

Report analitiche blog

04/08 – 04/09 2025



Executive Summary

- Il mese di agosto non ha mostrato contrazioni significative rispetto a luglio, nonostante la performance di luglio fosse fortemente migliorativa rispetto ai mesi precedenti. È auspicabile che si tratti di una stabilizzazione verso l'altro dei volumi di traffico.
- Si conferma la tendenza registrata lo scorso mese per maggiori visualizzazioni sugli articoli più recenti; anche qui una dinamica di stabilizzazione editoriale che convive però con un interesse che si fa evidente su alcuni topics, come quello dell'export e quello delle strategie per affrontare lo scenario globale.
- Migliora la performance del canale di ricerca organica nella generazione del traffico. Da ripensare l'azione sul canale social, che oggi produce poco traffico a causa di un'attività di promozione ridotta, ma che sarebbe il primo canale per costruire notorietà sul magazine

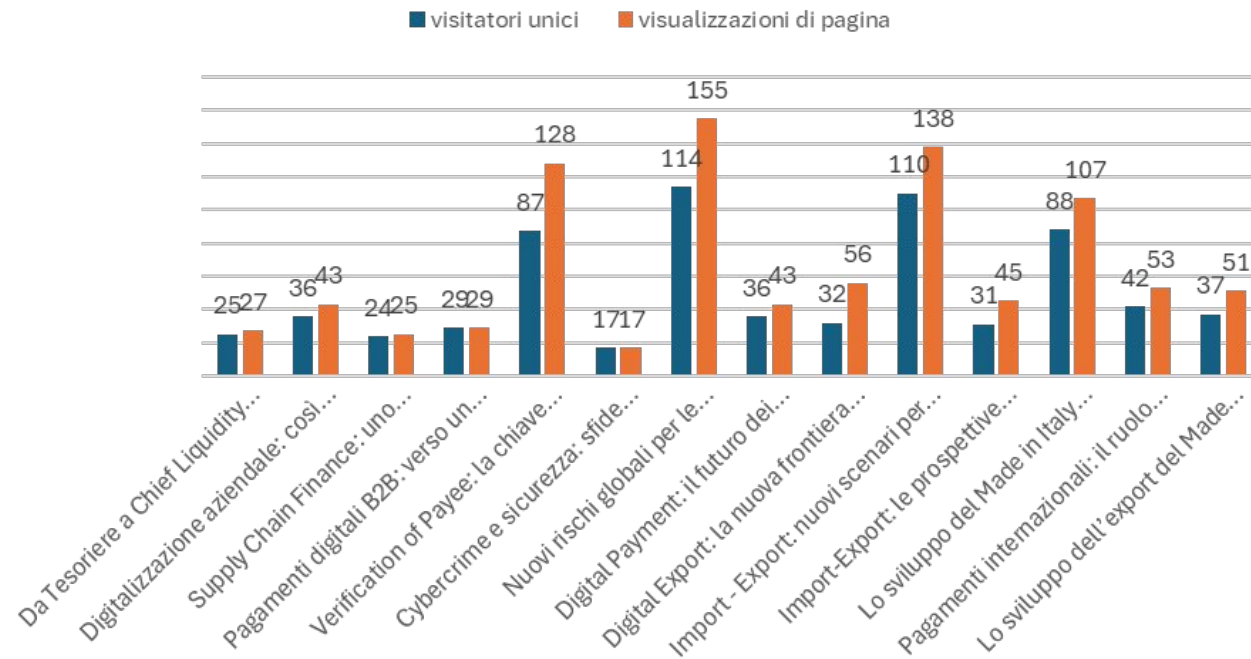
Inbiz Magazine – Ita



Analisi del traffico

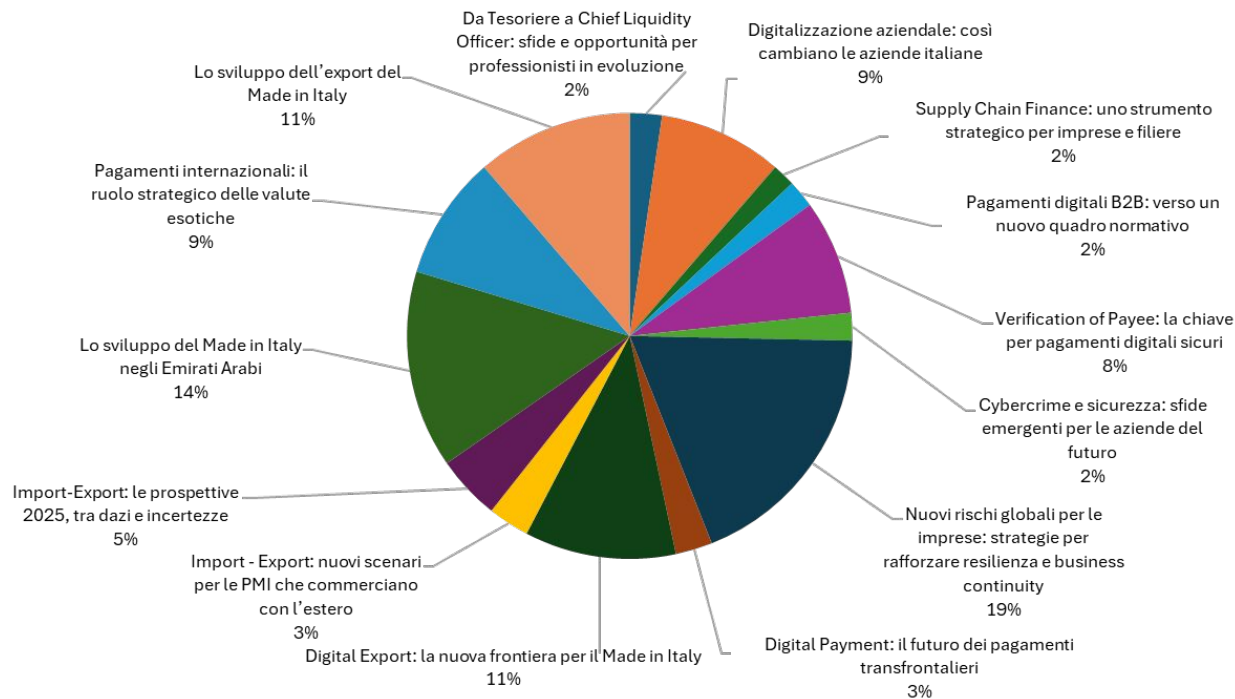
Gli articoli pubblicati hanno generato 917 visite, registrando un totale di 708 visitatori unici, con una leggera flessione rispetto al mese precedente, ma che si mantiene sullo stesso livello dei valori registrati a luglio, con una contrazione di appena il 12% nonostante