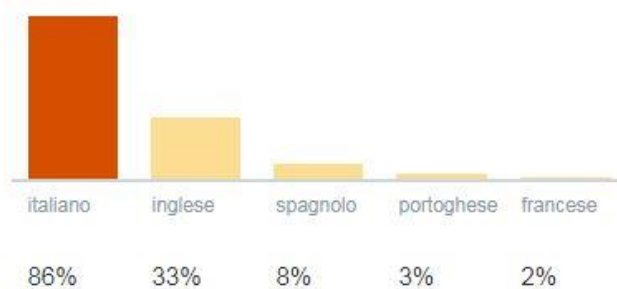
Genere



Temi di attenzione molto generici per chi segue il Comune su twitter. Impossibile definire una strategia di engagement perché gli interessi spaziano dai cani, al meteo fino alle notizie scientifiche.

Si potrebbe puntare sulla voce festival musicali e concerti.

Lingue



Tra le lingue di chi è followers predomina l'inglese.

Zona geografica

| Stato o regione | % del pubblico |
|-------------------------------------|----------------|
| Lombardia / Lombardy, IT | 24% |
| Lodi, IT | 11% |
| Milano / Milan, IT | 8% |
| Lazio, IT | 4% |
| Roma / Rome, IT | 3% |
| Emilia Romagna / Emilia-Romagna, IT | 2% |
| Piemonte / Piedmont, IT | 2% |
| Toscana / Tuscany, IT | 2% |
| Veneto, IT | 1% |
| California, US | 1% |

Paese

| Nome del Paese | % del pubblico |
|-------------------|----------------|
| Italia | 74% |
| Spagna | 4% |
| Stati Uniti | 3% |
| Brasile | 2% |
| Argentina | 2% |
| Francia | 1% |
| Federazione Russa | 1% |
| Germania | 1% |
| Turchia | < 1% |
| Thailandia | < 1% |

Instagram



comunedilodi

[Modifica il profilo](#)



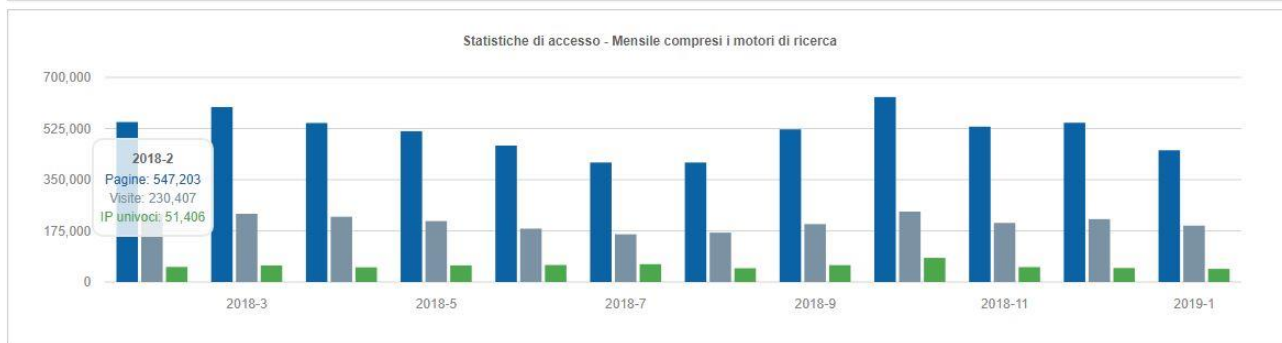
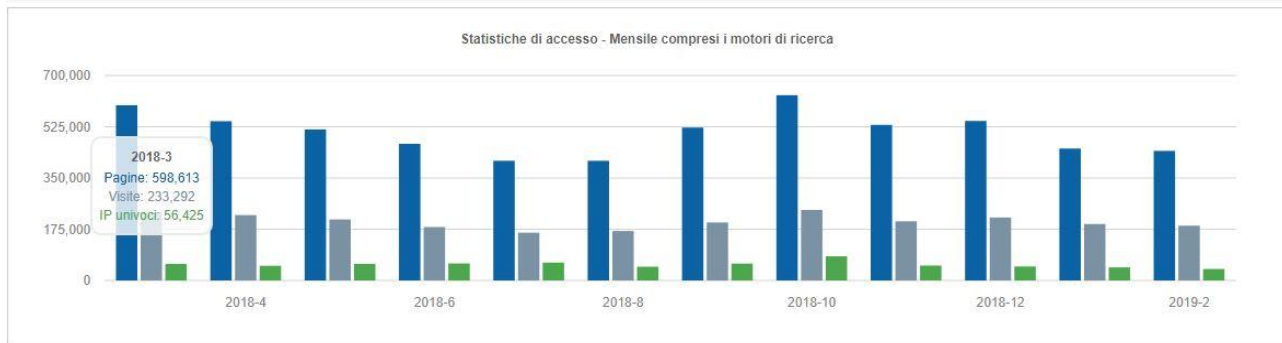
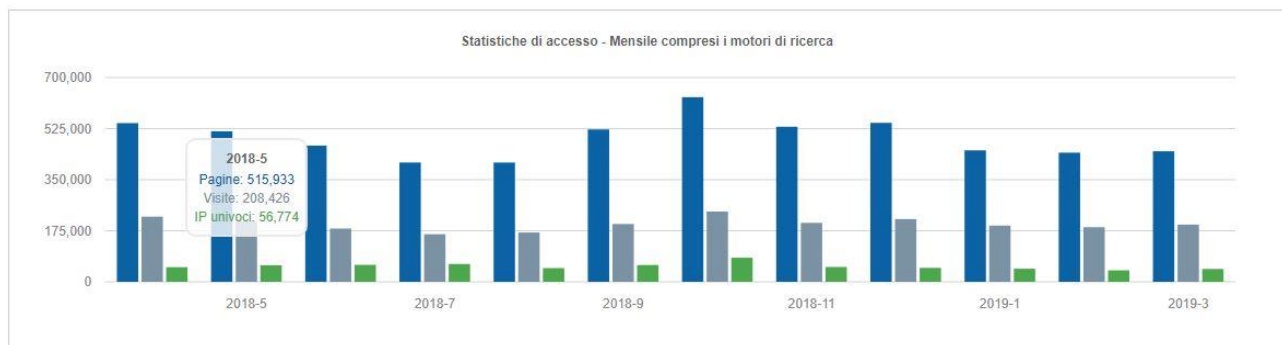
276 post

