Piccolo Glossario della Web Analytics

La Web Analytics

Questo piccolo glossario della Web Analytics, tratto dal primo libro italiano in materia "Web Analytics Strategies" (www.webanalyticstrategies.com), nasce dal desiderio di raccogliere parole di uso comune, termini tecnici e nuove espressioni proprie di un settore affascinante e di frontiera quale è la Web Analytics.

Questa nuova metodologia di analisi può essere sintetizzata in una definizione che abbiamo formulato in anni di studio e di sua applicazione quotidiana e considera 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, conversion), con l'obiettivo di ottimizzarne le performance e di migliorare l'esperienza di navigazione dei visitatori al sito".

La possibilità, quasi magica, di analizzare i comportamenti e i gusti di ciascun navigatore, di monitorare il ROI di una campagna pubblicitaria, il gradimento di un servizio, rende Internet un media dalle caratteristiche nuove, uniche, quasi rivoluzionarie; un media sempre più apprezzato da aziende, editori, ed inserzionisti.

Con il contributo della Web Analytics è anche possibile:

- Ottimizzare l'efficacia di una campagna ADV
- Migliorare il posizionamento sui search engine
- Individuare la provenienza dei navigatori
- Analizzare i comportamenti di acquisto
- Monitorare l'efficienza dello Shopping Cart
- Analizzare lo shopping funnel
- Rilevare la Customer satisfaction
- Ridurre sprechi e costi di gestione
- Monitorare le performance dei server
- Individuare errori e malfunzionamenti

I vantaggi per le aziende che hanno adottato questa innovativa metodologia sono generalmente immediati e superiori ad ogni aspettativa. Spetta dunque ad ogni operatore contribuire alla diffusione della Web Analytics in modo sano, virtuoso, costruttivo.
Ci auguriamo che anche questo lavoro possa apportare il suo piccolo contributo.

Giuseppe Fragola
CEO ImetriX

A

Abandonment - Abbandono del sito ad opera del navigatore durante un processo di conversione (*Cfr. Conversion funnel*). Il navigatore non torna nel sito nei successivi 30 min. e la sessione di navigazione ha termine.

Abandonment Rate -Strettamente connesso alla conversion rate, è l'Abandonment Rate, ossia la percentuale di navigatori che abbandonano un processo multi step.
Alcune fasi di registrazione o di acquisto richiedono l'inserimento di molteplici informazioni personali, o in ogni caso una lunga interazione con il navigatore.
Per una serie di ragioni, tecniche e psicologiche, è assai frequente che il processo (funnel) non giunga a compimento.

Accessibilità – V. Usability.

Accuracy - Indica il livello di precisione e di qualità dei dati rilevati. L'accuratezza nella rilevazione rappresenta un parametro determinante per ciascuna soluzione di Web Analytics, sui cui dati vengono prese decisioni estremamente rilevanti.

Acknowledgement Page - Una pagina visualizzata al termine di un processo di navigazione come ad es. l'avvenuta registrazione o un acquisto. Indica il termine del procedimento (es. la pagina: "Grazie la transazione è avvenuta con successo") e consente di monitorare il completamento di un processo di navigazione.

Accuracy - Indica il livello di precisione e di qualità dei dati rilevati. L'accuratezza nella rilevazione rappresenta un parametro determinante per ciascuna soluzione di Web Analytics, sui cui dati vengono prese decisioni estremamente rilevanti.

Acknowledgement Page – Una pagina visualizzata al termine di un processo di navigazione come ad es. l'avvenuta registrazione o un acquisto. Indica il termine del procedimento (es. la pagina: "Grazie la transazione è avvenuta con successo") e consente di monitorare il completamento di un processo di navigazione.

Acquisition - Acquisizione. Un navigatore si considera acquisito quando in seguito all'esposizione ad un messaggio promozionale fa ingresso nel sito (V. Reach)

ACT - After Click Tracking è il monitoraggio dei percorsi di navigazione di un visitatore dopo che lo stesso ha cliccato su un link contenuto in messaggio promozionale o su una e-mail. Poter seguire i percorsi di un navigatore sia all'esterno che all'interno del sito, è estremamente importante per profilare i navigatori.

Actionable Data - Trattasi di informazioni che per loro natura generano attività decisionali o azioni strategiche. Casi tipici di AD sono le informazioni sui gusti e sulle abitudini di acquisto dei visitatori nonché le KPI.
La lettura di questi dati genera subito processi di ottimizzazione.

Ad click – Click effettuato da un navigatore su un messaggio promozionale con l'intenzione di collegarsi mediante ipertesto al sito dell'inserzionista. Il click sull'annuncio non sempre giunge a buon fine ed è per questo che lo si distingue dal clickthrough. Le diverse cause possono imputarsi ad un server occupato, ad un link errato, alla chiusura del browser, ecc…

Ad impression - Visualizzazione di un banner o di altro messaggio promozionale in una pagina Web.

AdSense - Programma di Google che consente ai Web publisher di ospitare sui propri siti pubblicità di qualità inviata e pagata da Google er ciascun click registrato.

Ad-server - Un advertising server è un insieme hardware/software dedicato a smistare le richieste di messaggi promozionali provenienti dai siti affiliati ad un medesimo circuito pubblicitario. Per la selezione e l'invio delle inserzioni pubblicitarie l'Ad Server tiene conto di differenti parametri (tempo, target, costo, frequenza di richiesta, profilo del richiedente, ecc…). Ogni qual volta un navigatore visualizza una pagina Web, l'ad-server riceve la richiesta di un banner ed invia al navigatore il banner prescelto.

Ad space - Spazio all'interno di un sito o di una pagina Web riservato ad ospitare messaggi promozionali (banner, link a pagamento, sponsorizzazioni).

Ad view - Esprime il numero di impression (visualizzazioni) di un messaggio promozionale.

AdWords - Rivoluzionario programma promozionale di Google, tariffato all'inserzionista in modalità Pay per Click. Principali caratteristiche dello strumento sono: la possibilità di segmentare il target; un costo per ciascun click predeterminabile, visualizzazione dell'annuncio alla richiesta delle keyword desiderate.

Affiliate Marketing - I circuiti di affiliazione sono un metodo diffuso di promozione dell'e-business. L'affiliato può ricevere un compenso calcolato sui click, sulle visite, sulle conversioni. Generalmente trattasi di un sistema a tariffazione Pay per Click.

Aggregate Data - Insieme di informazioni aggregate in funzione di specifici parametri.

Analytics - Cfr. Web Analytics.

Annuncio testuale - Alcune tipologie di annunci promozionali possono essere esclusivamente testuali. Un annuncio di questo tipo prevede uno slogan fortemente accattivante che invita a cliccare su un collegamento al sito pubblicizzato. I collegamenti testuali sono più facili da creare, più leggeri e riducono il tempo di caricamento delle pagine.

ASP - Active Server Pages sono componenti software utilizzati per generare e gestire pagine dinamiche.

Attrition - Parametro che indica il numero di visitatori che hanno effettuato una sola conversion, senza effettuarne altre nel periodo di monitoraggio. Il dato contribuisce ad evidenziare la perdita di navigatori nel tempo. La durata di vita di un navigatore del sito ha un andamento parabolico (V. Average lifetime), superata la fase di maturità si ha un progressivo abbandono del rapporto con il sito (V. Retention).

Authentication - L'accesso ad un sito, ad una rete o a un sistema richiede, il più delle volte, l'autenticazione dell'utilizzatore mediante l'inserimento di un username e di una password di identificazione. Il codice della privacy impone che l'accesso ad un pc contenente dati personali

www.imetrix.biz

sia condizionato all'autenticazione dell'operatore incaricato.

Average Lifetime Value - Il valore del tempo di vita medio di un visitatore o di un gruppo di visitatori del sito esprime il valore economico di tutti gli acquisti effettuati dall'inizio del monitoraggio o dell'analisi.

Average page views per visit/user session - Numero medio di pagine viste per visita o per user session. Questo indicatore, interpolato con il tempo di permanenza del navigatore nelle pagine, contribuisce a valutare il grado di interesse del navigatore per il sito e per i contenuti visualizzati.

