



Google Analytics

A cura di:
dott. Fabio Pinello



Google Analytics è uno strumento gratuito fornito da **Google** per monitorare il traffico di visite dei siti web su cui è installato.

The logo for Google Analytics, featuring the word "Google" in its signature multi-colored font (blue, red, yellow, green, red) and the word "Analytics" in a grey, sans-serif font to its right.

Cos'è Google Analytics

Il programma elabora e mette a disposizione dei responsabili dei siti web una serie di statistiche. Tali statistiche hanno per il web marketing la valenza che le ricerche di mercato hanno per il marketing tradizionale; anzi Analytics ha un duplice vantaggio:

- È totalmente gratuito;
- Si basa su dati reali.

Cos'è Google Analytics

La gratuità è un elemento fondamentale per le PMI che hanno deciso di rivolgersi al [web marketing](#) per la necessità di ridurre gli investimenti in comunicazione e pubblicità.

Tutte le statistiche poi sono basate sul reale traffico registrato dal sito, al contrario delle tradizionali ricerche statistiche che si basano su quello che viene definito “campione rappresentativo” soggetto quindi a possibili errori.

Vantaggi

Il software si integra con gli “Strumenti per i web master” sviluppati da Google, per ottimizzare il sito rendendolo funzionale alle esigenze dell’utente, e con *AdWords*, per una più mirata definizione delle campagne pubblicitarie sul web e sull’impatto che esse hanno avuto sul loro target di riferimento.

Vantaggi

Per il suo funzionamento Analytics utilizza:

- frammenti di codice *javascript* da inserire nel codice html;
- Dei file *cookie*.

Il frammento di codice chiamato **GATC** (Google Analytics Tracking Code) non influisce in nessun modo sulla visualizzazione del sito e ha il compito di “dialogare” con i server di Google negli Stati Uniti.

Vantaggi

I **cookie** invece sono piccoli file di testo che vengono scaricati sul computer dell'utente finale, con il compito di raccogliere informazioni sul suo comportamento all'interno del sito.

Attraverso questi due elementi il software raccoglie ed elabora le informazioni sulla base dei seguenti parametri:

- Modalità di accesso al sito (diretto o tramite motori di ricerca);
- Località di provenienza (tramite l'indirizzo IP dell'utente);
- Browser utilizzato;
- Tempo di permanenza;
- Pagine visitate.

Google assicura sempre il rispetto della privacy dell'utente, garantendo che i dati raccolti non verranno associati a nessun altro dato in possesso del motore di ricerca.

Funzionamento

Dopo aver registrato un account e il proprio dominio sul [sito](#), la pagina presenta un menù principale composto da tre macro aree:

- Home;
- Rapporti standard;
- Rapporti personalizzati.

Ciascuna di queste aree presenta delle sezioni che forniscono grafici e tabelle standard o facilmente personalizzabili.

In ogni pagina delle statistiche è sempre possibile modificare il periodo di riferimento.

29/dic/2011 - 28/gen/2012 ▲

novembre 2011							dicembre 2011							gennaio 2012						
L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D	L	M	M	G	V	S	D
	1	2	3	4	5	6				1	2	3	4							1
7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8
14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15
21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22
28	29	30					26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29
														30	31					

