

Google Analytics - guida all'avvio veloce

Altri sistemi di analisi

- Tracciamento delle conversioni Adwords
- Crea "mappe di calore" Crazyegg.com

Avanzato

- Ricerca interna
- rapporti e-commerce
- Tracciamento avanzato degli obiettivi
- Tracciamento avanzato per Adwords - risparmia €€€
- Segmenti avanzati
- es. disaggregare il traffico interno
- es. segmenti geografici
- Profili multipli per lo stesso sito
- URL builder di google (per tracciare qualsiasi cosa)

I report più utili

- Visite totali
- Nuovi e di ritorno
- Tempo sul sito
- Browser e risoluzioni dello schermo
- Visitatori
- Diretto (indirizzo digitato)
- Siti di riferimento (visite da altri siti)
- Traffico pagato (es. Adwords)
- Organico (es. SEO)
- Campagne taggate
- Fonti di traffico - totale
- Contenuti principali
- Pagine di destinazione principali
- Pagine di uscita principali
- Contenuti

Perché ti serve

- Il problema
 - hits = poco significative
 - programmi di base (Webalizer/AWstat) poco potenti
 - non puoi migliorare quel che non riesci a misurare
- La soluzione
 - sapere come gli utenti interagiscono col tuo sito
 - sapere cosa funziona - farlo di più
 - sapere cosa non funziona - smettere di farlo
- è potente e GRATUITO
- Altri sistemi sono ugualmente buoni (es. clicktracks, Urchin) ma costano €€€

Setup di base

1. Crea un account su www.google.com/analytics
2. Aggiungi un profilo
3. Inserisci il codice di tracciamento nell'HTML di TUTTE le pagine
4. Crea uno o più obiettivi

Setup degli obiettivi

- Obiettivo = Azione importante, es.
 - iscrizione
 - richiesta di informazioni
 - vendita
- Per crearli
 1. Clicca "impostazioni Analytics"
 2. Clicca "modifica"
 3. Aggiungi "URL obiettivo" e "nome obiettivo"
 4. Le altre impostazioni sono opzionali

