

IAB Forum 2008

Navigazione da mobile: analisi dei
trend sul network  ShinyStat™

6 Novembre 2008



Agenda

Network ShinyStat

PwC e il mercato dei New Media

Analisi comparativa traffico Web

Analisi dei trend per i diversi settori merceologici

Comparazione dei modelli di navigazione

Considerazioni finali

ShinyStat™: strumenti di rilevazione dell'audience Internet dal 1995

ShinyStat™ è una piattaforma specializzata **nell'analisi dell'audience Internet e nella Web Analytics**.

La piattaforma ShinyStat è stata sviluppata con moderne tecnologie in grado di processare ed aggregare il dato in **tempo reale**.

ShinyStat attualmente è **il leader italiano per numero di account attivi** con più di **250.000** siti web sui quali viene effettuata la rilevazione in tempo reale dell'audience.

ShinyStat risponde agli standard prescritti da **Audiweb** per la rilevazione del traffico web.

ShinyStat è corporate member della **WAA** (Web Analytics Association).

Alcuni vantaggi competitivi di ShinyStat in Italia:

- Indipendenza nella Rilevazione
- Rilevazione in Tempo Reale
- Geolocalizzazione Italiana su base Regionale
- Usabilità specifica per l'audience italiana
- Ottimo posizionamento sulla “coda lunga” del web italiano

PwC e il mercato dei New Media

Il network PricewaterhouseCoopers (PwC) è la principale organizzazione internazionale di **servizi professionali alle imprese**. Il nostro obiettivo è **creare valore** per i nostri clienti e produrre vantaggio competitivo per le loro attività facendo leva sui valori dell'integrità e della qualità dei servizi offerti. Operiamo in 150 paesi nel mondo con oltre 146.000 professionisti di cui circa 3.000 presenti in Italia in 17 uffici.

Integrazione, multidisciplinarietà ed eccellenza dei servizi professionali sono gli elementi chiave che caratterizzano l'offerta del network PwC. Operiamo combinando ampie capacità professionali a livello internazionale con la conoscenza dei mercati locali e con le nostre esperienze.

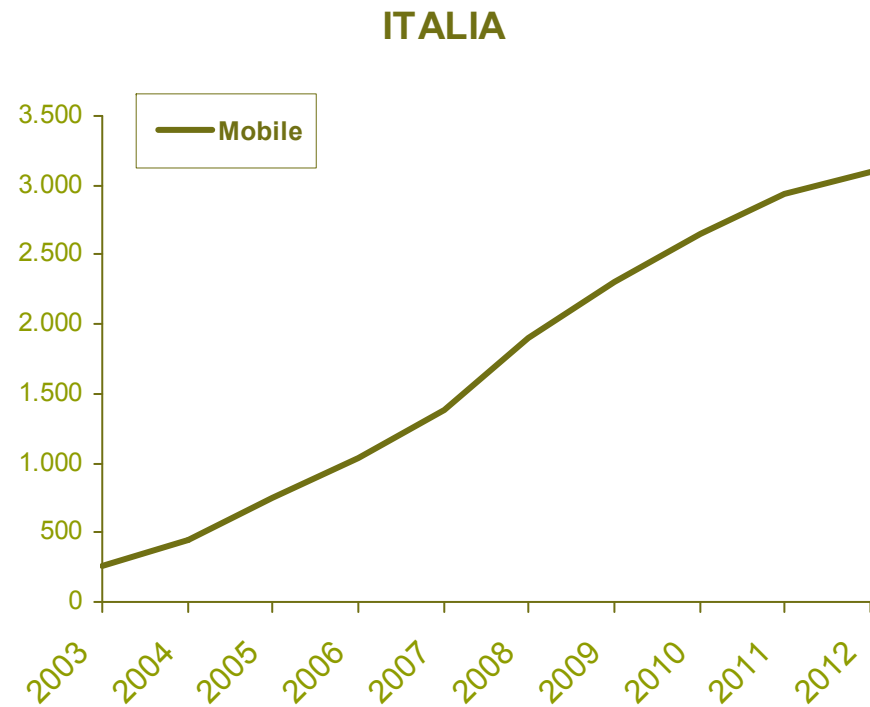
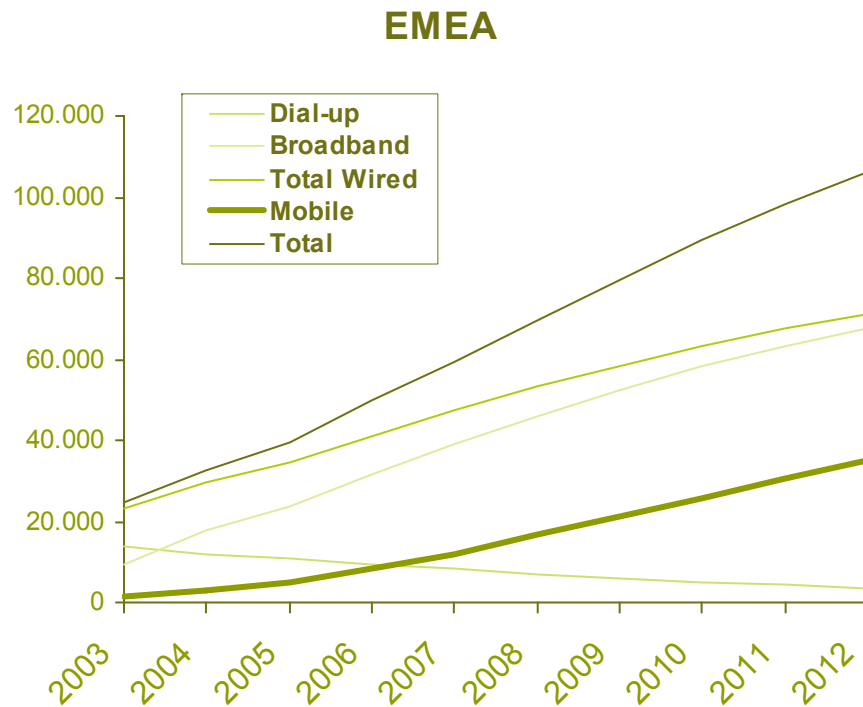
Proprio per questo motivo e grazie alla sua forte presenza sui mercati mondiali, il network PwC è sempre molto attento alla crescita ed allo studio **dei nuovi settori emergenti**. In particolare nel settore dell'Entertainment and Media (E&M) viene rilasciata annualmente una pubblicazione, il *Global Entertainment and Media Outlook*, che fornisce previsioni sui ricavi e sui trend di mercato nei maggiori 15 settori industriali E&M all'interno di 59 paesi.

