

ESERCIZIO PIXEL

FASE 1 - Progetta il funnel e i segnali da tracciare

1. Scegli un sito (reale o ipotetico), ad esempio:

- Un e-commerce di olio di Jojoba.

2. Definisci 3 azioni chiave che un utente potrebbe compiere nel sito e che vale la pena tracciare per migliorare il funnel di conversione:

- **Azione 1:** Visualizzazione di una scheda prodotto (es. "Olio di Jojoba Puro 100ml").
- **Azione 2:** Aggiunta al carrello di un prodotto.
- **Azione 3:** Completamento dell'acquisto.

3. Per ciascuna azione, indica:

- **Quale tipo di evento useresti: standard o personalizzato?**
- **Dove lo collocheresti (pagina o interazione)?**
- **A quale fase del funnel apparterrebbe (awareness / consideration / conversion)?**

Azione	Tipo di Evento	Posizione	Fase del Funnel
Visualizzazione scheda prodotto	Standard (PageView)	Pagina prodotto (es. /prodotto/olio-jojoba)	Awareness/Consideration
Aggiunta al carrello	Standard (AddToCart)	Click su bottone "Aggiungi al carrello"	Consideration
Completamento dell'acquisto	Standard (Purchase)	Pagina di conferma ordine (es. /grazie-acquisto)	Conversion

FASE 2 - Collega gli eventi a campagne pubblicitarie

1. Spiega come lo useresti per attivare una campagna su Meta, indicando:

- **Evento 1: PageView (Visualizzazione scheda prodotto)**
 - **Pubblico:** Retargeting per utenti che hanno visitato la pagina del prodotto ma non hanno aggiunto al carrello.
 - **Obiettivo:** Traffico / Conversioni (incentivare il ritorno).
 - **Creatività:** "Hai dimenticato il tuo olio di Jojoba? Le nostre offerte ti aspettano!" (con immagine del prodotto e sconto).
- **Evento 2: AddToCart (Aggiunta al carrello)**
 - **Pubblico:** Retargeting per utenti che hanno aggiunto prodotti al carrello ma non hanno completato l'acquisto.
 - **Obiettivo:** Conversioni (recupero carrelli abbandonati).
 - **Creatività:** "Il tuo carrello ti aspetta! Completa l'acquisto e scopri i benefici dell'olio di Jojoba." (con riepilogo del carrello e offerta di spedizione gratuita).
- **Evento 3: Purchase (Completamento dell'acquisto)**
 - **Pubblico:** Lookalike basato sugli acquirenti attuali per trovare nuovi potenziali clienti; Retargeting per upsell/cross-sell su prodotti complementari.
 - **Obiettivo:** Acquisti (per lookalike); Vendite (per upsell/cross-sell).
 - **Creatività (Lookalike):** Annunci che mostrano i benefici dell'olio di Jojoba e recensioni positive.
 - **Creatività (Upsell/Cross-sell):** "Ti è piaciuto il nostro olio di Jojoba? Prova anche la nostra linea di prodotti per capelli!"

2. Aggiungi una riflessione:

- **Il tracciamento che hai progettato è GDPR compliant?**
- **Cosa potresti perdere senza il consenso ai cookie?**
- **In quali casi passeresti a CAPI?**

Riflessione:

Il tracciamento proposto è progettato per essere il più compliant possibile con il GDPR, presupponendo l'implementazione di un banner di consenso ai cookie e la gestione delle preferenze dell'utente. Senza il consenso ai cookie, si perderebbero dati preziosi sul comportamento degli utenti, compromettendo l'efficacia del retargeting e la precisione dei pubblici lookalike, oltre a una visione

meno chiara del percorso di acquisto. Si passerebbe a CAPI (Conversions API) in tutti i casi in cui si voglia garantire una maggiore accuratezza del tracciamento degli eventi, superando le limitazioni dei browser e i blocchi dei cookie, o per inviare dati sensibili in modo più sicuro direttamente dal server.