

La Web Analytics

Questo piccolo glossario della Web Analytics, nasce dal desiderio di raccogliere parole di uso comune, termini tecnici ed espressioni nuove, che sono divenute quotidiano strumento di chi opera da anni in un settore di frontiera come la Web Analytics. L'obiettivo è contribuire allo sviluppo di un linguaggio comune, di uno slang tecnico, destinato a coloro che per scelta o per dovere si immergeranno in un sito alla scoperta degli aspetti più nascosti ed imprevedibili della tecnologia e della psicologia dei navigatori.

Questa miscellanea è la Web Analytics una disciplina di cui è difficile definire i contorni, confini che mutano continuamente, spinti dalla ricerca e dalla curiosità umana. Per limitare il concetto abbiamo selezionato due definizioni che consideriamo chiare ed autorevoli:

- "Web Analytics è la misurazione, la raccolta, l'analisi e la reportistica di dati Internet al fine di diffondere la conoscenza e l'uso del Web".

(Web Analytics definizione ufficiale WAA).

- "La Web analytics è l'aggregazione di un insieme di informazioni che includono il traffico del sito, le transazioni on line, le performance dei server, parametri di usability, dati provenienti dalla sottoscrizione dei navigatori e da molte altre fonti. Tutte queste informazioni aiutano ad analizzare in modo ampio la navigazione dei visitatori di un sito".

(Eric Peterson's in Web Analytics Demystified)

Ma la definizione che più ci piace utilizzare, è la nostra frutto di applicazione quotidiana, vede la "Web Analytics come un'attività di analisi delle principali sorgenti di traffico di un sito (attività di navigazione, transazioni on line, le performance dei server, parametri di usabilità, conversioni), con l'obiettivo di ottimizzarne le performance e di migliorare l'esperienza di navigazione dei visitatori al sito".

Nuovo player tra gli attori della Rete, la Web Analytics accrescerà nel tempo il proprio ruolo, geneticamente legato alla più grande peculiarità di Internet, la possibilità senza precedenti di misurare analiticamente gli utenti che ne fanno uso.

Analizzare i comportamenti e i gusti di ciascun navigatore, esaminare il Roi di una campagna pubblicitaria, il gradimento di un servizio, ha reso la Rete agli occhi di editori ed inserzionisti un media dalle caratteristiche nuove, uniche, quasi rivoluzionarie.

Purtroppo, al momento del boom della new economy, dei primi esempi di pubblicità online, dei grandi portali non erano ancora disponibili i moderni strumenti di Web Analytics e quelli in uso, generavano dati incerti, non sempre attendibili e così a volte possono essere stati fatti degli errori.

Oggi siamo certi, che le moderne metodologie di analisi e il rinnovato entusiasmo di chi opera nel settore contribuiranno efficacemente, con un elevato grado di certezza, all'inarrestabile crescita del mercato pubblicitario online, un segmento dalle caratteristiche e dalle dimensioni realmente interessanti.

Ad ogni operatore dunque, spetta il dovere di contribuire a questa crescita sana, virtuosa, pluralista. Speriamo che anche questo possa essere un piccolo contributo.

Piccolo Glossario della Web Analytics