Nell'ultima pubblicazione del *2008-2012 E&M Outlook* vista la forte crescita registrata **dall'accessibilità a Internet**, sia tramite connessione fissa che mobile, è stata ad essa dedicata una specifica sezione. Questo in considerazione della criticità di questo driver per la crescita dell'entertainment e dei nuovi media.

All'interno dei 15 settori considerati, l'accesso ad internet assieme all'advertising su internet sono i segmenti per i quali viene prevista la maggiore crescita fino al 2012. Particolare attenzione sta riscontrando l'accessibilità a internet tramite dispositivi mobili: da qui il lavoro svolto per ShinyStat volto a valutare l'utilizzo della loro base dati per effettuare l'analisi dei **trend di navigazione mobile sulla popolazione italiana**.

Mobile Internet Access Spending

Internet Access Spending [milioni di €]



Sorgente: Global Entertainment and Media Outlook: 2008-2012

Base dati utilizzata per l'analisi

Una presenza così massiccia e trasversale permette di effettuare analisi sui dati aggregati, che consentono di mettere in evidenza i costumi e le abitudini di navigazione degli **utenti internet italiani** con un elevato grado di precisione.

La base dati è costituita da **2500** siti web distribuiti sulle **10 macrocategorie** principali di ShinyStat, **250 siti web** per ciascuna macrocategoria.

La distribuzione del campione risulta quindi essere **omogenea per singola macrocategoria**.

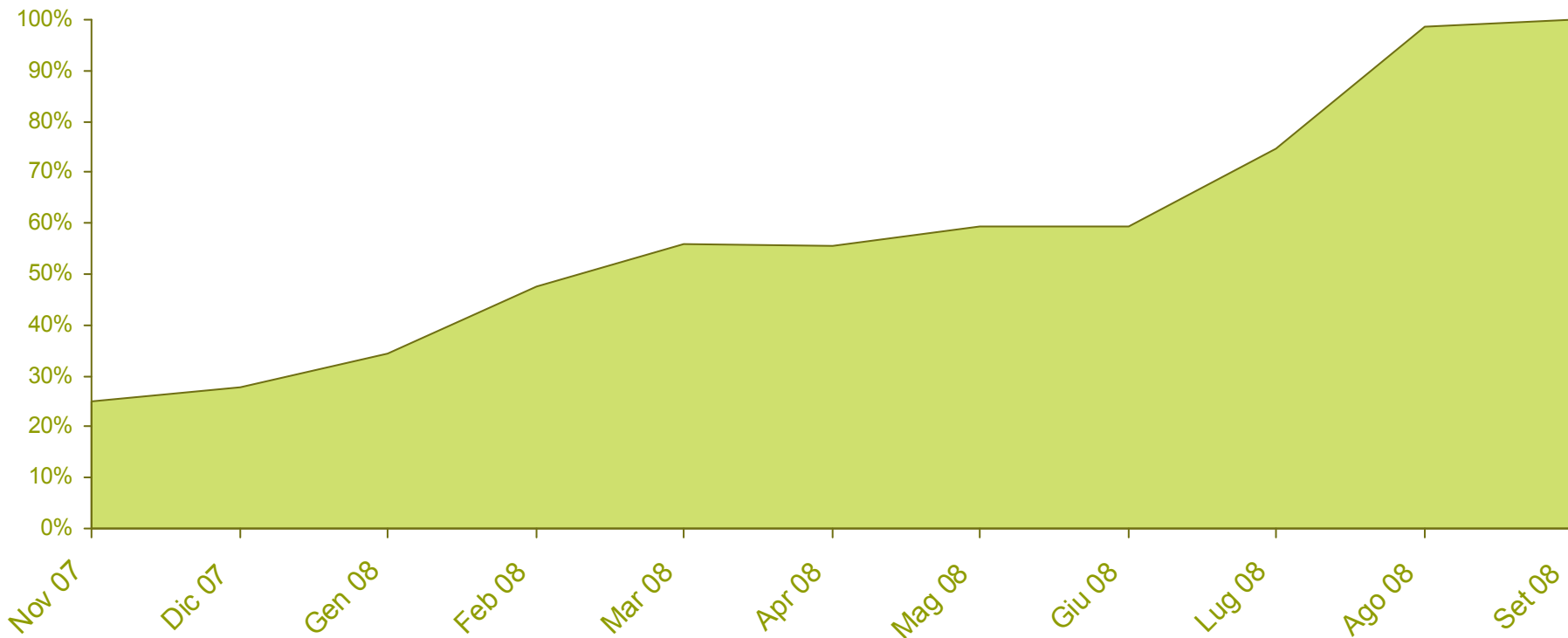
La base dati risulta inoltre essere invariata nel corso dell'arco temporale analizzato: **Novembre 2007 – Settembre 2008**

