

Relazione sulla Attività di comunicazione nel 2018-19

I RISULTATI RAGGIUNTI

E' difficile per noi valutare i risultati delle nostre attività di informazione, per mancanza di dati precisi, oltre le statistiche di Google Analytics sugli accessi al nostro sito, che danno MOLTI DATI MA NON PRECISI E NON FACILI DA valutare.

Pavia (che gestisce le registrazioni al sito della Biblioteca) non è in grado o non vuole darci informazioni precise.

Credo che nemmeno loro sappiano quanti sono gli iscritti, e tanto meno distinguerli per tipo di handicap.

Abbiamo da loro indicazioni imprecise, e contraddittorie ricevute nel tempo. In base ad esse pensiamo che gli iscritti alla biblioteca a inizio luglio 2017 (start della campagna su Google), potessero essere stati più di 200, frutto di anni di lavoro nelle scuole e presenza su internet e su Facebook).

- Un anno fa sembra che fossero 300 (quindi dopo 10 mesi di campagna su Google, che ha coinvolto 45.000 persone, possiamo stimare che anche per effetto della campagna si siano iscritti circa 10 nuovi utenti al mese)
- Probabilmente sono 600 a oggi, quindi ci sono state circa 300 nuove iscrizioni nell'ultimo anno, dall'inizio della collaborazione con AID.

- Questo significa un ritmo attuale probabile di circa **30 iscrizioni al mese**, dopo l'inizio della collaborazione con AID, ed in assenza di annunci pubblicitari.

A fine gennaio abbiamo concordato di chiedere alle persone che si registrano sulla biblioteca di inviare una liberatoria col consenso del trattamento dei dati personali oltre che a Pavia anche ad adovgenova@gmail.com, e nel mese di febbraio abbiamo concordato la procedura e le modalità di comunicazione. Sia noi che Pavia abbiamo modificato le istruzioni relative alla registrazione sui rispettivi siti, introducendo questo invito (che non è dato per obbligo, ma come richiesta di collaborazione).

Dal 20 marzo al 20 aprile abbiamo ricevuto 30 liberatorie

Riteniamo sia finalmente un buon risultato, basato su un dato concreto e verificabile, anche perché esistono tutte le premesse perché questo numero non solo si mantenga nel tempo, ma potrebbe essere incrementato, se dedicassimo alla comunicazione le risorse necessarie.

ANALISI STATISTICHE

Oltre a questo, per valutare la nostra diffusione, possiamo disporre solo su analisi statistiche di accesso al sito, che sono peraltro di difficile interpretazione.

ACCESSI AL VECCHIO SITO (ANNO 2016)

In assenza di specifiche attività di comunicazioni, che non fosse l'esistenza stessa del sito, e la notorietà che veniva dal nostro lavoro nella scuola elementare, e dai nostri rapporti personali, ci risulta che

nel periodo 2013-2016 il vecchio sito sia stato visitato da circa 3000 visitatori l'anno (8000 le visite); 300 visitatori al mese, 10 in media al giorno.

LA CAMPAGNA DI PUBBLICITÀ GOOGLE ADGRANTS

Dal 1 di luglio al 15 di marzo 2018 è stata sviluppata la campagna in oggetto. 42.000 utenti, con un numero totale di 51.000 sessioni.

Per molto tempo c'è stato un accesso costante al sito di circa 250 utenti al giorno. 1500 utenti attivi ogni settimana, 6000 utenti attivi al mese.

Ma già nell'assemblea di maggio 2018 rilevavamo come questo successo si fosse esaurito nel tempo, fino ad arrivare all'interruzione della campagna, a partire da marzo, e per un certo periodo è mancato ogni supporto di diffusione del nostro nome e del nostro sito.

Il grande numero di accessi era dovuto al fatto che le parole chiave scelte dai nostri consulenti erano troppo generiche (tipo: libri per bambini), tali da attrarre i click di un vasto pubblico in realtà non interessato, e coinvolgere una platea larghissima di persone, (milioni) nelle cui pagine di ricerca compariva il nostro annuncio, senza che esso poi fosse neppure cliccato.

A metà marzo abbiamo interrotto la campagna.

Senza pubblicità, nonostante la precedente diffusione gli accessi si riducono da 6000 a solo 500 al mese, 15 a 20 utenti al giorno, poco di più rispetto ai 300 spontanei del periodo antecedente il 2016.

RICONOSCIMENTO DA PARTE DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA DISLESSIA.

