

Tracciare i click sui link con Google Analytics

mercoledì, 25 gennaio 2017

Spesso, per comprendere al meglio come gli utenti utilizzano il tuo sito, è utile tracciare gli eventi generati dall'interazione dei visitatori. Potrai così analizzare i click effettuati sui banner pubblicitari presenti sul tuo sito, piuttosto che i click su link come numeri di telefono e/o email. Avrai a disposizione un potente strumento per analizzare e magari aumentare il tasso di conversione del tuo sito web.



Sommario

Cosa sono gli eventi in Google Analytics

Dove visualizzare gli eventi in Google Analytics

La funzione `ga()`

Un po' confuso? Ecco un esempio pratico!

Cosa sono gli eventi in Google Analytics

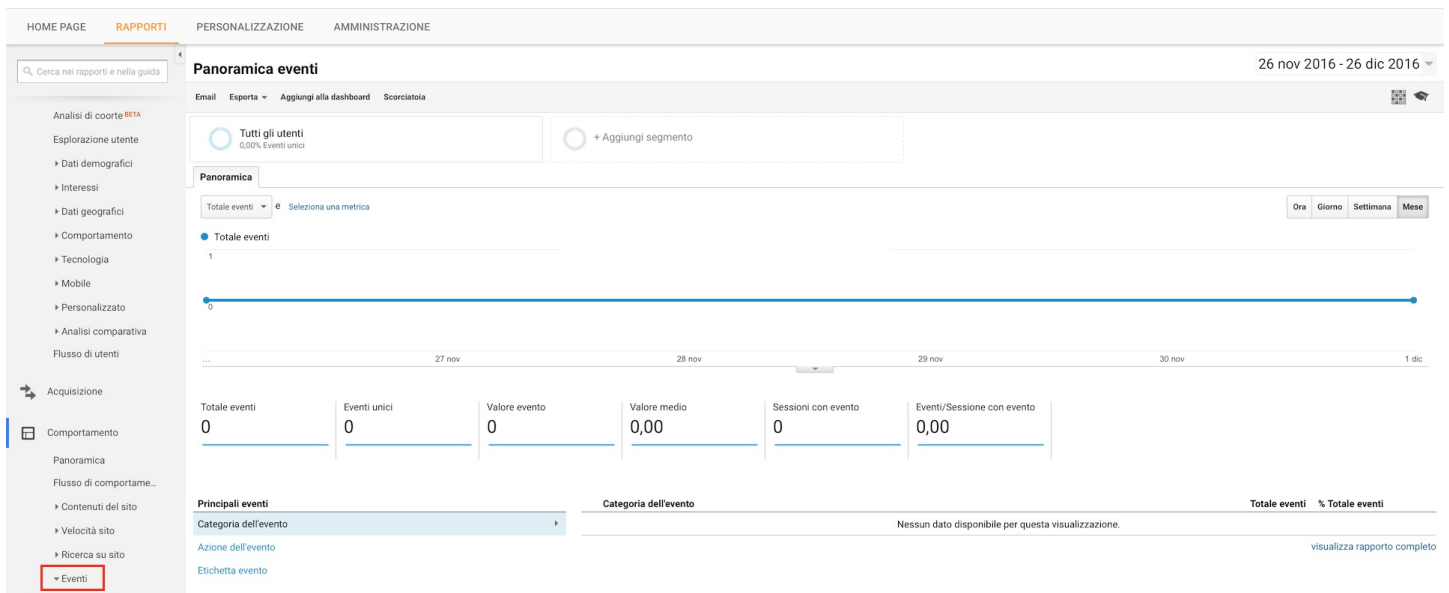
Gli eventi sono semplicemente le interazioni degli utenti con contenuti di vario genere che possono essere monitorati in modo indipendente da una pagina web. Puoi considerare esempi di eventi download, clic su link o annunci, interazione con i video, tutte azioni che potresti desiderare di tracciare ed analizzare.

Dove visualizzare gli eventi in Google Analytics

Per poter visualizzare i dati raccolti circa gli eventi sul tuo sito, è innanzitutto necessario avere installato un codice di monitoraggio di Google Analytics. Se non sai come fare, leggi la guida ufficiale di Google.

Una volta inserito lo script:

- accedi al tuo account di Google Analytics
- scegli la vista del sito che ti interessa (se ce ne fosse più di uno)
- seleziona la scheda RAPPORTI
- seleziona COMPORTAMENTO > EVENTI > PANORAMICA



qui troverai tutti gli eventi registrati. Ma come fare per inviare gli eventi e farli registrare?

La funzione `ga()`

Per far sì che Google Analytics registri il comportamento degli utenti circa gli eventi, hai a disposizione la funzione Javascript `ga()`, che utilizza sei parametri, di cui i primi due già "fissati" di default (per il nostro scopo, ovviamente), gli altri quattro modificabili a piacimento per personalizzare i report sugli eventi:

- **Categoria:** nome arbitrario utilizzato per raggruppare gli eventi da monitorare
- **Azione:** nome arbitrario che sta a indicare il tipo di interazione che l'utente esegue
- **Etichetta:** informazioni aggiuntive circa l'oggetto (link, video, ecc.) di cui stai monitorando il comportamento
- **Valore** (facoltativo): numero intero che si aggiunge ai valori totali del conteggio di ciascun evento.

Ecco l'anatomia della funzione:

```
ga( 'send', 'event', 'Categoria', 'click', 'Etichetta', 'Valore' );
```

Un po' confuso? Ecco un esempio pratico!

Come spesso accade, la teoria lascia sempre un tantino perplessi, dunque è utile fare un po' di chiarezza con un esempio pratico.

Ipotizza di voler inserire un link mailto: per permettere agli utenti di inviarti una email attraverso un semplice click. Normalmente, scriveresti:

```
<a href="mailto:example@email.com">Scrivici una email</a>
```

Volendo implementare quanto finora spiegato, è necessario inserire all'interno del tag HTML <a> di cui vuoi tracciare l'interazione la funzione precedentemente trattata. Il tuo link, diventa:

```
<a href="mailto:example@email.com" onClick="ga( 'send', 'event', 'Mail to', 'click', 'Invio email' );">Scrivici una email</a>
```

Il codice proposto, tramite la funzione Javascript onClick() che intercetta il click dell'utente, registra le azioni di click sul link, assegnandole alla categoria "Mail to" con etichetta "Invio email". In questo caso, non è necessario specificare alcun "Valore", dunque il conteggio verrà semplicemente incrementato di uno ad ogni click sul link.

Ecco infine come si presenta il report di Google Analytics dopo la registrazione degli eventi:

