

Training su Google Analytics

Google Confidential and Proprietary 1

Strumenti necessari

- Accesso a Internet
- Accesso all'HTML del suo sito web
- Nozioni di base di HTML

OPPURE

• Accesso al webmaster della sua azienda

Sommario

Creazione di un account Analytics (pag. 4)

Creazione di obiettivi (pag.15)

Codifica automatica (pag. 25)

Attivazione dell'e-commerce sul sito (pag. 30)

Monitoraggio delle transazioni su siti di terzi (pag.33)

Rapporti di Google Analytics (pag. 35)

Risorse aggiuntive (pag. 45)



Creazione di un account Analytics

Questa sezione illustra come effettuare le seguenti operazioni:

- Accesso all'account Analytics gratuito
- Configurazione delle impostazioni del profilo
- Aggiunta di altri utenti all'account
- Aggiunta del codice di monitoraggio al sito web

Creazione di un account Google Analytics

Google		10.00 Mar 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10
Gestione campagna R Analytics Account personale		
Come iniziare		<u>Centro assistenza Google Analytics</u>
Migliora il tuo sito e aumenta la redditività dell'investimento di marketing.		Domande comuni
Google desidera che il tuo traffico sia maggiore di quanto prevedi e ti aiuta a convertire in clienti un numero maggiore di visitatori.	Congle www.	 Qual è la differenza tra il
Utilizza Google Analytics per conoscere le iniziative di marketing online che hanno un buon rapporto qualità prezzo e sapere come i visitatori interagiscono con il tuo sito. Migliora la struttura del tuo sito in modo informato, attira traffico mirato e aumenta le tue conversioni e i tuoi profitti.	Contract Paragraphic Paragraphi Paragraphic Paragraphic Paragraphic Paragraphic Paragraphic Parag	monitoraggio delle conversioni AdWords e Google Analytics?
Iscriviti subito. È molto semplice ed è gratis.	Instruction Values & Normal & Norma	Analytics per il mio account AdWords?
⊙ Crea il mio account Google Analytics gratuito.	Construction Value Value Construction Main Anne Anne </th <th>Quanto costa Google <u>Analytics?</u> <u>Google Analytics influisce sul</u></th>	Quanto costa Google <u>Analytics?</u> <u>Google Analytics influisce sul</u>
🔿 Possiedo già un account Google Analytics. Collegalo a questo account AdWords.	Total Carlos Contractor Contracto	<u>mio sito web?</u>
	anan ana	
Continua >		
©2007 Google - Home page AdWords - Norme redazionali - Norme s	sulla privacy - <u>Come contattarci</u>	

Creazione di un account Google Analytics

Google					
Campaign Management	Reports Analytics	My Account			
Getting Started					
Link to Existing Account on If you already have a Google Analytic an account below. If you do not have account. Existing Google Analytic Existing Google Analytic Apply Cost Data: Note: You must have Admin account you are looking for, to another Adwords Account Link Account »	Urchin.com (Google Ar es account on https://www.goo an account, please click Cand ✓ Automatically apply your for reporting calculations. inistrator access to link to an e the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may have been on the account may h	nalytics) gle.com/analytics/ho cel and follow the inst r AdWords cost data existing Google Analy created under a differe	ne/ (formerly www.urchin.com), s uctions to create a new Analytic o all profiles in this Analytics ac tics account. If you don't see the nt username or may already be l	select C s count inked	ommon Questions How much will Google Analytics cost after Llink to my Urchin.com account? Will my Google Analytics account change if Llink it to AdWords? How do Llink my Google Analytics account to my AdWords account if Lam not an account administrator? Can Llink several Google Analytics accounts? Will the users of my Google Analytics account have access to my AdWords account? If Llink my Google Analytics account to AdWords, will Lstill be able to access www.google- analytics.com?

