* Immaginiamo un contesto lavorativo dove sono incaricato di analizzare i dati di una azienda che si occupa lead generation:  
    
  1) I dati che possono essere comunicati all’azienda sono molteplici e i KPI possono variare a seconda delle esigenze:   
   - Dati di sessione in landing page, ossia quante persone sono atterrate in un x dato temporale su una landing page dell’azienda.   
   - Bounce rate
* CTR sulle creatività
* Eventuali dati sensibili (se richiesti)

2) tutti i dati sopracitati sono utilissimi per capire varie situazioni, se ad esempio prendo come dato “pivot” il Bounce rate e noto che è alto. Più alto è il bounce rate più capisco che c’è uno o più problemi che possono essere:   
  
- C’è un problema di caricamento della landing page, o non carica o carica molto lentamente, quindi lo comunico al reparto tecnico per sistemare eventuali problemi

* C’è uno scarso interesse dell’utente nella landing page stessa, e qui comunicherei con il reparto dedicato alla creazione delle landing pages dicendogli di provvedere a modificare .
* Puà anche essere un problema legato al traffico di scarsa qualità o bottato, e qui andrei sempre a confrontarmi con il reparto di media buying per portargli il problema all'attenzione, loro succesivamente possono, o ottimizzare i publisher dove acquistano traffico, o comunicare direttamente con il network di riferimento che veicola quel traffico.

3) non necessariamente sono dati sensibili in questo caso specifico, si suppone che per ognuno dei dati sopracitati , le aziende non registrano alcun dato sensibile,può essere però che l’azienda stessa registri E.mail e numero di telefono, e , in alcuni casi, se il prodotto non è in affiliazione ma è un partner esclusivo, anche l’indirizzo di casa.  
  
4) posso evitare di comunicarli se l’azienda mi richiede uno studio su tutti tutti gli altri dati sopracitati meno eventuali mail numeri di telefono e indirizzi, altrimenti, se lo dovessero richiedere specificatamente, sarei obbligato a comunicarli, dato che sono stati raccolti consensualmente.  
  
5) all’entrata della landing page, che sia derivata da native o in organico e da altre fonti, l’utente da il consenso ai cookies e all utilizzo dei dati essenziali, quindi per questo caso specifico siamo GDPR compliant.