B

Bandwidth - Larghezza di banda. Si misura in kilobytes di dati trasferiti.

Banner Ad - Elemento grafico con finalità promozionali. Di differenti dimensioni (Rectangle, Medium Rectangle, Wide Skyscraper, Leaderboard,) e differenti formati (.gif, .jpg. .swf) contiene un link all'URL promossa. Il successo di un Banner si misura dalla capacità di indurre i navigatori a cliccarvi sopra (V. Reach).

Bar chart - Grafico a colonne, istogramma.

Basic consumer goods - Beni/servizi acquistati dal consumatore tipo.

BBM - La metodologia di misurazione Browser Based Measurement (browser centric) si pone come la moderna alternativa ai log file (server centric). Utilizza per il tracciamento un piccolo frammento di codice javascript denominato page tag o bacon o implementazione. Trattasi di poche righe di codice che, alla completa visualizzazione, inviano una richiesta HTTP ad un server preposto alla registrazione delle richieste.

Beacon - V. Page Tag.

Behaviour - Comportamento di un navigatore o di un gruppo omogeneo di essi.

Behavioural study - Analisi del comportamento di un navigatore o di un gruppo omogeneo.

Below the line - Attività promozionali complementari e tecnicamente alternative alla pubblicità tradizionale.

Below the cost - Costi complementari, accessori.

Below the Web - Attività promozionali effettuate mediante strumenti alternativi al Web come ad es. newsletter, mailing list, newsgroup, forum, chat.

Benchmark - Standard o elemento di riferimento a cui allineare le performance aziendali.

Benefit segmentetion – Segmentazione dei navigatori in funzione dei benefici attesi.

Best of bread - Riferito ad un periodo di analisi si intende il periodo con le migliori performance in assoluto.

Best selling - Il prodotto o il servizio più venduto nel periodo di analisi considerato.

Bounce - Illuminazione riflessa. Il termine applicato ad una campagna di e-mail marketing indica le mail che sono tornate indietro. Applicato alle pagine Web indica quei contenuti che il navigatore abbandona rapidamente dopo esservi entrato. (V. Single Access Pages).

Bounce Rate - Percentuale di Bounce verificatesi nel periodo di monitoraggio preso in considerazione.

Brand - Marca, logo di un prodotto o di un'azienda.

Brand awareness - Notorietà del brand di un'azienda o di un prodotto.

Brand equity - Valore di un brand.

Brand life cicle - Ciclo di vita di un brand.

Brand loyal - Fedeltà di un consumatore/navigatore ad un brand.

Brand perception – Come i navigatori percepiscono il brand a cui sono esposti. Quale sensazioni, ricordi vi associano.

Browser - Software User Agent per la visualizzazione di differenti formati (HTML, XHTML, XML, .ASPX, ecc…) utilizzati per veicolare informazioni mediante il protocollo HTTP/HTTPS. Esempi di User Agent sono "Explorer" "Netscape" e gli spider dei motori di ricerca.

Browser used - Alcune metriche indicano tipologia e release dei browser utilizzati dai navigatori del sito. Il dato rileva per la dotazione tecnica dei visitatori ed è utile in fase di implementa- zione di un nuovo sito o di un nuovo layout.

Business Intelligence - Insieme di modelli, metodi e strumenti rivolti alla raccolta sistematica delle molteplici informazioni che vengono generate da un'azienda. Questi dati, aggregati e analizzati, vengono utilizzati per supportare concretamente - sulla base di dati fattuali - le decisioni del management, per valutare e ottimizzare le performance dell'azienda e per generare stime previsionali.

Buyer - Compratore, navigatore che ha effettuato un acquisto.

Buyer behaviour - Comportamento di acquisto di un singolo navigatore o di un gruppo omogeneo.

Buyer behaviour model - Modello di comportamento di acquisto di un gruppo omogeneo di buyer.

Buyer decision - Decisione di effettuare un acquisto. Trasforma il navigatore in buyer.

Buyer first time - Navigatore che ha effettuato un acquisto durante la prima visita al sito.
Buyer next time - Navigatore che ha effettuato un acquisto in una visita successiva alla prima.

C

Cache - Per ricaricare rapidamente pagine o immagini già visualizzate i browser tendono ad archiviarle in una

www.imetrix.biz

memoria temporanea la cui dimensione può essere impostata dall'utente. La cache può influenzare la qualità del dato rilevato da alcuni sistemi di misurazione come ad es. quelli basati sui log file.

Caching - Attività di memorizzazione di una copia di un file consultato su internet nella cache di un proxy server o di un client. Alla richiesta di un contenuto effettuata da un client, il proxy server fornisce all'utente la copia in locale, in sostituzione del documento originale presente su Internet. Questa soluzione offre il vantaggio di accelerare la visualizzazione dei contenuti visualizzati e di far risparmiare banda, ma genera problemi di aggiornamento delle pagine influenzando in modo significativo i sistemi di misurazione server centric. A causa della mancata richiesta di contenuti al server che li ospita, questa metodologia di misurazione può non rilevare il 60-70% delle pagine effettivamente richieste.

Call to Action - Invito all'azione. Capacità di un messaggio promozionale o di navigazione di incoraggiare i navigatori a compiere l'azione indicata. Esempi classici "Clicca qui" , "Acquista subito". Il successo di un messaggio promozionale si misura anche in termini di "acquisition", ossia di capacità di un messaggio di indurre i navigatori ad entrare nel sito.

Campaign Analysis - Analisi del successo di una campagna promozionale.
Analizzando ad esempio il click rate dei banner utilizzati è possibile valutarne l'efficacia, il reach ed effettuarne di conseguenza valutazioni comparative che coinvolgano gli elementi grafici e la comunicazione adottata. Alcune piattaforme di Web Analytics richiedono l'inserimento di un apposito parametro nel link posto su ciascun messaggio promozionale, altri identificano automaticamente la provenienza dei messaggi.

Canalizzazioni - Cfr. Conversion Funnel

CGI - Common Gateway Interface, software scritti in PHP, Perl, C ed istallati in apposite cartelle del server (cgi-bin). Vengono utilizzati per creare supporti interattivi ai siti Web come form mail, pagine dinamiche, motori di ricerca, accessi riservati, ecc…

Chart - Grafico, istogramma.

Churn Rate - Percentuale di visitatori, univocamente identificati, che interrompe l'utilizzo di un servizio (ad es. si cancella da una newsletter, o recede da un abbonamento) nel periodo di monitoraggio preso in considerazione.

Click - Doppia pressione sul pulsante sinistro del mouse effettuato su un collegamento ipertestuale.
Ai fini della Web Analytics rileva esclusivamente il click che genera il trasferimento del navigatore da una pagina Web ad un'altra.

Click fraud - Azione di click ripetuti nel tempo su un medesimo link pay per click con l'intento di cagionare un danno economico all'inserzionista o se effettuato dall'inserzionista migliorare la posizione del proprio annuncio nell'elenco di link sponsorizzati.

Clickstream analysis - Analisi dei click effettuati da un visitatore durante la navigazione al sito. Questa metodologia, diventata recentemente di gran moda, consente più di altre tecniche di profilare i visitatori individuandone con precisione i comportamenti. Alcune soluzioni consentono di visualizzare in modo estremamente intuitivo il numero e la % sul totale di click effettuati su un determinato link.

Click-through - Click attraverso. È il numero di volte in cui un visitatore avendo cliccato su un messaggio promozionale presente su una pagina web, raggiunge con successo il sito promosso visualizzandone la pagina (*Cfr. landing page*). A differenza dell'Ad click (V. Ad Click), i click through sono esclusivamente i click andati a buon fine con la completa visualizzazione della landing page. Le politiche di acquisto di campagne ADV tariffate sugli effettivi click-through, rappresentano una valida politica per corrispondere all'editore soltanto il costo dei contatti andati a buon fine e non le semplici impression.

Click Through Rate - Il CTR è un indicatore del successo e dell'attrattiva di una campagna di online advertising. Il CTR si ottiene dividendo il numero di utenti che ha cliccato su un messaggio promozionale diviso il numero di volte in cui il messaggio è stato visualizzato (impression). Se un banner è stato visualizzato 1000 volte (1000 impression delivered) e 50 navigatori vi hanno cliccato, il CTR di quel banner sarà del 5%. Il CTR di un banner può variare anche considerevolmente in funzione del sito e della posizione in cui lo stesso è allocato.

