

# QUALITEL

MONITORAGGIO  
DEL GRADIMENTO E  
DELLA QUALITÀ  
PERCEPITA  
DELL'OFFERTA  
DIGITAL RAI

1° SEMESTRE 2018



- ✓ Premessa metodologica e obiettivi
- ✓ Sintesi dei risultati dell'offerta digital: il gradimento
  - ✓ RaiPlay
  - ✓ RaiPlay Radio
  - ✓ Rai.it
  - ✓ Rai Sport
  - ✓ Rai News
- ✓ Sintesi dei risultati dell'offerta digital: la qualità percepita
- ✓ Metodologia: il panel di rilevazione

# Premessa metodologica e obiettivi

# Premessa metodologica e obiettivi



- Rai ha realizzato, in collaborazione con GfK, la misurazione continuativa del gradimento e della qualità percepita dell'offerta digital, così come indicato dal vigente Contratto di Servizio 2018-2022.
- L'indagine, basata su una rilevazione continuativa è stata condotta sull'offerta del periodo gennaio – giugno 2018.



Premessa metodologica e obiettivi

## Rilevazione dell'offerta DIGITAL RAI 1° semestre 2018

L'approccio utilizzato si basa su 3 *main pillars* al fine di garantire elevati livelli di affidabilità e qualità della rilevazione del dato.

1

### Campione

Panel di 17.000 individui di età **14+** **representativo dell'intera popolazione residente in Italia** per sesso, età, area geografica, ampiezza centro, titolo di studio e professione di cui:

- 12.000 panelisti che già aderiscono all'indagine Sinottica TSSP
- 5.000 panelisti reclutati ad hoc per l'indagine Qualitel

2

### Metodologia (I)

**Rilevazione con software pc tracker su pc fisso e con app tracker su device mobili**

La tecnologia utilizzata consente di tracciare e identificare le url, dunque i siti, oggetto della navigazione online dei panelisti.

In questo modo è possibile intervistare i panelisti -via Dialogatore- relativamente ai siti che hanno effettivamente

3

### Metodologia (II)

**Panel Dialogatore GfK (dispositivo simile a un tablet) con modalità di risposta autocompilata:** questa tecnica consente di raccogliere valutazioni più sincere, annullando «l'effetto cortesia» che spesso intercorre tra intervistato e intervistatore nelle interviste personali.

## Metodologia



Interviste su Panel Dialogatore GfK, questionario autocompilato

## Target



Digital User dai 14 anni in su

## Campione



Base campionaria di 17.000 individui 14+ di cui:

- 12.000 panelisti che già aderiscono all'indagine Sinottica TSSP e che rappresentano un campione proporzionale della popolazione residente in Italia
- 5.000 panelisti reclutati ad hoc per l'indagine Qualitel

I panelisti utenti digital, come nella popolazione italiana 14+, rappresentano i 2/3 del campione

## Periodo di rilevazione



Gennaio-Giugno 2018 su base mensile

## Totale interviste



3.754 interviste ottenute su 2.806 individui  
(fruitori di almeno un sito/app RAI nel mese precedente la rilevazione)

# Premessa metodologica e obiettivi



- **Base campionaria:** esposti\* ai siti/app Rai. Il software o app in dotazione ai panelisti registra esattamente le URL di tutte le pagine visitate con i propri device.
- **Offerta indagata:** sono state rilevate informazioni su tutti i siti/app Rai
- **Aree di indagine:** le informazioni specifiche rilevate per ciascun sito/app differiscono in funzione dell'offerta dedicata. Ogni questionario considera, complessivamente, i seguenti aspetti:
  - Gradimento del sito/app in generale con un punteggio da 1 a 10;
  - Qualità percepita sulle singole componenti del sito/app con un punteggio da 1 a 10.
- Le valutazioni riportate in questo report sono basate su un numero di casi almeno uguale o superiore a 40.

