

# **Google Looker Studio GA e Google Sites**

## Agenda:

- ❑ L'importanza degli analytics per la presenza online
- ❑ Basi di Google Analytics
- ❑ Basi di Google Sites



## Perché?

- ❑ La presenza on-line è diventata fondamentale per moltissime company e avere una conoscenza di base degli strumenti utili al suo monitoraggio rappresenta un nice-to-have sul mercato aziendale.
- ❑ Saper utilizzare uno strumento no-code come Google Sites per creare un sito web può essere utile sia a livello di portfolio personale che come piattaforma per gestire dei report e delle presentazioni.

## Alla fine di questa lezione saprete:

- ❑ Cos'è Google Analytics
- ❑ Quali sono i dati fondamentali che vi vengono raccolti e visualizzati
- ❑ Come creare un sito web usando Google Sites
- ❑ Come connettere un sito web a Google Analytics ed attivare il monitoraggio

## La presenza online

La presenza online è l'insieme della presenza digitale che una persona o un'azienda ha su internet.

Oggi una forte presenza online è **fondamentale** per costruire:

- ☐ credibilità
- ☐ visibilità
- ☐ un vantaggio competitivo

## Analytics

Gli analytics sono tutti quegli strumenti che ci permettono la raccolta, misurazione, analisi e reportistica dei dati web al fine di **comprendere meglio i comportamenti online** e **prendere decisioni informate** sulla nostra presenza online.

Alcune, ma non tutte, le domande a cui gli analytics possono rispondere sono:

- ☐ Quante persone visitano il tuo sito?
- ☐ Cosa fanno sul tuo sito?
- ☐ Da dove provengono?

## Coinvolgimento

Il coinvolgimento di un utente, ad esempio su un e-commerce, può essere distinto in **tre fasi**:

- ❑ **Acquisizione**: prevede l'acquisizione dell'interesse degli utenti.
- ❑ **Comportamento**: il momento in cui gli utenti interagiscono con l'attività
- ❑ **Conversione**: il momento in cui un utente diventa cliente e genera una transazione con la tua attività.

Tramite l'applicazione degli analytics online possiamo monitorare i comportamenti che hanno portato all'acquisto, o quelli che l'hanno fermato, ed utilizzare questi dati per prendere decisioni informate riguardo a come raggiungere nuovi clienti o migliorare il rapporto con quelli esistenti.

## Google Analytics

Google Analytics è, come dice il nome, lo strumento di analytics fornito da Google.

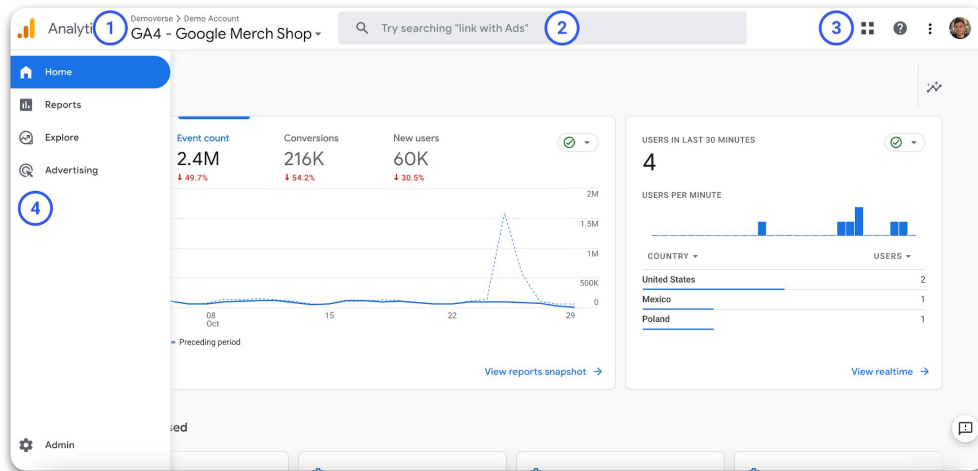
Esiste in versione gratuita, utile per le piccole/medie imprese e in versione a pagamento, ma in entrambi i casi **si integra anche con altri strumenti di Google** come Google ADS, Google Search Console e Google Looker Studio o programmi di BI come Power BI.