L'azione di pressing verso il Consiglio Direttivo di AID-ITALIA ha avuto successo e ha prodotto due risultati:

La pubblicazione di una News sul sito dell'AID a inizio giugno,

Vedi i link <https://adovgenova.com/lassociazione-italiana-dislessia-nelle-sue-news-di-oggi-5-giugno-2018-presenta-il-nostro-libro-digitale-parlante/> e <https://www.aiditalia.org/it/news-ed-eventi/news/libro-digitale-parlante-adv>

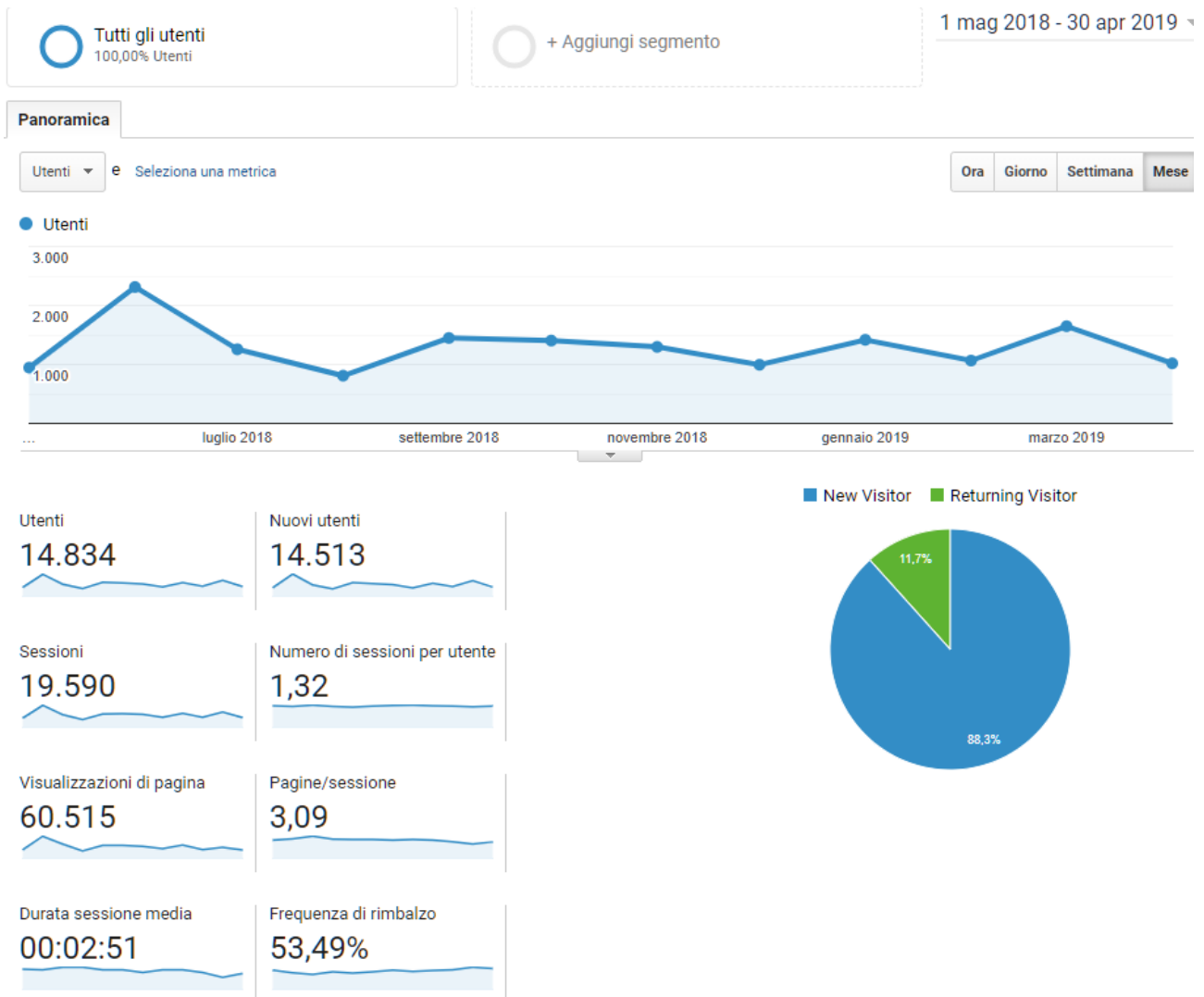
L'inserimento del nostro link sul sito AID per darne visibilità, avvenuta i primi di settembre. (vedi il nostro articolo del 4 settembre al link <https://adovgenova.com/limpegno-di-aiditalia-org-per-il-libro-digitale-parlante/> ed i link alle pagine del sito AID che riferiscono a noi:

- nella sezione /CHE COSA È LA DISLESSIA?/ STRATEGIE, Sotto la voce STRUMENTI COMPENSATIVI (vedi al link <https://www.aiditalia.org/it/risorse-per-la-lettura>)
- nella sezione /SERVIZI E FORMAZIONE, dopo la voce LIBROAID (vedi al link <https://www.aiditalia.org/it/servizi-e-formazione>)

Elaborazione statistica degli accessi al sito alla data attuale.