Clickthrough URL - V. Lading page.

Cluster analysis - Analisi a gruppi.

Codice Sorgente – Il codice di programmazione a supporto di un software, di una pagina o di un altro contenuto. Non è visualizzato da un browser.

Conversion Rate - Percentuale di visitatori che ha effettuato una conversion sul totale dei navigatori che ha avuto accesso al sito nel periodo di monitoraggio considerato.
Costituisce un rigoroso indicatore del successo delle strategie di marketing poste in essere.

Client - In generale il termine client indica un elemento hardware o software che accede ai servizi o alle risorse di un altro elemento, detto server. Un computer collegato ad un server tramite una qualunque rete, ed al quale richiede uno o più servizi, mediante uno o più protocolli di rete è un client hardware.
Un programma di posta elettronica o un browser sono esempi di client software.

Client Error - Un errore verificatosi in seguito ad una richiesta invalida del browser di un navigatore.

Codice errore - Un codice di errore o codice di stato, è un numero attribuito a ogni richiesta ricevuta dal server. I codici più comuni sono: 200 OK, 401 Necessaria autorizzazione, 404 Non trovato, 500 Errore del server.

Codice di stato - V. Codice di errore.

Comparative test - Test comparativo.

Conversion - Conversione è il raggiungimento da parte di un navigatore di un obiettivo (goal) ritenuto strategico per il sito. Gli obiettivi possono essere di differente natura come un acquisto, l'iscrizione ad una newsletter, il download di un documento. L'utente di

www.imetrix.biz

© 2007 ImetriX.biz

una piattaforma di Web Analytics può impostare dal pannello di controllo le azioni e gli obiettivi che devono essere considerati conversion. Il sistema fornirà per ciascuna conversion molteplici informazioni accessorie (cfr. Conversion Rate).

Conversion Funnel - La serie di passaggi (generalmente pagine) attraverso i quali il navigatore effettua una conversion. Il percorso virtuoso che genera una conversion è pre impostato mediante un apposito pannello di controllo della piattaforma di WA e serve ad identificare le fasi di abbandono di un determinato processo di conversione (cfr. Abandonment).

Conversion Rate - La percentuale indica i visitatori che hanno effettuato una conversione sul totale di visitatori al sito nel periodo di riferimento.

Cookie - Letteralmente "biscotto", è un piccolo file di testo memorizzato sul computer di ogni navigatore che si collega ad un server. Nella WA i cookies vengono utilizzati per identificare univocamente un browser (unique visitors) e per determinare mediante un token di sessione, la durata di una visita al sito. Ad ogni successiva connessione, il server Web potrà richiedere al browser il cookie precedentemente memorizzato o inviarne uno ex novo.
Il timore, spesso ingiustificato, per i cookies ha stimolato la realizzazione di sistemi di identificazione alternativi non rilevabili dall'utente.

Cookie Third Party - Generalmente i cookie sono riconducibili al sito visitato dal navigatore. Tuttavia in alcune circostanze un sito può inviare cookies di soggetti terzi come la società che fornisce la WA o la concessionaria che gestisce l'Ad server. Questo tipo di cookies, gestiti da aziende terze nell'interesse del sito, vengono definiti Cookie Third Party. Poiché il timore per questo tipo di cookies è elevato, le nuove release di browser permettono all'utente di bloccarne l'invio, consentendo la ricezione dei cookies inviati dal sito per la gestione delle principali interattività i cd first-party cookies.

Cost benefits analysis - Analisi dei costi benefici. Si effettua per analizzare la convenienza di un'attività promozionale, di una ristrutturazione del sito, o di un'attivita di cui a fronte di un investimento ci si attendono benefici.

Cost per action - Il CPA esprime il costo sostenuto dall'inserzionista per una determinata azione posta in essere dai navigatori (es. una registrazione, un acquisto).

Cost per Click - Il CPC indica nella WA e in campo pubblicitario il costo attribuito a ciascun click effettuato da un navigatore su un messaggio pubblicitario (banner, link) indipendentemente dalla tariffazione applicata dal publisher. Il CPC è spesso comparato con il Revenue per Click (RPC) per valutare il ROI di una campagna Pay per Click. (Cfr. Pay per Click).

Cost per lead - Il CPL esprime il costo sostenuto dall'inserzionista per portare sul sito un potenziale cliente.

Cost per sale - Il CPS esprime il costo sostenuto dall'inserzionista a fronte di una vendita/acquisto effettuato sul sito da un navigatore.

Cost per thousand - Il CPM esprime il costo pagato dall'inserzionista a fronte della visualizzazione di migliaia di impression.

Cost per thousand targeted - Il CPMT esprime il costo pagato dall'inserzionista a fronte della visualizzazione di migliaia di impression allineate al target di riferimento del sito.

Crawler - Cfr. Spider

Customer Segment - Un segmento di visitatori rappresenta un insieme di navigatori che hanno medesimi elementi comportamentali, caratteristiche demografiche o comportamenti d'acquisto. Individuare quanti più Customer Segment possibile e associare loro molteplici profili comportamentali aiuta a profilare i navigatori al sito e a prevedere esigenze e richieste.

Customer satisfaction -Soddisfazione della clientela. Sul Web esprime il grado di soddisfazione di un navigatore che ha effettuato un acquisto (buyer). La piena soddisfazione del cliente rappresenta l'obiettivo del marketing relazionale (V. Marketing relazionale).

D

Dashboard - Ma anche Digital Dashboard è un sistema di visualizzazione che consente di all'utente di selezionare e visualizzare dinamicamente alcune informazioni sul proprio PC. L'utente, può posizionare le differenti informazioni in funzione dei propri desideri, ottenendo la massima chiarezza espositiva. Alcune piattaforme di Web Analytics adottano questo strumento di business intelligence per lasciare ai clienti la possibilità di creare una propria pagina riepilogativa con le principali metriche adottate.

Data acquisition - Attività di acquisizione dati.

Data import - Attività di importazione delle informazioni raccolte da un data base ad un altro.

Data interchange format - DIF è uno standard che garantisce lo scambio e l'accesso ai dati provenienti da programmi differenti.

Data Intervallo - Le piattaforme di WA più evolute consentono di effettuare interrogazioni al data base selezionando specifici intervalli temporali. Questa funzione permette di monitorare con esattezza le performance del sito durante particolari eventi o campagne pubblicitarie.

Data mart - Database contenente informazioni per il soddisfacimento di un obiettivo *specifico*. Si caratterizza per la capacità di soddisfare specifiche ricerche in funzione dei dati raccolti. Può considerarsi un sottoinsieme tematico di un data warehouse.

Data mining - Data mining è un processo di analisi di grandi quantità di dati con lo scopo di estrapolarne informazioni strategiche. Costituisce una componente del procedimento di profilazione dei navigatori. I risultati a cui può giungere l'attività di data mining sono molteplici: associazioni per specifici criteri; sequenze di eventi successivi legati da un rapporto causa-effetto; classificazioni e riorganizzazione dei dati in una serie di

www.imetrix.biz

© 2007 ImetriX.biz

eventi; raggruppamenti di eventi non ancora noti; previsioni di un trend evolutivo.

Data Point - In un grafico lineare dove il tempo è riportato lungo l'asse delle X e un altro valore lungo l'asse delle Y, l'intersezione visualizza un data point.

Data processing - Processo di elaborazione dei dati raccolti in un database.

Data record - insieme di campi di dati relativi un determinato soggetto.

Data sheet - Documento che sintetizza dati o sorgenti di dati.

Data value - stringa alfanumerica che rappresenta una informazione

Data warehouse - Raccolta di dati integrata a supporto dei processi decisionali di grandi aziende. I dati provenienti da numerosi e differenti data base sono elaborati per fornire al management supporti decisionali, analisi e reportistica a supporto delle decisioni strategiche.