\* Nel mese precedente la rilevazione

# Sintesi dei risultati

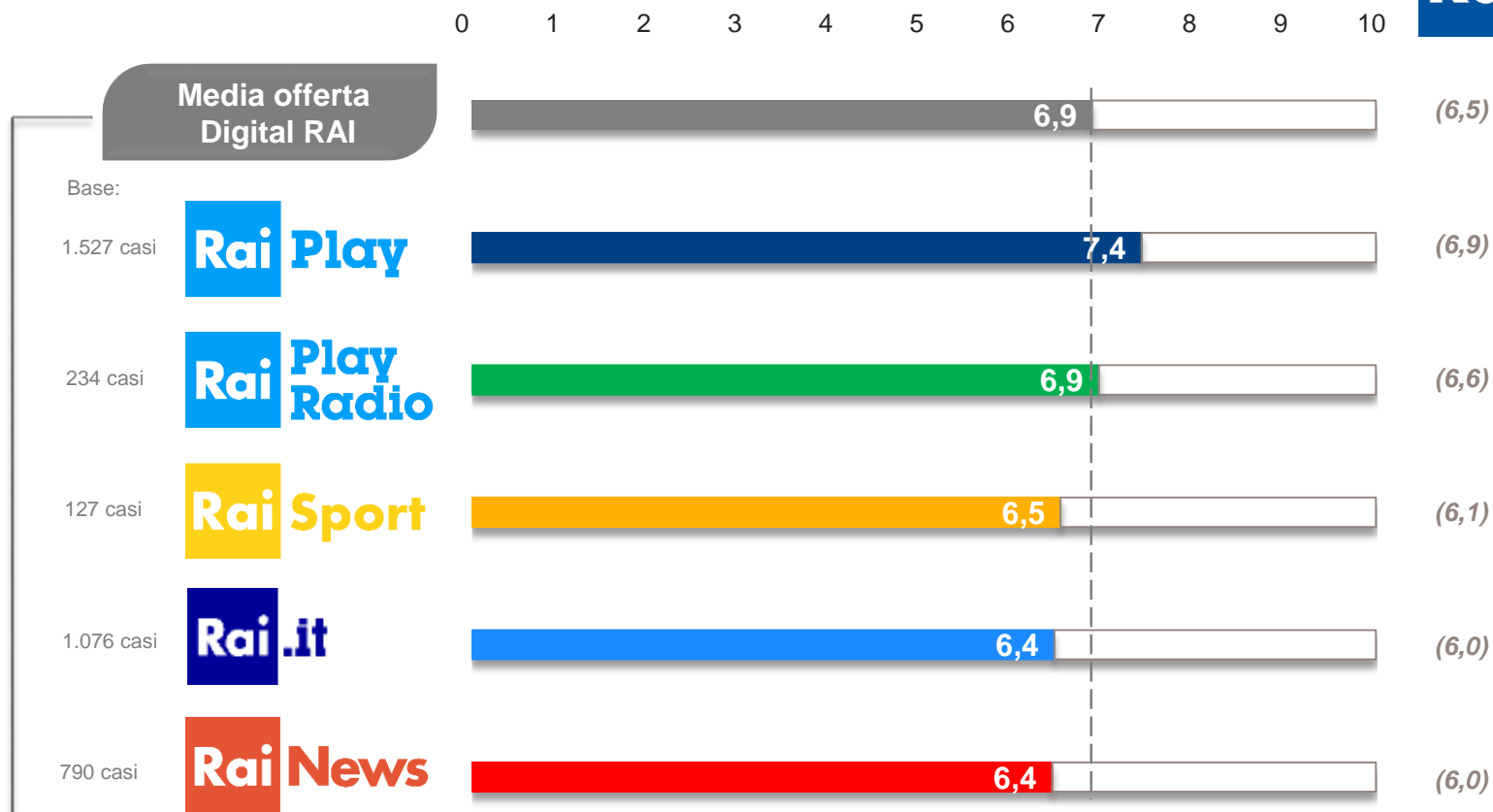


# Principali evidenze



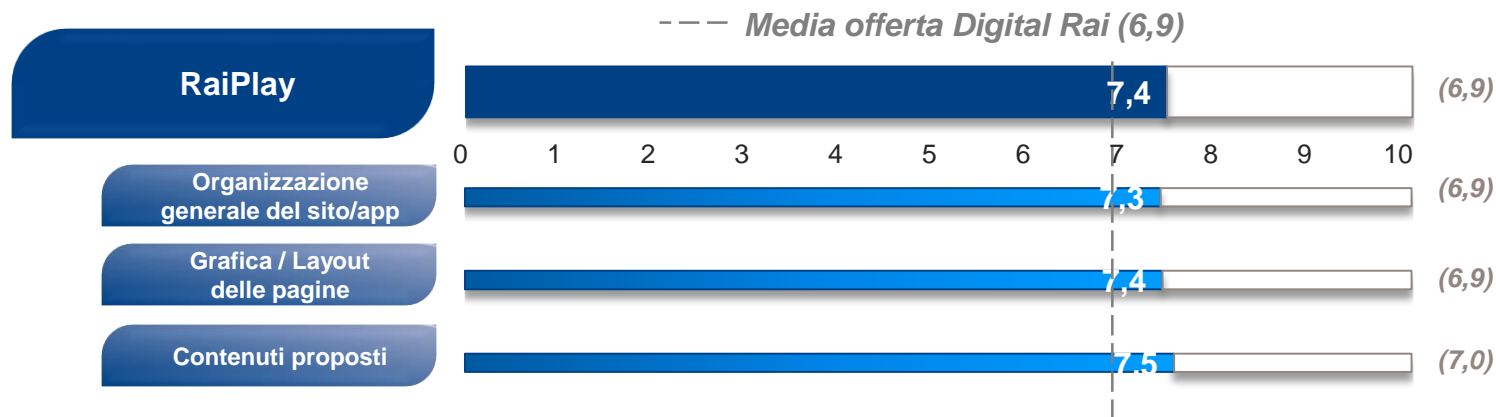
- L'**indice di gradimento** dell'offerta Digital Rai relativa al 1° semestre 2018, misurato su scala 1-10, è pari a **6,9**. Il punteggio esprime quindi un giudizio positivo nei confronti dell'offerta Digital Rai nel suo complesso.
- La valutazione attribuita ai **singoli siti/app** conferma i risultati positivi che emergono a livello di totale offerta.
- In generale, a tutti i siti/app Rai viene riconosciuto il pregio di offrire **contenuti interessanti e di qualità**, con un **buon supporto di immagini e grafica**. La **possibilità di condividere i contenuti** – laddove possibile – e la possibilità di **rivedere solo parti del programma** sono le **caratteristiche meno premiate** su tutta l'offerta digital Rai.
- **RaiPlay** è il sito/app che fa registrare la **miglior performance**. Tale evidenza è riscontrabile non solo dall'analisi dell'indice di gradimento overall, ma anche dall'indice di Qualità percepita, determinato a partire dalle valutazioni espresse sugli elementi strutturali dei siti/app. In entrambi i casi, RaiPlay mostra infatti il **punteggio più alto, pari a 7,4** (+ 0,5 punti rispetto al 2017). Tutti gli elementi risultano particolarmente apprezzati con punteggi pari o superiori all'indice di qualità percepita, in particolare, la facilità di accesso ai programmi andati in onda negli ultimi 7 giorni, la grafica e qualità delle immagini e dell'audio, i contenuti aggiornati e interessanti.
- **RaiPlay Radio**, l'offerta che ha avuto inizio a partire dalla seconda metà del mese di dicembre 2017, riporta livelli di gradimento in media, con un indice overall pari a **6,9**. In questo caso, l'indice di Qualità percepita raggiunge un valore ancora più alto, pari a **7,0** e determinato, in particolare, dalla facilità di accesso alle dirette, dalla qualità dell'audio e delle immagini e dai contenuti proposti. Un'area di possibile miglioramento è individuata nella maggiore offerta di approfondimenti sui contenuti.
- Le altre *property* mostrano punteggi overall tendenzialmente più bassi. Nello specifico, il gradimento restituisce, in ordine, **Rai Sport (6,5)**; **Rai.it** e **Rai News (6,4)**, questi ultimi con indici di qualità percepita però più elevati ed entrambi pari a **6,7**.

