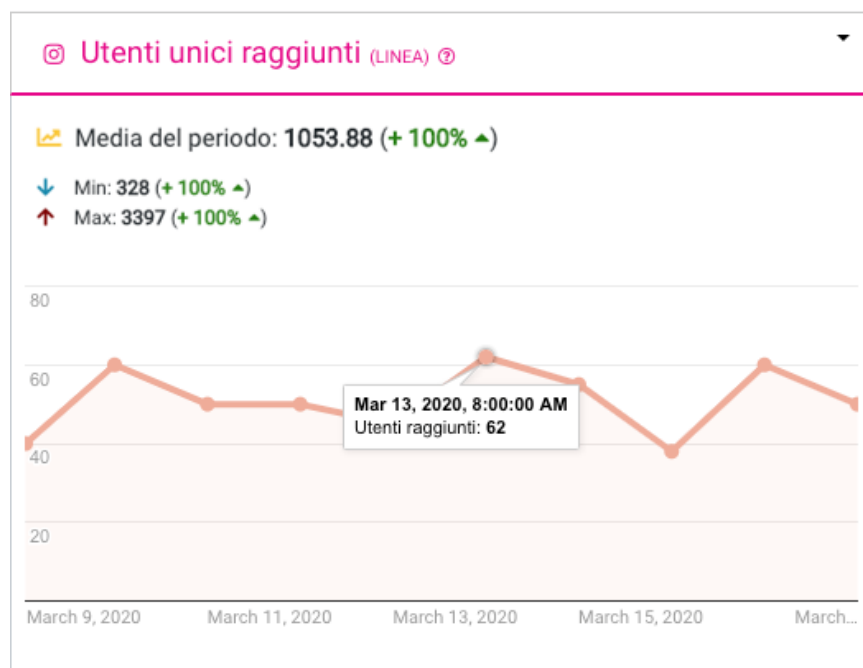


Utenti Unici Raggiunti

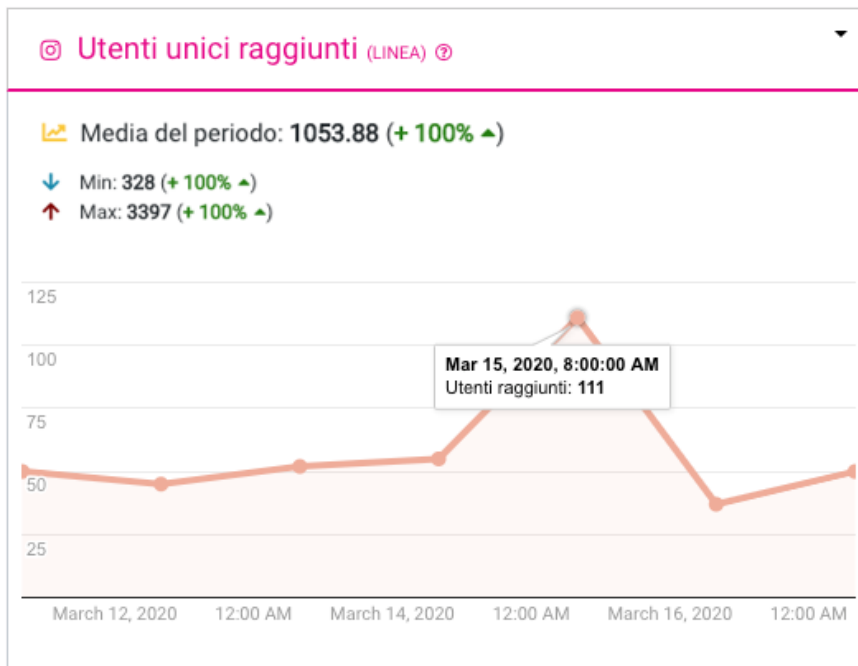


Il grafico mostra il numero di utenti unici che sono stati raggiunti grazie ai contenuti pubblicati sulla pagina.

Scorrendo con il mouse nella linea del grafico, grazie ad un pop up, verrà visualizzato il dato relativo al punto selezionato.

Questo grafico, chiamato anche “**Copertura**”, si riferisce al numero totale di visitatori unici che hanno visualizzato i post. Nel caso in cui un utente visualizzi in giorni differenti lo stesso post, verrà considerato un solo valore.

Utenti Unici Raggiunti



Nel numero totale degli utenti unici raggiunti non sono presenti solamente i follower del profilo, ma anche utenti che hanno visualizzato il post grazie ad un hashtag, un geotag, o grazie alla condivisione da parte di un altro utente.

Se il numero degli utenti unici raggiunti fosse molto inferiore rispetto al numero dei follower potrebbe significare che gli hashtag inseriti non sono stati utili, perché magari troppo generici o non in linea con il target del post, oppure il contenuto non è stato giudicato meritevole dall'algoritmo di Instagram.

