

# Implementazioni GA4 e Google Tag Manager

Silvio Angelino

Modulo VI



# Creazione e configurazione account GTM

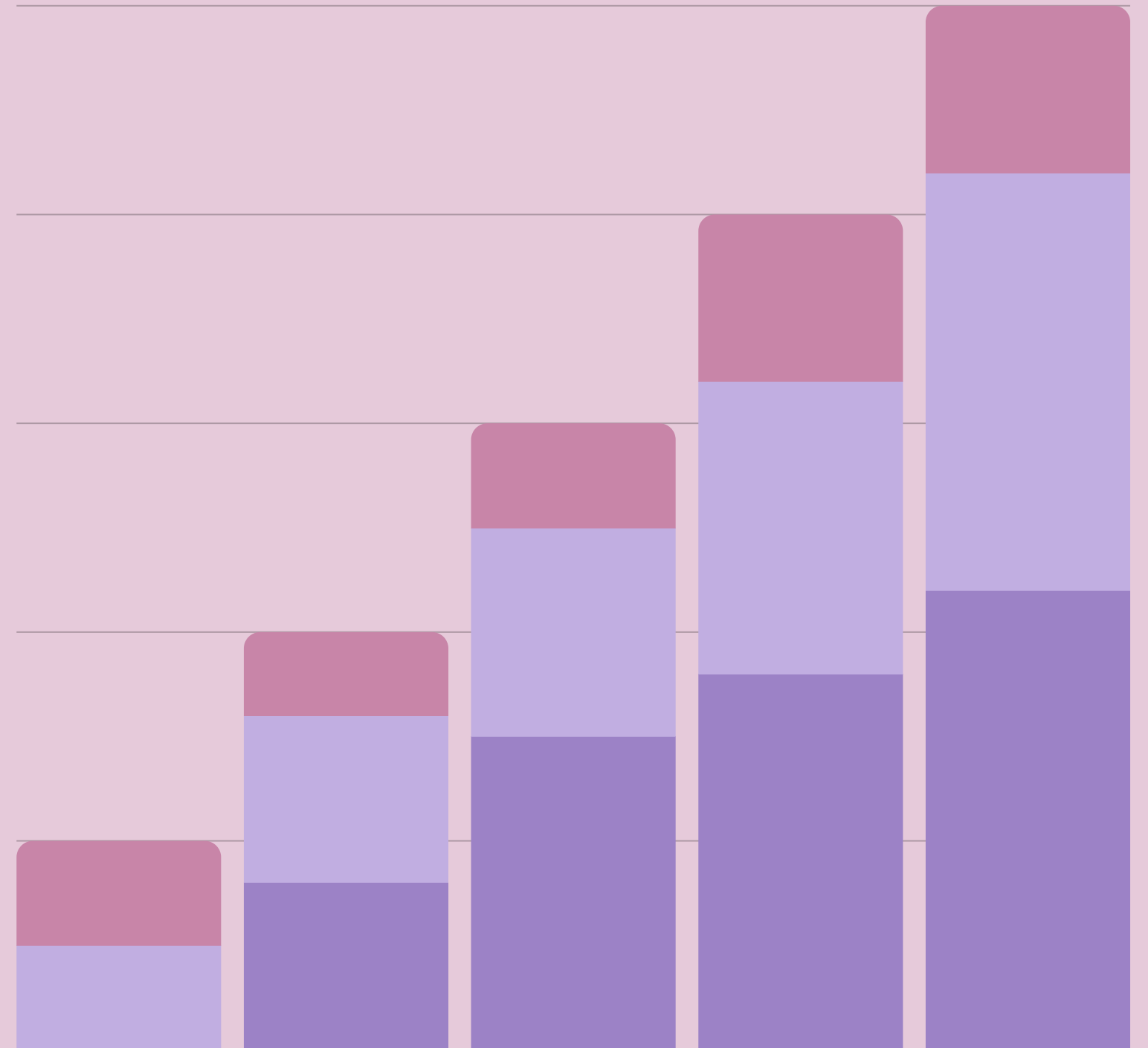
Per l'installazione di Google Tag Manager ho creato un account, con un nuovo contenitore per il mio sito web. Dopo la creazione del contenitore, ho ottenuto il codice e successivamente l'ho inserito nelle pagine del mio sito web su Shopify.

Ho utilizzato l'interfaccia di Google Tag Manager, i trigger e le variabili. I tag possono includere codici di tracciamento come quello di Google Analytics, mentre i trigger definiscono quando i tag devono essere attivati. Le variabili contengono informazioni utilizzare dati tag. Dopo aver configurato i tag, ho pubblicato nel le modifiche nel contenitore. Questo le ha resi attivi.



# Creazione proprietà GA4

Quanto alla creazione di una proprietà di Google Analytics (GA4), è stata fatta per semplificare e centralizzare la gestione dei tag. Google Tag Manager consente di aggiungere, modificare e gestire facilmente i tag senza dover intervenire direttamente sul codice del sito. Inoltre, GA4 è progettato per funzionare in modo ottimale con Google Tag manager, consentendo una maggiore flessibilità nella gestione dei dati di tracciamento e nell'implementazione di eventi personalizzati



# Implementazione di eventi personalizzati

Attraverso l'interfaccia di GTM, ho configurato tag personalizzati per tracciare eventi specifici come clic su bottoni, invio di moduli, o altre interazioni utente.

Trigger precisi sono stati definiti per attivare questi tag in risposta a specifici comportamenti degli utenti.

**Perché implementarli?** L'implementazione di eventi personalizzati attraverso Google Tag Manager è molto importante per ottenere una comprensione dettagliata del comportamento degli utenti sul nostro sito web, tra cui:

- Analisi del comportamento Utente: consentono di tracciare azioni specifiche degli utenti
- Ottimizzazione del Sito Web: è possibile identificare aree del sito che potrebbero beneficiare di ottimizzazioni.
- Valutazione delle prestazioni della campagna: valutare l'efficacia delle nostre campagne di marketing, vedendo quali azioni gli utenti fanno



# Che tipo di eventi ho implementato?

01.

**Finestra caricata:** Questo attivatore si attiva quando l'intera pagina, inclusi tutti gli elementi come immagini e script, è completamente caricata.

02.

**Inizializzazione:** Questo attivatore si attiva quando il Document Object Model (DOM) della pagina è pronto, anche se non tutti i file esterni, come immagini o script, sono stati completamente caricati.

03.

**Inizializzazione del consenso:** Questo attivatore è specificamente progettato per attivarsi quando il consenso per la gestione dei cookie è stato inizializzato tramite il modulo di consenso di GTM.



# Test e debug

Utilizzati per verificare l'attivazione corretta dei tag in risposta agli eventi specificati. Sono stati impiegati degli strumenti per monitorare in tempo reale l'invio di dati e assicurarsi che le informazioni fossero correttamente ricevute e elaborate.