agosto sia normalmente un mese meno attivo. In più continua l'incremento nell'interesse generale verso il magazine, con la homepage italiana visualizzata 3592 volte (500 visualizzazioni in più del mese scorso, +16%)

Nel mese appare una tendenza verso i temi legati all'aggiornamento e alla continuità del business: forte interesse per temi come la gestione dei rischi globali e (ancora) l'export (sia in generale che rispetto a destinazioni specifiche come gli Emirati), ma anche per le evoluzioni nei sistemi di pagamento orientate alla sicurezza.



Analisi della navigazione

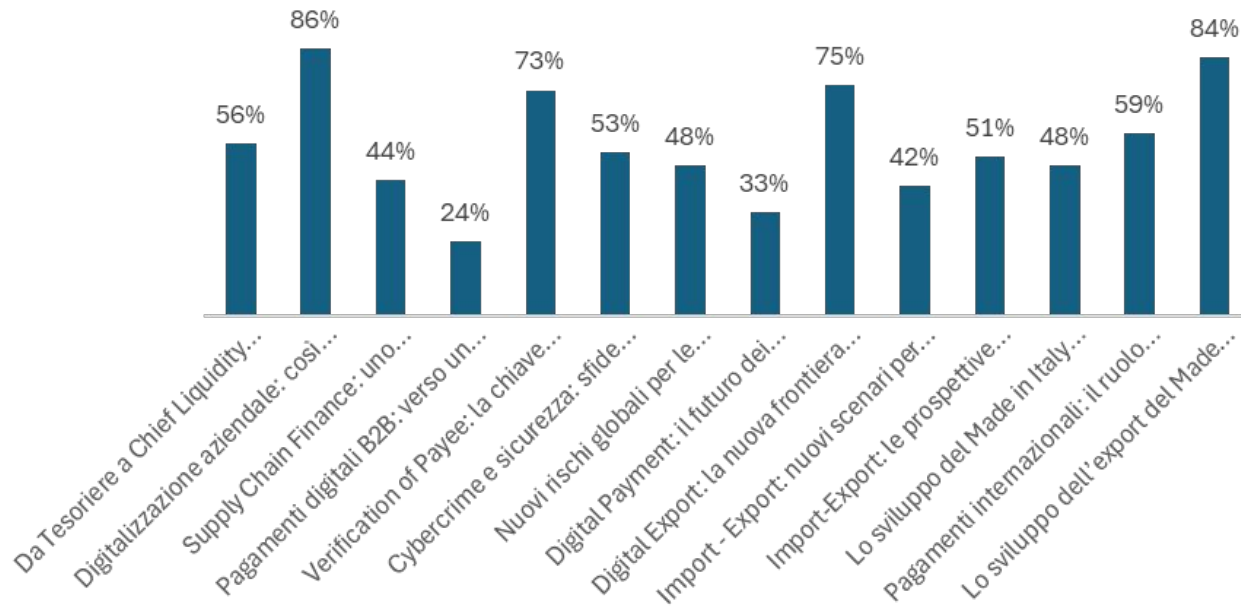
L'analisi del traffico netto (= articoli che sono stati la prima pagina visualizzata del sito) conferma la capacità di attrazione dei temi legati all'export e al made in Italy, che rappresentano il 36% di questo traffico, con singoli articoli (quello sugli Emirati) che realizzano il 14%. L'articolo più performante nel generare traffico è stato però quello sui rischi globali (19%), probabilmente anche per ragioni di freschezza del tema. Anche il tema della digitalizzazione aziendale rimane rilevante, con un 9% per l'articolo in oggetto, e un totale di circa il 25% per la tematica generale. Meno capacità di attrattiva al momento per i temi del cybercrime e della supply chain finance.



