

## Chi siamo? Dove andiamo? Che vogliamo?

Io in realtà un'idea per me l'avrei... ma sì, in questo articolo vi presento gli ultimi studi realizzati su di noi, utenti della Rete. In realtà di studi del genere ne nascono molti, ma questa volta si tratta in particolare di uno realizzato con metodologia rigorosa e dai risultati interessanti, che può essere utile sia per i curiosi che per le aziende. In ultimo un ricordo: la statistica è quella che dice che se io mangio due polli e tu nessuno è inutile che ti lamenti, abbiamo mangiato un pollo a testa!

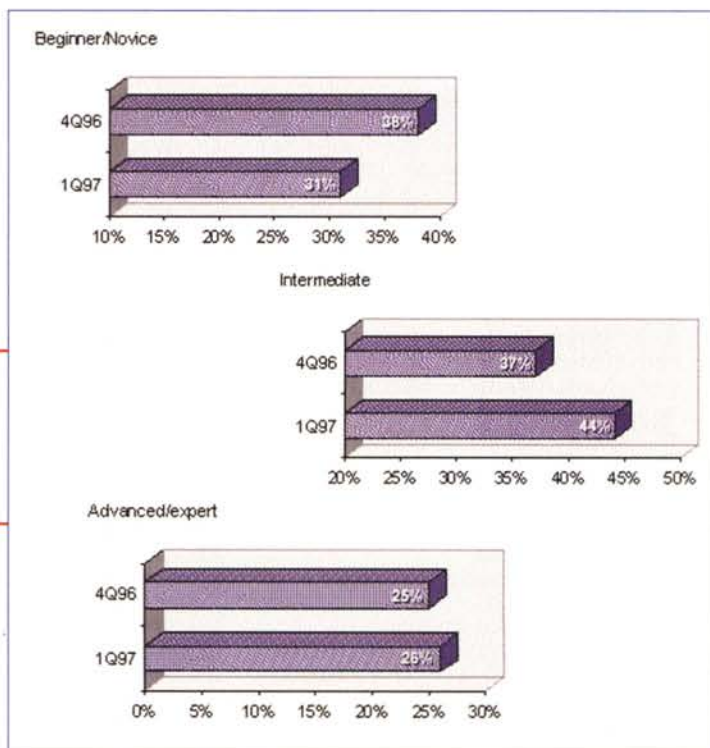
di Sergio Pillon

Uno studio comincia sempre con una introduzione che spiega gli obiettivi della ricerca, ma prima ancora di ciò il solo fatto di conoscere chi ha commissionato la ricerca serve spesso a capirne di più. Stavolta si tratta della Ziff-Davis, la concorrenza, uno dei maggiori gruppi editoriali che si occupano di informatica nel mondo. Ogni tre mesi viene condotto da una società specializzata uno studio per loro conto; in questi giorni è uscito il secondo rapporto. Eccovi subito la URL per quelli che non possono aspettare: <http://www.ziffdavis.com/marketresearch/internettrak.htm>

*Crescono le persone "competenti", aumentano poco gli esperti, il Web diventa sempre più un posto per tutti.*

