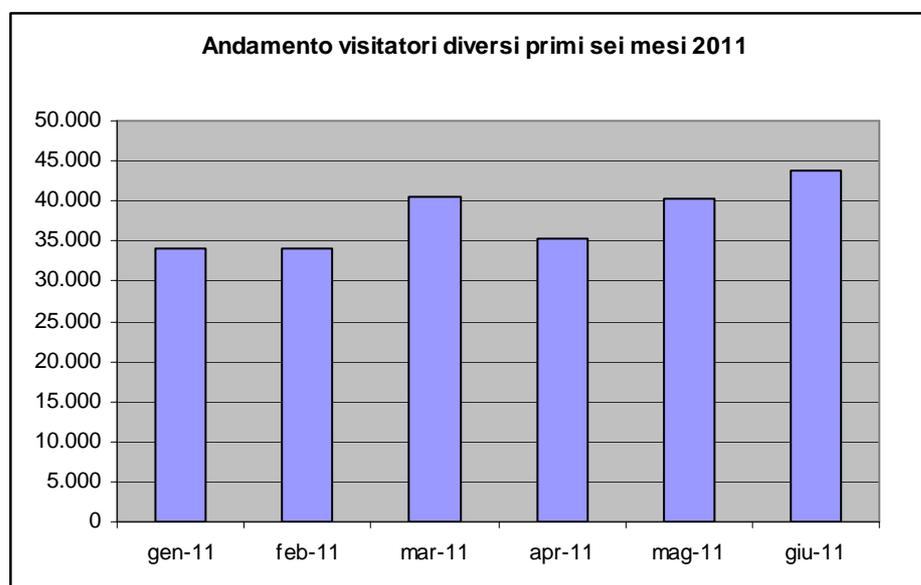


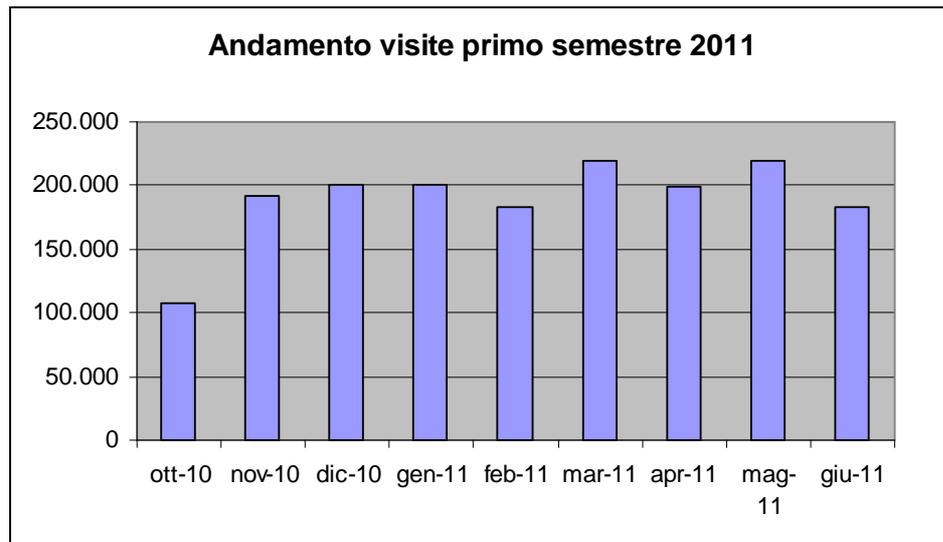
**Sito internet aziendale**  
**29 luglio 2011**

Principali dati di accesso da gennaio a giugno 2011

*Si allarga il bacino di utenza,  
si cercano sempre più informazioni sul sito e con minor sforzo  
da non sottovalutare il target anziani*



