

# Web Analytics Italia

Monitoraggio dei servizi web della PA

**CLAUDIO CELEGHIN**

Agenzia per l'Italia Digitale

**DANIELA IOZZO**

Agenzia per l'Italia digitale

**DAVIDE PORROVECCHIO**

Agenzia per l'Italia digitale



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

# Scaletta

## Web Analytics Italia: il monitoraggio dei servizi web della PA

### Descrizione

L'analisi delle performance di un ambiente web (*web analytics*) è un'attività cruciale per capire quanto un sito (o un servizio digitale) risponda in maniera adeguata ai bisogni degli utenti. Le piattaforme per raccogliere informazioni sul comportamento degli utenti su un sito/servizio consentono di ottenere dati fondamentali per orientare le azioni di ottimizzazione, design e re-design dei servizi digitali. Durante il webinar vengono presentati i vantaggi che derivano da un monitoraggio costante dei siti web della PA, il kit Web Analytics di Designers Italia, le nuove opportunità per le pubbliche amministrazioni che intendono migliorare i propri servizi in ottica *data-driven*.

### Programma

12:00 Accoglienza e introduzione

12:05 L'importanza del monitoraggio dei servizi web delle PA, *Claudio Celeghin* (AgID)

12:25 Presentazione del kit e degli strumenti di Web Analytics, *Daniela Iozzo* (AgID)

12:50 Il progetto Web Analytics: stato di avanzamento, *Davide Porrovecchio* (AgID)

13:15 Presentazione del sondaggio sulle attività di Web Analytics delle PA, *Claudio Celeghin* (AgID)

13.25 Domande finali/Chiusura



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

# Monitoraggio dei servizi digitali



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale



# Monitorare per creare servizi digitali

- Semplici
- Veloci
- Utili
- Economici
- **Efficienti**

**Semplicità:**  
gestione efficiente della complessità



# Semplificazione esterna

Implica maggiore complessità interna



Photo by [Helloquence](#) on [Unsplash](#)

# Semplificazione basata sui dati

In tutte le fasi

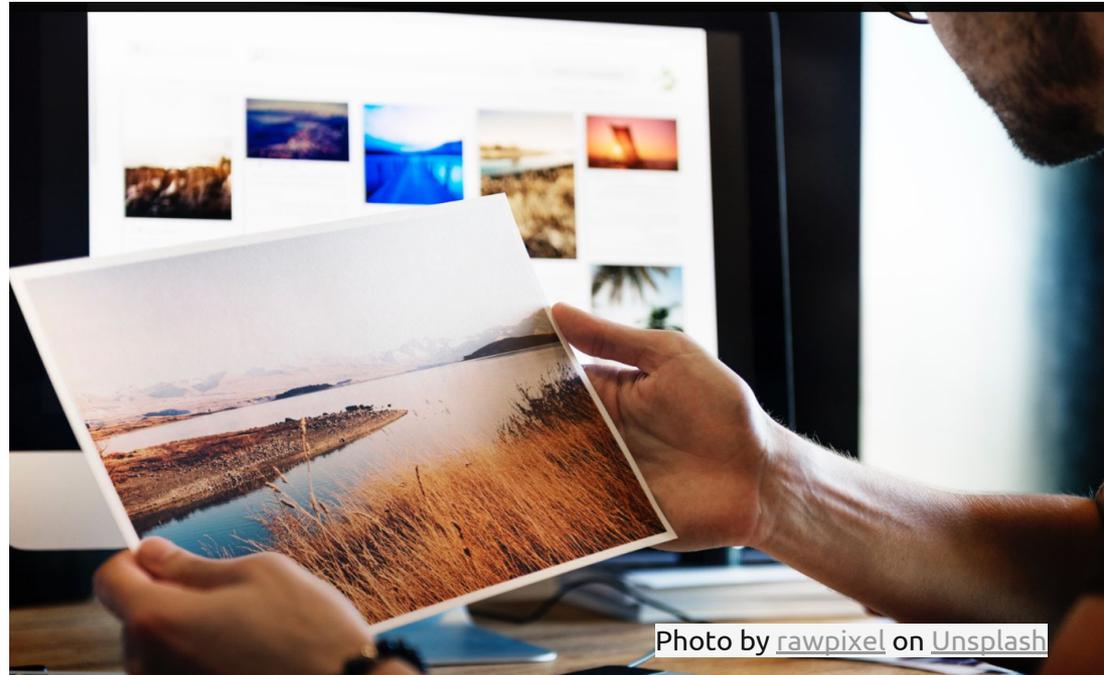
- Procedere per sottrazione
- Focalizzarsi su ciò che può essere eliminato
- Individuare ciò che può essere migliorato
- Semplificare, togliere, **individuare attività principali utente**

# Utilità

- L'utente utilizza il sito della PA per ottenere un **servizio** e poi andarsene
- Spesso ciò che è più importante per la PA è la **meno rilevante per l'utente**

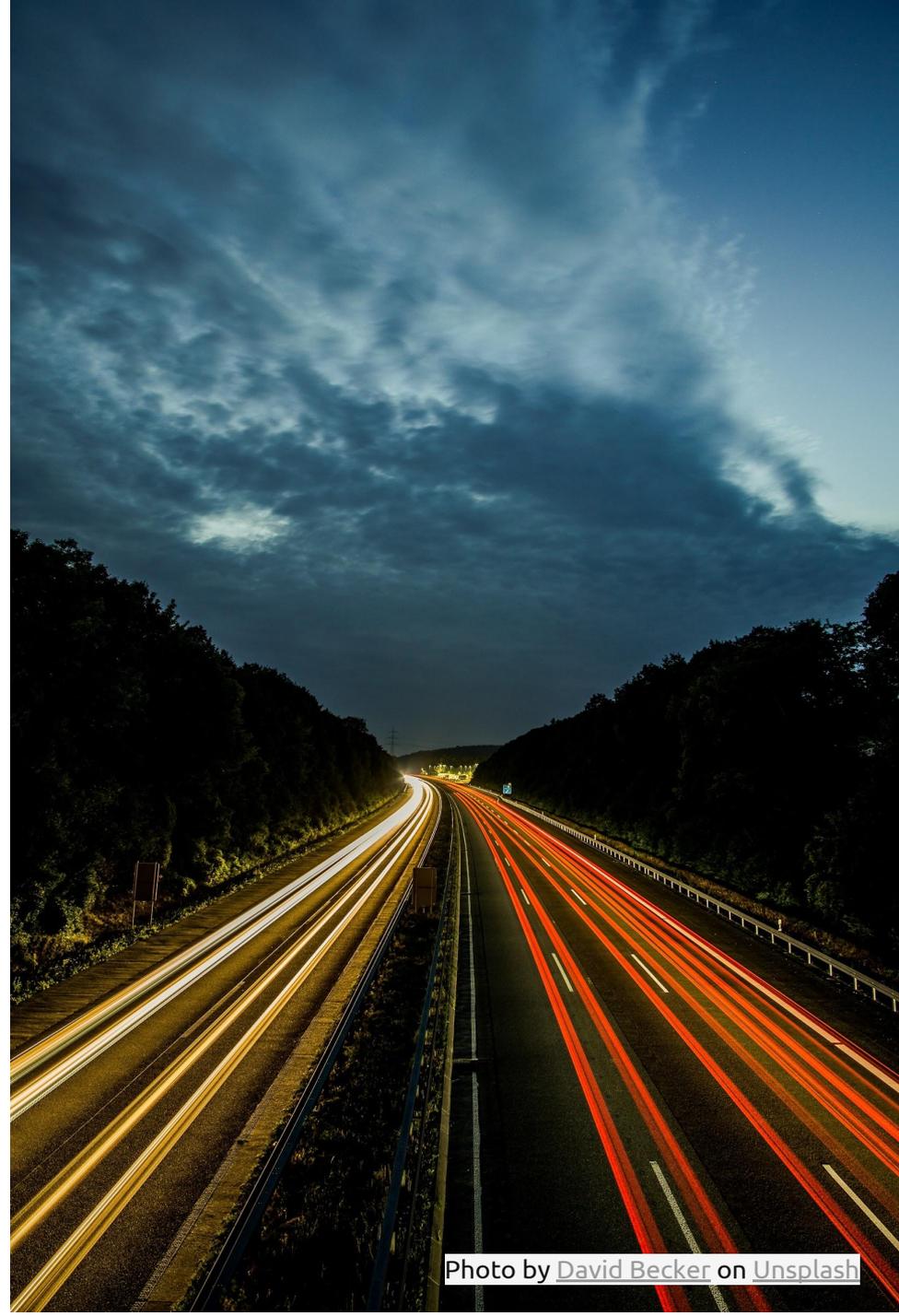
# Carousel in home page

- scarsa usabilità
- scarsa accessibilità
- comunicazione PA-centrica
- *no human centered*



