



REPORT ACCESSI AI CANALI WEB DEL COMUNE DI LODI

Gennaio – Aprile 2018

SITO INTERNET

www.comune.lodi.it

Mese	Pagine ME	Visite ME	IP univoci	Visite Mobile	% Mobile	Visite/g	Utenti/g
Maggio	157.667	47.511	18.623	30.617	64	1.533	601
Giugno	155.656	46.315	22.096	27.354	59	1.544	737
Luglio	149.422	45.154	27.061	36.985	82	1.457	873
Agosto	102.092	30.942	17.386	29.729	96	998	561
Medie	141.209	42.481	21.292	31.171	75	1.383	693

Lo strumento di rilevazione incorporato nel sito del Comune di restituisce il report delle **Visite** al sito e alle singole **Pagine** suddiviso in “motori di ricerca esclusi” - *ME* (cioè le connessioni eseguite digitando direttamente l’url www.comune.lodi.it o richiamandolo dalla lista dei preferiti) e “motori di ricerca inclusi” (tutte le connessioni alle pagine del sito eseguite anche attraverso ricerche sui motori di ricerca e tramite link secondari da altri siti, incorporando quindi anche le visite *ME* e i cosiddetti “spider”, software che analizzano i contenuti di una rete o di un database in un modo metodico e automatizzato, in genere per conto di un motore di ricerca, e che non possono essere considerati come utenti reali): i successivi calcoli sono stati quindi eseguiti sulla base dei valori *ME*, anche se questi dati sottostimano l’effettiva portata delle visite al sito.

Per quanto riguarda il numero di connessioni per **IP univoco**, questo dato indica le connessioni avvenute dai singoli pc ai quali, in internet, è assegnato un IP univoco: la voce “IP univoci” si configura come una stima degli utenti che si sono connessi al sito del Comune mensilmente: la stima è ovviamente approssimativa in quanto esistono casi in cui ad un unico IP corrisponde una rete locale, quindi più pc connessi ad internet, come ad esempio solitamente avviene negli uffici e nello stesso Comune di Lodi.

Dal report dei sistemi di navigazione utilizzati è possibile inoltre estrapolare il numero di connessioni effettuate da sistemi **mobile**, cioè da smartphone e tablet, dato molto utile al fine di capire il tasso di utilizzo di questi dispositivi.

Sulla base dei **dati grezzi** restituiti dallo strumento di rilevazione del sito sono state **calcolate**:

- **% Mobile**, cioè la percentuale di visite effettuate da smartphone e tablet ($Visite\ Mobile * 100 / Visite\ ME$)
- **Visite/g**, cioè la media di visite giornaliera ($Visite\ ME / gg\ del\ mese$)
- **Utenti/g**, cioè la media di utenti giornaliera ($IP\ univoci / gg\ del\ mese$)

Visite alle pagine

Pagina	Visite	Percentuale
Maggio		
Home	56.566	35,88%
Eventi	6.550	4,15%
Comunicati Stampa	5.645	3,58%
La 1000 Miglia a Lodi sabato 19 maggio	4.104	2,60%
Giugno		
Home	53.731	34,52%
Eventi	8.283	5,32%
Comunicati Stampa	6.632	4,26%
Ricerca RESULTV3	2.825	1,81%
Luglio		
Home	50.940	34,09%
Eventi	7.638	5,11%
Notte Bianca 2018	6.393	4,28%
Comunicati Stampa	6.142	4,11%
Agosto		
Home	41.041	40,20%
Comunicati Stampa	6.341	6,21%
Eventi	4.519	4,43%
Cinema sotto le stelle	2.065	2,02%

Analisi comportamento accessi e visite

La pagina più visitata è sempre la *Home Page*, sulla quale gli utenti possono essere informati sulle notizie e gli eventi principali ed anche raggiungere le diverse sezioni del sito.

Per quanto riguarda le altre posizioni troviamo come di consueto gli *Eventi* e i *Comunicati Stampa*, cosa che non stupisce in quanto rappresentano il principale canale di informazione per i cittadini.

A maggio, al quarto posto, buon risultato per il passaggio della 1000 Miglia a Lodi.