La base dati e l'arco temporale rimangono identici nei confronti della navigazione mobile fisso.

Macrocategoria	Campione	Popolazione Network Nov07-Set08
Cultura & Società	250	59.104
Economia & Finanza	250	3.145
Industria & Artigianato	250	26.069
Intrattenimento	250	51.925
Medicina & Salute	250	8.066
Politica e Istituzioni	250	8.924
Scienza & Tecnologia	250	19.575
Servizi	250	26.410
Sport	250	21.825
Turismo	250	23.976
Totale	2.500	249.019

Traffico Web generato da dispositivi mobili

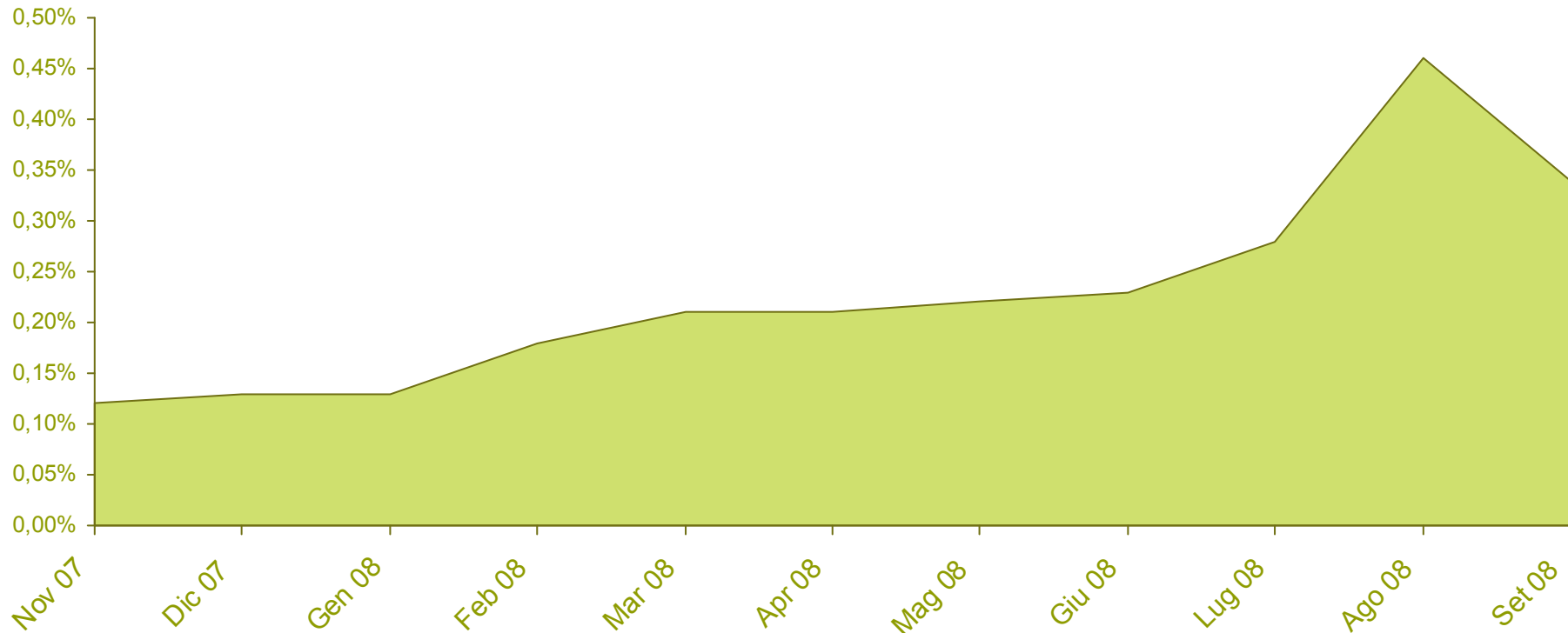
Utenti unici giornalieri normalizzati [%]



Sorgente: DB ShinyStat (normalizzazione a Sett 08)

Traffico Web generato da dispositivi mobili

Utenti unici giornalieri: mobile vs fisso [%]

