

NetObserver® Italia – Autunno 2007

Modello Editoriale

Sommario

Presentazione dello studio	P3
Metodologia dello studio	P4
Scelta dei media per l'informazione e lo svago	P5
Uso del sito	P6
Sintesi dei voti medi sull'ergonomia	P9
Sintesi dei voti medi sul contenuto	P10
Sintesi dei voti medi sul design	P11
Voti medi del livello di soddisfazione globale sul sito	P12
Percezione globale del sito	P13
Newsletter	P14
Contatti	

Presentazione dello studio

Periodo di rilevazione dell'inchiesta

Dal 24 settembre al 9 dicembre 2007

Numero di rispondenti sito

2099 rispondenti

Numero di rispondenti totale NetObserver® - Modello Editoriale

69424 rispondenti

Metodologia dello studio

Universo di riferimento

Navigatori nazionali, di età maggiore o uguale a 15 anni, indipendentemente dal luogo di connessione ad internet: domicilio, lavoro, scuole, università, luoghi pubblici...

Modalità di raccolta dei dati

Inchiesta online sottoposta ai navigatori tramite pop-up, formati pubblicitari (banner, bottoni, skyscraper...) o link editoriali sui siti e/o tramite newsletter dei siti partner

Metodologia di profilazione dei visitatori

Metodologia « in situ »: profilo dei visitatori stabilito sulla base dei navigatori “catturati” direttamente ed esclusivamente sui siti partecipanti all’inchiesta

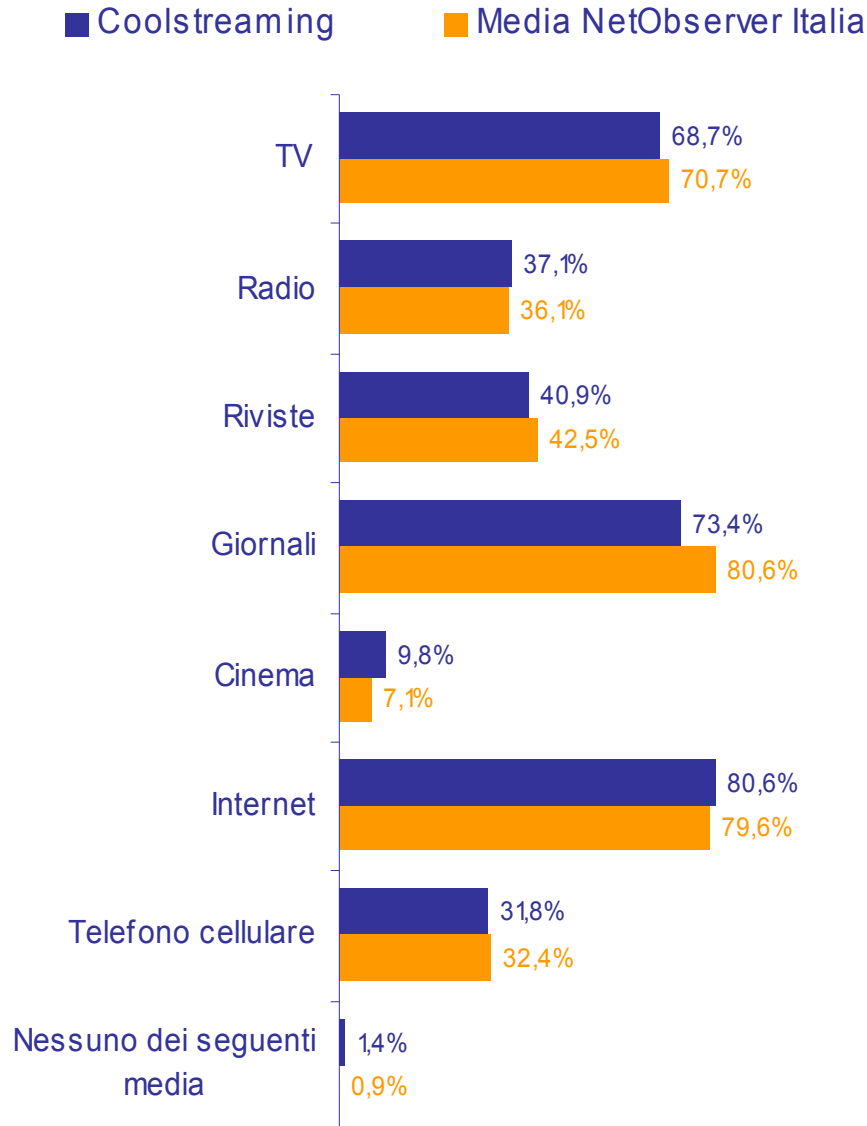
Trattamento dei risultati

- Eliminazione dei questionari doppi e incompleti
- Test di coerenza: eliminazione dei questionari “insensati” o compilati troppo velocemente

