

# Evoluzione digitale

## Le newsletter e i dati di traffico

Andrea Boscaro – The Vortex  
Online, 28 Giugno 2023



UFFICIO NAZIONALE  
PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI  
della Conferenza Episcopale Italiana



# Allenarsi



# Allenarsi



# Allenarsi



# Allenarsi





# Allenarsi



# Chat GPT



ANDREA

A partire da questo articolo <http://lavocealessandrina.it/blog/2023/06/16/corpus-domini-2023-per-capire-insieme-la-liturgia/> proponi 5 termini con le loro definizioni così da arricchirlo con un glossario



CHATGPT

Ecco 5 termini con le loro definizioni per arricchire il glossario dell'articolo sul Corpus Domini 2023:

1. Corpus Domini: Una festa cristiana che celebra la presenza reale di Cristo nell'Eucaristia. Si svolge il giovedì successivo alla Solennità della Santissima Trinità.
2. Liturgia: L'insieme dei riti, delle preghiere e delle cerimonie religiose stabilite dalla Chiesa per la celebrazione del culto divino, compresa la Messa e gli altri sacramenti.

3. Eucaristia: Il Sacramento della Cena del Signore, considerato come il corpo e il sangue di Cristo, che i fedeli ricevono durante la Messa come atto di comunione con Dio e con la comunità dei credenti.
4. Simbolismo: L'uso di simboli o segni per rappresentare idee, concetti o significati più profondi. Nel contesto del Corpus Domini, il simbolismo si riferisce agli elementi eucaristici che rappresentano la presenza di Cristo.
5. Processione: Un corteo religioso in cui i fedeli si muovono in preghiera e devozione, portando con sé simboli sacri o immagini religiose. Nel contesto

ChatDOC

Join Discord Upload

guida\_industria\_40.pdf 2023-04-17 09:12:46 ✓

\$RWBQ76V.pdf 2023-04-17 07:28:41 ✓

Dante Alighieri Inferno.pdf 2023-04-15 00:05:22 ✓

[SAMPLE] AMIA\_2023\_C... 2023-04-15 00:04:40 ✓


[SAMPLE] Li et al. - 2021... 2023-04-15 00:04:39 ✓

[SAMPLE] NASDAQ\_AA... 2023-04-15 00:04:38 ✓

[SAMPLE] NYSE\_RHT\_2... 2023-04-15 00:04:37 ✓

Auto Fit

1 of 16



## INTRODUZIONE

*L'Italia è una grande Paese industriale. Le nostre imprese mantengono e superano il nostro livello di crescita e dello sviluppo economico, con la loro capacità di produrre ricchezza e occupazione, alimentare l'indotto e le attività dei servizi, contribuire alla stabilità finanziaria, economica e sociale. Creare un ambiente favorevole alle imprese risponde a un preciso interesse pubblico. La politica industriale è nata al centro dell'agenda di Governo e gli strumenti che abbiamo introdotto puntano a favorire gli investimenti per l'innovazione e per la competitività. Sono state potenziate e indirizzate in una logica di Industria diffusa, e lungo conto della nuova fase di globalizzazione e di cambiamenti tecnologici che stiamo attraversando.*

*Il Piano Industria 4.0 è una grande occasione per tutte le aziende che vogliono cogliere le opportunità legate alla quarta rivoluzione industriale. Il Piano prevede un insieme di misure organiche e complementari in grado di favorire gli investimenti per l'innovazione e per la competitività. Sono state potenziate e indirizzate in una logica di Industria diffusa, e lungo conto della nuova fase di globalizzazione e di cambiamenti tecnologici che stiamo attraversando.*

*Saper cogliere questa sfida, non riguarda solo il Governo, ma riguarda soprattutto gli imprenditori, imprese che vogliono acquisire competitività, offrendo un supporto negli investimenti, nella digitalizzazione dei processi produttivi, nella valutazione della produttività dei lavoratori, nella formazione di competenze adeguate e nello sviluppo di nuovi prodotti e processi.*



*Il successo del Piano Industria 4.0 dipenderà dall'impegno, con cui ogni singolo imprenditore utilizzerà le misure messe a disposizione.*

*Carlo Calenda  
Ministro dello Sviluppo Economico*

Ask me anything about the document, or just click one of the options below:

- Quali sono le condizioni per beneficiare del superammortamento del 40% per gli investimenti in beni materiali strumentali nuovi? →
- Che cosa prevede il nuovo beneficio dell'iperammortamento introdotto dalla legge di bilancio 2017? →
- Quali sono i requisiti affinché un bene materiale strumentale nuovo possa usufruire della maggiorazione del 150%? →

Enter your questions here







## INTRODUZIONE

L'Italia è un grande Paese industriale. Le nostre imprese manifatturiere rappresentano il motore della crescita e dello sviluppo economico, con la loro capacità di produrre ricchezza e occupazione, alimentare l'indotto e le attività dei servizi, contribuire alla stabilità finanziaria, economica e sociale. Creare un ambiente favorevole alle imprese risponde quindi a un preciso interesse pubblico. La politica industriale è tornata al centro dell'agenda di

Governo e gli strumenti che abbiamo introdotto partono da una lettura della struttura dell'economia italiana, caratterizzata da un'imprenditoria diffusa, e tengono conto della nuova fase di globalizzazione e di cambiamenti tecnologici che stiamo attraversando. Il Piano Industria 4.0 è una grande occasione per tutte le aziende che vogliono cogliere le opportunità legate alla quarta rivoluzione industriale: il Piano prevede un insieme di misure organiche

e complementari in grado di favorire gli investimenti per l'innovazione e per la competitività. Sono state potenziate e indirizzate in una logica 4.0 tutte le misure che si sono rivelate efficaci e, per rispondere pienamente alle esigenze emergenti, ne sono state previste di nuove. Saper cogliere questa sfida, però, non riguarda solo il Governo, ma riguarda soprattutto gli imprenditori. Per questo abbiamo voluto cambiare paradigma: abbiamo disegnato delle misure che

ogni azienda può attivare in modo automatico senza ricorrere a bandi o sportelli e, soprattutto, senza vincoli dimensionali, settoriali o territoriali. Quello che il Governo propone, impegnando risorse importanti nei prossimi anni, è un vero patto di fiducia con il mondo delle imprese che vogliono crescere e innovare. Industria 4.0 investe tutti gli aspetti del ciclo di vita delle imprese che vogliono acquisire competitività, offrendo un supporto negli investimenti, nella digitalizzazione

dei processi produttivi, nella valorizzazione della produttività dei lavoratori, nella formazione di competenze adeguate e nello sviluppo di nuovi prodotti e processi.

Il successo del Piano Industria 4.0 dipenderà dall'ampiezza con cui ogni singolo imprenditore utilizzerà le misure messe a disposizione.

Carlo Calenda  
Ministro dello Sviluppo Economico

quali sono le principali applicazioni di industria 4.0 nel settore automobilistico?

2023-04-17 09:15:16



Le principali applicazioni di Industria 4.0 nel settore automobilistico riguardano la digitalizzazione dei processi produttivi, la realizzazione di veicoli sempre più intelligenti e connessi, la gestione e l'analisi dei grandi volumi di dati generati dalle vetture e la creazione di nuovi modelli di business, come il car sharing e la mobilità on demand. In particolare, le tecnologie legate all'Internet delle cose, l'Intelligenza Artificiale e la realtà aumentata stanno rivoluzionando la progettazione, la produzione e la manutenzione degli autoveicoli. Grazie a queste soluzioni, le automobili possono essere monitorate in tempo reale, eseguire autonomamente diagnosi e riparazioni, migliorare la sicurezza stradale e l'esperienza di guida dei conducenti. Inoltre, le tecnologie IoT e le piattaforme di dati possono supportare la creazione di prodotti personalizzati e servizi di assistenza su misura per i clienti, favorendo l'innovazione e la competitività delle imprese del settore.

1 2 3 5 6 13 14 15



Enter your questions here



a partire da questo articolo  
<http://lavocealessandrina.it/blog/2023/06/16/corpus-domini-2023-per-capire-insieme-la-liturgia/> scrivi il testo con cui lo inseriresti in una newsletter. Massimo 500 caratteri

Ecco il testo che potresti utilizzare per inserire l'articolo "Corpus Domini 2023: per capire insieme la Liturgia" di La Voce Alessandrina in una newsletter:

"La solennità del Corpus Domini è una festa molto importante per la Chiesa cattolica. Nel Direttorio su pietà popolare e liturgia della Congregazione per il Culto divino e la disciplina dei sacramenti si legge che «Il giovedì che segue la solennità della Santissima Trinità la Chiesa celebra la solennità del sacratissimo Corpo e Sangue del Signore Gesù Cristo». L'articolo "Corpus Domini 2023: per capire insieme la Liturgia" di La Voce Alessandrina ci aiuta a comprendere meglio il significato di questa festa religiosa <sup>1</sup> "

Il testo ha una lunghezza di 224 caratteri.

proponi tre titoli da usare come  
oggetto della newsletter  
<http://lavocealessandrina.it/blog/2023/06/16/corpus-domini-2023-per-capire-insieme-la-liturgia/>

- ✓ Ricerca in corso per: **titoli newsletter corpus domini 2023**
- ✓ Generazione delle risposte per l'utente in corso...

