

# La tua guida per GOOGLE ANALYTICS

Impara a utilizzare GOOGLE ANALYTICS e  
promuovi il tuo street fooder

Street Food &  
Digital Marketing



[www.sfoodly.com](http://www.sfoodly.com)

Linea editoriale: Street Food & Digital Marketing



Sfoodly è condivisione, passione e amore per il cibo di strada.

Sfoodly è la piattaforma online dove consumatori e street fooder possono entrare in contatto tra loro.

Sfoodly è anche la community appassionata che stavi cercando, la tua guida su curiosità ed eventi incentrate sul mondo street food, creata in grande sinergia con tutti i principali attori.

### **"Street Food is Where The People Are"**

Il nostro obiettivo è di mettere in contatto i protagonisti dello street food, i consumatori e i commercianti!

### **Condividere, appassionare e far innamorare al cibo di strada è la nostra vision!**

Inoltre, ogni street fooder potrà trovare sulla piattaforma online guide per promuoversi, certificazioni e supporto sulla qualità dei propri prodotti, un'accademy per formarsi, consulenza e perfino un e-commerce in cui vendere i prodotti per far crescere il proprio business attraverso il digital.

Sfoodly vuole fare tutti noi protagonisti della filiera dello street food, una realtà fatta di amore per il cibo, per la libertà e per il divertimento!

[www.sfoodly.com](http://www.sfoodly.com)



**PON** IMPRESE E  
COMPETITIVITÀ  
2014-2020

**REACT EU**  
SOSTENIAMO A SFIESA



Ministero delle Imprese  
e del Made in Italy



MINISTERO DELL'AMBIENTE  
E DELLA SICUREZZA ENERGETICA

Progetto « FOSTER: FOoD STreet Research & Development » - PON Imprese e competitività  
2014-2020 - Asse I Azione 1.1.3 - Prog n. F/200059/02/X45 - CUP: B48I20000140005 COR:  
2825549

Finanziato nell'ambito della risposta dell'Unione alla pandemia di COVID-19





## Google Analytics

*raccogli e gestisci i tuoi dati in comodità*

*Google Analytics è uno degli strumenti più utilizzati per l'analisi dei dati che consente di monitorare il traffico del sito web, le conversioni e il comportamento degli utenti. Prima di iniziare ad utilizzare Google Analytics, è importante comprenderne i concetti e le metriche principali. Innanzitutto, bisogna creare un account Google Analytics e associarlo al sito web.*

*Successivamente, devi inserire il codice di tracciamento fornito da Google sul tuo sito web, che permetterà a Google Analytics di raccogliere dati sul traffico e le conversioni. Una volta configurato correttamente Google Analytics, potrai iniziare a tracciare le metriche importanti per la tua attività, le quali ti aiuteranno a comprendere meglio il comportamento degli utenti e a identificare le aree di miglioramento.*

*Link del software: <https://analytics.google.com>*

**U**na delle metriche più importanti da monitorare è il numero di visite al sito web. Questo ti dirà quanti potenziali clienti sono stati attirati dal tuo sito web e hanno espresso interesse per i prodotti o contenuti all'interno di esso. Oltre al numero di visite, è importante monitorare anche il tempo medio di permanenza sul sito e il numero di pagine visualizzate, poiché indicano l'interesse degli utenti e possono essere utilizzate per migliorare l'esperienza dell'utente.

Un'altra metrica importante da monitorare è il tasso di conversione. Questa ti dirà quanti utenti hanno effettuato un'azione desiderata sul sito web, come l'acquisto di un prodotto o la compilazione di un modulo. Il tasso di conversione può essere utilizzato per valutare l'efficacia delle tue iniziative di marketing e per identificare le aree di miglioramento.

