

Acquisizione degli utenti

f Acquisizione degli utenti (ELENCO) ⓘ	
SITO WEB	NUMERO
www.twitter.com	22
www.bing.com	20
www.google.com	18
www.sardegna ricerche.com	15
www.doutdes-cluster.com	10
www.instagram.com	7

Il grafico mostra il numero totale delle visite provenienti dai diversi canali, che generano traffico sulla pagina.

Quando un utente visita una pagina Facebook, lo può fare ricercando la pagina direttamente dal sito o dall'app di Facebook, oppure la sua provenienza può derivare da un canale esterno.

Grazie a questo grafico, è infatti possibile scoprire se gli utenti visitano la pagina Facebook provenendo da un canale esterno, come un motore di ricerca (es. Google), un social media (es. link diretto dalla propria pagina Instagram), il proprio sito web, o un sito web in cui è presente il link della pagina Facebook.

Acquisizione degli utenti



Una diversa rappresentazione grafica, permette di osservare l'andamento totale delle visite giornaliere che la pagina Facebook ha ricevuto dai diversi canali.

Scorrendo con il mouse tra le diverse colonne del grafico, grazie ad un pop up verrà visualizzato il dato relativo alla colonna selezionata.

Acquisizione degli utenti

f Totale: 42.00
Media del periodo: 0.70 (+ 7.30% ▲)
↓ Min: 1 (+ 2.85% ▲) ↑ Max: 9 (+ 34.82% ▲)

Come interpretare i dati?

Tra parentesi vi è l'aumento (**in verde**) o la perdita (**in rosso**) relativa al periodo precedente.

- **Totale**: rappresenta il numero totale delle visite che la pagina ha ricevuto dai diversi canali, come nell'esempio per un totale di **42** visite provenienti dai diversi canali.
- **Media del periodo**: media giornaliera delle visite provenienti dai diversi canali nel periodo analizzato. Quindi, se analizzassimo venti giorni, l'aumento o la perdita sarebbe relativa ai venti giorni precedenti.
 - Nell'esempio vi è una media di **0,70**, incrementata del 7,30% rispetto al periodo precedente.
- **Minimo**: picco minimo di visite provenienti dai diversi canali nel periodo analizzato. Quindi, se analizzassimo venti giorni, l'aumento o la perdita sarebbe relativa ai venti giorni precedenti.
 - Nell'esempio vi è un minimo di **1**, incrementato del 2,85% rispetto al periodo precedente.
- **Massimo**: picco massimo di visite provenienti dai diversi canali nel periodo analizzato. Quindi, se analizzassimo venti giorni, l'aumento o la perdita sarebbe relativa ai venti giorni precedenti.
 - Nell'esempio vi è un massimo di **30**, incrementato del 34,82% rispetto al periodo precedente.

Acquisizione degli utenti

Come interpretare il grafico? I dati presenti, per quanto osservati sotto aspetti diversi, sono gli stessi. Alla base di entrambi vi è la provenienza degli utenti da diversi canali. Nel caso in cui vi dovessero essere valori bassi nel grafico a linee, bisognerebbe osservare dall'elenco quali sono i canali da cui provengono meno utenti.

Per esempio, nel caso in cui nel nostro sito web vi fosse un reindirizzamento diretto alla pagina Facebook, ma il sito web non fosse presente nell'elenco del grafico, ciò significherebbe che nessun utente proviene dal nostro sito web. La medesima cosa potrebbe accadere nel caso in cui vi fosse un link diretto nella nostra pagina Instagram o Twitter, o nel sito web di un nostro partner.

Cosa si potrebbe fare? La cosa migliore da fare sarebbe quella di capire quali sono i possibili canali da cui gli utenti possono provenire, e provare ad analizzare per quale motivo non arriva traffico da quel canale. Potrebbe accadere che il link, o icona, per il reindirizzamento non sia abbastanza visibile, oppure uno o più canali non hanno abbastanza traffico, e quindi hanno poche visualizzazioni.