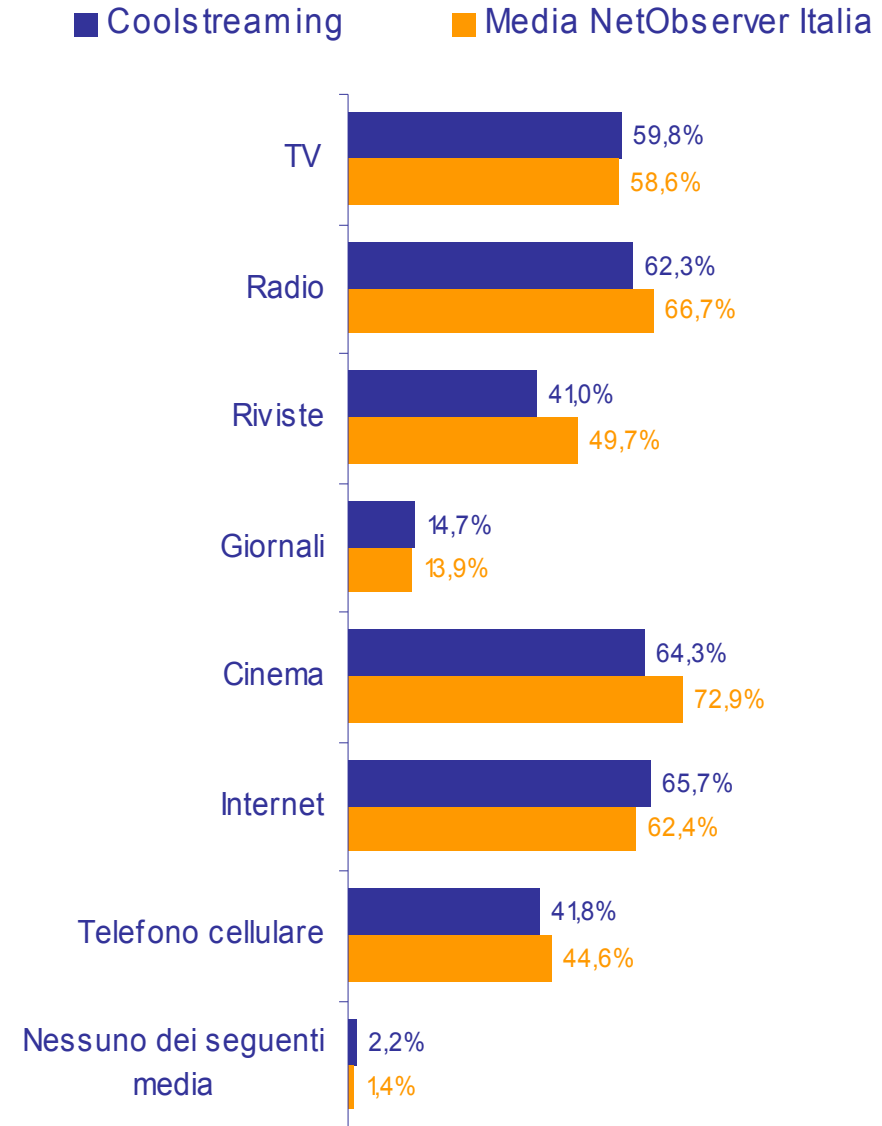
Scelta dei media per l'informazione e lo svago