## Google Analytics

Per utilizzare Google Analytics è sufficiente avere un account Google ed effettuare l'accesso dal sito <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>

Una volta entrati ci troveremo di fronte a questa interfaccia:



1. Account e proprietà.
2. Barra di ricerca.
3. Altri prodotti, aiuto, gestisci account.
4. Navigazione nelle sottosezioni.

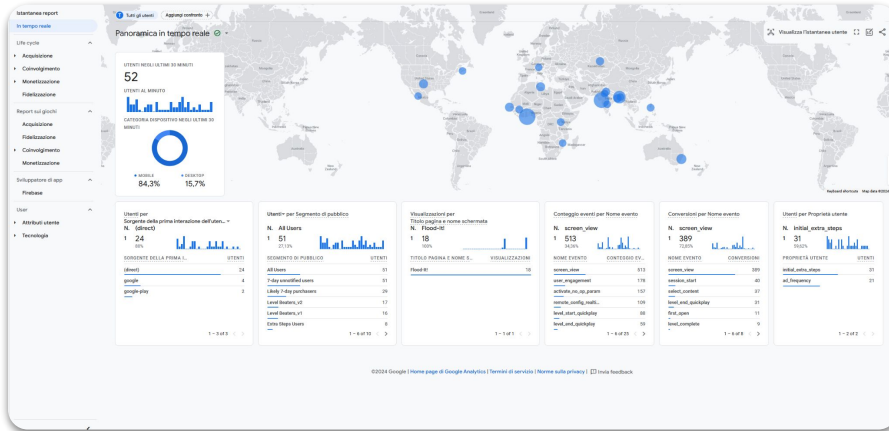
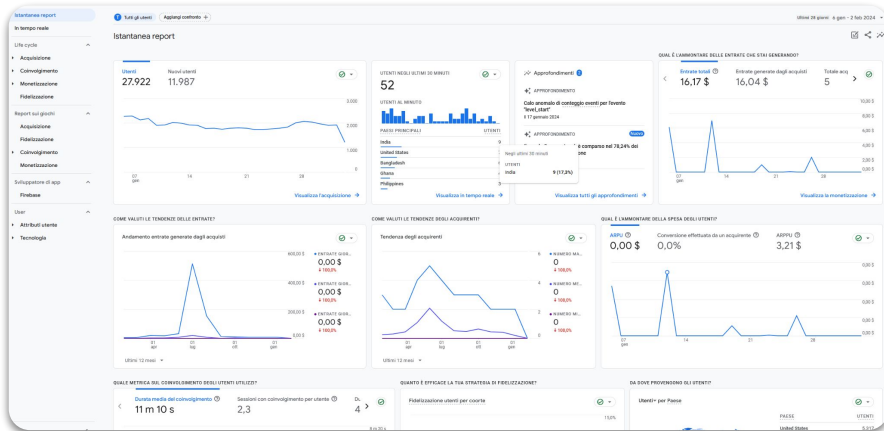
I dati che vediamo derivano da un'account demo, vedremo poi come configurare una proprietà per monitorare un nostro sito.

## Google Analytics

Cliccando sulla parte relativa ai report, avremo accesso in automatico a:

Istantanea Report

Report in tempo reale



## Acquisizione

Il report acquisizione ti dice il modo in cui gli utenti arrivano sul tuo sito.  
Ci sono due diverse categorie:

- ❑ **Acquisizione Utenti**: basati sull'engagement degli utenti
- ❑ **Acquisizione Traffico**: basati sull'engagement delle sessioni

Questa distinzione è importante, in quando un utente può avere diverse sessioni.

Per andare sul report Acquisizione Utenti: Ciclo di vita → Acquisizione → Acquisizione Utenti.

Puoi segmentare il report aggiungendo un confronto per dati **Demografici**, **Dispositivi** o **Eventi** personalizzati.

