

## comunicato stampa

A CURA DI **DanielaArgiropulos**

**n. 16**      **20 marzo 2008**

### ***ANALISI DI UN ANNO DI OLTRE MAGAZINE ONLINE*** **UN SUCCESSO IN CONTINUA CRESCITA**

Periodico leader nel settore dell'imprenditoria funeraria e cimiteriale, Oltre Magazine traccia il punto della situazione ad un anno dalla nascita della nuova versione on line. Con soddisfazione può affermare, statistiche alla mano, che la nuova veste di e-magazine lo ha portato ad essere, anche sul web, un punto di riferimento fondamentale per il comparto; in un anno, infatti, il numero dei visitatori unici è più che raddoppiato, così come quello delle pagine viste. Tradotto in numeri significa che dai circa 11.000 visitatori mensili di gennaio 2007 si è passati ai 21.000 fatti registrare nello stesso mese del 2008, con oltre 2.000 pagine viste al giorno. Con un trend in crescita come questo, è realistico prevedere che alla fine dell'anno il numero degli utenti mensili sfiorerà le 40.000 unità, così come le pagine viste in un mese raggiungeranno con ogni probabilità la cifra di 120.000.

Una attenta analisi dei dati statistici sul movimento dei visitatori che, navigando in internet, approdano su [www.oltremagazine.com](http://www.oltremagazine.com), fa emergere che la maggior parte di essi vi giunge attraverso i Motori di Ricerca, quali Google, Yahoo! e MSN, tramite ricerche effettuate con l'inserimento di parole chiave attinenti ad argomenti trattati ampiamente ed in modo sempre approfondito dalla rivista: "*auto funebre*", "*forno crematorio*", "*sala del commiato*", "*casa funeraria*" sono solo alcuni (pochissimi in verità!) tra gli esempi che si possono citare e che consentono di evidenziare il tipo di interesse che avvicina i lettori del web ad Oltre Magazine, interesse che appartiene ad un pubblico variegato, costituito in misura preponderante da tecnici e da imprenditori esperti del settore funerario a livello professionale, ma anche da visitatori motivati da interessi di natura culturale. È indiscutibile una forte presenza che si potrebbe definire "di nicchia", appartenente cioè ad uno specifico campo imprenditoriale, quello legato alle onoranze funebri e ai servizi cimiteriali; d'altra parte è evidente che i temi trattati dalla rivista sono in grado di attrarre anche un significativo numero di lettori, che si potrebbero definire "non addetti ai lavori", quantomeno non in senso stretto o in prima persona.

L'utilizzo dei motori di ricerca non è, tuttavia, l'unica modalità con la quale gli utenti di Oltre Magazine arrivano al sito. La presenza di link alla rivista su altri portali, inserita da coloro che in numero sempre crescente citano Oltre Magazine come risorsa importante nel settore, porta numerosi visitatori. Inoltre, molti hanno scelto di memorizzare l'indirizzo della rivista nella lista dei "*preferiti*"; in questo modo sono in grado di raggiungerlo direttamente e col sistema più veloce; altri ancora, conoscendolo a memoria, lo digitano nella "*barra degli indirizzi*" del Browser che sono soliti utilizzare (Internet Explorer, Firefox, Safari, ...).

Una ulteriore fonte di accesso al sito è rappresentata dalla possibilità di usufruire degli RSS (*Really Simple Syndication*), uno dei più popolari formati per la distribuzione di contenuti Web, attraverso i quali si rendono disponibili agli iscritti gli abstract degli articoli. Da non sottovalutare infine, che un buon numero di accessi al sito di Oltre Magazine è il risultato dell'aumento degli iscritti alla Newsletter, fonte primaria per essere immediatamente informati sull'uscita dell'ultimo numero della rivista.

Dal punto di vista del movimento dei lettori che approdano su [www.oltremagazine.com](http://www.oltremagazine.com) un dato interessante è quello che riguarda le ricerche effettuate utilizzando il motore di ricerca interno, denominato "*ricerca negli articoli*": ne emerge, infatti, che i lettori impostano ricerche specifiche su prodotti e servizi, facendo molto spesso precisi riferimenti ai nomi delle aziende. Si tratta cioè di utenti che conoscono bene il mercato.

Fin qui si è parlato di numeri, ma per avere un'idea più completa del successo di una rivista on line presso il pubblico, è altrettanto importante l'analisi della permanenza dei lettori sul sito; in altre parole, si tratta del tempo dedicato ad ogni pagina visitata e del tempo complessivo trascorso da ogni singolo utente sul portale della rivista. Tanto per dare qualche parametro di riferimento, basti sapere che generalmente la durata della permanenza di un utente sulle pagine di un sito è molto breve, e nella maggior parte dei casi quando si arriva a parlare di minuti ci si trova davanti ad un buon risultato. Nel caso di Oltre Magazine, un buon 10%



## comunicato stampa

A CURA DI **DanielaArgiropulos**

**n. 16**      **20 marzo 2008**

degli utenti si sofferma per più di dieci minuti a visita, e questo denota innanzitutto un notevole interesse verso i contenuti, ed in secondo luogo, fattore non meno determinante per avere successo sul Web, anche un ottimo livello di chiarezza nella struttura del portale, una buona leggibilità e la possibilità di una navigazione agile e senza intoppi.

Un altro dato fondamentale è la distribuzione degli accessi al sito da parte dei lettori nell'arco della settimana e durante le ore del giorno. Oltre Magazine risulta avere picchi massimi di accessi dal lunedì al venerdì e soprattutto negli orari cosiddetti d'ufficio: questo rafforza la certezza che gli utenti sono in larga misura professionisti e operatori del settore al quale la rivista effettivamente intende rivolgersi.