1.329 follower

92 profili seguiti

www.comune.lodi.it

Sito web www.comune.lodi.it



Legenda:

BLU: pagine

GRIGIO: visite

VERDE: IP univoci

Le pagine si attestano a circa 500.000 in modo costante da un anno. Ciò vale per le altre due variabili (grigio, le visite e verde, gli IP univoci), che seguono lo stesso trend ma con valori assoluti inferiori al valore “pagine”.

| Mese | Pagine | Visite | IP univoci |
|---------------|---------|---------|------------|
| Marzo 2019 | 447.424 | 196.118 | 44.005 |
| Febbraio 2019 | 442.589 | 187.161 | 39.306 |
| Gennaio 2019 | 450.598 | 192.752 | 44.801 |

Resoconto consuntivo del primo trimestre del 2019

Numero di pagine viste durante la navigazione

| Pagine per visita | Visite | Distribuzione Visite | Pagine | Distribuzione Pagine |
|-------------------|---------|----------------------|---------|----------------------|
| 1 | 111.453 | 88,26% | 111.453 | 61,87% |
| 2 - 5 | 11.747 | 9,30% | 32.922 | 18,28% |
| 6 - 10 | 2.081 | 1,65% | 15.476 | 8,59% |
| 11 - 20 | 773 | 0,61% | 11.002 | 6,11% |
| > 20 | 223 | 0,18% | 9.291 | 5,16% |
| TOTALE | 126.277 | 100% | 180.144 | 100% |

| Pagine per visita | Visite | Distribuzione Visite | Pagine | Distribuzione Pagine |
|-------------------|---------|----------------------|---------|----------------------|
| 1 | 111.453 | 88,26% | 111.453 | 61,87% |
| 2 - 5 | 11.747 | 9,30% | 32.922 | 18,28% |
| 6 - 10 | 2.081 | 1,65% | 15.476 | 8,59% |
| 11 - 20 | 773 | 0,61% | 11.002 | 6,11% |
| > 20 | 223 | 0,18% | 9.291 | 5,16% |
| TOTALE | 126.277 | 100% | 180.144 | 100% |

| Pagine per visita | Visite | Distribuzione Visite | Pagine | Distribuzione Pagine |
|-------------------|---------|----------------------|---------|----------------------|
| 1 | 108.259 | 88,72% | 108.259 | 56,86% |
| 2 - 5 | 10.633 | 8,71% | 29.974 | 15,74% |
| 6 - 10 | 2.021 | 1,66% | 15.046 | 7,90% |
| 11 - 20 | 837 | 0,69% | 11.737 | 6,16% |
| > 20 | 278 | 0,23% | 25.375 | 13,33% |
| TOTALE | 122.028 | 100% | 190.391 | 100% |

La maggior parte del traffico degli utenti si incentra sulla visualizzazione di un numero massimo di 5 pagine per volta: ciò fa intendere che il servizio offerto dal sito del Comune è abbastanza *user friendly*.