Dati grezzi - Dati non ancora elaborati e come tali di modesto valore. Una piattaforma di Web Analytics dopo la raccolta dei dati e la loro immissione in un data base fa seguire le attività di elaborazione, di interpretazione e di rappresentazione degli stessi. In queste fasi si attribuisce progressivamente valore ad un'informazione grezza; vi si evidenziano correlazioni, tendenze, problematiche e si profilano comportamenti.

Default - Parametro o configurazione che viene assunto come standard da un software quando l'utente non specifica ulteriori valori.

Demographics - Caratteristiche di segmenti di popolazione. Le informazioni demografiche relative al gruppo preso in considerazione possono includere sesso età, titolo di studio, status familiare, localizzazione geografica, propensione al consumo, proprietà immobiliari. Questi dati interpolati con la provenienza geografica dei navigatori di un sito, contribuiscono in modo significativo alla loro profilazione e alle valutazioni di marketing connesse.

Demographic profile - Profilazione dei navigatori in funzione di informazioni demografiche

Depth Visit - Profondità della visita. Indica a quale livello nella struttura ad albero di un sito si è spinto il navigatore. Maggiore è la profondità della visita maggiore è l'interesse del visitatore ad approfondire i contenuti visualizzati.

DHCP, Dynamic Host Configuration Protocol - Protocollo di comunicazione che, installato su un server di rete, assegna automaticamente gli indirizzi IP a ciascuna macchina all'interno della rete. Il DHCP può essere configurato sia per assegnare IP statici, immutabili ad ogni sessione di navigazione, sia IP dinamici che mutano ad ogni sessione di navigazione. Gli IP dinamici costituiscono un fattore estremamente critico nell'identificazione del visitatore unico, il cui riconoscimento non può pertanto fondarsi sull'IP, ma sui cookies o altre soluzione di identificazione univoca.

Digital Dashboard - V. Dashboard.

Display image - Porzione di un file grafico effettivamente visualizzata sul monitor.

Display menu - Visualizzazione sul monitor di una sequenza di azioni che possono essere adottate, stampa, export, invia mail.

Domain Name System - DNS è il sistema che traduce i nomi di dominio in indirizzi IP. Un dominio è una sequenza di lettere che viene associata univocamente ad un indirizzo IP, una quadrupla numerica (000.000.000.000), che identifica un server su Internet. Quando un navigatore digita l'url di un nome di dominio (ad es. www.imetrix.biz), uno dei server DNS sparsi per il mondo trasforma la stringa testuale nel corrispondente indirizzo IP. Qualora l'informazione non fosse contenuta nel server consultato, ne verrà consultato un altro e un altro ancora fino alla risoluzione del dominio digitato.

Dominio - Sequenza alfanumerica che identifica un server su Internet. Ad esso è abbinato, in modalità univoca, un indirizzo IP, la cui risoluzione è affidata al DNS.

DNS inverso - Software che risolve un indirizzo IP ottenendo il nome di dominio corrispondente. In molte circostanze può essere estremamente utile individuare un dominio avendo a disposizione esclusivamente un indirizzo IP. Spesso i sistemi di analisi individuano indirizzi IP ricorrenti o caratterizzati da percorsi di navigazione interessanti o sospetti. In tal caso un software di DNS look up è di grande aiuto.

E

E-commerce - Il commercio elettronico "consiste nello svolgimento di attività commerciali e di transazioni per via elettronica e comprende attività diverse quali la commercializzazione di beni e servizi per via elettronica, la distribuzione on-line di contenuti digitali, l'effettuazione per via elettronica di operazioni finanziarie e di borsa, gli appalti pubblici per via elettronica ed altre procedure di tipo transattivo della Pubblica Amministrazione. Def. Commissione europea COM (97) 157.

Elaborazione dati - Operazioni eseguite sui dati per il perseguimento di un risultato.

Entry pages - Pagine utilizzate dai navigatori per entrare nel sito.
La home page rappresenta solo una delle ipotesi di accesso al sito e di frequente non è la principale. Appositi report classificano in percentuale e in valore assoluto le pagine che danno inizio alla navigazione nel sito in un intervallo temporale. La pagina di entrata potrebbe anche essere la destinataria di una campagna banner o di un'attività promozionale o di un link esterno (cd. Landing page). Incrociando questo dato, con alcuni metriche quali i "Rimbalzi", il "Tempo speso nella pagina", si desume l'effettivo indice di gradimento e la qualità dei contenuti presenti nella pagina in esame.

www.imetrix.biz

© 2007 ImetriX.biz

Errori di referral - Trattasi di errore causato dalla mancanza di una pagina o di un file richiesto al server da un navigatore mediante un click su un link contenuto nella pagina. Ad un richiesta il server può rispondere con il codice di errore "404 Non trovato" (cfr. Codici di errore).

Escludi IP - Generalmente le piattaforme di Web Analytics consentono agli utenti di escludere dal monitoraggio un singolo PC o un IP o addirittura nel caso di grandi organizzazioni un'intera classe di indirizzi IP. Questa tipologia di filtro di cui si consiglia la configurazione, consente di ottenere dati più attendibili, perché depurati da quelle componenti di traffico poste in essere da navigatori riconducibili all'azienda.

Exception reporting - Trattasi di un'analisi applicata a grandi quantità di dati e finalizzata a visualizzare specifiche informazioni strategiche.

Exit pages - Pagine utilizzate dai navigatori per uscire dal sito. Trattasi di pagine che per il loro contenuto, layout, posizione nel sito invitano gli utenti ad interrompere la navigazione. Comparare le informazioni relative a queste pagine con quelle di altri parametri di navigazione consente di individuare malfunzionamenti, ed errori ed aiuta a profilare i navigatori al sito.

Exposure - Messaggio promozionale inviato da un server Web ad un client contestualmente alla pagina che lo ospita. L'exposure sta al server come l'impression sta al client.

F

File backup - Copia dei file utilizzata per riattivare in caso di problemi una base dati danneggiata.

File log analyzer - V. Log file analyzer

Filtro - Un filtro è uno strumento che consente di depurare i dati monitorati da alcune componenti considerate estranee o poco interessanti all'analisi finale. Esempi di filtri possono essere classi di indirizzi IP, navigatori o buyer ecc… L'utilizzo dei filtri ottimizza la qualità della base dati utilizzata per l'analisi.

Firewall - Letteralmente "muro di fuoco", è un dispositivo di sicurezza hardware o software installato in una LAN (local area network) per proteggere i PC che ne fanno parte, dalle intrusioni di terzi malintenzionati. I tentativi di intrusione possono provenire da internet, da connesioni wi-fi o come troppo spesso accade dall'interno della rete.

First Party Cookie - V. Cookie First Party

Foglio di calcolo - Software che consente di collegare, con ogni tipo di formula o regola, i numeri contenuti in righe e colonne. Al variare del numero di una cella, i numeri collegati si aggiornano automaticamente. Questo strumento, consente di effettuare, con estrema rapidità, ogni tipo di previsione e di simulazione.

Form - Trattasi di una pagina Web, in cui appositi campi testuali consentono al navigatore di immettere informazioni e di inviarle al server per l'elaborazione. Tipico esempio di form sono le pagine di registrazione e gli shopping chart.

Form control - Procedura operativa per utilizzare i form per la raccolta di dati.

Frame - Le pagine Web possono essere suddivise in differenti sezioni, autonome pagine nelle pagine. Questo strumento di gran moda agli esordi del Web design, è divenuto desueto a causa della complessità di gestione e delle problematiche procurate ai motori di ricerca e ai sistemi di monitoraggio. La mancanza di effettivi vantaggi ha fatto dei frame un esperimento non troppo riuscito.

Frequency - Numero di volte in cui un visitatore ha visitato il sito nell'intervallo di monitoraggio considerato. La frequenza media (cd Average Frequency) è la media della frequenza di visita di tutti i visitatori, nell'intervallo di monitoraggio considerato. V. anche Recency e Latency.

FTP - Acronimo di File Transfer Protocol (protocollo di trasferimento file), è un protocollo che fornisce gli elementi fondamentali per la condivisione di file tra host. L'FTP è stato sviluppato per trasferire dati in maniera affidabile ed efficiente tra un host e l'altro.

Funnel - V. Conversion funnel.

G

Geocodifica - Metodologia per la visualizzazione grafica dei dati provenienti da un'area geografica.