# Velocità

- Mobile first
- Scarsa connessione
  - Poche immagini
  - Poco testo
  - Procedura semplice



# Economia

- Riduzione dei costi
- Sviluppo e incremento di servizi self service
- Coinvolgimento di tutta l'organizzazione



# Condivisione

Far conoscere i dati a tutta l'amministrazione



Photo by [rawpixel](#) on [Unsplash](#)

## Decisioni *data driven*

- Decidere sulla base dei dati statistici forniti dall'utente che usa i nostri servizi
- non *solo* su decisioni basate su opinioni o ipotesi

# Attività principali utente

- Individuare le attività più ricorrenti dell'utente
- Spesso sono i servizi meno visibili al cittadino
- Evidenze basate sulla **misurazione**

# Web Analytics?



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

*Web analytics is the **measurement, collection, analysis and reporting of web data** for purposes of **understanding and optimizing web usage**. Web analytics is not just a process for measuring web traffic but can be used as a tool for business and market research, and to assess and **improve the effectiveness of a website**.\**

# Il mercato della Web Analytics: open vs closed source



**ADOBE ANALYTICS**



IBM Analytics



# Cosa puoi fare con la Web Analytics?



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

# Rispondere a domande quali:

- **Quanti utenti visitano il sito** e per quanto tempo ?
- Quali sono le principali **località** da cui provengono?
- Quali sono i **contenuti più visitati** in un dato intervallo di tempo?
- In quale momento della settimana o dell'anno il sito registra il maggiore o il minore numero di visite?
- Quali sono i termini attraverso cui **gli utenti arrivano al sito da un motore di ricerca?**
- Quali sono i **termini di ricerca digitati** nel motore di ricerca interno?
- In che percentuale il sito è fruito da **dispositivi mobili?**
- Quanti utenti sul totale riescono a **completare gli step di un servizio?**
- Quanti utenti **scaricano un determinato documento?**

# Dopo la collection dei dati: i KPI basics

Offrono **una vista degli utenti di un sito** e del loro comportamento, su aspetti come: le **tecnologie** utilizzate per navigarlo, il livello di fidelizzazione dei visitatori, la loro **provenienza** geografica o quella dei canali da cui hanno raggiunto il sito, i **contenuti più visti** e molto altro.



Tipo di dispositivo			
TIPO	VISITE	AZIONI NEL SITO	AZIONI PER VISITA
Desktop	53.302	337.357	6,3
Smartphone	45.207	128.690	2,8
Tablet	5.585	21.480	3,8
Phablet	2.172	6.671	3,1
Sconosciuto	612	1.013	1,7

TEMPO MEDIO SUL SITO	% RIMBALZI
6 minuti 5 secondi	30%
2 minuti 20 secondi	57%
3 minuti 25 secondi	47%
2 minuti 32 secondi	55%
55s	81%

# Dopo la collection dei dati: i KPI custom

Si basano su **attributi qualitativi e/o quantitativi custom** che variano al variare del sito o dell'applicazione da analizzare

Hanno l'obiettivo di consentire il tracciamento e la collezione di dati che altrimenti **non verrebbero presi in considerazione in automatico**.

## Esempi

- ID prodotto, colore, taglia
- add to cart, add to wishlist
- ID servizio, screen name
- click su help contestuale

Nei report diventano **variabili** che possono essere utilizzate per l'elaborazione di report specifici (es. quanti utenti provenienti da traffico social hanno messo nel carrello il prodotto X in un dato lasso di tempo?)

# La segmentazione

**Suddivide il traffico in sottoinsiemi di utenti** che condividono attributi comuni (qualitativi o quantitativi). Ci consente di esplorare il traffico web in profondità

Visite organiche da keyword "identità digitale" Salva Annulla Anteprima

Dati demografici	<b>Sorgenti di traffico</b> Segmenta gli utenti in base al modo in cui ti hanno trovato.  <span>Filtra sessioni</span> <span>Filtra utenti</span>  Campagna ? <span>contiene</span> <input type="text"/>  Mezzo ? <span>corrisponde esattamente a</span> <input type="text" value="organic"/>  Sorgente ? <span>contiene</span> <input type="text"/>  Parola chiave ? <span>contiene</span> <input type="text" value="identità digitale"/>
Tecnologia	
Comportamento	
Data della prima sessione	
Sorgenti di traffico <b>2</b>	
Avanzato	
Condizioni	
Sequenze	

**UTENZA MOBILE AGGREGATA**

Cerca

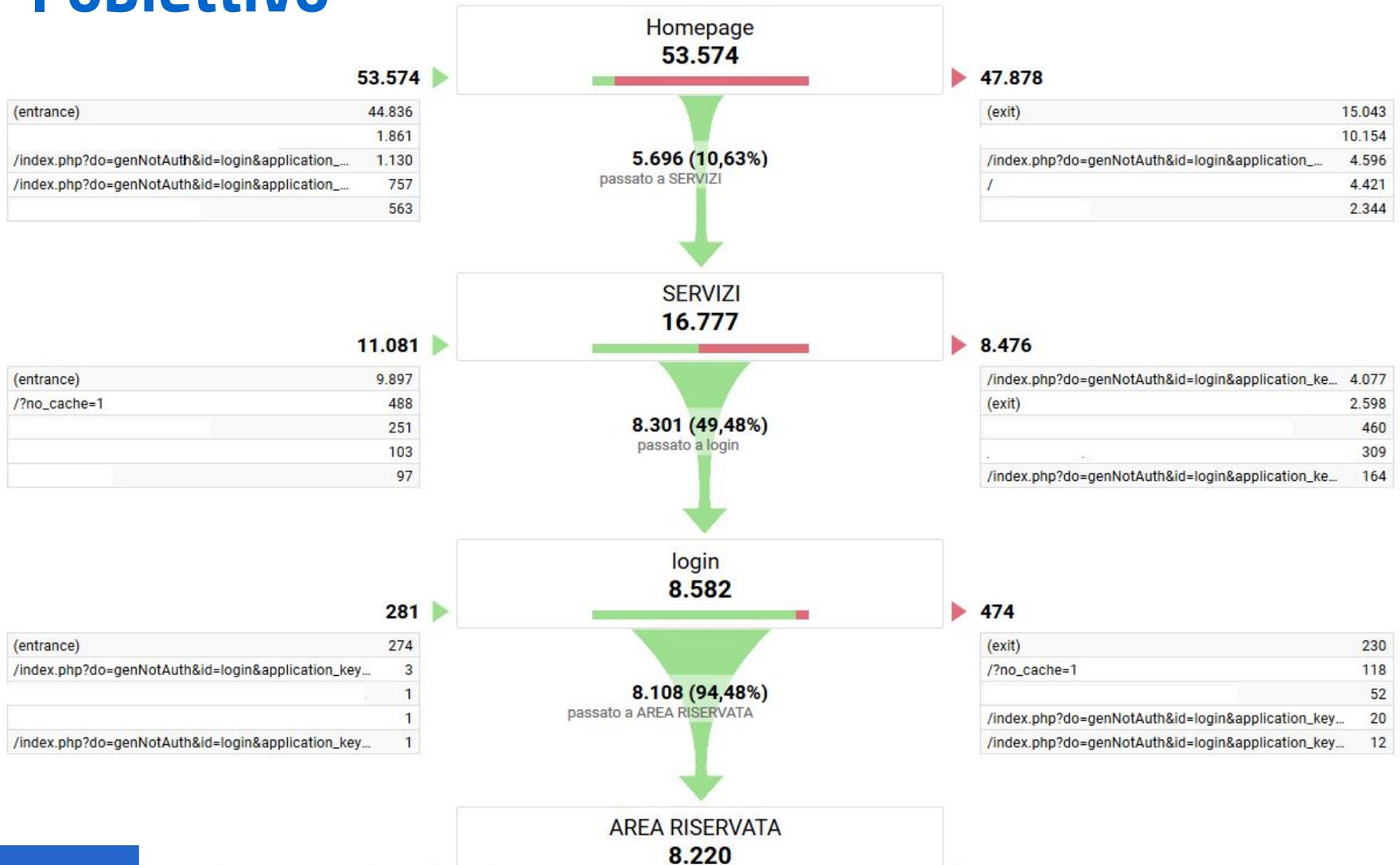
Seleziona un segmento di visite:

- Tutte le visite (default)
- Nuovi utenti
- Utenti di ritorno
- Utenza Cagliari
- Utenza Desktop
- Utenza Mobile aggregata**
- Utenza motori di ricerca
- Utenza Referral Website
- Utenza Smartphone
- Utenza Tablet
- Visite con download

**AGGIUNGI UN NUOVO**

**SEGMENTO**

# La funnel analysis: step by step verso l'obiettivo



# I dati "inpage"

SEGMENTS -	PAGEVIEWS -	UNIQUE PAGEVIEWS -	AVG. TIME ON PAGE -	BOUNCE RATE -	% EXIT -
All Users	10,410 % of Total: 14.10% (73,836) 	7,464 % of Total: 13.25% (56,328) 	0:01:15 Site Avg: 0:01:26 (-12.26%) 	25.84% Site Avg: 43.71% (-40.88%) 	27.70% Site Avg: 37.07% (-25.26%) 

Show only

16% 14%

Regione Piemonte

14%

14%

0.3%

14%

14%

7.5%

14%

1.2%

8.8%

Seguici su



Cerca...



Comune di Biella

Aree tematiche

L'Amministrazione

Vivere Biella

Amministrazione Trasparente

Sport ed eventi 28 Novembre 2018

2.6%

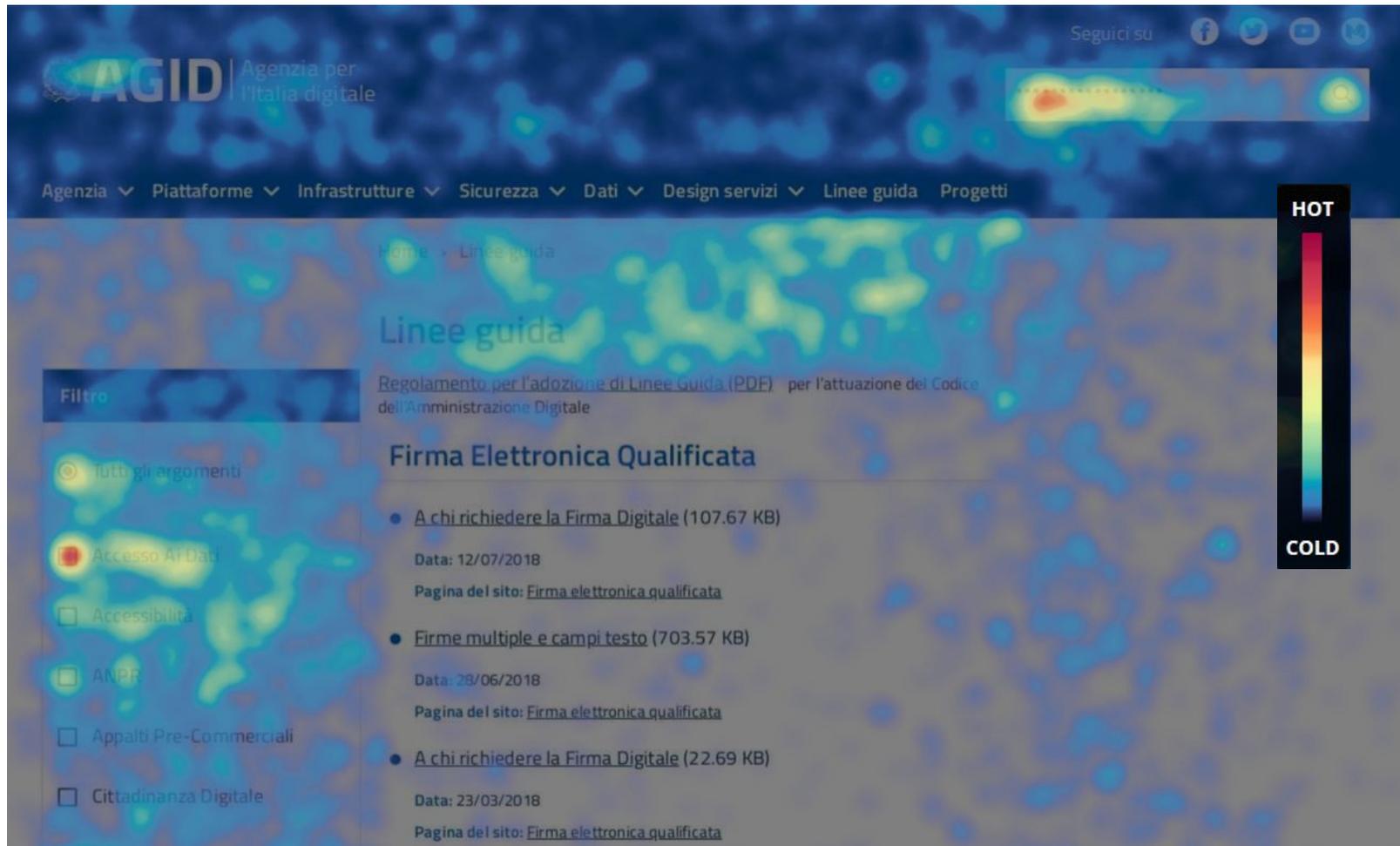
Ecco il programma del Natale nel cuore di Biella

Nel cartellone luna park, pattinaggio, musica, cultura e mercatini e l'arrivo degli Gnomi della

