



Analisi dei risultati dell'indagine “Your opinion matters: fill out our survey”

L'indagine “**Your opinion matters: fill out our survey**” è disponibile sul portale in lingua inglese en.unito.it e ha l'obiettivo di raccogliere informazioni sul profilo degli utenti, le loro abitudini di navigazione, le impressioni sulla loro esperienza di navigazione. L'indagine consente inoltre di ricevere alcuni feedback sulle aspettative dei visitatori, oltre a proposte e suggerimenti.

L'indagine è attiva in modo permanente. Viene promossa periodicamente attraverso una [news](#) e una slide pubblicata tra le immagini a rotazione in [home page](#) e nelle home page di sezione. Il collegamento al sondaggio è inoltre presente nel footer (alla voce “Your opinion matters!”) e tra i banner immediatamente sotto il footer del sito.

Per il 2020, la promozione del sondaggio ha in parte risentito delle criticità legate all'emergenza sanitaria dovuta al COVID-19: è stato infatti necessario in molte occasioni dare maggiore evidenza agli aggiornamenti per la comunità universitaria ed è possibile che gli utenti stessi abbiano privilegiato questo tipo di contenuti rispetto ad altri, ritenuti meno prioritari.

Nel periodo compreso tra il 01/01/2020 e il 31/12/2020 hanno partecipato 21 utenti.

Rivolta a tutte le tipologie di utenti, è costituita da 11 domande e il tempo richiesto per la compilazione non supera i 5 minuti.

L'indagine non ha carattere scientifico perché non si è basata su un campione statistico e lo scopo è stato esclusivamente di carattere conoscitivo.

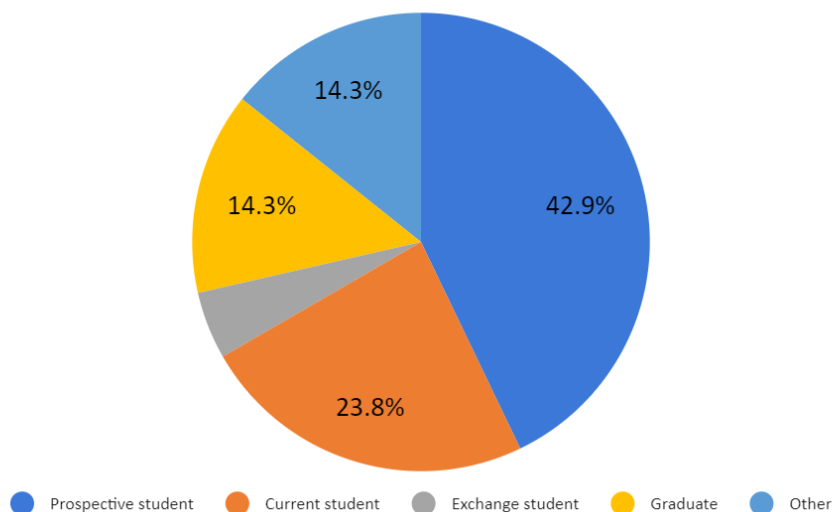
Si riportano di seguito i risultati.



Domanda 1: To begin, please tell us which of these terms best describe you (Per cominciare, ti chiediamo di indicarci tra quale delle seguenti tipologie di utente rientri)

La prima domanda è finalizzata a individuare le tipologie di utenti che accedono al portale in lingua inglese. In prevalenza si tratta di **futuri studenti** (circa 43%), seguiti da una percentuale meno consistente di **studenti** (circa 24%). In percentuali più basse si registrano **laureati** e **studenti in mobilità**. Il 14% di utenti non rientra in alcune delle opzioni proposte.