GIF - Acronimo di Graphics Interchange Format è formato grafico utilizzato sul Web per la capacità di comprimere le immagini mantenendone elevata la qualità in particolar modo in caso di immagini con ampie aree del medesimo colore. Il tag utilizzato dai sistemi BBM fa uso di un'immagine .gif di 1 pixel per 1 pixel.

GIGO - Acronimo per Garbage in – Garbage out. Se si immette immondizia esce immondizia.
La qualità del dato immesso è garanzia funzionale della qualità del dato elaborato.
Per questa ragione è estremamente importante adottare sistemi di Web Analytics che adottino metodologie di acquisizione e di elaborazione standard ed unanimemente ritenute attendibili. In caso contrario ogni successiva elaborazione sarà congenitamente viziata.

H

Hit - Per hit si intende una qualsiasi richiesta di file pervenuta ad un server Web. La richiesta al server di una pagina HTML, comporta inevitabilmente, anche la richiesta dei molteplici elementi che la compongono. Così, se una pagina Web è costituita da un file HTML e da 10 immagini, la sua visualizzazione completa verrà registrata dai file log del server come 11 hit. In passato, negli anni del grande boom, molti operatori equivocavano tra Hits e Page View, il cui numero è esponenzialmente inferiore agli Hits. Anche per questo motivo alcuni siti dichiaravano un numero di Page View giornaliere assai superiore al numero complessivo delle connessioni Internet allora attive in Italia.

HTML - L'Hyper Text Markup Language è stato adottato per scrivere documenti per il Web caratterizzati dalla presenza di collegamenti ipertestuali tra oggetti e documenti correlati.

www.imetrix.biz

HTTP - Il protocollo Hyper Text Transfer Protocol, è un metodo standard di trasferimento dati tra un server e un browser web.

Home Page - Pagina principale del sito a cui sono linkati gran parte dei contenuti presenti. Assolve differenti funzioni tra cui quella di accogliere i navigatori e di comunicare loro il core business aziendale.

I

IAB - Interactive Advertising Bureau è la più importante associazione a livello mondiale nel campo della pubblicità on line. IAB è il punto di riferimento per la definizione e l'applicazione degli standard, per la divulgazione di informazioni tecniche relative alla misurazione e alle metriche.

Immissione diretta - Inserimento automatico dei dati in un sistema di elaborazione senza l'ausilio di un operatore.

Impression - L'impression è l'avvenuta esposizione di un navigatore ad un messaggio promozionale (es. un banner).
Le impression sono considerate un importante parametro sia per la vendita della pubblicità, tariffata in migliaia o decine di migliaia di impression, sia per valutare il successo di una campagna ADV.

Indirizzo IP - Acronimo di Internet Protocol. Garantisce l'univoca identificazione di un computer o di un dispositivo su una rete TCP/IP e dunque anche su Internet. Il formato di un indirizzo IP è una quadrupla numerica del tipo 000.000.000.000. Ogni gruppo di cifre può avere un valore compreso tra 0 e 255. Le informazioni veicolate in una rete TCP/IP vengono frammentate in pacchetti di dati e connotate con l'indirizzo IP del mittente e del destinatario così da assicurarne il corretto istradamento.

Inferenza - Processo logico mediante il quale si giunge ad una conclusione, fondata su proposizioni di consolidata veridicità.

Information explosion - Crescita esponenziale della quantità di informazioni disponibili

Informazione - In senso informatico è un dato intelligibile, frutto del processo di elaborazione di un computer.

Integrità dei dati - Il mantenimento dell'integrità dei dati è una priorità per un sistema di elaborazione e di analisi. Per questo motivo, tutti i dati devono essere consistenti, completi, accurati.

Inquiry - Esprime informazioni sui click effettuati su un messaggio/link promozionale. Consente di ottenere informazioni relative al reach di una campagna e di ciascun messaggio.

Invito all'azione - Cfr. Call to action

ISP - Acronimo di Internet Service Provider. Fornitore di accesso o presenza su Internet.

J

Java - Linguaggio di programmazione orientato agli oggetti inventato da Sun Microsystems.

Java Script - Piccolo elemento di codice incorporato nelle pagine Web ed eseguito dal browser quando la pagina viene visualizzata da un utente.

Java Script tag - V. Page Tag.

Job - Insieme di attività che il programmatore ha attribuito ad un computer perché li elabori quando richiesto. I job non ancora processati, vengono accodati dal sistema in attesa di risorse disponibili cd. *coda dei job*. Ciascun Job può essere connotato da un numero o da un nome di identificazione; il suo processamento può essere schedulato in funzione della priorità, delle risorse disponibili, del verificarsi di specifiche condizioni.

K

Key account manager - Figura responsabile ai contatti e alla assistenza di un cliente di rilievo.

Keyword - Parola chiave è un indice utilizzato per identificare un record o un documento specifico in un data base. L'utilizzo delle keywords anche nei motori di ricerca ha attribuito al termine ulteriori significati. Il navigatore che effettua una ricerca identifica la keyword con l'oggetto della propria ricerca. Gli esperti in posizionamento organic (SEO) vedono le Keywords come espressione sintetica del business aziendale. Le agenzie che fanno PPC vedono nelle keywords termini che i visitatori ricercano in modo estremamente differente. Gli analisti di WA considerano ogni keyword come un'autonoma sorgente di traffico da analizzare in dettaglio.

Knowledge work - Indica le attività del terziario avanzato prevalentemente legate alla produzione, all'elaborazione e alla comunicazione di dati o informazioni.

Knowledge workers - Potrebbe sinteticamente riassumersi in "lavoratore in conoscenza". V. Knowledge work.

KPI - Acronimo di Key Performance Indicators. I KPI noti anche come Key Success Indicators (KSI), sono indicatori strategici di matrice economica finanziaria, che consentono di misurare le performance di un'azienda. Applicati alle componenti di traffico di un Web site, rappresentano un valido strumento per misurare il raggiungimento degli obiettivi aziendali.
In concreto, le KPI, sono proporzioni o rapporti effettuati tra due o più metriche quantitative.

L

Label - Etichetta. Alcune piattaforme di WA presentano grafici al cui sfioramento appaiono etichette (label) con informazioni supplementari.

Landing Page - Pagina di atterraggio. Trattasi di una pagina Web appositamente realizzata per accogliere i navigatori provenienti da uno specifico url, da un messaggio promozionale, da una mail.

www.imetrix.biz

© 2007 ImetriX.biz

I contenuti appositamente segmentati mirano ad interessare immediatamente il navigatore e ad indurlo a compiere un'azione stabilita (V. Call to action).

Larghezza di banda - Esprime la quantità di dati che possono essere trasferiti su un canale di comunicazione nel tempo dato, in genere un sec.

Latency - Numero medio di giorni intercorsi tra le visite effettuate al sito da un visitatore nel periodo oggetto di analisi, per es. ogni tre giorni (V. Recency e Frequency).

Least requested pages - La metrica relativa alle pagine meno popolari, contribuisce ad evidenziare pagine con contenuti poco interessanti, pagine con errori o pagine con problemi nel caricamento.

Link - Nel Web è un collegamento virtuale che consente ad un navigatore di spostarsi da un contenuto ad un altro, effettuando un doppio click sul tasto sx del mouse. I link possono essere posizionati sulle immagini, sul testo, su bottoni di navigazione ecc… Il link è a fondamento dell'Hyper Text Markup Language.

Log file - File che registra le richieste effettuate al server che ospita un dominio. I file di log possono assumere, a seconda dei sistemi, nomi e struttura differenti. Sinteticamente, i file log possono essere ricondotti in quattro categorie principali: a) il transfer-log registra tutti i file trasferiti dal server web all'utente; b) l'error-log registra gli errori che si sono presentati durante il trasferimento; c) l'agent-log traccia lo user-agent che ha effettuato una richiesta al server; d) il register-log registra la provenienza dei visitatori.

Log file analyzer - Software che analizzano i dati memorizzati dai server Web nei propri file di log per fornire all'utente, informazioni sulle componenti di traffico di un sito.
La natura dei file log, archivio delle richieste e delle attività effettuate del server Web, non ne fa una base dati sempre idonea al monitoraggio di tutte le componenti del traffico di un sito.

