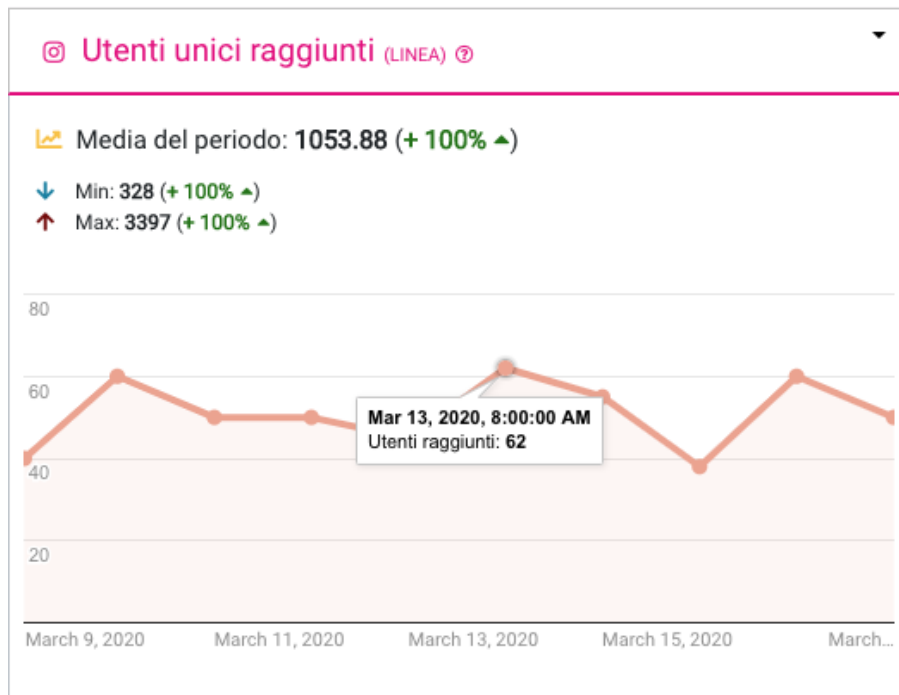
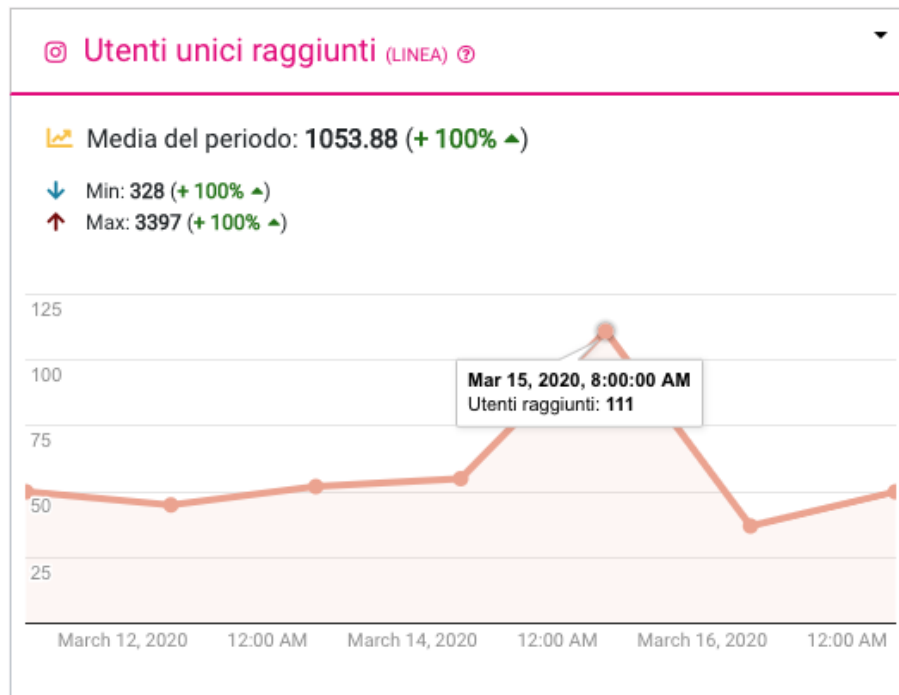