Media preferiti per tenersi informati



Media preferiti per lo svago

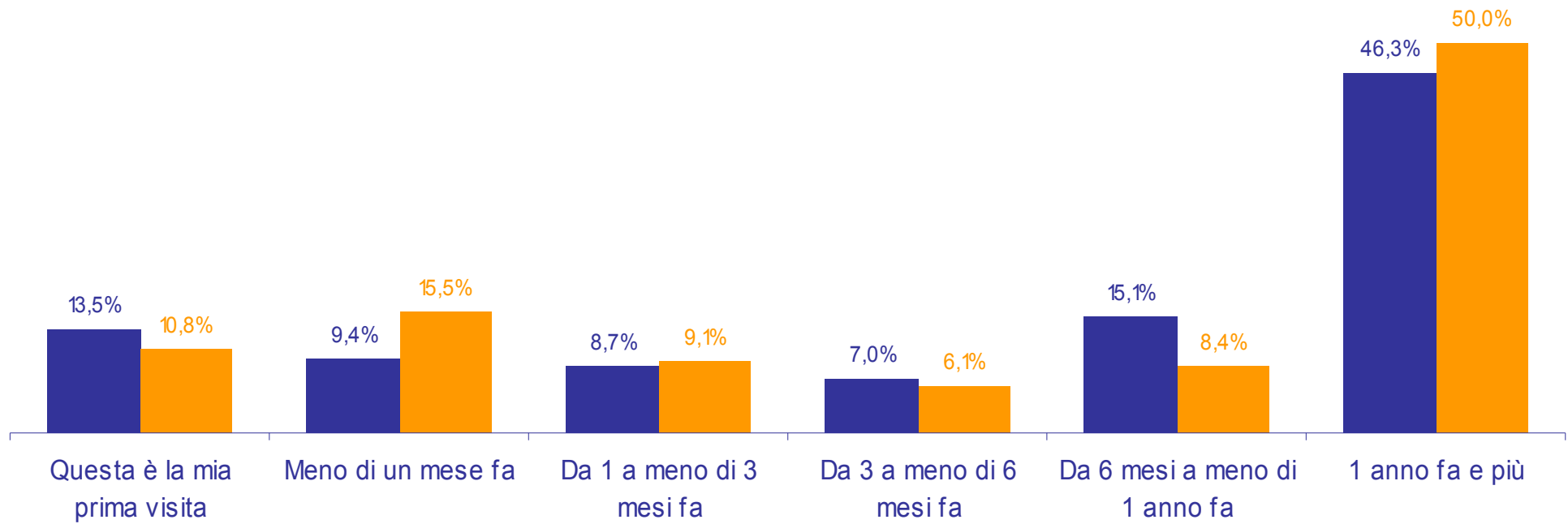


Uso del sito: Data della prima visita al sito

(Base: rispondenti tranne "non so")

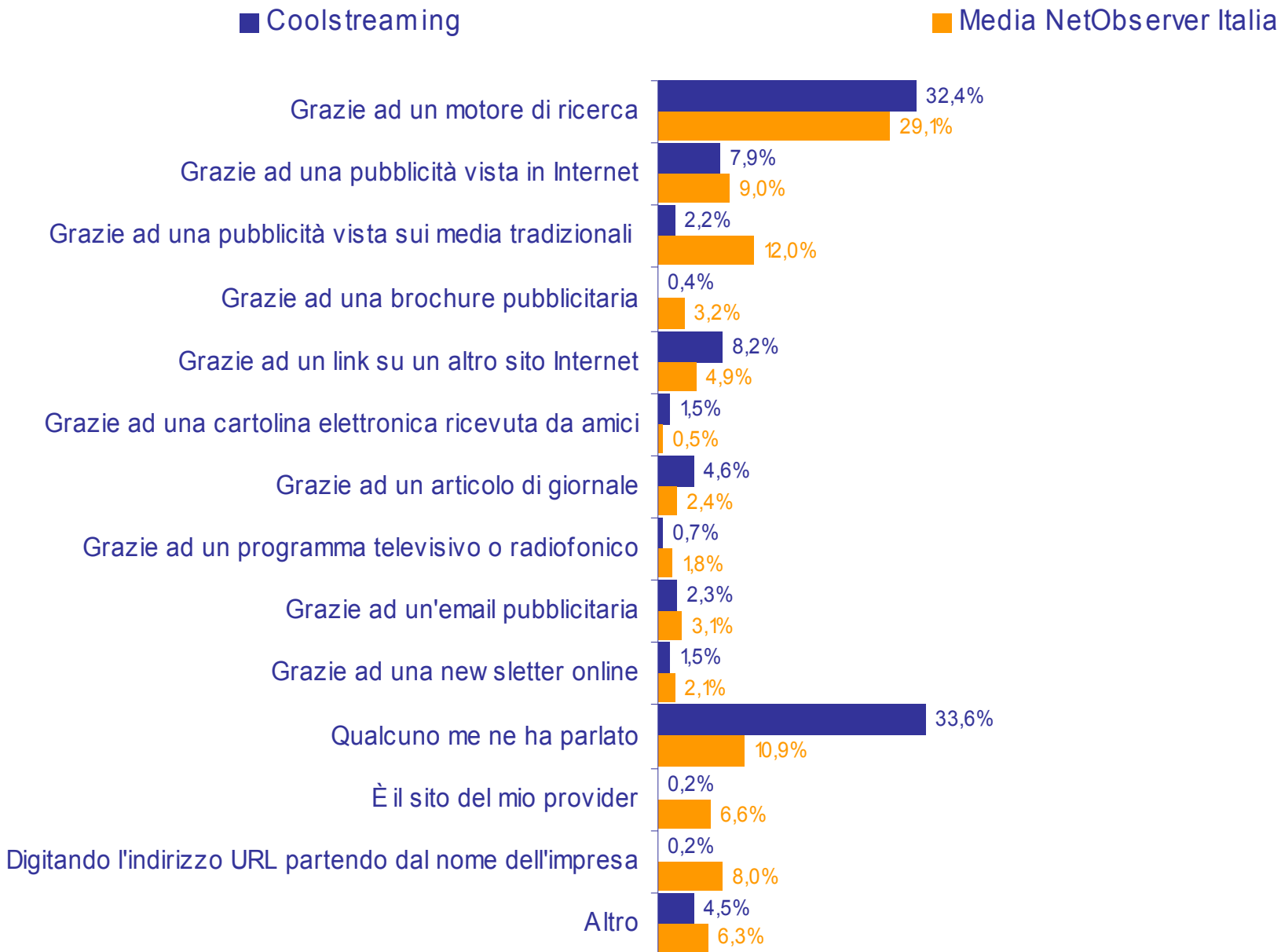
■ Coolstreaming

■ Media NetObserver Italia



Uso del sito: Origine della conoscenza del sito

(Base: rispondenti tranne "non so")