Ecco tre possibili titoli che potresti utilizzare per la newsletter:

1. "Corpus Domini 2023: per capire insieme la Liturgia"
2. "Buon Corpus Domini 2023: immagini, video e frasi da condividere"
3. "Omelia per la solennità del Corpus Domini 2023"

# Per le newsletter

← **Tugan.ai**  
ENHANCED

Projects > Website to N... > Untitled Website to Newsletter

The Vortex to Newsletter

Interesting article link

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digi>

Specialized Newsletter ▾

Output language

Italian

**Idea:**

Oggetto: Il segreto di TikTok che cambia i social  
Preintestazione: Scopri l'evoluzione verso l'intrattenimento e le comunità alternative

Ciao a tutti!

Ti sveliamo oggi un segreto su TikTok che sta davvero rivoluzionando il modo in cui viviamo e interagiamo con i social media. Sai che l'app cinese ha raggiunto 1 miliardo di utenti attivi mensili in soli 5 anni, superando WhatsApp, Instagram, YouTube e Facebook?

In questa email:

- L'incredibile successo di TikTok e cosa lo differenzia dalle altre piattaforme
- Il ruolo cruciale dei creatori di contenuti come protagonisti del cambiamento
- L'universo delle culture alternative su TikTok

Il successo di TikTok

TikTok deve il suo successo, tra le altre cose, alla personalizzazione dei suggerimenti e all'accento messo sulla qualità dei contenuti. A differenza dell'algoritmo di Facebook, che si basa sulle reazioni e sui commenti, quello di TikTok premia il tempo di visualizzazione, offrendo un'esperienza di navigazione molto più personalizzata.

"La qualità dei video nel feed For You è di fatto il risultato dell'ottimizzazione di TikTok per la soddisfazione degli utenti." - Jamie Favazza, portavoce di TikTok.

I creatori protagonista del cambiamento

TikTok valorizza soprattutto i creatori di contenuti, contribuendo a trasformare i social media da reti sociali a piattaforme di intrattenimento. Presentare i

# Per le newsletter?

Gentile Mattia,

sei ancora in tempo per scegliere i nostri corsi di **Educazione civica** per il prossimo anno scolastico!

Clicca sull'immagine per visionare il nostro catalogo online e **richiedere il saggio digitale** delle opere.






# I «Merge Tags»

My First Campaign Preview and Test Save as Template Save And Exit

Use this area to offer a short preview of your email's content. [View email in your browser](#)



Drop an image here  
or  
[Browse](#)

**Hi, \*IFNAMEI\***  
**It's time to design your email.**

Now that you've selected a template, you'll define the layout of your email and give your content a place to live by adding, rearranging, and deleting content blocks.

When you're ready to change the look of your email, take a look through the "design" tab to set background colors, borders, and other styles.

If you need a bit of inspiration, you can [see what other MailChimp users are doing](#), or [learn about email design](#) and blaze your own trail.

[Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#)

---

Copyright © \*ICURRENT\_YEARI\* \*ILIST.COMPANYI\*. All rights reserved.  
\*IFNOT:ARCHIVE\_PAGEI\* \*ILIST:DESCRIPTIONI\*







**Our mailing address is:**  
\*IHTML:LIST\_ADDRESS\_HTMLI\* \*IEND:IFI\*





















Want to change how you receive these emails?  
You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#)

\*IF:REWARDSI\* \*IHTML:REWARDSI\* \*IEND:IFI\*

## Text

Content	Style	Settings
---------	-------	----------

**B I U**     Clear Styles  

Styles - Font - Size -    Merge Tags -                 

Hi, \*IFNAMEI\*

It's time to design your email.

Now that you've selected a template, you'll define the layout of your email and give your content a place to live by adding, rearranging, and deleting content blocks.

When you're ready to change the look of your email, take a look through the "design" tab to set background colors, borders, and other styles.

If you need a bit of inspiration, you can [see what other MailChimp users are doing](#), or [learn about email design](#) and blaze your own trail.

# Chat GPT

Estensione per Google Sheets [[link](#)]

Dott. Gianni Morandi	Gianni	Morandi	
Mr. Mick Jagger	Mick	Jagger	
<Paul McCartney>	=GPT_FILL(		
De Andrè Ing. Fabrizio	<div style="border: 1px solid #ccc; background-color: #e0f2f1; padding: 5px; border-radius: 5px;"><p>GPT_FILL(<b>example</b>; partial; [temperature]; [maxTokens]; [model])</p></div>		
freddie.mercury@gmail.co			
ginopaoli@yahoo.it			

Dott. Gianni Morandi	Gianni	Morandi
Mr. Mick Jagger	Mick	Jagger
<Paul McCartney>	Paul	McCartney
De Andrè Ing. Fabrizio	Fabrizio	De Andrè
freddie.mercury@gmail.co	Freddie	Mercury
ginopaoli@yahoo.it	Gino	Paoli

# Allenare



# Allenare



# Allenare





# Allenare



# Le newsletter

# Le newsletter

## L'Amico del Popolo.it

Giornale di informazione generale della Provincia di Belluno fondato nel 1909.

### Iscriviti alla newsletter.

Iscriviti alla newsletter per ricevere tutti i giorni la lista delle notizie pubblicate sul sito web de L'Amico del Popolo

Nome \*

Cognome \*

E-mail \*

Privacy \*  Accetta le condizioni sulla privacy



Ripeti qui il codice visualizzato per completare la procedura.

 [Richiedi un nuovo codice](#)

Iscriviti alla newsletter

(Azzera il modulo)  
(Indietro)

## Abbonati +VareseNews

### Esser parte della membership prevede

- Newsletter quotidiana riservata
- Email e n° telefono diretti con la redazione
- Gruppo Facebook esclusivo
- Partecipazione alle iniziative della redazione
- Inviti riservati ad eventi
- Accesso a contributi esclusivi
- Iscrizione alla community del giornale

**MENSILE 3,99 euro**

oppure

**ANNUALE 39,99 euro**

**SOLO pubblicità locale**

**MENSILE 6,99 euro**

oppure

**ANNUALE 69,99 euro**

**SENZA pubblicità**

Abbonati con 

Evoluzione digitale

## L'Amico del Popolo

IL GIORNALE DELLE DOLOMITI BELLUNESI

GIORNALE FONDATA NEL 1909 DA 111 ANNI IL TUO AMICO

Anno CVI - N. 18 - 18 giugno 2023  
Un copia € 1,20  
www.amico.it | info@amico.it | 0437 640411 | 0437 242026

- RICERCA STRADALE**  
Al via la campagna "Guida Sicura" **A pagina 3**
- SANITÀ**  
Gastroenterologi da tutta Italia **A pagina 4**
- CHIESA LOCALE**  
Inizia il progetto Visita pastorale **A pagina 5**
- CORSA IN MONTAGNA**  
Zola, protagonisti anche i bellunesi **A pagina 6**

### Per la sede del villaggio olimpico SIAMO SERI È MEGLIO BORCA

Adesso si aggiunge anche la voce dei comitati locali e regionali, per indicare quella che è solita e chiara a ogni cittadino di buona senso il villaggio olimpico deve essere Borca di Cadore, non Cortina. Il sindaco Edoardo di Biase ha fatto presente che la sede del villaggio olimpico deve essere Borca di Cadore, non Cortina. Il sindaco Edoardo di Biase ha fatto presente che la sede del villaggio olimpico deve essere Borca di Cadore, non Cortina. Il sindaco Edoardo di Biase ha fatto presente che la sede del villaggio olimpico deve essere Borca di Cadore, non Cortina.

### Premiato il logo Dolomiti Bellunesi

Non è vero che è difficile trovare un logo che rappresenti un territorio. In questo caso, il logo Dolomiti Bellunesi è stato premiato per la sua originalità e per la sua capacità di rappresentare il territorio in modo chiaro e conciso. Il logo è stato premiato per la sua originalità e per la sua capacità di rappresentare il territorio in modo chiaro e conciso.

- BELLUNO VALLEBONA**  
Limana, per la difesa del suolo **A pagina 18**
- FEIERS FETTERO**  
Verso la Mostra dell'Artigianato **A pagina 17**
- AMPEZZO CADORE CORNELIO**  
«No a tutto ciò che non è legale» **A pagina 13**
- ASORDINO**  
Valle Imperina Qualcuno chiede **A pagina 16**
- LONIGARONE EDOGO**  
Igna, l'incanto dell'inforata **A pagina 15**
- ALPAGO**  
S. Croce, piccoli pescatori crescono **A pagina 20**

L'AMICO IN VERSIONE DIGITALE

ABBONATI ADESSO!

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

AREA RISERVATA

# L'Amico del Popolo.it

Giornale di informazione generale della Provincia di Belluno fondato nel 1909.

## Iscriviti alla newsletter.

Iscriviti alla newsletter per ricevere tutti i giorni la lista delle notizie pubblicate sul sito web de L'Amico del Popolo

Nome \*

Cognome \*

E-mail \*

Privacy \*  Accetta le condizioni sulla privacy



Ripeti qui il codice visualizzato per completare la procedura.

Richiedi un nuovo codice

Iscriviti alla newsletter

(Azzera il modulo) (Indietro)

# L'iscrizione

TOC TOC. È ORA DI AGGIORNARSI.

## La tua casella email merita contenuti interessanti!

Iscriviti alla nostra newsletter per rimanere aggiornato su tutti gli ultimi trend del mondo digital.

Email aziendale\*

Ho Letto E Accetto La [Politica Sulla Privacy](#).

Acconsento A Ricevere Informazioni Sulle Ultime Novità, Gli Eventi E I Contenuti Promossi Da WAM

Iscrivimi

No grazie. La mia casella email va bene così.



più candidati all'interno di un percorso che diventava un'esperienza professionale anche per chi non veniva scelto e da quel momento si faceva un viaggio insieme. Con una solida valigia.

Vuoi ricevere aggiornamenti su questo argomento?