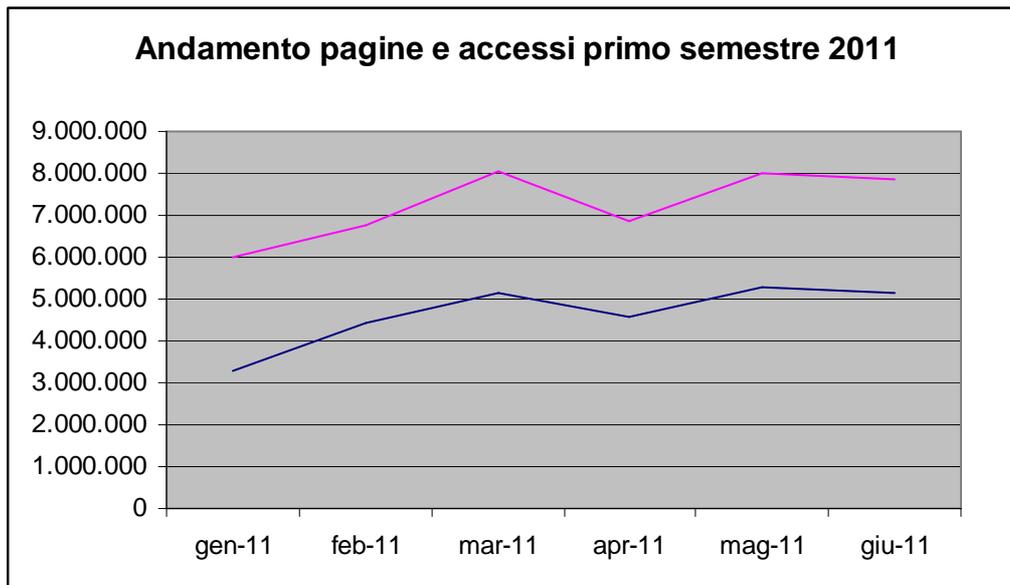
Il sito è stato pubblicato il 10 maggio 2010, e dopo la costante crescita dei dati complessivi di accesso dei primi otto mesi ci si aspettava per la prima parte del 2011 un periodo di assestamento e consolidamento. I dati del periodo compreso tra il 1 gennaio e il 30 giugno 2011 mostrano, in effetti, una continua crescita (a parte il picco di marzo) del numero di visitatori diversi (il dato più vicino alla somma delle single persone che frequentano il sito) e un'apparentemente stabilizzazione del numero di visite.



Il picco di marzo sui visitatori diversi si spiega, probabilmente, con la campagna sull'esenzione ticket per reddito, spiegazione che risulta confermata dal corrispondente picco di utilizzo della banca dati IAP (sul sito presentata come "Informazioni su visite e sedi"). Questo dato è di particolare rilevanza per due ragioni: conferma, in generale, l'importanza del web, rispetto agli altri media, per la ricerca di informazioni, **smentisce l'idea che gli anziani non utilizzano il web**, il tema, infatti, era di interesse pressoché esclusivo per la fascia over 65, il ch  lascia pensare che o, direttamente, gli anziani stessi, o i loro familiari hanno ricercato sul sito dell'Azienda USL informazioni in merito.

La stabilizzazione del dato sulle visite, confrontata con il dato sui visitatori sembrerebbe indicare una riduzione del grado di fidelizzazione (dalla media approssimativa delle 6 visite di dicembre 2010 si passa alle poco pi  di 4 di giugno 2011), in particolare sembrerebbe mostrare una riduzione della tendenza a ritornare a visitare il sito nell'arco dello stesso mese.

Ma guardando il dato sulle pagine visitate e gli accessi (la somma degli elementi che vengono scaricati con la singola pagina, come immagini o link) si osserva invece la conferma del trend in crescita. Il dato precedente allora va interpretato non come una riduzione della fidelizzazione, ma come una maggiore capacit  da parte degli utenti di trovare le informazioni ricercate.



In sintesi, nel primo semestre 2011, si osserva una crescita del numero di visitatori singoli mensili, dai 34.000 di gennaio ai 43.000 di giugno (a giugno 2010 erano 18.000), un aumento consistente di pagine e accessi e una stabilizzazione del numero di visite, che sembrano indicare una maggiore capacità di trovare le informazioni da parte di un bacino di utenza che diventa più grande e cerca di più ma con minor sforzo.

A conferma di questa lettura, la media di pagine visualizzate per visita è stata in costante aumento, indice di un crescente legame degli utenti al sito.

**Andamento medio del numero di pagine visualizzate al mese dal singolo visitatore**

<b>Gennaio</b>	<b>22,85</b>
<b>Febbraio</b>	<b>24,13</b>
<b>Marzo</b>	<b>23,44</b>
<b>Aprile</b>	<b>22,83</b>
<b>Maggio</b>	<b>24,14</b>
<b>Giugno</b>	<b>28,07</b>