# Indici di gradimento Rai



Media Offerta Digital RAI

# RaiPlay: valutazione del gradimento



RaiPlay

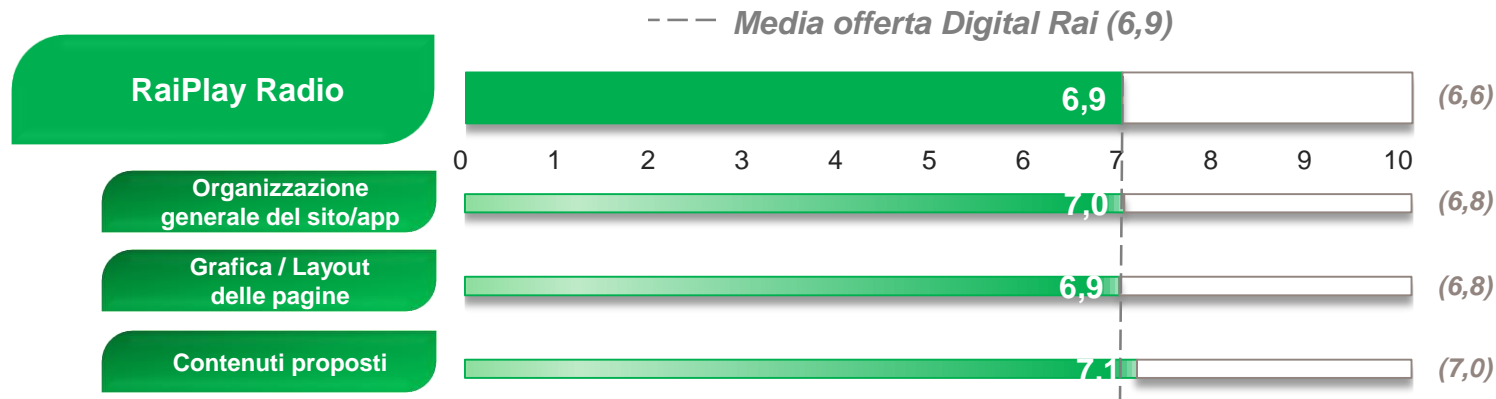
## INDICE DI GRADIMENTO

È l'offerta con il miglior livello di gradimento ed evidenzia un delta positivo pari a +0,5 punti rispetto al totale offerta digital Rai. Organizzazione, grafica e contenuti sono in linea con il gradimento overall.

Base: 1.527 casi

Nota: i punteggi tra parentesi si riferiscono ai risultati del totale anno 2017

# RaiPlay Radio: valutazione del gradimento



RaiPlay Radio

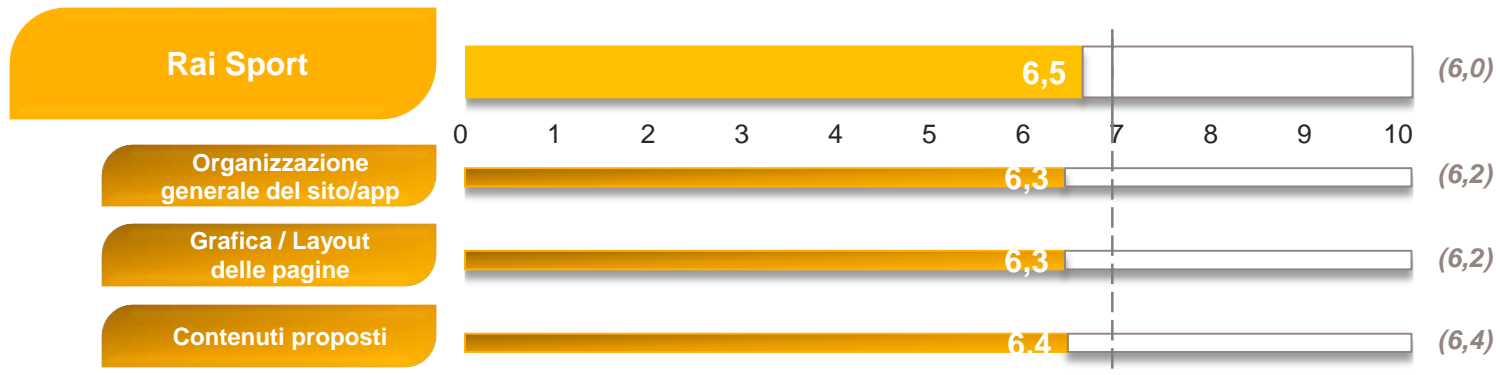
## INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento di RaiPlay Radio è in linea con l'offerta digital Rai in generale. Tra i pillars dell'offerta, i contenuti registrano il punteggio più alto (+0,2 punti rispetto al totale overall).