2.6%

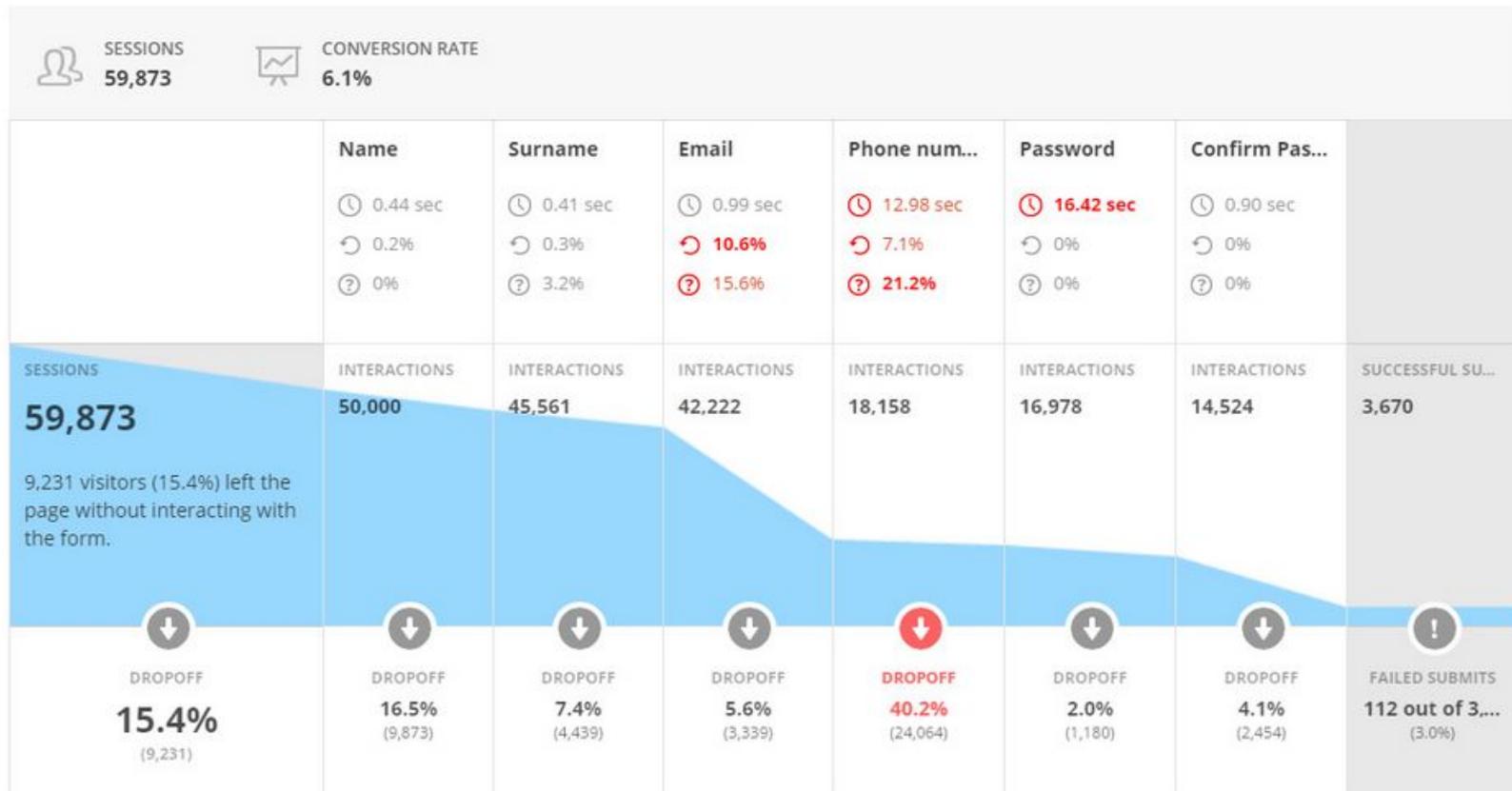


# Le heatmaps: una rappresentazione dei dati tramite mappa di calore



# La form analysis: perché non tutti gli utenti finiscono di compilare un form?

Forms > Sign-up Form EDIT



# Gli esperimenti per ottimizzare il sito

**A/B testing:** una tecnica per condurre esperimenti controllati basati su 2 varianti di uno stesso elemento su un sito.

Qui ne abbiamo parlato raccontando un caso di studio di user experience

Web Analytics Italia



## L'A/B testing a supporto della user experience

Osserva, misura, testa, confronta (e ripeti): quello che abbiamo imparato sulla tecnica dell'A/B testing, in collaborazione con ACI Informatica.



Daniela Iozzo  
Jul 22 - 12 min read

di [Roberta Grimaldi](#), [Daniela Iozzo](#), [Paolo Guadagnoli\\*](#), [Ilaria Tamasi\\*\\*](#)

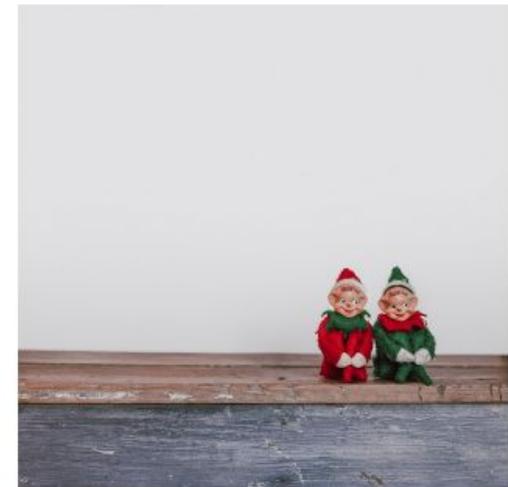
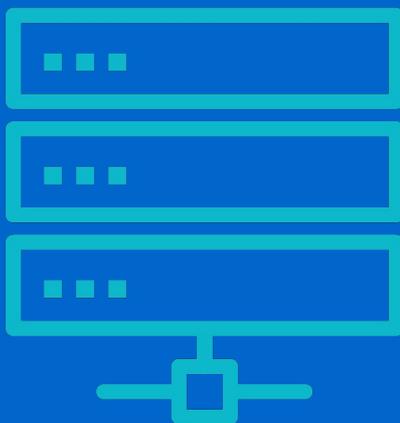


Photo by [erin walker](#) on [Unsplash](#)

La tecnica dell'A/B testing può essere utilizzata per migliorare la user experience di un servizio digitale.

L'abbiamo sperimentata su Costi chilometrici, uno dei servizi di portata nazionale più utilizzati del sito [aci.it](#). Il test A/B ha riguardato la fase di accesso autenticato al servizio, ipotizzando che questa—per quanto già performante—potesse essere migliorata analizzando come gli utenti usano il servizio.

L'A/B testing è un tecnica che consiste nel comparare due varianti di una pagina web (in un sito ma anche in una app) per individuare—in base agli indicatori di performance selezionati—quale delle due funzioni meglio rispetto all'obiettivo della pagina.



## Linee Guida Web Analytics

# Web Analytics: il kit di Designers Italia



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

# Il kit Web Analytics di Designers Italia

## Web Analytics

Osserva i comportamenti degli utenti partendo dai dati di utilizzo del servizio

condividi su



SCARICA IL KIT





# Il kit Web Analytics di Designers Italia

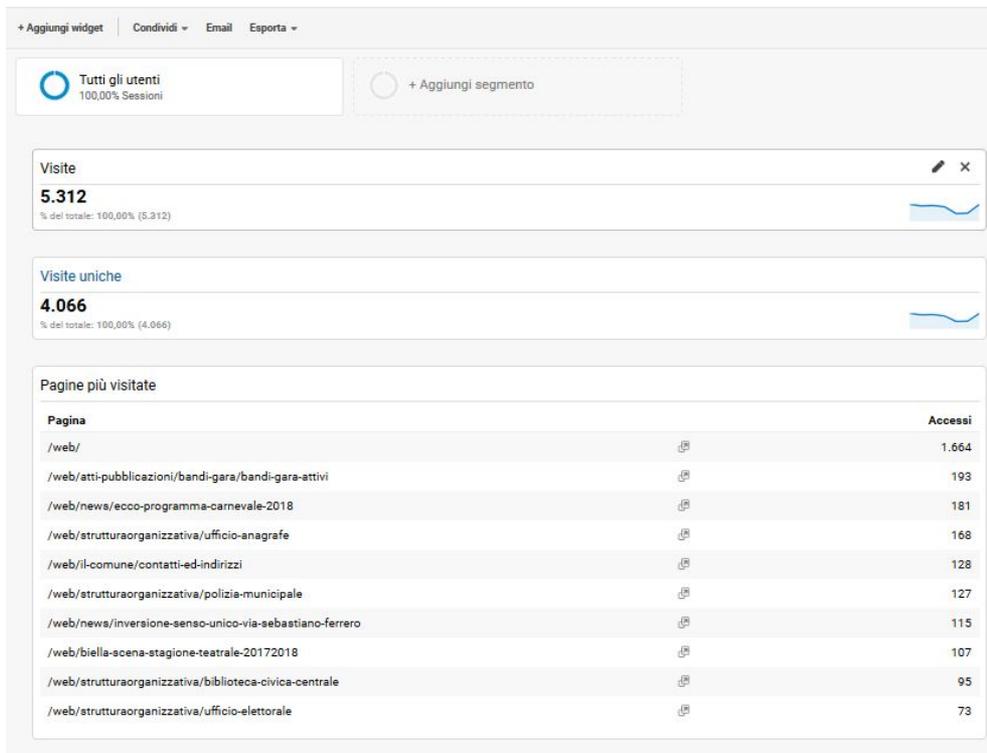
Fornisce indicazioni operative su come produrre e distribuire **un report basico di web analytics**, con la finalità di condividere i dati nel team di lavoro o con altri *stakeholder*.

