

Redazione web

I canali web dell'Azienda USL di Bologna Report 2019, dati di accesso e dati di attività

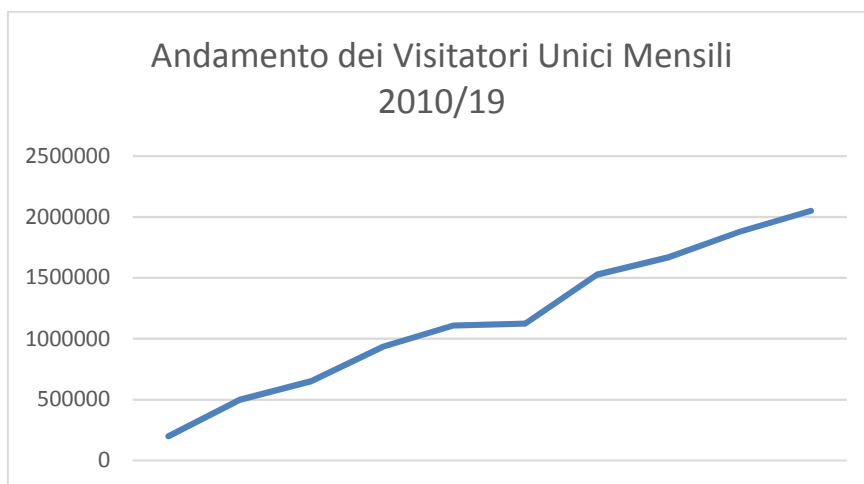
20 gennaio 2020

Sintesi

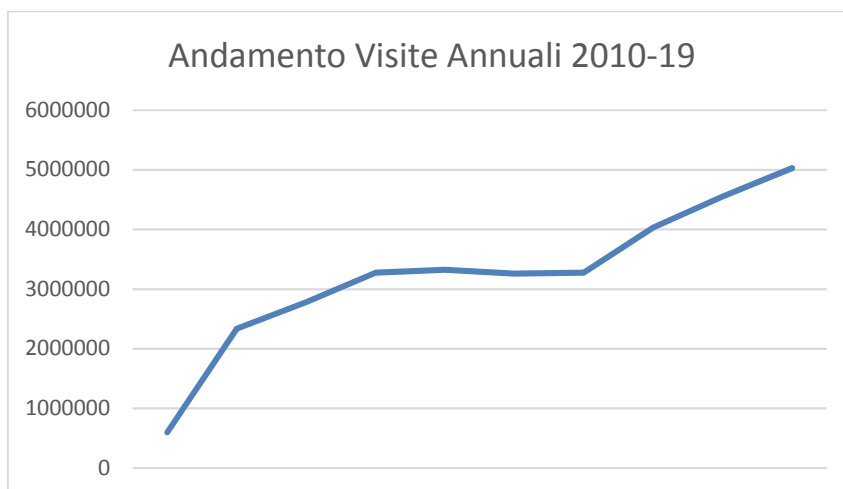
- **Visitatori Unici Mensili:** 171.000 circa la media, continua il trend regolare di aumento, probabilmente parallelo all'aumento delle persone che utilizzano il web.
- **Facebook:** aumenta di dieci volte l'efficacia dei post, che contemporaneamente si riducono di due terzi. Aumentano di un 50% i follower, che a fine 2019 sono quasi 9.000. 1050 euro investiti in sponsorizzazioni.
- **Twitter:** nonostante lo scarso investimento su questo social, per quanto riguarda la sanità, l'account dell'Azienda USL di Bologna è ancora tra i primi cinque in Italia per numero di follower, e il secondo per efficacia dei tweet.
- **Instagram:** i numeri sono ancora molto piccoli, ma comincia a intravedersi cosa su questo social "funziona", e cosa, almeno per adesso, non è adatto.

Visitatori e visite

A dieci anni dalla pubblicazione del sito web dell'Azienda USL di Bologna, per rappresentare l'andamento dei Visitatori Unici Mensili, abbiamo scelto di rappresentarne graficamente la somma annuale, in maniera da normalizzare, per quanto possibile, il dato. Si parte dai 198.000 del 2010 (198.000 è la somma nei dodici mesi dei Visitatori Unici Mensili, che quindi mediamente erano circa 16.000 al mese) per arrivare ai circa 2.000.000 del 2019. Per la precisione nel 2019, la media dei VUM è stata di 170.946, con un picco positivo in ottobre (oltre 190.000) e uno negativo in agosto (143.000 circa).