SEGUI +



# L'iscrizione

☰ 🎧 VN Newsletter 🔍 🌙

Home News24 Cerca Comunità Invia +VN

**Nome\***

**Cognome\***

**Email \***

Quando invii il modulo, controlla la tua inbox per confermare l'iscrizione

**Numero di telefono**

Per eventuale invio di news sul telefono cellulare

**Data di nascita\***

gg/mm/aaaa

**Città o paese\***

☰ 🎧 VN Newsletter 🔍 🌙

Home News24 Cerca Comunità Invia +VN

**Numero di telefono**

Per eventuale invio di news sul telefono cellulare

**Data di nascita\***

gg/mm/aaaa

**Città o paese\***

**Quale newsletter politica ti interessa?**

Elezioni Busto Arsizio 2016

Elezioni Gallarate 2016

Elezioni Varese 2016

**A quale newsletter vuoi iscriverti?\***

ANCHE IO

Cinema

Comunità lettori Varesenews

Tempo libero (oggi nel varesotto)

Varesenews generica

**Da quanto tempo leggi Varesenews?**

Da meno di 1 anno

Da meno di 3 anni

Da meno di 5 anni

Da più di 5 anni

# L'iscrizione

Qui puoi iscriverti alla newsletter di LeggiAMO 0-18 per essere sempre aggiornato.

C

osa ci troverai dentro? Il racconto di questo ampio progetto di promozione della lettura voluto dalla Regione Autonoma

## News Letter

Abbiamo ricevuto una richiesta di modifica delle tue preferenze di iscrizione alla lista Newsletter giornaliera.

Se hai fatto tu la richiesta, e vuoi modificare i tuoi dati, segui il link qui sotto:

[Aggiorna le tue preferenze di iscrizione alla lista](#)

Se non hai fatto tu la richiesta, probabilmente l'ha inviata qualcun altro per errore. Puoi ignorare questo messaggio, tutte le tue preferenze di iscrizione resteranno come sono.

Per domande o commenti, scrivici qui:  
[amministrazione@tecnicadellascuola.it](mailto:amministrazione@tecnicadellascuola.it)

\*campi richiesti

Nome \*

Cognome

Email \*

Categoria \*

- Amministratore
- Bibliotecario/a
- Editore
- Educatore/Educatrice
- Genitore
- Insegnante scuola dell'infanzia
- Insegnante scuola primaria
- Insegnante scuola secondaria di primo grado
- Insegnante scuola secondaria di secondo grado
- Libraio/a
- Operatore culturale/sociale
- Operatore sanitario
- Pediatra
- Volontario per la lettura
- Altro (specificare sotto)

# La privacy policy

**L'ANCORA**  
Settimanale di informazione - EDIZIONE ON LINE



Home Acqui Terme Acquare Cuneo Valle Stura Cuneo M.te Valle Belbo Sport Regione Video Discard Contatti e giornali

Home / Privacy Policy

## Privacy Policy

Settimanale L'Ancora, società cooperativa, con sede ad Acqui Terme (AL) 15011 – Piazza Duomo 6, tratta i dati come previsto dal RE 2016/679.

Il Responsabile del trattamento dei dati raccolti all'atto della sottoscrizione dell'abbonamento, liberamente conferiti, è il Legale Rappresentante a cui si può rivolgere per i diritti previsti dal RE 2016/679.

Questi sono raccolti in una banca dati presso gli uffici di Piazza Duomo 6

### DATI RACCOLTI:

NOME e COGNOME e indirizzo E-MAIL che permettono all'utente di poter accedere alla sezione riservata e/o all'invio di newsletter.

L'abbonato potrà rinunciare a tale diritto rivolgendosi direttamente a Settimanale L'Ancora, società cooperativa, Piazza Duomo 6 15011 Acqui Terme (AL) oppure scrivendo a [lancora@lancora.com](mailto:lancora@lancora.com). I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli abbonamenti e all'amministrazione.

Fonte: MailPoet

### Newsletter e email di MailPoet

Se ti sei iscritto alla nostra newsletter c'è una buona probabilità che tu riceva le nostre email.

Noi ti manderemo solo le email per le quali ti sei iscritto, o che hanno a che fare con i servizi che ti abbiamo offerto.

Per mandarti queste email, usiamo il nome e l'indirizzo email che ci hai fornito. Il nostro sito, inoltre, registra l'indirizzo IP che hai usato quando ti sei iscritto al servizio per prevenire abusi del sistema.

Questo sito può inviare email attraverso il [Sending Service di MailPoet](#). Questo servizio ci permette di monitorare le aperture e i clic sulle nostre email. Utilizziamo questi dati per migliorare il contenuto delle nostre newsletter.

Al di fuori di questo sito web, nessuna informazione identificabile è tracciata in alcun modo, ad eccezione dell'indirizzo email.

Fonte: Akismet

Raccogliamo informazioni sui visitatori che commentano il sito e che usano il nostro servizio Akismet anti-spam. Le informazioni raccolte dipendono da come l'utente ha impostato Akismet, ma normalmente le informazioni includono l'indirizzo IP di chi commenta, lo user agent, il referrer, e l'URL del sito (insieme ad altre informazioni fornite direttamente dall'utente che commenta, come nome, username, indirizzo email, e il testo stesso del commento).

Ai sensi degli articoli da 15 a 22 del Regolamento, si informa l'interessato che: egli ha il diritto di chiedere al Titolare del trattamento l'accesso ai dati personali, la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che lo riguardano o di opporsi al loro trattamento, nei casi previsti scrivendo a [lancora@lancora.com](mailto:lancora@lancora.com)

## Natura Obbligatoria o Facoltativa del Conferimento dei Dati

Salvo quanto previsto dal Garante per la Protezione dei dati personali in materia di Cookie, nessun consenso è richiesto agli utenti per poter navigare attraverso le pagine web non riservate, in quanto i dati privati necessari sono conferiti automaticamente in maniera implicita nel protocollo TCP/IP utilizzato da Internet.

L'adesione ai servizi offerti da L'Ancora soc. coop. a r.l. attraverso il proprio sito web mediante la navigazione libera o conseguentemente alla registrazione ai servizi offerti, così come l'invio di posta elettronica agli indirizzi indicati su questo sito, è facoltativa e volontaria. In caso di mancato conferimento dei dati personali richiesti per il conferimento di servizi o il rifiuto del consenso al loro trattamento comporterà l'impossibilità di ottenere la registrazione e, quindi, il servizio richiesto dall'utente.

Al momento dell'eventuale conferimento di ulteriori dati per l'ottenimento di servizi aggiuntivi, secondo quanto previsto dall'art. 13 del D.lgs. n. 196/03, viene fornita all'interessato un'informativa, chiara sulle finalità e modalità dei trattamenti, sul carattere obbligatorio o facoltativo del conferimento dei dati, sulle conseguenze del mancato conferimento, sui soggetti o sulle categorie di soggetti cui i dati personali possono essere comunicati e l'ambito di diffusione dei dati medesimi, sui diritti di cui all'art. 7 del D.lgs. n. 196/03 (accesso, integrazione, aggiornamento, correzione, cancellazione per violazione di legge, opposizione al trattamento, ecc.), sull'identità e sulla sede del titolare e del o dei responsabili del trattamento. L'interessato è quindi chiamato ad esprimere il suo consenso informato, libero, espresso in forma specifica e documentato nella forma prevista dalla legge, ove richiesto dalla medesima. Qualora i conferimenti di dati personali avvengano in fasi successive, potranno essere fornite integrazioni alle informative già rese in precedenza e richiesti i nuovi consensi al trattamento disposti dal Codice.

## Sede di Trattamento dei Dati

I trattamenti connessi ai servizi web di questo sito hanno luogo presso la sede operativa di Piazza Duomo, 6 – 15011 Acqui Terme (AL) e sono curati solo da personale qualificato incaricato del trattamento.

In caso di necessità, i dati connessi ai servizi possono essere trattati dal personale della società [Manager] che cura la manutenzione della parte tecnologica del sito. Tale società tratterà i dati presso le proprie sedi operative in qualità di Titolare e in ottemperanza alla normativa vigente.

## Durata e Modalità del trattamento

In relazione alle finalità della presente informativa, i dati personali sono trattati con strumenti automatizzati, ad opera di soggetti appositamente incaricati, per il tempo strettamente necessario a conseguire gli scopi per cui sono stati raccolti e in piena osservanza di ogni misura cautelativa, che ne garantisca la sicurezza e la riservatezza, nonché il pieno rispetto degli obblighi di Legge.

Specifiche misure di sicurezza sono osservate per prevenire la perdita dei dati, usi illeciti o non corretti ed accessi non autorizzati.

Per completezza, desideriamo informarti che il conferimento dei dati personali è obbligatorio nella misura in cui essi sono utilizzati per l'esecuzione da parte della nostra Società di obblighi contrattuali e/o di legge.

## Diritti dell'Interessato

## Privacy policy

[\[link\]](#)

Evoluzione digitale

# La disiscrizione

22  
MARZO

15:00  
ALLE  
17:00

A CURA DI  
Massimo  
De Donato

Dalle flotte può arrivare l'input decisivo al processo di transizione che sta segnando il mondo dell'automotive, sia sul fronte della mobilità sia su quello della logistica. L'evento, a cura di Massimo De Donato, giornalista e conduttore di Radio 24, esperto di tematiche legate al mondo dell'auto, della mobilità e dei trasporti, si pone l'obiettivo di analizzare questa tendenza e di approfondire l'evoluzione di un settore da sempre attento alle esigenze della clientela business.

L'evento potrà essere seguito anche su [sistemaitaliaforbusiness.it](http://sistemaitaliaforbusiness.it), la fiera online promossa da Stellantis che permette di connettere le aziende e ampliare il business.