Il restante 20% visita dalle 6 alle 20 pagine in una sola sessione e questo sta ad indicare che un quinto della popolazione navigante non trova con facilità i servizi che cerca. I motivi possono essere due: l'eccessiva complicatezza dell'architettura del sito nel ricercare un'informazione oppure la difficoltà di alcune fasce di popolazione non avvezza agli strumenti di navigazione.

Il 20% rimane una percentuale alta, che richiede una strategia migliorativa.

Pagine più visitate

| Titolo | Visite | Percentuale | Numero Pagina |
|-------------------|--------|-------------|---------------|
| Home | 27.206 | 21,14% | ID 1 |
| Eventi | 7.845 | 6,10% | ID 1080 |
| Comunicati Stampa | 6.668 | 5,18% | ID 411 |

| Titolo | Visite | Percentuale | Numero Pagina |
|-------------------|--------|-------------|---------------|
| Home | 23.719 | 22,05% | ID 1 |
| Eventi | 10.721 | 9,97% | ID 1080 |
| Comunicati Stampa | 8.163 | 7,59% | ID 411 |

| Titolo | Visite | Percentuale | Numero Pagina |
|-------------------|--------|-------------|---------------|
| Home | 23.719 | 22,05% | ID 1 |
| Eventi | 10.721 | 9,97% | ID 1080 |
| Comunicati Stampa | 8.163 | 7,59% | ID 411 |

Le pagine più visitate sono sempre le stesse nei mesi presi in considerazione, vale a dire la pagina “HOME”, la pagina “Eventi” e la pagina “Comunicati stampa”, mentre le restanti si assestano a poco meno del 2%.

La pagina che attira le attenzioni del navigatore è la Home, che di rimando porta a far visitare le altre due pagine al secondo e terzo posto.

Provenienza Traffico

| Dati aggregati per provenienza | Numero Pagina | Percentuale |
|---|---------------|-------------|
| Indirizzo digitato o da Preferiti | 89.444 | 72,86% |
| Proveniente da Google | 28.092 | 22,88% |
| Proviene da link presente in altro sito | 4.712 | 3,84% |
| Proveniente da Bing | 311 | 0,25% |
| Proveniente da Yahoo | 175 | 0,14% |
| Proveniente da Virgilio | 24 | 0,02% |

| Dati aggregati per provenienza | Numero Pagina | Percentuale |
|---|---------------|-------------|
| Indirizzo digitato o da Preferiti | 113.664 | 80,06% |
| Proveniente da Google | 24.249 | 17,08% |
| Proviene da link presente in altro sito | 3.622 | 2,55% |
| Proveniente da Bing | 239 | 0,17% |
| Proveniente da Yahoo | 161 | 0,11% |
| Proveniente da Virgilio | 36 | 0,03% |

| Dati aggregati per provenienza | Numero Pagina | Percentuale |
|---|---------------|-------------|
| Indirizzo digitato o da Preferiti | 100.098 | 75,27% |
| Proveniente da Google | 28.290 | 21,27% |
| Proviene da link presente in altro sito | 3.904 | 2,94% |
| Proveniente da Bing | 487 | 0,37% |
| Proveniente da Yahoo | 180 | 0,14% |
| Proveniente da Virgilio | 29 | 0,02% |

Il traffico proviene preminentemente da “indirizzo digitato o da preferiti”. Un risultato in netta controtendenza con il resto del web.

La spiegazione che si potrebbe ipotizzare è l’utilizzo da parte del personale interno del Comune, che non cerca il sito dai motori di ricerca ma bensì dalla barra dei preferiti.

Il motore di ricerca più utilizzato è Google.

Si attesta al terzo posto la sezione “link presente in altro sito”, grazie al fatto che altri siti istituzionali o Enti (es. Pro Loco) si appoggiano al sito del Comune per offrire al navigatore servizi più precisi ed efficaci attestando così il buon ‘tasso di fiducia’ del web comunale nel panorama dell’informazione locale.