



Google Analytics 4

Gianmarco
Giannelli



Mi presento



Gianmarco Giannelli

Dopo una laurea magistrale in Filosofia e un master in Big Data e Analytics, lavoro dal 2019 in Digital Pills, società di consulenza in ambito dati e insight, dove ricopre la posizione di senior web analyst e data strategist e si occupa di progetti di data strategy, data architecture e analytics.

in /gianmarco-giannelli

1. Introduzione a GA4

1.1 GA4 tool di Marketing Analytics

GA4 è uno **strumento di Digital Analytics** che permette di visualizzare dati relativi alle visite che gli utenti effettuano su un sito web / app

1.1 GA4 tool di Marketing Analytics

Gli strumenti di Digital Analytics hanno due principali finalità:

- Marketing Analytics
- Product Analytics

1.1 GA4 tool di Marketing Analytics



Marketing Analytics Tool

- Migliorare l'acquisizione
- Campaign reporting
- Sessioni/pagine
- Anonimo
- Centralizzato



Product Analytics Tool

- Migliorare il prodotto
- Visitor retention
- Eventi
- User autenticati
- Self service implementation and analysis

1.1 GA4 tool di Marketing Analytics

Google Analytics nasce come tool di **Marketing Analytics**, ma la nuova versione GA4 lo rende performante anche come strumento di **Product Analytics**

1.1 GA4 tool di Marketing Analytics

GA4 è ben integrato con tutta la suite Google, particolarmente vantaggioso per chi investe molto in adv Google

1.1 GA4 tool di Marketing Analytics

Connessioni disponibili

1. Google Ads integration
2. BigQuery Export integration
3. Display & Video 360 integration
4. Firebase integration
5. Google Ad Manager integration
6. Google Merchant Center integration
7. Google Optimize integration
8. Salesforce Marketing Cloud reporting integration
9. Search Console integration
10. Play integration
11. Analytics Search Ads 360 integration

1.2 GA4: la raccolta dati



Si aggiunge una **piccola porzione di codice** di misurazione JavaScript **all'interno di ogni pagina** del sito, che rappresenta il sensore che **ascolta le interazioni** che l'utente fa con il sito

Setup sistema di tracking

Raccolta dati

Elaborazione e generazione report

1.2 GA4: la raccolta dati

Due opzioni per installare il codice sul sito

Codice di monitoraggio
installato direttamente nel
codice del sito



Utilizzare Google Tag Manager per installare il tag di GA



1.2 GA4: la raccolta dati



Ogni volta che un utente visita una pagina web, il **codice di monitoraggio** raccoglierà **informazioni** su come l'utente ha interagito con la pagina in questione, informazioni dal browser (es. Lingua, dispositivo, sistema operativo), dati sulla sorgente di traffico

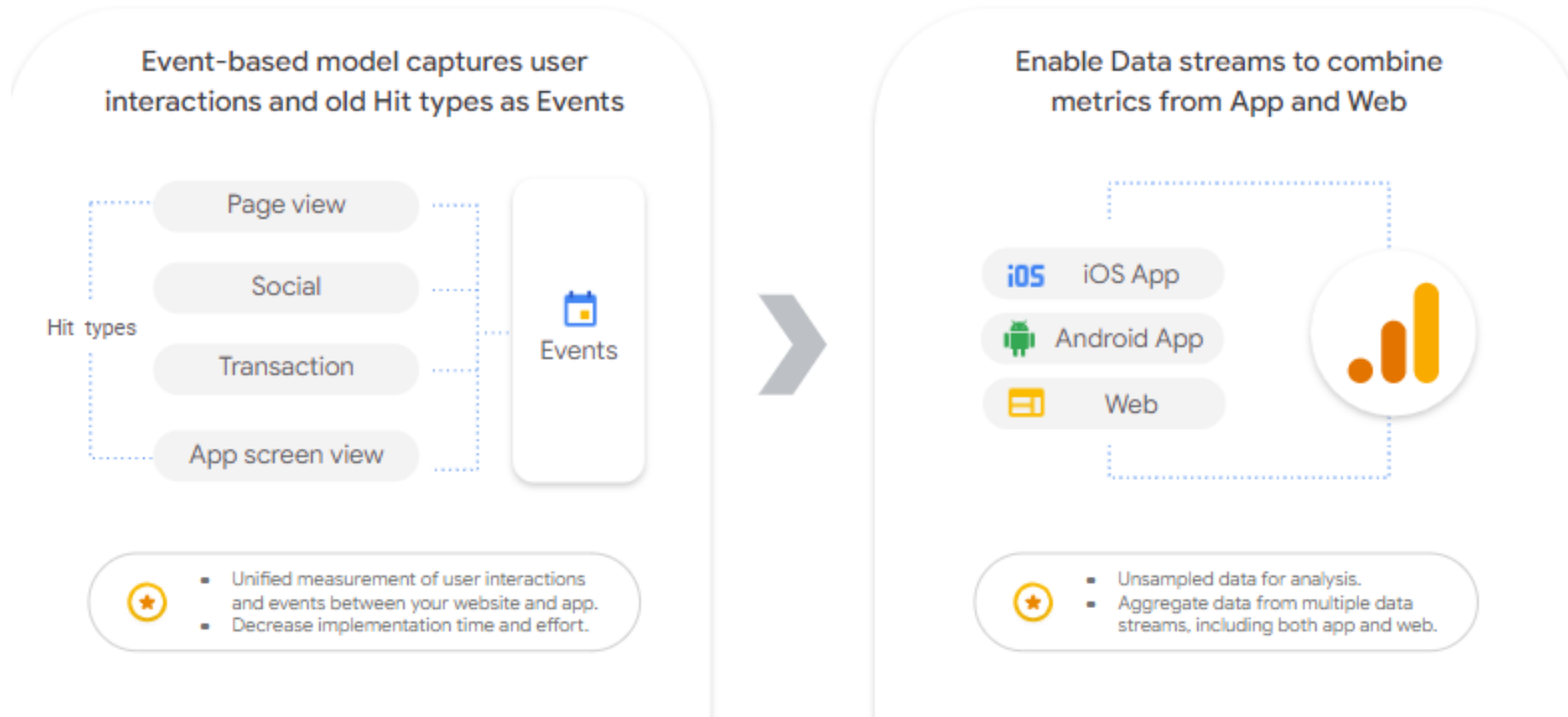
Setup sistema di tracking

Raccolta dati

Elaborazione e generazione report

1.2 GA4: la raccolta dati

GA4 App & Website Data Collection



1.2 GA4: la raccolta dati

I dati vengono inviati sotto forma di eventi e parametri

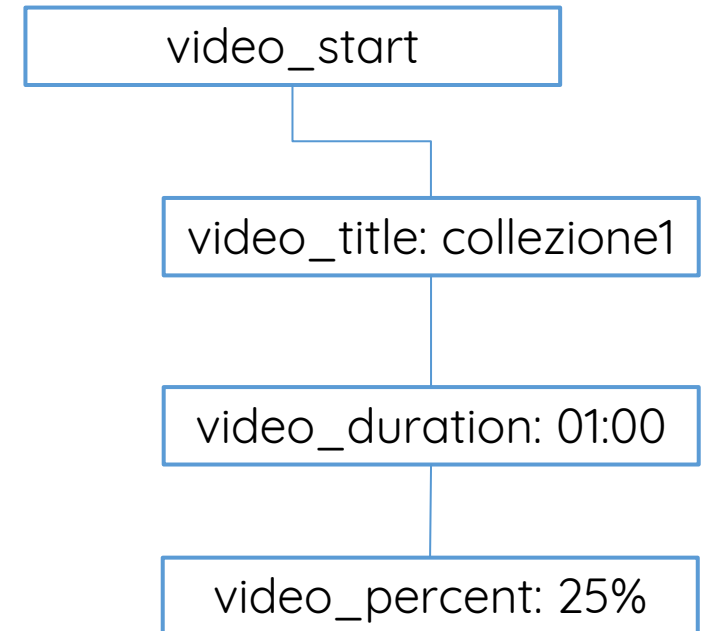
Evento = rappresenta l'interazione che l'utente fa con il sito.