Creazione di un account Google Analytics

Gestione of postazioni	campagna Rapporti Analytics i Analytics <u>Visualizza rapporti</u> ; Fai clic per seleziona Monitoraggio non ancora aggi Il codice per il monitoraggio di Go aggiungere il codice a ogni pagina Verifica stato zioni Analytics	Account personale are Profilo sito web. unto al tuo sito web: www.miositoweb.com ogle Analytics non è stato rilevato nella home paq a del tuo sito. Facendo clic su "Verifica stato" ven	ge del tuo sito web ranno visualizzate in	Affinché Analytic oltre istruzioni p	cs funzioni, tu o l'amministratore del tuo sito we er l'aggiunta del monitoraggio al tuo sito web.	<u>Centro assistenza Google Analγtics</u> b dovete
Da questa Profili sit	pagina puoi gestire i profili dei tuoi siti web, creare i web «Prec 1-1/1 Successivo» Nome	filfri personalizzati o predefiniti e controllare l'acce Most Rapporti	ra 10 💌 Cerca Impostazioni	Elimina	Generation Stato Codice di monitoraggio non rilevato Verifica stato	Collegamenti utili <u>Quali sono le nuove</u> funzionalità Google Analytics <u>Come faccio ad avere la</u> conferma di aver inserito correttamente il codice per il monitoraggio nelle mie pagine
1. v	www.miositoweb.com rofilo sito web ≫ n altro sito web con Google Analytics	Visualizza rapporti Gestione accessi » Numero di utenti: 2 Aggiungi utenti per consentire loro l'accesso ai t Analytics e alle relative impostazioni. <u>Ulteriori in</u>	Modifica Gest Num tuoi rapporti È po formazioni. dinar dinar in raj	Elimina ione filtri » ero di filtri: 1 ssibile creare fill minati clic o vis nico in un URL oporti, e altro an	Vertica stato Obiettivi di conversione (D) tri che includano o escludano dai rapporti ite, che consentano di tradurre un URL più facilmente comprensibile, se visualizzato icora. <u>Ulteriori informazioni.</u>	Non riesco a vedere nessun dato nei miei rapporti. Che cos'è il profilo di un sito web e a che cosa serve? Come si esegue il monitoraggio di un nuovo sito web? Come faccio a impostare gli obiettivi? Che cos'è un filtro? Come faccio a escludere il traffico interno dai miei rapporti?

Configurazione del profilo



URL: indirizzo del sito web, ad esempio http://www.google.it

Google Confidential and Proprietary 8

Configurazione del profilo

Impostazioni profilo: www.miositoweb.com Interpretation de la constanta de la consta Informazioni sul profilo del sito web principale Modifica URL sito web: http://www.miositoweb.com Pagina predefinita: Paese o zona del fuso orario: Stati Uniti Fuso orario: Fuso orario del Pacifico (GMT-08:00) Escludi parametri di ricerca URL: Sito web e-commerce: No Valuta: Dollari USA (USD \$) Applica i dati di costo: Sì

Obiettivi di conversione e canalizzazione [?]

Seleziona fino a 4 obiettivi di conversione per questo profilo e definisci le pagine della canalizzazione che portano a ciascun obiettivo.

	Nome obiettivo	URL	Obiettivo attivo	Impostazioni
G1	(Obiettivo non configurato)		Disattivato	<u>Modifica</u>
G2	(Obiettivo non configurato)		Disattivato	<u>Modifica</u>
G3	(Obiettivo non configurato)		Disattivato	<u>Modifica</u>
G4	(Obiettivo non configurato)		Disattivato	<u>Modifica</u>

Filtri applicati al profilo [?]		+	Aggiungi filtro
Nome filtro	Tipo filtro	Impostazioni	Rimuovi
0 filtri. È possibile creare filtri che escludano dai rapporti le visite ai siti/i cl facilmente comprensibile. <u>Ulteriori informazioni.</u>	lic, che includano solo le visite/i clic con corrispondenza o che tradu	Jcano un URL dinamico in	un URL più
Utenti con accesso al profilo [?]		+ [Aggiungi utente

URL: indirizzo del sito web, ad esempio http://www.google.it

Configurazione del profilo

Modifica informazioni sul p	profilo
Nome profilo:	www.miositoweb.com
URL sito web:	http://www.miositoweb.com (ad esempio, http://www.miosito.it/)
Pagina predefinita [<u>?]</u> :	(ad esempio, indice.html)
Paese o zona del fuso orario:	Stati Uniti
Fuso orario:	Fuso orario del Pacifico (GMT-08:00)
Escludi parametri di ricerca URL:	(ad esempio ID sessione, ID contenuto video ecc.)
Sito web e-commerce:	O Sì 💿 No
Valuta:	Dollari USA (USD \$) V Punti decimali 2 V
	 Mostra simbolo di valuta prima dell'importo Mostra simbolo di valuta dopo l'importo
Applica i dati di costo:	
Salva modifiche Annulla	