A luglio notevole interesse ha suscitato la Notte Bianca: oltre ad essere infatti uno degli appuntamenti principali dell'estate lodigiana, i cittadini hanno plausibilmente visitato la pagina per restare aggiornati sul rinvio della manifestazione (poi effettivamente rimandata a settembre) a causa del previsto maltempo.

Ad agosto invece una delle pagine più gettonate è stata il programma del Cinema all'aperto.

Infine il periodo estivo, nel quale i cittadini vanno in vacanza, vede una comprensibile diminuzione generale delle visite cui corrisponde un picco mai riscontrato in precedenza delle visite da dispositivi mobile: a luglio 82% e ad agosto un sorprendente 96%.

SOCIAL NETWORK TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE, INSTAGRAM



Twitter dall'attivazione del Febbraio 2010 alla pubblicazione del documento:



- 2643 Follower (-25 rispetto al quadrimestre Gennaio - Aprile 2018)
- 4024 Tweet (+286 rispetto al quadrimestre Gennaio - Aprile 2018)
- 55 Mi Piace (+1 rispetto al quadrimestre Gennaio - Aprile 2018)

Stupisce la diminuzione dei *Follower*, mentre il numero dei *Tweet* ha subito una forte accelerazione in quanto la gestione dei canali social, relativamente alla rassegna estiva "Lodi al Sole", è stata affidata ad un'azienda specializzata in comunicazione digitale.



L'aumento marcato dei follower (+431 rispetto ad aprile 2018) e dei post (+178) sono da correlarsi, come per Twitter, all'utilizzo massivo del canale per promuovere le iniziative della rassegna estiva "Lodi al Sole".

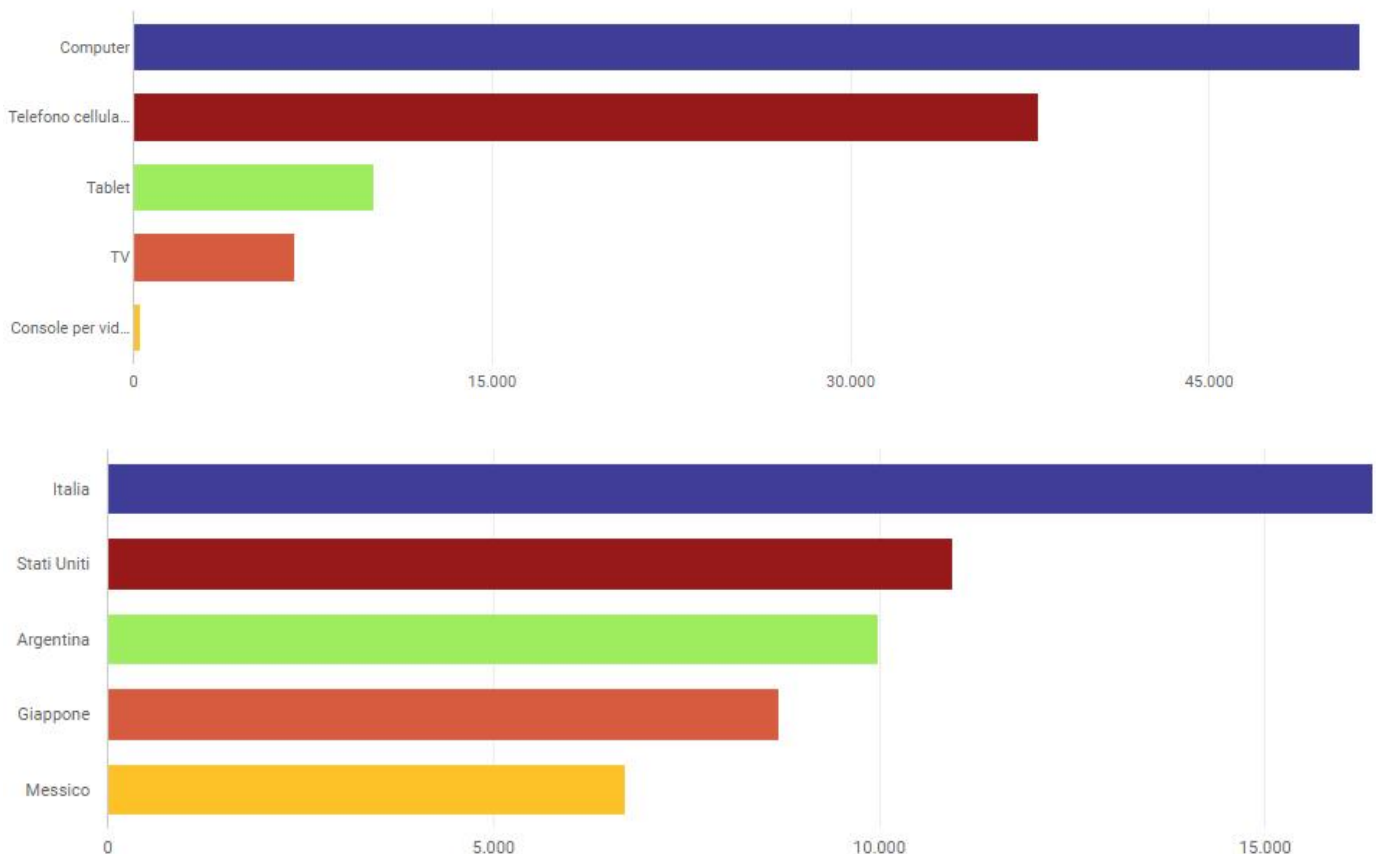
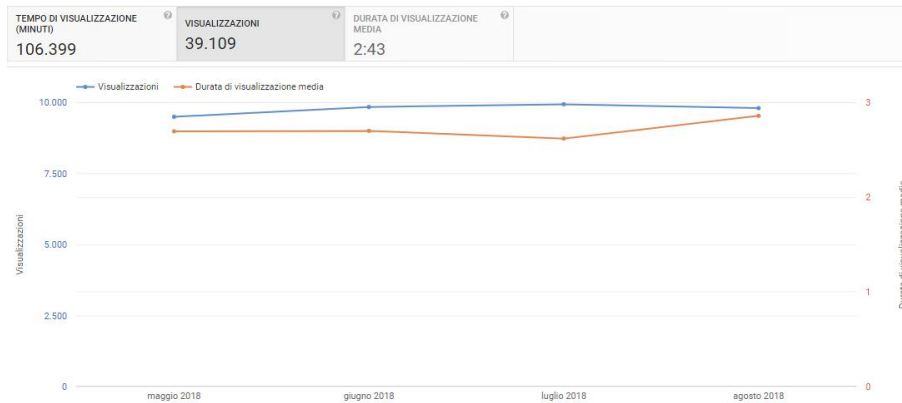


