

## **NetObserver® conferisce un marchio di eccellenza ai siti internet più performanti in termini di soddisfazione e di fedeltà dei loro visitatori.**

**Parigi, 18 luglio 2011** —NetObserver®, il più grande osservatorio degli internauti, svela in esclusiva l'identità dei siti editoriali e commerciali a cui verrà assegnato il suo marchio di eccellenza.



**Il marchio di eccellenza NetObserver® : certifica la soddisfazione e la fedeltà degli visitatori dei siti premiati, ed è garanzia di qualità per i futuri visitatori.**

Da molti anni , NetObserver® aiuta gratuitamente i siti internet di diversi paesi europei interessati a capire ciò che pensano i loro visitatori e a comprendere meglio le motivazioni della loro soddisfazione e della loro fedeltà.

Per la prima volta, forte di una legittimità acquisita attraverso più di 10 anni di esperienza e della solidità delle norme di confronto, NetObserver® si lancia in una nuova sfida con la premiazione dei siti partner.

I migliori tra questi, in termini di soddisfazione globale dei visitatori, di intenzione di rivisitare il sito e di raccomandarlo ad altri, otterranno il marchio di eccellenza NetObserver®, simbolo di garanzia ma anche di qualità per i futuri visitatori dei siti.

Per « concorrere » all'assegnazione del marchio di eccellenza NetObserver®, ogni sito deve semplicemente partecipare allo studio per permettere di misurare il livello di soddisfazione e di brand engagement dell'utenza ed ottenere un minimo di 200 risposte, in modo che i risultati siano statisticamente rilevanti. La partecipazione allo studio è gratuita.

### **Come viene attribuito il marchio di eccellenza NetObserver® ?**

Il marchio di eccellenza NetObserver® è conferito ai migliori siti web partner sulla base dei seguenti 3 criteri chiave:

- ✓ Soddisfazione globale
- ✓ Intenzione di rivisita del sito
- ✓ Intenzione di raccomandazione del sito

I punteggi ottenuti dai siti sulla base di questi tre criteri provengono direttamente dai risultati dello studio NetObserver® condotto tra i visitatori dei siti, che ne sono quindi i soli giudici.

I punteggi ottenuti dai siti vengono poi confrontati con la norma NetObserver® e i marchi di eccellenza vengono conferiti ai siti i cui punteggi sono superiori o uguali alla norma.

L'equipe NetObserver® è inoltre fiera di annunciare la lista di tutti i primi siti editoriali e commerciali ai quali assegnerà i marchi di eccellenza.

Siti editoriali premiati :

**calciomercato.com**

www.IL GIORNALE del Cibo.it



**Soldissimi.it**  
E VINCI OGNI GIORNO!

Ti consiglio



Siti e-commerce premiati :



**privalia** \*

quasi  
**Vola gratis**  
www.volagratis.it

\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\_\*\*

## Metodologia

La selezione dei siti premiati con il marchio di eccellenza NetObserver è stata realizzata a partire dai risultati della sessione Primavera 2011 dell'inchiesta NetObserver® che si è svolta dal 14 marzo al 12 Giugno 2011. I rispondenti all'inchiesta sono stati interrogati online, attraverso il sito internet o via newsletter. In totale, per la sessione Primavera 2011, NetObserver® ha raccolto le risposte da un campione di più di 24 000 individui, rappresentativi della popolazione degli internauti a partire dai 15 anni di età residenti in Italia. I criteri di selezione utilizzati per la determinare i siti premiati sono i seguenti : voto medio di soddisfazione globale (scala da 0 a 10), intenzione di rivisita del sito (subtotale "certamente"), intenzione di raccomandazione del sito (subtotale "certamente") ricavato dal Net Promoter Score (% Promotori\* - % Detrattori\*\*).

La base utilizzata come norma comparativa per l'assegnazione del marchio d'eccellenza ai siti editoriali in questa edizione è costituita da una cinquantina di siti italiani.

La norma di riferimento utilizzata per la premiazione dei siti e-commerce è invece costituita da più di 50 voti provenienti da siti europei.

\* Promotori: insieme di visitatori di un sito che hanno dato voto compreso tra 9 e 10/10 sull'intenzione di raccomandazione del sito.

\*\* Detrattori : insieme di visitatori di un sito che hanno dato voto compreso tra 0 e 6/10.

***Si prega di tenere presente che la diffusione di questi risultati deve essere accompagnata da elementi tecnici quali: il metodo dell'inchiesta, le date di realizzazione, il nome dell'istituto, la misura del campione.***

## A proposito di NetObserver

Con più di 1 000 partecipanti e più di 300 000 rispondenti annui, NetObserver è il più grande osservatorio realizzato sui navigatori europei attraverso il quale l'istituto Harris interactive offre gratuitamente delle informazioni indispensabili ai siti internet (siti editoriali, siti commerciali, concessionarie pubblicitarie).

Condotta online semestralmente (primavera e autunno) dal 1998 in Francia e dal 2000 esteso ai principali paesi europei (Italia, Germania, UK e Spagna), NetObserver segue l'evoluzione dei profili e degli usi degli internauti nazionali maggiori di 15 anni, indipendentemente dal luogo di connessione (lavoro, domicilio, scuola, università...).

Le informazioni apportate da NetObserver vanno ben al di là dei dati d'audience e di performance misurati dagli strumenti di Web Analytics, ad servers o dai panel d'audience, e permettono di comprendere il comportamento dei visitatori fornendo quattro indicatori chiave: profilo socio-demografico dettagliato, usi e abitudini online, comportamento offline e soddisfazione/lealtà dei visitatori.

## A proposito di Harris Interactive

Harris Interactive è un istituto di riferimento nel settore degli studi di mercato (6° istituto nel mondo per gli studi ad hoc). La filiale francese, fondata nel 1995 da Nathalie PERRIO-COMBEAUX e Patrick VAN BLOEME con il nome di Novatris, entra a far parte del gruppo nel 2004.

Harris Interactive propone dei metodi di studio innovativi, delle analisi e una consulenza strategica che aiutano i clienti a prendere delle decisioni ponderate ed efficaci. Il gruppo deve la sua reputazione ai sondaggi d'opinione "Harris Poll" e al suo ruolo di pioniere negli studi online. La società ha costituito ciò che considera il panel più importante al mondo: l'Harris Poll Online. Harris Interactive è al servizio della clientela in tutto il mondo grazie alle filiali presenti in America del Nord, in Europa e in Asia. Per maggiori informazioni si prega di visitare il sito [www.harrisinteractive.fr](http://www.harrisinteractive.fr)

## Contatto Harris Interactive Francia:

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - [llavernhe@harrisinteractive.fr](mailto:llavernhe@harrisinteractive.fr)