To begin, please tell us which of these terms best describe you

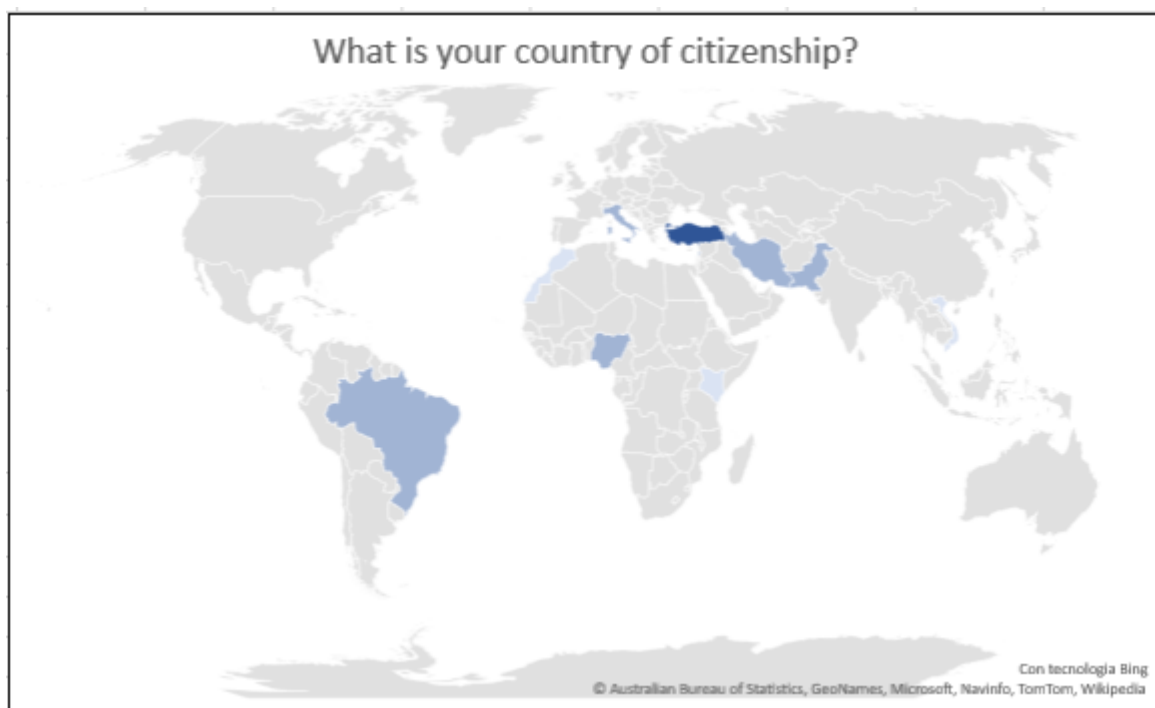


Domanda 1



Domanda 2: What is you country of citizenship? (Qual è il tuo Paese di origine?)

Al primo posto si registra la Turchia (4 risposte). Le altre risposte sono piuttosto eterogenee e, più in generale, non emerge un valore predominante per gli altri Paesi.



Domanda 2

Più in dettaglio, la distribuzione dei Paesi da cui gli utenti hanno risposto è la seguente:

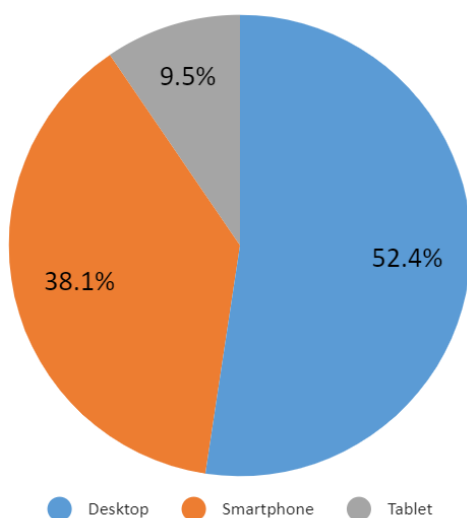
Paesi	Numero di accessi
Turchia	4
Italia, Brasile, Iran, Libano, Nigeria, Pakistan	2
Kenya, Libia, Marocco, Filippine, Vietnam	1



Domanda 3: What kind of device are you checking UniTO website from? (Da quale tipo di dispositivo stai navigando il sito?)

Gli utenti utilizzano principalmente **desktop** (circa 52%) e **smartphone** (circa 38%) per navigare il sito. Il restante 9% utilizza il **tablet**.