Utenti Unici Raggiunti

📈 Media del periodo: 1053.88 (+ 100% ▲)

↓ Min: 328 (+ 100% ▲)

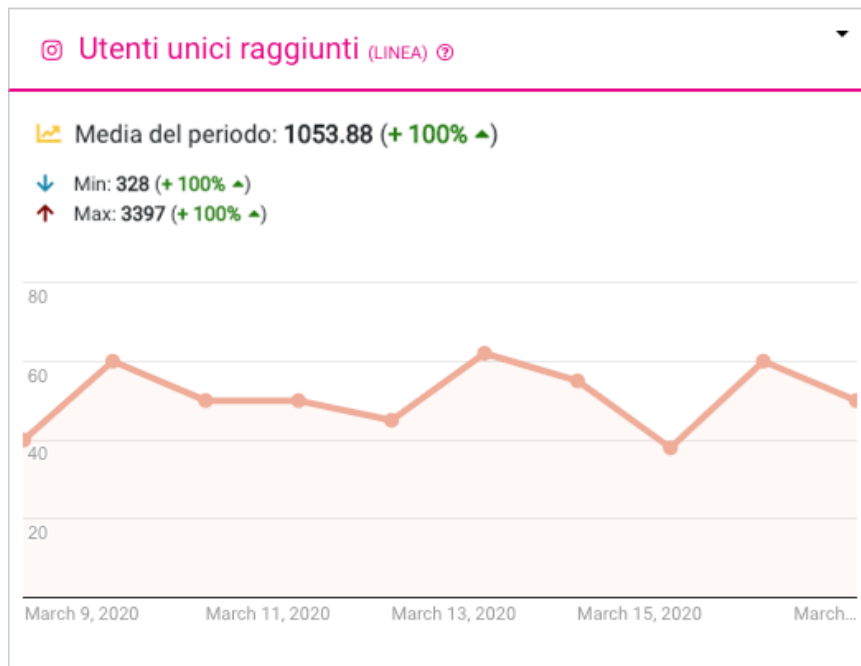
↑ Max: 3397 (+ 100% ▲)

Come interpretare i dati?

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

- **Media del periodo**: media giornaliera degli utenti unici raggiunti nel periodo analizzato. Quindi, analizzando sei giorni, l'aumento o la perdita sarà relativa ai sei giorni precedenti.
 - Nell'esempio vi è una media di **1053,88** utenti unici raggiunti giornalmente, incrementata del 100% rispetto al periodo precedente.
- **Minimo**: picco minimo di utenti unici raggiunti nel periodo analizzato. Quindi, analizzando sei giorni, l'aumento o la perdita sarà relativa ai sei giorni precedenti.
 - Nell'esempio vi è un minimo di **328** utenti unici raggiunti giornalmente, dato rimasto invariato rispetto al periodo precedente.
- **Massimo**: picco massimo di utenti unici raggiunti nel periodo analizzato. Quindi, analizzando sei giorni, l'aumento o la perdita sarà relativa ai sei giorni precedenti.
 - Nell'esempio vi è un massimo di **3397** utenti unici raggiunti giornalmente, incrementati del 100% rispetto al periodo precedente.

Utenti Unici Raggiunti



Cosa si potrebbe fare? Qualora il grafico dovesse mostrare un andamento basso e lineare, nonostante le pubblicazioni, quindi i risultati non dovessero essere in linea con le aspettative, tra le varie alternative si potrebbe:

- Analizzare i migliori hashtag da utilizzare, magari ricercando quelli utilizzati dai competitors;
- Sponsorizzare il post;
- Provare a capire se il post possa essere di gradimento agli utenti.

Nel caso in cui un'impresa decidesse di effettuare la sponsorizzazione di un post, targettizzando al meglio il suo pubblico, e non dovesse ottenere i risultati sperati, ciò potrebbe significare che il post non è stato di particolare interesse per il pubblico, oppure che la targettizzazione non è stata precisa. Dovrebbe quindi procedere alla modifica della sponsorizzazione.

Visualizzazioni



Il grafico mostra, giorno per giorno, il numero totale di volte in cui i contenuti sono stati visualizzati.

Scorrendo con il mouse nella linea del grafico, grazie ad un pop up, verrà visualizzato il dato relativo al punto selezionato.

Questo grafico, chiamato anche “**Impression**”, si riferisce al numero totale di visualizzazioni giornaliere dei post sul profilo. Considerando che uno stesso utente può visualizzare più volte gli stessi contenuti in momenti diversi, verranno conteggiate tutte le singole visualizzazioni anche provenienti dallo stesso account.