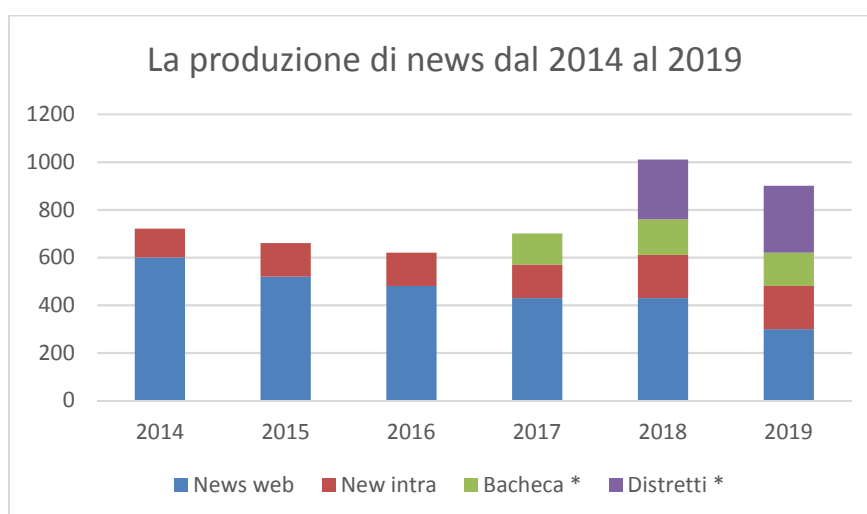
Anche il grafico sotto, che rappresenta le Visite Annuali, è costruito calcolando le somme su base annuale. In questo caso si parte dalle circa 600.000 visite del 2010, alle circa 5.000.000 del 2019.



La piattaforma Plone 5 in via di sviluppo (AMBO)

Dal 2017, la redazione web, in collaborazione con Servizi e Distretti, ha sviluppato sezioni e funzionalità su una piattaforma nuova (Plone 5). L'obiettivo era arrivare a un nuovo sito in maniera graduale e non con una migrazione massiva. Il 2019 ha visto un deciso consolidamento dei visitatori unici mensili: se 2018 erano di poco meno di 4000 in gennaio, e oltre 10.000 a fine anno, nel 2019, a partire da settembre si sono attestati sui 20.000 circa. Questa nuova piattaforma si sta consolidando soprattutto per quanto riguarda le esigenze di comunicazione dei Distretti e del Dipartimento di Sanità Pubblica.

Produzione di news



Il grafico sopra rappresenta in maniera sintetica la produzione di news pubblicate sulle piattaforme aziendali. Le parti di istogramma in blu (news web) e rosso (news intranet) indicano la quantità di news prodotte dalla Redazione web in collaborazione con l'Ufficio stampa. Le parti verdi e viola indicano quelle prodotte da colleghi di altri servizi che sono stati formati e vengono supportati dalla Redazione web stessa. Evidente il trend di diminuzione graduale delle news "professionali", quelle cioè prodotte dal servizio Comunicazione (dalle 720 del 2014 alle 480 di quest'anno) e l'aumento di quelle "utili" prodotte dai servizi aziendali (dalle 130 del 2017, primo anno in cui si è pubblicata la "bacheca dei servizi", alle 420 del 2019). Il trend è coerente con la riorganizzazione degli ultimi anni, nel corso dei quali il servizio Comunicazione si è ridotto di dimensione e, contemporaneamente, ha lavorato alla creazione e al consolidamento di una rete di referenti, in particolare nei Distretti, del Dipartimento di Sanità Pubblica e nei Servizi amministrativi.