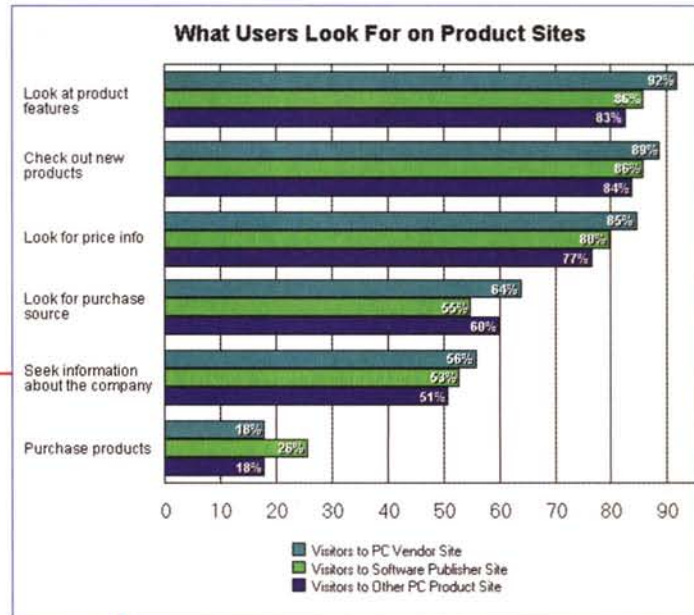
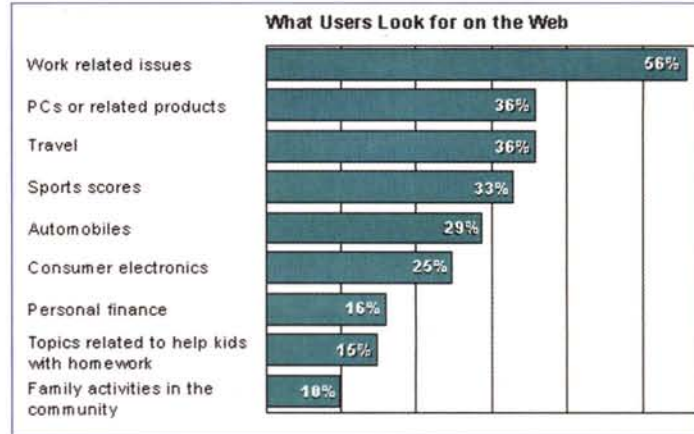
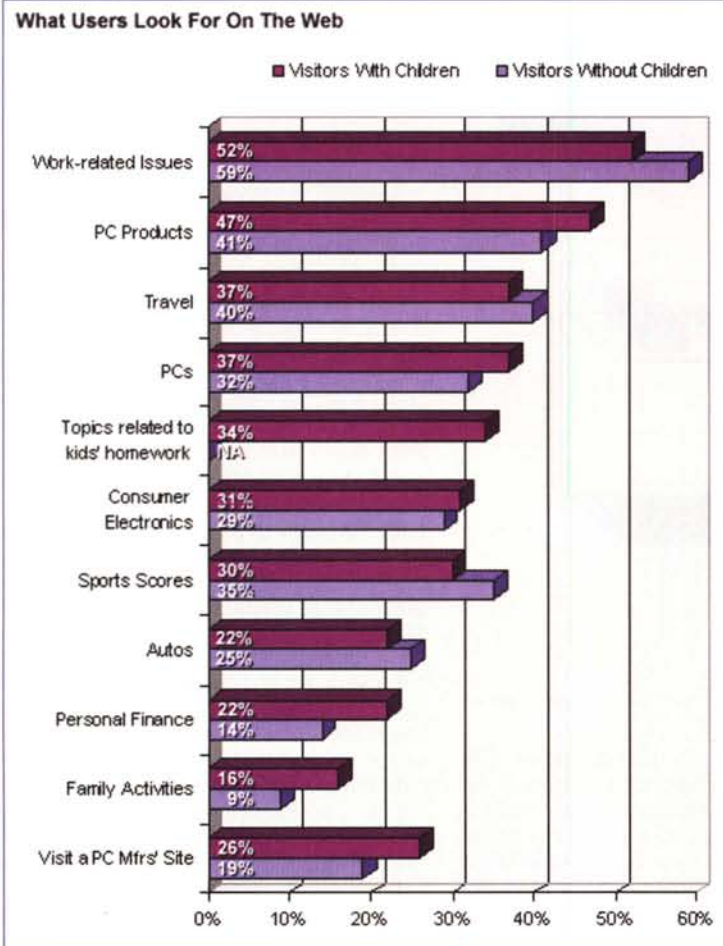
Uniti, ma sappiamo come in molti survey le differenze tra vecchio e nuovo mondo non sono poi così grandi. Nel corso dello studio sono state condotte interviste telefoniche a persone maggiori di 18 anni (le leggi americane sono severissime in questo senso...), tra aprile e giugno 1997. Sono state intervistate 1703 persone, per circa 15 minuti l'una. Complimenti, pen-

sate che pazienza per raccogliere tutte queste persone! Questa comunque è una delle cose che dà forza alla ricerca: normalmente gli studi che si leggono vengono fatti con dei questionari via Web, e quindi non sono veri studi sulla popolazione ma solamente tra coloro



### La metodologia dello studio

Lo studio è stato realizzato in collaborazione con la Roper Starch dalla ICR Research; purtroppo copre solo gli Stati



che navigano sulla rete. Le informazioni sono corrette ma danno un'idea solamente di coloro che ci sono, senza rivelare nulla degli altri. Quando si vuole studiare davvero un fenomeno in modo obiettivo la metodologia delle interviste a campione è sicuramente la più corretta, tanto che è quella usata anche nei sondaggi di opinione e politici. Sapere cosa pensa di Internet un "navigatore" è una cosa utile, ma in questo caso si tratta di sapere cosa pensano gli intervistati, un campione della popolazione e, quindi, la popolazione generale stessa.