Loyalty - Questa metrica rileva quante visite un navigatore ha effettuato al sito in un determinato intervallo temporale.
Il dato, esprime la fedeltà degli utenti al sito e ai servizi offerti; un valore che si presenta di estrema importanza specie su Internet ove la propensione dei navigatori ad abbandonare un sito/servizio, è estremamente elevata.
Per determinare la fidelizzazione media di tutti i navigatori al sito, è necessario calcolare la media delle visite effettuate da tutti i visitatori nel tempo dato.

Lurker - Internauta che assiste, senza intervenire, alle attività poste in essere da terzi in una comunità below the Web.

LTV - Acronimo di Life-Time Value. Metrica che esprime il valore economico del rapporto che un consumatore ha con il sito. Il valore economico si determina, sommando il revenue generato dal consumatore durante il periodo oggetto di monitoraggio.

M

Meta-tag - Porzione invisibile di codice HTML che fornisce ai motori di ricerca, informazioni relative ad una pagina Web: autore, frequenza di aggiornamento, sintetica descrizione del sito, parole chiave che ne rappresentano il contenuto. Alcuni motori di ricerca utilizzano queste informazioni per la creazione dei propri indici.

Metrica - Parametro di misurazione e metodo per eseguire misurazioni su entità e attributi definiti.

Metrica diretta - Metrica che prevede la misurazione di un solo attributo.

Metrica indiretta - Metrica derivata dalla misurazione di più attributi (es. il rapporto fra visitatori unici giornalieri e pagine viste giornaliere).

Metrica interna - Metrica, diretta o indiretta, che dipende solo dalla misurazione di attributi dell'entità misurata.

Metrica esterna - Metrica che dipende dalla misurazione di attributi esterni all'entità misurata, ma riferibili al contesto in cui si pone l'entità misurata.

Mezzo campagna - V. Referrer.

Most popular page - Classifica delle pagine più popolari - più richieste dai navigatori - nel periodo oggetto di monitoraggio. Il numero di visualizzazioni per pagina, comparato con altre metriche, fornisce informazioni importanti sui gusti dei navigatori, i contenuti ricercati, la struttura del sito ed eventuali malfunzionamenti.

Most requested pages - V. Most popular page.

Motore di ricerca - V. Search Engine.

N

NAT, Network Address Translation - Traduzione di un indirizzo di rete. È un meccanismo che mediante appositi sistemi, associa agli indirizzi IP adottati in una rete locale, indirizzi IP aperti al pubblico. Questo sistema consente: a) di adottare in una LAN indirizzi IP già assegnati su Internet; b) di mascherare l'IP dei PC presenti nella LAN agli utenti esterni. Dall'esterno è possibile visualizzare unicamente l' IP pubblico attribuito al gateway di rete, spesso un router che agisce anche da da firewall; c) di beneficiare di una quantità pressoché illimitata di indirizzi IP.

Navigazione - Spostamento di un navigatore all'interno di un Web site o da un Web site all'altro. L'esame dei percorsi di navigazione evidenzia molte caratteristiche del sito e dei navigatori.

New Visitor - Trattasi di Visitatori Unici che nell'intervallo selezionato sono entrati nel sito per la prima volta.
La % di nuovi navigatori sul totale dei visitatori rilevati nel periodo esprime la capacità del sito e delle attività di marketing di attrarre nuovi visitatori.

O

On demand service - Servizio su richiesta reso in outsourcing. Questa terminologia viene utilizzata per definire servizi (tv on demand, print on demand, ecc…) forniti alla semplice richiesta dell'utente, senza che questo abbia la necessità di dotarsi di attrezzature

www.imetrix.biz

specifiche. La Web Analytics on demand, si contrappone alle piattaforme di WA stand alone, che necessitano invece, che l'utente si doti di hardware e di software dedicato.

Online - Elemento collegato o contenuto trasmesso tramite una rete di comunicazione, come una LAN o Internet.

Opt-In - Limitatamente ai servizi di e-mail, per Opt-In si intende il libero atto di iscriversi ad un servizio di informazione o ad una newsletter on line. Si sceglie di essere inseriti.

Opt-Out - Limitatamente ai servizi di e-mail, per Opt-Out si intende la richiesta avanzata da un navigatore che chiede che il proprio nominativo o e-mail sia cancellato da un elenco di nominativi di una newsletter o altro servizio. Si sceglie di essere cancellati.

Organic Search - Ricerca effettuata su un motore di ricerca, i cui risultati testuali sono frutto di un'indicizzazione spontanea ed imparziale del motore di ricerca. L'Organic Search, si contrappone alle ricerche pay-per-click, i cui risultati sono spesso annunci pubblicitari, indicizzati secondo logiche commerciali.

P

Page reload - V. Reload

Page Tag - Porzione di Java Script inserito all'inizio o più correttamente al termine del </body> di una pagina Web e processato dal browser al caricamento della pagina.

Page View - (PV) Contenuto in differenti formati (HTML, ASP, PHP, ecc…) interamente visualizzato dal navigatore. Non si considera Page View, un redirect, una pagina artificiosamente richiamata da un user agent il luogo di un navigatore, né una pagina visualizzata solo parzialmente. Per garantire la totale visualizzazione della pagina, il page tag di tracciamento va posto prima della chiusura del </body> della pagina.

Pagina di destinazione - V. Lading page.

Pagina Predefinita - Home Page o pagina index è la pagina predefinita nelle directory del sito. Generalmente questa pagina è la "index.htm" o "index.html", o "default.htm".
I sistemi di WA, partendo da questa pagina, generano un albero del sito, essenziale per l'elaborazione di molteplici report.

Pagina Web - Contenuto in differenti formati inviato da un server web. Qualsiasi file che non sia espressamente in formato GIF, JPEG, PING, JS o CSS è rilevato come pagina.

Pagine di rimbalzo - V. Single access page.

Paid link - Link a pagamento contenuti in una pagina Web collegati al sito dell'inserzionista mediante ipertesto.

Parameter - Posizionato nell'Url di destinazione dopo il punto interrogativo è espressione di pagine dinamiche processate da un database. Il parametro contiene un valore (name=value) attraverso cui possono passare informazioni come ad es. il costo di un prodotto, il colore, la categoria di una pagina, ecc…

Parola chiave – V. Keyword.

Path - Anche Navigation Path. Insieme di click effettuati dal visitatore all'interno del sito per spostarsi da una pagina ad un altra. Il Navigation Path definisce il percorso di navigazione di un utente all'interno del sito.

Pay for placement - Alcuni motori di ricerca, adottano programmi di posizionamento a pagamento, in luogo di un posizionamento effettuato con particolari algoritmi. In questo caso, le aziende possono acquisire, in specifiche parole chiave, la posizione prescelta tra i risultati della ricerca.

Pay per lead - Avanzata e poco diffusa metodologia di tariffazione della pubblicità on line. L'inserzionista non paga al verificarsi di un semplice click, ma per ciascun contatto (es. registrazione) ricevuto da un navigatore che è provenuto da un messaggio promozionale posto sul sito dell'editore.

Pay per sale - Avanzata e poco diffusa metodologia di tariffazione della pubblicità on line. L'inserzionista paga l'editore per ciascuna vendita effettuata da un navigatore che è provenuto da un messaggio promozionale posto sul sito Web.

PEF – Acronimo di Personal Experience Factor. Descrive l'esperienza di navigazione, l'interazione di un visitatore con il sito.

Percorso di navigazione - V. Path.

Performance Key Indicators - V. KPI.

PIE - Acronimo di Persistent Identification Element, è un marcatore, che apposto sul browser del navigatore, gli attribuisce un ID univoco che assolve così la funzione posta in essere dai cookies permanenti.

Platform - Sistema operativo adottato nel PC di un navigatore al sito.

POA - Acronimo di Point of Action. Luogo o elemento da cui scaturisce l'evento che genera una conversion.

PPC - Acronimo di Pay per Click. Modalità di vendita della pubblicità online. L'inserzionista corrisponde al publisher, l'importo concordato per ciascun click effettuato dal navigatore sul messaggio promozionale.

Profiling - Analisi dei dati relativi a navigatori/acquirenti del sito, con l'obiettivo di individuare gruppi di visitatori dai comportamenti affini. Le associazioni individuate possono essere relative ai percorsi di navigazione, alle preferenze dichiarate, agli acquisti effettuati, ai contenuti visualizzati.

Profiling espresso - Un navigatore contribuisce alla definizione del proprio profilo mediante l'inserimento in un modulo o in un sondaggio on line di informazioni e abitudini personali. I dati spontaneamente forniti, contribuiscono a segmentare, in gruppi omogenei, i navigatori.

www.imetrix.biz

Profiling tacito - La definizione del profilo di un navigatore avviene automaticamente senza il suo contributo, mediante l'utilizzo dei dati raccolti durante le sessioni di navigazione. I dati acquisiti contribuiscono a delineare gruppi omogenei di navigatori.

Profondità media della visita - Indica il numero medio di pagine visualizzate dai visitatori durante una sessione di navigazione al sito.

Protocol - Standard per la trasmissione e lo scambio di dati in una rete o sistema di comunicazione.

Proxy server - Server dedicato alla memorizzazione di una copia locale delle risorse di rete, per inviarle ai client di rete con una rapidità maggiore rispetto alla connessione diretta al sito originale e con un considerevole risparmio di banda.

Psychographics - Informazioni utilizzate per profilare i navigatori in base a skill, attitudini personali, opinioni, cultura, ecc…

Q

Query - Interrogazione effettuata ad un database. Nella WA, è la richiesta di informazioni sui dati relativi a specifiche metriche.

Query Parameter - Ma anche "query string", stinga parametrica, presente nell'url di pagine dinamiche generate da una database; contiene nomi e valori di riferimento.

R

Reach - Misura dell'audience di un messaggio promozionale nel periodo di analisi considerato. Esprime, in valore assoluto, o in percentuale, la capacità di un messaggio di destare interesse nel soggetto che lo visualizza.

Recency - Numero di giorni intercorsi dall'ultima visita, effettuata da un navigatore nel periodo di analisi considerato.

Redirect - Reindirizzamento automatico di un navigatore da un url ad un altro.
Il redirect può essere effettuato adottando molteplici soluzioni tecniche dalle differenti caratteristiche.

Referrer - Ma anche sorgente (di traffico). E' generalmente rappresentato dall'URL di provenienza dei visitatori ad un sito.
Nell'analisi delle componenti di traffico o di una campagna ADV evidenzia le componenti di traffico del sito (direct, mail, banner, external link).

Relationship Marketing - Evoluzione del Marketing aziendale, il Marketing Relazionale mira alla creazione, allo sviluppo, al mantenimento e all'ottimizzazione delle relazioni più proficue tra Cliente ed Azienda. Obiettivo del Marketing Relazionale è il mantenimento e la fidelizzazione dei clienti con un'elevata propensione e capacità di spesa.

Reload - L'attività di ricaricare o di effettuare il refresh di un contenuto. Denota la presenza di un problema di caricamento nella pagina o nel server che la ospita.

Report - Elaborazione e stampa dei dati provenienti da un database. Nella WA un report fa riferimento alle informazioni e ai grafici relativi ad una singola metrica o ad un insieme di esse.

Return Visitor - Navigatore che ha già visitato il sito, nel periodo di analisi considerato.

RFM Analysis - RFM (recency, frequency, monetary) è una metodologia di analisi utilizzata per profilare i navigatori in funzione del momento, della frequenza e della loro capacità di acquisto. La RFM analysis, si fonda sulla considerazione che in un'azienda, l'80% del business è generato dal 20% dei clienti.

Return Code - Codice di risposta ad una richiesta avanzata al server (V. Code error).

Return Visitor – Il Visitatore di Ritorno è un Visitatore Unico, rilevato sul sito più di una volta nel periodo dato. La figura del visitatore di ritorno, è estremamente importante per analizzare i comportamenti dei navigatori e la loro fidelizzazione al sito.

Reverse DNS lookup - Operazione mediante la quale si risale da un indirizzo IP noto, al corrispondente nome di dominio. Molte piattaforme di WA sono dotate di un modulo di reverse DNS lookup e forniscono i propri dati, arricchiti con il dominio di provenienza del navigatore.

Rich media - Attività promozionali, connotate da un'elevata componente di interattività e da elementi audio video.

Rimbalzo - V. Single access page

ROAS - Acronimo di Return on Advertising Spending. Il ROAS, è una percentuale che indica la redditività della spesa pubblicitaria.

Robot - Software di scansione e di indicizzazione automatica, utilizzato dai motori di ricerca per catalogare le risorse presenti nella Rete Internet.

ROI - Acronimo di Return on Investment. Il ROI è una percentuale che indica la redditività e l'efficienza economica della gestione caratteristica.

ROMI - Acronimo di Return on Marketing Investment. Il ROMI, è una percentuale che indica la redditività degli investimenti in Marketing.

RSS - Acronimo di Really Simple Syndication è un formato per la distribuzione di contenuti Web, basato sul XML, che ne garantisce flessibilità e semplicità. Utilizzato dai siti informativi e nei blog, consente di produrre sommari informativi con ipertesto all'interno del contenuto.

S

Sampling - Indica l'atto, il processo, o la tecnica per la selezione di un campione statistico individuato in

www.imetrix.biz

© 2007 ImetriX.biz

funzione delle sue caratteristiche socio-demografiche.

Scalabile - Caratteristica attribuita ad un software o ad un'applicazione di dimensionarsi in funzione della crescente istanza di risorse.

Scaricare - Effettuare il download di un file o di un contenuto da un computer remoto ad un computer locale.

Scenario Analysis - Un report che evidenzia differenti fasi di un processo, ma anche ipotesi simulate delle varie fasi nel tempo.

Script - Piccolo programma scritto in un linguaggio semplificato ad es. JavaScript, VBScript o Perl.

Script CGI - Piccoli programmi scritti in Perl, PHP, ecc… Sono utilizzati per accrescere l'interattività dell'HTML e per raccogliere e processare informazioni da form e moduli.

Search Engine - Software di indicizzazione dei contenuti pubblicati sul Web aiutano i navigatori a trovare le informazioni di cui necessitano. Sono anche un potente strumento di marketing e un indice della conoscenza presente sul Web.

Segment - Gruppo di navigatori, definito in funzione dell'attività posta in essere sul sito e per i comportamenti comuni.

SEM - Acronimo per Search Engine Marketing. Promozione di un sito Web mediante l'accrescimento della sua visibilità nelle pagine dei motori di ricerca.

SEO - Search Engine Optimization, è il miglioramento del ranking del sito in quelle parole chiave ritenute strategiche per l'azienda. Richiede un'attività di ottimizzazione dei contenuti, della struttura del sito, del codice, così da ottimizzare l'indicizzazione ad opera degli spider.

Server Error - V. Error code.

Server Web - Computer presso il quale è allocato un sito Web. Per i requisiti di affidabilità e stabilità richiesti, un server professionale deve avere un'architettura e componenti HW specifici.

Sessione - V. User Session.

Sessione iniziale - Prima sessione di navigazione posta in essere da un visitatore unico, nell'intervallo preso in analisi.

Sessione prima volta - Indica il numero di visitatori unici entrati per la prima volta nel sito Web, durante l'intervallo preso in analisi.

Sessione visitatore - V. User Session.

Sessioni visitatori - Indicano quante volte un singolo navigatore ha visitato un sito nel periodo di analisi.

Server centric measurement - Sistema di misurazione che utilizza i file log per rilevare le componenti di traffico di un sito. Metodologia utilizzata agli albori del Web marketing ha oggi un utilizzo più limitato.

Single access pages - Pagine Web in cui i visitatori entrano, per poi uscirvi immediatamente. Queste pagine, che manifestano elementi patologici, inducono i navigatori ad abbandonare la navigazione al sito. Per questo motivo sono definite anche pagine di rimbalzo.

Software inferenziale – Programma, che con l'ausilio di proposizioni veritiere, elabora conclusioni logicamente attendibili.

Sorgente - V. Referrer.

