



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI CAGLIARI**

**PIANO DI  
COMUNICAZIONE  
2025**

**ALLEGATO 6**

**Linea guida del Sistema di  
monitoraggio e reportistica**

## **INDICE**

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| INTRODUZIONE                       | 3 |
| 1. OBIETTIVI DEL MONITORAGGIO      | 4 |
| 2. STRUMENTI E FONTI               | 5 |
| 3. INDICATORI                      | 6 |
| 4. IL TEAM E IL FLUSSO OPERATIVO   | 6 |
| 5. REPORT E MIGLIORAMENTO CONTINUO | 7 |

# INTRODUZIONE

*Il presente documento, allegato al Piano di Comunicazione dell'Università degli Studi di Cagliari, ha lo scopo di illustrare nel dettaglio il sistema di monitoraggio e reportistica adottato dall'Ateneo per valutare l'efficacia delle azioni comunicative pianificate e implementate. In un contesto in cui la comunicazione pubblica assume un ruolo sempre più strategico per le istituzioni universitarie, disporre di un sistema strutturato di raccolta, analisi e interpretazione dei dati è essenziale per orientare in modo consapevole le scelte future e rispondere con tempestività alle aspettative dei diversi pubblici di riferimento.*

*Il monitoraggio continuo delle attività consente di verificare in modo oggettivo il grado di raggiungimento degli obiettivi comunicativi, misurando l'impatto delle azioni sui target di riferimento e fornendo indicazioni operative per eventuali azioni correttive o di potenziamento. La reportistica periodica, a sua volta, restituisce una rappresentazione analitica e sintetica dei risultati ottenuti, facilitando la lettura e la condivisione dei dati tra le diverse strutture dell'Ateneo.*

*Attraverso questo sistema, l'Università degli Studi di Cagliari si dota di strumenti strategici che non solo permettono di garantire un miglioramento costante della qualità dell'informazione e della trasparenza, ma contribuiscono anche a rafforzare la fiducia, la partecipazione e il senso di appartenenza da parte della comunità universitaria e del territorio. Il monitoraggio diventa così una leva per la crescita della comunicazione pubblica, intesa come servizio utile, efficace e misurabile, in grado di adattarsi dinamicamente ai cambiamenti normativi, tecnologici e culturali.*

*In questo quadro, la capacità dell'Ateneo di raccogliere e interpretare i feedback provenienti dall'ambiente interno ed esterno si configura come elemento chiave per una governance comunicativa orientata all'ascolto, all'efficienza e alla rendicontazione. Le informazioni acquisite mediante indicatori quantitativi e strumenti qualitativi permettono infatti di costruire un modello comunicativo basato sull'evidenza, che valorizza le buone pratiche e promuove un miglioramento continuo.*

# 1. OBIETTIVI DEL MONITORAGGIO

Il monitoraggio rappresenta un elemento centrale e strutturale del Piano di Comunicazione dell'Università degli Studi di Cagliari. Esso non è inteso come una semplice attività di controllo ex post, ma come un processo ciclico, continuo e strategico, finalizzato alla verifica sistematica dell'allineamento tra gli obiettivi definiti e i risultati effettivamente raggiunti nel corso dell'attuazione delle azioni di comunicazione.

L'integrazione del monitoraggio nel piano consente di introdurre una logica di miglioramento continuo, fondata sull'evidenza dei dati, sulla misurazione delle performance e sulla capacità dell'organizzazione di apprendere dalle proprie attività. Tale approccio consente di governare la complessità della comunicazione istituzionale in modo efficace, agile e reattivo, valorizzando al tempo stesso le buone pratiche e individuando tempestivamente eventuali aree critiche o di intervento.

Tra gli **obiettivi principali del sistema di monitoraggio**, si evidenziano:

- **Valutare l'efficacia delle azioni intraprese:** ogni attività prevista dal Piano di Comunicazione deve essere accompagnata da strumenti di verifica capaci di misurare l'impatto rispetto agli obiettivi specifici assegnati. Ciò implica l'individuazione di indicatori coerenti, la raccolta sistematica di dati e l'interpretazione critica dei risultati ottenuti.
- **Rilevare i livelli di soddisfazione degli utenti:** l'ascolto dell'utenza rappresenta una componente fondamentale per misurare la qualità percepita dei servizi informativi e comunicativi offerti. Strumenti come questionari di customer satisfaction, analisi dei feedback e monitoraggi qualitativi consentono di comprendere bisogni, aspettative e criticità vissute dai diversi pubblici dell'Ateneo.
- **Adeguare tempestivamente contenuti e canali di comunicazione:** il monitoraggio svolge una funzione di allerta precoce e guida l'adozione di decisioni rapide in termini di revisione dei messaggi, aggiornamento delle informazioni, rimodulazione dei formati o riorganizzazione dei canali utilizzati. In questo modo, la comunicazione può rimanere sempre attuale, rilevante e centrata sull'utente.
- **Rafforzare la percezione della qualità del servizio offerto:** un sistema di monitoraggio ben progettato contribuisce in modo determinante alla costruzione di un'immagine positiva e credibile dell'Ateneo, basata su trasparenza, affidabilità e capacità di risposta.