ISCRIVITI



Questo messaggio è stato inviato a [andreaboscaro@thevortex.it](mailto:andreaboscaro@thevortex.it)

Se non desideri più ricevere comunicazioni promozionali e sei un utente registrato al nostro sito [modifica il consenso via web](#) oppure scrivi a: [privacy@info.ilsole24ore.com](mailto:privacy@info.ilsole24ore.com) per esercitare i tuoi diritti. In caso di problemi tecnici scrivi al [servizio assistenza](#) o per altre richieste chiama il Servizio Clienti al numero 02.30.300.600.

Per conoscere la nostra politica sul trattamento dei dati personali ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 consulta la nostra [Informativa Privacy](#), e la nostra [Privacy Policy](#).

# L'iscrizione

## Spread the word

Se quello che hai letto ti è piaciuto, [consiglia a un amico di iscriversi alla newsletter](#) oppure inoltragliela.



---

Ricevi questa email perché sei iscritto alla newsletter di Francesco Costa sulla politica statunitense. [Se vuoi cancellarti clicca qui](#). Ma devi proprio?

# Il form di iscrizione

## Vuoi ricevere la nostra newsletter giornaliera?

Ogni sera gratuitamente, potrai ricevere nella tua casella di posta elettronica, la newsletter giornaliera della Tecnica con tutte le notizie del nostro sito web pubblicate nelle ultime 24 ore.

Inserisci l'indirizzo email nel campo in basso. Dai il consenso al trattamento dei dati e clicca sul pulsante "Iscrizione".

Ricordati di confermare il tuo indirizzo mail dalla email che riceverai.

### Iscriviti!

E' un piccolo gesto che ti permetterà di essere costantemente a  
novità del mondo della scuola: notizie, norme, commenti, scade  
iniziative.

### Indirizzo Email \*

andreaoscario@gmail.com

### Accetta informativa privacy \*

Accetta informativa privacy

I tuoi dati verranno trattati per le seguenti comunicazioni.

Per ricevere la newsletter giornaliera, è necessario spuntare la casella sottost  
della Scuola utilizzerà i tuoi dati per inviarti solo ed esclusivamente le informa  
richieste.



Newsletter

\* Campi obbligatori


Ricordati che potrai modificare e cancellare le tue informazioni in qualsiasi mo  
sul link "unsubscribe" che troverai alla fine di ogni email da noi inviata.

ISCRIVITI

*I tuoi dati saranno inseriti nella banca dati elettronica de La Tecnica della Scuola nel rispetto di  
2016/679 sulla tutela dei dati personali. Usiamo MailChimp come nostra piattaforma di automa  
marketing. Facendo clic su iscrizione per inviare questo modulo, l'utente riconosce che le info  
trasferite a MailChimp per l'elaborazione in conformità con la loro politica sulla privacy e i term  
richiederne l'aggiornamento o la cancellazione scrivendo al Titolare Dati della Casa Editrice gdp*




Create




Audience


- Audience dashboard
- All contacts
- Signup forms
- Tags
- Segments
- Surveys
- Preferences center
- Inbox



Campaigns



Automations



Website

Overview Manage contacts ▾ Add contacts ▾ **Signup forms** Preferences center

## Form builder

Build, design, and translate signup forms and response emails

## Embedded forms

Generate HTML code to embed in your site or blog to collect signups.

## Subscriber pop-up

Design a pop-up signup form that can be embedded on any site.

## Contact Form New!

Let your customers reach you directly with a contact form that sends messages to  
your [Inbox](#).



# Il form di iscrizione



Embedded form

Pop-up form

Signup landing page

## Grow your list with a signup form

Create an emb  
attract new co

The Vortex srl

You'll be able to  
from your embed



Campaigns

Templates

**Lists**

Reports

Content Manager

Create



Claudia  
The Vortex srl

The Classic Form includes all visible fields for this list.

### Form options

- Include form title  
Subscribe to our mailing list
- Show only required fields  
Edit required fields in [the form builder](#).
- Show all fields

- Show interest group fields
- Show required field indicators
- Show format options  
HTML, plain-text, mobile options.

GDPR Fields Disabled

Manage GDPR fields in [List Name and Defaults](#).

Optional: **Form width**

Form width in pixels. Leave blank to let the form take on the width of the area where it's placed.

### Preview

#### Subscribe to our mailing list

Email Address \*

\* indicates required


First Name

Last Name

### Copy/paste onto your site

```
<!-- Begin Mailchimp Signup Form -->
<link href="//cdn-images.mailchimp.com/embedcode/classic-10_7.css" rel="stylesheet" type="text/css">
<style type="text/css">
  #mc_embed_signup{background:#fff; clear:left; font:14px Helvetica,Arial,sans-serif; }
  /* Add your own Mailchimp form style overrides in your site stylesheet or in this style block.
  We recommend moving this block and the preceding CSS link to the HEAD of your HTML file. */
</style>
<div id="mc_embed_signup">
<form action="https://thevortex.us19.list-manage.com/subscribe/post?u=16d542344229a3c67baf7b8dd&amp;id=c18702dc33" method="post" id="mc-embedded-subscribe-form" name="mc-embedded-subscribe-form" class="validate" target="blank" novalidate>
```

# Altre fonti di iscrizione

Overview **Manage contacts** ▾ **Add contacts** ▾ Signup forms Preferences center Settings ▾ Inbox Surveys 

Add a subscriber

Import contacts

Toggle Columns ▾


Export Audience

Filter by Tags ▾

View Segment ▾

New Segment

	Email Address	First Name	Last Name	Address	Phone Number	Birthday	Tags	Email Marketing	Source
<input type="checkbox"/>	andrea.boscaro@gma								

Create a segment 



Now you can generate personalized messages based on user behavior

Tailor campaigns based on how users interact with your app. [Learn more about events in our API guide](#)



Contacts match  of the following conditions:

Email Address ▾

is ▾

 Add

Preview Segment

[Cancel](#)

# Le tipologie di newsletter

+VareseNews



## Che fare nel week end

Girinvalle, i mondiali di canottaggio, il Pride e tanto altro in un [fine settimana ricchissimo](#) di attività.

Il [Pride 2023 sfilata a Varese](#), ecco tutte le informazioni sulla manifestazione.

Arriva il Girinvalle, [ecco i programmi](#) e le novità delle sei Pro loco.

Eventi [per bambini](#) nel weekend del 16, 17 e 18 giugno tra Varese e provincia. L'ultimo fine settimana di primavera è ricco di colori e iniziative dedicate alle famiglie, tra esplorazioni in natura, spettacoli fantasiosi e laboratori. Il Gelato di Marina vi invita a un weekend a tutto gelato.

Seguici su



Instagram

## Politica, economia, scuola, salute e società

La sanità pubblica è al collasso: [i sindacati dei medici](#) chiedono interventi urgenti.

Sull'[ospedale a Gallarate](#) consiglio con contestazioni. E alla fine sul voto doppia sorpresa.

In [pullman per la Romagna e la Liguria](#): tutto pronto per il mare dal Varesotto e dall'Alto Milanese.

## Estate nel Varesotto

Da Malgesso a Monvalle lungo il sentiero dei Mulini con tappa alla [spiaggia del Gurè](#).

Un lago, mille volti: [mete sul Verbanò](#) per sentirsi in vacanza.

Spiaggia, [passeggiata dell'Amore](#) e notte bianca: a Ispra per un sabato a tutta estate

[Estate nel Varesotto](#): una guida allo svago e al divertimento nella nostra provincia.

[Scoprite come aderire al nostro progetto.](#)



LE NOTIZIE DEL GIORNO IN UN PODCAST

## GLI ARTICOLI PIU' LETTI DI IERI

- 1) Un torrente di [acqua e grandine](#) ha attraversato le strade di Vedano Olona con la tempesta di stanotte
- 2) Il professor [Piergiorgio Benaglia](#), docente dell'Insubria, morto sull'isola della Maddalena schiacciato da un masso
- 3) Due operai folgorati soccorsi allo stabilimento [Whirlpool](#) di Biandronno
- 4) Un'altra notte di temporali, [allerta gialla](#) della Protezione Civile
- 5) È [morto il ragazzo](#) di 22 anni affogato nelle acque del lago Ceresio

Abbonati a +VareseNews

## Ci hanno lasciato

Il professor [Piergiorgio Benaglia](#), docente dell'Insubria, morto sull'isola della Maddalena schiacciato da un masso  
Il servizio con [le necrologie](#).

# Le tipologie di newsletter

Se non visualizzi correttamente questa mail, per favore [clicca qui](#)



Le feste sono l'occasione giusta  
per dare ascolto alle proprie passioni.  
Con i podcast del Sole 24 Ore potrai approfondire  
gli argomenti che più ti interessano  
e goderti dei momenti unici.

## IN EVIDENZA

### 12 PRESIDENTI

Il podcast Audible Originals a cura di Alberto Orioli, vicedirettore de Il Sole 24 Ore, racconta le vite dei 12 capi dello Stato, che si intrecciano con la storia democratica e repubblicana di un Paese in macerie diventato ben presto potenza industriale.