Offre indicazioni sulla **creazione di dashboard dinamiche** personalizzate sulle due piattaforme di web analytics più utilizzate: Google Analytics e Matomo\*

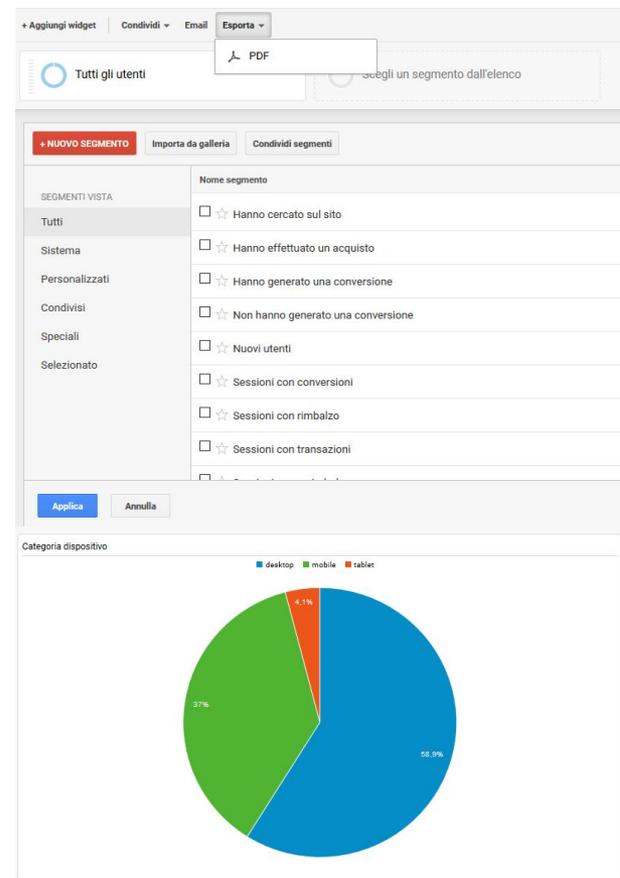
# Il kit Web Analytics di Designers Italia

## Sample di dashboard custom in Google Analytics Solution Gallery

[Starter kit] Dashboard sito web PA



[Starter kit] Dashboard sito web PA



# Il kit Web Analytics di Designers Italia

Sample di dashboard custom in Google Data Studio

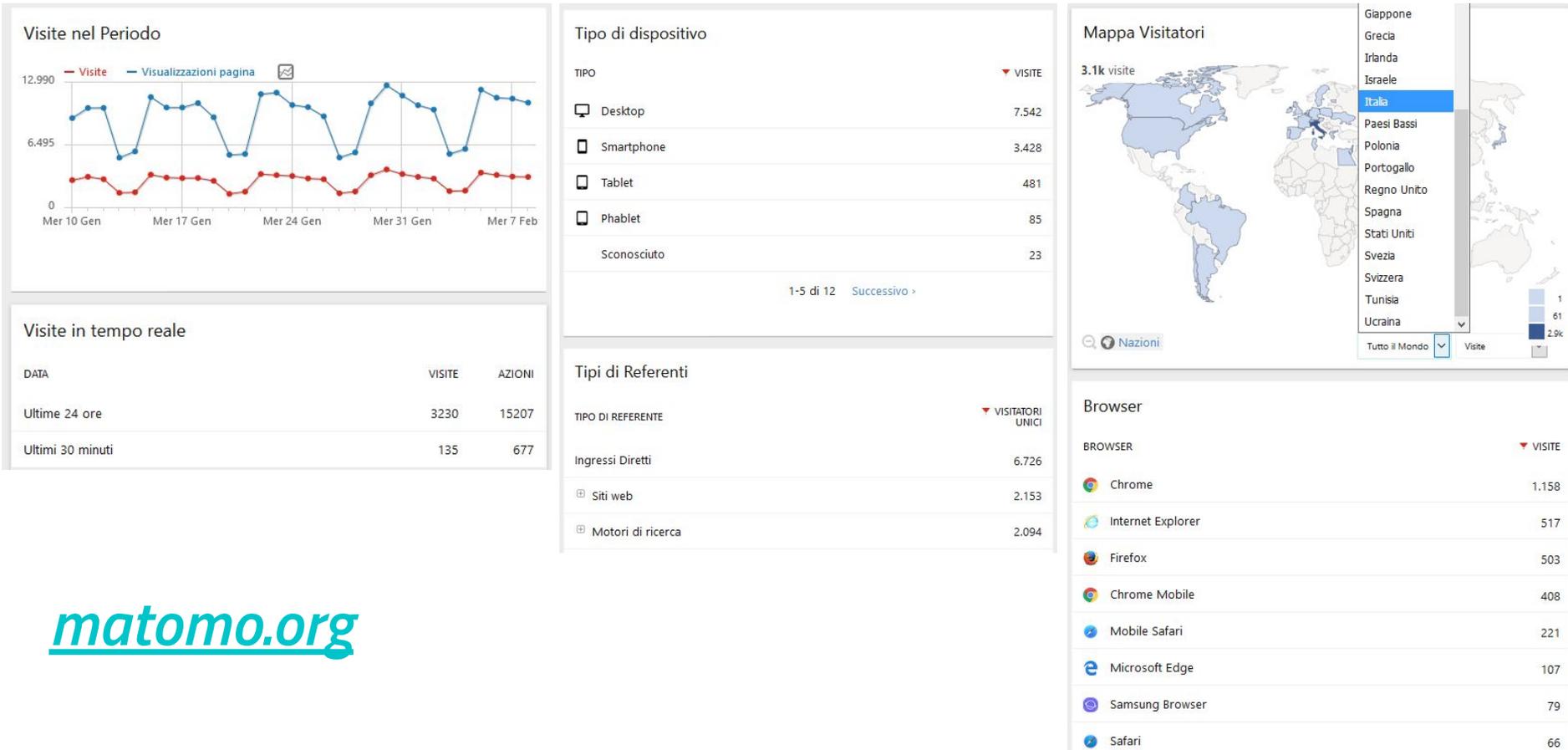
[datastudio.google.com](https://datastudio.google.com)

Web Analytics Italia



# Il kit Web Analytics di Designers Italia

## Sample di dashboard custom in Matomo



[matomo.org](https://matomo.org)

# Il kit Web Analytics di Designers Italia

Fornisce indicazioni operative su come generare dei **segmenti di utenza** cioè dei sottoinsiemi di visite (o di utenti unici) che condividono attributi (qualitativi e/o quantitativi) comuni.

La **segmentazione del traffico web** ha l'obiettivo di far emergere il "valore" di uno specifico gruppo di utenti rispetto al traffico aggregato (che è tipicamente quello più rappresentato nei report, ma meno rappresentativo delle specificità dei singoli gruppi di utenza).



