



Web analytics per l'editoria

ORE PREVISTE:

6 ore complessive, in moduli da 3 ore l'uno dalle 16 alle 19
mercoledì 15 e giovedì 16 febbraio

PROGRAMMA

Obiettivo del corso è fornire ai partecipanti gli strumenti per interpretare e utilizzare gli strumenti di web analytics (Google Analytics e strumenti alternativi), strategici per ogni iniziativa di creazione contenuti, web marketing e comunicazione digitale.

1. Intro su dati e mondo web analytics

- Intro sul mondo dei dati e come usarli
- KPI e metriche di base
- Il concetto di funnel e perché è utile
- Il mondo delle analytics + gestione privacy
- GA oggi e future evoluzioni

2. Google Analytics 4 e Strumenti Alternativi: laboratorio

- Impostazioni base di GA4: configurazioni, come migrare da GA3 a 4. Come migrare Search Console
- Come lavorare e interpretare i dati su GA4
- Come tracciare: UTM e strumenti correlati

RELATRICE

Beatrice Fossati: lavora come professionista nell'ambito della Comunicazione e Media da circa 20 anni. Dopo una lunga esperienza in aziende di rilevanza nazionale e multinazionale (Gruppo l'Espresso, Luxottica, Yoox Net-a-Porter Group), aiuta le PMI e i professionisti a organizzare meglio la propria presenza online. Si occupa di formazione e di accompagnare giovani Talenti nel loro percorso di inserimento in azienda. Dal 2022 insegna "Web analytics e social advertising" presso il Master BookTelling Comunicare e vendere contenuti editoriali dell'Università Cattolica.

Il suo focus sono i mezzi Digital, in particolare i Social Media. Entrambi le permettono di collegare idee e persone. Usa l'innovazione con consapevolezza, strategia e creatività, con la volontà di proteggere e preservare la componente emotiva, umana e autentica degli scambi.