# Utenti Unici Raggiunti



- 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

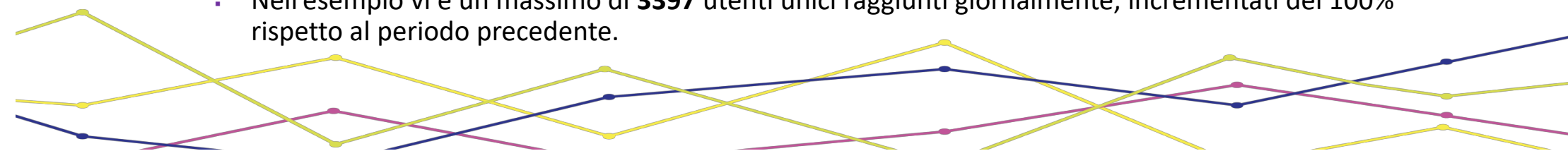
📈 Media del periodo: 1053.88 (+ 100% ▲)

↓ Min: 328 (+ 100% ▲)

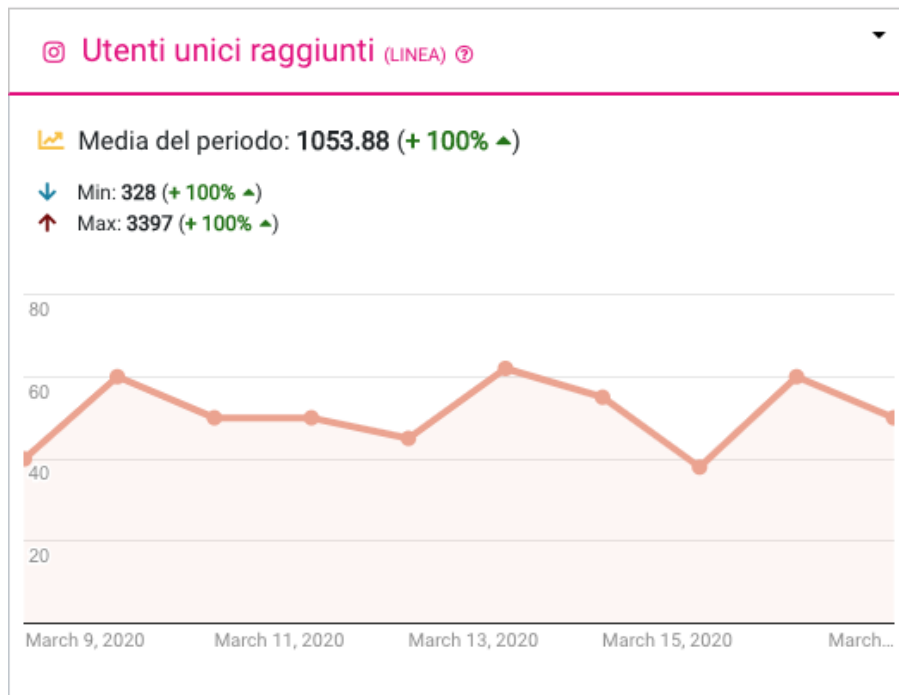
↑ Max: 3397 (+ 100% ▲)

