

Analisi Performance Digitale

2025

Il 2025 segna per l'Università "L'Orientale" il raggiungimento di un ecosistema digitale maturo. Nonostante una fisiologica stabilità del volume lordo di visite web, si registra un **miglioramento netto della qualità dell'interazione**. Il portale istituzionale è oggi un **hub operativo** capace di generare valore reale, mentre i canali social (oltre 9,8 milioni di impression) fungono da potenti moltiplicatori della reputazione e dell'identità dell'Ateneo.

Analisi Portale Web: www.unior.it (Matomo/WAI)

Il portale si consolida come infrastruttura critica per l'operatività, gestendo l'intera catena dei servizi digitali.

Metrica	Valore 2025	Trend vs 2024	Valore Strategico
Visite Totali	806.387	-3,3%	Traffico consolidato.
Pagine Viste	2.312.569	-4,1%	Volume di consultazione elevato.
Azioni per Visita	4,3	+7,5%	Utente più attivo e finalizzato.
Tempo Medio	4m 36s	-	Eccellenza per consultazioni complesse.
Bounce Rate	27%	-3,6%	Migliore pertinenza delle Landing Pages.

Efficacia dei Servizi (Gateway Strategico)

L'incremento a doppia cifra della fruizione di materiali e dei collegamenti ai sistemi gestionali conferma la completa dematerializzazione dei processi:

- **Asset Documentale:** 401.984 download (+13,4%), indicando un uso intensivo di modulistica, bandi e materiali didattici.
- **Gateway Esterno:** 694.365 outlink (+21,6%). Il sito è il punto di accesso primario per la produttività (Office 365, oltre 12.000 click) e per la gestione amministrativa (Cineca: Esse3, Titulus, UP).

Social Media Ecosystem: Visibilità e Identità

La comunicazione social ha generato un impatto massivo, con una leadership chiara di **Instagram** per la portata e di **LinkedIn** per la reputazione professionale.

Performance per Piattaforma

Canale	Impression Totali	Nuovi Follower	Engagement (Like/React)
Instagram	7.507.611	+2.591	71.138
LinkedIn	835.461	+2.255	10.695
Facebook	1.398.433	+1.109	11.996
YouTube/Altro	56.171	+284	620
TOTALE	9.797.673	+6.239	94.449

Punti di Forza 2025:

1. **Brand & Multilinguismo:** Il post celebrativo dello Scudetto in oltre 30 lingue è stato il contenuto di maggior successo, confermando l'identità unica dell'Ateneo.
2. **Impegno Civile:** Le mozioni istituzionali e il ricordo di Mario Paciolla hanno generato i massimi tassi di interazione su Facebook, validando la reputazione etica dell'Istituzione.
3. **Terza Missione:** La partecipazione scientifica a programmi RAI (*Ulisse*) ha creato un ponte efficace tra ricerca accademica e grande pubblico.

Analisi di Convergenza e Nuovi Scenari

L'integrazione dei dati dimostra come la visibilità social si trasformi in operatività web tramite l'hub **Linktree**, determinante per lo smistamento verso aree critiche (Iscrizioni e Bandi).

L'Emergere dell'AI Generativa

Un segnale di avanguardia tecnologica è la comparsa di **ChatGPT (131 visite)** tra i referenti di traffico.

- **Significato:** I contenuti dell'Ateneo sono considerati fonti autorevoli dagli algoritmi di AI generativa.
- **Prospettiva:** Si prevede uno spostamento progressivo del traffico dai motori di ricerca tradizionali a consulenze assistite da AI.

Conclusioni e Raccomandazioni Strategiche per il 2026

L'Ateneo gode di un'eccellente salute digitale. Per il 2026 si definiscono tre direttrici:

- **Ottimizzazione Mobile:** Fondamentale garantire una fruizione perfetta dei 400.000 download annui da smartphone.
- **Video-Strategy (LinkedIn):** Investire nel formato video su questo canale per attrarre ricercatori e partner internazionali.
- **Conversione Social-to-Web:** Potenziare i link diretti nelle Stories per i servizi di segreteria e bandi, ottimizzando ulteriormente il "funnel" iniziato con Linktree.

Sintesi Finale: Il calo marginale delle visite (-3,3%) è ampiamente compensato da un utente più attivo, che resta più a lungo e utilizza il portale come core del proprio percorso accademico o professionale.