Analisi della navigazione

Il grafico rappresenta le volte in cui ciascun articolo è stato l'ultima pagina visualizzata prima della conclusione della navigazione. Gli articoli con valori più bassi sono quelli che hanno favorito la navigazione interna.

I temi relativi ai pagamenti digitali sono quelli che, in questo mese, si sono inseriti in flussi di navigazione più consistente. Un dato interessante è che due su tre degli articoli più letti (Nuovi rischi globali e nuovi scenari per l'export) hanno valori sotto media, quindi hanno prodotto navigazione attiva, il che è positivo.



Analisi della canalizzazione



Legenda sui canali di traffico

Organic Search → Visite da motori di ricerca come Google, non a pagamento.

Direct → Accessi diretti, senza fonte tracciabile (es. URL digitato o link da chat/email senza tracciamento).

Internal Traffic → Click da altre pagine dello stesso sito (navigazione interna).

Referring Domains → Visite da altri siti web (es. articoli, portali, forum).

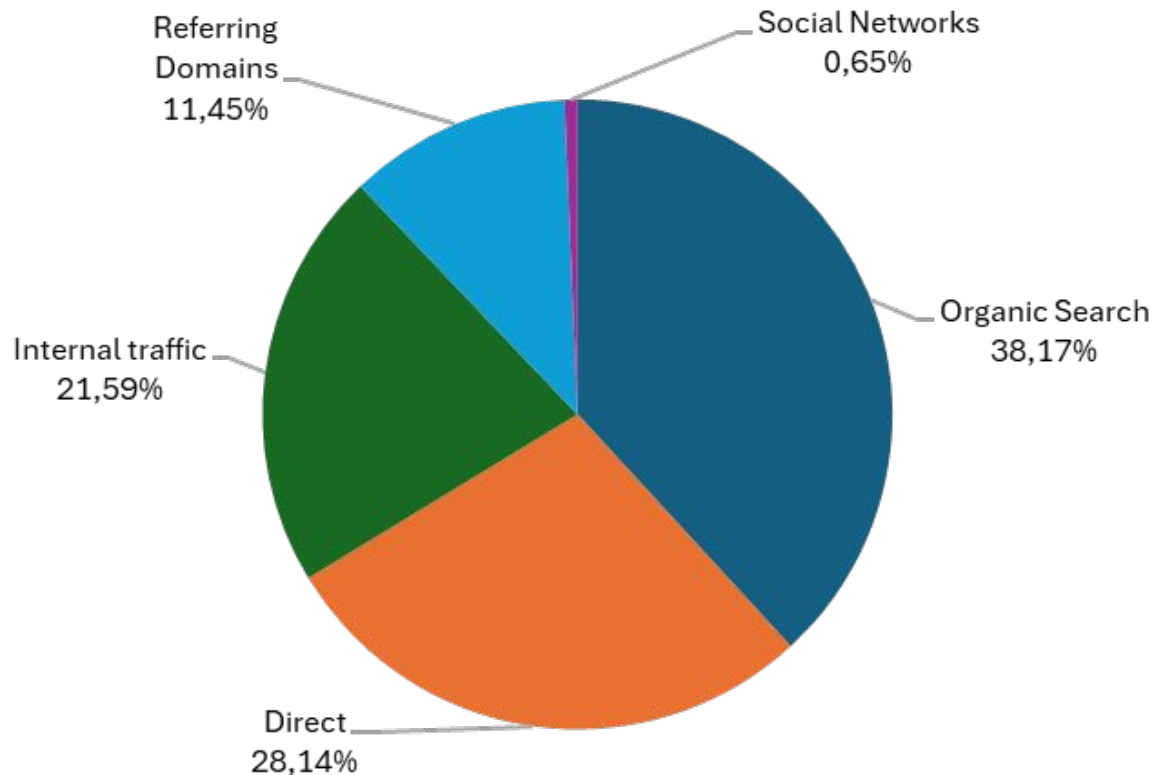
Social Networks → Click da piattaforme social come Facebook, LinkedIn, Instagram, ecc.