**IL TESORO DI MARADONA**

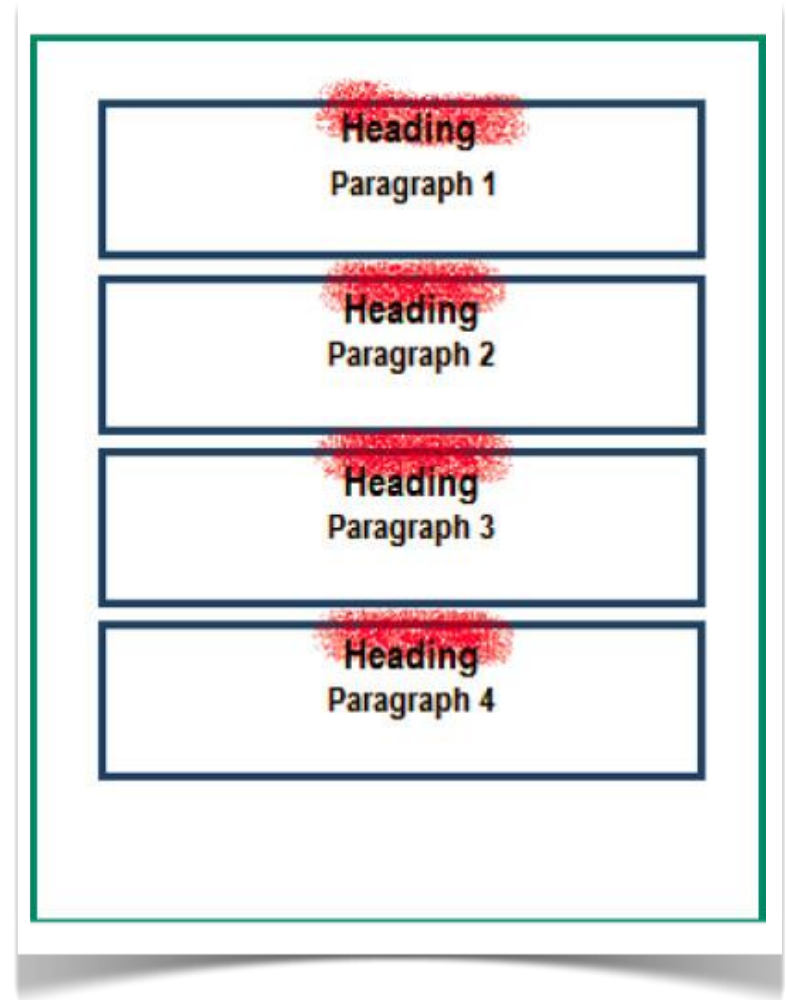
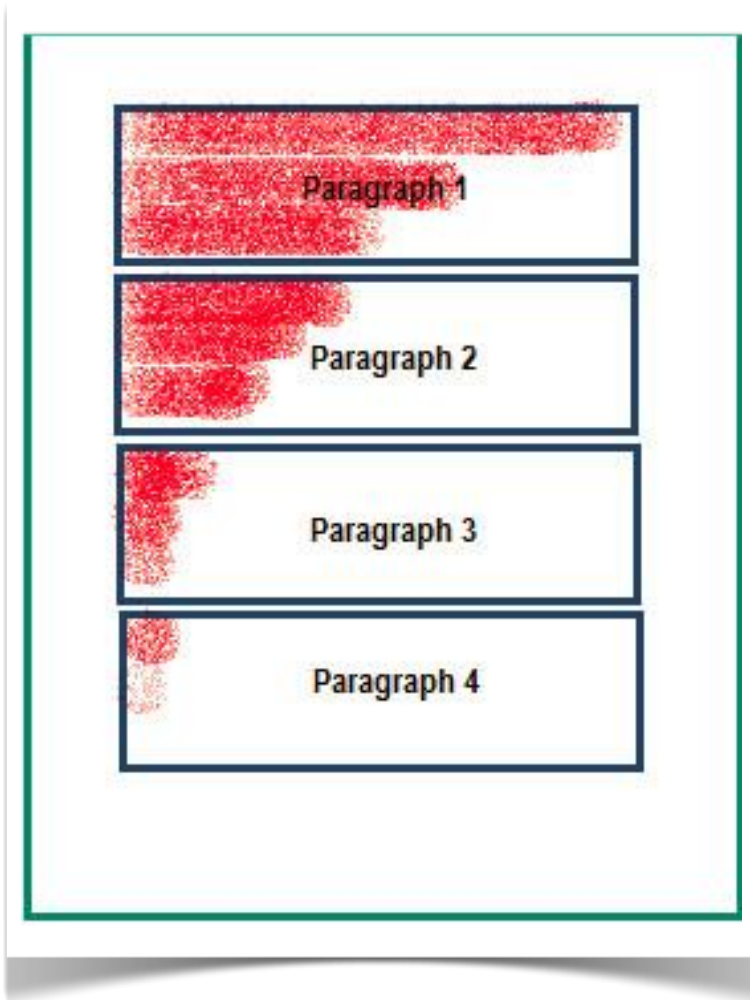
### FIUME DI DENARO

Gli inviati Roberto Galullo e Angelo Mincuzzi, raccontano le inchieste, le storie, i misteri e i personaggi, legati al mondo dell'illecito.



**I RE MIDA DEL CALCIO**

# Le tipologie di newsletter



# Le tipologie di newsletter

## La guerra più documentata della storia Esterni Destino x



**Francesco Oggiano** <fra@francescooggiano.com> [Annulla iscrizione](#)  
a me

Durante il **Vietnam**, guardare le immagini dettagliate della disfatta Usa nei tg.

Durante le guerre d'Iraq e **Afghanistan**, potevamo accedervi ogni volta che volevamo accendendo i canali all news.

«Ma nonostante tutti questi cambiamenti, c'è stata sempre una **costante**: l'informazione era fornita, nel bene e nel male, da reporter assunti da gruppi editoriali». Stavolta è diverso.

Con la guerra in Ucraina, per la prima volta migliaia di persone comuni che stanno guardando un nemico invadere il proprio Paese, hanno fatto la cosa più banale si possa fare e sono diventate quello che Glenn Reynolds una volta ha definito «**Un esercito di David**».

«Nessuno crede ai video pro-Putin.  
Tutti credono ai video degli ucraini»

I loro video - per quando sia crudo dirlo - **catturano l'attenzione più di tutti sui social**.

«Oggi metà degli adulti statunitensi si informa sui **social**», ha scritto Bloomberg. «E gli utenti si appassionano e condividono di più contenuti che hanno poco testo e immagini sensazionali e movimentate»: come i video di guerra.

Video che hanno una peculiarità rispetto ai testi: quando raccontano di un'ingiustizia commessa ai danni di un gruppo di cui non facciamo strettamente parte (es. i bombardamenti ai danni degli ucraini lontani migliaia di km da noi) sono molto più capaci di stimolare la nostra **rabbia** e **attivismo** rispetto ai contenuti testuali.

E così quest'armata di individui gli uni indipendenti dagli altri ha monopolizzato i nostri feed, e potrebbe rivelarsi l'arma più efficace per riunire i cittadini occidentali (e quindi i loro leader) contro Putin.

## La guerra più documentata della storia



Su TikTok i soli video con l'hashtag #UkraineRussia sono stati visti 150 mln di volte

Forse - come ha scritto [Daniel Johnson](#) - siamo davanti alla «guerra più documentata nella storia dell'uomo».

Era segnata dal principio: il [primo filmato](#) che provava l'invasione non è arrivato mica da una troupe tv, ma da un circuito di telecamere a circuito chiuso. Nei giorni successivi, la guerra l'hanno racconta tutti. E mostrata molti. Presidenti, giornalisti, ma soprattutto cittadini.

Come ha scritto Bloomberg, nel XX secolo il modo di raccontare la guerra è cambiato parecchio.

Durante la **prima guerra mondiale**, l'unica maniera che avevamo per avere notizie dal fronte era leggere i titoli strillati dei giornali.

Durante la **seconda**, ascoltare il bollettino radio.

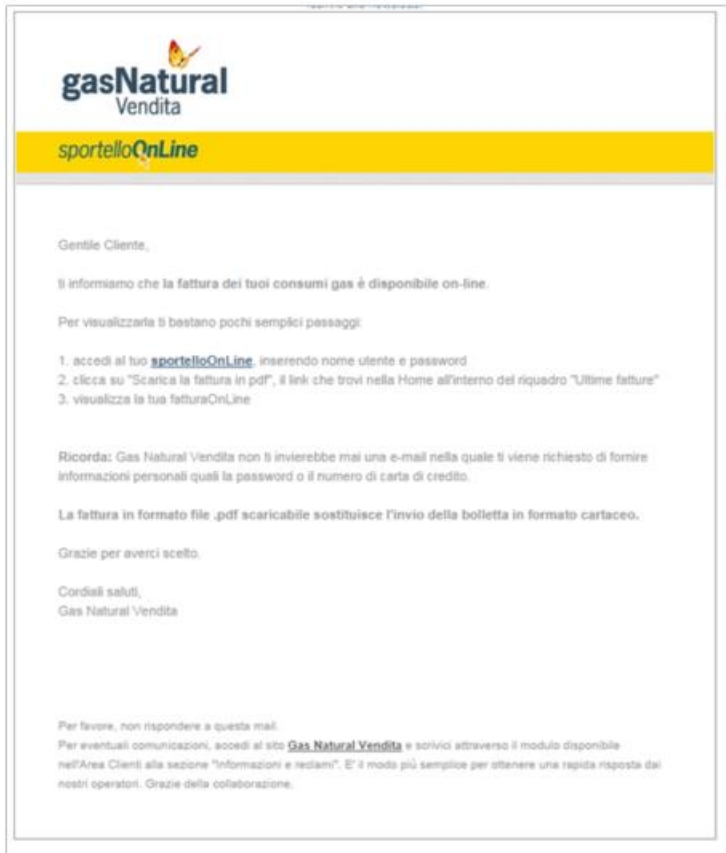
Durante il **Vietnam**, guardare le immagini dettagliate della disfatta Usa nei tg.