30/08/2018 14:00	Sei alla ricerca di emozioni			11,5K		723 305		Visualizza promozione
22/08/2018 14:00	Sabato 25 agosto Piazza			10,7K		509 166		Visualizza promozione
14/08/2018 14:00	Venerdì 17 arriva una			11,6K		271 183		Visualizza promozione
30/06/2018 17:00	Inizia il mese con			11,1K		303 315		Visualizza promozione
28/06/2018 18:00	Ancora musica di qualità a			14K		369 249		Visualizza promozione
28/06/2018 15:00	Lasciatevi conquistare dal			10,2K		274 157		Visualizza promozione
22/06/2018 19:00	Sta arrivando... "S			12,1K		322 220		Visualizza promozione
22/06/2018 17:40	Un sabato sera magico domani			10,4K		364 330		Visualizza promozione
15/06/2018 20:51	🌸🌸🌸🌸 La citta' si anima!!			27,5K		4,6K 329		Visualizza promozione

Al 31 agosto il numero dei “fan” della pagina registra **6460 Mi piace**: +612 rispetto al 30 aprile 2018.
 Nel periodo in esame la copertura *organica* media è stata di **2371 visualizzazioni per post** pubblicato, mentre quella a *pagamento* per la rassegna “Lodi al Sole” (periodo 15 giugno - 31 agosto 2018) è stata di **2690 visualizzazioni per post**.
 I post più visitati sono stati ovviamente tutti quelli sponsorizzati, in particolare il post che presentava la rassegna estiva e dava la possibilità di scaricare il libretto con il programma completo.



