

Google Analytics

Migliora la performance del tuo sito!

Data:	**9 Marzo 2011**
Durata:	**8h**
Location:	**MILANO – Blend Tower, P.zza IV Novembre, 7**
Max Partecipanti:	**15**

C'è una differenza sostanziale tra contare i visitatori e analizzare la performance di un sito!
Google Analytics è uno strumento di analisi statistica, non è un contatore di clicks, e come tale non si ferma alla presentazione inerte di numeri e grafici.

Apprendere a usare Google Analytics significa entrare nella logica di un efficace (e gratuito) strumento per migliorare il rendimento e il ROI di un sito web. Si, perché avere un sito web oggi e non avere un monitoraggio statistico installato è impensabile.

Perché un seminario di 8 ore dedicato a questo tema? Perché lo strumento, per quanto potente, non potrà mai prendere decisioni per te. Dedicare del tempo a studiarlo, comprenderne le logiche e soprattutto estrapolarne i dati che servono *a te* è un'attività difficile ma anche molto soddisfacente.

Fermarti a leggere i rapporti standard e annegare in un mare di numeri non aiuta il business della tua azienda. In 8h ti insegneremo a vedere la logica dietro i numeri, il semplice filo di Arianna che passa tra tabelle apparentemente complesse.
Dovrai rassegnarti: una volta iniziato a usare seriamente Google Analytics non potrai più farne a meno!

Descrizione Generale

Il sito è uno strumento vivo, trattalo come tale!
La vera interattività si crea ascoltando gli utenti e migliorando il proprio prodotto/servizio in base al feedback che ricevi da loro. Impara a tendere l'orecchio verso il traffico del tuo sito.

Potrebbe sorprenderti scoprire come ti trova chi ti cerca, cosa vuole chi ti visita, cosa vede chi ti contatta. Google Analytics ti stupirà mostrandoti quanta creatività sia necessaria nella strategia di misurazione del traffico e nell'interpretazione dei numeri!

Contenuti del corso

- Comprensione dei **flussi di persuasione** degli utenti
- Differenze monitoraggio *passivo* e monitoraggio *attivo*
- Differenze tra Google Analytics e i sistemi basati sul **log file**
- La logica di Google Analytics: **misurare trends** per migliorare la performance
- Il **circolo virtuoso** dell'analisi statistica
- **Configurazione dell'account** Analytics
- **Filtri, obiettivi e conversioni**
- **L'interfaccia** di Google Analytics
- Interazione con **Google AdWords**: le differenze tra i dati raccolti

- **Metriche e dimensioni**, le fondamenta di tutti i rapporti
- I rapporti **base** e i segmenti **avanzati**
- **Esportazione e invio** della reportistica (personalizzata e non)
- **A/B** testing e test **multivariato**
- Introduzione alle funzioni avanzate: **custom reports, advanced segments, custom variables**

Obiettivi del workshop

- Comprensione dei principi e dei termini di Google Analytics
- Comprensione della necessità di usare strumenti di analisi del traffico
- Designazione degli obiettivi
- Definizione di metriche e KPI per la gestione proattiva delle statistiche
- Filtri dei dati e individuazione dei dati utili
- Metodi di misurazione del ROI
- Modalità di reportistica

Key Questions

- Sai chi guarda il tuo sito e che cosa guarda?
- Le pagine più viste sono anche le pagine più importanti?
- Come valuti il posizionamento dei contenuti nell'interfaccia?
- Esistono flussi di navigazione precisi sul tuo sito?
- Sicuramente hai degli obiettivi sul tuo sito: sai già come capire se li hai raggiunti?

Dedicato a:

- Responsabili marketing online e offline
- Titolari d'impresa
- Consulenti aziendali
- Responsabili comunicazione, eventi e pr
- Dirigenti commerciali
- Web Designers
- Web Masters

TAG Cloud

- Google Analytics
- Ottimizzazione, conversioni e performance
- Flussi di canalizzazione
- Monitoraggio statistico
- Web analytics
- Statistiche, obiettivi e contenuti
- Data management