Una delle funzionalità più potenti di Google Analytics è la possibilità di analizzare il comportamento degli utenti sul tuo sito web, grazie a questo puoi ottenere informazioni dettagliate sulle azioni degli utenti e sulle pagine che visitano. Puoi vedere, ad esempio, quali pagine sono le più visitate e quali sono le pagine di uscita, cioè le pagine in cui gli utenti lasciano il sito web. Queste informazioni possono essere utilizzate per identificare le pagine che potrebbero avere problemi di usabilità o che potrebbero richiedere un miglioramento. Oltre ciò, puoi utilizzare il tracciamento degli eventi per monitorare le azioni specifiche degli utenti, come il click su un pulsante di acquisto o la visualizzazione di un video.

Una delle principali ragioni per utilizzare l'analisi dei dati per la propria attività di street food è la possibilità di creare campagne di marketing mirate. Utilizzando le informazioni raccolte da Google Analytics, si possono identificare target mirati e creare messaggi di marketing personalizzati per ciascun segmento, ad esempio, se noti che molti dei clienti provengono da una determinata area geografica, puoi creare una campagna di marketing mirata per quella zona, piuttosto se noti che alcuni

prodotti sono più popolari tra un certo gruppo di clienti, puoi creare offerte speciali o promozioni per quel gruppo.

**Esempio: il caso di un'azienda di street food che ha notato un calo delle vendite in un determinato periodo dell'anno.** Utilizzando Google Analytics, l'azienda ha analizzato i dati delle visite al sito web e ha notato che durante quel periodo, il traffico proveniente da una determinata fonte era diminuito significativamente. L'azienda ha quindi deciso di concentrare i suoi sforzi di marketing su quella fonte di traffico, utilizzando messaggi personalizzati e offerte speciali ed il risultato è stato un aumento delle vendite e una maggiore fidelizzazione dei clienti, così l'azienda ha continuato a utilizzare l'analisi dei dati per ottimizzare la sua strategia di marketing e ha ottenuto un successo continuo nel settore dello street food.

Dopo aver capito il potenziale di Google Analytics è necessario introdurre alcuni suggerimenti fondamentali da tenere a mente:

- **Definisci obiettivi chiari:** prima di iniziare l'analisi dei dati, è importante definire obiettivi chiari. Ad esempio, puoi voler aumentare le vendite entro la fine dell'anno o aumentare il tasso di conversione del sito web. Definire obiettivi chiari ti aiuterà a misurare il successo delle tue iniziative di marketing.
- **Utilizza i target mirati:** Google Analytics offre la possibilità di creare segmenti di pubblico, cioè gruppi di utenti con caratteristiche simili e in tal

modo puoi ottenere informazioni più dettagliate sui clienti e creare campagne di marketing mirate.

- **Costanza nell'analisi dei dati:** l'analisi dei dati dovrebbe essere un processo continuo. Monitora regolarmente le metriche chiave e cerca di identificare le tendenze a lungo termine.

Grazie all'analisi dati di Google Analytics è possibile comprendere meglio i propri clienti, monitorare le prestazioni del sito web e ottimizzare la strategia di marketing per aumentare le vendite, aiutando così a massimizzare l'efficacia della propria attività di digital marketing legata al mondo dello street food.



*community degli street fooder italiani*

*Entra a far parte della community degli street fooder italiani  
Scopri tutti i servizi disponibili su [www.sfoodly.com](http://www.sfoodly.com)*



*Guide, Certificazioni Supporto, Forum, Accademy, Consulenza, E-commerce sono solo alcuni servizi online per far crescere il tuo business attraverso il digital.*

#### **Informazioni legali**

AGIRE Soc. cons. a r.l. - Via Isidoro e Lepido Facii snc - 64100 Teramo (TE) – [info@sfoodly.com](mailto:info@sfoodly.com)

I contenuti presenti in questa guida sono una rielaborazione parziale e/o completa dei testi del libro **Street Food & Digital Marketing. Strategie innovative di Digital Marketing per lo Street Food** edito da Galad Edizioni. *Gli autori declinano ogni responsabilità per eventuali errori e omissioni rilevabili nella presente pubblicazione. Marchi di fabbrica, nomi e loghi pubblicitari contenuti nel libro appartengono ai rispettivi proprietari.*