



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**



# PROGETTO SMA.LA.WI. - ANALISI DEI DATI PROVENIENTI DALL'APP

**Alessandro Zardini** - *Università degli Studi di Verona*  
**Sabina de Pinto** - *Università degli Studi di Verona*



FEASR



REGIONE DEL VENETO



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

# ANALISI KPI



Un indicatore chiave di prestazione (KPI - Key Performance Indicators) è un valore misurabile che dimostra l'efficacia con cui si raggiungono gli obiettivi prefissati.

## KPI Analizzati

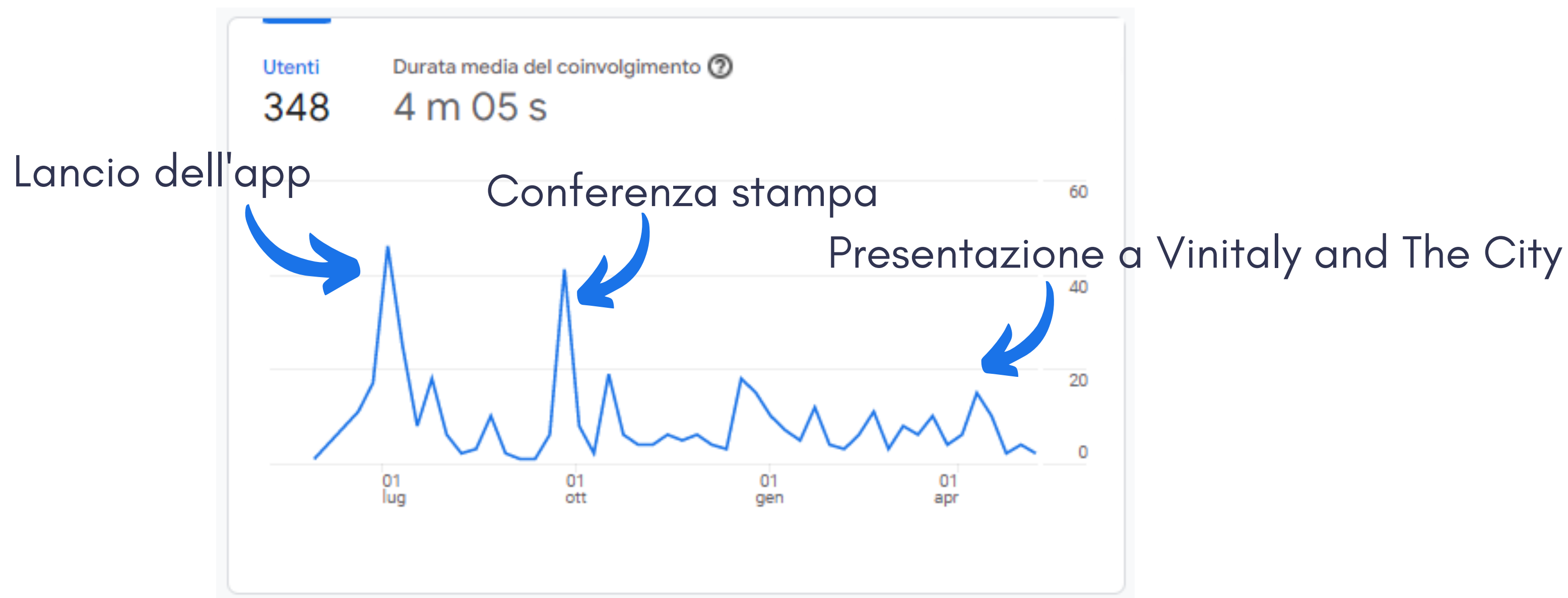
- Numero di utenti che hanno utilizzato l'app
- Durata media del coinvolgimento
- Dati sociodemografici
- Analisi delle sezioni di maggiore interesse