Es. Video Start

Parametri = attributi che descrivono l'evento.
Sono composti da:

Nome parametro. Es. Video Title

Valore parametro. Es. Collezione1



1.2 GA4: la raccolta dati



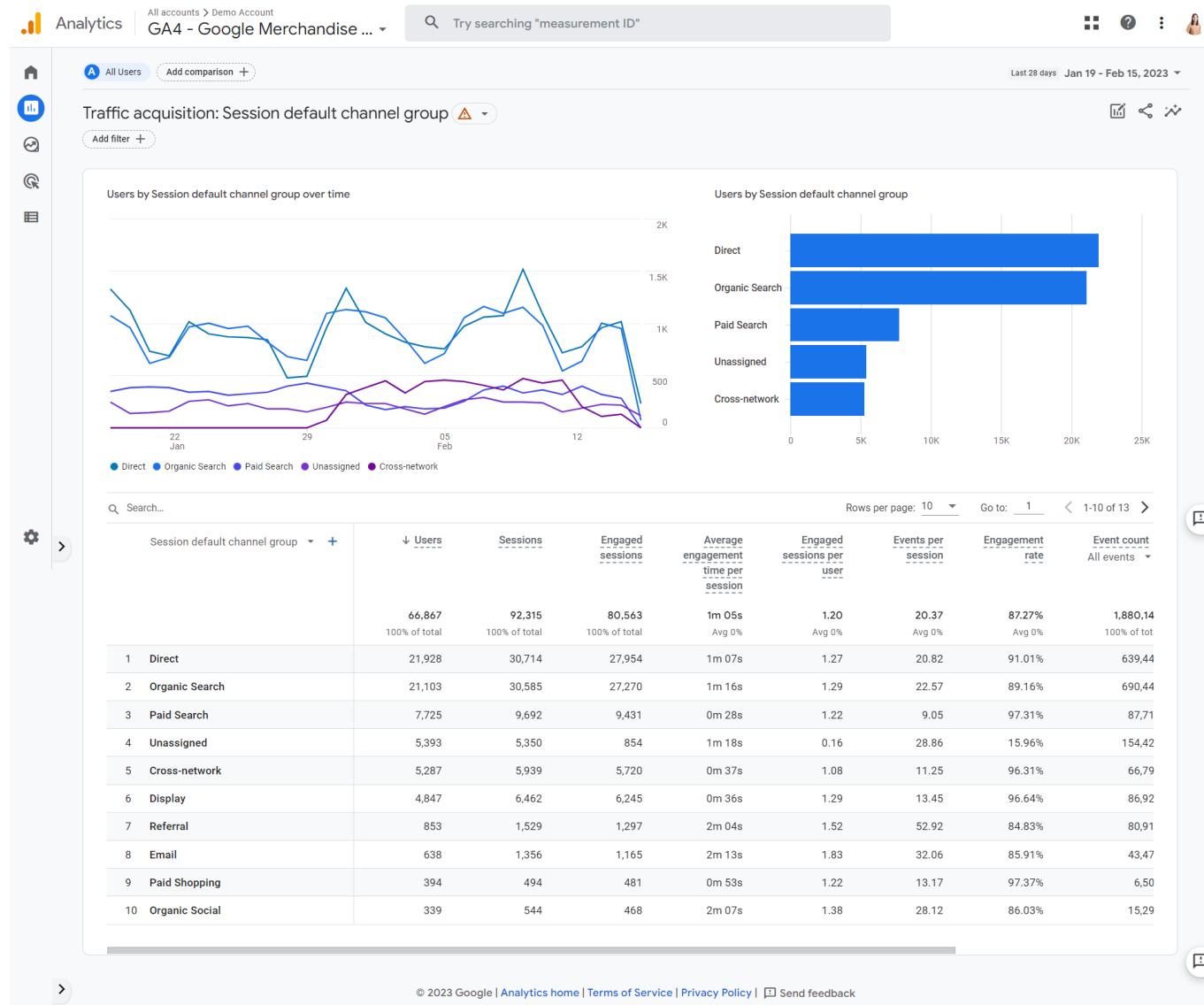
Il codice di misurazione raccoglie i dati e li invia a Google Analytics per l'elaborazione nei report. Durante l'elaborazione, Analytics aggrega e organizza i dati in base a determinati criteri, ad esempio il tipo di dispositivo

Setup sistema di tracking

Raccolta dati

Elaborazione e generazione report

1.2 GA4: la raccolta dati



1.2 GA4: la raccolta dati

Tutti i report di Analytics sono composti da dimensioni e metriche.

Dimensioni = attributi dei dati

Ad esempio, la dimensione Città indica la città, come "Parigi" o "New York", da cui avuto origine la sessione. La dimensione Pagina indica l'URL della pagina visualizzata.

Metriche = misure quantitative

La metrica Sessioni indica il numero totale di sessioni.
La metrica Pagine/sessione indica il numero medio di pagine visualizzate per ogni sessione.

1.2 GA4: la raccolta dati

La maggior parte dei report standard sono tabelle

Dimensioni = righe

Metriche = colonne

DIMENSIONE	METRICA	METRICA
Città	Sessioni	Pagine/sessione
Milano	5000	3,74
Berlino	4000	4,55

1.2 GA4: la raccolta dati

Dimensioni e metriche possono essere riferite a:

Utente	Un utente è una persona che interagisce con il sito web. Un utente è identificato tramite un ID unico che Analytics assegna alla persona che sta navigando sul sito. Tale identificativo è un cookie assegnato dal browser
Sessione	Una sessione è il periodo che va da quando un utente visita il sito web a quando lascia il sito web
Evento	Un evento è un'interazione distinta dell'utente all'interno di una sessione.

1.2 GA4: la raccolta dati

Dimensioni e metriche possono essere riferite a:

Utente

Es. Age, Gender

Sessione

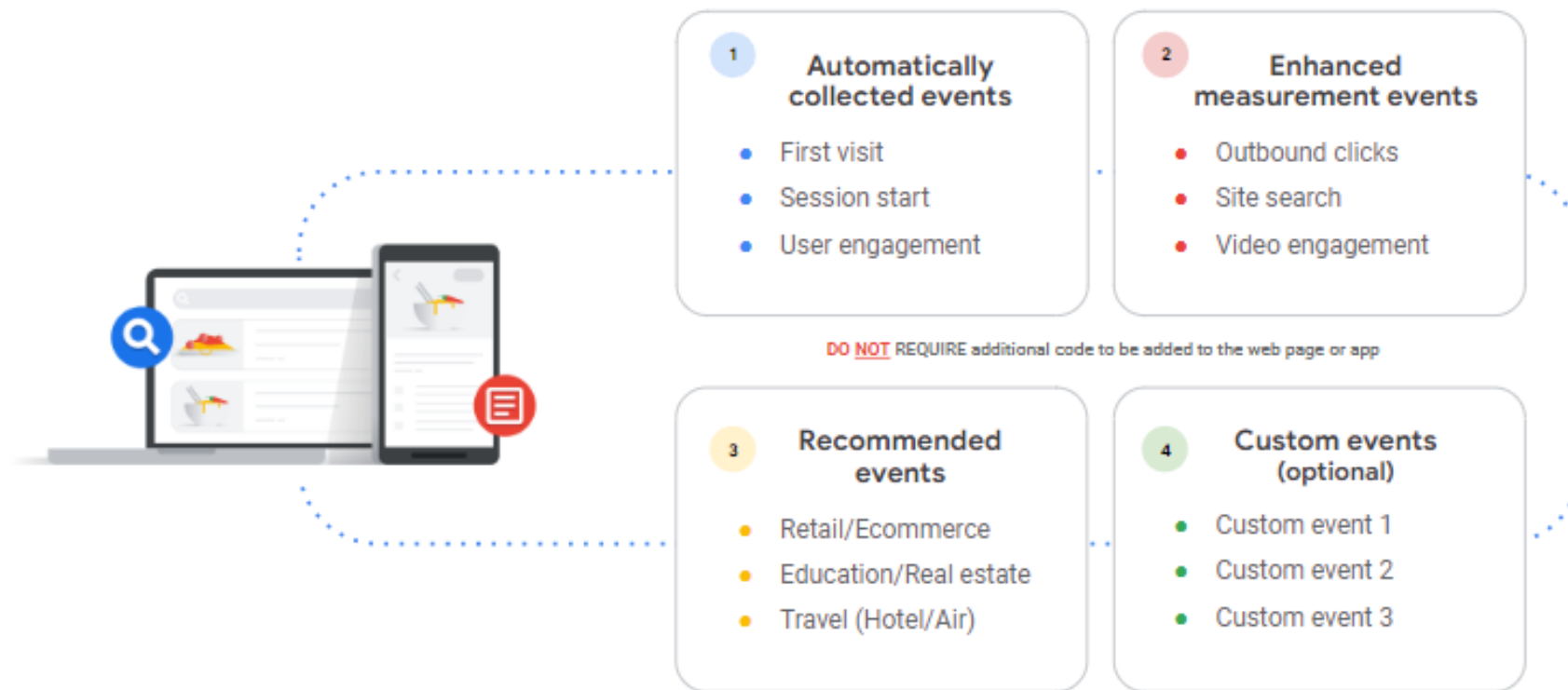
Es. Landing Page, Session Source

Evento

Es. Page Location

1.2 GA4: la raccolta dati

Google Analytics 4 Event Based



1.2 GA4: la raccolta dati

Quali interazioni sono monitorate in automatico per i siti web?

1. First Visit
2. Sessions Start
3. Page View
4. Click
5. File Download
6. Scroll
7. User Engagement
8. Video Start, Progress, Complete
9. View Search Result

1.2 GA4: la raccolta dati

Quali attributi delle interazioni sono raccolte in automatico?

1. Informazioni sulla fonte di acquisizione del traffico
2. Informazioni tecnologiche su piattaforma e device utilizzato
3. Informazioni geografiche (luogo della visita)
4. Informazioni demografiche
5. Informazioni temporali (data e ora dell'interazione)

1.2 GA4: la raccolta dati

Quali metriche sono raccolte in automatico?

1. Metriche relative agli eventi (es. event count)
2. Metriche relativi alle pagine (es. Page views)
3. Metriche relative alle sessioni (es. Sessions, bounce rate, engagement rate, durata della sessione)
4. Metriche relative agli utenti (Users, Active Users, average engagement time)

1.2 GA4: la raccolta dati

È necessario pianificare e implementare manualmente il tracciamento di eventi personalizzati con i relativi attributi

1.2 GA4: la raccolta dati

Alcuni esempi di eventi personalizzati?

1. Invio di un form di lead generation
2. Aggiunta al carrello di un prodotto
3. Acquisto di un prodotto
4. Click su banner o specifiche CTA

1.2 GA4: la raccolta dati

Il sistema di tracciamento è in
continua evoluzione

1.2 GA4: la raccolta dati



Si deve adattare alle esigenze di analisi e reportistica del business che cambiano nel tempo

1.2 GA4: la raccolta dati

È cruciale avere una **documentazione completa, aggiornata e condivisa** con tutto il team di lavoro contenente la lista di eventi e parametri specifici del nostro sito / app

1.2 GA4: la raccolta dati

La fase di design del piano di misurazione è strategica per garantire analisi solide e affidabili in tutta l'organizzazione

1.2 GA4: la raccolta dati



Se sottovalutata si rischia di raccogliere troppi o troppi pochi dati o dati disordinati e poco fruibili

2. Interfaccia e report standard

2.1 GA4: la struttura dell'account



2.1 GA4: la struttura dell'account

Account

L'account è un **raggruppamento di property** che rispondono agli stessi **termini di servizio** e che sono **di proprietà della stessa azienda**

Property

Ogni property **raccoglie i dati di un gruppo di utenti** ed è il livello più granulare a cui GA raccoglie i dati

