



Società Italiana di Psicodramma Analitico

Report Dati Social Media

Trimestre Gennaio - Marzo 2016

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

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



Società Italiana di Psicodramma Analitico

Report Dati Social Media

Trimestre Gennaio - Marzo 2016

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

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

I dati riportati all'interno del documento descrivono l'andamento del piano di comunicazione digitale della SIPsA del **primo trimestre del 2016**. In particolare il prospetto mostra le variazioni positive e/o negative delle piattaforme Social e del Sito Internet della Società:

Facebook: la Pagina ufficiale Facebook mostra un lieve aumento del numero dei Follower dopo il rilevante aumento del semestre precedente (frutto anche della campagna a pagamento attivata per il Convegno Nazionale SIPsA); il dato che si riferisce al numero di Post pubblicati è incrementato notevolmente, registrando quasi lo stesso risultato del report precedente nella metà del tempo (tre mesi), e denotando una più intensa attività di condivisione dei contenuti; la copertura media del Post ha registrato un lieve incremento rispetto al dato relativo al semestre precedente. 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, a differenza del Engagement Index (commenti per post) che mette in evidenza un basso grado di coinvolgimento dei fan (ha a che fare con contenuti che pubblicizzano eventi che non prevedono commenti).

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 semestre precedentemente analizzato. Tale crescita se continuerà a perseguire tale andamento mostrerà al termine del primo semestre del 2016 un aumento ancora superiore rispetto a quello del 2015 in quanto il Numero massimo di Utenti e il Numero minimo di Utenti si attestano, in soli tre mesi, nelle stesse cifre riportate nel semestre precedente.

Di rilievo qualitativo il dato crescente di Numero di visualizzazioni delle Pagine in quanto rivela che chi entra nel sito sosta più a lungo sui contenuti.

LinkedIn: i parametri relativi al profilo LinkedIn presi in considerazione mostrano una crescita molto rilevante. Il Numero di Collegamenti si attesta sui 4.240 utenti, mostrando un incremento proporzionalmente in linea con il semestre 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, sia il Numero delle Visualizzazioni del profilo.

Google Plus: il Profilo Google Plus mostra un lieve aumento del Numero dei Collegamenti, evidenziando 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 in quanto la classificazione dei collegamenti prevista dal piano di comunicazione è stata rispettata.

In sintesi

- L'aumento del numero di post pubblicati (Facebook, LinkedIn e Google plus) denota una più intensa condivisione delle attività all'interno della SIPsA.
- Il numero crescente di visualizzazioni e di collegamenti mostrano una maggiore visibilità esterna e copertura per ogni singolo post.
- Nel caso di LinkedIn la crescente appartenenza a gruppi di discussione fa ottenere, oltre che più visualizzazioni in quando estende la cerchia di utenti, anche 'l'engagement' del consumatore con commenti di carattere professionale.
- Il crescente numero di Visualizzazioni delle Pagine del Sito è il dato qualitativo più importante in quanto rappresenta una permanenza maggiore all'interno del sito per la lettura dei contenuti.