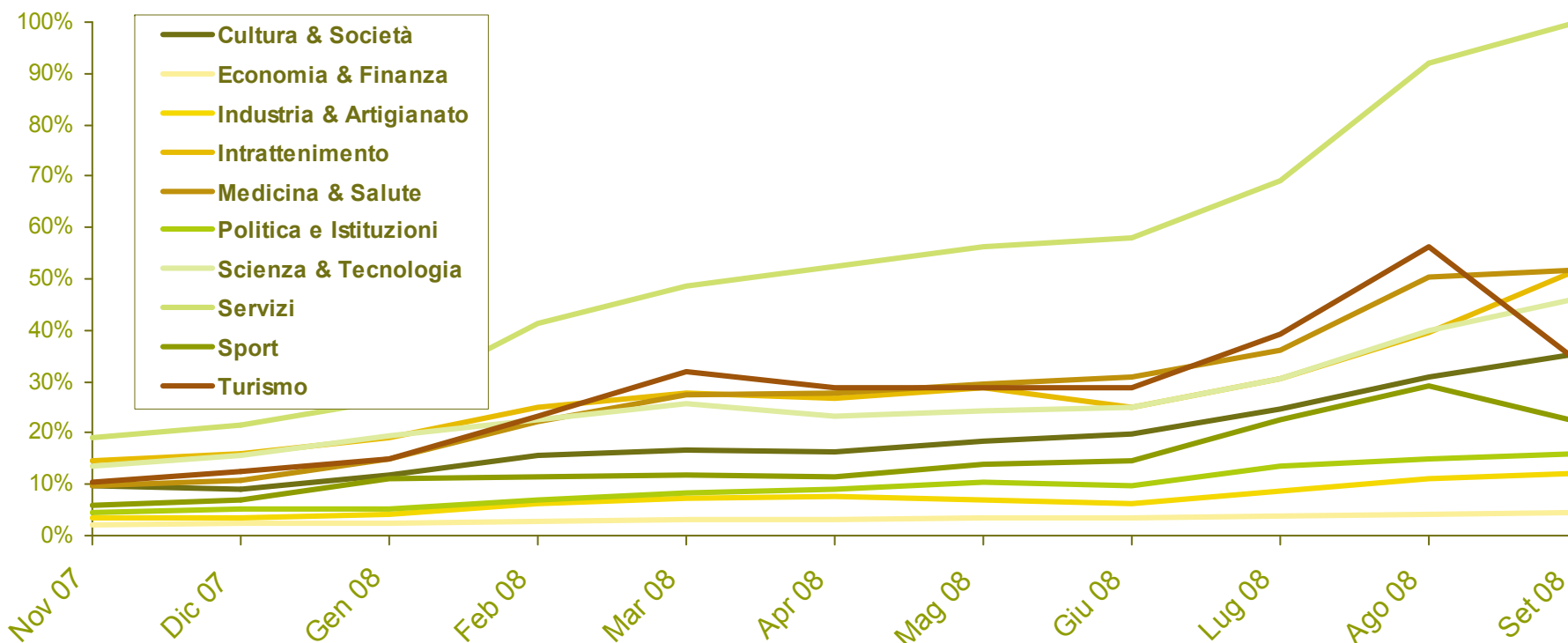


Sorgente: DB ShinyStat

Analisi dei trend per i diversi settori merceologici

Trend di riferimento nei diversi settori merceologici

Utenti unici giornalieri normalizzati per macrocategoria [%]