Il margine di errore è stato stimato di +/- 2,5%, che significa una oscillazione

*Cosa cercano? Ecco la lista completa dal rapporto del I trimestre 1997, quella nuova, ed anche cosa cercano nei siti dei prodotti. Insomma tre dati che vanno letti in sequenza: le prime due immagini ci dicono cosa interessa, la seconda cosa ci si aspetta da un sito di prodotto. Interessanti i dati di confronto tra il I ed il II trimestre 1997: si sono dimezzati gli interessi per aiutare i bambini nei compiti a casa!*

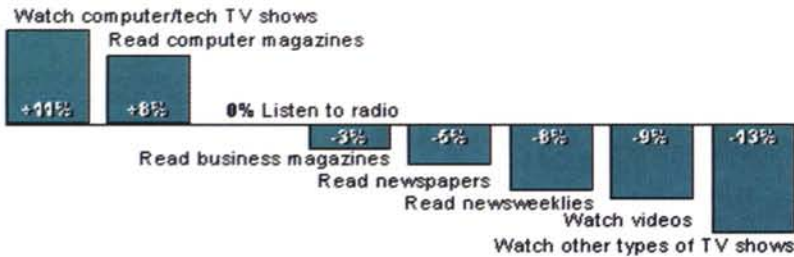
del 5% tra minimo e massimo. Certo sarebbe molto se si trattasse di conti correnti ma è un margine buono se si parla di popolazioni. Naturalmente i dati sono stati arrotondati e quindi non vi stupite se la somma qualche volta su-

pera il 100%; inoltre era possibile qualche volta dare alla stessa domanda anche due o più risposte. In questo caso la somma supera o magari neppure si avvicina al 100%!

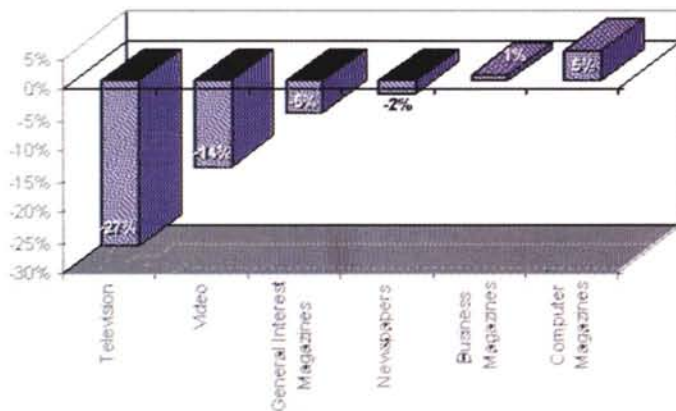
## L'uso del Web

In America circa 100 milioni di persone usano un computer, il 53% della popolazione. Il dato è impressionante ed

**Impact of the Web (Net Change)**



**Impact of the Web on Media Use**



*I e il trimestre del 1997 a confronto: lascio a voi i commenti. Probabilmente ci sono ancora alcuni fattori di correzione da mettere a punto, non mi spiego le differenze importanti in tre mesi per la televisione e per le riviste di informatica, ma il dato è comunque chiaro: più interesse per il mondo della tecnologia e del PC, meno per la TV tradizionale. E gli investimenti si spostano da un settore all'altro...*

è rimasto sostanzialmente stabile dall'anno scorso. Il numero di persone che usano il Web è invece in continuo aumento: dall'11% del secondo trimestre del 1996 al 22% dello stesso periodo del '97, con un aumento del 2% rispetto a tre mesi prima. Secondo questi dati la crescita potrebbe essere stimata oggi attorno all'8-10% all'anno della popolazione adulta americana. Il tipo di uso che si fa del Web sta sicuramente cambiando, forse perché è passato l'effetto novità: all'inizio del '96 il 78% dei navigatori esplorava la ragnatela almeno una volta a settimana, ora solo il 64%. Probabilmente si sta passando da un uso "di curiosità" ad un uso più maturo, cioè si va a ve-

dere qualcosa solo quando serve. Chi naviga? Rispetto ad una media di 44 anni della popolazione adulta i navigatori sono giovani, 35 anni, e più ricchi (41.000 dollari all'anno la media della popolazione, 57.000 dollari quella dei navigatori); ma il dato veramente impressionante è quello culturale di Internet: il 25% degli americani ha una laurea od una specializzazione o un master, ma nei navigatori la percentuale è del 57%! Si tratta dunque attualmente di una élite culturale? Sì, certamente, nel buono e nel cattivo senso del termine. Infatti si tratta appunto del 22% della popolazione, ma quasi il 60% dei massimi livelli culturali. Non è quindi il criterio economico quello che distingue il navigatore ma quello culturale: giovani ed istruiti, e soprattutto... maschi.

