

IMETRIX.BIZ Le metriche disponibili per garantire progetti di successo

Strumenti per misurare il search engine marketing

Un mercato ancora estremamente giovane e non omogeneo. Gli Stati Uniti mostrano un crescente interesse alimentando un grande fermento degli operatori e investimenti molto ingenti nella ricerca e nello sviluppo di nuove applicazioni

ImetriX.biz interviene alla seconda edizione di **Search Engine Strategies**, il più importante evento a livello mondiale, dedicato al search marketing. L'intervento (in calendario il 30 maggio) "Measuring Search Marketing Success" rappresenta un momento di interesse per discutere le modalità di misurazione del search marketing. Il confronto si preannuncia di grande interesse scientifico in ragione delle metriche disponibili e degli interessi rappresentati. La sessione, inoltre, costituisce un prezioso momento di incontro tra il mondo del search engine marketing e quello della web analysis. **Laura Paxia** è Cto di **ImetriX.biz**, esperta in web analytics anticipa come si sta evolvendo il mercato e qual è il punto della situazione nel Bel paese.

In che anni e come nasce ImetriX.biz?

ImetriX.biz, opera dal 1999 nell'adv online, da quando si è percepita la necessità di adottare metriche adeguate che rispondessero ai nuovi interrogativi della clientela, siamo anche divenuti tra i primi membri dell'allora **Internet Advertising Bureau (IAB)**. In quel momento storico il monitoraggio di un sito web veniva effettuato esclusivamente mediante panel o log file, ma la qualità dei dati forniti ci ha spinto a concentrare tutti i nostri sforzi, nella realizzazione di un innovativo e browser centric strumento di web analytics. Dopo anni di

progettazione e di sviluppo, anche con la collaborazione di ricercatori della **NYU**, nel 2002 è stato presentato **ImetriX**, un sistema assai complesso che per le sue caratteristiche di innovazione, flessibilità e affidabilità ha subito ricevuto un caso di successo **Microsoft**, un premio dal **Ministero delle Comunicazioni**, autorevoli riconoscimenti e offerte di finanziamento.

Quali sono i servizi che offrite?

ImetriX è il primo e tra i più flessibili sistemi di web analytics disponibili sul mercato italiano. Gli ingegneri che vi lavorano sono esperti nella gestione di enormi quantità di dati, know how che hanno maturato anche implementando soluzioni per l'analisi del mercato televisivo nordamericano e per la grande distribuzione. Con **ImetriX**, giunto oggi alla versione **eXtreme**, abbiamo sviluppato un sistema estremamente flessibile e personalizzabile. Ogni elemento presente sul sistema, ogni report, ogni base dati, rappresenta soltanto un'ipotesi che proponiamo al cliente. Ciascun utilizzatore può avanzare personali richieste di monitoraggio e creare una propria piattaforma personalizzata. Ogni altra caratteristica, quale il numero di basi dati o i report presenti, è per **ImetriX** irrilevante. Se un elemento non è già presente possiamo crearlo e integrarlo al sistema. Tuttavia, tra i principali servizi di **ImetriX** non posso non sottolineare il monitoraggio delle campagne multicanale, l'ana-

La web analytics ha assunto ruoli sempre più ampi, sono certa che, presto, coinvolgerà anche nuovi e inaspettati protagonisti

The screenshot shows the ImetriX website with a navigation bar at the top containing links for Home, Services, Consulting, Training, Partnerships, and Company. Below the navigation is a main banner with the text 'IMETRIX XTR #1 Web Analytics'. To the right, there is a section titled 'Search Engine' with a chart showing performance metrics. Below the banner, there are two columns of services: 'Web Analytics Solution' and 'Web Analytics Consulting'. The 'Web Analytics Solution' column lists services like ROI Campaigns, Conversion Campaigns, and Analytics for various platforms. The 'Web Analytics Consulting' column lists services like Analysis of website performance, Identification of key metrics, and Dynamic KPI Dashboard. At the bottom, there is a footer with copyright information and contact details.

