



CLIENTE:

Italy For Movies

REPORT SETTEMBRE



Cappelli Identity Design

Overview



Riportiamo in questo report i dati raccolti durante il mese di settembre.
All'interno del Report sono presenti 2 gruppi:

- **Website**
- **Social**

Per entrambi riportiamo i numeri di nostro interesse.

Website summary

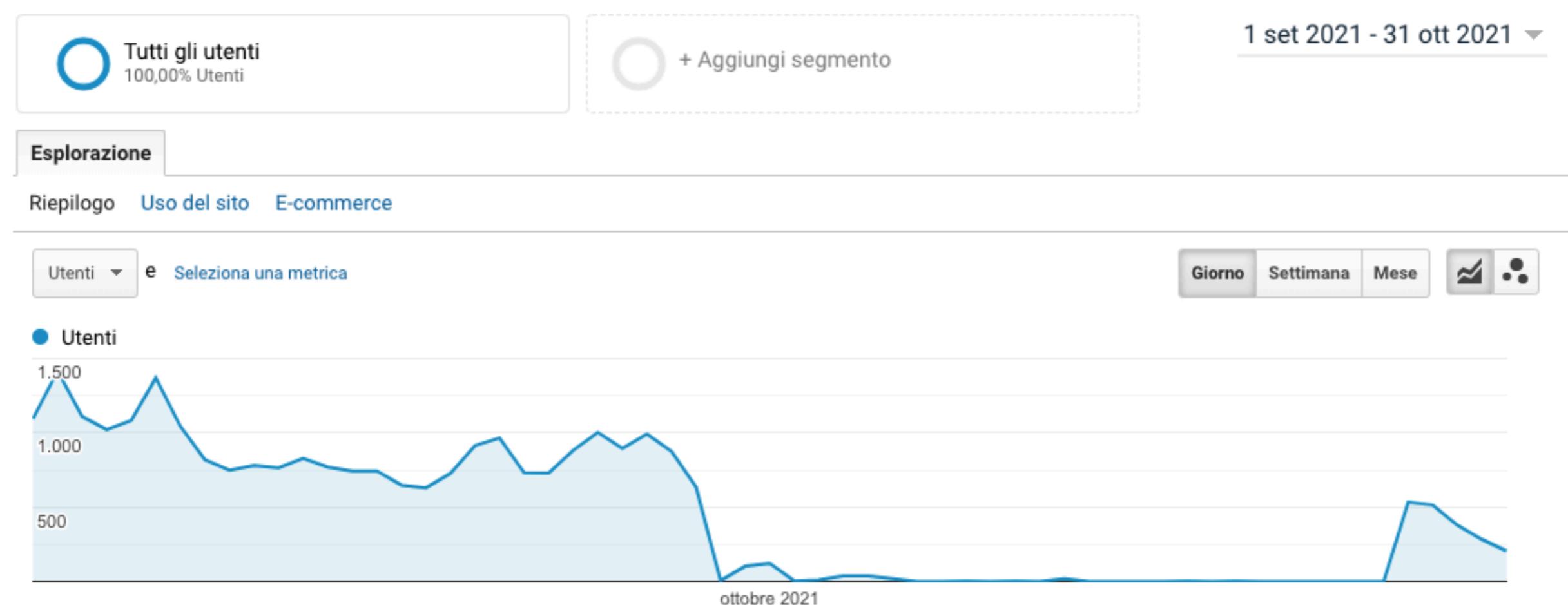


Ecco un'overview dei principali canali di acquisizione del sito web rilevati tramite Google Analytics:

PRINCIPALI CANALI DI ACQUISIZIONE	VISUALIZZAZIONI UNICHE	TEMPO MEDIO SULLA PAGINA	FREQUENZA RIMBALZO
Organic	18.620	35"	87%
Direct	2.832	58"	78%
Other (social monitorato tramite utm)	2.306	28'	90%

Website summary

Segnaliamo **una problematica importante**. dal giorno 29 settembre (data che corrisponde alla messa online del nuovo sito) Google Analytics ha smesso di funzionare, fino al 27 ottobre (i dati nel prossimo report ne risentiranno maggiormente in quanto il tracciamento era offline).