Base: 234 casi

Nota: i punteggi tra parentesi si riferiscono ai risultati del totale anno 2017

--- Media offerta Digital Rai (6,9)



Rai Sport

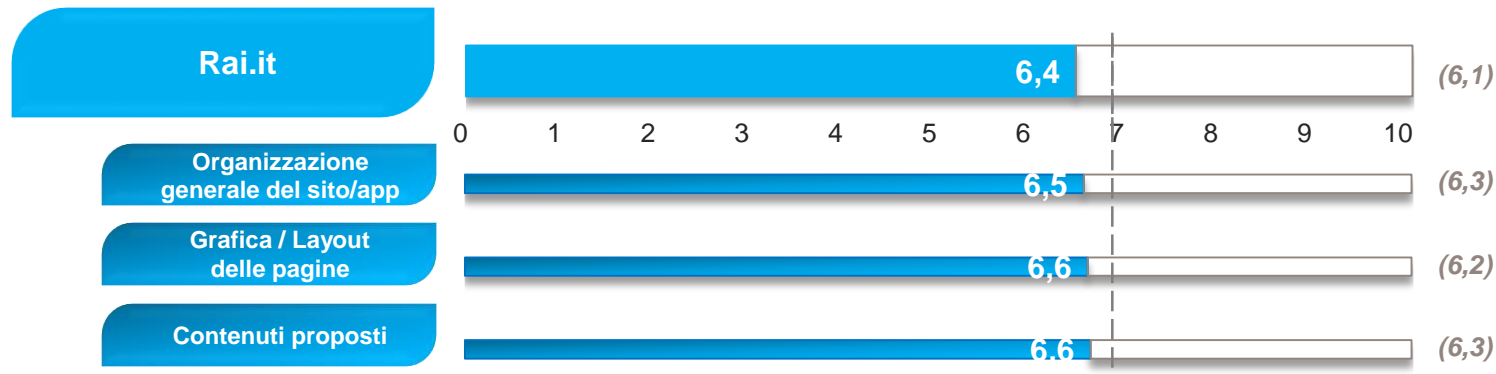
## INDICE DI GRADIMENTO

Rai Sport riporta un livello di gradimento sotto media rispetto al totale digital Rai (-0,4 punti). I punteggi risultano ancor più bassi, seppur di poco rispetto all'indice overall, quando vengono analizzati i singoli elementi, in particolare l'organizzazione del sito e la grafica delle pagine (-0,2 punti).

Base: 127 casi

Nota: i punteggi tra parentesi si riferiscono ai risultati del totale anno 2017

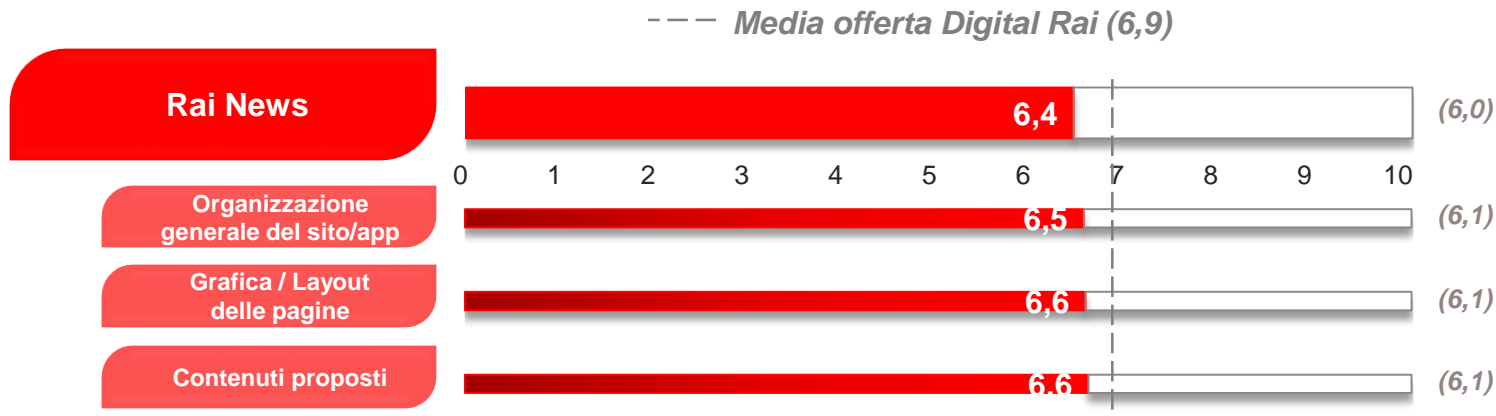
--- Media offerta Digital Rai (6,9)



## INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento del sito Rai.it risulta inferiore rispetto alla media dell'offerta digital Rai in generale (-0,5 punti). I singoli elementi riportano però, rispetto all'overall, dei punteggi mediamente più alti; su tutti: la grafica e i contenuti (+0,2 punti)

# Rai News: valutazione del gradimento



Rai News

## INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento di Rai News risulta inferiore alla media dell'offerta Rai Digital in generale (-0,5 punti). Così come per Rai.it, anche in questo caso vengono premiati maggiormente i contenuti e la grafica (+0,2 punti)

Base: 790 casi

Nota: i punteggi tra parentesi si riferiscono ai risultati del totale anno 2017

# Indice di Qualità Percepita



	<b>GRADIMENTO</b>	<b>Nel complesso, in base alla sua esperienza di utilizzo, quanto le è piaciuto il sito/app?</b>
<p><b>QUALITA' PERCEPITA</b> valutazione su alcuni fattori produttivi del programma</p>		1 - FACILITA' DI UTILIZZO (INTUITIVITA' DEL MENU', DIVISIONE PER AREE TEMATICHE, ECC.)
	2 - VELOCITA' DI NAVIGAZIONE AL SUO INTERNO	
	3 - FACILITA' DI RICERCA ED ACCESSO AI CONTENUTI CHE PROPONE	
	4 - FACILITA' DI ACCESSO ALLE DIRETTE	
	5 - FACILITA' DI ACCESSO AI PROGRAMMI GIÀ ANDATI IN ONDA NEGLI ULTIMI 7 GIORNI (REPLAY)	
	6 - FACILITA' DI ACCESSO AL CATALOGO TEMATICO/ON DEMAND DEI PROGRAMMI	
	7 - FACILITA' DI ACCESSO ALLA GUIDA PROGRAMMI	
	8 - GRAFICA CHIARA E COMPRENSIBILE (TESTI, IMMAGINI, ECC.)	
	9 - QUALITA' DI IMMAGINI E AUDIO	
	10 - COMPLETEZZA E RICCHEZZA DI INFORMAZIONI E CONTENUTI	
	11 - QUALITA' E INTERESSE DEI CONTENUTI	
	12 - AGGIORNAMENTO DEI CONTENUTI	
	13 - APPROFONDIMENTI SUI CONTENUTI IN DIVERSE FORME: TESTI, AUDIO, VIDEO, LINK	
	14 - POSSIBILITA' DI VEDERE SOLO ALCUNE PARTI/SEZIONE DEI PROGRAMMI	
	15 - SEZIONE RELATIVA ALLE NOTIZIE INTERNAZIONALI	
	16 - SEZIONE RELATIVA ALLE NOTIZIE REGIONALI/DEL TERRITORIO (WWW.RAINEWS.IT/TG)	

# Indice di Qualità Percepita



L'indice della qualità percepita (IQP) sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei siti/app.

Tale indice restituisce un livello di qualità mediamente positivo e superiore al gradimento overall (+0,1 punti).

Tra i siti/app analizzati, RaiPlay è l'unico ad evidenziare un punteggio sopra media (+0,4 punti). In media invece RaiPlay Radio.

Rai.it e Rai News hanno un indice IQP pari a 6,7; subito a seguire Rai Sport (6,5).

*Nota: i punteggi tra parentesi si riferiscono ai risultati del totale anno 2017*

