



Società Italiana di Psicodramma Analitico

Report Dati Social Media

Trimestre Aprile - Giugno 2016

Facebook	Gennaio - Giugno 2015	Giugno - Dicembre 2015	Gennaio - Marzo 2016	Aprile - Giugno 2016
Numero di Follower	1.851	2.180 (+ 349)	2.187 (+ 7)	2.244 (+ 57)
Numero di Post pubblicati	34	54 (+ 20)	71 (+ 17)	89 (+ 18)
Copertura media del post	400	510 (+ 110)	532 (+ 22)	730 (+ 198)
Sentiment Index	4,42 like per post	13,25 (+ 8,83)	16,57 (+ 3,32)	18,32 (+ 1,75)
Action Index	1,75 fan post per post	4,52 (+ 2,8)	4,98 (+ 0,46)	5,18 (+ 0,20)
Engagement Index	0,5 commenti per post	0,7 (+ 0,2)	0,3 (- 0,4)	0,3 (+/- 0)

Sito Internet	Gennaio - Giugno 2015	Giugno - Dicembre 2015	Gennaio - Marzo 2016	Aprile - Giugno 2016
Numero Sessioni Totali	2.659	7.711 (+ 5.052)	10.889 (+ 3.178)	12.703 (+ 1.814)
Numero Utenti	1.983	5.681 (+ 3.698)	7.931 (+ 2.250)	9.232 (+ 1.301)
Visualizzazione Pagine	6.812	17.700 (+ 10.888)	24.304 (+ 6.604)	28.173 (+ 3.869)
Numero Massimo Utenti	101	105 (+ 4)	105 (+/- 0)	106 (+ 1)
Numero Minimo Utenti	5	3 (- 2)	4 (+ 1)	4 (+/- 0)



Società Italiana di Psicodramma Analitico

Report Dati Social Media

Trimestre Aprile - Giugno 2016

LinkedIn	Gennaio - Giugno 2015	Giugno - Dicembre 2015	Gennaio - Marzo 2016	Aprile - Giugno 2016
Numero Collegamenti	2.885	3.760 (+ 875)	4.240 (+ 480)	4.439 (+ 199)
Numero Gruppi discussione	14	24 (+ 10)	34 (+ 10)	44 (+ 10)
Numero Post pubblicati	12	32 (+ 20)	54 (+ 22)	72 (+ 18)
Numero Visualizzazioni profilo	796	1.482 (+ 686)	1.714 (+ 232)	1.918 (+ 204)
Competenze Confermate	250	676 (+ 426)	870 (+ 94)	940 (+ 70)

Google Plus	Gennaio - Giugno 2015	Giugno - Dicembre 2015	Gennaio - Marzo 2016	Aprile - Giugno 2016
Numero Collegamenti	21	67 (+ 46)	80 (+ 13)	85 (+ 5)
Numero Post pubblicati	3	23 (+ 20)	54 (+ 31)	72 (+ 18)
Numero Visualizzazioni profilo	325	9.523 (+ 9.198)	12.083 (+ 2.560)	13.841 (+ 1.758)
Numero Cerchie	3	6 (+ 3)	6 (+/- 0)	6 (+/- 0)
Numero Utenti Cerchie	340	716 (+ 376)	823 (+ 107)	925 (+ 102)

I dati riportati all'interno del documento descrivono l'andamento del piano di comunicazione digitale della SIPsA del **secondo trimestre del 2016**:

Facebook: la Pagina ufficiale Facebook mostra un cospicuo incremento del numero dei Follower dopo il lieve aumento del trimestre precedente; il dato che si riferisce al numero di Post pubblicati è incrementato notevolmente, registrando lo stesso valore del report in riferimento al primo trimestre, e denotando una continua ed intensa attività di condivisione dei contenuti; la copertura media del Post ha registrato un notevole incremento rispetto al dato relativo al trimestre precedente, mettendo in evidenza una maggiore visibilità dei contenuti pubblicati. Tale valore, affiancato a quelli del Sentiment Index (like per post) e del Action Index (fan per post), rivela una buona visibilità e copertura di ogni singolo post. L' Engagement Index (commenti per post) si assesta nello stesso valore del trimestre precedente mettendo in evidenza un basso grado di coinvolgimento dei fan rispetto ai contenuti pubblicati.

Sito Internet (sipsapsicodramma.org) i dati presi in considerazione per l'analisi quantitativa si riferiscono al Numero delle sessioni totali, al Numero degli utenti e al Numero di visualizzazioni delle Pagine. I tre parametri mostrano un aumento proporzionale in linea con il trimestre precedentemente analizzato (l'incremento del suddetto trimestre è inferiore rispetto a quello maturato nei primi tre mesi dell'anno). Tale crescita, in riferimento ai tre parametri analizzati, mostra come il semestre 2016 abbia riportato risultati superiori rispetto al semestre 2015, denotando la qualità della strategia comunicazionale - digitale messa in atto dalla Società.

LinkedIn: i parametri relativi al profilo LinkedIn presi in considerazione mostrano una crescita molto rilevante. Il Numero di Collegamenti si attesta sui 4.439 utenti, mostrando un incremento di poco inferiore rispetto al trimestre precedente. Il Numero dei Gruppi di Discussione è aumentato di 10 elementi come previsto dal piano di comunicazione, aumentando la visibilità dei propri post e il numero di collegamenti con i quali comunicare. 'L'engagement' del consumatore è in progressivo aumento come mostra la crescita sia del Numero delle Competenze Confermate (+70), sia il Numero delle Visualizzazioni del profilo (+ 204).

Google Plus: il Profilo Google Plus mostra un aumento ancora più lieve del Numero dei Collegamenti rispetto al trimestre precedente, confermando ancora qualche difficoltà nello sviluppo della piattaforma dal punto di vista del coinvolgimento. La visibilità raggiunta attraverso il Social risulta essere invece in proporzionale aumento come dimostrato dalla crescita del Numero di Visualizzazioni del profilo e del Numero Utenti delle Cerchie. Per quanto riguarda il Numero delle cerchie il dato è rimasto invariato rispetto ai primi tre mesi dell'anno in quanto la classificazione dei collegamenti prevista dal piano di comunicazione non prevede ulteriori espansioni in questa fase del progetto.

In sintesi

- La condivisione di un buon numero di post all'interno dei Social Media ha contribuito all'aumento proporzionale del numero dei Follower
- La qualità dei contenuti dei post ha messo in evidenza un aumento del livello di apprezzamento dei Follower, i quali però non sono stati ancora coinvolti pienamente nel processo di Engagement auspicato dalla Società
- La visibilità esterna della Società e la copertura dei suoi contenuti è in continuo aumento, nonostante un lieve decremento generale rispetto ai dati registrati nel primo trimestre del 2016
- L'appartenenza a una vasta quantità di Gruppi e Comunità all'interno dei profili Social "LinkedIn e Google Plus" ha permesso di estendere la cerchia di utenti con la quale la SIPsA si interfaccia e di aumentare il proprio raggio di azione entrando in contatto con soggetti professionali del settore
- Il crescente numero di Visualizzazioni delle Pagine del Sito si conferma è il dato qualitativo più importante in quanto rappresenta una permanenza maggiore all'interno del sito per la lettura dei contenuti