Website summary



Analizzando i dati a disposizione notiamo come il traffico proveniente dai canali social continua ad essere un elemento importante rispettivamente:

- **1.758** nuovi utenti provenienti da Facebook
- **548** nuovi utenti provenienti da Instagram.

Riportiamo anche i tempi di permanenza generali dei social di 28".

Una seconda problematica che riportiamo su il sito è la perdita del **pixel di Facebook**, che potrebbe non essere stato migrato durante la messa online del nuovo sito, anche qui facendo perderci alcuni dati.

Nonostante questo continuiamo ad apprezzare il traffico in entrata sul sito proveniente da entrambi i canali sia Facebook che Instagram.
Nelle slide più avanti proponiamo i post che hanno generato più traffico con le rispettive metriche di interesse.

Social

Social

	IMPRESSIONS		COPERTURA		REAZIONI		LIKE/FOLLOWERS
Facebook	314.320	(-8,46%)	86.290	(-25,92%)	2.173	(-5,02%)	29.885
Instagram	209.984	(-22,31%)	82.854	(-32,52%)	1.740	(-2,15%)	3.442

Overview dei canali social gestiti con i principali KPI. In questo report i dati di settembre sono stati paragonati con il mese di **luglio**.

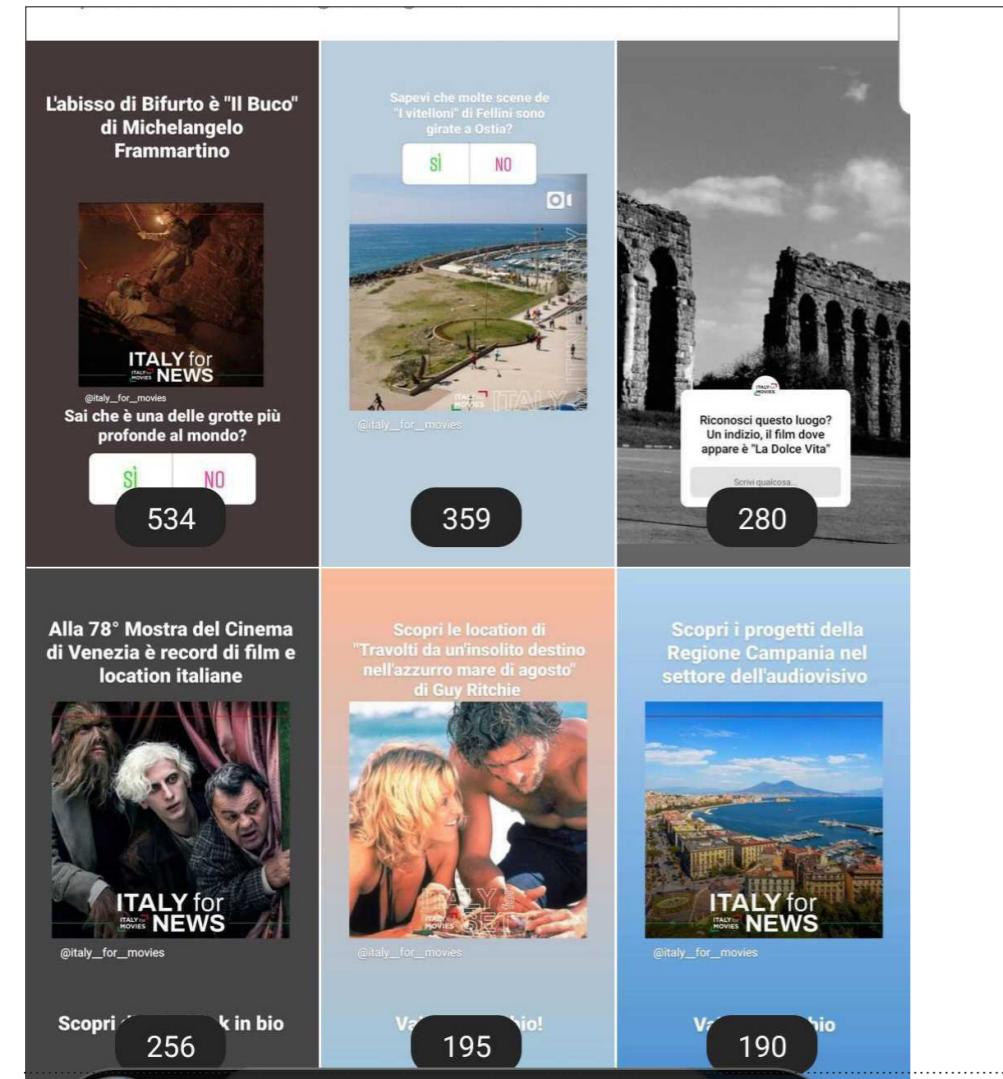
Notiamo una leggera flessione dei diversi kpi, non allarmante. I dati potrebbero essere influenzati dalla perdita del pixel.