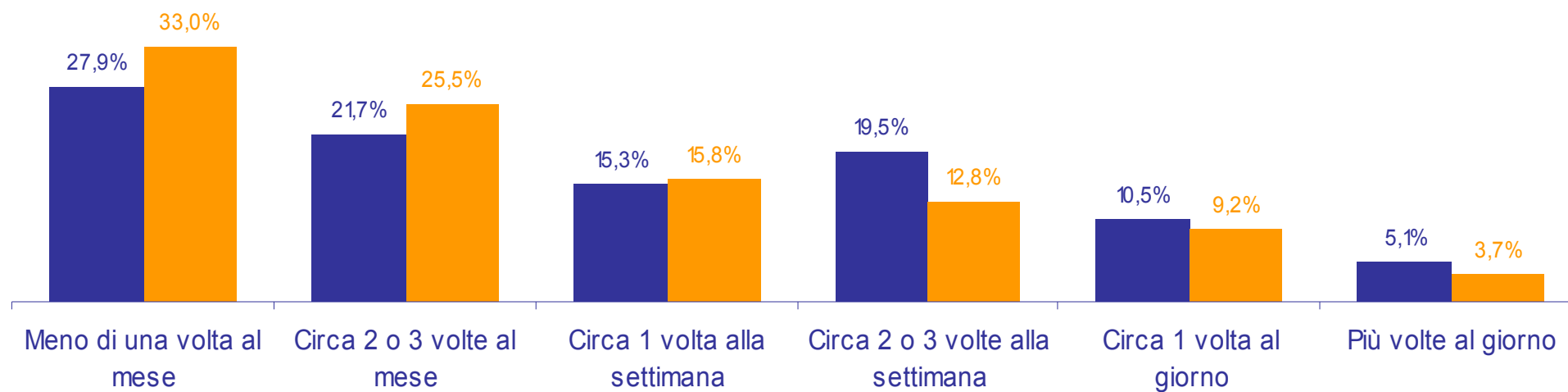


Uso del sito: Frequenza di connessione al sito

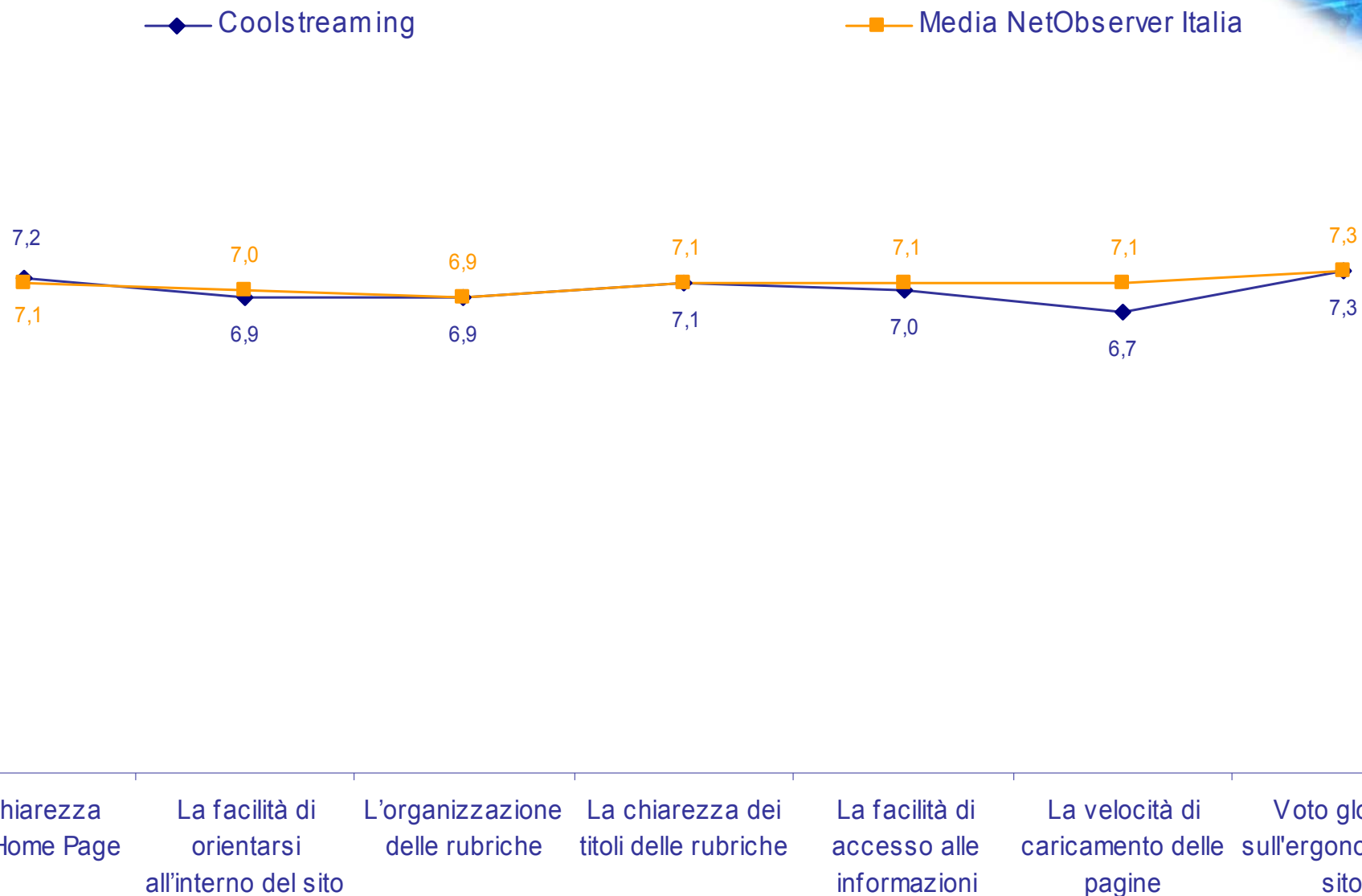
(Base: rispondenti tranne "non so" - rispondenti ad esclusione di coloro che si connettono per la prima volta al sito)