Nota: il **traffico diretto** in Adobe Analytics è una categoria residuale, che raggruppa tutto il traffico che non presenta una chiara fonte di riferimento. Può trattarsi per lo più di traffico che viene dalla digitazione diretta dell'URL nella barra del browser, ma quando si tratta di URL lunghi e complessi come nel caso di articoli di blog, è più probabile si tratti di fonti che non comunicano al browser alcun dato di tracking. Esempi di queste fonti possono essere link condivisi via app di chat (WhatsApp, Telegram), che non trasmettono dati di referral, segnalibri del browser, link non tracciati in condivisioni tramite email o documenti.

È importante limitare il più possibile i comportamenti qui descritti, per evitare di avere percentuali rilevanti del traffico registrate in una categoria residuale che non fornisce informazioni pertinenti sull'andamento del traffico al blog.

Analisi della canalizzazione

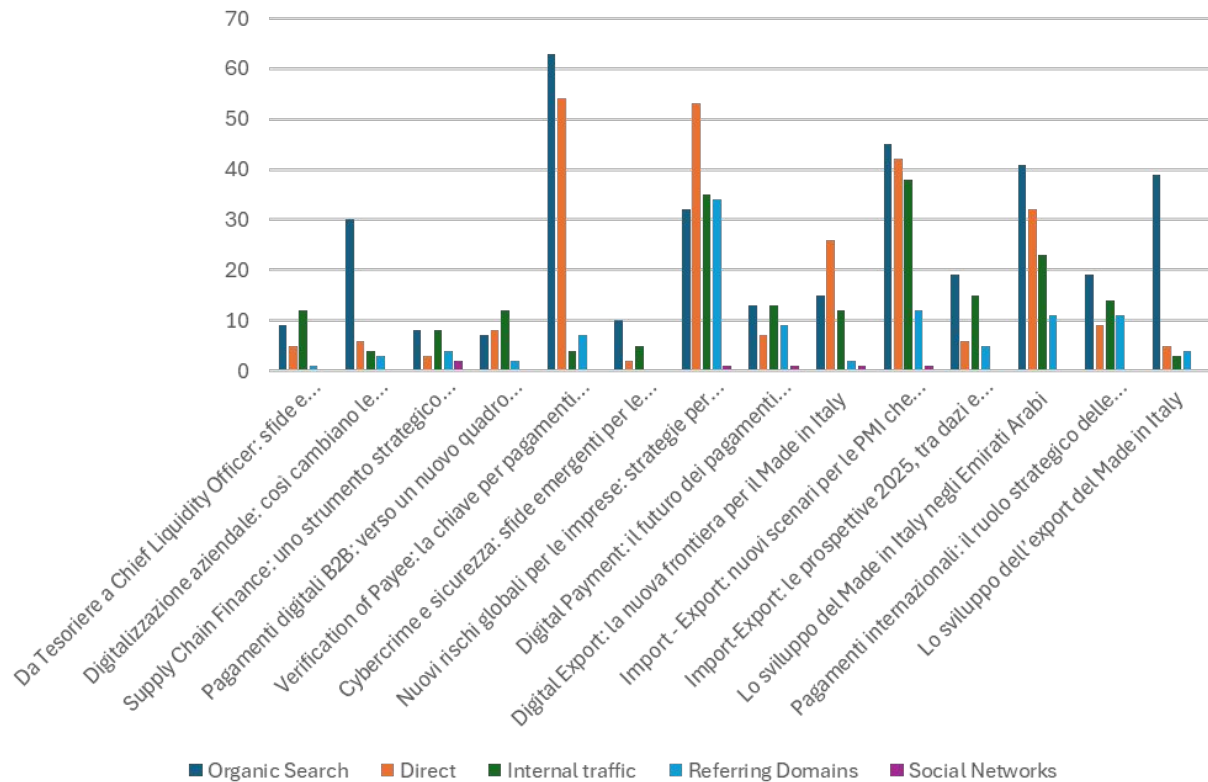
In materia di canali di acquisizione traffico, continua la riduzione del canale social, che sostanzialmente è ad oggi irrilevante nel produrre traffico, mentre potrebbe e dovrebbe essere uno dei principali. Si riduce il traffico diretto, a favore della ricerca organica (+1,8%), che mostra un incremento nella capacità di attrazione del sito. In incremento anche il traffico interno, che potrebbe segnalare una maggiore disponibilità degli utenti ad approfondire (servirebbe poter valutare i tempi medi di permanenza per trarre alcune conclusioni). La diminuzione del traffico per referring domains andrebbe interpretata alla luce di dati più consistenti riguardo agli altri siti che linkino Inbiz - dati ad oggi non disponibili.