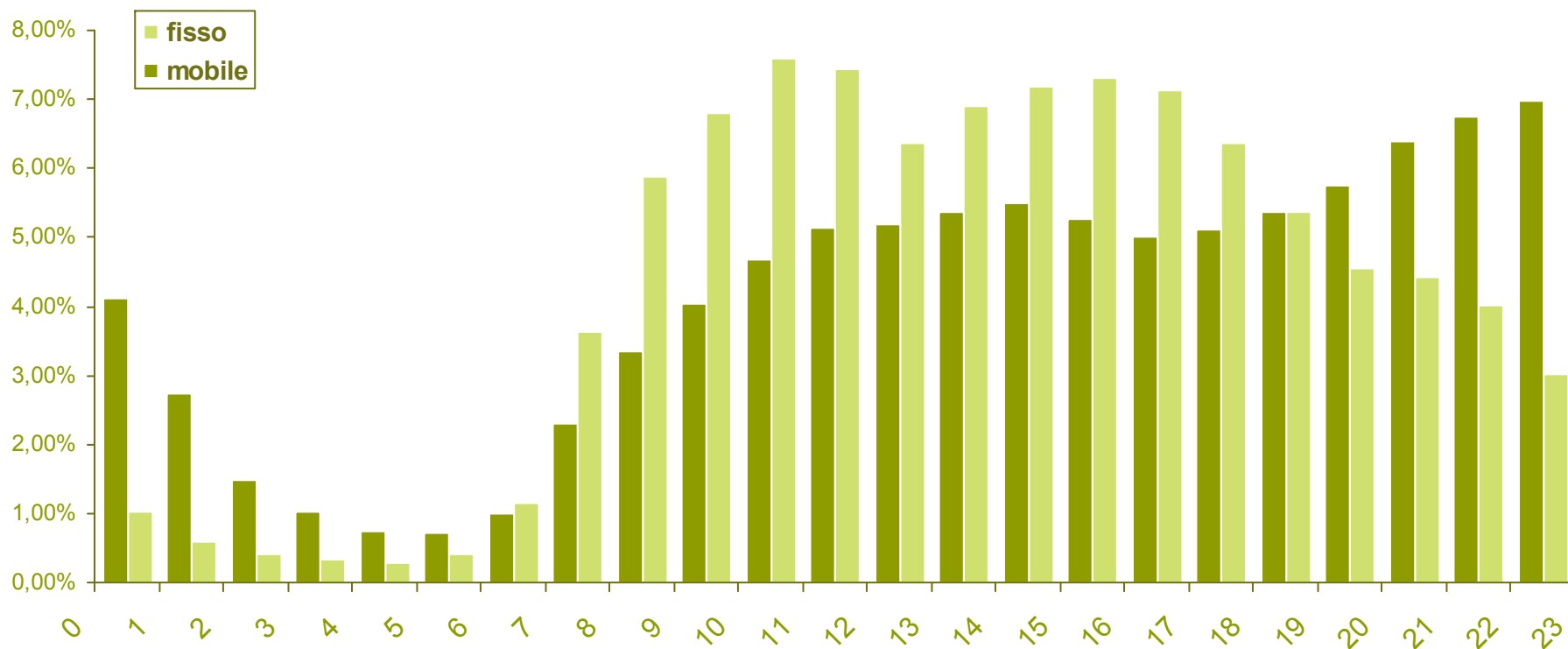


Sorgente: DB ShinyStat (normalizzazione a Sett 08 - Servizi)

Comparazione dei modelli di navigazione

Modelli di navigazione tramite dispositivi mobili

Fasce orarie di navigazione [%]