■ Coolstreaming

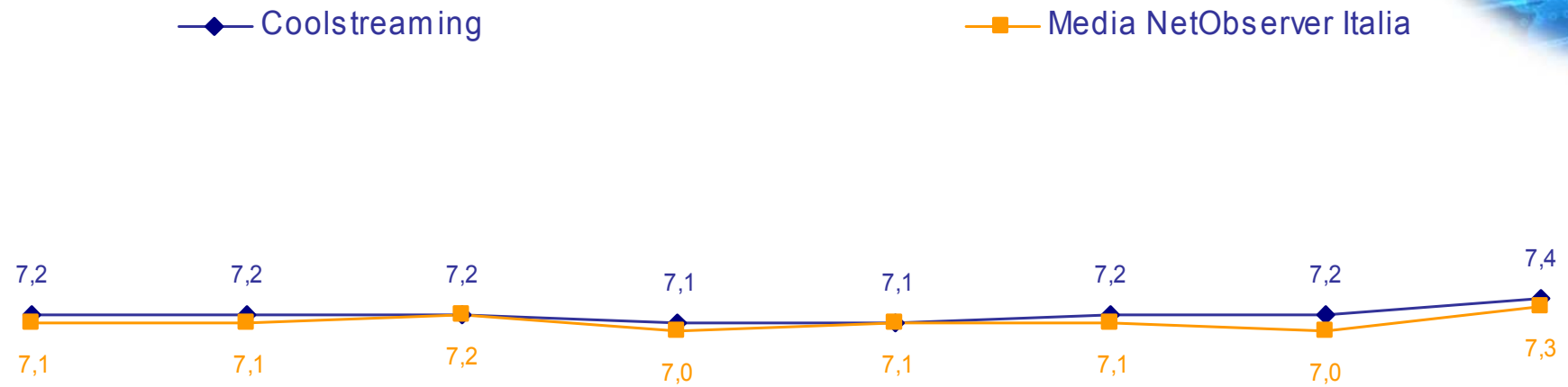
■ Media NetObserver Italia



Sintesi dei voti medi sull'ergonomia (da 0 a 10)

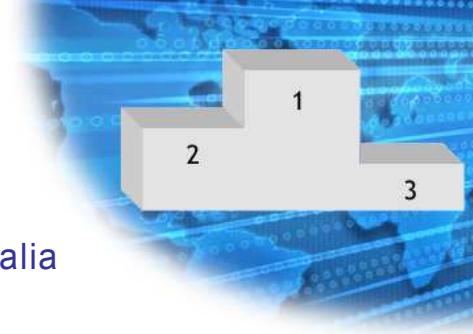


Sintesi dei voti medi sul contenuto (da 0 a 10)



L'interesse dei contenuti proposti La pertinenza dei servizi proposti L'aggiornamento delle informazioni La completezza dell'informazione La precisione delle informazioni La qualità redazionale Le applicazioni tecnologiche del sito Voto globale sul contenuto del sito

Sintesi dei voti medi sul design (da 0 a 10)