URL: indirizzo del sito web, ad esempio http://www.google.it

Concessione dell'accesso ad altri utenti

Utenti c	Utenti con accesso al profilo [?] + <u>Aggiungi utente</u>						
	Indirizzo email utente	Nome completo	Tipo di utente	Impostazioni	Rimuovi		
1.			Amministratore	<u>Modifica</u>	Rimuovi		
2.			Amministratore	<u>Modifica</u>	Rimuovi		

Aggiungi accesso utente al profilo					
Scegli il metodo con cui concedere l'accesso					
Decidi se desideri creare un nuovo utente o concedere l'accesso a un utente esistente al profilo.					
👁 Aggiungi nuovo accesso utente per il profilo 🛛 OPPURE 🔿 Concedi l'accesso al profilo all'utente esistente					
Inserisci i dati utente					
Indirizzo email: (Deve essere un account Google. <u>Ulteriori informazioni.</u>)					
Cognome:					
Nome:					
Tipo accesso: Visualizza solo rapporti 💌					
🎲 Tieni presente che gli amministratori account hanno accesso a tutti i rapporti e i profili del tuo account.					
🔆 Tieni presente che questo utente avrà accesso solo alla porzione di dati web di questo account e che deve effettuare l'accesso all'indirizzo www.google.com/analytics/it-IT/. Ulteriori informazioni.					
Annulla Fine >					

Concessione dell'accesso ad altri utenti

Aggiungi accesso utente al profilo	
Scegli il metodo con cui concedere l'accesso	
Decidi se desideri creare un nuovo utente o concedere l'accesso a un utente esistente al profilo.	
O Aggiungi nuovo accesso utente per il profilo OPPURE ⓒ Concedi l'accesso al profilo all'utente esistente	
Concedi accesso a	
Utenti disponibili Aggiungi » (Rimuovi	Utenti selezionati
Annulla Fine >	

Aggiunta del codice di monitoraggio al sito web

Impostazioni Analytics Da questa pagina puoi gestire i profili dei tuoi siti web, creare filtri personalizzati o predefiniti e controllare l'accesso ai rapporti di Analytics.						
Profili s	siti web					
	«Prec 1-1/1 Successivo»	Mos	tra 10 💌 Cerca		⊕ ⊜	
	Nome	Rapporti	Impostazioni	Elimina	Stato	
1.	www.miositoweb.com	<u> Visualizza rapporti</u>	<u>Modifica</u>	Elimina	Codice di monitoraggio non rilevato Verifica stato Obiettivi di conversione (D)	

Aggiunta del codice di monitoraggio al sito web

Istruzioni per l'aggiunta del monitoraggio

Copia il seguente blocco di codice in ogni pagina web che vuoi monitorare subito prima del tag </body>. Se nel tuo sito è presente contenuto dinamico, puoi utilizzare un normale tag di inclusione o un modello. <u>Ulteriori informazioni</u>



Cosa succede se non sono io ad occuparmi degli aggiornamenti del sito web? Invia per email il codice sopra riportato e le istruzioni al tuo team tecnico o all'amministratore del tuo sito web. Dopo che avranno aggiunto il codice per il monitoraggio al tuo sito web, fai clic su "Verifica stato" nella pagina Impostazioni Analytics per scoprire se tale sito è sottoposto a monitoraggio e se i dati vengono raccolti.



Creazione di obiettivi e canalizzazioni

Questa sezione illustra come effettuare le seguenti operazioni:

- Definizione degli obiettivi
- Identificazione degli obiettivi da utilizzare
- Impostazione di un obiettivo
- Comprensione dell'impostazione obiettivo avanzata

Introduzione agli obiettivi

Obiettivo: una pagina raggiunta da un visitatore dopo aver completato un'azione

Gli obiettivi vengono definiti sulla base dello scopo del sito web e delle azioni che desidera vengano eseguite dai visitatori. Gli obiettivi sono spesso definiti **conversioni**.

Tra gli esempi di obiettivi comuni vi sono:

- La pagina di ricevuta di una donazione
- La conferma di una newsletter
- Qualsiasi altra pagina alla quale desidera indirizzare i suoi visitatori

Obiettivo: una pagina del suo sito raggiunta dal visitatore dopo aver completato l'attività da lei desiderata, ad esempio una pagina di ringraziamento

Conversione: un obiettivo completato è considerato una conversione.