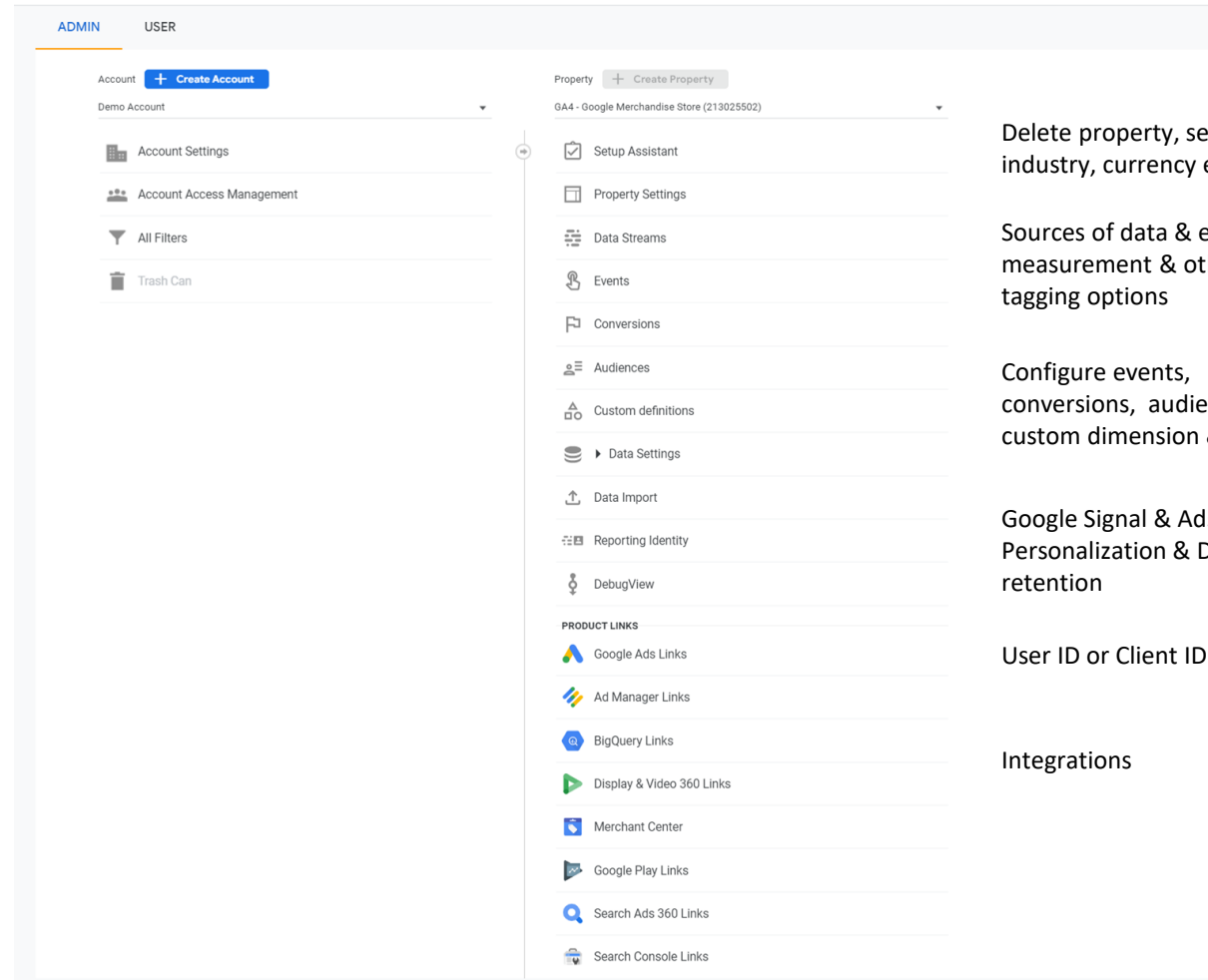
Data Stream

Il data stream rappresenta la **fonte di dati** da cui GA riceve le informazioni

2.2 GA4: Pannello Admin

Account settings & Google
Sharing options

Manage users at
account level



Delete property, select
industry, currency ecc.

Sources of data & enhanced
measurement & other
tagging options

Configure events,
conversions, audience,
custom dimension & metrics

Google Signal & Ads
Personalization & Data
retention

User ID or Client ID (device)

Integrations

2.2 GA4: I Report

Sezione dedicata ai report **custom**

Sezione dedicata ai report **advertising**

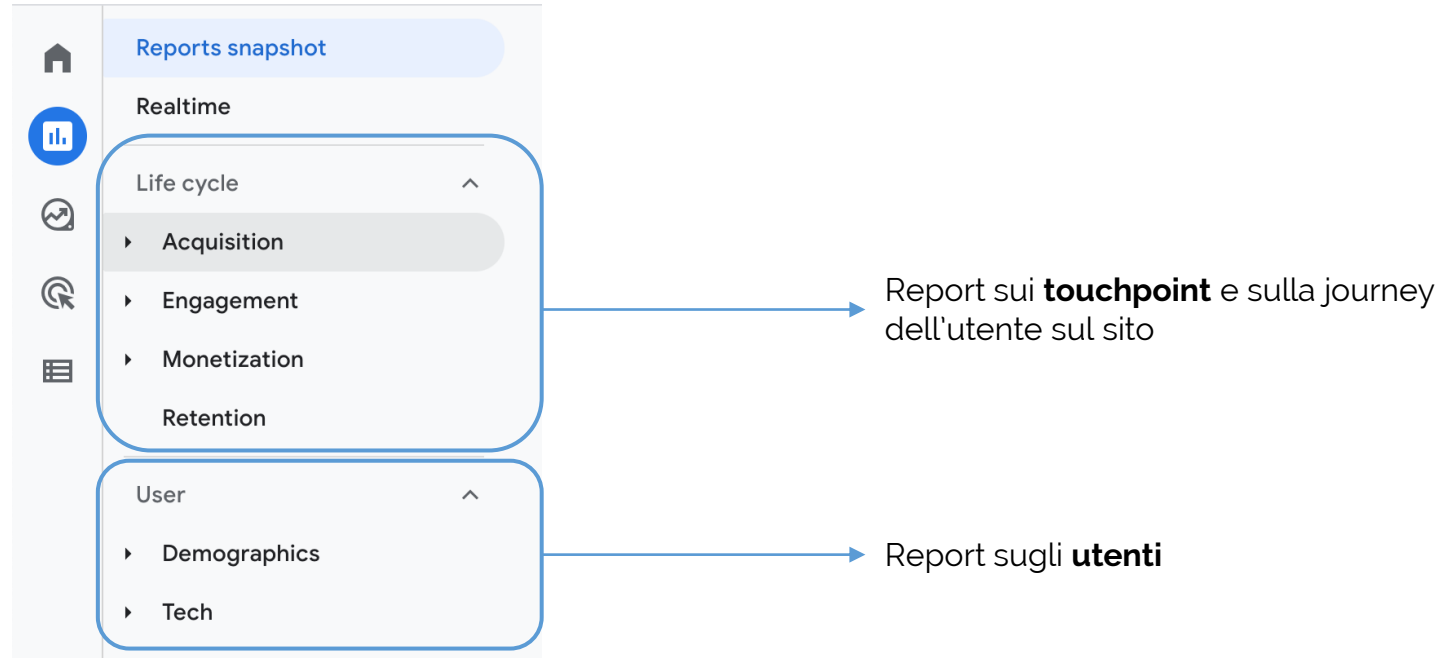
Sezione dedicata alla **configurazione**

Sezione dedicata ai report di **default**

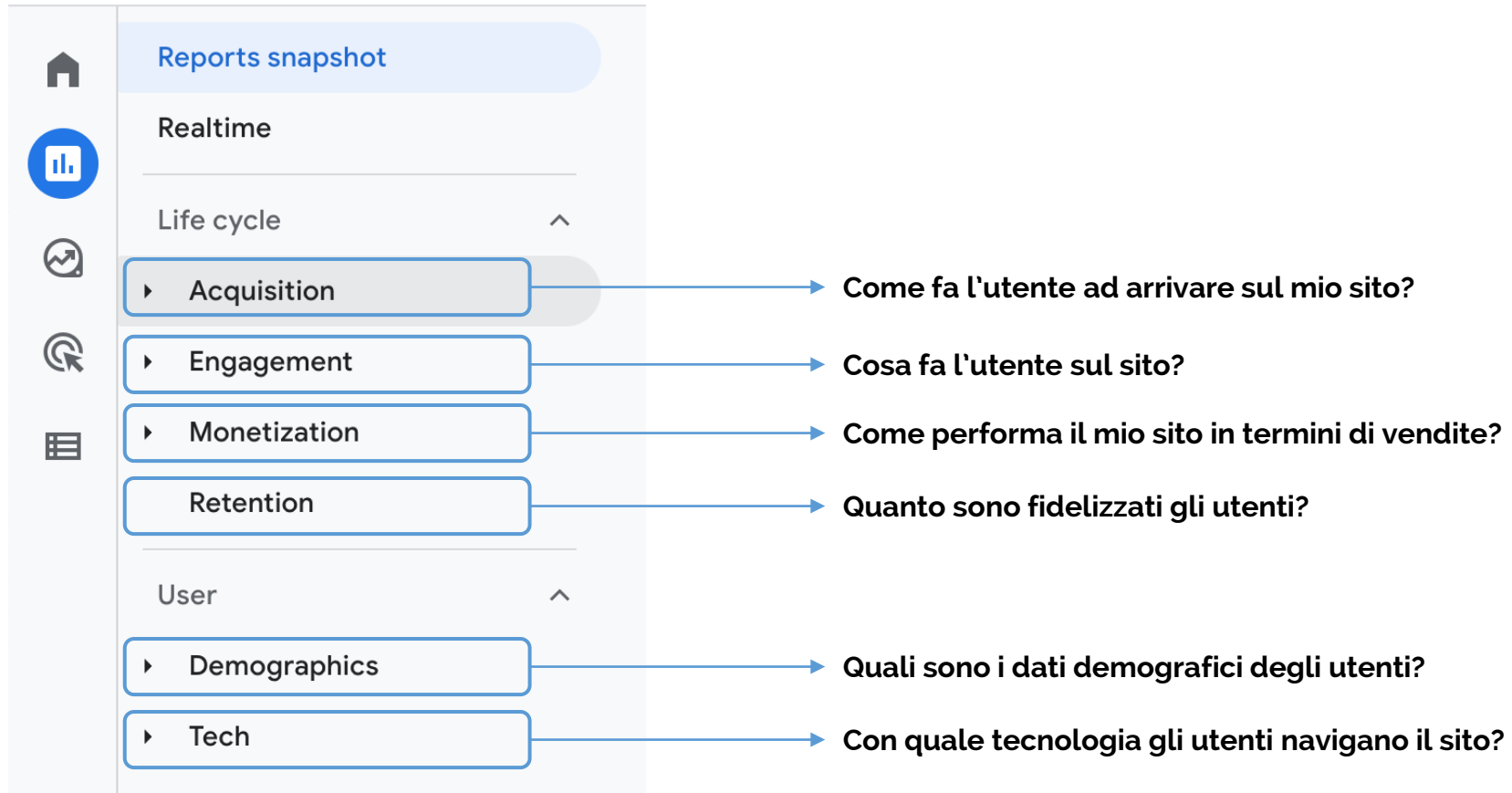
The screenshot shows the GA4 Reports interface. On the left is a sidebar with a menu: Home (selected), Reports, Explore, Advertising, and Configure. Below the menu is an 'Admin' link with a gear icon. The main content area displays a 'default' report for 'Users'. It includes a summary table with three columns: 'Users' (23K, -9.2%), 'Total revenue' (€3.9K, +149.2%), and 'New users' (21K, -10.3%). Below the table is a line chart showing user trends over a 'preceding period' from 03 to 07. To the right of the main report is a sidebar with two sections: 'USERS IN LAST 30 MINUTES' showing a value of 100, and 'USERS PER MINUTE' showing a bar chart. Below these is a section for 'TOP COUNTRIES' and 'USERS' which currently shows 'No data available'. At the bottom right of the main report area is a 'View reports snapshot' link, and at the bottom right of the sidebar is a 'View realtime' link. A small chat icon is visible in the bottom right corner of the interface.