Analisi della canalizzazione

La distribuzione dei canali di acquisizione per singolo articolo segue i valori rappresentati nel grafico e ci presenta alcuni spunti interessanti.

La ricerca organica ha giocato un ruolo centrale nel generare traffico per gli articoli su verification of payee, nuovi rischi globali, e tutti i temi su export made in Italy e digitalizzazione. Questi appaiono i temi più in grado di intercettare flussi di ricerca. Da approfondire il ruolo dei referring domains per l'articolo sui nuovi rischi globali: questo articolo ha avuto ottime performances generali di traffico, e il fatto che siano state dovute a canale referral può indicarci quali siano i "partner" più produttivi nella generazione di traffico. Infine, ancora rischi globali, import export e made in Italy sono gli argomenti che hanno attirato più traffico da utenti già presenti sul sito.



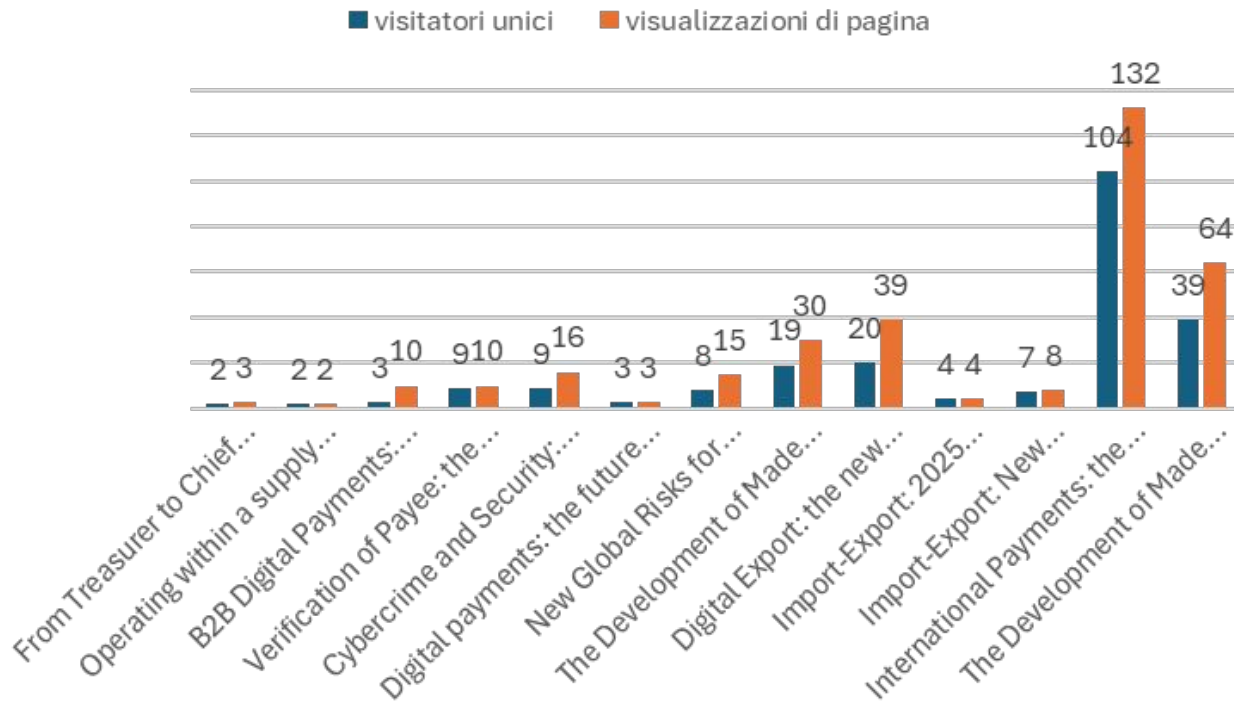
Inbiz Magazine – Eng



Analisi del traffico

Anche questo mese l'incremento di traffico sulla versione inglese del sito è consistente, pur trattandosi ancora di numeri molto ridotti e molto inferiori rispetto alla parte italiana: 336 visualizzazioni per gli articoli (+120%) e 229 utenti unici (+80%).