Punti in cui i visitatori entrano ed escono dalla

Canalizzazione della canalizzazione



Canalizzazione: la serie di pagine visitate da un utente per raggiungere la pagina obiettivo.

Punto di abbandono: il punto del sito in cui gli utenti escono dalla pagina.

Punto di entrata: punto dal quale i visitatori entrano nel sito. Non corrisponde sempre alla home page.

Google Confidential and Proprietary 17

Vantaggi degli obiettivi

- Conoscere facilmente il numero di visitatori di una pagina
- Capire in che punti i visitatori escono dal percorso lungo il tragitto
- Utilizzare queste informazioni per migliorare la struttura e i contenuti del sito
- Gli obiettivi consentono di prendere decisioni di marketing più oculate fornendo le seguenti informazioni:
 - La campagna di marketing o referral che ha registrato il maggior numero di conversioni di visitatori
 - Località geografica dei visitatori convertiti
 - Parole chiave che generano conversioni all'obiettivo

Referral: l'origine da cui i visitatori vengono inviati a un sito. Può trattarsi di un motore di ricerca, di un link a un altro sito, di un annuncio, ecc.

Impostazione degli obiettivi

GC	ords gle				······································			
Gestio	one campagna Rapporti Analytics Account personale							
Imposta	zioni Analytics <u>Visualizza rapporti:</u> Faiclic per selezionare Profilo sito web. 💌				<u>Centro assistenza Google Analytics</u>			
Impo Da que Profil	Impostazioni Analytics Da questa pagina puoi gestire i profili dei tuoi siti web, creare filtri personalizzati o predefiniti e controllare l'accesso ai rapporti di Analytics. Profili siti web							
	«Prec 1-1/1 Successivo»	Mo	istra 10 💌 Cerca		⊕ ⊜			
	Nome	Rapporti	Impostazioni	Elimina	Stato			
1.	www.miositoweb.com	<u>Visualizza rapporti</u>	Modifica	Elimina	Codice di monitoraggio non rilevato Verifica stato Obiettivi di conversione (D)			

Impostazione degli obiettivi

Obiettiv	Obiettivi di conversione e canalizzazione [?]							
Selezio	Seleziona fino a 4 obiettivi di conversione per questo profilo e definisci le pagine della canalizzazione che portano a ciascun obiettivo.							
	Nome obiettivo	URL	Obiettivo attivo	Impostazioni				
G1	(Obiettivo non configurato)		Disattivato	<u>Modifica</u>				
G2	(Obiettivo non configurato)		Disattivato	<u>Modifica</u>				
G3	(Obiettivo non configurato)		Disattivato	<u>Modifica</u>				
G4	(Obiettivo non configurato)		Disattivato	<u>Modifica</u>				



Impostazione degli obiettivi: informazioni sugli obiettivi

Gestione campa	gna Rapporti Analytics Account personale
Impostazioni Analy	tics <u>Visualizza rapporti:</u> www.miositoweb.com
Impostazioni Analyt	ics > Impostazioni profilo > Impostazioni obiettivo
Impostazioni	obiettivo: G1
Inserisci i dati o	biettivo
URL obiettivo:	(es. http://www.miosito.it/grazie.html) Quando l'utente naviga verso questa pagina, ha raggiunto l'obiettivo di conversi eckout completo, conferma registrazione, ecc.).
Nome obiettivo:	Il nome dell'obiettivo verrà visualizzato nei rapporti sulle conversioni.
Obiettivo attivo:	💿 Attivo 🔿 Disattivato

Impostazione degli obiettivi: definizione del percorso di canalizzazione

Definisci canalizzazione (facoltativo)

Una canalizzazione è una serie di pagine che portano all'URL obiettivo. Ad esempio, puoi definire come canalizzazione i passaggi di pagamento che portano al completamento dell'acquisto. In questo esempio, la canalizzazione in genere non include singole pagine di prodotti, bensì solo le pagine finali comuni a tutte le transazioni.

Il rapporto Navigazione ca	analizzazione defin	ita indica l'efficac	ia con cui riesci	a mantenere i	visitatori durante il	processo di	conversione.