Metric	Value	Change
Users	23K	↓ 9.2%
Total revenue	€3.9K	↑ 149.2%
New users	21K	↓ 10.3%

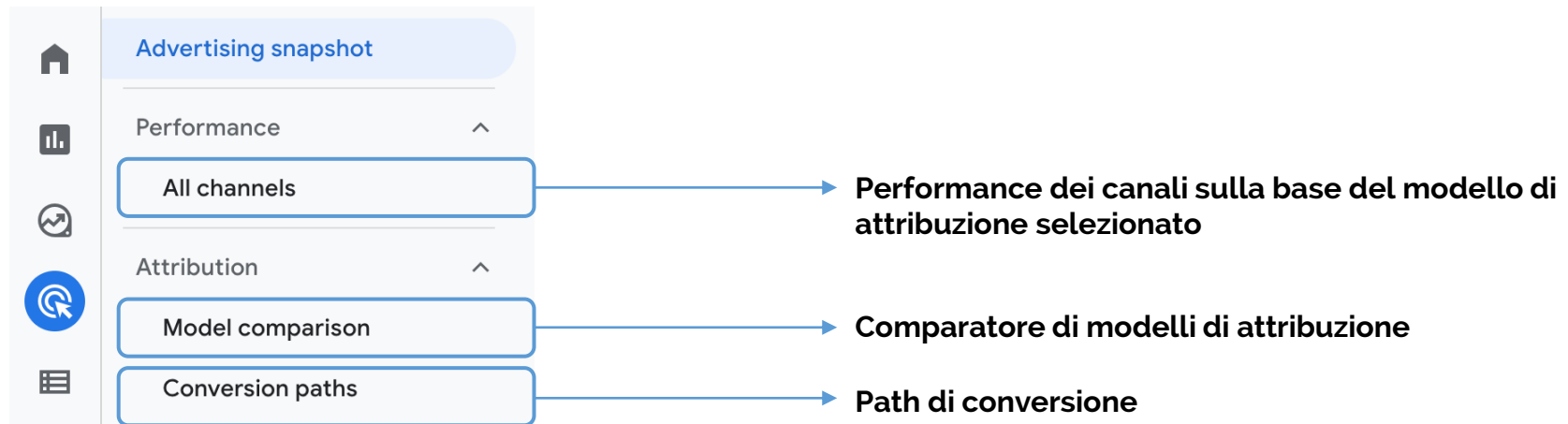
2.2 GA4: I Report Standard



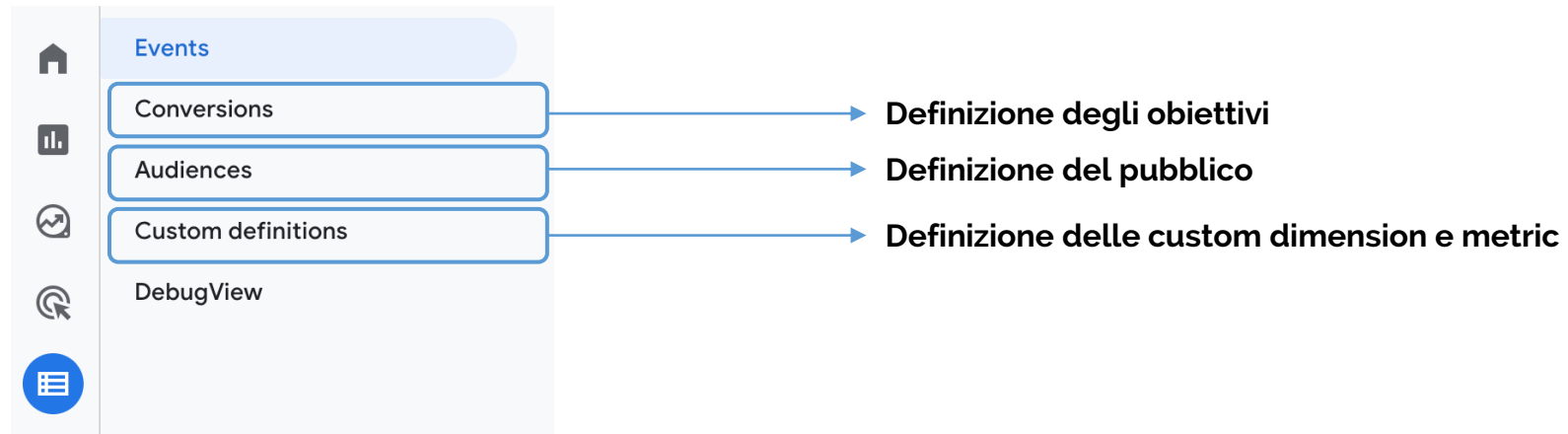
2.2 GA4: I Report Standard



2.2 GA4: I Report Standard



2.3 GA4: Pannello di configurazione

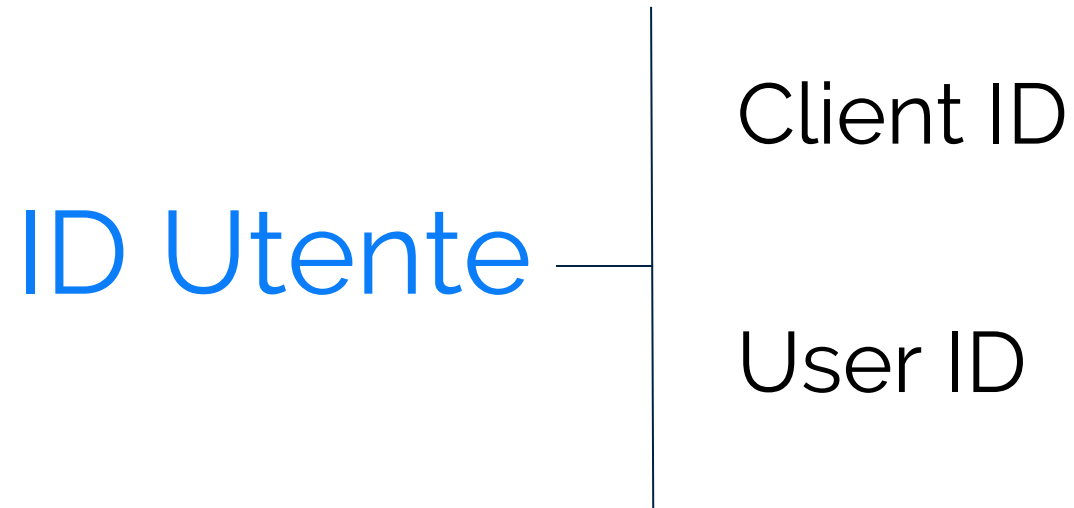


3. Total Users, New Users, Active Users

3.1 GA4: Report Standard

Total Users	Il numero di ID utente unici che hanno attivato un evento. La metrica consente di misurare il numero di utenti unici che hanno registrato un evento.
New Users	Numero di utenti che hanno interagito con il sito o avviato l'app per la prima volta .
Active Users	Metrica utente principale in GA4: Un utente viene definito attivo quando ha una sessione con coinvolgimento (engaged session)

3.1 GA4: Report Standard



3.1 GA4: Report Standard

Client ID

è un identificatore univoco assegnato a una **coppia browser-dispositivo** quando un utente arriva per la prima volta sul sito web.

Viene utilizzato per **identificare i singoli visitatori** e **per associare tutte le attività e le interazioni** che avvengono anche in più sessioni **allo stesso utente**.

L'ID cliente di Google Analytics (GA) è memorizzato in un **cookie denominato "_ga"**

3.1 GA4: Report Standard

User ID

La funzionalità User-ID consente di associare un **ID a singoli utenti anche cross device**.

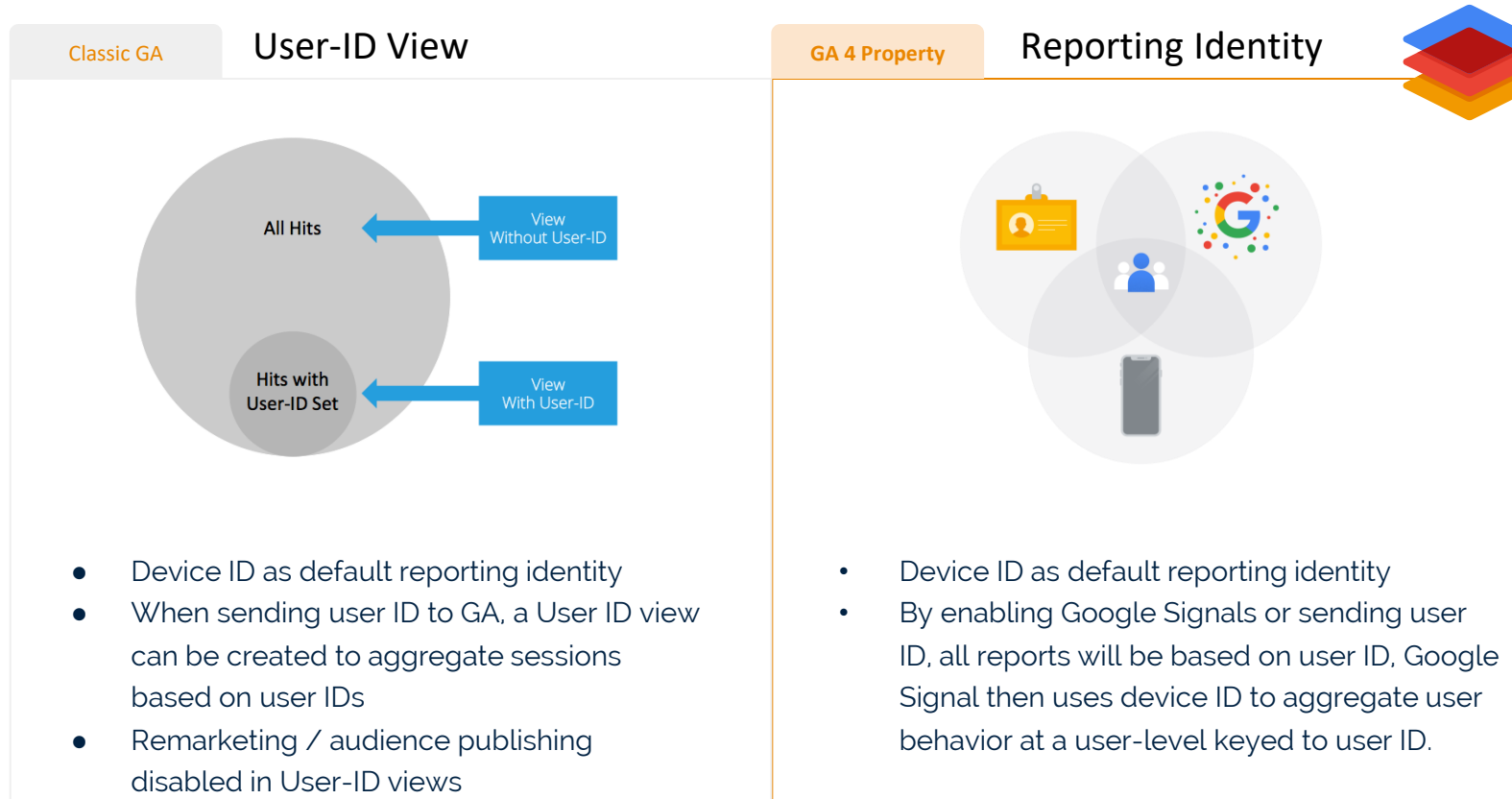
Per inviare lo User ID, è necessario **creare un ID univoco per ogni utente**, e assegnarlo in modo coerente in tutte le visite.

Di solito **accade nei siti in cui gli utenti eseguono l'accesso** ed è quindi possibile utilizzare il loro indirizzo email per generare un ID univoco a cui fare riferimento.