## Coinvolgimento

I report sul coinvolgimento mostrano **quello che gli utenti fanno sul sito**. Il coinvolgimento viene misurato in base a:

- ❑ **Tempo** nel quale il tuo sito era attivo nel browser dell'utente
- ❑ **Numero di utenti** che ha scrollato almeno il 90% della pagina
- ❑ **Conteggio di eventi e di conversioni**.

Per andare sul report: Ciclo di vita → Coinvolgimento → Pagine e schermate.

Si può segmentare il report aggiungendo un confronto fra i vari canali di marketing che vogliamo analizzare.

## Google Analytics

Esistono poi tutta una serie di report che riguardano altri aspetti della presenza online (monetizzazione, fidelizzazione...).

Queste sezioni approfondiscono aspetti particolari degli analytics, utili a seconda delle funzionalità che stiamo monitorando.



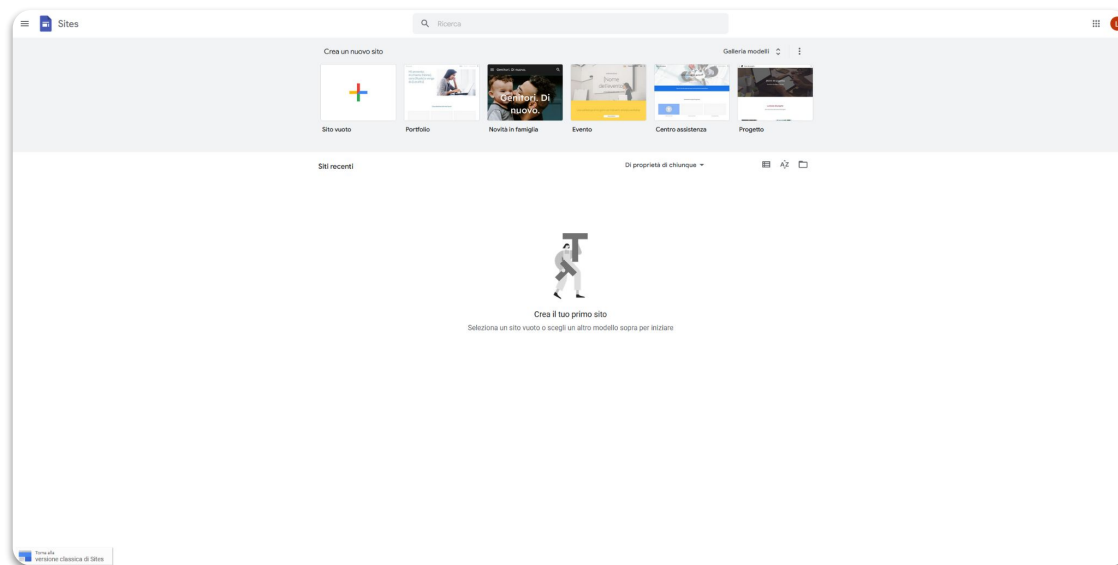
## Google Sites

Google Sites è un prodotto della suite Google utilissimo per creare dei siti web in modalità no-code.

Essendo uno strumento **no-code**, non ha la versatilità e le piene funzionalità di un sito web sviluppato in codice, ma permette di realizzare in modo **veloce** ed **intuitivo** delle pagine e gestire al tempo stesso la loro **pubblicazione** online.

## Google Sites

Si accede a Google Site con un account Google collegandosi a <https://sites.google.com/>.  
L'interfaccia permette di creare un nuovo sito da zero, o partendo da un template, o aprendo un sito su cui già abbiamo lavorato.



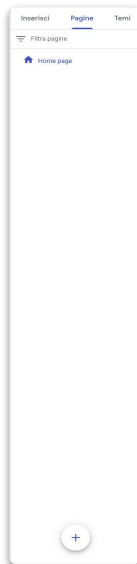
## Google Sites

Creando un nuovo sito si aprirà l'interfaccia su cui lavorare

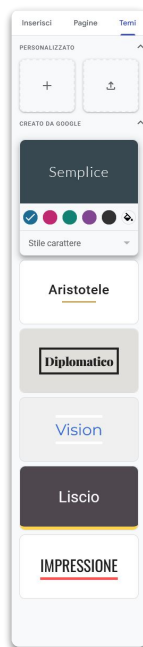
A destra  
troveremo  
una barra  
che ci  
permette di  
aggiungere e  
gestire tutti i  
componenti  
di cui  
possiamo  
avere  
bisogno



A fianco alla  
tab "Inserisci"  
troviamo la  
tab "Pagine",  
che ci  
permette di  
aggiungere e  
gestire pagine  
al nostro sito.