# Indici di Qualità Percepita



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Media offerta  
Digital RAI

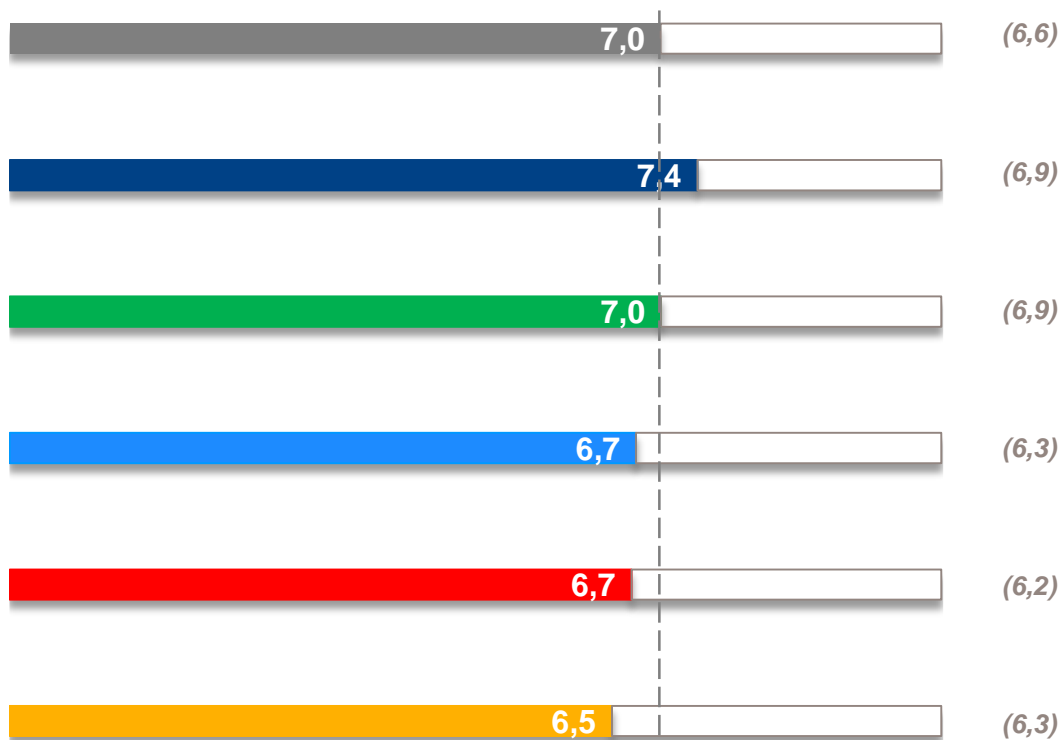
**Rai Play**

**Rai Play  
Radio**

**Rai .it**

**Rai News**

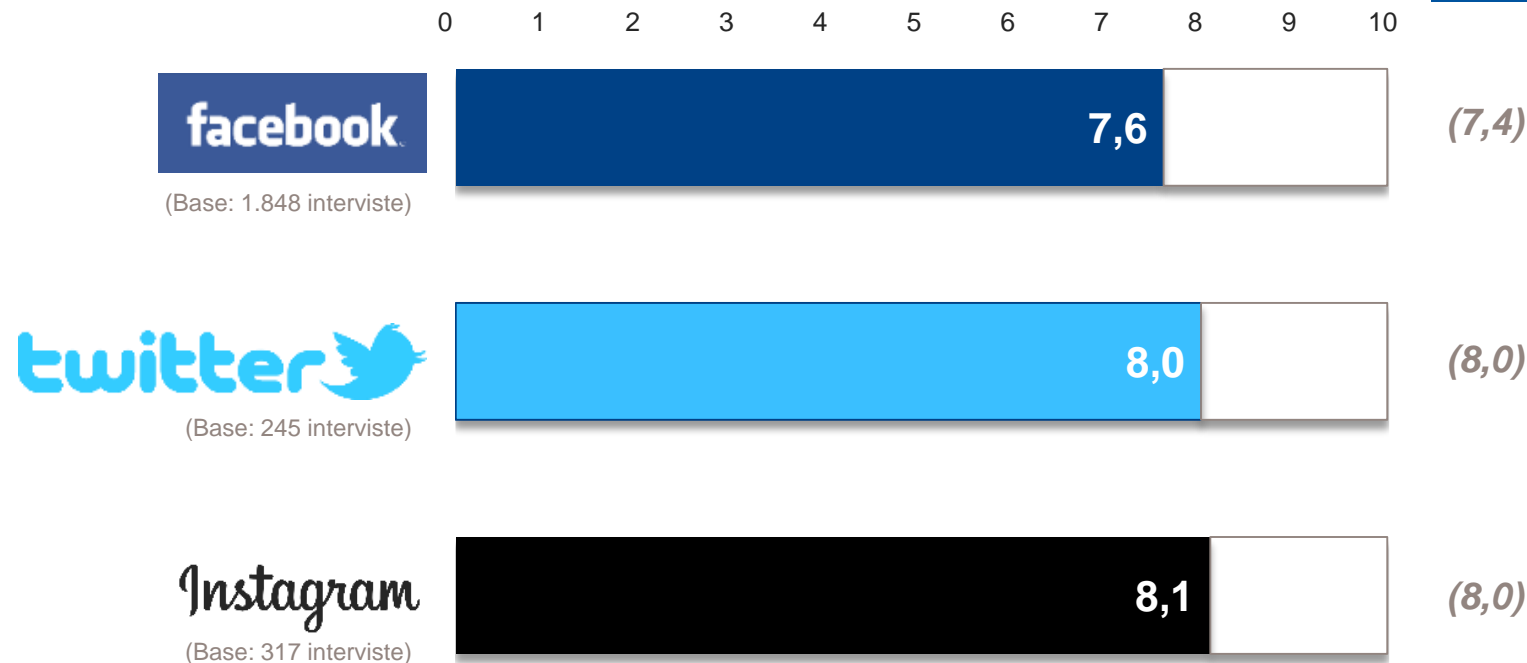
**Rai Sport**



Indice di Qualità Percepita

# Gradimento sui social network

# Indici di Gradimento dei profili/pagine Rai sui principali Social Network



Indice di Gradimento sui Social Network

*Quale/i dei seguenti social network ha utilizzato per visitare i profili/pagine Rai e quanto le sono piaciuti i profili/ pagine social e i relativi contenuti dei canali e dei programmi tv e radio Rai?*

*Si riporta, tra parentesi tonde (...), il valore dell'indice dell'anno 2017*

# Metodologia

# Metodologia: il reclutamento dei panelisti



Gli individui potenziali membri del Panel sono reclutati in diversi modi, ovvero tramite:

1. Intervistatori della rete di field GfK per le indagini personali
2. Ricerca CATI, attraverso il servizio interno di interviste telefoniche di GfK tra i più grandi fra quelli degli Istituti di ricerca
3. Autocandidature provenienti normalmente dalla rete personale di chi è già membro del Panel

Ogni membro del Panel è dotato di un “**Dialogatore**”, ossia un tablet (customizzato GfK) semplice da utilizzare da parte di tutti i segmenti della popolazione, su cui vengono inviati i questionari di gradimento dell’offerta Rai e della Corporate Reputation.

Oltre al Dialogatore, ogni membro ‘**onliner**’ del Panel ha in dotazione dei software per il tracciamento della navigazione online effettuata attraverso i propri dispositivi (fissi o mobili).