Possiamo chiedere a Google Analytics di dirci l'andamento degli utenti attivi sul sito nell'ultimo anno, strutturandoli in due tipi di analisi diverse:

1. La panoramica del pubblico



Abbiamo circa 15000, 1500 visitatori mese oscillanti tra 1000 e 2500 (appena dopo la pubblicazione sul sito Aid), 50 al giorno in media. 60.550 visualizzazioni di pagina, 4 per visitatore, che comprenderanno chi ne fa una sola e chi ne fa tantissime.

In ESPLORAZIONE UTENTE possiamo sapere per ciascun singolo utente quante sessioni ha fatto, quanto tempo ha navigato in media per sessione, e persino quando e a quali pagine ha acceduto per ciascuna sessione.

15 utenti hanno più di 30 sessioni, 60 più di 10, 240 più di 5, 600 più di 3.

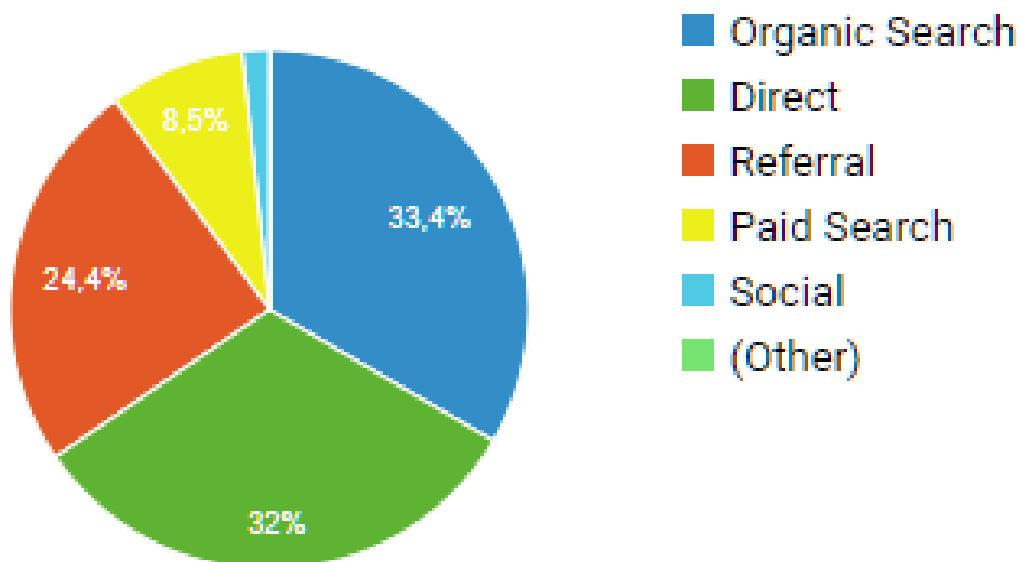
La durata media delle sessioni è più di un ora per 10 utenti, più di mezzora per 50 utenti, più di 20 minuti per 150 utenti, più di 10 minuti per 500 utenti. Per circa 1000 utenti la durata media della sessione supera i 5 minuti.

L'analisi delle pagine accedute per utente/sessione è evidentemente relativa ad un dato singolo, e non ha valore statistico, ma una ricerca plurima dimostra che il catalogo è acceduto ed esplorato in profondità e che quasi tutti i libri hanno meritato di essere cercati e presi in esame.

2. La panoramica dell' acquisizione

Come ci hanno trovato le 15.000 persone che sono entrate sul sito?

Canali principali



1. Risultati organici (organic search): il tuo sito nelle SERP di Google

Il traffico di ricerca è quello che proviene dai risultati "naturali" di Google (ovvero quelli che non fanno parte del mondo di AdWords).

Il termine SERP è l'abbreviazione inglese di Search Engine Results Page, cioè la pagina dei risultati del motore di ricerca. Con il termine SERP si indica infatti la pagina a cui si accede su un motore di ricerca dopo una query, cioè dopo avere cercato una determinata parola chiave o frase.