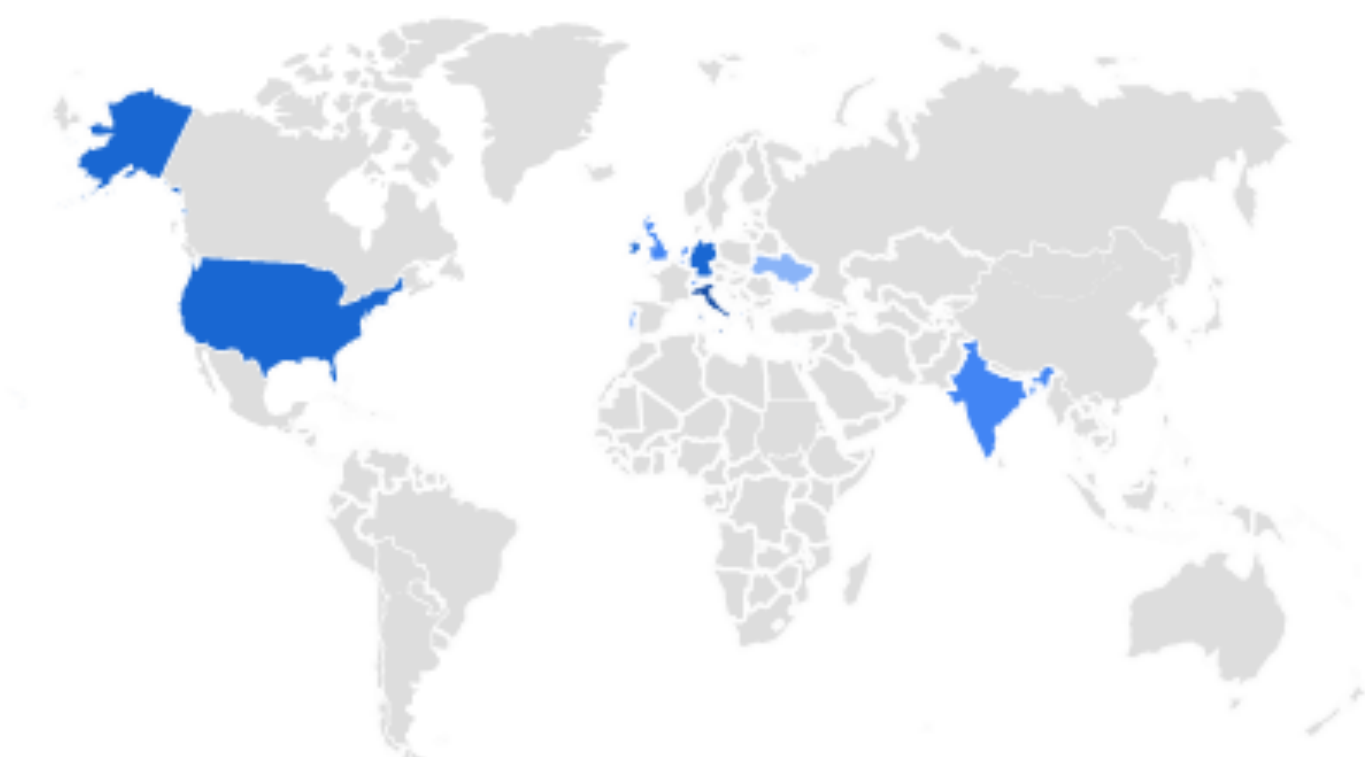
# STRUMENTI UTILIZZATI



# FLUSSO DI UTILIZZO E DURATA MEDIA



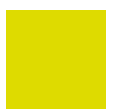
# UTENTI PER PAESE



| PAESE         | UTENTI |
|---------------|--------|
| Italy         | 208    |
| United States | 52     |
| Ireland       | 40     |
| Germany       | 26     |
| Singapore     | 5      |
| India         | 4      |
| Netherlands   | 4      |



|        |     |
|--------|-----|
| Verona | 30% |
| Milan  | 23% |
| Genoa  | 11% |
| Rome   | 8%  |



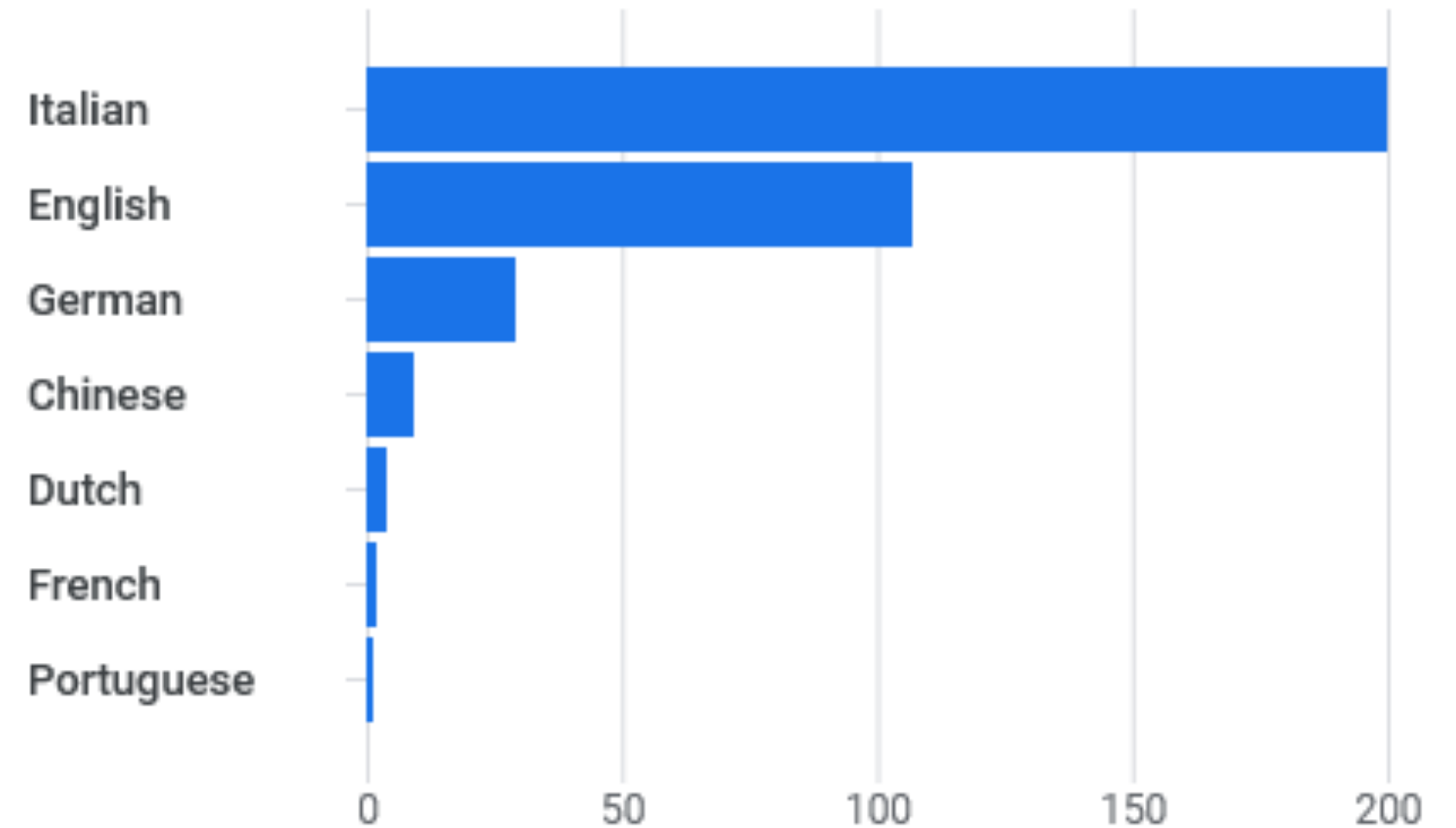
UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**