- News 2019: la top 5

Domanda di inclusione nella graduatoria (valevole per l'anno 2020): specialisti ambulatoriali	8138
Bologna si prende cura	4521
Rinnovo dell'esenzione del ticket e scelta del Medico di Medicina Generale	3024
Chiara Gibertoni nuovo direttore generale dell'Azienda Ospedaliero- Universitaria di Bologna	3024
Mammografie di screening - un sito dedicato alla gestione degli appuntamenti	2493

- News: la top 5 assoluta nel 2019

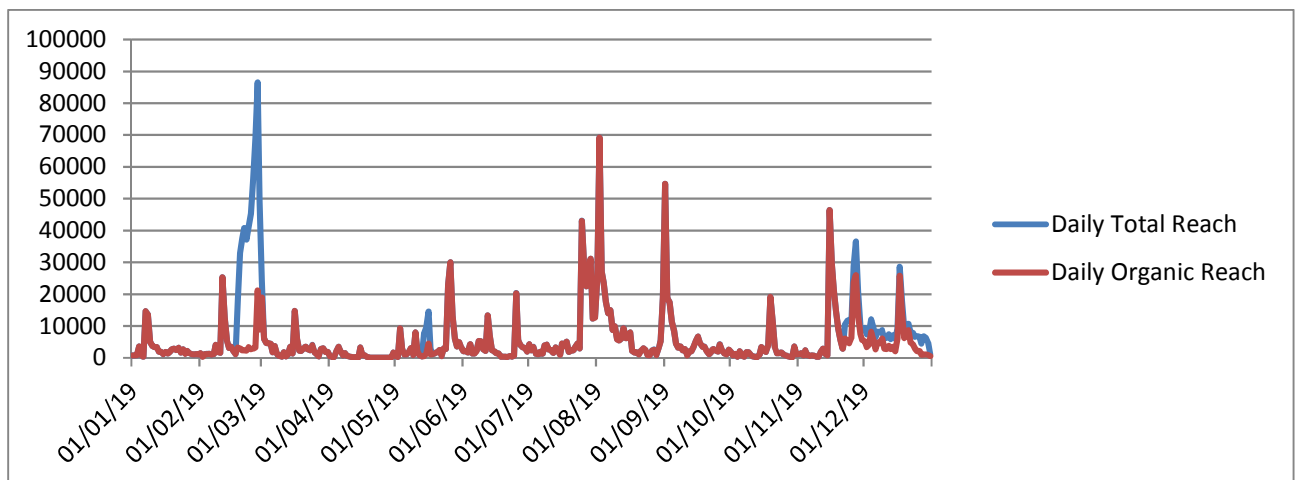
Titolo	Accessi	Anno di pubblicazione
Un giorno di ordinaria emergenza - Open day della Centrale Operativa 118 Area Emilia Est	66181	2018
Nuovo numero verde gratuito di CUP2000 per la prenotazione e disdetta delle prestazioni sanitarie.	20987	2010
Referti e immagini di diagnostica consultabili on line	16115	2017
A pieno regime il Centro Prelievi ad accesso diretto dell'Ospedale Bellaria	13489	2012
Bologna, nuovi orari per i punti Cup cittadini	12689	2018

Facebook

Nel 2019 i fan della pagina sono passati da 5.798 a 8.689. I follower da 5.893 a 8.897, in entrambi i casi si tratta di un 50% abbondante di aumento in un anno. E' un indice positivo di fidelizzazione legato sia a una maggior consapevolezza dell'uso del social, passata ad una più precisa programmazione dei contenuti, sia all'adozione di una policy più orientata alla relazione e all'interazione con gli altri profili.

Confrontando il numero di persone che hanno frequentato la pagina senza il ricorso a sponsorizzazioni (organic reach) con il numero complessivo di persone che hanno visualizzato la pagina (a pagamento e non) scopriamo che le sponsorizzazioni sono state rilevanti soprattutto a fine febbraio (in occasione della sponsorizzazione di un importante evento). Per quanto riguarda i post del periodo di fine anno, la sponsorizzazione non ha incrementato particolarmente il numero di persone che hanno visitato la pagina dell'Azienda USL di Bologna (organic reach). Questo significa che la pagina, indipendentemente dalla sponsorizzazione, pubblicava contenuti di qualità e interessanti per chi la segue.

La pagina ha una media giornaliera di più di 9.500 visualizzazioni (impressions).