Tra i fattori che influenzano il posizionamento organico troviamo sicuramente:

- Contenuti originali, utili e interessanti per il target di riferimento
- Ottimizzazione SEO On-Page con le migliori strategie SEO: SEO significa Search engine optimization. E studia come farsi trovare sui motori di ricerca.
- Design accattivante, responsive e Google friendly

Sono persone che ci hanno cercato e ci hanno trovato! Oltre 5000 persone! Il 33% di accessi organici dimostra che abbiamo un bel sito, e contenuti accattivanti che interessano un grande numero di utenti.

2. Il traffico diretto (4900 persone) è costituito da tutte quelle persone che vanno sul tuo sito web digitandone l'indirizzo direttamente sul browser. Il motivo? Ti conoscono già e sono tuoi clienti affezionati ormai da tempo. Tutti quelli che hanno salvato il tuo indirizzo tra i preferiti oppure ce l'hanno nello storico del proprio browser accedono in modo diretto al tuo sito ricadendo in questa categoria.

Gli accessi diretti sono il vero asset del tuo sito web. È quel traffico che nessuno può toglierti. Dipende solo dal tuo brand e da come lo fai entrare nella testa della gente. Se aumenta significa che stai facendo bene il lavoro di branding.

IL 32 % di accessi diretti dimostra che siamo ben conosciuti e siamo sentiti come utili e da frequentare con regolarità

3. Il traffico da referral (3700 persone) non è altro che l'insieme di tutte le visite che arrivano al tuo sito web tramite un'altra sorgente, ad esempio tramite uno o più link su un altro sito. Analytics riconosce automaticamente dove si trovava il traffico immediatamente prima di arrivare sul tuo sito e visualizza nei rapporti i nomi di dominio di questi siti come sorgenti di traffico dai referral. Sono referral anche tutti i siti dove abbiamo piazzato dei banner

il 24 % di traffico referall dimostra l'importanza della nostra diffusione attraverso le organizzazioni di riferimento delle persone: L'AID, ma anche il sito di Pavia, sorprendentemente BIMED e l'unione italiana ciechi

Queste le principali sorgenti:

1. aiditalia.org 1.994(52,75%)
2. audioteca-adv.it 599(15,85%)
3. bimed.net 153(4,05%)
4. prociechi.it 110(2,91%)
5. uiciliguria.it 64(1,69%)
6. adv.it 40(1,06%)











Durante la campagna di pubblicità con Google (primo luglio 17 30 aprile 18) l'86 % degli accessi 36.000, è in risposta ad annunci a pagamento, il 7% di organic (circa 3000 utenti). 5% direct (circa 2000 utenti) e i referall 2,4% (circa 1000 utenti), a testimonianza della scarsa efficacia nell'acquisizione degli utenti, in rapporto ai contatti generati.

3. La panoramica del Comportamento

Analizza come vengono accedute le pagine.

Queste le pagine più accedute quando l'utente entra sul sito. (E' poi possibile approfondire e seguire il flusso di comportamento, per vedere quali sono i percorsi seguiti,

SU 60-515 VISUALIZZAZIONI DI PAGINA QUESTE SONO LE PRIME PAGINE PER NUMERO DI ACCESSI (SONO LE PAGINE ATTRAVERSO CUI SI ENTRA).

Pagina		Visualizzazioni di pagina	% Visualizzazioni di pagina
1. /		11.167	18,45%
2. /catalogo-dislessici/		7.818	12,92%
3. /elenco-libri/		2.507	4,14%
4. /catalogo-ipovedenti/		2.374	3,92%
5. /dona-la-tua-voce/		2.283	3,77%
6. /catalogo-libri/libri-di-pubblico-dominio/		2.038	3,37%
7. /come-scaricare-i-libri/		1.366	2,26%
8. /materiale-informativo/		1.003	1,66%
9. /versa-la-quota-sociale-annuale/		629	1,04%
10. /blog/		595	0,98%

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE FUTURA.

Questo è bello, ma non basta. Se non è sostenuta da un'attività costante, senza il nostro stimolo e il nostro sostegno, anche questo canale si esaurirà.

Dobbiamo interagire con AID ce con UICIECHI con iniziative e proposte.

E soprattutto dobbiamo trovare altri canali, per raggiungere, e convincere dell'importanza dell'utilizzo dei nostri libri, gli adulti che hanno rapporti coi ragazzi, per abbattere la barriera che impedisce l'accesso al mondo della cultura a centinaia di migliaia di loro.

Lavorare soprattutto verso il mondo della scuola.

Rivolgerci al mondo della politica, alle strutture dello stato preposte alla educazione ed alla formazione, entrare nei progetti di promozione della lettura, e così via.

Ma questo richiede che ci siamo persone che abbiamo il tempo, le attitudini, e le conoscenze necessarie.