3.2 GA4: Classic GA User-ID Views → GA4 Reporting Identity

Fundamental GA4 Audience Concepts

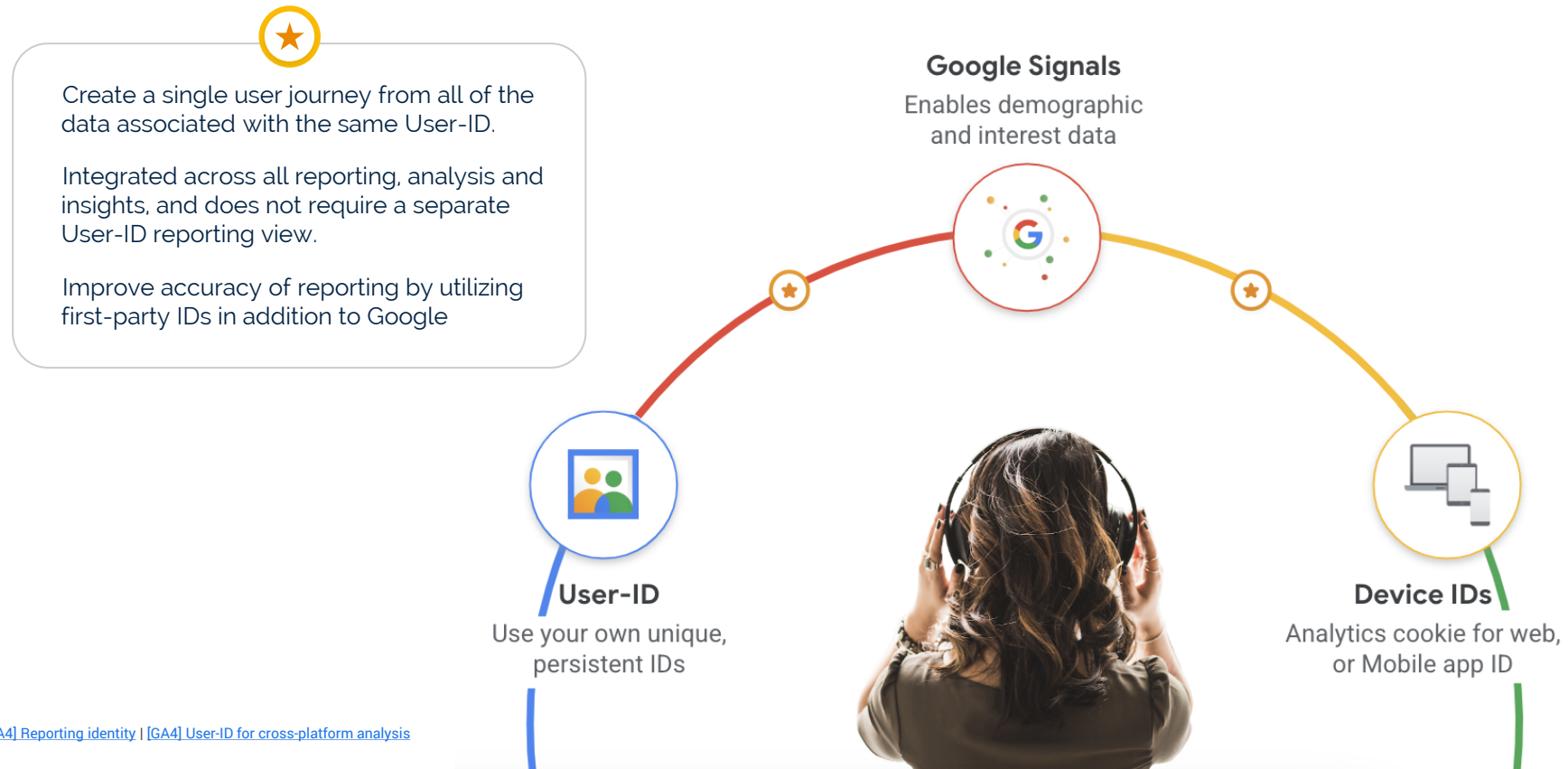
From UA to GA4



3.3 GA4: Understanding GA4 Reporting Identity Spaces

Fundamental GA4 Audience Concepts

Identity & Segmentation



4. Total Sessions, Engaged Sessions

4.1 GA4: Report Standard

Total Sessions

Il numero di sessioni avviate sul sito web o nell'applicazione.

Una **sessione inizia quando un utente visualizza una pagina e nessuna sessione è attualmente attiva** (ad esempio quando la sessione precedente è scaduta).

una **sessione termina (va in timeout) dopo 30 minuti di inattività dell'utente. Non esiste un limite alla durata di una sessione.**

Engaged Session

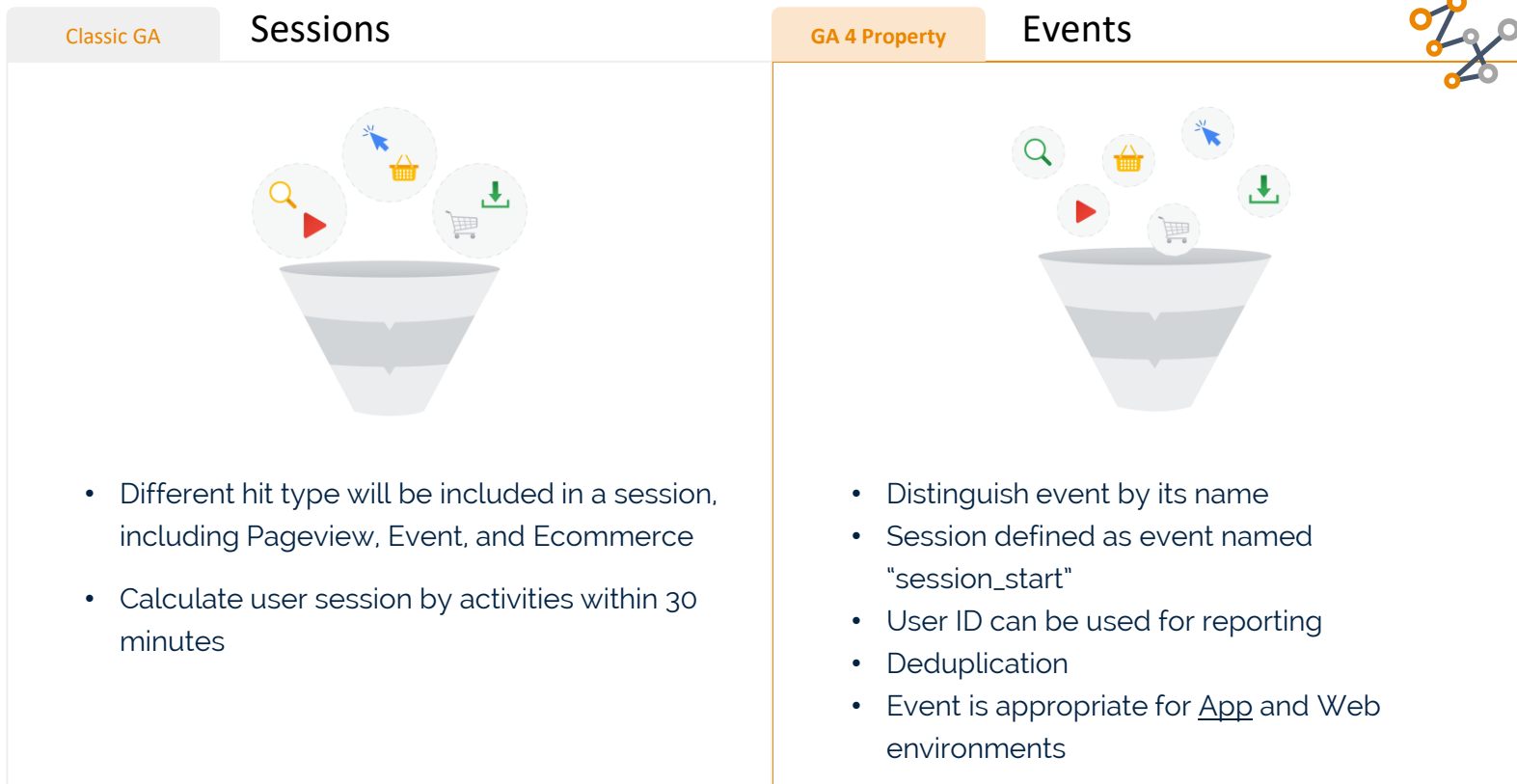
Il numero di sessioni che:

- sono durate **almeno 10 secondi** o
- che hanno **registrato almeno 1 evento di conversione** o
- **2 visualizzazioni di pagina o schermata.**

4.2 GA4: Classic GA Sessions → GA4 Events

Fundamental GA4 Audience Concepts

From UA to GA4



5. Event Counts, Conversions

5.1 GA4: Understanding GA4 Reporting Identity Spaces

Event Counts	Il numero di volte in cui gli utenti hanno attivato un evento.
Conversions	Il numero di volte in cui gli utenti hanno attivato un evento di conversione.