Intervallo di date: Personalizzato ▼

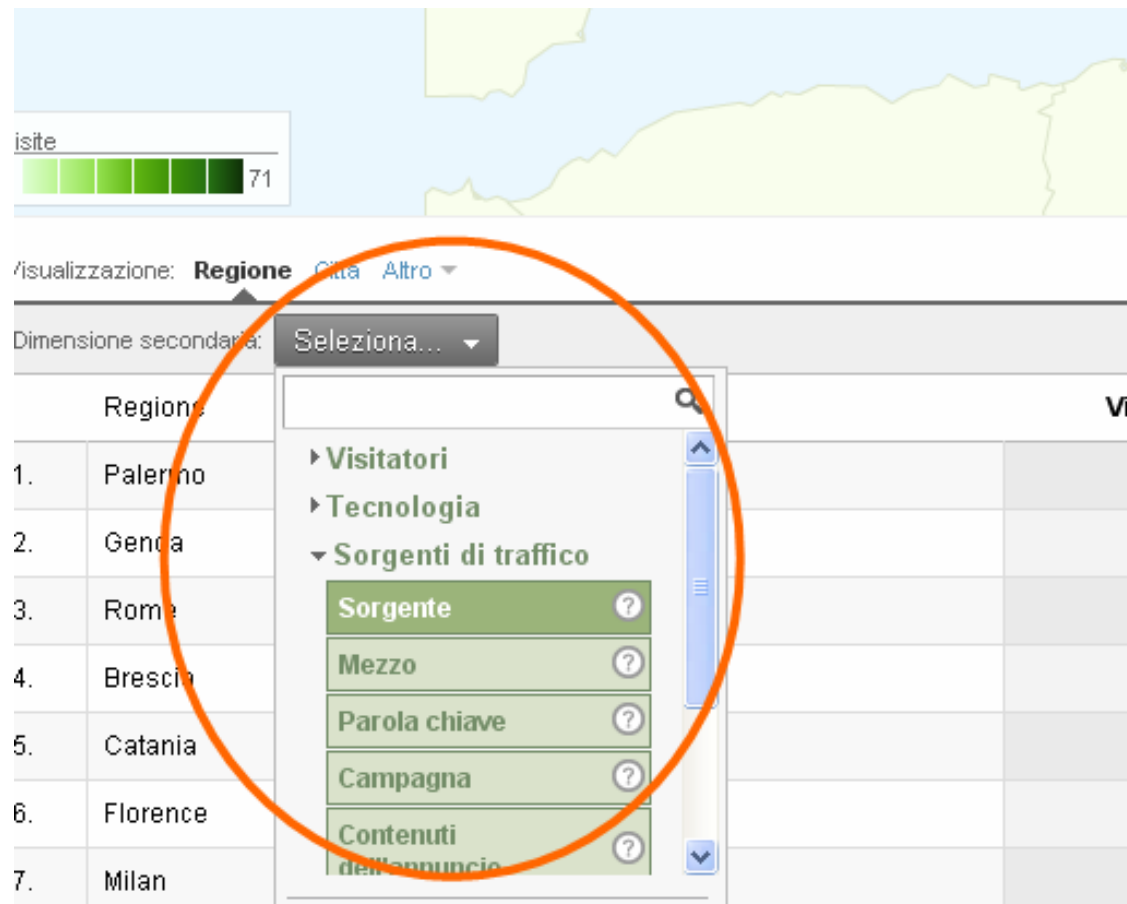
29/dic/2011 - 28/gen/2012

Confronta con i dati precedenti:

Applica annulla

Primi passi

Tutte le variabili possono sempre essere incrociate con dimensioni secondarie per avere dei dati dettagliati.



The screenshot shows a web analytics interface. At the top, there is a map of Italy with a legend for 'visite' ranging from 0 to 71. Below the map, the visualization is set to 'Regione' (Region). A dropdown menu for 'Dimensione secondaria' (Secondary dimension) is open, showing a list of categories: 'Visitatori', 'Tecnologia', and 'Sorgenti di traffico'. Under 'Sorgenti di traffico', several sub-categories are listed: 'Sorgente', 'Mezzo', 'Parola chiave', 'Campagna', and 'Contenuti dell'annuncio'. The 'Sorgente' category is highlighted in green. The main table below the menu shows a list of regions: 1. Palermo, 2. Genova, 3. Roma, 4. Brescia, 5. Catania, 6. Firenze, 7. Milan. The table has a 'Vis' column on the right.

Primi passi

Attraverso l'area Home, il programma lascia all'utilizzatore piena libertà sulla possibilità di visualizzare le analisi standard, o personalizzarle in base alle proprie esigenze.


Cliccando sul pulsante si ha a disposizione una *dashboard* (una sorta di lavagna simile al desktop), dove è possibile creare degli elementi (detti *widget*) sotto forma di grafici e tabelle, scegliendo le variabili da incrociare per procedere a una analisi multidimensionale.


In quest'area la presenza di una sezione sperimentale permette di conoscere il traffico generato dal sito in tempo reale.


Primi passi

Impostazioni widget ✕

2.1
METRICA


TORTA


SEQUENZA TEMPORALE


TABELLA


Visualizza le seguenti colonne:

Aggiungi una **dimensione** ▾ Aggiungi una **metrica** ▾ Aggiungi una **metrica** ▾

Mostra tabella con ▾

Filtra questi dati:
[Aggiungi un filtro](#)

Titolo widget:

Link a rapporto o URL: 

Salva Annulla Elimina widget

Primi passi

La scheda “**rapporti standard**” invece permette di utilizzare tutta una serie di strumenti di analisi già predisposti da Google, per tenere sotto controllo gli aspetti principali delle visite sul nostro sito.

Gli strumenti si dividono nelle seguenti categorie:

- Pubblico;
- Pubblicità;
- Sorgenti di traffico;
- Contenuti;
- Conversioni.

Ciascuna di queste categorie presenta una scheda “*panoramica*” riepilogativa e delle schede dettagliate.

La sezione “**Pubblico**” fornisce i seguenti dati:

- **Demografici:** indica la lingua e la località dei visitatori del sito;
- **Comportamento:** fornisce informazioni sulle nuove visite e su quelle di ritorno, indicando anche la frequenza e il numero di volte in cui hanno visitato il sito. Mostra anche il coinvolgimento in termini di visite, numero di pagine visualizzate e secondi di permanenza.
- **Tecnologia e mobile:** indica il browser utilizzato dagli utenti, il sistema operativo e l'eventuale visita da dispositivi mobili.
- **Flusso di visitatori:** consente di visualizzare, per variabili personalizzate, le pagine visitate, le visite e gli abbandoni.