<https://designers.italia.it/kit/analytics/>

# **Il progetto Web Analytics Italia: Stato di avanzamento**



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

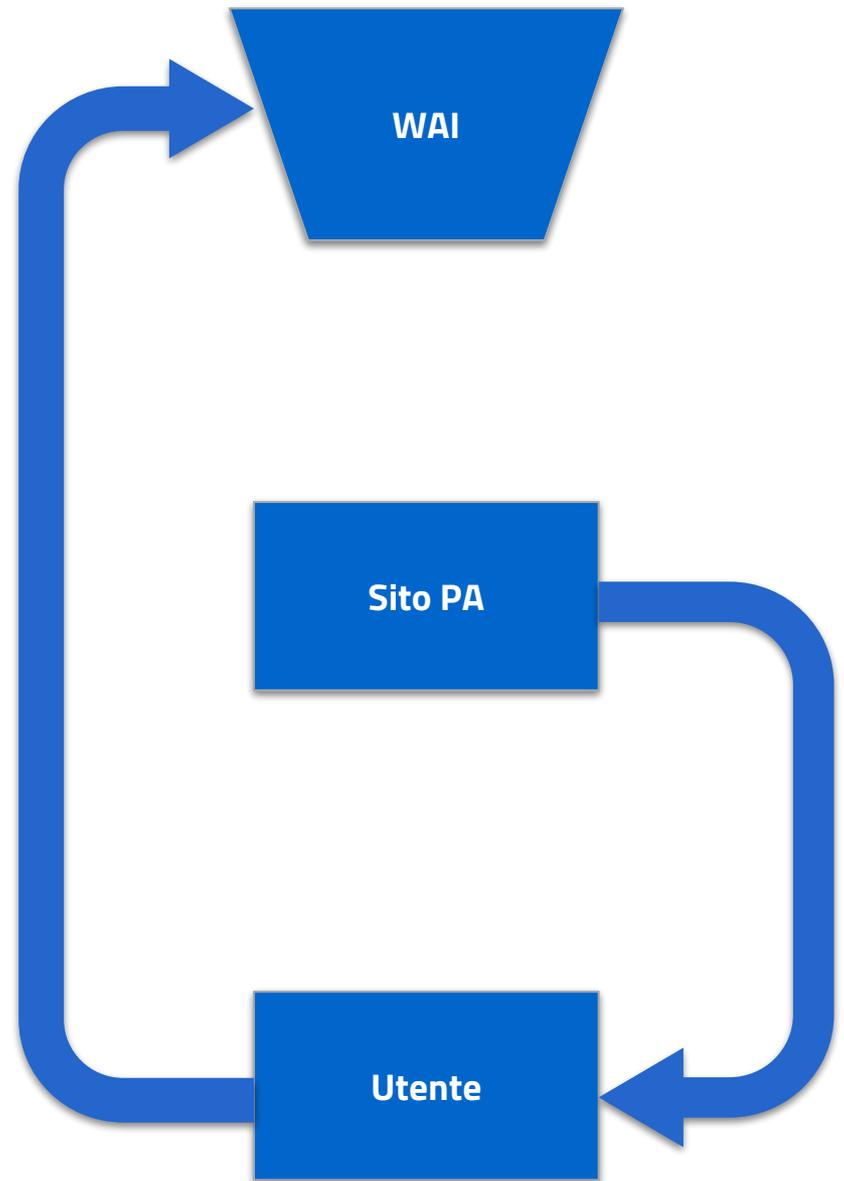
# Come funziona



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

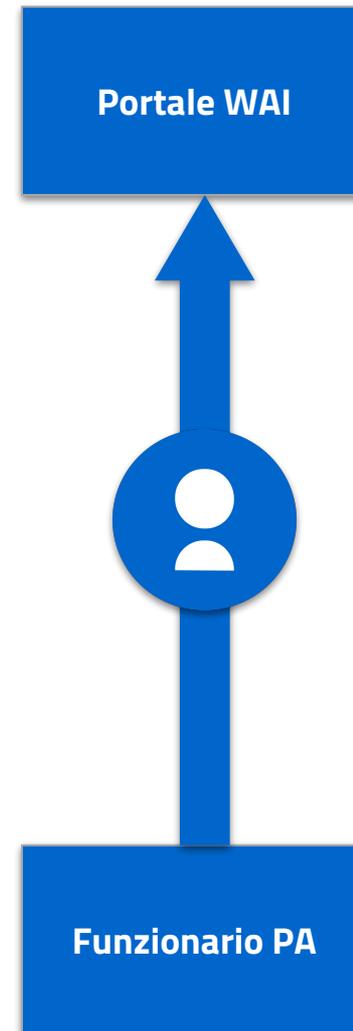
## Il processo di tracking

I dati sulle visite partono dal browser dell'utente che visita il sito di un'amministrazione e raggiungono il punto di raccolta della piattaforma WAI. Per questo è necessario che i siti includano al loro interno un codice che contiene le istruzioni per effettuare il tracking.



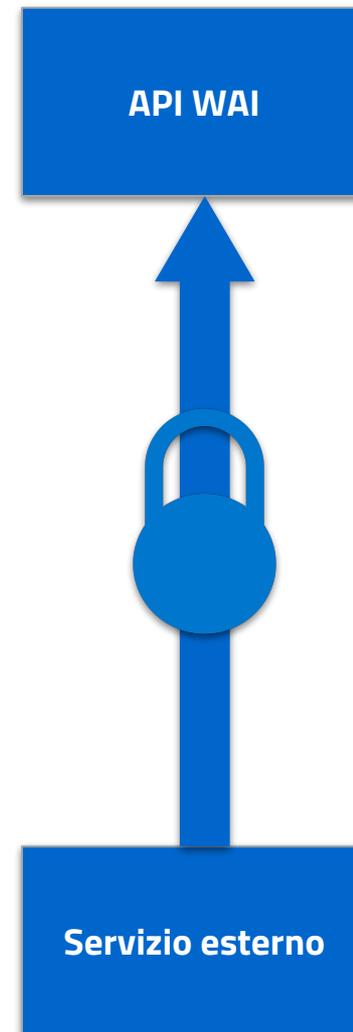
## Come visualizzo i dati raccolti?

I dati saranno esposti nelle dashboard del portale WAI al quale si potrà accedere con SPID. Solo le persone autorizzate potranno vedere i dati e decidere se renderli pubblici. In ogni caso non saranno memorizzati dati personali degli utenti.



# Posso usare i dati per altri scopi?

Tutti i dati raccolti saranno disponibili via API per garantire la massima interoperabilità. Ciascuna PA potrà integrare i propri servizi con i dati di tracking per arricchirli di informazioni e funzionalità.



## Posso leggere dei report sintetici?

Periodicamente il portale WAI invierà alle caselle email dei funzionari abilitati un report sintetico. Questo sarà anche un utile strumento di comunicazione interna per avviare processi decisionali *data-driven*.





# Come partecipo



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

# Il processo di onboarding - Primo accesso

Dopo l'autenticazione SPID, l'utente sceglie la sua PA di appartenenza e viene impostata un'associazione tra l'utenza e la PA in uno stato "non confermato".



# Il processo di onboarding - Aggiunta del sito principale

Il sito principale della PA selezionata è recuperato da IndicePA e aggiunto al tracciamento. L'utente visualizza i campi e li conferma. Non è possibile modificare il sito principale se non direttamente da IndicePA.

indicepa.gov.it  
IPA Indice delle Pubbliche Amministrazioni

Area Riservata

Cos'è Per gli Enti Consultati i dati Documenti

## La comunicazione con le PA inizia da qui.

I dati degli Enti sono aggiornati al 17/12/2018 ore 00:00:56.

Cerca

Numero Verde 800 894 109

- Apri un ticket
- Controlla un ticket aperto
- Verifica browser

### Fatturazione elettronica

10-04-15  
Dal 31 Marzo 2015 la fatturazione elettronica è un obbligo verso tutta la pubblica amministrazione. Se non sei ancora entrato a far parte dell'IPA, fallo subito e inserisci così tutti i dati richiesti sui servizi di fatturazione.

### In primo piano

06-12-18  
Si informano gli utenti del Servizio di Assistenza IPA che, nelle giornate del 24 e 31 dicembre 2018, il servizio stesso sarà erogato in orario ridotto, dalle 8.00 alle 14.00.

### Amministrazioni più cliccate

- 1 Agenzia delle Entrate
- 2 Regione Lombardia
- 3 Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
- 4 Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
- 5 Ministero della Salute
- 6 Ministero dell'Interno
- 7 Ministero dell'Economia e delle Attività Produttive
- 8 Ministero dello Sviluppo Economico

### Sistemi di ricerca avanzata

- Per tutti gli enti in ordine alfabetico
- Per codice univoco ufficio
- Per codice univoco ufficio
- Per social network
- Per lingue minoritarie

### I numeri dell'IPA

Tipologia:	Quantità:
Enti accreditati:	22.797
Unità organizzative:	95.452
Uffici di protocollo:	33.049
Indirizzi PEC:	123.356
Servizi di fatturazione elettronica	57.481

### Open Data

L'Indice delle Pubbliche Amministrazioni aderisce alla filosofia dell'open data e avvia infatti un processo di apertura dei dati del settore pubblico senza restrizioni. I dati sono organizzati razionalmente, in formati elettronici standard e aperti.