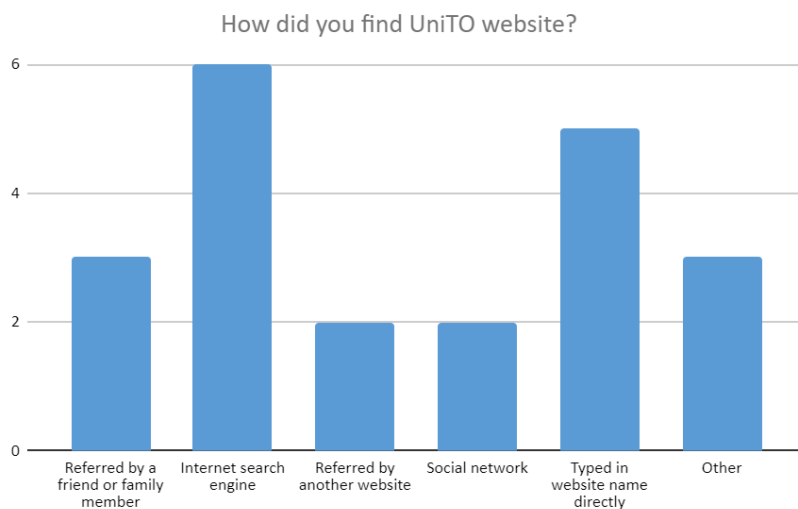
What kind of device are you checking UniTO website from?





Domanda 4: How did you find UniTO website? (Come hai trovato il portale UniTO?)

Gli utenti dichiarano di aver trovato il portale UniTO principalmente tramite il motore di ricerca o digitando direttamente il nome dell'Ateneo.

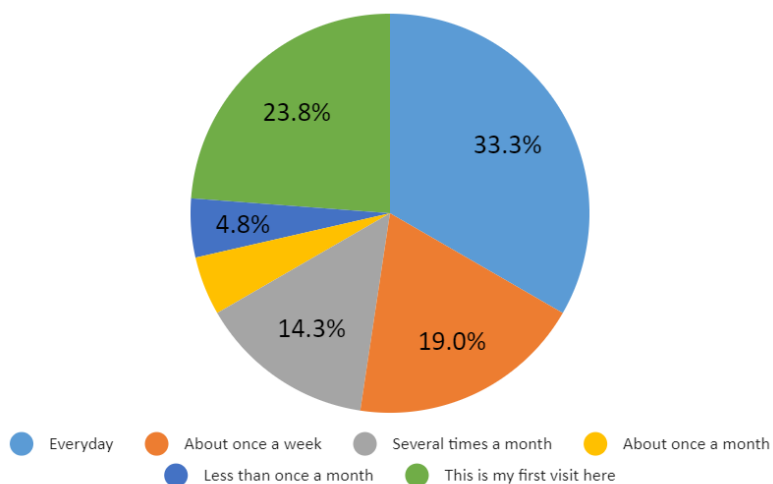




Domanda 5: On average, how often do you visit our website? (In media, con quale frequenza ti colleghi al nostro portale?)

La maggior parte degli utenti ha dichiarato di collegarsi al portale **ogni giorno** o **almeno una volta alla settimana**. Per il 24% circa si trattava del **primo accesso**, mentre i restanti utenti si collegano **qualche volta in un mese** o meno.

On average, how often do you visit our website?