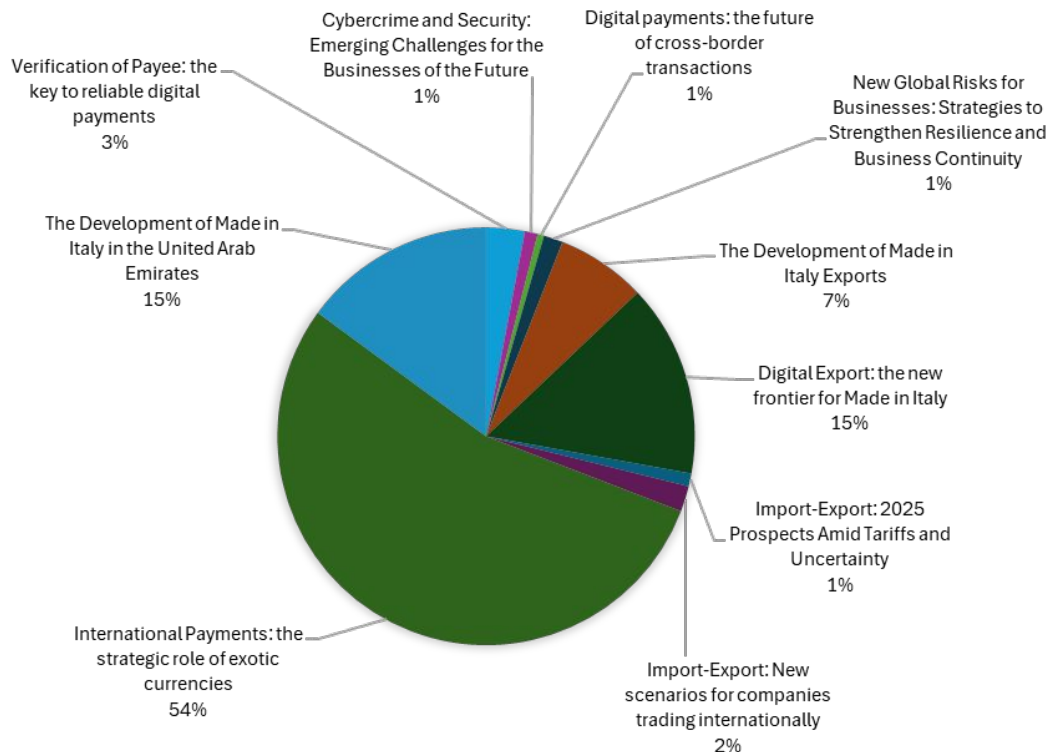
La crescita è in pratica totalmente trainata da un articolo, quello sulle valute esotiche, che da solo totalizza praticamente la metà delle visualizzazioni e degli utenti, a testimonianza del fatto che con numeri così ridotti anche un solo exploit può fare la differenza.



