

L'impatto di GA4 sull'Advertising

GA4 (Google Analytics 4) è la nuova versione di Google Analytics, il servizio di analisi web offerto da Google. GA4 ha un impatto significativo sull'Advertising perché cambia la struttura e le funzionalità di base dell'analisi dei dati del sito web.

Ecco alcuni dei principali impatti di GA4 sull'Advertising:

1. Maggiore enfasi sui dati degli utenti: GA4 mette maggiore enfasi sui dati degli utenti e sulla loro esperienza sul sito web. Ciò significa che gli advertiser dovranno considerare ulteriormente la qualità del traffico e l'esperienza degli utenti sul sito web, in quanto queste informazioni influenzeranno il modo in cui vengono analizzati i dati.
2. Funzionalità di modellizzazione avanzate: GA4 introduce funzionalità di modellizzazione avanzate che consentono di analizzare meglio i dati degli utenti e i comportamenti di acquisto. Ciò consentirà agli advertiser di creare campagne pubblicitarie più mirate e personalizzate, in base ai dati raccolti.
3. Miglioramento della privacy degli utenti: GA4 è stato progettato per essere in linea con le normative sulla privacy, come il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) dell'Unione europea. Ciò significa che gli utenti hanno maggiore controllo sui propri dati personali, il che potrebbe avere un impatto sui dati raccolti e sull'utilizzo degli stessi.
4. Integrazione con Google Ads: GA4 è integrato con Google Ads, il che significa che gli advertiser possono utilizzare i dati di GA4 per migliorare le proprie campagne pubblicitarie su Google Ads. Ad esempio, gli advertiser possono utilizzare i dati di GA4 per

identificare le pagine che generano il maggior numero di conversioni e quindi aumentare il budget per queste pagine.

In sintesi, GA4 avrà un impatto significativo sull'Advertising!