	URL	Nome	
Passaggio 1	http://www.suosito.it	Home page	🗖 🗖 Passaggio obbligatorio
Passaggio 2	http://www.suosito.it/donazioni	Pagina di donazione]
Passaggio 3	http://www.suosito.it/grazie	Pagina ringraziamento]
Passaggio 4	http://www.suosito.it/conferma	Conferma donazione]
Passaggio 5]
Passaggio 6]
Passaggio 7]
Passaggio 8]
Passaggio 9]
Passaggio 10]
Obiettivo (vedi sopra)			

Transazione: le singole conversioni completate sulla pagina obiettivo. Ad esempio, un visitatore può effettuare contemporaneamente quattro donazioni sul sito, le quali però verranno considerate come una sola conversione, in quanto la pagina obiettivo viene raggiunta una sola volta. Tali donazioni verranno tuttavia considerate come una sola volta. Tali donazioni verranno tuttavia considerate come una sola volta. Tali donazioni verranno tuttavia considerate come una sola volta.

Impostazioni supplementari

Impostazioni suppler	nentari
Maiuscole/minuscole	Ad esempio, home.htm anziché Home.htm Gli URL inseriti sopra devono corrispondere esattamente agli URL visitati per quanto concerne l'uso delle maiuscole e delle minuscole.
Tipo di corrispondenza	Corrispondenza principale
Valore obiettivo	
Salva modifiche	Annulla

URL dinamico: URL derivante dalla ricerca di un sito web basato su database o URL di un sito web che esegue uno script.

Tipi di corrispondenza: descrivono i parametri URL delle pagine. Le definizioni dei tre tipi di corrispondenza sono oprietary disponibili nel Centro assistenza.

Funzioni obiettivo avanzate

- Impostare i passaggi della canalizzazione nei quali l'URL non cambia
- In un passaggio del percorso di canalizzazione, raccogliere i dati su un gruppo di pagine. Ad esempio:
 - 1. Home page
 - 2. Pagina camicie o Pagina pantaloni o Pagina cappelli
 - 3. Pagina di checkout
 - 4. Obiettivo: Pagina di ringraziamento

È possibile definire:

- 4 obiettivi per profilo
- 10 passaggi per obiettivo

Flash: software di web design che consente di creare animazioni web eseguibili su un sito.



Questa sezione illustra come effettuare le seguenti operazioni:

Implementazione della codifica automatica nell'account Analytics

Gesti	Gestione campagna Rapporti Analytics Account personale					
Imposta	mposta zioni Analytics <u>Visualizza rapporti:</u> Faiclic per selezionare Profilo sito web. 💌					
Impo	stazioni Analytics					
Da que	esta pagina puoi gestire i profili dei tuoi siti web, creare filtri pers	sonalizzati o predefiniti e controllare l'acce	sso ai rapporti di Analy	γtics.		
				-		
Profil	li siti web					
	<pre><< Prec 1 - 1 / 1 Successivo >></pre>	Mostr	ra 10 💌 Cerca		⊕ ⊜	
	Nome	Rapporti	Impostazioni	Elimina	Stato	
1.	www.miositoweb.com	<u>Visualizza rapporti</u>	<u>Modifica</u>	Elimina	Codice di monitoraggio non rilevato Verifica stato	
					Obiettivi di conversione (0)	

Codifica automatica: opzione dell'account AdWords collegato, che consente di "attivare" la codifica di tutte le parole chiave dell'account affinché Analytics possa creare rapporti sul loro rendimento. Ciò consente di risparmiare tempo evitando di dover "attivare" manualmente ogni singola parola chiave.

26

Google							
Gestione campagna Rapporti Analytics	Account personale						
<u>Riepilogo pagamenti Preferenze di fatturazione Accesso Pre</u>	Riepilogo pagamenti Preferenze di fatturazione <u>Accesso</u> Preferenze account						
Preferenze account							
Informazioni accesso - <u>Esegui le modifiche in Google</u>	Fuso orario						
Accounts »	(GMT-08:00) Fuso orario del Pacifico - USA						
Indirizzo e-mail: Password:							
Sostituisci login con un altro account Google	ID PharmacyChecker - <u>modifica</u>						
Draferenza di natifica							
Emoil:	Numero di riferimento - <u>modifica</u>						
►rrian. ▶ <u>Tipologie e metodi di notifica (online, email, cellulare)</u>	Codifica automatica: Sì						
Proforonzo linguisticho modifica	Termini e condizioni di AdWords di Google						
Vieualizza lingua: Italiano	Consulta il <u>documento stampabile</u> (si apre in una nuova finestra).						
Livello di accesso							
Accesso amministrativo ② Come faccio a modificare il mio livello di accesso?							