Incarichi internazionali

La chief technology officer della società italiana è stata nominata nel Board of director di Waa, l'associazione internazionale che raggruppa i principali specialisti ed esperti di web analytics di tutto il mondo

lisi dell'e-commerce e delle search engine performance, il servizio di analisi e consulenza strategica ImetriX's Doctor Suite, il modulo Kpi Dynamic Data Sheet e un servizio di assistenza dedicata al cliente.

È stata eletta membro del Board of Director di Waa, l'associazione internazionale dei principali operatori ed esperti di web analytics. Quanto conta sul mercato il monitoraggio dell'e-business e della pubblicità online?

Il prestigio e la crescente notorietà che hanno interessato Waa negli ultimi due anni, praticamente sin dalla sua costituzione, rappresentano un indicatore del grande interesse che alcuni segmenti del mercato nutrono per la web analytics. La riunione del direttivo della Web Analytics Association, cui ho partecipato nelle scorse settimane a San Francisco, ha confermato questo interesse per la materia e ha evidenziato la crescita del numero di associati internazionali. Da quando lavoro in questo settore ho potuto riscontrare sensibili mutamenti nel mercato di riferimento di questa nuova metodologia di analisi. La web analytics nata come strumento di misurazione e di analisi delle componenti di traffico di un web site, ha assunto nel tempo ruoli sempre più ampi, interessando oltre all'alto management anche le web agency, i Seo, i centri media, le agenzie di pubblicità e sono certa che

coinvolgerà presto nuovi e inaspettati operatori. Il monitoraggio dettagliato e costante degli investimenti online è divenuto per le aziende una priorità, uno strumento economico per non ripetere gli errori del passato e per individuare grandi e piccole diseconomie. Questa nuova e più attenta cultura aziendale vede nella web analytics il partner ideale.

Come si evolve il settore?

Il mercato della web analytics è ancora estremamente giovane e pertanto non omogeneo. Gli Stati Uniti mostrano da anni un grande interesse per la Wa e ciò alimenta un grande fermento degli operatori e investimenti anche molto ingenti in ricerca e sviluppo di nuove applicazioni. L'Europa, invece, vede paesi più dinamici e altri ancora poco interessati, forse impauriti. Le cause di questa asimmetria del mercato sono da imputare sia alle passate contingenze di economia internazionale sia a una differente cultura manageriale ancora molto diversa tra i due continenti.

Qual è la situazione italiana nei confronti del mercato europeo, dal momento che lei ha sentito l'esigenza di scrivere anche un libro sull'argomento?

Purtroppo come già altre volte ho avuto modo di evidenziare, le soluzioni di web analytics costituiscono ormai una componente di ogni investimento online, lo strumento che

ne misura l'efficacia. Retaggi culturali e differenti timori, limitano le aziende italiane dall'adottare una piattaforma di web analytics, ma pian piano qualcosa comincia a cambiare. Negli anni scorsi abbiamo lavorato duramente con l'intento di contribuire a diffondere una nuova cultura di misurazioni del web quale fattore strategico per l'ottimizzazione dei processi di gestione. Oggi finalmente, a certi livelli, si intuisce bene quali siano i vantaggi offerti da un'attività di misurazione e da un'analisi strutturata ma poi... non sempre si sceglie di adottare una soluzione ai propri problemi o di ridurre gli sprechi. In questo contesto il libro di cui sono co-autrice, mira a evidenziare le grandi opportunità offerte alle aziende dalla web analytics e si pone soltanto come un ulteriore tassello di un'attività di informazione che ImetriX ha iniziato nel 2002.

Che importanza hanno i motori di ricerca e le strategie a essi connessi?

Ritengo che internet abbia superato i momenti bui anche grazie ai motori di ricerca, e al search engine marketing più in generale. I risultati positivi garantiti agli investitori hanno diffuso un sentimento di generalizzata fiducia di cui quotidianamente vediamo gli effetti. Tuttavia, gli investitori chiedono oggi alle agenzie un monitoraggio dell'attività svolta e un riscontro dei loro investimenti e penso che una maggior trasparenza sia il presupposto per un rapporto proficuo e duraturo. In questo contesto, non posso che osservare con piacere la nascita di una nuova e stretta sinergia, che da tempo auspicavamo, tra i search engine e la web analytics, la cosiddetta *search analytics*.

ImetriX[®]
extreme web analytics[®]
biz