Attraverso questi obiettivi, il monitoraggio diventa parte integrante della cultura organizzativa e comunicativa dell'Università, promuovendo una visione sistemica e orientata ai risultati.

## 2. STRUMENTI E FONTI

Il sistema di monitoraggio dell'Università degli Studi di Cagliari si basa su un approccio integrato che combina strumenti quantitativi e qualitativi, al fine di garantire una rilevazione completa, affidabile e multidimensionale delle performance comunicative. Questa integrazione consente di osservare non solo i dati numerici, ma anche le dinamiche più sottili della percezione e della relazione con l'utenza, fornendo così un quadro ricco e sfaccettato dell'efficacia delle strategie adottate.

Gli strumenti attualmente utilizzati dall'Ateneo includono:

- **Web Analytics:** si tratta di una piattaforma di analisi dati conforme al GDPR, utilizzata per monitorare gli accessi e il comportamento degli utenti sui portali ufficiali dell'Ateneo, in particolare [www.unica.it](http://www.unica.it) e [magazine.unica.it](http://magazine.unica.it). Questo strumento fornisce informazioni preziose come numero di visitatori unici, frequenza di rimbalzo, tempo medio di permanenza sulle pagine, provenienza geografica del traffico e dispositivi utilizzati. L'analisi di queste metriche consente di comprendere quali contenuti sono maggiormente visitati, quali percorsi di navigazione risultano più efficaci e dove è necessario intervenire per migliorare l'usabilità o la pertinenza informativa.
- **Report mensili del CENSIS:** servizio professionale a pagamento che fornisce all'Ateneo, su base mensile, un'analisi dettagliata dell'andamento digitale rispetto a diversi indicatori: performance del sito web, engagement e copertura dei canali social, citazioni sui mezzi di informazione e risultati della sentiment analysis. Questo strumento permette di posizionare l'Università nel panorama nazionale e di confrontarne la visibilità e la reputazione con quella di altri atenei, offrendo uno spunto critico e comparativo utile per la definizione delle strategie future.
- **Hootsuite:** la piattaforma di social media management permette di monitorare le performance dei profili ufficiali dell'Ateneo su Facebook, Instagram e LinkedIn. In particolare, consente di analizzare l'andamento dell'engagement (like, commenti, condivisioni), il tasso di crescita dei follower, la portata organica e a pagamento dei post, e il sentiment associato ai contenuti pubblicati. Tali dati sono fondamentali per calibrare il tono della comunicazione social, identificare le rubriche di maggior successo e individuare i momenti di maggiore interazione con l'utenza.
- **Rassegna stampa:** la valutazione della copertura mediatica delle attività dell'Ateneo avviene attraverso un servizio di monitoraggio delle uscite stampa su quotidiani, testate online e media locali e nazionali. Questo strumento consente di rilevare il numero e la qualità delle menzioni dell'Ateneo, la loro distribuzione tematica, la presenza di riferimenti a iniziative specifiche e il tono con cui viene trattata l'università nel discorso pubblico.
- **Questionari di soddisfazione (customer satisfaction):** utilizzati per raccogliere le opinioni, le impressioni e i suggerimenti degli utenti in merito ai servizi informativi e comunicativi offerti. Questi questionari possono essere somministrati periodicamente a diversi target – studenti, personale, visitatori esterni – e rappresentano una risorsa strategica per orientare i miglioramenti, adattare le modalità di erogazione e rafforzare la relazione con il pubblico.

- **Metriche SEO e analisi delle keyword:** strumenti specifici vengono utilizzati per valutare la visibilità online dell'Ateneo, la qualità del posizionamento organico sui motori di ricerca (in particolare Google) e l'efficacia delle parole chiave utilizzate nei contenuti pubblicati. Questa analisi permette di comprendere quali termini e argomenti generano maggiore traffico, quali sono le tendenze emergenti e come ottimizzare la struttura testuale e semantica dei contenuti web per migliorarne l'indicizzazione.

Nel complesso, l'utilizzo di questi strumenti permette all'Ateneo di adottare un approccio basato sui dati (data-informed), favorendo decisioni più consapevoli e interventi mirati in funzione delle reali esigenze informative dell'utenza. L'efficacia del sistema dipende non solo dalla qualità dei dati raccolti, ma anche dalla capacità di analizzarli, interpretarli e tradurli in azioni concrete e misurabili.