## 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.
- **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

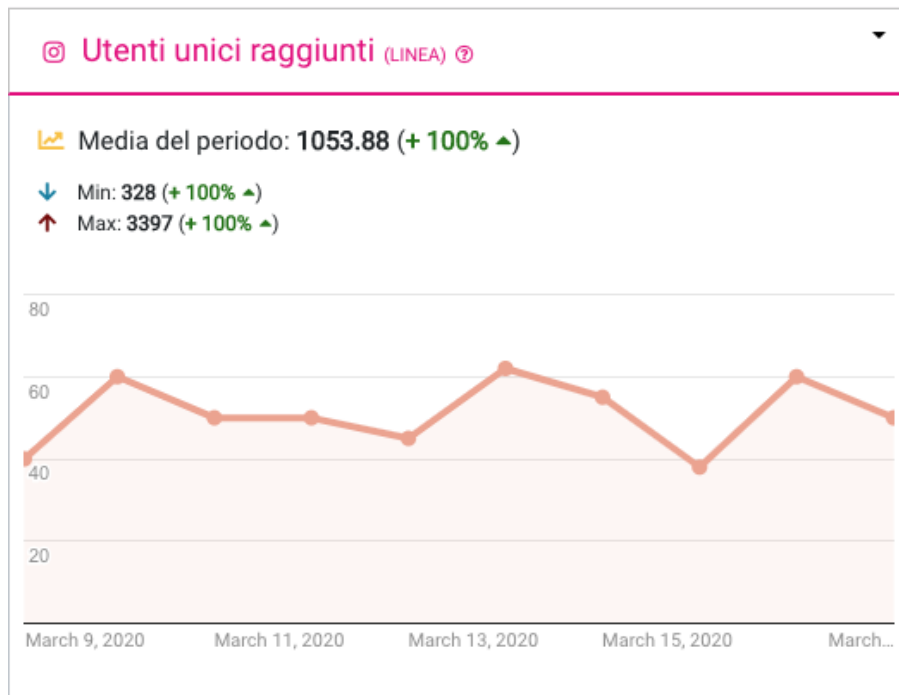


- **Cosa si potrebbe fare?** Qualora il grafico dovesse avere un andamento basso e lineare, nonostante le pubblicazioni, quindi gli utenti unici raggiunti non dovessero essere in linea con le aspettative, tra le varie alternative si potrebbe:

- 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 o meno dagli utenti.

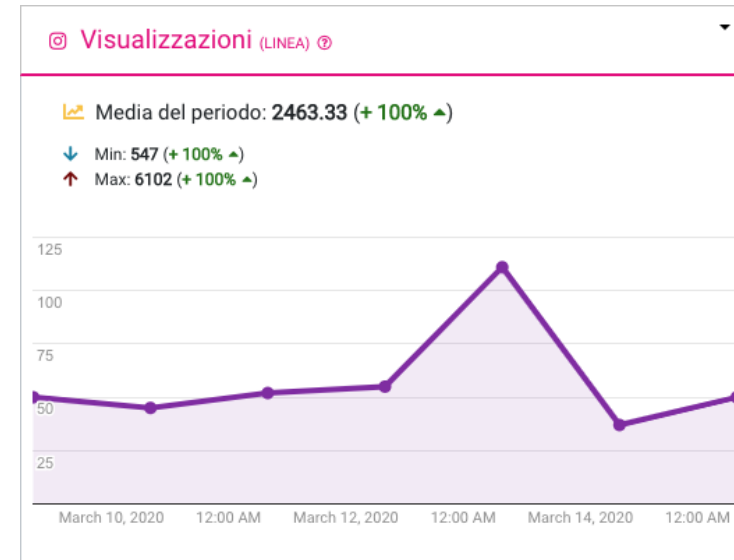
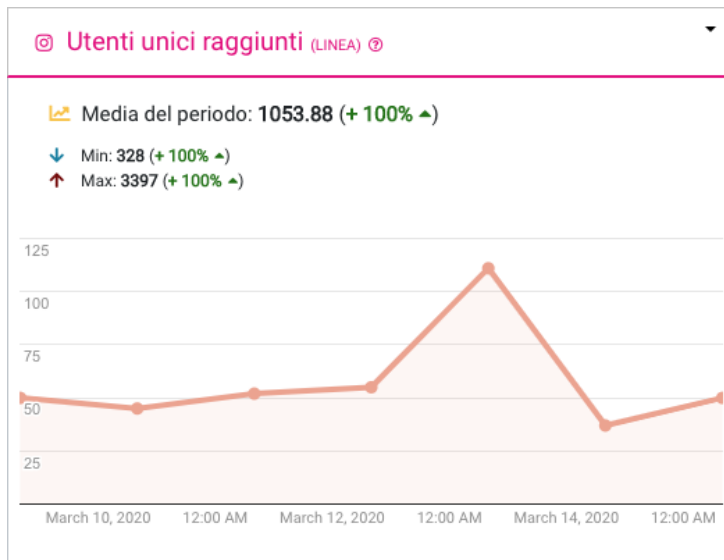


# Utenti Unici Raggiunti



- 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 significherebbe 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.





- La differenza fra **Utenti unici raggiunti** e **Visualizzazioni** sta nel fatto che con la prima vengono calcolate solo le visite provenienti da account unici mentre nella seconda vengono conteggiati anche account che visualizzano più post.
- Prendendo come esempio un utente che visualizza 7 volte 2 determinati contenuti:
  - Il grafico **Utenti unici raggiunti** acquisirebbe il valore **2**.
  - Il grafico **Visualizzazioni** acquisirebbe il valore **7**.