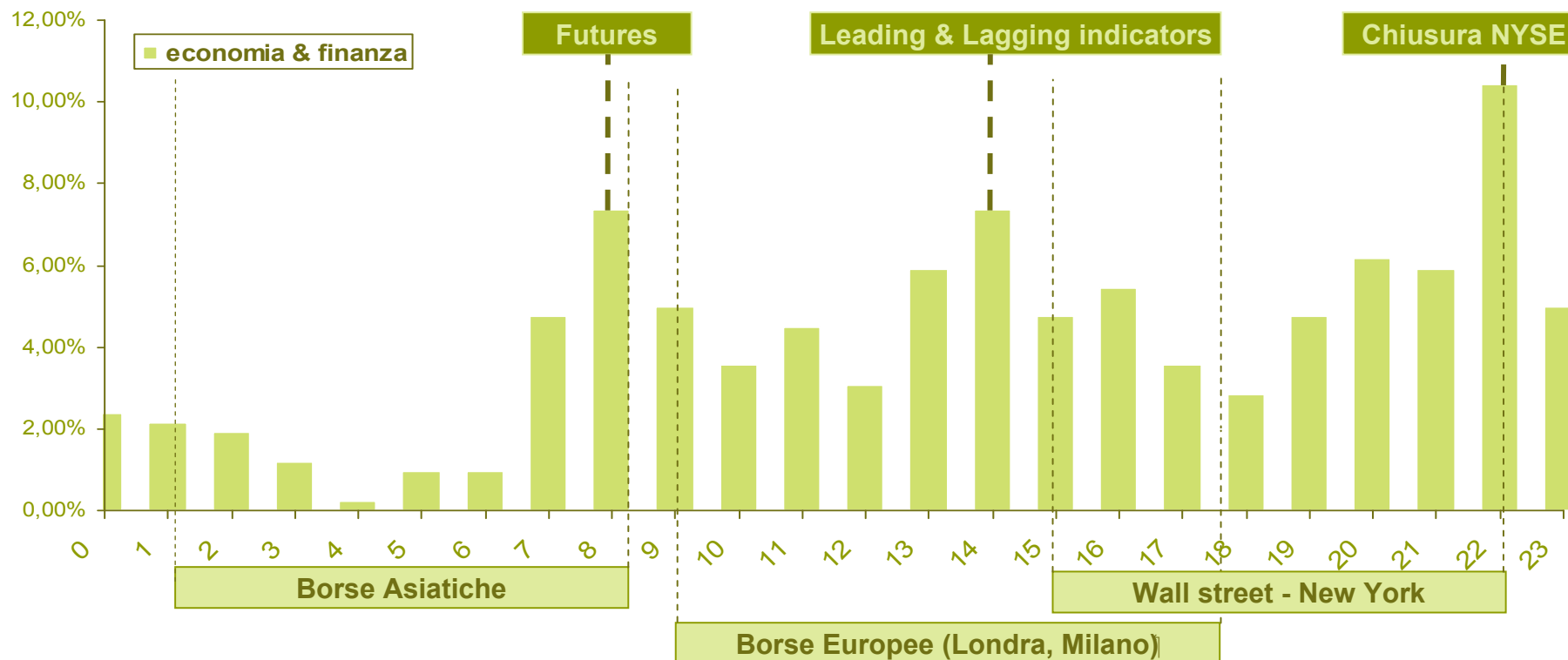


Sorgente: DB ShinyStat III Trimestre 2008

Comparazione dei modelli di navigazione

Modelli di navigazione tramite dispositivi mobili

Fasce orarie di navigazione [%]: *Economia & Finanza*

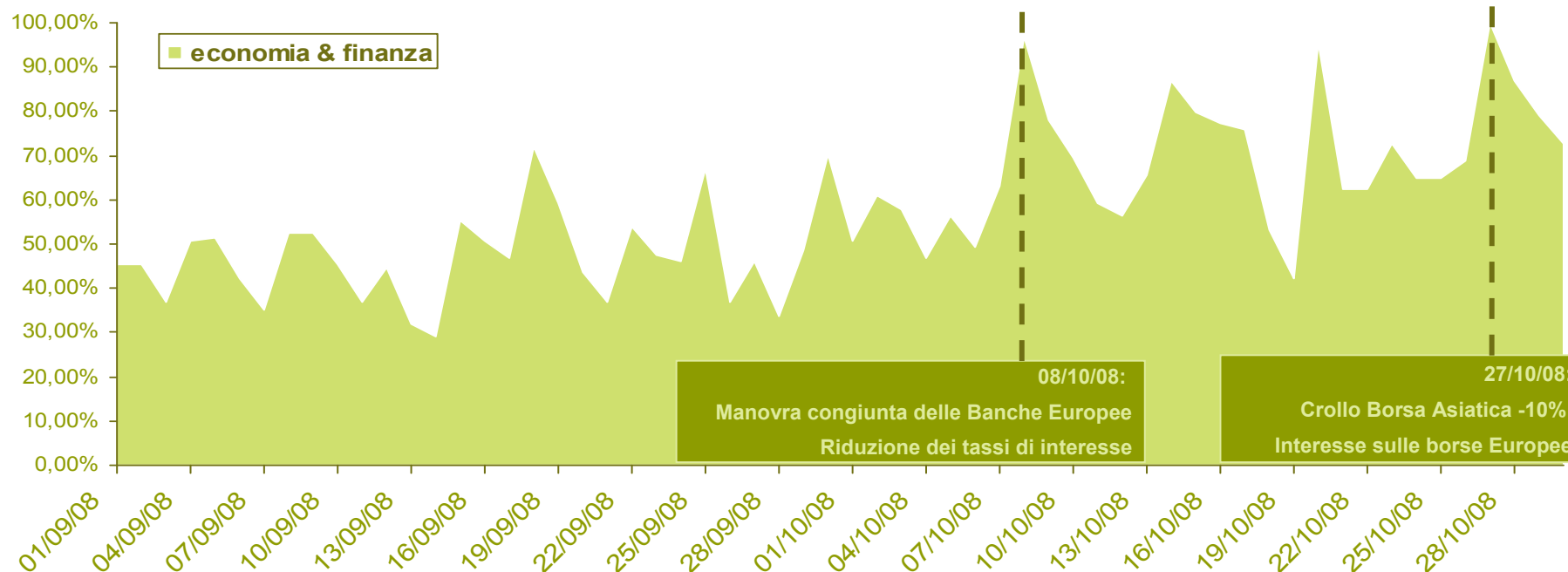


Sorgente: DB ShinyStat III Trimestre 2008

Comparazione dei modelli di navigazione

Modelli di navigazione tramite dispositivi mobili

Settembre ed Ottobre 2008 [%]: *Economia & Finanza*