Nome file	Pubblicazione	Download
Amministrazioni	17/12/2018 05:47	Download
Aree organizzative omogenee	17/12/2018 05:47	Download

VEDI TUTTI GLI OPEN DATA

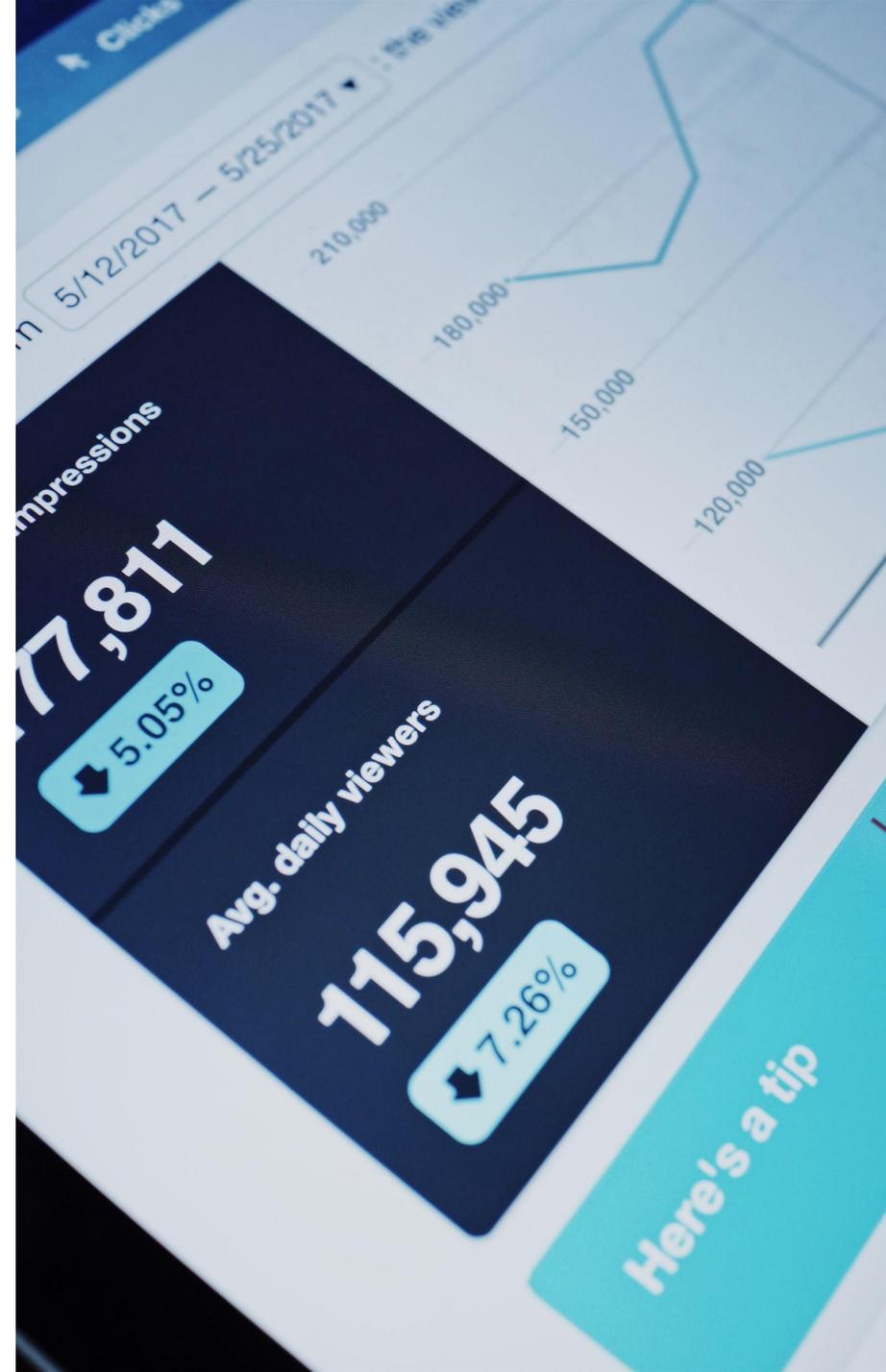
AGID Agenzia per l'Italia Digitale

OPEN DATA | NOTIZIE | FAQ | GLOSSARIO | CONTATTI | MAPPA DEL SITO

Privacy Policy | Note Legali

# Il processo di onboarding - Convalida del sito principale

La piattaforma rilascia all'utente il codice di tracking da inserire nel proprio sito. Quando il codice è inserito e le visite iniziano ad arrivare, l'associazione tra utente e PA di appartenenza è convalidata.



# Il processo di onboarding - Convalida del sito principale / 2

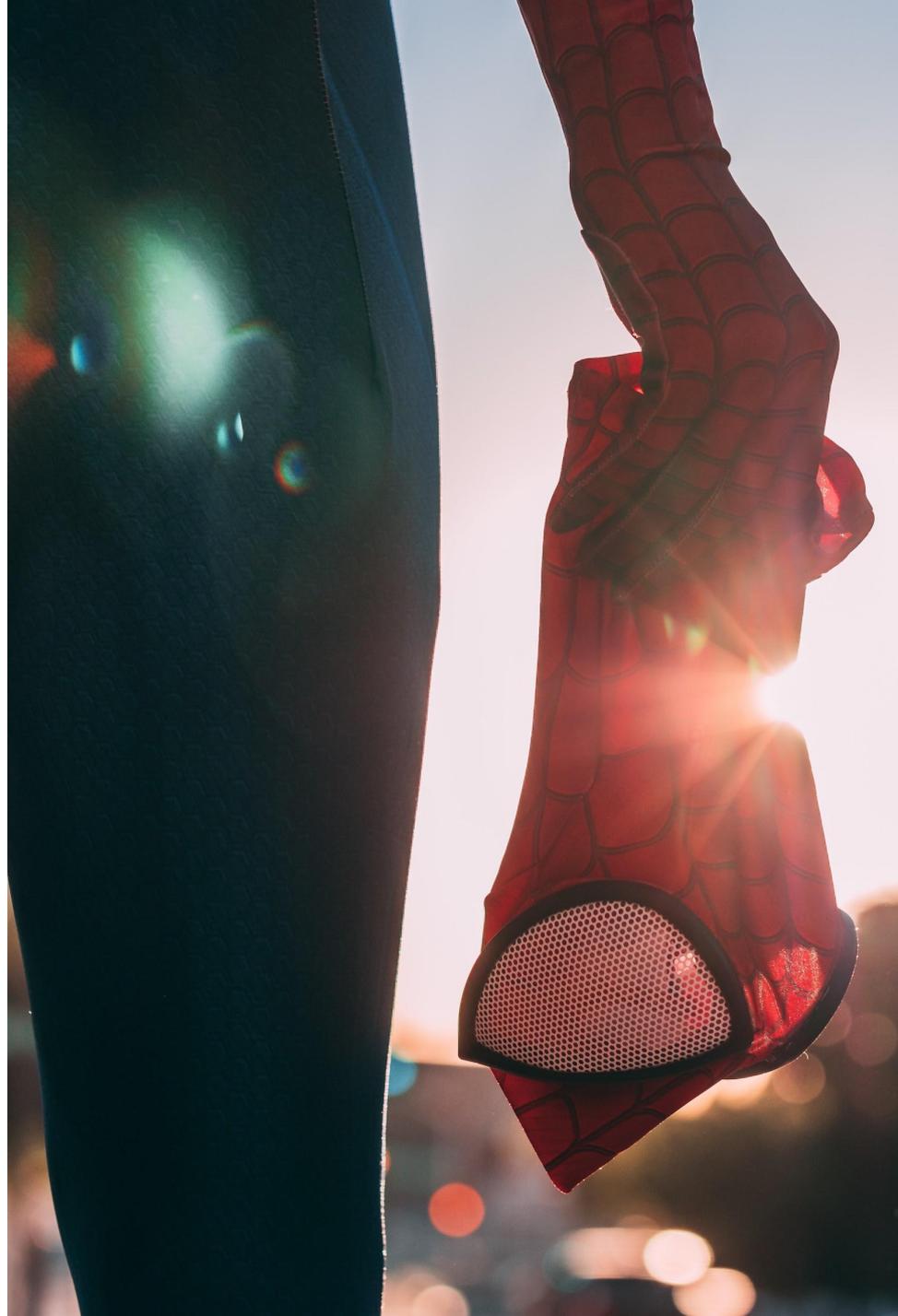
Se dopo un certo tempo non arrivano visite, il sito è rimosso dalla piattaforma e l'associazione tra utente e PA selezionata decade.