# Le tipologie di newsletter



# Le tipologie di newsletter



**gasNatural**  
Vendita

**sportelloOnLine**

Gentile Cliente,

ti informiamo che la fattura dei tuoi consumi gas è disponibile on-line.

Per visualizzarla ti bastano pochi semplici passaggi:

1. accedi al tuo [sportelloOnLine](#), inserendo nome utente e password
2. clicca su "Scarica la fattura in pdf", il link che trovi nella Home all'interno del riquadro "Ultime fatture"
3. visualizza la tua fatturaOnLine

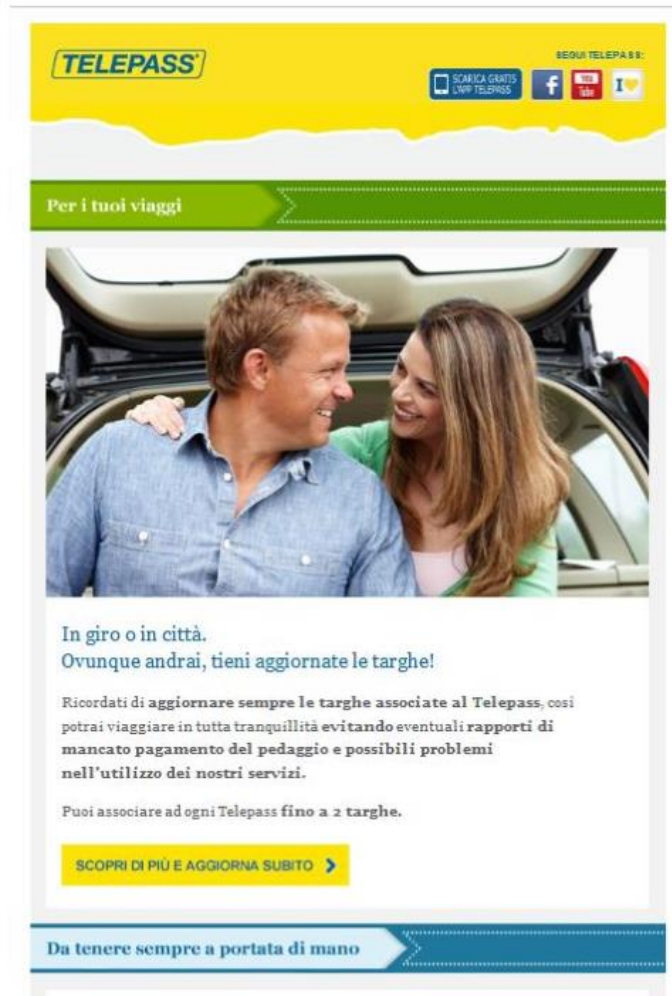
Ricorda: Gas Natural Vendita non ti invierebbe mai una e-mail nella quale ti viene richiesto di fornire informazioni personali quali la password o il numero di carta di credito.

La fattura in formato file .pdf scaricabile sostituisce l'invio della bolletta in formato cartaceo.

Grazie per averci scelto.

Cordiali saluti,  
Gas Natural Vendita

Per favore, non rispondere a questa mail.  
Per eventuali comunicazioni, accedi al sito [Gas Natural Vendita](#) e servizi attraverso il modulo disponibile nell'Area Clienti alla sezione "Informazioni e reclami". E' il modo più semplice per ottenere una rapida risposta dai nostri operatori. Grazie della collaborazione.



**TELEPASS**

SEGUI TELEPASS:


SCARICA GRATIS L'APP TELEPASS

f

yt

I

Per i tuoi viaggi



In giro o in città.  
Ovunque andrai, tieni aggiornate le targhe!

Ricordati di aggiornare sempre le targhe associate al Telepass, così potrai viaggiare in tutta tranquillità evitando eventuali rapporti di mancato pagamento del pedaggio e possibili problemi nell'utilizzo dei nostri servizi.

Puoi associare ad ogni Telepass fino a 2 targhe.

SCOPRI DI PIÙ E AGGIORNA SUBITO >

Da tenere sempre a portata di mano

# Due aspetti della newsletter

Tom Hanks

Meg Ryan



from the Director of *Sleepless in Seattle*

You've Got M@il



WARNER BROS. PRESENTS  
LAUREN SHULER DONNER DIRECTS MEG RYAN TOM HANKS "YOU'VE GOT MAIL"  
PARKER POSEY JEAN STAPLETON BOB CHAPPELLE SYDNE ZWIERS GREG KINNEAR GEORGE HENTON RICHARD MORIS  
WOLFGANG PETERSEN PRODUCED BY JOHN LINDHELY EXECUTIVE PRODUCERS JEFFREY EPSTEIN JULIE DRUKER C. MAC BROWN MIRA EPSTEIN DINA EPSTEIN  
CASTING BY LAUREN SHULER DONNER COSTUME DESIGNER MIRA EPSTEIN HAIR AND MAKEUP BY ANORA EPSTEIN  
PRODUCTION DESIGNER JEFFREY EPSTEIN EXECUTIVE PRODUCERS JEFFREY EPSTEIN JULIE DRUKER C. MAC BROWN MIRA EPSTEIN DINA EPSTEIN  
PRODUCED BY LAUREN SHULER DONNER MIRA EPSTEIN ANORA EPSTEIN  
WRITTEN BY LAUREN SHULER DONNER MIRA EPSTEIN ANORA EPSTEIN  
DIRECTED BY LAUREN SHULER DONNER

# La «deliverability»

Il mar-tech non è solo marketing attraverso le macchine, ma nei confronti delle macchine

Fattori che influenzano la *deliverability*:

- Reputazione del sender (IP dedicato) e performance degli invii precedenti
- Pulizia delle liste di destinatari (hard bounce, soft bounce, spam traps)
- Facilità del processo di disiscrizione
- Chiarezza del mittente
- Segmentazione del database
- Differenziazione dei contenuti
- Densità del testo
- Rispetto delle norme
- Attenzione agli URL shortened

# L'oggetto

- Brevità (fra 40 e 60 caratteri)

	4 Words	5 Words	6 Words	7 Words	8 Words	9 Words	10+ Words
Avg. Open %	18.26%	17.10%	15.30%	15.20%	12.20%	10.30%	13.70%
Avg. CTO	8.00%	7.90%	10.10%	10.80%	6.60%	10.60%	7.90%

# L'oggetto

- Brevità (fra 40 e 60 caratteri)
- Personalizzazione
- Senza false promesse
- Introduzione al contenuto
- Appiglio con l'attualità
- Invio al momento giusto
- Testo conciso e uso di numeri
- Riferimento a parole chiave e brand conosciuti
- Uso di verbi d'azione
- Ispirare fiducia, offrire una soluzione
- Presentare testimonianze
- Creare un senso d'urgenza
- Testo d'anteprima

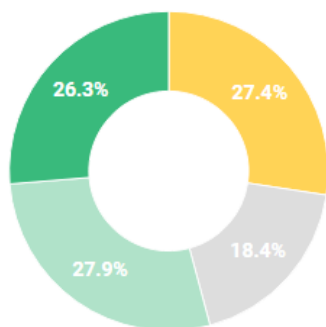


# Quali numeri monitorare?

giovedì 2022-01-13 14:40	<b>Tre parole: aria, vigili, identikit</b> ID 3016 Tag <b>Milano</b>	<b>5.504</b> 98,27%	<b>1.892</b> 34,98%	<b>192</b> 3,55%	☰
mercoledì 2022-01-12 14:10	<b>Tre parole: violenze, no vax, arancione</b> ID 3015	<b>5.548</b> 98,07%	<b>2.221</b> 40,82%	<b>297</b> 5,46%	☰
giovedì 2021-12-23 10:00	<b>Siete con noi?</b> ID 3013 Tag <b>Milano</b>	<b>5.495</b> 99,4%	<b>2.096</b> 38,37%	<b>94</b> 1,72%	☰
mercoledì 2021-12-22 14:30	<b>Tre parole: sondaggio, Ale&amp;Franz, movida</b> ID 3012 Tag <b>Milano</b>	<b>5.517</b> 99,02%	<b>1.896</b> 34,71%	<b>191</b> 3,5%	☰

# Quali numeri monitorare?

## Fotografia engagement destinatari



Destinatari iscritti <sup>?</sup>

Molto attivi	<u>26,29%</u>
Attivi	<u>27,88%</u>
Poco attivi	<u>18,42%</u>
Inattivi	<u>27,41%</u>

<sup>?</sup> Indici di settore

*Settore o tipologia  
invio non disponibile*

[Come posso sfruttare queste informazioni?](#)

[Cambia settore](#)

## Engagement dei destinatari nel periodo selezionato



Engagement dei nuovi iscritti nel periodo selezionato <sup>?</sup>

Molto attivi	<u>22,01%</u>
Attivi	<u>25,27%</u>
Poco attivi o inattivi	<u>52,72%</u>
Nuovi iscritti	<u>1.195</u>



Disiscritti da messaggi nel periodo selezionato <sup>?</sup>

Disiscritti da messaggio	0,01%
Recapitate	2.028.527

# Quali numeri monitorare?

Alcuni KPI di una newsletter:

- numero di iscrizioni;
- numero di destinatari;
- numero di invii;
- riduzione della percentuale di bounce-back;
- tasso di apertura;
- tasso di interazione;
- click-to-site, click-to-call;
- obiettivi commerciali;
  
- KPI di processo
  - quale continuità siamo in grado di rispettare?
  - quali attività interne può contribuire a migliorare?

