# Piano di misurazione digitale

## dai dati del sito all'esito commerciale

Che cosa contare, dove verificarlo e quando decidere

### 1 Una richiesta riuscita si conta una volta sola

**Configurazione da correggere**

- form_submit +1
- generate_lead +1
- thank_you_view +1

tutti segnati come eventi chiave:

**una richiesta, 3 nel totale**

**Un solo evento di successo**

**generate_lead +1**

solo dopo la conferma che la richiesta è stata ricevuta e salvata

**tentativi, errori e conferme:** restano per la diagnosi

**una richiesta, 1 nel totale**

**Il collaudo prova anche i casi senza successo**

| | |
|---|---|
| ✓ **Invio valido** | una richiesta e un evento |
| ✗ **Errore del modulo** | nessun successo |
| ✗ **Doppio clic e ricarica** | nessuna richiesta aggiunta |

**Il clic e la pagina di ringraziamento non bastano**

conta il salvataggio confermato dal sistema

### 2 Dal sito al CRM: ogni tappa ha il suo significato

**generate_lead** — richiesta ricevuta

↓

**qualify_lead** — criteri di qualifica concordati

↓

**working_lead** — contatto con un rappresentante

↓

**close_convert_lead** — passaggio a cliente

✗ **disqualify_lead**
esclusa dalla qualifica

✗ **close_unconvert_lead**
chiusa senza conversione

**Due tappe da non anticipare**

assegnare la richiesta a un commerciale non è working_lead;
un'opportunità aperta non è ancora un cliente.
Registra anche i motivi di esclusione e di chiusura

**Sommare le tappe della stessa richiesta**

non restituisce il numero dei nuovi lead

### 3 Qualità: leggi accettate e attese insieme

Numeri d'esempio: richieste dello stesso mese




**60%** fra le esaminate

60 accettate ÷ 100 esaminate

**50%** dell'intero gruppo

60 accettate ÷ 120 ricevute

**Esempio con dati costruiti: più lead, meno accettati**

| | | | |
|---|---|---|---|
| lead in aumento | **+25%** | costo per lead | **scende** |
| accettazione | **58% → 39%** | coda al tecnico | **raddoppia** |

meno 19 punti di accettazione mentre il costo per lead scende

**Prima di aumentare il budget verifica**

gruppi confrontabili, arretrato e motivi di rifiuto

Fonte: documentazione Google sugli eventi GA4; numeri d'esempio dell'articolo

KLC www.klc.it

**Fonte: KLC · Piano di misurazione digitale: come collegare i dati ai risultati commerciali**
https://www.klc.it/blog/dati-e-misurazione/piano-misurazione-digitale/