[WWW.SMALAWI.IT](http://WWW.SMALAWI.IT)

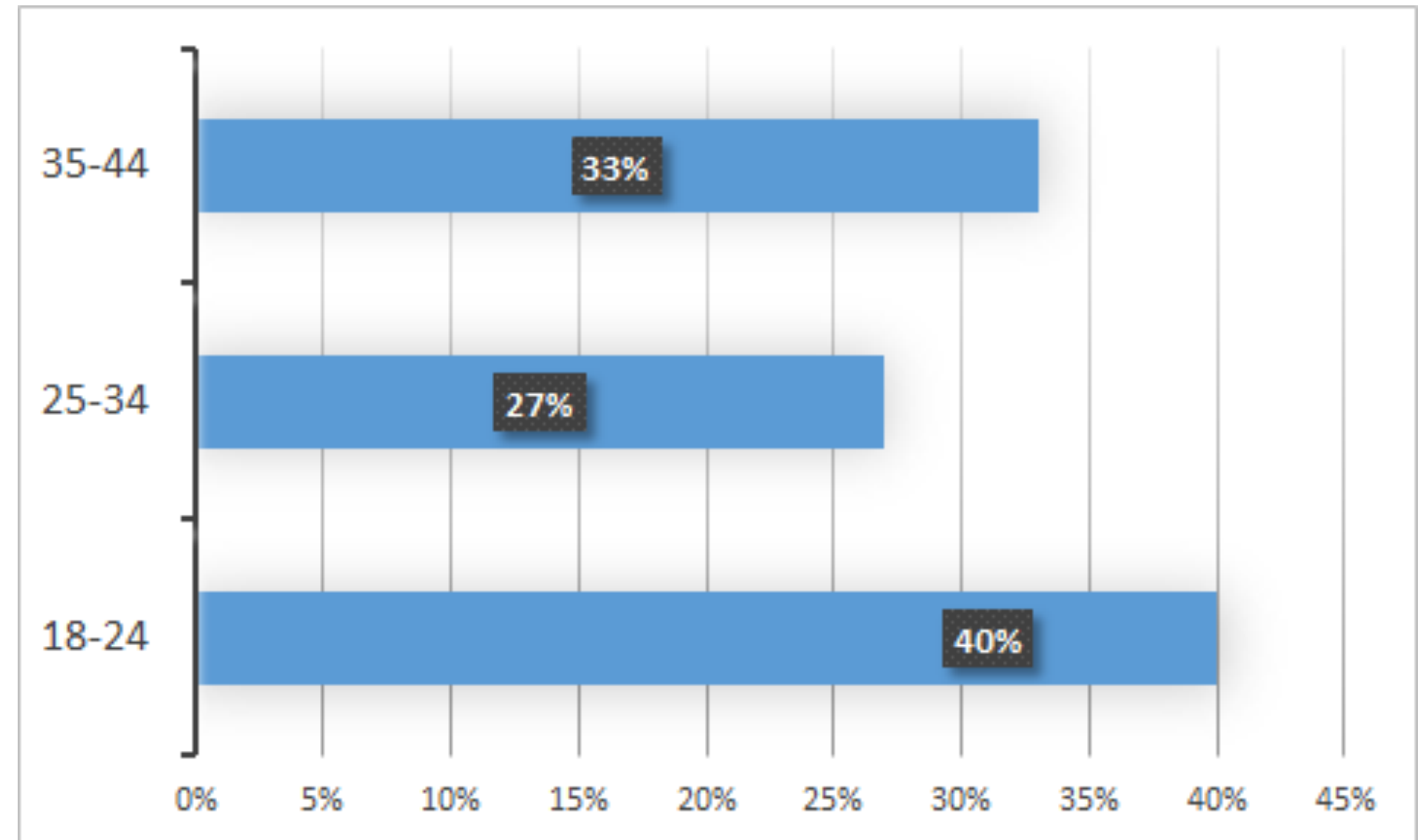
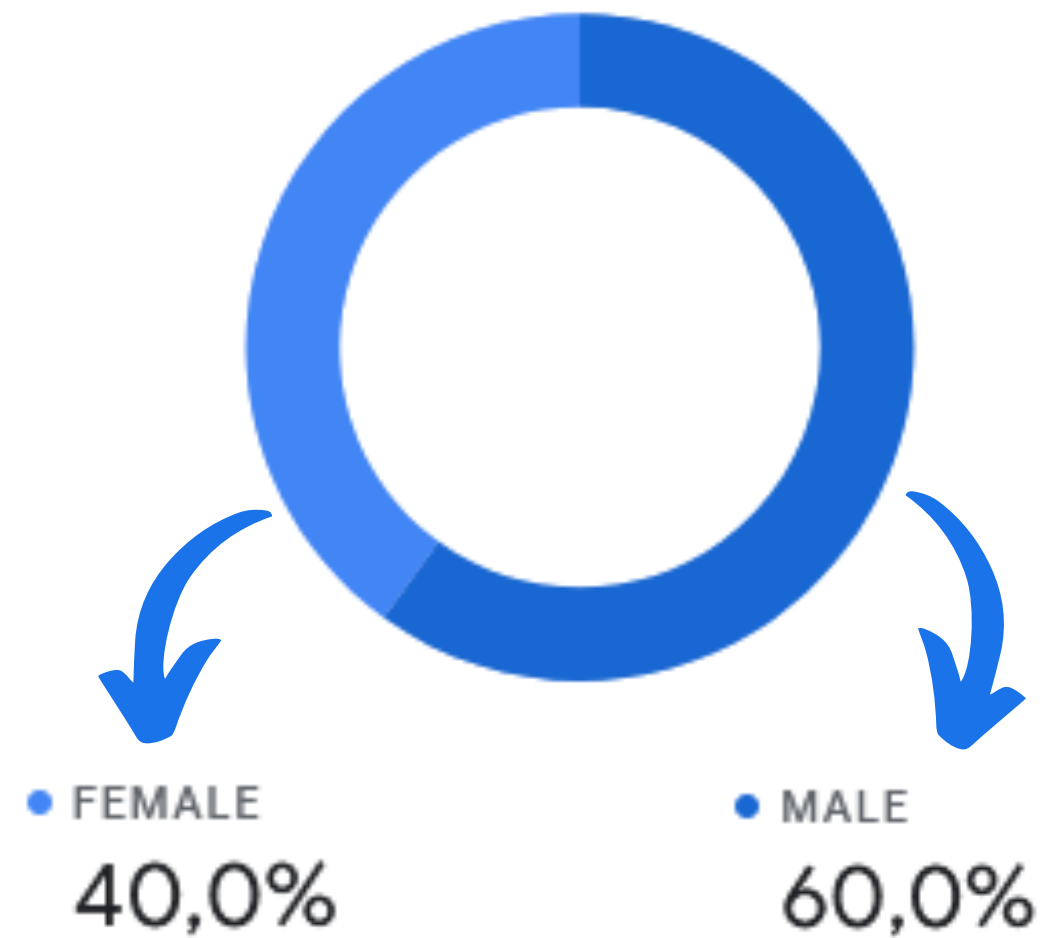
É la percentuale di sessioni con coinvolgimento.

|   |               | Tasso di coinvolgimento | Durata media del coinvolgimento |
|---|---------------|-------------------------|---------------------------------|
| 1 | Italy         | 19,85%                  | 6 m 00 s                        |
| 2 | United States | 29,41%                  | 2 m 12 s                        |
| 3 | Ireland       | 75%                     | 0 m 56 s                        |
| 4 | Germany       | 40%                     | 0 m 12 s                        |