—◆— Coolstreaming

—■— Media NetObserver Italia



La leggibilità dei testi

L'estetica del sito

La qualità del materiale visivo

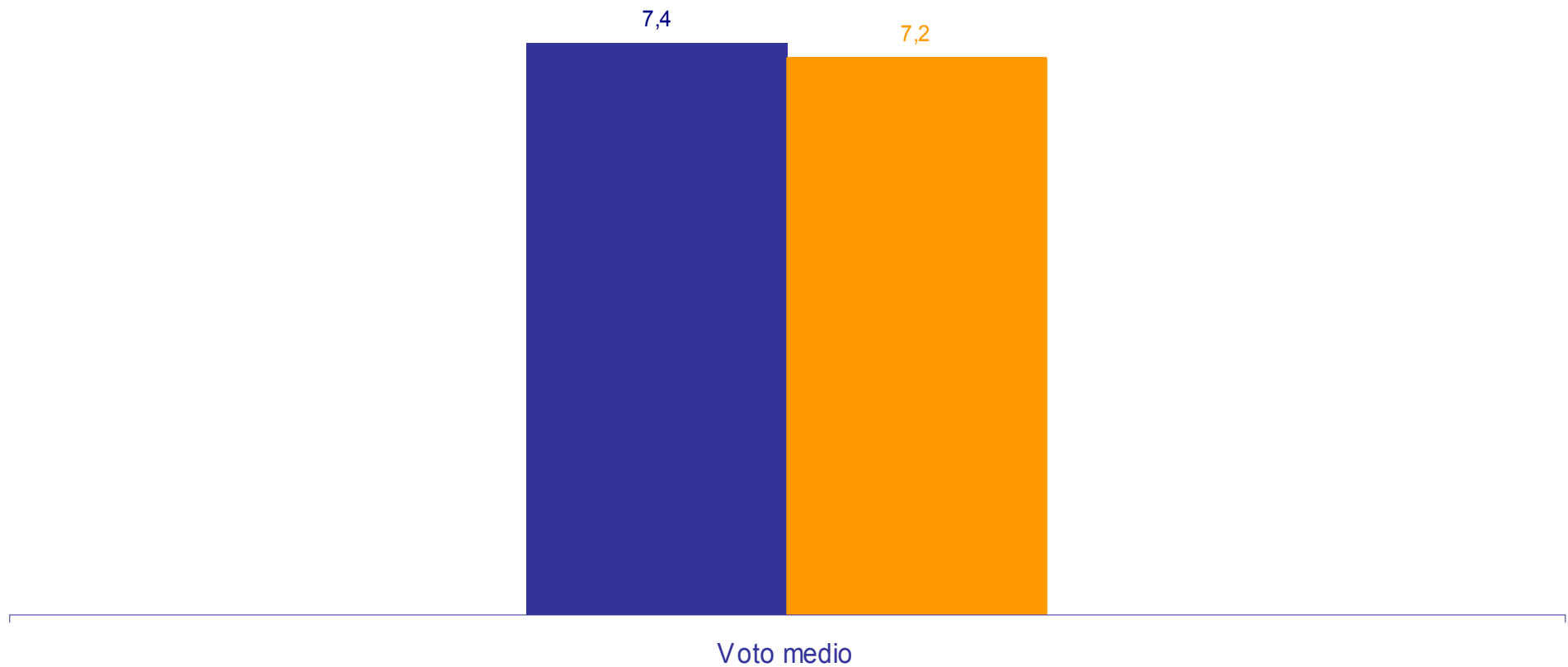
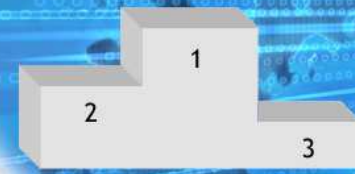
Voto globale sul design del sito

Voti medio del livello di soddisfazione globale: Voti medio del livello di soddisfazione riguardante l'ultima visita al sito

(Base: rispondenti tranne "non so")