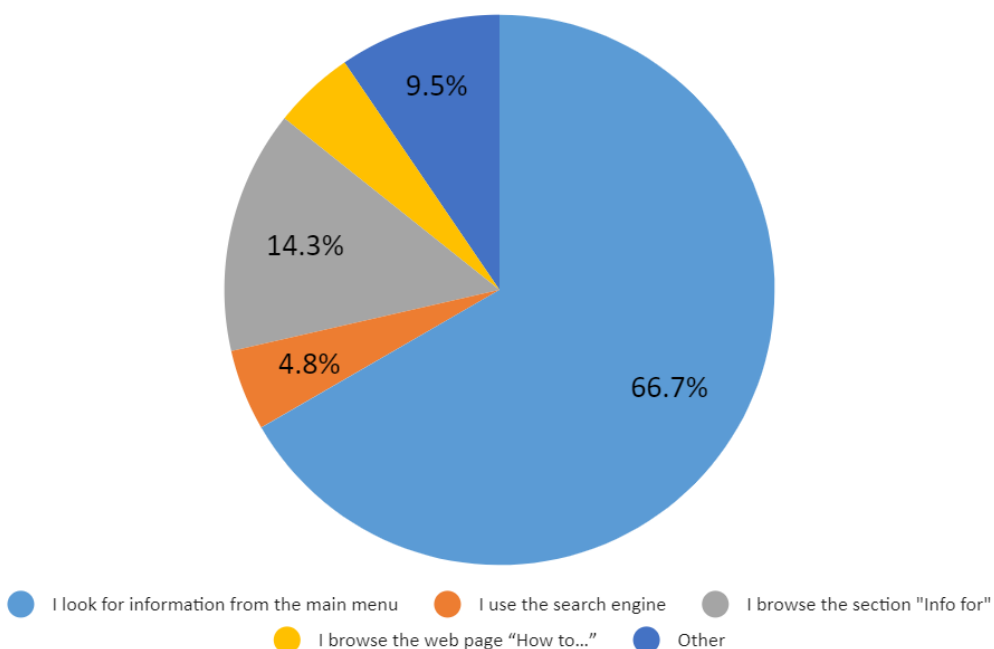




Domanda 6: How do you find information on our website? (Quale percorso segui per trovare le informazioni sul portale?)

Gli utenti avevano a disposizione alcune opzioni per rispondere. La maggior parte degli utenti (circa il 67%) dichiara di trovare le informazioni navigando il **menu principale**. In numero minore, gli altri utenti trovano i contenuti utilizzando i **profili pubblici** (raggiungibili dalla voce "Info for" - precedentemente denominata "You are..."), la pagina **"How to"** o il **motore di ricerca interno**.

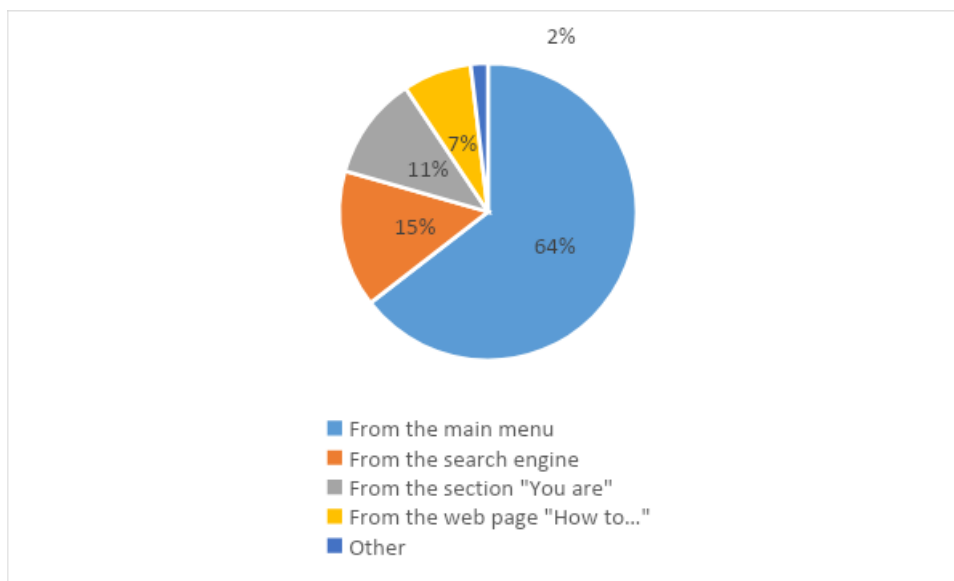
How do you find information on our website?





Domanda 7: How do you move through the website to find information? (In che modo navighi su en.unito.it per trovare le informazioni?)