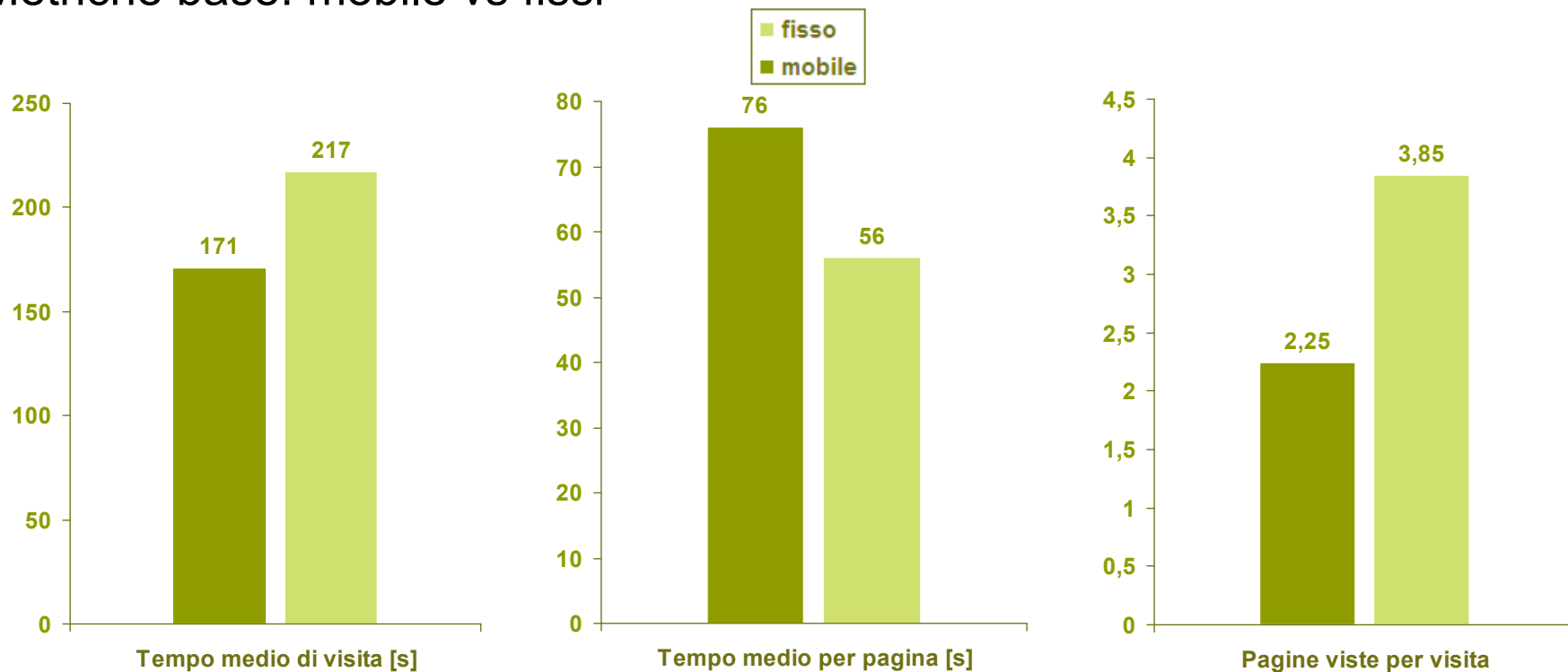


Sorgente: DB ShinyStat Settembre/Ottobre 2008

Comparazione dei modelli di navigazione

Modelli di navigazione tramite dispositivi mobili

Metriche base: mobile vs fissi

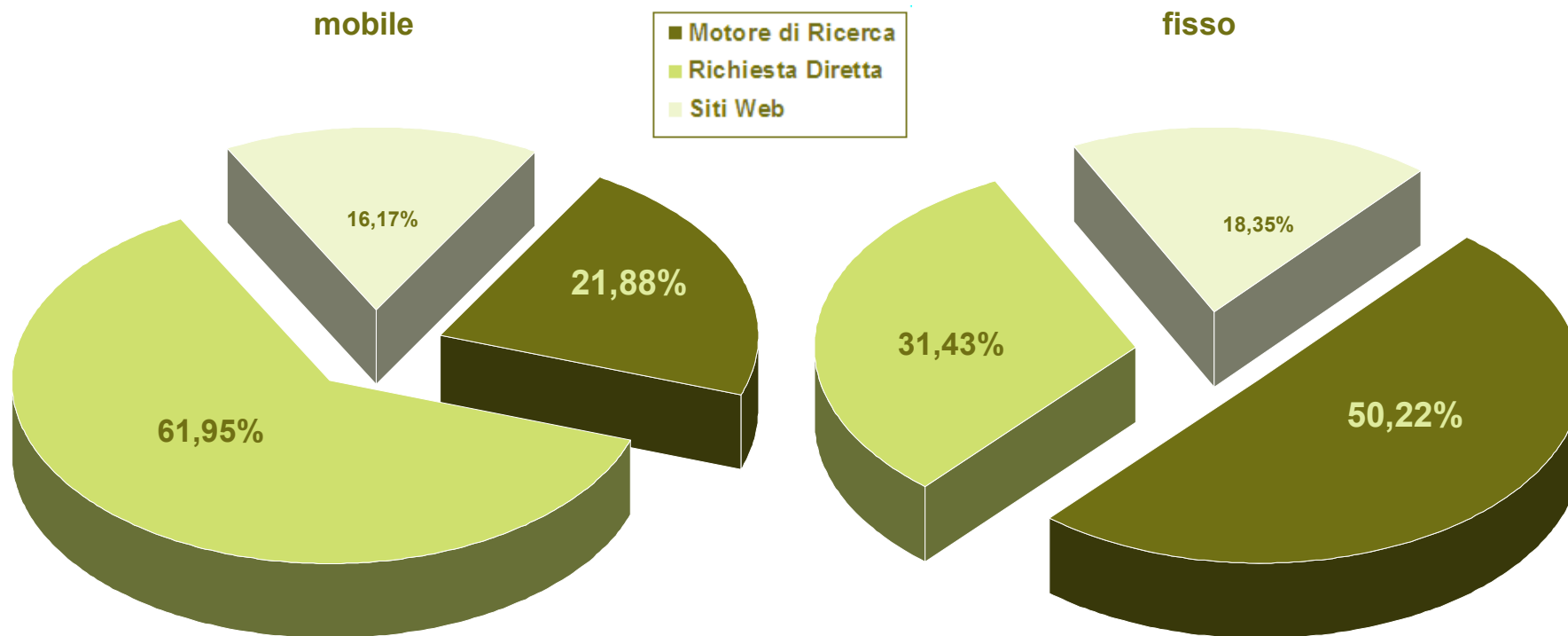


Sorgente: DB ShinyStat

Comparazione dei modelli di navigazione

Modelli di navigazione tramite dispositivi mobili

Segmentazione provenienza accessi [%]