Utenti ▼ per Lingua



# UTENTI PER GENERE ED ETÀ



# UTENTI PER INTERESSE

↓Utenti

Durata media del coinvolgimento

%

|    |   |    |          |
|----|---|----|----------|
| 1  | Media & Entertainment/Music Lovers          | 56 | 2 m 17 s |
| 2  | Sports & Fitness/Health & Fitness Buffs     | 45 | 1 m 08 s |
| 3  | Lifestyles & Hobbies/Outdoor Enthusiasts    | 43 | 1 m 11 s |
| 4  | Technology/Technophiles                     | 43 | 2 m 21 s |
| 5  | Shoppers/Value Shoppers                     | 42 | 1 m 25 s |
| 6  | Sports & Fitness/Sports Fans                | 42 | 1 m 11 s |
| 7  | News & Politics/Avid News Readers           | 41 | 1 m 32 s |
| 8  | Lifestyles & Hobbies/Business Professionals | 39 | 1 m 27 s |
| 9  | Technology/Mobile Enthusiasts               | 39 | 4 m 05 s |
| 10 | Lifestyles & Hobbies/Pet Lovers             | 37 | 2 m 02 s |





# ALTRI INTERESSI RILEVANTI

## FOOD & DINING

- COOKING ENTHUSIASTS
- 30 MINUTE CHEFS
- ASPIRING CHEFS
- FOODIES
- FREQUENTLY DINES OUT
- DINERS BY MEAL
- FREQUENTLY EATS DINNER OR LUNCH OUT

## HOME & GARDEN

- DO-IT-YOURSELFERS
- HOME DECOR ENTHUSIASTS
- ART & THEATER AFICIONADOS
- FAMILY-FOCUSED
- GREEN LIVING ENTHUSIASTS
- NIGHTLIFE ENTHUSIASTS