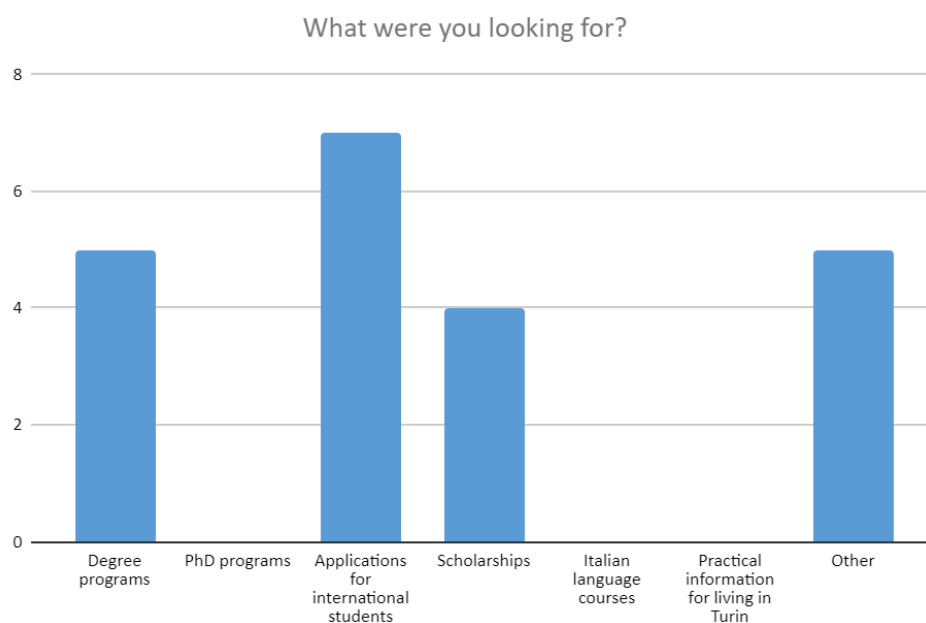
Come per la domanda precedente, gli utenti potevano scegliere tra una o più opzioni di un elenco di risposte predefinite. La maggior parte degli utenti (65%) reperisce le informazioni attraverso il **menu di navigazione principale**. Nei restanti casi, gli utenti ricorrono al **motore di ricerca di UniTO** (15%), ai **profili pubblici** (11%), dalla pagina "[How to...](#)" (7%).





Domanda 7: What were you looking for? (Quali informazioni stavi cercando?)

Le tematiche di maggior interesse per gli utenti che hanno risposto riguardano le modalità di **iscrizione per gli studenti internazionali**, l'**offerta formativa**, le **borse di studio**.

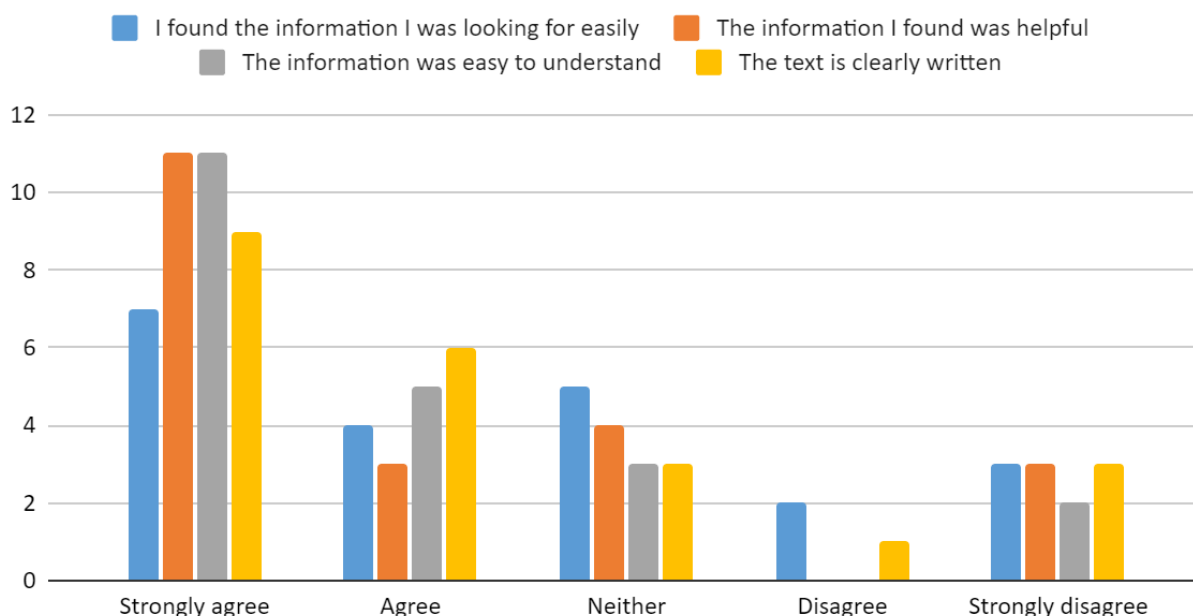




Domanda 8: Please indicate how strongly you agree or disagree with the following statements (indica quanto sei in accordo/disaccordo con le seguenti affermazioni)