Analisi della navigazione

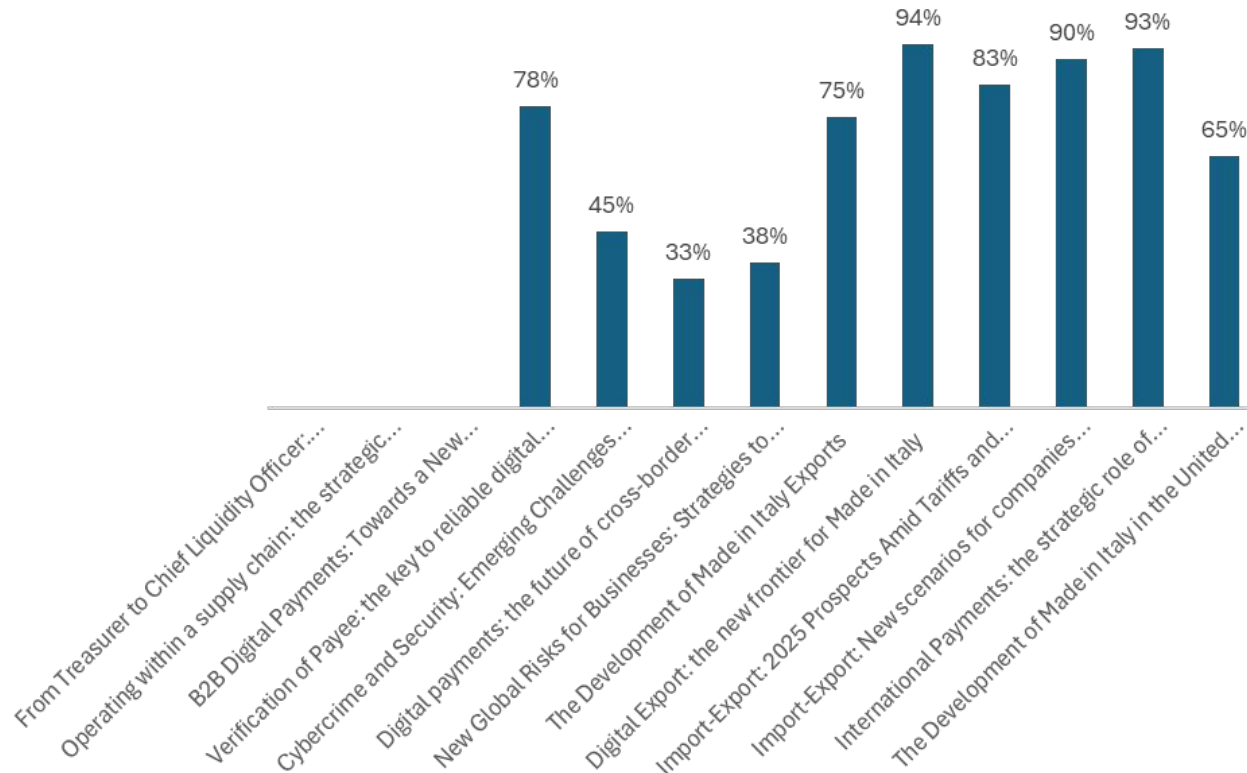
Il grafico mostra le performances relative degli articoli in lingua inglese nel dare vita a nuove sessioni di navigazione (= essere il primo punto di accesso al sito).

Dalle performances dell'articolo sulle valute esotiche si evince che con buona probabilità gran parte o tutto tutto il traffico generato da esso è traffico netto, mostrando una buona capacità di attrazione.