# La data governance





# La data governance



# Google Analytics per misurare il traffico

The image shows a screenshot of the website 'la VOCE alessandrina' with a Google Tag Assistant Legacy overlay. The website header includes navigation links for 'Diocesi Alessandria', 'Video', and 'Radio Voce Spazio'. The main content area features a 'BREAKING NEWS' section with the headline 'Tecnologia per l'uomo: cura e innovazione'. Below this, there are several news thumbnails with titles like 'Ma dov'è Dio in mezzo al fango?', 'Alessandro, nu...', 'Alluvione: perdere tutto o guadagnare tutto?', 'Abusi sui minori, c'è troppa omertà', and 'Fare giustizia non è voltarsi dall'altra parte'. The Google Tag Assistant Legacy overlay is positioned on the right side of the page, displaying the 'Result of Tag Analysis' for the website. It lists two tags: '1. Global site tag (gtag.js) UA-88270768-1' and '2. Google Analytics UA-88270768-1'. The overlay also shows 'Additional permissions requested' and a 'Check if other extensions are blocking tags' section with 'Allow' and 'Later' buttons. At the bottom of the overlay, there is a 'Record' button and a 'VIEW RECORDINGS' link.

Diocesi Alessandria Video Radio Voce Spazio

la VOCE alessandrina

Clicca e abbonati

i 140 anni de la VOCE alessandrina

Prima pagina Alessandria Valenza e Paesi Chiesa Comunità Rubriche Inter

**BREAKING NEWS** Tecnologia per l'uomo: cura e innovazione

5 giorni ago  
**Ma dov'è Dio in mezzo al fango?**

5 giorni ago  
**Alessandro, nu...**

5 giorni ago  
**Alluvione: perdere tutto o guadagnare tutto?**

2 settimane ago  
**Abusi sui minori, c'è troppa omertà**

2 settimane ago  
**Fare giustizia non è voltarsi dall'altra parte**

Google Tag Assistant Legacy

Tag Assistant is changing. [Learn more](#)

Result of Tag Analysis 2 In total

1. Global site tag (gtag.js) UA-88270768-1
2. Google Analytics UA-88270768-1

Additional permissions requested

Check if other extensions are blocking tags

[VIEW RECORDINGS](#)

Google Tag Assistant Legacy [[link](#)]



# Web analytics e privacy



# La cookie policy

Noi e i nostri partner conserviamo e/o accediamo alle informazioni su un dispositivo, come gli ID univoci nei cookie per il trattamento dei dati personali. È possibile accettare o gestire le vostre scelte cliccando qui sotto o in qualsiasi momento nella pagina dell'informativa sulla privacy. Queste scelte verranno segnalate ai nostri partner e non influenzeranno i dati di navigazione.

**Noi e i nostri partner trattiamo i dati per fornire:**

Archiviare e/o accedere a informazioni su un dispositivo. Dati di geolocalizzazione precisi e identificazione attraverso la scansione del dispositivo. Annunci e contenuti personalizzati, valutazione degli annunci e del contenuto, osservazioni del pubblico e sviluppo di prodotti.

[Elenco dei fornitori](#)

Scopo da noi utilizzato ▶

Caratteristiche da noi utilizzate ▶

Informazioni utilizzabili ▶

**Accetta tutti i cookie**

**Rifiuta tutti i cookie**

**Noi e i nostri partner trattiamo i dati per fornire:**

Archiviare e/o accedere a informazioni su un dispositivo. Dati di geolocalizzazione precisi e identificazione attraverso la scansione del dispositivo. Annunci e contenuti personalizzati, valutazione degli annunci e del contenuto, osservazioni del pubblico e sviluppo di prodotti.

**Elenco dei fornitori**

Scopo da noi utilizzato ▼

- Personalizzazione
- Selezione degli annunci, consegna, reporting
- Misurazione
- Selezione dei contenuti, consegna, reporting
- Informazioni, archiviazione e accesso

Caratteristiche da noi utilizzate ▶

Informazioni utilizzabili ▶

**Accetta tutti i cookie**

**Rifiuta tutti i cookie**

# La cookie policy

**il Cittadino**

- Selezione degli annunci, consegna, reporting
- Misurazione
- Selezione dei contenuti, consegna, reporting
- Informazioni, archiviazione e accesso

**Caratteristiche da noi utilizzate** ▼

- Corrispondenza dati offline: combinazione di dati provenienti da fonti offline inizialmente raccolti in altri contesti con dati raccolti online a supporto di una o più finalità.
- Collegamento dispositivo: elaborazione di dati per collegare più dispositivi appartenenti allo stesso utente a supporto di una o più finalità.
- Dati geografici esatti sulla posizione geografica: raccolta e supporto di dati geografici esatti a supporto di una o più finalità.

**Informazioni utilizzabili** ►

**Accetta tutti i cookie**

**Rifiuta tutti i cookie**

**il Cittadino**

- Collegamento dispositivo: elaborazione di dati per collegare più dispositivi appartenenti allo stesso utente a supporto di una o più finalità.
- Dati geografici esatti sulla posizione geografica: raccolta e supporto di dati geografici esatti a supporto di una o più finalità.

**Informazioni utilizzabili** ▼

- Tipo di browser e relative impostazioni: Informazioni sul sistema operativo del dispositivo
- Informazioni sui cookie
- Informazioni su altri identificatori assegnati al dispositivo
- Indirizzo IP dal quale il dispositivo accede al sito Web o all'applicazione mobile del cliente
- Informazioni sull'attività dell'utente su quel dispositivo, comprese le pagine Web e le applicazioni mobili visitate o utilizzate
- Informazioni sulla posizione geografica del dispositivo quando accede a un sito Web o a un'applicazione mobile

**Accetta tutti i cookie**

# La cookie policy

onetrust



## Preferenze Cookie

Trattiamo i vostri dati per fornire contenuti o annunci pubblicitari e analizzare la consegna di tali contenuti o annunci al fine di estrarre approfondimenti sul nostro sito Web. Condividiamo queste informazioni con i nostri partner sulla base del consenso. È possibile esercitare il diritto di fornire il consenso, sulla base di una finalità specifica qui sotto o a livello di partner nel link sotto ogni finalità. Queste scelte verranno segnalate ai nostri fornitori partecipanti al Framework del consenso e trasparenza.

Consenti tutti

## Gestisci preferenze consenso

+ Cookie strettamente necessari **Sempre attivi**

+ Cookie di profilazione

Rifiuta tutti

Conferma le mie scelte

Powered by **onetrust**

**L'ANCORA**  
Settimanale di informazione - EDIZIONE ON LINE

### Privacy Overview

This website uses cookies to improve your experience while you navigate through the website. Out of these, the cookies that are categorized as

[Mostra altro](#)

> Necessary	Sempre abilitato
> Functional	Disabilitato <input type="checkbox"/>
> Performance	Disabilitato <input type="checkbox"/>
> Analytics	Disabilitato <input type="checkbox"/>
> Advertisement	Disabilitato <input type="checkbox"/>
> Others	Disabilitato <input type="checkbox"/>

ACCETTA E SALVA

# Il «cookie wall»

## LA STAMPA

**I ricavi ottenuti dalla pubblicità personalizzata ci aiutano a supportare il lavoro della nostra redazione che si impegna a fornirti ogni giorno una informazione di qualità.** Per questo chiediamo il tuo consenso all'utilizzo di cookie o tecnologie simili per finalità diverse da quelle strettamente necessarie, come specificato nella [Cookie Policy](#).

Sei libero di rifiutare in qualsiasi momento, ma in tal caso ti chiederemo di acquistare uno dei nostri abbonamenti.

ACCETTA

RIFIUTA E ABBONATI



# I dati digital e l'editoria online



PRIMA PAGINA ▾

NOTIZIE DEL TERRITORIO ▾

ARTE & CULTURA ▾

RUBRICHE ▾

VOCE ECCLESIALE ▾

Home » prima pagina » Eventi » "Dalla Chiesa del campanile a quella del campanello che sa chiedere permesso e sa entrare nel modo giusto nelle diverse circostanze della vita".



**"DALLA CHIESA DEL CAMPANILE A QUELLA DEL CAMPANELLO CHE SA CHIEDERE PERMESSO E SA ENTRARE NEL MODO GIUSTO NELLE DIVERSE CIRCOSTANZE DELLA VITA".**

# I dati di traffico e Google Analytics



# Quiz

Da Facebook rimandiamo al nostro sito e Facebook conteggia 100 click. Google Analytics conteggerà 100 click? Di più o di meno?