Le donne sono in calo; rappresentavano il 53% degli americani, erano il 42% sulla Rete nel '96 ma ora sono al 36%, quindi in netta riduzione almeno percentuale. Probabilmente ciò si deve al fatto che i settori che hanno avuto il

maggior sviluppo sulla rete sono quelli a forte presenza maschile. Aspettiamo l'arrivo del commercio, quello vero dei beni di largo consumo, ma anche il riavvio delle discussioni e del dialogo sulla rete e probabilmente il numero di donne crescerà di nuovo.

## Ci arrivano ma che ci fanno?

Innanzitutto i navigatori usano la Rete soprattutto per lavoro, od almeno così dichiarano nel 56% dei casi. Scherzi a parte è probabile che si stia passando ad un uso più maturo, ma il dato che emerge è a mio parere quello relativo al settore auto: il 29% dei navigatori usa il Web per cercare informazioni sul mondo dell'automobile, il 33% per lo sport, il 36% per i viaggi, il 36% per l'informatica. Insomma mi sembra una distribuzione equa: circa un terzo per ognuno dei settori principali, con una grossa caduta dell'idea "civica" di Internet. Già, solo il 10% naviga sulla rete in questo senso. Certamente si potrebbe obiettare che il 10% è comunque un bel numero, ma il 10% del 50% della popolazione... fa il 5% degli americani che pensano alla rete allo scopo di comunicare. Per uno strumento che era stato proposto allo scopo di mettere in comunicazione i cittadini in uno spazio virtuale, il 5% mi sembra un fallimento, un numero da citare con un certo dispiacere per noi "telematici della prima ora" nati con Fidonet e con i newsgroup. Peccato.

Interessante il dato dei bambini: il 15% degli adulti ha cercato qualcosa per aiutare i bambini nei compiti a casa. Ecco dunque la nascita dell'enciclopedia Internet, lo spazio migliore, più economico ed aggiornato per essere nel mondo... uno slogan o la realtà? Per ora sette americani su cento usano la rete anche come enciclopedia per i bambini. La usano come unica sorgente di informazione? No, secondo questo studio la Rete è una delle fonti di informazione sul mondo dell'informatica ma è divertente sapere che la fonte alternativa principale sono gli amici ed i colleghi. E dove lo hanno imparato loro? Forse sulla Rete...

Ma quando visitano un sito di un produttore, i navigatori cosa cercano? Ecco una delle domande chiave per chi sviluppa strategie di presenza sulla re-

te: cosa mettere in un sito? Cosa vorrebbero vedere i miei clienti attuali e futuri? Lo studio è stato condotto per il prodotto PC ma a mio parere i risultati non sarebbero stati diversi, almeno nei termini generali, per l'automobile, altro materiale elettronico e prodotti consumer in genere. Le caratteristiche del prodotto, le novità e i prezzi, ecco le cose che cercano, in una percentuale variabile tra il 78% ed il 92% a seconda delle varie specificità: il 18% per comprare hardware ed il 26% software. Il mercato si sta ancora sviluppando ma il dato è comunque impressionante perché di dimensioni notevoli rispetto ai precedenti survey.

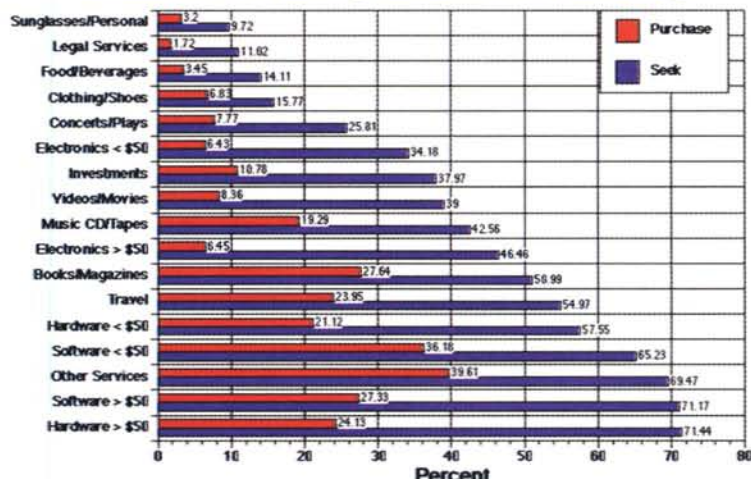
Nel rapporto realizzato nel primo trimestre del 1997 erano stati studiati altri parametri (una ricerca ben condotta non ripete le stesse domande ogni 3 mesi...), ad esempio chiedendo da dove si visita il Web. E' risultato che dal lavoro naviga il 63% di coloro che hanno figli e solo il 54% di quelli che non li hanno. Insomma, se siete malati della Rete non vi sposate, dovrete andare in ufficio per leggervi l'e-mail!