■ Coolstreaming

■ Media NetObserver Italia



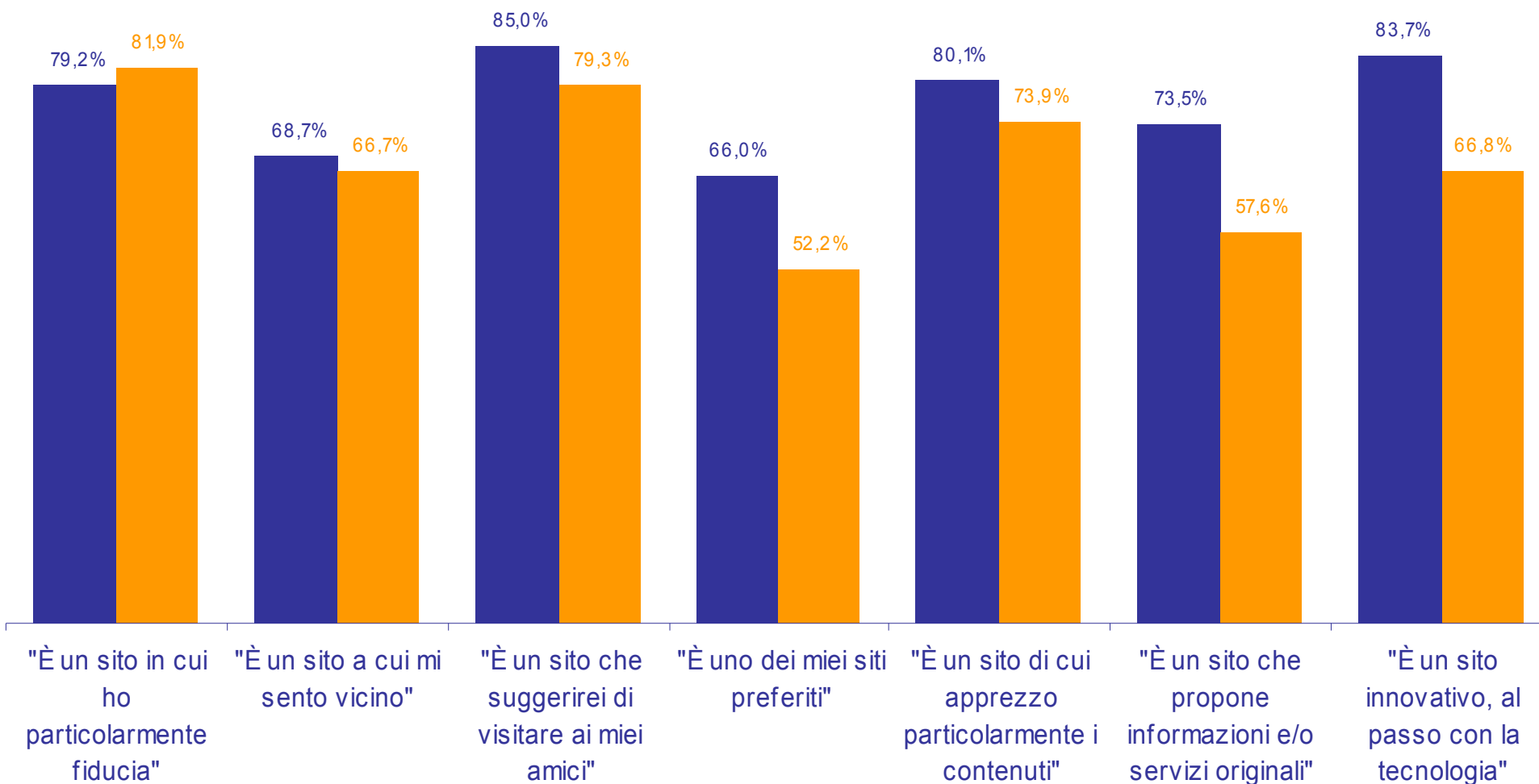
Percezione globale del sito: Totale in accordo

(Base: rispondenti ad esclusione di coloro che si connettono per la prima volta al sito)



■ Coolstreaming

■ Media NetObserver Italia



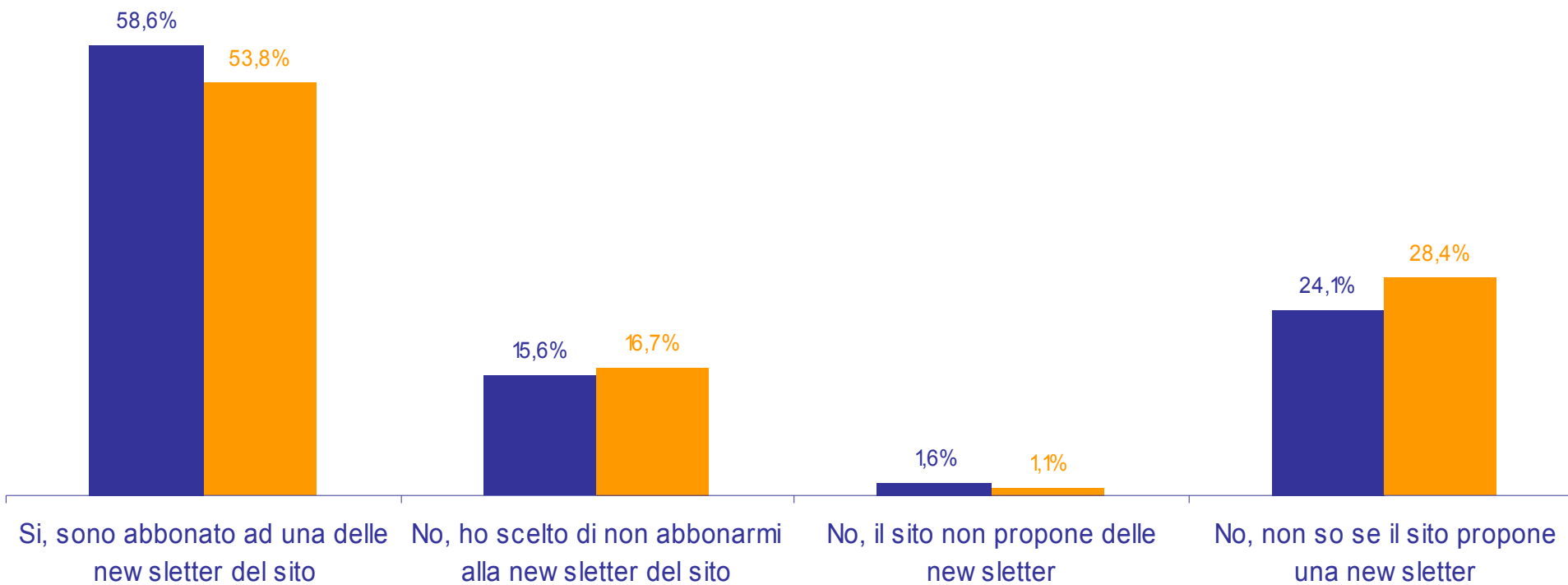
Newsletter: Abbonamento ad una delle newsletter del sito