**In questo modo è possibile intervistare gli esposti oggettivi al sito/app in esame senza dover chiedere al panelista l’effettiva esposizione.**



# Metodologia: Le dotazioni tecnologiche in uso al panel - il dialogatore



- Il Dialogatore, fornito in dotazione a tutti i panelisti, è di dimensioni contenute, leggero, può essere gestito con una sola mano, è **touch screen** e con **schermo sufficientemente grande, da 7 pollici**.
- Alle domande si risponde toccando a video le risposte precodificate
- Ha una serie di alert sul display che chiamano alla collaborazione i panelisti quando è in linea un questionario, indicando anche il nome della persona che deve rispondere: consente quindi il “dialogo”, cioè l’indagine, in “tempo reale”.
- **Riceve e trasmette costantemente via GPRS**: non richiede quindi la presenza della linea di telefonia fissa né il collegamento ad internet, è collegato direttamente e esclusivamente con i server di GfK Eurisko.
- Tutte queste caratteristiche ne fanno lo strumento ideale per generare campioni ben bilanciati e non affetti da digital divide.

# Metodologia: gli strumenti utilizzati per rilevare la navigazione digital sul panel



- **LEOtrace**: il web software tracker rileva passivamente i dati di navigazione Internet su PC
- **L'app** per la rilevazione digital su dispositivi mobili è installata sugli smartphone e tablet Android (se presenti presso l'individuo in modo naturale) dei panelisti
- Il software registra esattamente le URL di tutte le pagine visitate dal panelista con i propri device
- Vengono pertanto raccolte le informazioni su qualunque sito visitato, nonché su ogni sezione, sotto-sezione o porzione di sito, fino al livello della pagina
- Oltre alla navigazione da browser viene monitorata la navigazione da app, registrando ogni qualvolta un'app genera una connessione dati
- i dati sono inviati a GfK Eurisko in modalità wireless e in tempo reale