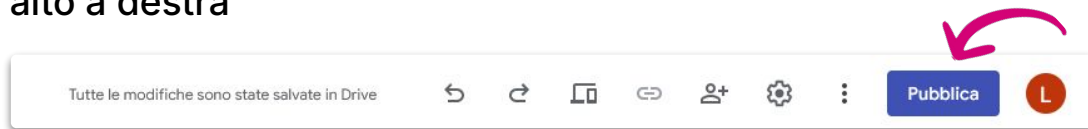
L'ultima tab è  
quella dei  
"Temi", per  
poter  
scegliere ed  
utilizzare un  
tema  
predefinito.



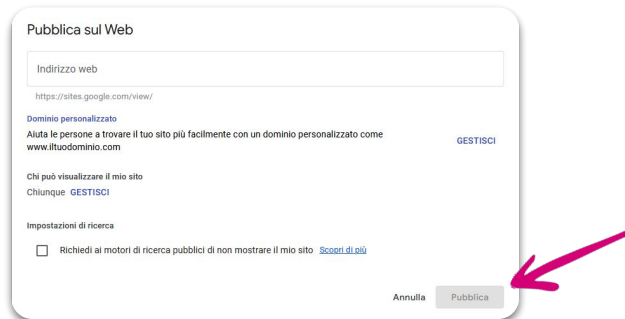


## Google Sites

Una volta che abbiamo creato il sito come desideriamo, per pubblicarlo è sufficiente cliccare sul tasto "Pubblica", in alto a destra



Comparirà una modalità, tramite cui possiamo definire gli ultimi dettagli. Cliccando poi su "Pubblica" in basso a destra il nostro sito sarà effettivamente online.



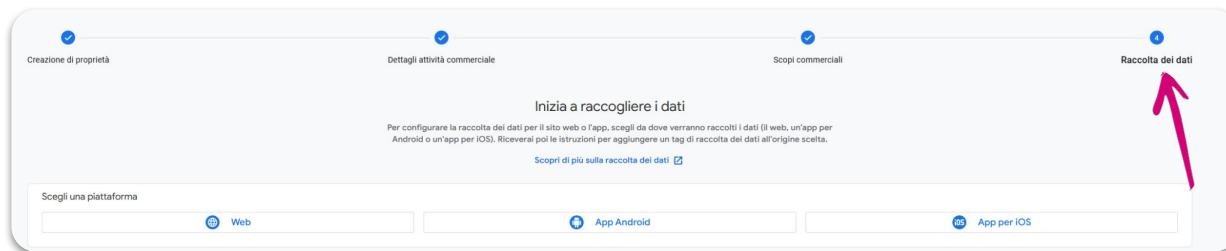
## Connessione a Google Analytics

Ora che abbiamo un nostro sito online, possiamo connetterlo a Google Analytics.

Essendo Google Sites uno strumento **no-code**, non imposteremo gli analytics tramite codice ma utilizzando le interfacce dei prodotti Google.

Connettiamoci a Google Analytics e, in basso a destra, clicchiamo sull'ingranaggio che ci porta alla pagina "Amministrazione" → "Crea" → "Proprietà".

Seguiamo gli step che ci vengono indicati. Arriviamo alla sezione 4: Raccolta dei dati



## Connessione a Google Analytics

Selezionando la piattaforma "Web", ci viene richiesto di inserire il nome del nostro sito. Una volta fatto questo, si aprirà un'altra modale in cui sarà presente un **ID-Misurazione**.



Copiamo questo codice, torniamo sul nostro sito in Google Sites, apriamo le impostazioni tramite l'ingranaggio in alto a destra ed inseriamo il codice nella sezione "**Analisi**", attivando dati e analisi.





**GRAZIE**  
Epicode