Strumentini analisi: Pubblico

La sezione “**Publicità**” è una delle più importanti perché permette di misurare il *ROI*, un indice per misurare il ritorno di un investimento. La sezione si attiva in presenza di una campagna di *AdWords* e dà la possibilità di filtrare i dati in base alle schede:

- Parole chiave;
- Fasce orarie;
- Url di destinazione.

Strumentini analisi: Pubblicità

Le statistiche fornite permettono di stabilire le parole chiave e le pagine oggetto di una campagna pubblicitaria che hanno avuto più visite, calcolando il ritorno di un investimento pubblicitario che nell'ambito del web marketing può essere indicato con il numero di *click* avuti dalla pagina.

Strumentini analisi: Pubblicità

La sezione “**Sorgenti di traffico**” registra i dati relativi al modo in cui gli utenti sono entrati in contatto col sito, fornendo per ciascuna categoria il numero di visite, il tempo medio sul sito, la percentuale di nuove visite e la frequenza di rimbalzo (i visitatori che sono usciti visualizzando una sola pagina).

Strumentini analisi: Sorgenti di traffico

- Sorgente:
 - diretto: digitazione diretta dell'url sul browser;
 - referral: clic da un siti esterni o presenti sul e-mail;
 - ricerca: visite provenienti da ricerche effettuate sui motori di ricerca.
- Ottimizzazione per motori di ricerca: permette di conoscere le parole chiave attraverso le quali gli utenti hanno raggiunto il nostro sito, visualizzando per ciascuna:
 - le impressioni: visualizzazione nelle SERP;
 - numero di clic;
 - posizione media nelle serp;
 - CTR: percentuale di clic data dalla formula: $\frac{clic}{impressioni} * 100$

Strumentini analisi: Sorgenti di traffico

La sezione “**Contenuti**” visualizza i dati di traffico relativi a ciascuna pagina.

- Contenuti del sito: per le pagine che hanno avuto traffico indica:
 - visualizzazioni di pagina: tutte le volte che le pagine sono state visitate,
 - visualizzazioni di pagine uniche: numero di volte in cui le pagine sono state visitate almeno una volta,
 - tempo medio sulla pagina,
 - frequenza di rimbalzo: le visite di una sola pagina.

Strumentini analisi: Contenuti

- Ricerca sul sito: il comportamento di chi ha usato il box di ricerca all'interno del sito;
- Eventi: statistiche delle visite che hanno generato eventi predefinibile come per esempio la visualizzazione di un video;
- AdSense: collegamento e integrazione delle metriche con l'account AdSense.

Strumentini analisi: Contenuti

La sezione "**Conversioni**" permette di valutare se il sito raggiunge i propri obiettivi di business, dando la possibilità di visualizzare tutte le volte che un visitatore compie un'azione desiderata sul sito come: registrazione al sito, compilazione di una form e esecuzione di un download.

È uno strumento particolarmente utile per i siti come quelli di e-commerce che possono visualizzare come un certo prodotto in vendita sul sito è stato trovato dagli utenti e quanti di questi poi hanno proceduto all'acquisto.

Strumentini analisi: Conversioni

Per tutte le possibilità offerte, Google Analytics è uno strumento indispensabile per coloro che vogliono hanno deciso di utilizzare il web come strumento di comunicazione con i propri clienti attuali e potenziali, tenendo traccia degli effetti che l'investimento effettuato ha avuto sul proprio business.


Tutte le statistiche offrono una panoramica completa dei comportamenti effettuati su un sito e della sua capacità di rispondere alle esigenze di uno specifico target. Se interpretati nel modo corretto e integrati con gli altri strumenti messi a disposizione (AdSense, AdWords e strumenti per i web master), permettono di sfruttare in modo efficace le potenzialità offerte da internet.

Conclusioni

marketing highlights

Per comprendere l'importanza del SEO e del SEM, come funzionano i motori di ricerca e in generale le opportunità offerte dal web marketing, puoi leggere o scaricare gratuitamente dal sito di astudio.it dei semplici ma interessanti documenti che aiutano a conoscere come funziona il mondo del web. Non perdere l'opportunità di esplorare questo "nuovo mondo", perché con il web e le sue dinamiche dovremo confrontarci in ambiti sempre più numerosi e in misura sempre maggiore...

Puoi scaricare gratuitamente i **marketing highlights** di astudio.it dall'omonima pagina del sito o richiederli per email.

 [Vai alla pagina](#)



Per informazioni tecniche o commerciali visita il sito: www.astudio.it oppure scrivi a: adelia.piazza@astudio.it

Crediti