Infine chi tra i vari media ci rimette maggiormente dalla concorrenza? Qui i dati sono in parte contrastanti: nel primo e nel secondo trimestre del '97 la televisione ci rimette sicuramente, con una riduzione che nel primo trimestre è stata stimata al 27%, ma solo il 13% nell'ultimo rapporto. Sicuramente il dato contribuisce all'idea che si stia arrivando ad un uso più maturo dei media: la TV per non pensare, il Web quando serve, con un aumento dell'8% tra coloro che leggono riviste di computer ed un +11% che segue in televisione programmi ad argomento tecnologico/PC. Meditate Fininvest e Mediaset, meditate...

## E gli altri? Il Gvu, il VII rapporto

Una sigla misteriosa ma che gli affezionati della rubrica sicuramente ricorderanno. Si tratta del Graphics, Visualization & Usability Center del College of Computing presso il Georgia Institute of Technology di Atlanta ([http://www.gvu.gatech.edu/user\\_surveys/survey-1997-04/](http://www.gvu.gatech.edu/user_surveys/survey-1997-04/)). Qui ogni sei mesi realizzano un rapporto sullo stato della Rete analizzando questionari che vengono messi sul Web a disposizione

## Online Seeking and Purchasing



Source: Gvu's Seventh WWW User Survey™ (Conducted April 1997)  
 URL: [http://www.gvu.gatech.edu/user\\_surveys/](http://www.gvu.gatech.edu/user_surveys/)  
 Copyright 1997 GTRC - ALL RIGHTS RESERVED  
 Contact: [www-survey@cc.gatech.edu](mailto:www-survey@cc.gatech.edu)

dei navigatori. Si tratta, come abbiamo detto all'inizio, di un taglio diverso da quello della Ziff-Davis.

Abbiamo parlato recentemente del sesto rapporto ed ora che siamo al settimo vale la pena comunque di fare qualche commento, in confronto anche con quanto abbiamo detto finora.

**Le preferenze sessuali** dei navigatori sono state un campo nuovo da esplorare, con il 96% che si dichiara eterosessuale contro il 90% della popolazione americana media. Un dato che al di là degli aspetti di costume indica come la popolazione che naviga sia probabilmente più "conformista" della media della popolazione americana.

L'interesse verso la televisione è stato studiato con un test "quale dei due spettacoli preferite?", indicando due famosi show americani della tarda serata. Il risultato? Pochi europei vedono lo spettacolo, come avrebbe detto il marchese di Lapalisse che, poveretto, se non fosse morto vivrebbe ancora...

**L'età media**, 35 anni, è analoga all'analisi della Ziff, con il 31% di femmine; insomma, i dati demografici sono ormai certi e comparabili nelle ricerche più accreditate. Ah, il 60% **fornisce dati corretti nei questionari**, un dato da tener presente soprattutto al contrario: ben il 40% li fornisce falsi!

## Che ci vanno a fare in rete? Anche

in questo caso i dati sono

molto simili: informazioni (86.03%), ricerca (63.01%), un giretto (61.29%), lavoro (54.05%), studio (52.21%), comunicare (47.02%), divertimento (45.48%). Per fare acquisti diretti naviga solo il 18.65%, ma il Web rimane comunque una fonte importantissima di **informazioni sui prodotti da acquistare**, in modo particolare sui prodotti più costosi, con un aumento rispetto al survey precedente al 40% di coloro che nei sei mesi precedenti hanno speso almeno 100 dollari sul Web. Insomma, pur se lentamente (ed un aumento del 10% in sei mesi, con il raddoppio degli utenti complessivi, non è certo troppo lentamente...) il commercio sta arrivando.

Bene, siamo arrivati alla fine di un articolo intenzionalmente non troppo lungo. Quando si parla di numeri è facile annoiarsi. Consideratelo allora un articolo "con siti acclusi": fatevi un giro sui siti che ho indicato, anche se non conoscete bene l'inglese sono facili da capire ed interessanti da valutare.

Il comportamento dei navigatori-clienti nella rete: si acquistano libri e si cercano informazioni su tutto...