- **Ho trovato facilmente le informazioni che stavo cercando:** la maggior parte degli utenti afferma di aver trovato le informazioni molto facilmente (7) o facilmente (4). 5 forniscono un giudizio neutrale, 2 sono in disaccordo, 3 fortemente in disaccordo.
- **Le informazioni trovate sono state utili:** la maggior parte degli utenti è fortemente d'accordo (11) o d'accordo (3) con questa affermazione. 4 forniscono un giudizio neutrale, nessuno è in disaccordo, 3 fortemente in disaccordo.
- **Le informazioni trovate sono di facile comprensione:** la maggior parte degli utenti è fortemente d'accordo (11) o d'accordo (5) con questa affermazione. 3 forniscono un giudizio neutrale, nessuno è in disaccordo, 2 fortemente in disaccordo.
- **I testi sono scritti in modo chiaro:** la maggior parte degli utenti è fortemente d'accordo (9) o d'accordo (6) con questa affermazione. 3 forniscono un giudizio neutrale, 1 è in disaccordo, 3 sono fortemente in disaccordo.

Please indicate how strongly you agree or disagree with the following statements





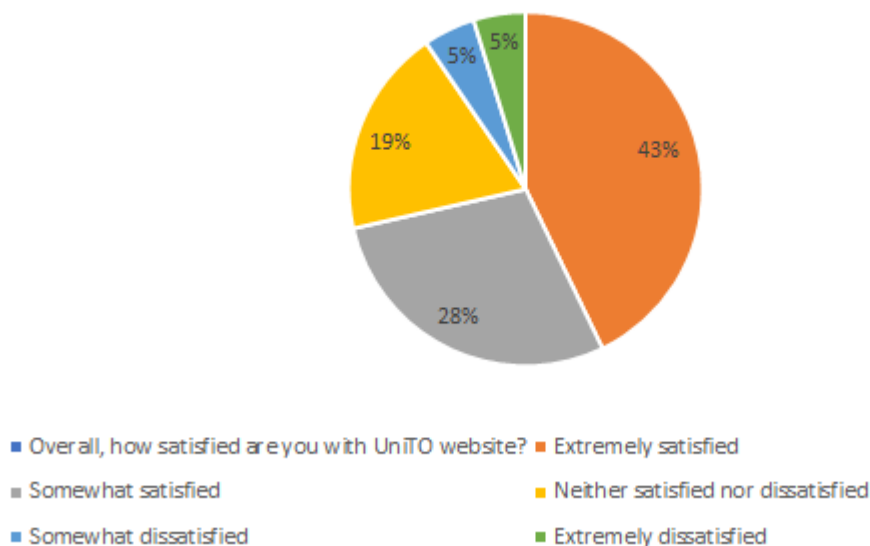
**Domanda 9: Based on your experience, is there anything missing on our website?
(In base alla tua esperienza, ritieni che manchino alcune informazioni?)**

Trattandosi di un campo facoltativo, solo in pochi casi - sei - è stato compilato. Va detto, inoltre, che alcuni utenti hanno utilizzato questo campo libero per segnalare problemi che non hanno attinenza con i contenuti del portale, quanto piuttosto con questioni di natura tecnica o amministrativa (ad esempio la mancata risposta a un ticket trasmesso via helpdesk). Tra le osservazioni attinenti a quanto richiesto viene segnalata la presenza di alcuni documenti o testi disponibili solamente in versione italiana o la difficoltà a reperire le informazioni per gli studenti internazionali. In un altro caso, un utente lamenta di non aver trovato il link al servizio per i reclami e le segnalazioni

Domanda 10: Overall, how satisfied are you with UniTO website? (In generale, quanto sei soddisfatto del portale in lingua inglese?)

La maggior parte degli utenti si dichiara **soddisfatto** (28%) o **molto soddisfatto** (43%). Il 19% ha dato un **giudizio neutrale**, mentre il 5% si dichiara insoddisfatto e un altro 5% **molto insoddisfatto**.

Overall, how satisfied are you with UniTO website?





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO
Direzione Sistemi Informativi, Portale, E-learning

Domanda 11: Please provide any other comments or feedback that you would like to share to help us improve our website (Indica eventuali commenti o feedback per aiutarci a migliorare il portale)

Analogamente alla domanda 9, facoltativa, solo alcuni utenti – due in questo caso – hanno fornito un feedback. In un caso viene riportato un commento positivo (“good job!”), mentre nell’altro viene suggerito di dare maggiore evidenza ai contatti per le richieste di informazioni/aiuto, ma in generale l’opinione dell’utente è che il sito sia piuttosto completo e ricco di contenuti.