Ricordiamo che le campagne sono ottimizzate per portare traffico al sito web, di conseguenza le interazioni sono considerati KPI secondari.

Social - Stories



Stories settembre



Panoramica delle principali Instagram Stories condivise nel mese di settembre.

Dagli insight della piattaforma estrapoliamo i dati principali per copertura delle Stories.

I dati che vediamo sono quindi il numero di utenti che ha visto quel contenuto.

Social - Best post



Lolita lo Bosco

Italy for Movies
Pubblicato da Cappelli Identity Design · 9 settembre · [...](#)

La serie TV "Lolita Lobosco" con Luisa Ranieri racconta una storia di bellezza incontaminata e di ritorno ai luoghi della tradizione. La suggestiva ambientazione pugliese, tra Bari, Monopoli e Putignano, ci fa calare perfettamente in questa atmosfera con profumi e colori che lasciano il segno.

Scopri di più sui luoghi della serie <https://bit.ly/3jTSmre>

CANALE	FB	IG
Visualiz. uniche	211	236
Costo visualiz. per pagina	0,32€	0,28€
Tempo medio sulla pagina	3'12"	3'06"
Frequenza di rimbalzo	91%	92%
Budget speso	68€	68€
CPC	0,01€	0,28€
CTR	13,20%	0,86%
Impressions	52.787	42.219