I post

Complessivamente sono stati pubblicati 327 post che hanno originato 1.851.158 visualizzazioni e 31.809 interazioni con gli utenti della pagina (like, commenti e condivisioni). Nel 2018 erano stati pubblicati 930 post che avevano originato 1.946.747 visualizzazioni e 38.014 interazioni (like, commenti e condivisioni).

Solo apparentemente diminuiscono le visualizzazioni e le interazioni, dato che sono stati pubblicati solo 1/3 dei post rispetto al 2018. In realtà visualizzazioni medie e interazioni medie per post raddoppiano (indice di maggior qualità dei contenuti pubblicati). In buona sostanza, adeguandosi al funzionamento dell'algoritmo di FB

che disincentiva la produzione di più di un post al giorno, rispetto all'anno precedente con il 30% di post la pagina FB dell'Azienda USL di Bologna ottenuto il 75% di interazioni.

	2018	2019
Numero dei post	930	327
Visualizzazioni	1.946.747	1.851.158
Visualizz. medie per post	2.093	5.661
Interazioni	38.014	31.809
Interaz. Medie per post	41	97

I post con più impressions

Nella classifica dei 10 post con maggiori visualizzazioni, 4 hanno beneficiato, delle sponsorizzazioni. 7 sono video (V, 5 dei quali prodotti dalla Redazione web), 3 foto (F).

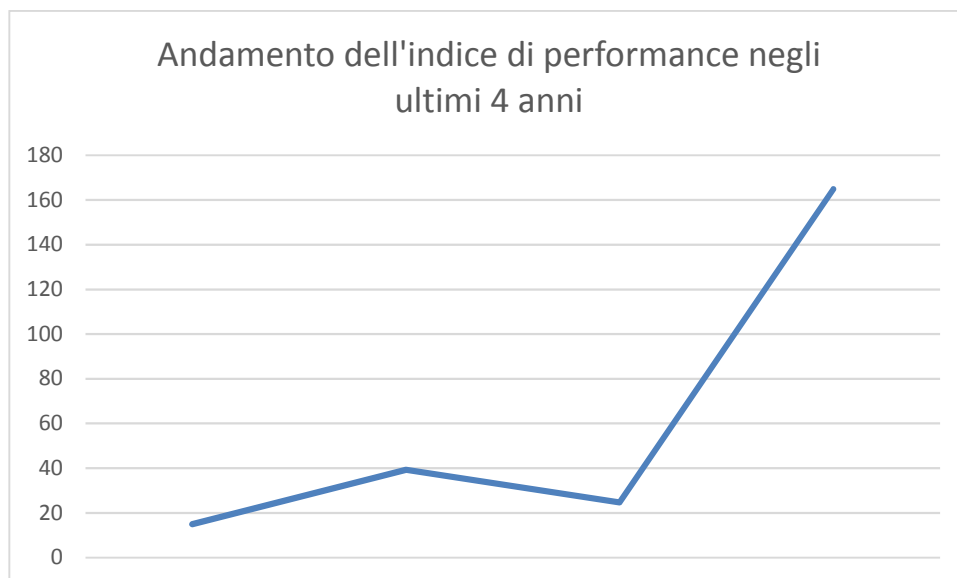
Messaggio post		Data	Total Impr.	Organic Imp.	Paid Impr
Cosa ascolta il Sindaco? Per saperne di più: https://goo.gl/brEeVk	V	18/02	212259	7536	204723
Replay	V	19/02	210300	16561	193739
CUP, a capodanno non metterti in coda!	F	26/11	140820	14230	126590
Palazzo Re Enzo, Casa dei Cittadini. Da giovedì a sabato, puoi fare lo SPID,	V	25/02	81052	7068	73984
Elisoccorso notturno, in 18 minuti dall'Appennino	F	11/02	48324	48324	0
Bologna 2 agosto 1980/2019, per non dimenticare	V	02/08	44998	44998	0
#lotiraccontoche ... "	V	31/07	44902	44902	0
Auguri a tutti dal'Ospedale di Bazzano	V	17/12	44845	44845	0
Dal 1 gennaio 2019 la Regione Emilia Romagna ha abolito il superticket	V	07/01	44828	44828	0
I bolognesi e il 118.	F	08/06	37431	37431	0