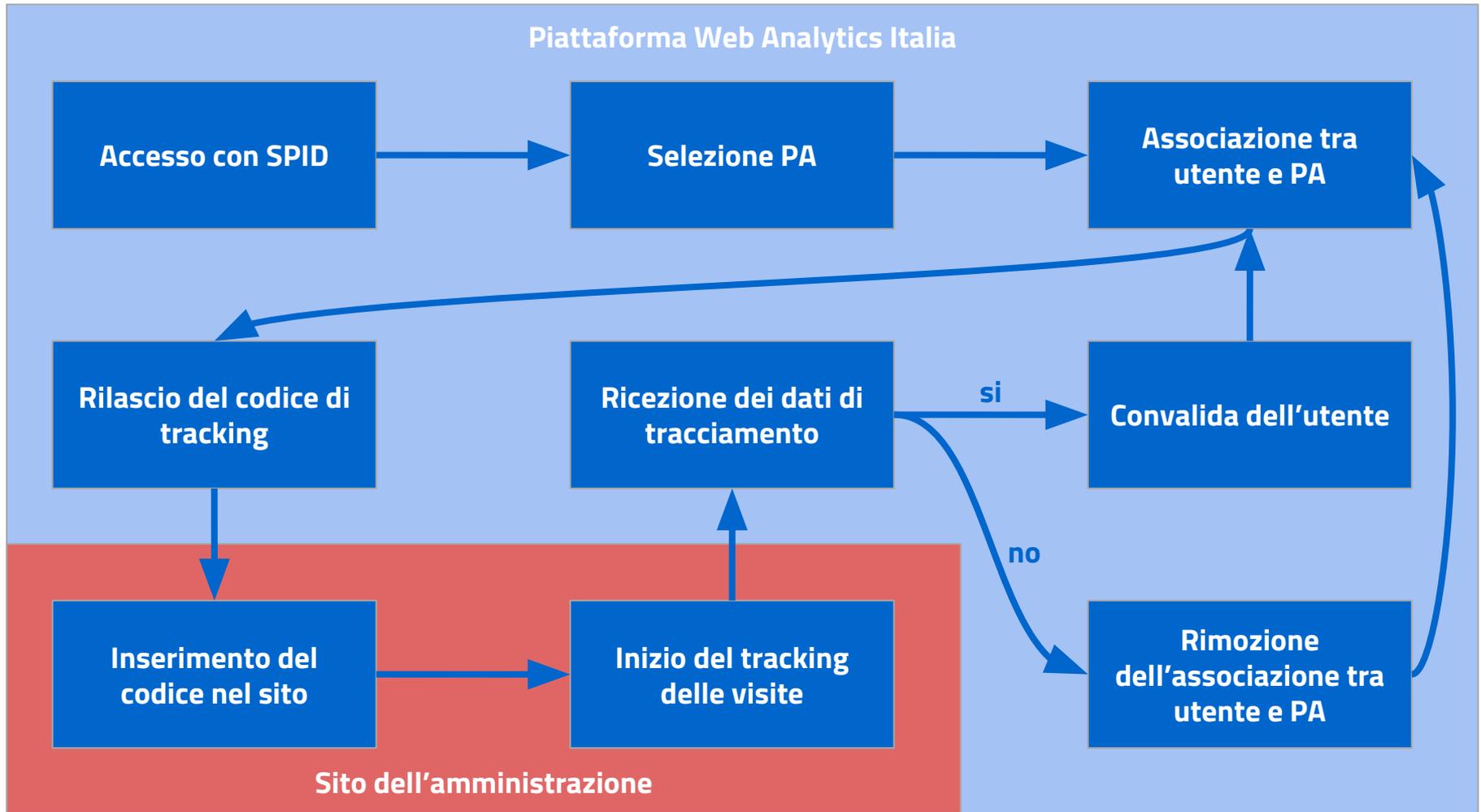
# Il processo di onboarding - Gestione di utenti e siti secondari

Dopo la convalida, l'utente che aggiunge il sito principale diventa amministratore per la sua PA con permessi per:

- aggiungere altri utenti
- aggiungere altri siti



# Il processo di onboarding - overview



# Come fare prove senza rischiare nulla?

Un'istanza pubblica di test sarà messa a disposizione del pubblico per fare tutte le prove necessarie. Si potranno inserire direttamente anche siti diversi (di "test") senza usare quello principale elencato su IPA.

L'istanza sarà resettata a intervalli periodici.



# Notifiche

Ad ogni evento rilevante (richiesta tracking sito, conferma associazione tra utente e PA, ...) saranno inviate opportune notifiche al recapito del **Responsabile per la transizione al digitale** che potrà eventualmente intervenire attraverso il sistema di helpdesk/ticketing.





# Costruiamo insieme servizi utili



**AGIDI** | Agenzia per  
l'Italia Digitale

# Strumenti del cambiamento

- Community con quasi 3000 utenti
- Network di PA
  - Centrali, Regioni, Città metropolitane, Comuni
- Organi governativi (AGID e Team digitale)
  - dispositivi normativi
  - linee guida e KIT
  - piattaforme

# Web analytics come ponte

## Collegamento e dialogo tra

- cittadino e amministrazione
- i silos interni  
all'amministrazione



# Protocollo eGLU

- Web Analytics Italia e Protocollo eGLU
  - Monitoraggio delle azioni dell'utente
  - Dare evidenza e base oggettiva alle ipotesi
  - Condivisione dei dati
  - Individuazione soluzioni

<https://designers.italia.it/kit/usability-test/>

# Cambiamento interno alla PA

Gli strumenti di analytics

- non sono sufficienti da soli
- attivano un **processo di ascolto** del cittadino
- sono una spinta alla **continua evoluzione**
- sono uno strumento "scomodo"

# Creare una cultura del monitoraggio

Il processo di cambiamento sulla base dei dati richiede necessariamente anni di costante monitoraggio, condivisione e implementazione di soluzioni.

# Co-progettazione indispensabile

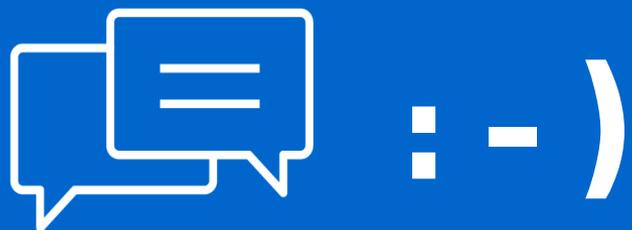
Consente di individuare, sin dalle prime fasi del progetto, le necessità degli utenti finali e quindi il *design* di servizi:

- semplici
- utili
- veloci

# Co-progettazione per Web Analytics Italia

Sondaggio per individuare le necessità delle PA  
relativamente agli analytics

[Form on line](#)



**Web Analytics Italia** Monitoraggio dei servizi web della PA

**Grazie**



**AGID** | Agenzia per  
l'Italia Digitale