### 3. INDICATORI

Gli indicatori di performance vengono in parte mutuati dal Piano Strategico d'Ateneo e adeguati agli obiettivi di comunicazione.

### 4. IL TEAM E IL FLUSSO OPERATIVO

La gestione del sistema di monitoraggio e reportistica dell'Università degli Studi di Cagliari è affidata a una struttura organizzativa multidisciplinare, progettata per assicurare il coordinamento efficace delle attività, la qualità dei dati raccolti e l'effettiva integrazione tra i diversi livelli dell'organizzazione. Il team responsabile è articolato in due principali componenti operative, che cooperano in modo continuo e sistematico:

**Team di coordinamento:** composto da figure interne con competenze strategiche, comunicative ed analitiche, ha il compito di definire le linee guida generali del monitoraggio, identificare gli obiettivi di analisi, selezionare gli indicatori di performance più rilevanti e curare la redazione dei report periodici destinati alle strutture dirigenziali e operative dell'Ateneo. Questo team svolge anche un ruolo centrale nella supervisione metodologica delle attività di raccolta dati e nel raccordo tra i vari soggetti coinvolti, garantendo coerenza, trasparenza e tracciabilità dei processi. In collaborazione con il settore comunicazione, definisce inoltre gli standard di presentazione dei dati e le modalità di restituzione dei risultati.

**Supporto tecnico:** formato da personale con competenze informatiche, digitali e statistiche, è responsabile dell'implementazione e della manutenzione dell'infrastruttura tecnologica su cui si basa il sistema di monitoraggio. Questo include la configurazione degli strumenti di analisi (come Web Analytics e piattaforme social), la gestione delle banche dati, l'integrazione tra fonti informative diverse e l'elaborazione dei dati in formati utili alla lettura decisionale. Il team tecnico assicura inoltre il rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali (GDPR) e lavora in stretta sinergia con il team di coordinamento per fornire insight affidabili e aggiornati.

## 5. REPORT E MIGLIORAMENTO CONTINUO

I dati raccolti attraverso il sistema di monitoraggio vengono analizzati con cadenza regolare e trasformati in report periodici che restituiscono un quadro chiaro, sintetico e aggiornato dell'efficacia delle attività di comunicazione dell'Università degli Studi di Cagliari. Questi report rappresentano non solo uno strumento di rendicontazione interna, ma anche un supporto concreto per la governance e per la pianificazione operativa delle diverse strutture dell'Ateneo.

L'obiettivo della reportistica non è meramente descrittivo, bensì strategico: i dati vengono interpretati in relazione agli obiettivi previsti dal Piano di Comunicazione e incrociati con informazioni qualitative provenienti da questionari, osservazioni di contesto, rassegna stampa e feedback degli utenti. Ciò consente di restituire una lettura critica delle attività svolte e di individuare, con maggiore precisione, le azioni che generano valore, le aree da migliorare e le opportunità di intervento.

I report vengono **condivisi con le strutture accademiche e amministrative interessate**, così da favorire una gestione partecipata e diffusa della comunicazione, basata su evidenze misurabili e osservabili. Questo approccio consente di promuovere una cultura della valutazione, che si traduce in una maggiore consapevolezza dell'impatto delle azioni comunicative e in un uso più efficace delle risorse disponibili.

Tra le principali finalità dei report figurano:

- **Rafforzare le buone pratiche:** l'analisi dei dati permette di identificare le attività che ottengono risultati particolarmente positivi, offrendo modelli replicabili o adattabili in altri contesti. Queste pratiche possono essere formalizzate e condivise all'interno dell'Ateneo, contribuendo all'innalzamento complessivo della qualità comunicativa.
- **Riprogettare contenuti e strumenti laddove necessario:** in presenza di risultati insoddisfacenti o di andamenti anomali, i dati aiutano a capire cosa non funziona, suggerendo modifiche ai formati, al linguaggio, alla tempistica o ai canali utilizzati. L'approccio evidence-based consente quindi una rapida rimodulazione delle strategie.
- **Integrare il monitoraggio qualitativo con strumenti digitali:** la combinazione tra dati numerici e analisi qualitative arricchisce la comprensione dell'esperienza utente, favorendo la costruzione di percorsi informativi più coerenti, accessibili e personalizzati. I report fungono da ponte tra lettura quantitativa e visione strategica.
- **Rispondere alle richieste dell'utenza in modo più efficace:** l'osservazione costante delle interazioni, dei bisogni espressi e delle criticità segnalate consente di intervenire tempestivamente e in modo mirato, migliorando la pertinenza e l'efficacia della comunicazione pubblica dell'Ateneo.

In sintesi, i report periodici non rappresentano solo un'esercitazione tecnica, ma uno strumento fondamentale di apprendimento organizzativo, miglioramento continuo e supporto decisionale per tutte le componenti coinvolte nella comunicazione istituzionale.