Social - Best post



Pinocchio

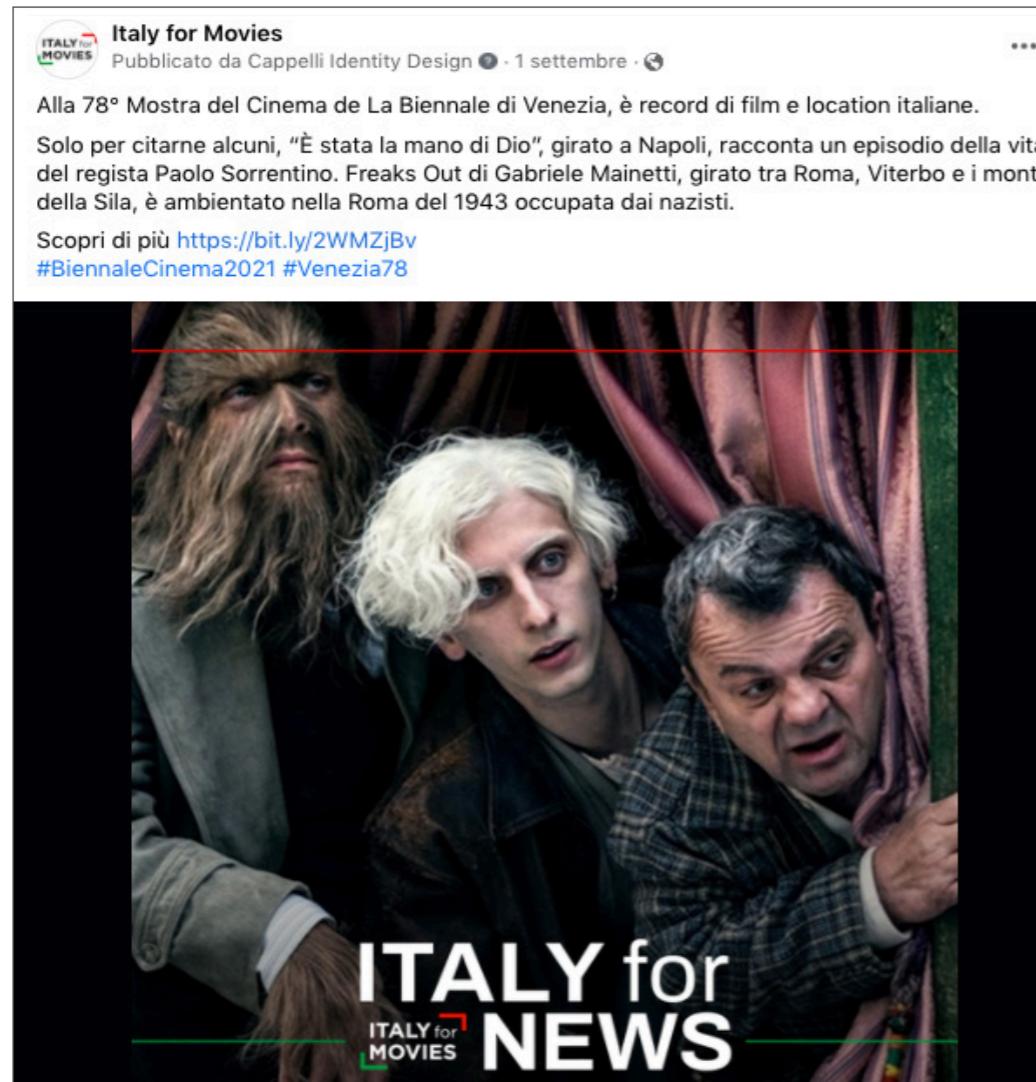


CANALE	FB
Visualiz. uniche	120
Costo visualiz. per pagina	0,16€
Tempo medio sulla pagina	1'20"
Frequenza di rimbalzo	92%
Budget speso	20€
CPC	0,01€
CTR	9,73%
Impressions	18.607

Social - Best post



Venezia record di film italiani



CANALE	IG
Visualiz. uniche	166
Costo visualiz. per pagina	0,28€
Tempo medio sulla pagina	2'10"
Frequenza di rimbalzo	98%
Budget speso	48€
CPC	0,18€
CTR	0,54%
Impressions	50.523

Social - Best post



Calabria: 1.350.000 euro

Italy for Movies
Pubblicato da Cappelli Identity Design · 14 settembre · ...

La Calabria Film Commission ha pubblicato il bando per il sostegno alle produzioni audiovisive in #Calabria per l'anno 2021: obiettivo la promozione del territorio e del patrimonio artistico, storico e culturale della regione.

Il bando ha un budget di 1.350.000€ e tra le tipologie di opere finanziabili ci sono lungometraggi, fiction e cortometraggi.

Leggi di più su <https://bit.ly/3tCdZzA>



ITALY for NEWS

CANALE	FB	IG
Visualiz. uniche	75	39
Costo visualiz. per pagina	0,54€	1,46€
Tempo medio sulla pagina	2'15"	26"
Frequenza di rimbalzo	63%	78%
Budget speso	59€	57€
CPC	0,09€	1,00€
CTR	2,12%	0,27%
Impressions	31.146	21.812

Conclusioni



Dalla raccolta dati emerge che entrambi i canali, Facebook e Instagram stanno portando traffico al sito.

Segnaliamo il contenuto "**Lolita lo Bosco**" con **211 visualizzazioni** uniche e un tempo medio di **3 minuti e 12 secondi** su **Facebook** e **235 visualizzazioni** con un tempo medio di **3 minuti e 6 secondi** su **Instagram**.

Altri numeri interessanti provengono da Instagram riguardo la news "**Venezia record di film italiani**" con **166 visualizzazioni** e un ottimo tempo di permanenza di **2 minuti e 10 secondi**.

Azioni importanti che consigliamo di intraprendere il prima possibile sono:

- **Fix Google Analytics**
- **Fix pixel Facebook**

Glossario



Per una maggiore comprensione annotiamo una legenda per i dati riportati nelle tabelle successive.

- **Frequenza di Rimbalzo:** La frequenza di rimbalzo indica la percentuale di visitatori che abbandonano un sito web (rimbalzano) dopo aver visitato una sola pagina.
- **CPC:** Il costo medio per ogni clic su un'inserzione di Facebook.
- **CTR:** La percentuale di volte in cui le persone hanno visto la tua inserzione su ed eseguito un clic.
- **Impression:** Il numero di volte in cui le inserzioni sono state visualizzate sullo schermo.

GRAZIE



Cappelli Identity Design