Il canale del Comune di Lodi di **YouTube** ha registrato i seguenti dati di accesso:

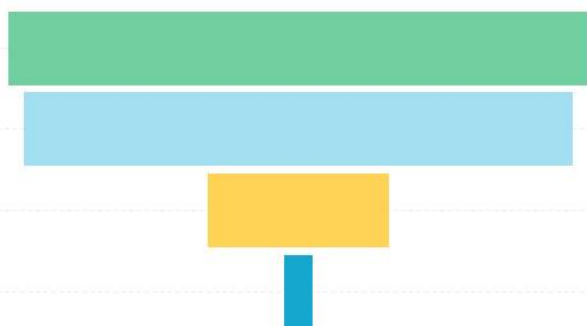


I dati rilevati sono in linea con i mesi precedenti, si nota anche su YouTube un aumento delle visite da dispositivi mobile.

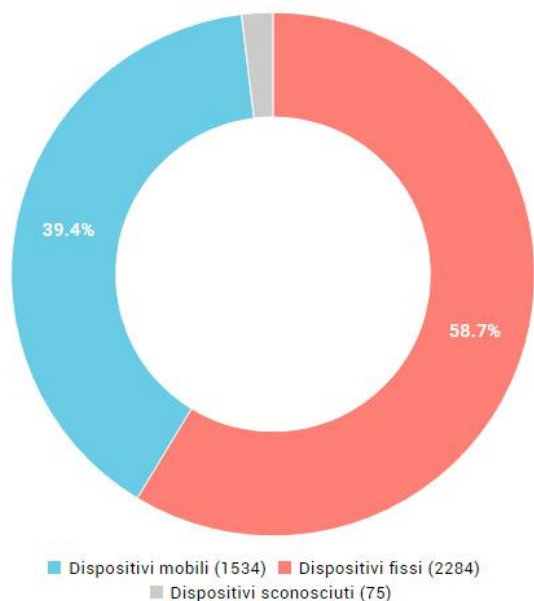
I primi 20 video più visti sono sempre quelli relativi alla Stagione Internazionale di Chitarra Classica, come testimoniato dall'importante numero di visite internazionali, che altrimenti non troverebbero spiegazione.

Il portale per l'invio delle newsletter del Comune di Lodi restituisce questi dati:

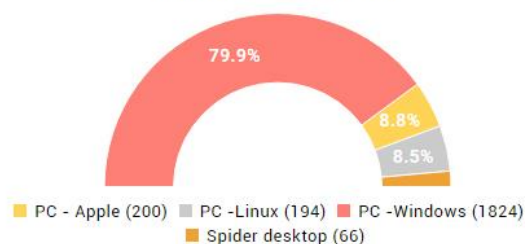
Tasso di penetrazione
 Totale inviate **59.816**



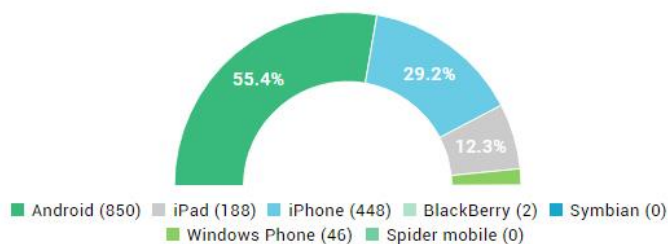
TASSO DI PENETRAZIONE	VALORI	INDICE SETTORE	INDICE GLOBALE
Totale inviate	100,00% 59.816		
Recapitate	94,83% 56.721	93,4%	91,5%
Lettori totali	31,07% 18.583	29,1%	27,4%
Cliccatori unici	4,84% 2.896	↓ 6,1%	4,3%
Condivisioni	0,00% 0	↓ 0,1%	0,0%



Composizione utenza fissa



Composizione utenza mobile



In controtendenza rispetto al sito, i dati sui dispositivi utilizzati per leggere la newsletter mostrano una leggera flessione di smartphone e tablet anche se, come riportato nello scorso report, bisogna considerare che per la newsletter molte iscrizioni derivano da coloro che negli anni passati si sono abbonati alle stagioni di Prosa e Musica del Teatro alle Vigne: statisticamente la loro età media è piuttosto alta, il che comporta un uso minore dei “nuovi” dispositivi.