

2020

Analytics per giornalisti

ASSOCIAZIONE STAMPA ROMANA

Di cosa parleremo...

- 1. CONCETTI BASILARI DI ANALYTICS**
- 2. PANORAMICA DELLE FUNZIONALITA' E DELLE METRICHE**
- 3. CASI DI STUDIO**
- 4. DOMANDE RISPOSTE**

1

Concetti di base

UTENTI

Utenti unici, visitatori

Gli utenti che hanno visitato il sito in un dato periodo indipendentemente da quante volte lo hanno visitato

SESSIONI

Visite

Una serie di azioni che un utente esegue su un sito in maniera continuativa senza interruzioni maggiori di 30 minuti

PAGE VIEW

Impression

Ogni volta che una qualsiasi pagina del sito viene visualizzata da chiunque

DURATA SESSIONE MEDIA

La durata media delle sessioni
di navigazione in tutto il sito
in un dato periodo

TEMPO MEDIO SULLA PAGINA

La durata media delle visite
ad una singola pagina
in un dato periodo

BOUNCE RATE

Percentuale di rimbalzo

La percentuale di volte in cui un utente entra nel sito e ne esce senza aver eseguito alcuna operazione rispetto alle sessioni totali

Nelle sessioni con il rimbalzo la metrica “pagine/sessione” è ovviamente pari a 1 (uno)

ATTENZIONE

Su Analytics la metrica “durata sessione media” è relativa alle sole sessioni con più di una pagina visitata

SORGENTE / MEZZO

I canali di acquisizione del traffico

La sorgente è la fonte del traffico

ESEMPIO: Google, Facebook, Twitter, ecc

Il mezzo è la modalità del traffico:

organica (gratuita) VS a pagamento

2

Panoramica delle funzionalità

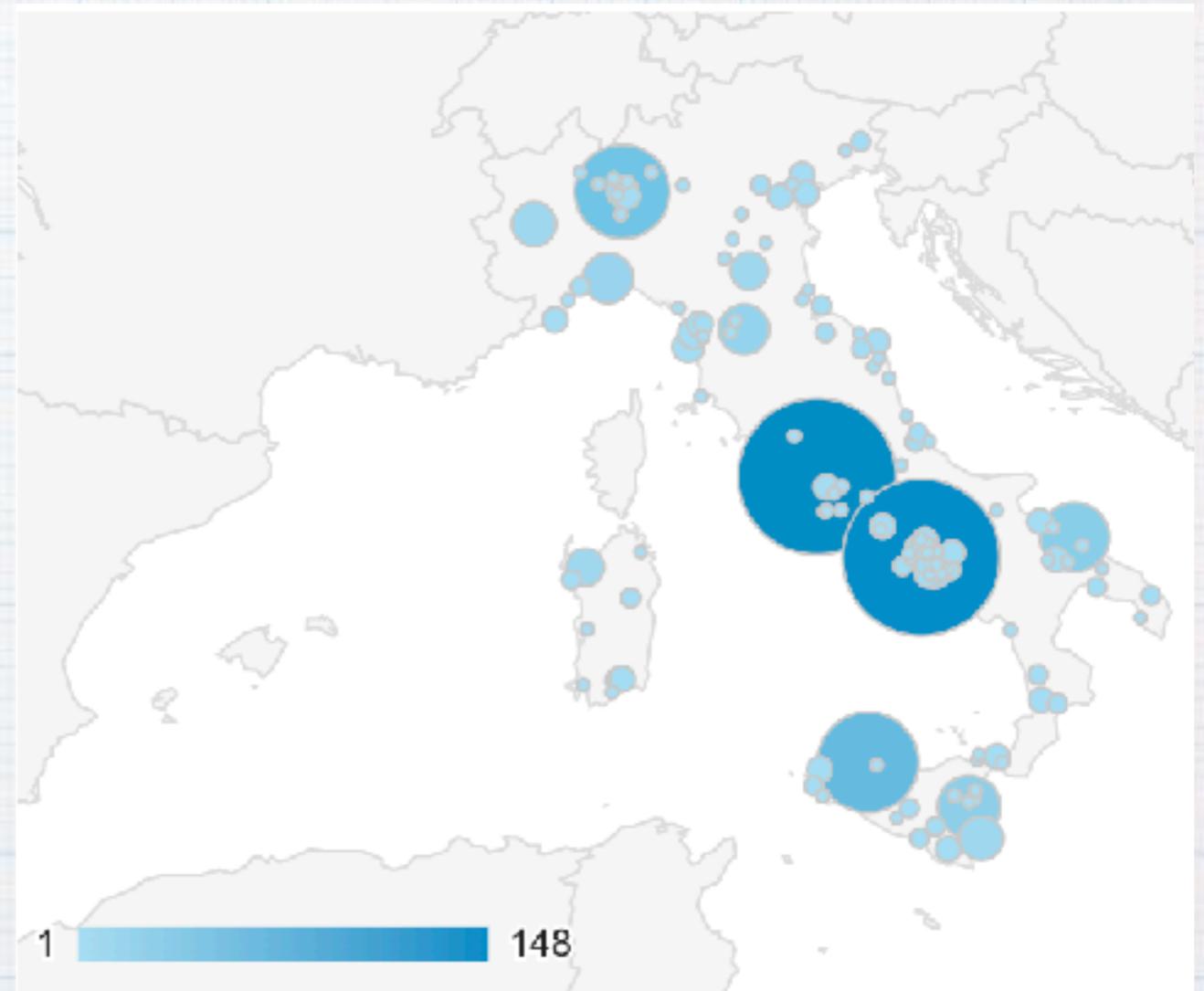
Passiamo alla condivisione dello schermo...