## MEDIA & ENTERTAINMENT

- BOOK LOVERS
- COMICS & ANIMATION FANS
- GAMERS
- LIGHT TV VIEWERS
- MOVIE LOVERS

## NEWS & POLITICS

- AVID LOCAL NEWS READERS AND POLITICAL NEWS READERS

## SHOPPERS

- LUXURY SHOPPERS

## SPORTS & FITNESS

- SPORTS FANS

## TECHNOLOGY

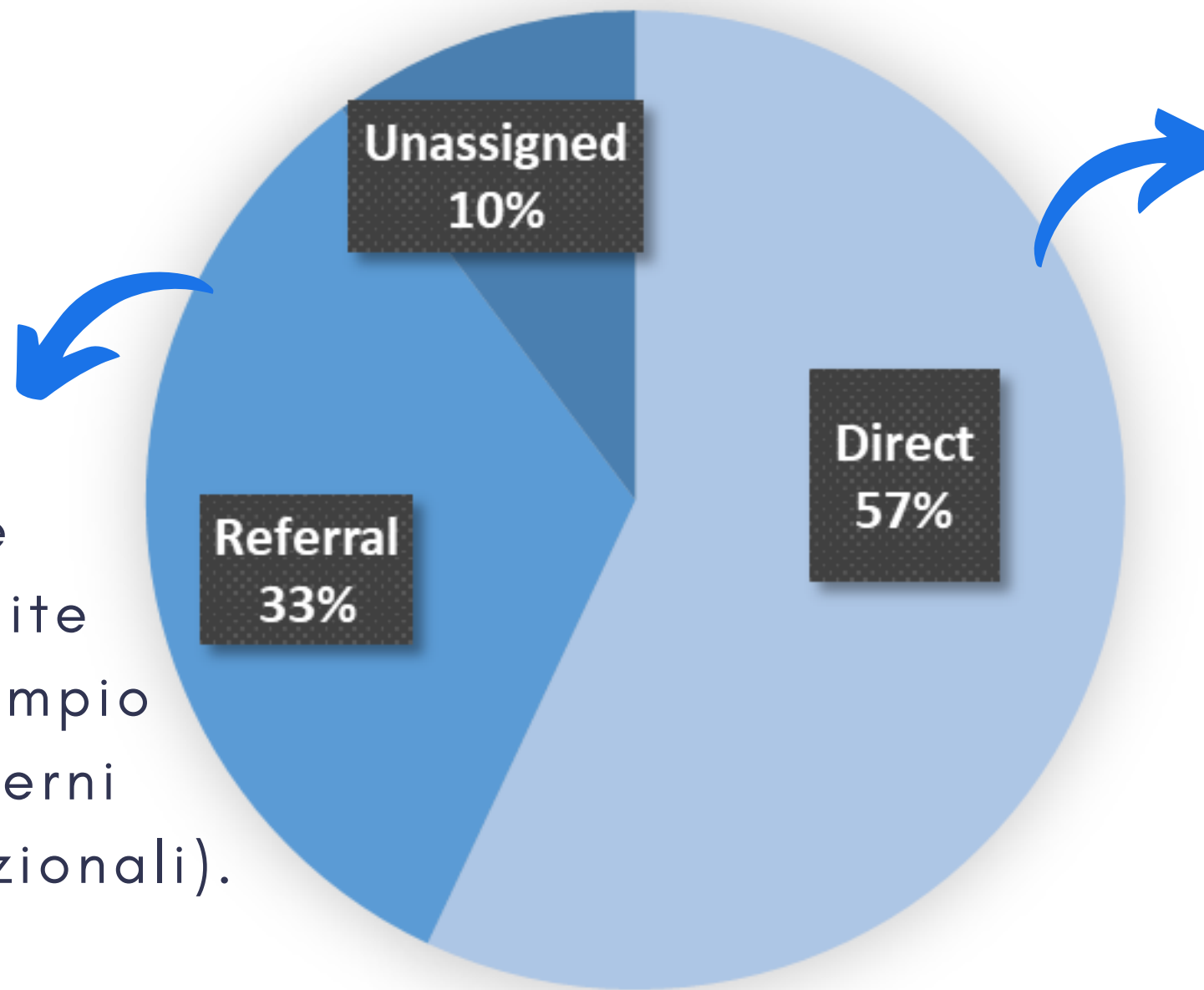
- SOCIAL MEDIA ENTHUSIASTS

## VEHICLES & TRANSPORTATION

- AUTO AND MOTORCYCLE ENTHUSIASTS

# ACQUISIZIONE UTENTI

Il traffico da referral è l'insieme di tutte le visite che arrivano all'app tramite un'altra sorgente, ad esempio tramite uno o più link esterni (es. link dei 5 video emozionali).



Il traffico diretto è costituito da tutte quelle persone che accedono all'app digitando il nome direttamente nello store.



# QR CODE SCANSIONATI

Numero totale di utenti  
che hanno scansionato  
il QR CODE,  
di cui il **4,3%**  
ha scaricato l'App.

**Scansioni totali dei QR Code**

3.623

Sono state distribuite  
circa **6.000 bottiglie**  
con la Smart Label

|                    |     |
|--------------------|-----|
| CAMPO SIRESO IGT   | 29% |
| STUDIO IGT         | 21% |
| CA NOVA IGT        | 19% |
| PRIMIZIA IGT       | 16% |
| PASSITO BIANCO IGT | 16% |



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**  
Dipartimento  
di **ECONOMIA AZIENDALE**

[WWW.SMALAWI.IT](http://WWW.SMALAWI.IT)

# EVENTI PIÙ RILEVANTI

| Nome evento                     | +                   | ↓ Conteggio eventi |
|---------------------------------|---------------------|--------------------|
| <a href="#">session_start</a>   | <b>HOMEPAGE</b>     | 572                |
| <a href="#">all_wine_page</a>   |                     | 467                |
| <a href="#">all_winery_page</a> |                     | 443                |
| <a href="#">web_language_it</a> |                     | 186                |
|                                 | <b>LINGUE USATE</b> |                    |
| <a href="#">web_language_en</a> |                     | 180                |