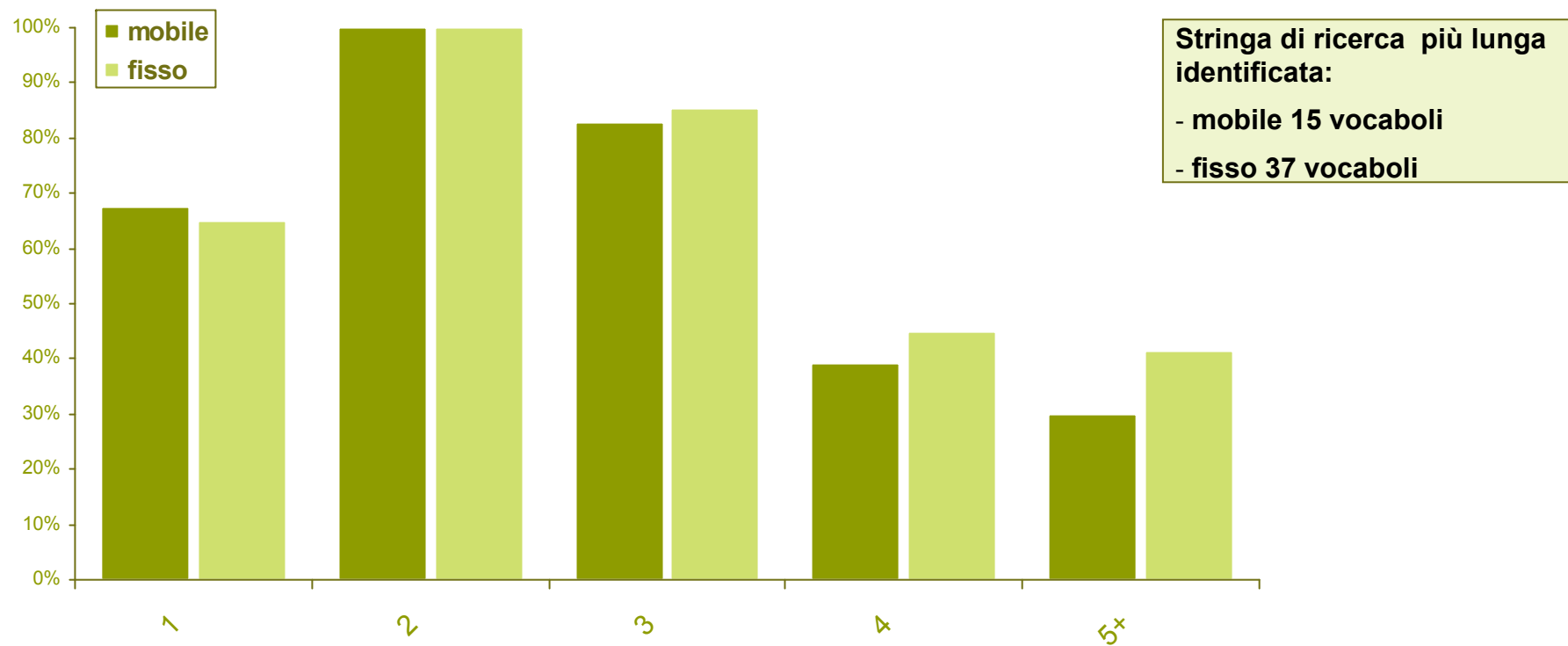


Sorgente: DB ShinyStat

Comparazione dei modelli di navigazione

Modelli di navigazione tramite dispositivi mobili

Numero vocaboli utilizzati nelle ricerche [%]



Sorgente: DB ShinyStat

Comparazione dei modelli di navigazione

Modelli di navigazione tramite dispositivi mobili

Associazione device - profili utenti - contenuti

Dall'analisi dei dispositivi utilizzati nelle macrocategorie, si è individuata una **corrispondenza diretta tra i contenuti esposti ed i device** maggiormente utilizzati.

Risulta infatti abbastanza facile identificare dispositivi/modelli attribuibili ad una determinata popolazione o a particolari profili di utenti.

Nel caso specifico delle **Directory On-Line**, sono stati principalmente osservati all'interno dei portali ottimizzati per la navigazione mobile, dispositivi associabili ad **"utenti business"** quali agenti, rappresentanti e manager.

Siti web che appartengono alla categoria intrattenimento invece, presentano maggiormente device mobili così detti per **"utenti giovanili"**

Barriere ed incentivi

Fattori critici, barriere ed incentivi:

- banda, qualità del segnale e contratti con gli operatori;
- device hardware : display e tastiera;
- publisher ottimizzati per il mobile.

Considerazioni:

- brand del sito sempre più importante: trionfa la richiesta diretta a scapito dell'utilizzo dei motori di ricerca;
- macro/micro-categorie: presentano comportamenti diversi del navigatore, quindi risulta importante studiare ad-hoc le varie situazioni;
- la navigazione mobile viene molto legata ad un fattore di "comodità";
- i siti ottimizzati per la navigazione mobile, favoriscono la consultazione e l'interazione andando ad aumentare le pagine viste per visita e fidelizzando l'utente.

PricewaterhouseCoopers