Codifica automatica: opzione dell'account AdWords collegato, che consente di "attivare" la codifica di tutte le parole chiave dell'account affinché Analytics possa creare rapporti sul loro rendimento. Ciò consente di risparmiare tempo evitando di dover "attivare" manualmente ogni singola parola chiave.

27

Google		
Gestione campagna Rapporti	Analytics	Account personale
<u>Riepilogo pagamenti</u> <u>Preferenze di fatturazio</u>	<u>ne Accesso</u> Pre	ferenze account
Preferenze account		
Informazioni accesso - <u>Esegui le modifi</u>	che in Google	Fuso orario
Accounts » Indirizzo e-mail:		(GMT-08:00) Fuso orario del Pacifico - USA
Password:		ID PharmacyChecker - <u>modifica</u>
Sostituisci login con un altro account Googi	2	ID PharmacyChecker Nessun ID
Preferenze di notifica - <u>modifica</u>		Numero di riferimento - modifica
Email: NTipologia e metodi di potifica (opline, emai	l collularo)	Codifica automatica: Sì
• <u>Hologie e metodi di notifica (onime, emai</u>		
Preferenze linguistiche - <u>modifica</u>		Termini e condizioni di AdWords di Google
Visualizza lingua: Italiano		Consulta il <u>documento stampabile</u> (si apre in una nuova finestra)
Livello di accesso		Google
Accesso amministrativo 💿 Come faccio a min livello di a	<u>, modificare il</u> ccesso2	Gestione campagna Rapporti Anal
o Incito di a		Riepilogo pagamenti Preferenze di fatturazione Acces
		Opzioni di Analytics
		Aggiunta automatica degli URL di destinazion Aggiungi automaticamente gli URL di destinazion
		Salva modifiche Annulla

Codifica automatica: opzione dell'account AdWords collegato, che consente di "attivare" la codifica di tutte le parole chiave dell'account affinché Analytics possa creare rapporti sul loro rendimento. Ciò consente di risparmiare tempo evitando di dover "attivare" manualmente ogni singola parola chiave.

28



Attivazione dell'e-commerce sul sito

Questa sezione illustra come effettuare le seguenti operazioni:

• Attivare il monitoraggio dell'e-commerce per il sito

Attivazione del monitoraggio delle transazioni di e-commerce

Modifica informazioni sul p	profilo
Nome profilo:	www.miositoweb.com
URL sito web:	http://www.miositoweb.com (ad esempio, http://www.miosito.it/)
Pagina predefinita [?]:	(ad esempio, indice.html)
Paese o zona del fuso orario:	Stati Uniti
Fuso orario:	Fuso orario del Pacifico (GMT-08:00)
Escludi parametri di ricerca URL:	(ad esempio ID sessione, ID contenuto video ecc.)
Sito web e-commerce:	
Valuta:	Dollari USA (USD \$) Punti decimali 2 💌
	 Mostra simbolo di valuta prima dell'importo Mostra simbolo di valuta dopo l'importo
Applica i dati di costo:	
Salva modifiche Annulla	

E-commerce: acquisti online

Cookie: un pixel collocato nel computer dell'utente quando visita la pagina in modo da consentire ad Analytics di monitorare e segnalare una visita successiva alla pagina ³⁰

Attivazione del monitoraggio delle transazioni di e-commerce



E-commerce: acquisti online

Cookie: un pixel collocato nel computer dell'utente quando visita la pagina in modo da consentire ad Analytics di monitorare e segnalare una visita successiva alla pagina ³¹



Monitoraggio delle transazioni su siti di terzi

Questa sezione illustra come effettuare le seguenti operazioni:

• Attivazione del monitoraggio su siti di terzi

Monitoraggio delle transazioni su siti di terzi



Carrello degli acquisti di terzi: un altro sito web che ospita il carrello degli acquisti.

Ad esempio: Cafepress potrebbe essere il carrello degli acquisti di terzi per North American Llama Rescue

Google Confidential and Proprietary 33



Rapporti di Google Analytics

Questa sezione illustra come effettuare le seguenti operazioni:

- Impostazione degli intervalli di date in Analytics
- Visualizzazione di un rapporto Visitatore (sezione 1)
- Visualizzazione di un rapporto Sorgenti di traffico (sezione 1)
- Visualizzazione di un rapporto Conversione sorgente (sezioni 2-7)

Strumenti per la creazione di rapporti



Visualizza rapporti



Intervallo date: le date di inizio e di fine del periodo di riferimento del rapporto.