(Base: rispondenti ad esclusione di coloro che si connettono per la prima volta al sito)



■ Coolstreaming

■ Media NetObserver Italia



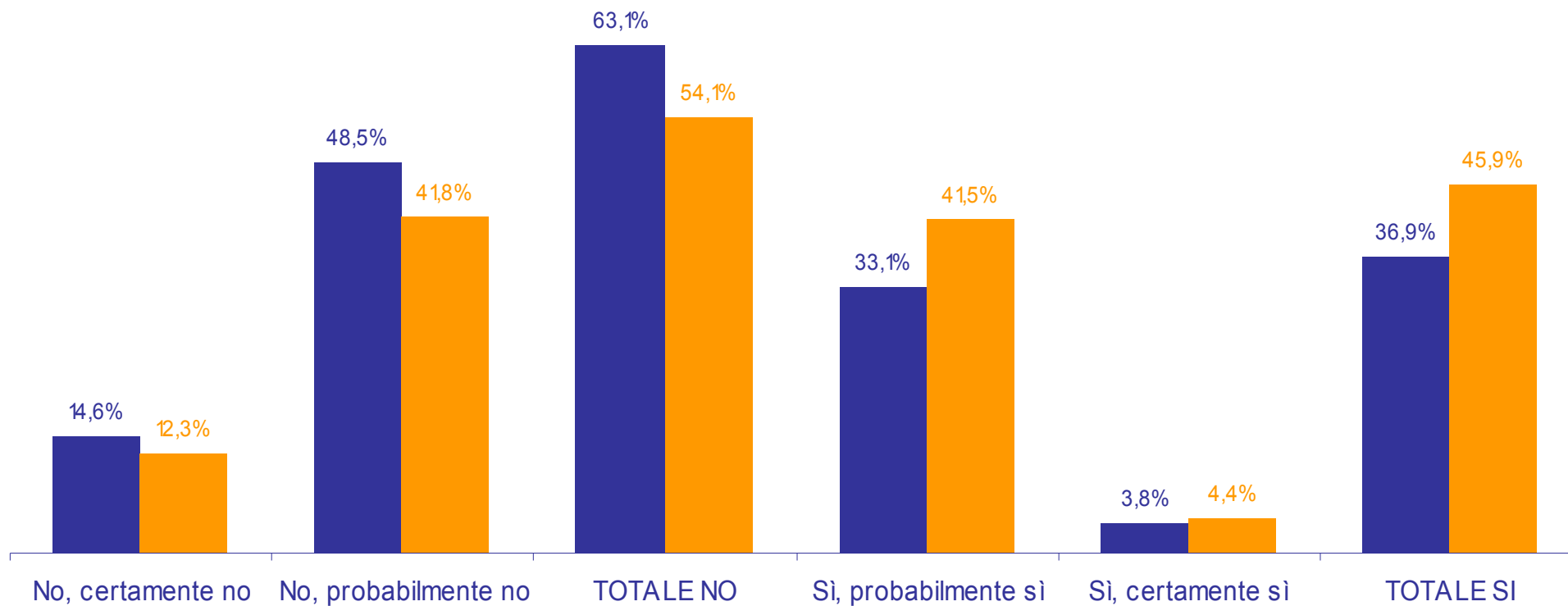
Newsletter: Intenzione di iscrizione

(Base: rispondenti non abbonati ad una newsletter del sito, sia perché non proposta, sia perché non informati, tranne "Non so")



■ Coolstreaming

■ Media NetObserver Italia



Harris Interactive – NetObserver Italia - Europa

Harris Interactive
5-7 rue du sahel
75012 PARIS
Tel: 01 44 87 60 30

Luca DE CONTI
NetObserver Italia - Business Development Manager Italia
Email: ldconti@harrisinteractive.fr
Tel diretto: 01 44 87 60 58

Jean-Laurent BOUVERET
NetObserver Europa – Direttore NetObserver Europa
Email: jlbouveret@harrisinteractive.fr
Tel diretto: 01 44 87 60 57