3

Casi di studio

Pubblico > dati geografici

1. Rome	148 (18,55%)
2. Naples	146 (18,30%)
3. Palermo	61 (7,64%)
4. Milan	56 (7,02%)
5. (not set)	37 (4,64%)
6. Bari	30 (3,76%)
7. Catania	26 (3,26%)
8. Florence	17 (2,13%)
9. Genoa	15 (1,88%)
10. Syracuse	11 (1,38%)

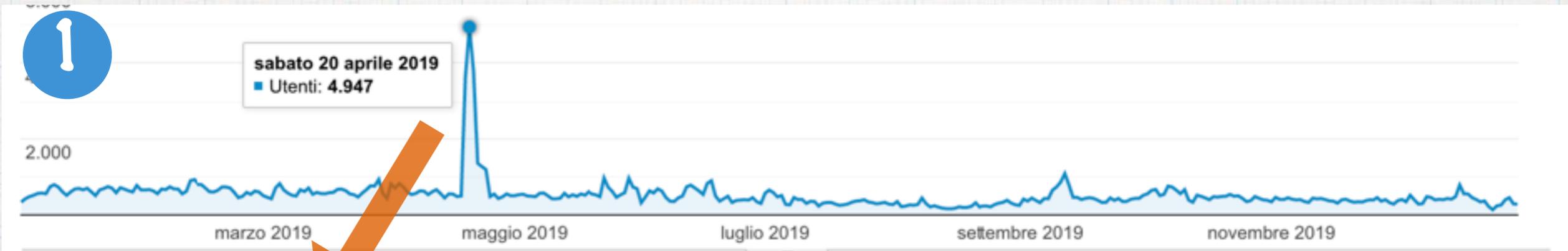


Quotidiano locale con informazioni di servizio e cronaca cittadina

1. Pubblico > panoramica

2. Acquisizione > Tutto il traffico > Canali

3. Comportamento > Tutte le pagine



3

1. Referral	12.642 (69,25%)	
2. Organic Search	3.585 (19,64%)	
3. Direct	1. Referral	
	16-apr-2019 - 26-apr-2019	12.642 (69,25%)
	5-apr-2019 - 15-apr-2019	101 (1,69%)
	% modifica	12.416,83%

Analisi dei picchi

Caso studio 3

1.Acquisizione > Campagne > Tutte...

2.Acquisizione > Tutto il traff. > Canali > google/organic > filtro pagina

1

Campagna ?	Acquisizione			Comportamento			Obiettivi ▾
	Utenti ? ↓	Nuovi utenti ?	Sessioni ?	Frequenza di rimbalzo ?	Pagine/sessione ?	Durata sessione media ?	Completamenti obiettivo ?
	27.835 % del totale: 17,87% (155.726)	20.778 % del totale: 13,93% (149.160)	43.163 % del totale: 19,29% (223.816)	54,37% Media per vista: 60,66% (-10,37%)	2,16 Media per vista: 1,94 (11,16%)	00:01:29 Media per vista: 00:01:24 (5,88%)	1.286 % del totale: 84,11% (1.529)
1. [redacted]	10.296 (36,66%)	5.443 (26,20%)	21.580 (50,00%)	38,56%	2,70	00:02:17	117 (9,10%)
2. [redacted]	8.847 (31,50%)	8.516 (40,99%)	10.348 (23,97%)	57,07%	1,74	00:00:41	1.046 (8,34%)

2

1. google / organic	/speciale-[redacted]	47.433 (24,15%)
	/2020/03/23/appello-ai-datori-di-l	

Analisi del mix delle fonti di traffico e delle conversioni

4

Domande e Risposte

Facili per favore...