Performance

Da qualche anno l'indicatore dell'*ingaggio ponderato* ideato da Rudy Bandiera ci permette di calcolare l'indice di performance dei post pubblicati. In sostanza si tratta di un indicatore che permette di misurare l'efficacia di un post elaborando le metriche offerte gratuitamente da Facebook e consente di valutarne la qualità. Il metodo, in particolare, assegna il valore 1 alle reazioni (like, cuore, ecc.), valore 3 ai commenti e valore 5 alle condivisioni. Dividendo, infine, il valore di ingaggio per il numero di post prodotti si ottiene l'indice di performance.

Indice di performance = $(1 \cdot \text{LIKE} + 3 \cdot \text{COMMENTI} + 5 \cdot \text{CONDIVISIONI}) / N$ di post prodotti

Nel 2016 l'indice di performance è stato 14.96, nel 2017 è stato 39.29, nel 2018 è stato 24.74 e nel 2019 è stato di 164.85. La tabella sotto ne dà una rappresentazione grafica. Nel commentare il picco dell'ultimo anno (praticamente un ordine di grandezza sopra al dato 2016), vanno considerati due aspetti: da un lato la già citata nuova policy, che prevede la pubblicazione regolare di un post al giorno, dall'altra parte, ha certamente influito il maggior volume di sponsorizzazioni: 0 euro nei primi due anni presi in esame, 400 euro spesi nel 2018, 1050 euro nel 2019. Confrontando il 2017 e il 2018, comunque, va sottolineato che, evidentemente, non tutto dipende dalla sponsorizzazione.



I post maggiormente efficaci sono stati

Messaggio post		Data	share	like	com m	IP
Auguri a tutti dall'Ospedale di Bazzano	V	17/12	277	1547	181	3475
Osservazione Breve Intensiva monitorati.	V	26/11	273	1320	174	3207
CUP, a capodanno non metterti in coda!	F	26/11	305	1005	69	2737
Bologna 2 agosto 1980	V	02/08	237	1386	17	2622
Elisoccorso notturno	P	11/02	158	1328	57	2289
Punto nascita dell'Ospedale di Bentivoglio	L	16/09	90	852	66	1500
#lotiraccontoche ... "	V	31/07	150	506	24	1328
abolito il superticket	V	07/01	170	361	31	1304
Primo compleanno per l'elisoccorso notturno	L	22/08	91	481	20	996
A un anno dall'incidente in A14	V	06/08	116	267	17	898

Anche nella misurazione di efficacia, tra i primi 10 post troviamo ben 7 video (in questo caso l'unico post sponsorizzato è quello in terza posizione).

Dati dei video

Complessivamente, nel corso del 2019, la Redazione web ha pubblicato 35 video (8 di questi sono stati video condivisi da altre pagine). I video condivisi da altre pagine non producono risultati interessanti, secondo tutte le metriche. Il video di maggior successo è indubbiamente il video realizzato dagli operatori di Bazzano per gli auguri di Natale (di quelli non sponsorizzati, è stato il video maggiormente visualizzato per intero). A seguire, sempre tra i video non sponsorizzati, lo slide show per Bentivoglio e il video realizzato in diretta alla Stazione per il minuto di silenzio in onore delle vittime del 2 agosto.

Complessivamente i video hanno un indice medio di efficacia di 619 punti (cinque volte circa superiore alla media della pagina).

Twitter

Alla fine del 2019 l'account Twitter dell'Azienda USL di Bologna contava 5175 follower. 151 in più dell'anno precedenti.

Complessivamente la redazione ha prodotto 178 tweet, che sono stati visualizzati 170.678 volte (quasi 1000 visualizzazioni medie a tweet), per un totale di 3484 interazioni (in media 15 interazioni per tweet). 80 dei tweet sono stati dedicati agli eventi dell'Azienda, 64 alle notizie, 25 a promuovere i servizi online.

Dall'analisi dei contenuti e dalle interazioni emerge, rispetto agli altri social, il fatto che tweet di interesse nazionale o generale funzionano meglio di tweet marcatamente locali.