5.2 GA4: Classic GA Goals → GA4 Conversions

Fundamental GA4 Audience Concepts

From UA to GA4

The image compares the navigation menus for Classic GA Goals and GA4 Conversions. On the left, the 'Classic GA' menu shows a sidebar with 'Goals' highlighted by a red box. On the right, the 'GA 4 Property' menu shows a sidebar with 'All events' highlighted by a red box. An orange funnel icon is positioned above the GA4 menu.

Classic GA Goals

- Home
- Customization
- REPORTS
 - Realtime
 - Audience**
 - Acquisition
 - Behavior
 - Conversions
 - Goals**
 - Overview
 - Goal URLs
 - Reverse Goal Path
 - Funnel Visualization
 - Goal Flow
 - Ecommerce
 - Multi-Channel Funnels

GA 4 Property Conversions

- Realtime
- LIFE CYCLE
 - Acquisition
 - Engagement
 - Monetization
 - Retention
- USER
 - Demographics
 - Tech
- EVENTS
 - Conversions**
 - All events**
- EXPLORE
 - Analysis
- CONFIGURE
 - Admin

6. Rate: Bounce, Engagement, Conversions

6.1 GA4: Report Standard

Engagement Rate	La percentuale di sessioni con coinvolgimento. Questa metrica viene calcolata dividendo il numero di sessioni con coinvolgimento per il numero totale di sessioni.
Bounce Rate	La percentuale di sessioni senza coinvolgimento Questa metrica viene calcolata dividendo il numero di sessioni senza coinvolgimento per il numero totale di sessioni.
Conversion Rate (sessions)	La percentuale di sessioni che hanno generato una conversione. Questa metrica viene calcolata dividendo il numero di sessioni in cui si è verificata una conversione per il numero totale di sessioni.
Conversion Rate (user)	La percentuale di utenti che hanno generato una conversione. Questa metrica viene calcolata dividendo il numero di utenti che hanno eseguito un'azione di conversione per il numero totale di utenti.

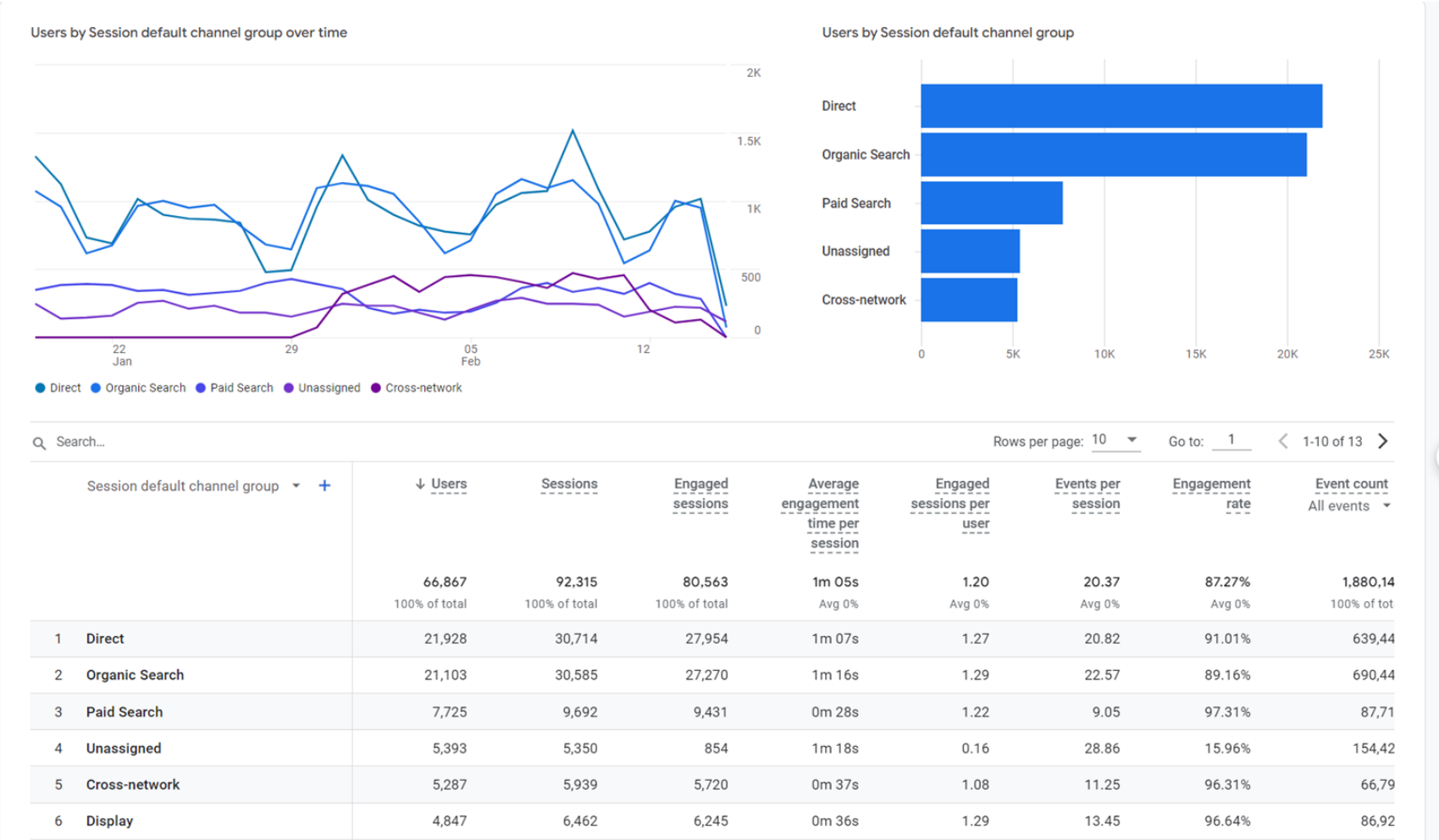
6.1 GA4: Report Standard

Lista di tutte le metriche e dimensioni disponibili su GA4 divise per categoria



[\[GA4\] Analytics dimensions and metrics](#)

6.1 GA4: Report Standard

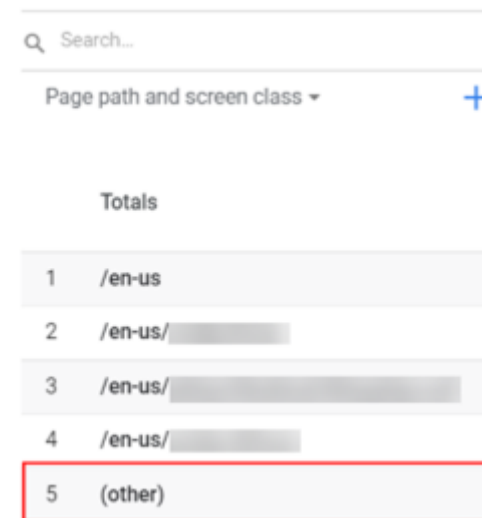


6.1 GA4: Report Standard

Attenzione alla cardinalità

Una riga "(other)" viene visualizzata come ultima riga di un report **quando la tabella di database sottostante da cui viene creato il report raggiunge il limite di righe.**

[link](#)



Search...

Page path and screen class ▾ +

Totals

1	/en-us
2	/en-us/
3	/en-us/
4	/en-us/
5	(other)



GRAZIE!