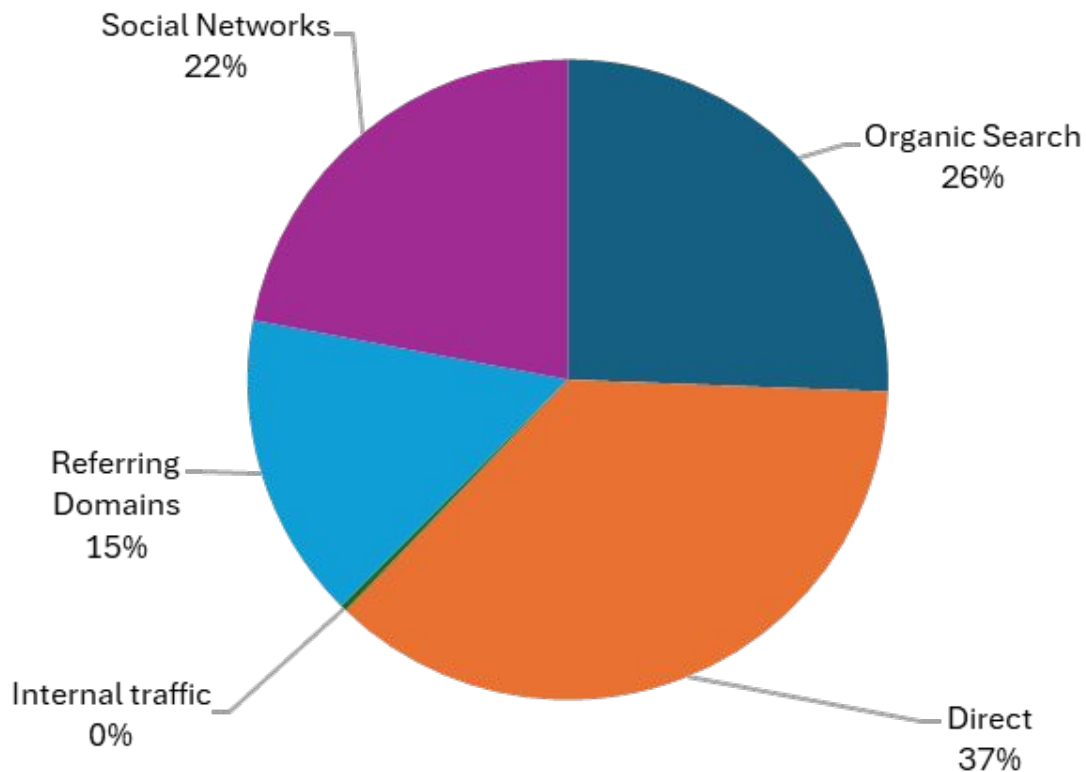
Analisi della navigazione

Dall'analisi delle uscite dal sito avvenute da ciascun articolo, possiamo dire che purtroppo l'interesse per l'articolo sulle valute esotiche non si è trasformato in navigazione approfondita del sito: nel grafico precedente abbiamo visto che la maggioranza dei lettori dell'articolo lo visualizzavano come prima pagina su Inbiz; qui vediamo che il 93% di essi è uscito dopo averlo letto, senza navigare oltre nel sito. Gli utenti dei primi tre articoli a destra sul grafico hanno tutti continuato la navigazione dopo aver letto l'articolo, ma si tratta di numeri esigui (2 - 3 persone). Quelli dell'articolo su Global Risks sono stati i più attivi sul sito.



Analisi della canalizzazione

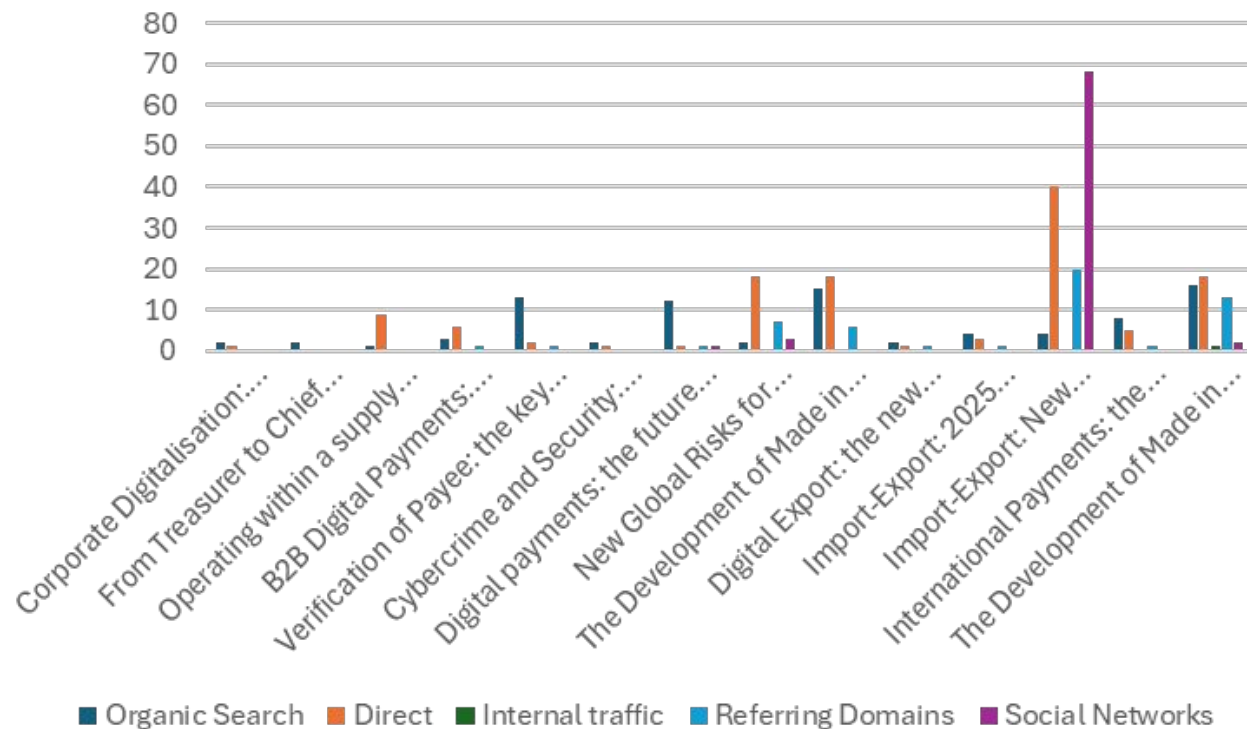
È necessario premettere che i numeri molto ridotti non si prestano a un'analisi della canalizzazione particolarmente significativa; detto questo, registriamo una diminuzione consistente del traffico diretto e una meno rilevante della ricerca organica, a favore dell'incremento per social networks e referring domains; il traffico interno è pari a 0.



Analisi della canalizzazione

La distribuzione dei canali di acquisizione per singolo articolo segue i valori rappresentati nel grafico.

Un punto interessante da notare è che con numeri così ridotti, un semplice incremento su un singolo canale può portare a cambiamenti rilevanti sui risultati di un contenuto.





Thank you.

www.webidoo.com