Una comparazione degli account Twitter delle 5 istituzioni sanitarie più seguite in Italia vede @AUSLBologna al secondo posto per tasso di interazione con gli utenti:

Fonte: FollowerWonk

Azienda	Int.	Followers
@bambinogesù	50%	11940
@AUSLBologna	29%	5176
@SanRaffaeleMI	6%	11235
@HumanitasMilano	2%	2457
@grupposandonato	0%	20909

Da notare che due account con più di 10.000 follower hanno tassi di interazione poco o per nulla rilevanti.

INSTAGRAM

Il profilo Instagram dell'Azienda USL di Bologna nel 2019 è passato dai 350 follower di inizio anno, ai 600 circa della fine.

Si tratta di numeri ancora minimi, ma l'analisi dei like sulle singole immagini consente di fare delle ipotesi sul funzionamento di questo social.

Cosa funziona su Instagram: le 5 immagini del 2019 con più feedback:

Like	Immagine	Contenuto	Tema
50	Installazione performativa per Art City c/o Casa dei Risvegli.	Descrizione dell'installazione performativa presso l'Ospedale Bellaria	Artistico
48	Elisoccorso.Foto notturna	Dati 1° anno di attività elisoccorso notturno	Emergenza
38	Facciata S. Maria della Vita	Storia di SMV	Artistico
30	La Befana Casa dei Risvegli alla Pediatria OM	Su appuntamenti con la Befana Casa dei Risvegli	Feste natalizie
30	Scorcio Via Clavature	Didascalia foto	Artistico

Cosa non funziona su Instagram: le 5 immagini con meno feedback:

Like	Immagine	Contenuto	Tema
0	Immagine campagna cambio medico	Servizio on line	Sanità online
1	Locandina Cup a capodanno non metterti in coda	Su esenzioni per reddito e esenzioni per disoccupati e lavoratori colpiti da crisi.	Sanità on line
1	Mostra fotografica "Eros ha scosso la mia mente"	Descrizione evento	Arte
2	Stand Ausl Bo alla Fira di Sdaz -	Case della salute	Casa della salute
2	Banner Servizio Civile Universale	Bandi Servizio Civile	Servizio Civile

Glossario

- **Visitatore Unico Mensile:** account al quale è riconducibile un collegamento nell'intervallo di tempo di un mese. Tendenzialmente corrisponde ad una persona (una persona che si dovesse collegare da smartphone e da pc verrà contata due volte, due persone che si dovessero collegare da un solo pc verranno contate una sola volta), e viene contato una sola volta al mese. Il numero dei VUM è senz'altro l'indicatore più diffuso per approssimare il numero dei navigatori che utilizzano il sito.
- **Visita:** sessione di collegamento nel corso della quale possono essere visualizzate una o più pagine. Un account che si collega n volte in un mese vale n visite. Un account che durante una sessione visita 10 pagine viene contato 1.
- **Accesso:** ogni singolo oggetto contenuto in ogni pagina aperta (immagine, testo, titolo, link, allegato, menù). Nel corso di una visita possono essere visualizzate una o più pagina e ogni pagina può contenere n oggetti. Nel corso di una visita, quindi, avvengono decine e decine di accessi per ogni pagina visualizzata (se le pagine visitate sono n, e ogni pagina contiene m oggetti, il numero di accessi per quella visita sarà $n \times m$).

Questo report è stato redatto da Marco Grana, Responsabile Web dell'Azienda USL di Bologna, e da Francesca De Frenza, della Redazione Web. Della Redazione Web fa parte anche Orietta Venturi che cura la sperimentazione in corso su Instagram e l'aggiornamento della sezione Eventi del sito aziendale. Il sito è arricchito dal contributo di un gran numero di operatori dei diversi servizi aziendali, sempre più organizzati in una Rete di Referenti della Comunicazione. Senza la collaborazione di Massimo Ansaloni, Stefano Ermilli, e Roberto Lucchesi, del servizio Informatico, il sito dell'Azienda USL di Bologna non potrebbe esistere, e non potrebbe avere, soprattutto, la flessibilità e la capacità di adattamento necessarie alla continua evoluzione normativa, organizzativa e tecnologica.

Approfondimenti e contatti: marco.grana@ausl.bologna.it