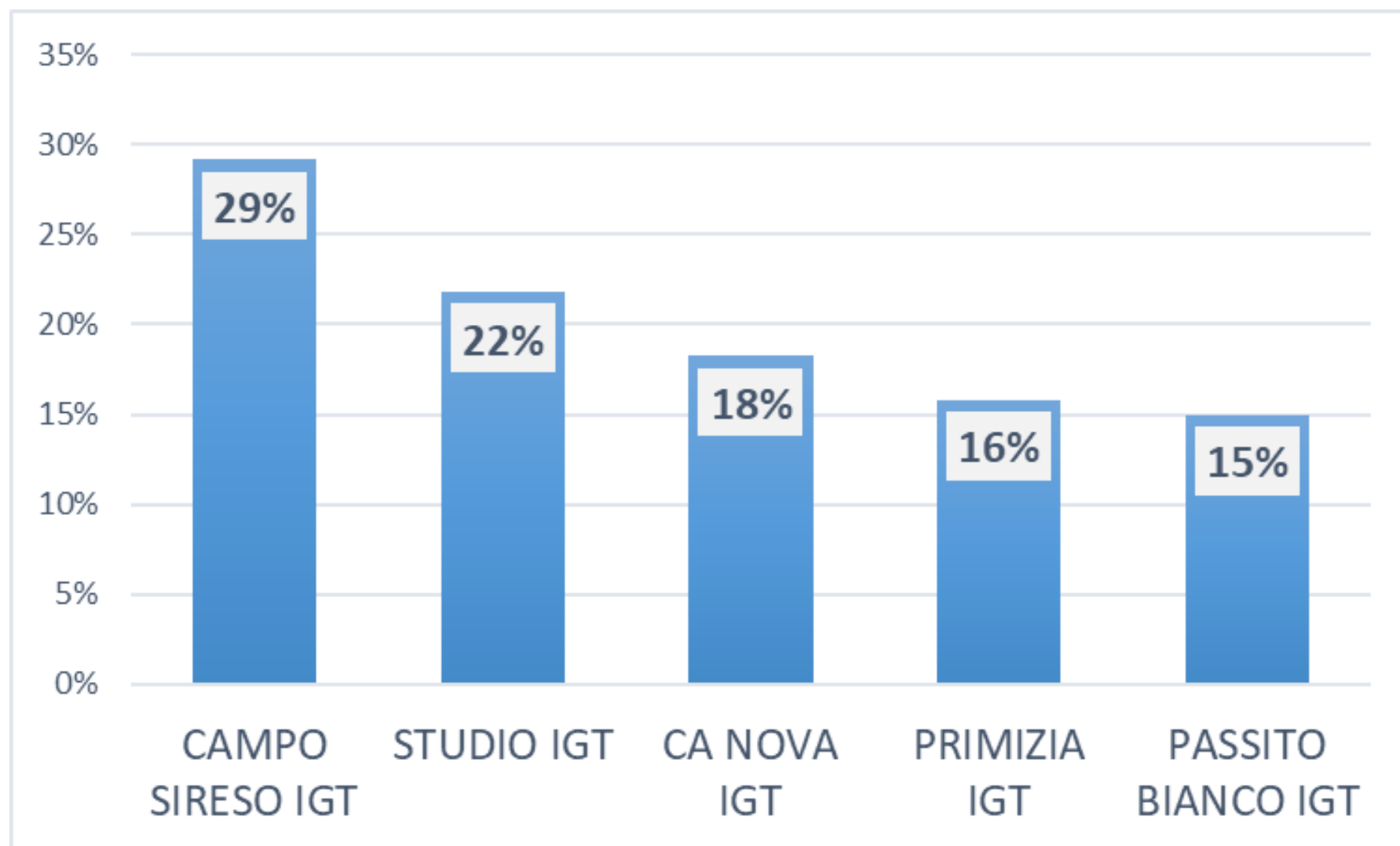


Numero totale di eventi registrati per le sezioni maggiormente visualizzate.