Spider - Software utilizzati dai motori di ricerca per indicizzare i siti e i contenuti presenti sul Web. Poiché trattasi di software e non di browser (che presuppongono la presenza di umano), i sistemi di misurazione BBM non rilevano la componente di traffico generata dalle richieste provenienti dagli spider, conosciuti anche come crawler, web bot, robot.

Sponsorship - Attività di sponsorizzazione, caratterizzata dal contributo economico di un inserzionista a fronte del riconoscimento di elementi di visibilità del suo brand aziendale o di un messaggio promozionale.

Suffix - Ultima parte di un dominio che indica il tipo di società (.com. info. .info) e la localizzazione geografica del sito.

T

Tag - V. Page tag.

Tasso di conversione all'obiettivo – V. Conversion Rate

Tempo medio sulla pagina - Tempo medio trascorso da un utente, su una singola pagina Web.

Test dei contenuti (A/B) - Trattasi di un test per l'analisi dell'efficacia e del reach, effettuato tra annunci promozionali simili che si differenziano, tuttavia, per elementi grafici o creativi. Il test mira ad individuare il messaggio che genera più appeal sui destinatari.

Third-party cookie - V. Cookie Third Party.

Time out - Periodo di tempo oltre il quale si considera cessata la visita di un navigatore ad un sito. Decorso tale termine, una nuova richiesta del medesimo utente viene considerata nuova visita.

Token della query - Un token è un carattere speciale presente nell'URL di siti dinamici che distingue la componente del dominio www.miosito.com da quella parametrica. Il più delle volte, il token della query, è rappresentato da un punto interrogativo.

Top referring sites - Elenco di siti terzi che hanno contribuito, in modo rilevante, a generare traffico sul sito. Trattasi di siti che hanno incluso - spesso spontaneamente - nelle loro pagine link o messaggi promozionali ad altro sito.

Top Search Engines - Motori di ricerca che hanno generato più traffico al sito. L'indicizzazione e l'utilizzo dei motori di ricerca è estremamente difforme per area geografica e per parola chiave.

www.imetrix.biz

© 2007 ImetriX.biz

Top Search Keywords - Parole chiave più utilizzate dai navigatori di un sito nelle ricerche effettuate sui motori di ricerca. L'utilizzo delle parole chiave cambia considerevolmente di motore in motore.

Totale visitatori – Il numero complessivo nasce dalla somma dei visitatori unici, nel periodo oggetto di monitoraggio.

Totale Visite visitatori unici - Numero totale di visite, effettuate da visitatori unici nel periodo oggetto di analisi.

Traffic - Riferito ad un Web site, indica la quantità di dati complessivamente richiesti e ricevuti dai navigatori durante la visita del sito. Maggiore è il traffico generato da un sito, maggiore è l'interesse generato presso i visitatori.

U

Unique visitor - Visitatore unico è quel navigatore univocamente identificato la cui presenza è conteggiata una sola volta nel periodo dato. Il concetto di Unique visitor rappresenta, in assoluto, il più importante e controverso del Web Measurement e della Web Analytics

URL - Acronimo di Uniform Resource Locator, è un identificativo univoco ed inequivocabile di un contenuto sul Web o di una risorsa su Internet. Per questo motivo, sempre più spesso, l'URL viene definito anche URI, Uniform Resource Identifier

Usability - Disciplina finalizzata ad ottimizzare la fruibilità e la navigabilità di un sito, anche se effettuata da persone diversamente abili o ipovedenti. Alcune categorie di siti (es. pubblici) sono obbligati ad adeguarvisi per legge (cd. L. Stanca).

User - Utente l'utilizzatore finale di un software o di un servizio.

User agent - Termine che identifica un programma che accede in sostituzione di un utente, ad un sito Web (browser, spider, ecc…).

User Centric Measurement - Misurazione che pone a fondamento l'utente, in luogo dei server o dei browser. La rilevazione delle componenti di traffico avviene mediante sondaggio, proiezioni su individui intervistati o monitorati, mediante l'utilizzo di apposite metodologie.

User Session - Periodo di attività ininterrotta di un navigatore nel sito. La sessione si considera interrotta e ha termine se il navigatore è inattivo sul sito per più di 30 minuti.

V

Visit paths - Percorsi di navigazione effettuati dai navigatori durante le visite al sito.

Visita - Sequenza di pagine viste da un visitatore durante una sessione di navigazione in un sito Web. La sessione di navigazione e la visita hanno termine decorsi trenta minuti consecutivi di inattività del navigatore all'interno del sito.

Visitatore - Individuo che effettua una visita al sito. Tuttavia, poiché la visita è effettuata mediante un user agent (es. browser) e non da un umano, sarebbe più corretto parlare di "entità naviganti".
Sarebbe opportuno considerare che dietro un browser potrebbe anche esservi più di un Visitatore.

Visitatore unico - V. Unique visitor.

Visitatore unico precedente -Trattasi di un Visitatore Unico, ritornato nel sito durante l'intervallo oggetto di analisi, ma già identificato, in modo univoco, nel sito in occasione di una precedentemente visita.

Visitatore unico prima volta – V. New Visitor.

Visitatore di ritorno - V. Return Visitor.

W

W3C - World Wide Web Consorzio per la determinazione degli standard dei linguaggi di programmazione e dei protocolli di comunicazione nel World Wide Web. W3C, è anche forum di informazione, di comunicazione e di conoscenza collettiva (www.w3.org).

Web - Acronimo di World Wide Web, è un insieme planetario di risorse, di informazioni, di sapere, spontaneamente creata dagli utilizzatori di Internet.
Per garantire a tutti gli internauti la piena fruibilità della conoscenza collettiva, il Web si fonda su tre cardini: un URL per ciascuna risorsa; protocolli di trasmissione estremamente affidabili (http,ftp); un linguaggio, come l'ipertesto, per la visualizzazione multilivello dei contenuti.
Web e Internet, non sono pertanto sinonimi, Internet è la rete, l'infrastruttura mediante la quale vengono veicolati gli immensi contenuti presenti sul Web.

Web Analytics - (WA) Attività di analisi delle principali sorgenti di traffico di un Web site (attività di navigazione, transazioni on line, le performance dei server, parametri di usabilità, conversion), con l'obiettivo di ottimizzarne le performance e di migliorare l'esperienza di navigazione dei visitatori al sito.

Web site - Insieme di pagine Web, visualizzabili dagli internauti, con l'usilio di un browser. I contenuti e le risorse presenti, sono riconducibili ad un medesimo dominio Web raggiungibile via HTTP.

What if - Tipologia di analisi probabilistica che consente di effettuare proiezioni e simulazioni di differenti scenari, impostando nel sistema, variabili differenti o filtri.

X

XML - Acronimo di Extensible Markup Language. Trattasi di un innovativo linguaggio di programmazione, che si caratterizza per la sua estrema flessibilità. Un contenuto redatto in XML, può essere veicolato su ogni tipo di dispositivo, come PC, palmari, telefonini, ecc…

www.imetrix.biz

Y

YOY- Acronimo di Year Over Year. Analisi comparative tra informazioni di anni differenti. Questa possibilità di analisi è estremamente utile, perché consente di comparare analoghi momenti storici e di analizzare le variabili che li hanno influenzati. Poiché la YOY richiede la memorizzazione di grandi quantità di dati non tutte le piattaforme di WA consentono questa tipologia di comparazione.

Z

Zero Latency - Latenza è l'intervallo temporale che intercorre tra l'inizio di un processo (es. una query) e il momento in cui esso ha termine (la visualizzazione di un report). Se questo intervallo temporale è pressoché nullo, si parla di latenza zero. Riferito ad una piattaforma di WA, ne indica la potenza computazionale, ossia la capacità di rispondere, senza rallentamenti, ad una richiesta di elaborazione.

Zero page Visit - Ipotesi remota, in cui un navigatore non richieda una pagina Web, ma soltanto una risorsa come un semplice componente audio, un grafico, un'immagine ecc…
In questo caso la richiesta può essere rilevata esclusivamente da sistemi di analisi server centric che si fondano sui log file.

www.imetrix.biz

© 2007 ImetriX.biz

www.imetrix.biz

© 2007 ImetriX.biz