Visualizza rapporti - Calendario

- Impostare l'intervallo date facendo clic sulla freccia accanto alla data. In questo modo viene visualizzata la finestra del calendario.
- Selezionare la scheda Calendario
- Nel calendario, scegliere la data di inizio e la data di fine, quindi selezionare "Applica intervallo"



Visualizza rapporti - Cronologia

- Impostare la cronologia facendo clic sulla freccia accanto alla data. In questo modo viene visualizzata una finestra.
- Selezionare la scheda Cronologia
- Nel grafico della cronologia, trascinare la finestra per coprire l'area per la quale visualizzare i rapporti
- Fare clic su "Applica intervallo"



Visualizza rapporto visitatore

Utilizzare la barra di navigazione laterale per:

- Visualizzare il numero di pagine visualizzate al giorno, la media e il totale relativi all'intervallo date
- Esportare il rapporto in formato .txt, .xml ed .exl o stampare il rapporto

# Bacheca	Visitatori Esporta 💌 🖂 Email 🔠 Aggiungi alla Bacheca			27/ago/0	7 - 27/ago/07 👻
Introduzione Overlay carta geografica					Visitatori 🔻
Nucvi e di ritorno					
Lingue					
▶ Trend visitatori	13 agosto 2007	20 agosto 2007	27 agosto 2007	03 settembre 2007	
► Fedeltà visitatori	-				
▶ Funzionalità del browser	0 utenti hanno visitato questo	o sito			
▶ Proprietê di rete					
Defnito dall'utente					
🕄 Forti di traffico					
🗋 Sezioni del sito					
P Obiettiv					
\ ∏ E-commerce					

Visite: utenti unici che visitano il sito

Visualizzazione del rapporto sorgente

Utilizzare la barra di navigazione laterale per:

• Visualizzare le sorgenti di referral alla pagina, le parole chiave con il rendimento più elevato e la località di origine



Sorgente: utenti unici che visitano il sito (diretto)((nessuno)): indica che un utente ha inserito l'URL del suo sito nel proprio browser.

Visualizza rapporto sulle conversioni

Utilizzare la barra di navigazione laterale per:

•Visualizzare il monitoraggio di ogni obiettivo

•Individuare gli obiettivi con il rendimento migliore

🗄 Bacheca	Introduzione_»				
8 Visitatori	Tasso di conversior	ne		27/ago/07	- 27/ago/07 🔻
SFonti di traffico	Esporta 💌 🖂 Email 🔠 Aggiungi alla Bac	checa			
🗌 Sezioni del sito 🛛 👝				Tasso di convers	ione all'obiettivo 1 +
P Obiettivi 1					
Introduzione					
Totale conversioni					
Tasso di conversione (2)		20	27	02	
Verifica obiettivo	13 agosto 2007	20 agosto 2007	127 agosto 2007	103 settembre 2007	I
Percorso obiettivo inverso					
Valore obiettivo					
Canalizzazioni abbandonate	Seleziona obiettivo: Obiettivo 1: grazie	Visualizza per: Ogni giorno Oqni ora			
Visualizzazione canalizzazione					
\ ∏ E-commerce	lunedì 27 agosto 2007	7 0,00%			
Impostazioni					
🖂 Email					

Rapporto conversione sorgente

Utilizzare la barra di navigazione laterale per:

• Individuare le sorgenti che generano maggior traffico



Riepilogo e passaggi successivi

Google Analytics

Sofisticato, ma facile da utilizzare

Funzionalità di livello aziendale a un costo accessibile a chiunque desideri migliorare la propria attività di marketing e la struttura del proprio sito

Integrato con AdWords

Fornisce automaticamente valori di riferimento sulla redditività dell'investimento AdWords, senza essere obbligati a importare dati sui costi o ad aggiungere le informazioni sul monitoraggio alle parole chiave

Gratuito

Google Analytics ci offre l'opportunità di investire sugli inserzionisti e su chiunque altro desideri creare contenuti di qualità sul Web