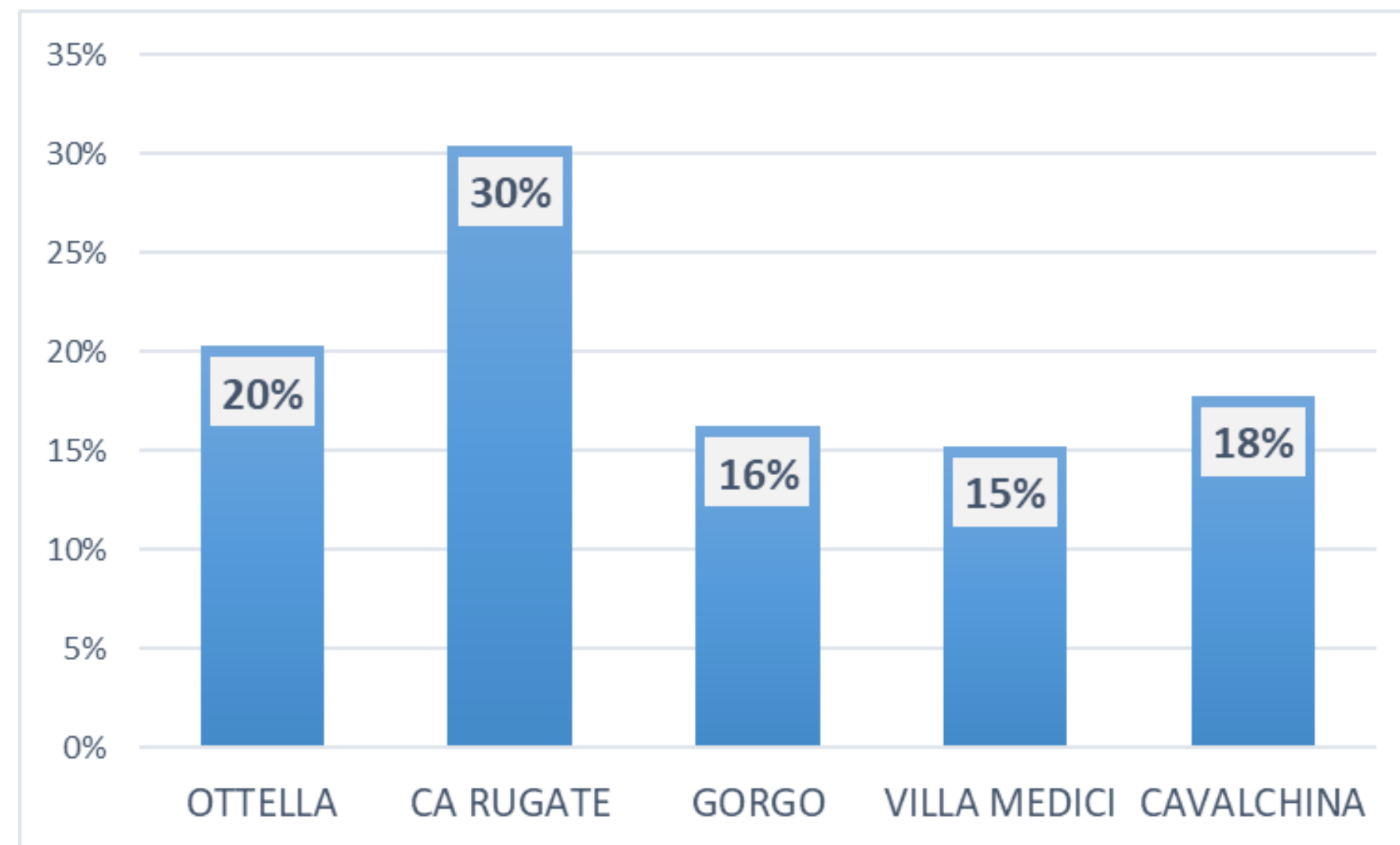


# PAGINE DEI VINI E DELLE CANTINE

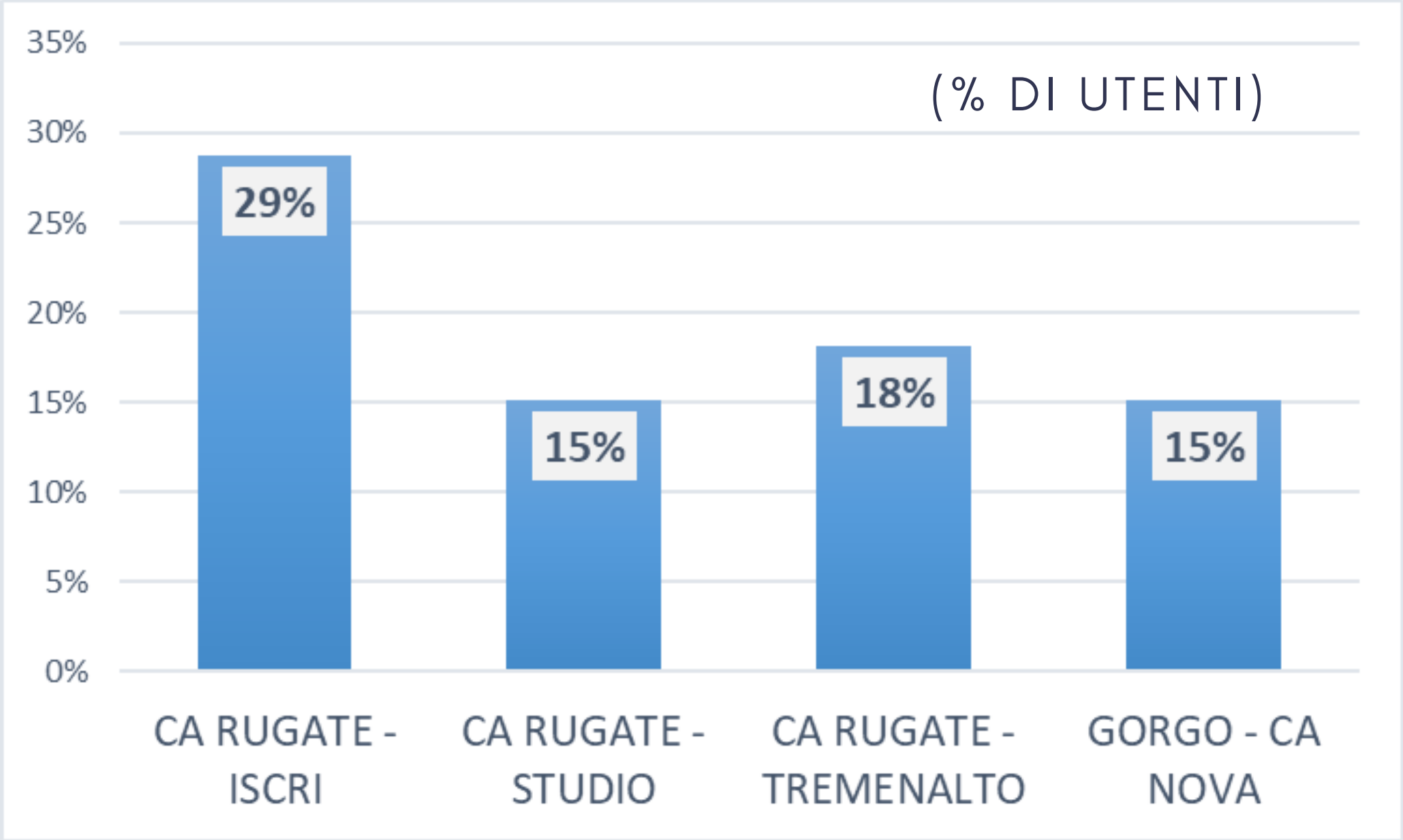
## VINI (% DI UTENTI)



## CANTINE (% DI UTENTI)



# VIGNETI PIÙ OSSERVATI



# VIGNAIOLIVENETI

5 Cantine pilota

Ottella

Ca' Rugate

Cavalchina

Gorgo

Villa medici