Google Risorse aggiuntive

Risorsa	Consigliata per
Centro assistenza AdWords di Google http://adwords.google.com/support	Istruzioni e risoluzioni di problemi per l'account AdWords collegato ad Analytics.
Centro assistenza di Google Analytics: http://www.google.com/support/analytics	Domande specifiche su Google Analytics
Blog di Google Analytics: <u>http://Analytics.blogspot.com/</u>	Ultime notizie, suggerimenti e risorse dal team di Google Analytics.
Ottimizzazione delle attività di marketing all'Università delle conversioni: <u>http://www.google.com/Analytics/conversionuniversity.html</u>	Ulteriori informazioni sull'ottimizzazione delle attività di marketing e dei contenuti e suggerimenti sull'analisi dei dati web
Forum utenti di Google Analytics: http://groups.google.com/group/analytics-help	Suggerimenti, consigli e bacheca per domande ad altri utenti di Google Analytics

Risorsa	Consigliata per
Tipi di corrispondenza: http://AdWords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&hl=it	Definizioni dei diversi tipi di corrispondenza
Obiettivi e canalizzazioni per siti dinamici: http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=26918&hl=it	Descrizione dei valori dinamici
Obiettivi avanzati: http://AdWords.google.com/support/bin/topic.py?topic=8151&hl=it	Domande frequenti (FAQ) sull'impostazione di obiettivi avanzati
Glossario Google Analytics: http://www.google.com/support/Analytics/bin/static.py?page=glossary. html	Ricerca della terminologia di Google Analytics

Glossario

URL: indirizzo del sito web, ad esempio, http://www.google.it.

Sottodominio: directory disponibile all'interno di un'altra directory.

Obiettivo: una pagina del sito raggiunta dal visitatore dopo aver completato l'attività da lei desiderata, ad esempio una pagina di ringraziamento.

Conversione: un obiettivo completato è considerato una conversione.

Canalizzazione: la serie di pagine visitate da un utente per raggiungere la pagina obiettivo.

Punto di abbandono: la pagina visitata da un utente dopo aver abbandonato la canalizzazione.

Punto di entrata: la pagina visitata da un utente prima dell'inizio della canalizzazione. Non corrisponde sempre alla home page.

Referral: l'origine da cui i visitatori vengono inviati a un sito. Può trattarsi di un motore di ricerca, di un link a un altro sito, di un annuncio, ecc.

Ordini: le singole conversioni completate sulla pagina obiettivo. Ad esempio, un visitatore può effettuare contemporaneamente quattro donazioni sul sito, le quali però verranno considerate come una sola conversione, in quanto la pagina obiettivo viene raggiunta una sola volta. Tali donazioni verranno tuttavia considerate come quattro singoli ordini.

URL dinamico: URL derivante dalla ricerca di un sito web o di un URL di un sito web che esegue uno script.

Glossario

Tipi di corrispondenza: esistono tre tipi di corrispondenza che consentono di controllare la corrispondenza tra i passaggi della canalizzazione e la pagina degli obiettivi, e gli URL visitati dagli utenti.

Flash: software di web design che consente di creare animazioni web eseguibili su un sito.

Codifica automatica: opzione dell'account AdWords collegato, che consente di codificare tutte le parole chiave dell'account affinché Google Analytics possa creare rapporti sul loro rendimento. Ciò consente di risparmiare tempo evitando di dover codificare manualmente ogni singola parola chiave.

E-commerce: l'acquisto e la vendita di beni e servizi e il trasferimento di fondi per via digitale, generalmente utilizzando un carrello degli acquisti.

Cookie: piccola quantità di dati di testo trasmessi a un browser web da un server web. Ad esempio, un sito protetto può memorizzare un identificatore temporaneo in un cookie dopo che hai eseguito l'accesso, per indicare che l' utente è autorizzato.

Carrello degli acquisti di terzi: un altro sito web che ospita il carrello degli acquisti. Ad esempio, Cafepress è il carrello degli acquisti di terzi per Cash for Critters.

Intervallo date: le date di inizio e di fine del periodo di riferimento del rapporto.

Visite: una quantità definita di interazione tra visitatori e un sito web.

Pagine visualizzate: file o contenuto inviato da un server web generalmente considerato un documento web. Ogni volta che un file definito come pagina viene reso disponibile, Google Analytics registra una visualizzazione di pagina.

Sorgente: indica il modo in cui un utente ha raggiunto il sito.



Lanciati nell'analisi dei dati web!

Email: googlegrants-it@google.com