Google Analytics non conteggia i click, ma le sessioni

# Quiz

Sorgente/Mezzo ?	Acquisizione			Comportamento		
	Utenti ? ↓	Nuovi utenti ?	Sessioni ?	Frequenza di rimbalzo ?	Pagine/sessione ?	Durata sessione media ?
	<b>128.720</b> % del totale: 100,00% (128.720)	<b>124.543</b> % del totale: 100,03% (124.511)	<b>176.505</b> % del totale: 100,00% (176.505)	<b>70,02%</b> Media per vista: 70,02% (0,00%)	<b>2,61</b> Media per vista: 2,61 (0,00%)	<b>00:01:19</b> Media per vista: 00:01:19 (0,00%)
1. google / cpc	<b>97.899</b> (75,06%)	96.771 (77,70%)	116.211 (65,84%)	84,03%	1,31	00:00:12
2. google / organic	<b>13.916</b> (10,67%)	11.376 (9,13%)	29.025 (16,44%)	30,34%	6,51	00:04:32
3. (direct) / (none)	<b>9.059</b> (6,95%)	8.309 (6,67%)	15.961 (9,04%)	43,89%	4,71	00:02:58
4. facebook / cpc	<b>5.815</b> (4,46%)	5.314 (4,27%)	9.053 (5,13%)	82,01%	1,26	00:00:02
5. m.facebook.com / referral	<b>841</b> (0,64%)	712 (0,57%)	1.083 (0,61%)	64,08%	1,70	00:00:31
6. bing / organic	<b>470</b> (0,36%)	371 (0,30%)	740 (0,42%)	26,89%	7,00	00:04:52
7. linkedin.com / referral	<b>228</b> (0,17%)	155 (0,12%)	424 (0,24%)	53,54%	3,81	00:03:30
8. facebook / referral	<b>190</b> (0,15%)	107 (0,09%)	485 (0,27%)	42,68%	7,76	00:11:17
9. baidu.com / referral	<b>164</b> (0,13%)	164 (0,13%)	164 (0,09%)	100,00%	1,00	00:00:00
10. getbottraffic4free.xyz / referral	<b>149</b> (0,11%)	150 (0,12%)	150 (0,08%)	1,33%	1,99	00:01:38

Universal Analytics > Acquisizione traffico > Sorgente / Mezzo

# Quiz

## Campaign URL Builder

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can track **Custom Campaigns** in Google Analytics.

### Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with \*) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

\* Website URL

The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)

\* Campaign Source

The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)

\* Campaign Medium

Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)

\* Campaign Name

Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)

Campaign Term

Identify the paid keywords

Campaign Content

Use to differentiate ads

### Share the generated campaign URL

Use this URL in any promotional channels you want to be associated with this custom campaign

Set the campaign parameters in the fragment portion of the URL (not recommended).

URL Builder [[Link](#)]

# Quiz

Gruppo di canal...della sessione ▾ +	↓ <u>Utenti</u>	<u>Sessioni</u>	<u>Sessioni con coinvolgimento</u>	<u>Durata media del coinvolgimento per sessione</u>	<u>Sessioni con coinvolgimento per utente</u>
	<b>62.405</b> 100% del totale	<b>89.995</b> 100% del totale	<b>78.983</b> 100% del totale	<b>1 m 16 s</b> Uguale alla media	<b>1,27</b> Uguale alla media
1 Direct	20.018	29.038	26.239	1 m 31 s	1,31
2 Organic Search	18.106	25.600	23.128	1 m 15 s	1,28
3 Cross-network	15.554	18.439	17.914	1 m 09 s	1,15
4 Unassigned	5.635	5.221	10	1 m 40 s	<0,01
5 Paid Search	3.770	5.933	5.830	0 m 13 s	1,55
6 Referral	1.879	2.906	2.552	1 m 20 s	1,36
7 Organic Social	690	1.051	949	1 m 53 s	1,38
8 Email	290	567	509	1 m 55 s	1,76
9 Affiliates	103	126	114	0 m 32 s	1,11

Google Analytics 4 > Acquisizione traffico

# Quiz

Da Facebook rimandiamo al nostro sito e Facebook conteggia 100 click. Google Analytics conteggerà 100 click? Di più o di meno?

Google Analytics non conteggia i click, ma le sessioni

Accediamo ad un sito da due dispositivi diversi. Google Analytics ci conta una volta o due volte?

Una volta qualora l'utente usi un account Google

# Quiz

The screenshot shows the Google Analytics 4 administration interface. The top navigation bar includes 'AMMINISTRAZIONE' and 'UTENTE'. The left sidebar contains a navigation menu with options like 'Impostazioni proprietà', 'Stream di dati', 'Impostazioni dei dati', 'Raccolta dati' (highlighted), 'Conservazione dei dati', 'Filtri dei dati', 'Importazione dati', 'identità report', and 'COLLEGAMENTI DEI PRODOTTI'. The main content area is titled 'Proprietà + Crea proprietà' and shows the property 'GA4 - Google Merchandise Store (2130...)'.

Le modifiche apportate nell'interfaccia di amministrazione Firebase all'impostazione di Google Signals non sono visibili nella cronologia delle modifiche di GA.

Attiva la raccolta dati di Google Signals

Se attivi Google Signals, consenti a Google Analytics di raccogliere dati sul traffico, oltre a quelli ottenuti tramite una sua implementazione standard, per fornire funzionalità aggiuntive come approfondimenti e segmenti di pubblico cross-device.

Quando Google Signals è attivato, Google Analytics raccoglie le informazioni sulle visite e le associa alle informazioni di Google provenienti dagli account degli utenti che hanno eseguito l'accesso e acconsentito a questa associazione ai fini della personalizzazione degli annunci. Queste informazioni di Google possono includere la località, la cronologia delle ricerche e la cronologia di YouTube dell'utente finale, nonché i dati dei siti che collaborano con Google. Vengono inoltre utilizzate per fornire informazioni aggregate e anonime sui comportamenti cross-device degli utenti. Con l'attivazione di queste funzionalità, confermi di ottemperare alle [norme relative alle funzionalità pubblicitarie di Google](#), incluse le regole sulle categorie sensibili, di aver ottenuto dagli utenti finali le autorizzazioni relative alle informative e ai diritti sulla privacy necessarie per questa associazione e che gli utenti finali possono accedere a questi dati e/o eliminarli nella sezione [Le mie attività](#).

Nota: se attivi l'opzione di attivazione/disattivazione sopra indicata, consenti a Google Analytics di raccogliere automaticamente ulteriori dati sul tuo traffico. Se non vuoi raccogliere dati per Google Signals, ti consigliamo di disattivare questa opzione e accertarti di non avere [attivato manualmente](#) la raccolta dei dati delle funzionalità pubblicitarie nei tag di Google Analytics.

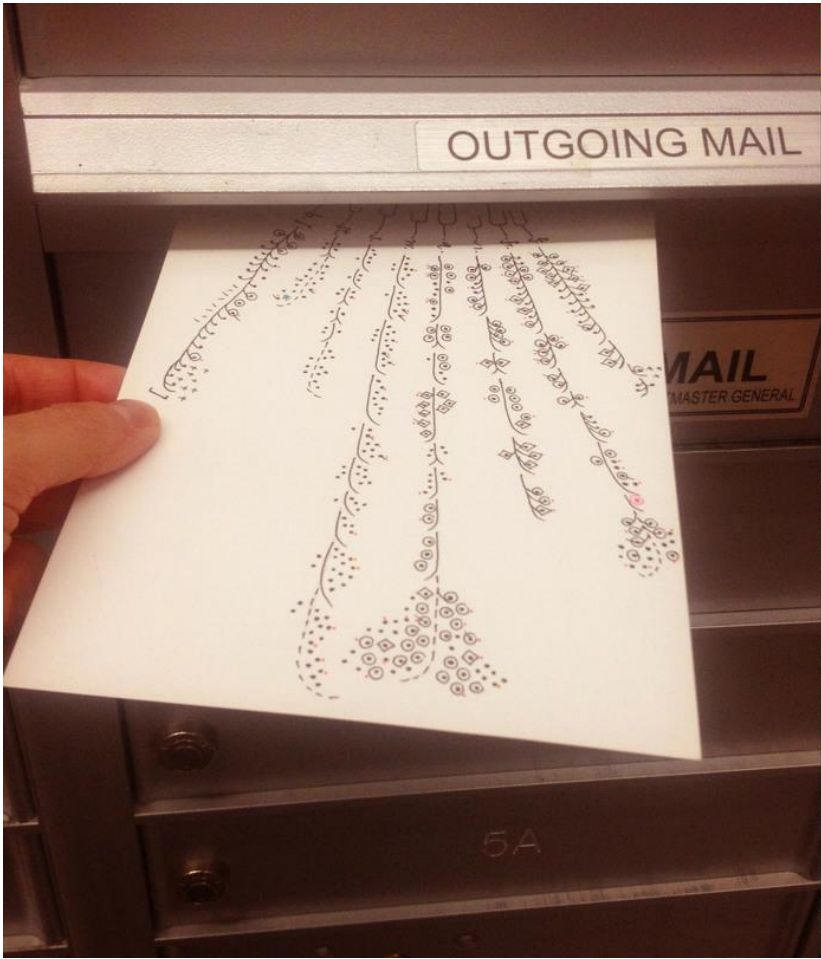
Impostazioni avanzate per consentire la Personalizzazione degli annunci

Accettazione raccolta dati utente ✔ Confermato

Google Analytics 4 > Amministrazione > Impostazioni dei dati > Raccolta dati



# Un anno con Giorgia Lupi







# I dati non esistono



mettiti nei panni di un data analyst e descrivi cinque obiettivi del sito  
<https://www.ilcittadino.it/>



Come data analyst, potrei identificare i seguenti obiettivi per il sito <https://www.ilcittadino.it/>:

1. Monitorare l'engagement degli utenti: Uno degli obiettivi principali potrebbe essere comprendere come gli utenti interagiscono con il sito. Questo potrebbe includere il monitoraggio delle metriche come il numero di pagine visitate, il tempo medio di permanenza, il tasso di rimbalzo e il numero di commenti o condivisioni sui contenuti. Queste informazioni aiuterebbero a valutare l'efficacia del sito nel coinvolgere gli utenti e a identificare aree di miglioramento.
2. Valutare l'efficacia dei contenuti: È importante comprendere quali tipi di contenuti attirano maggiormente l'attenzione degli utenti e generano interazioni. Analizzando le metriche di visualizzazione e interazione con i diversi articoli, gli editoriali o le sezioni del sito, si potrebbe ottenere una visione più chiara di quali tipi di contenuti siano più popolari e coinvolgenti per il pubblico. Ciò potrebbe aiutare a guidare le decisioni editoriali e a creare contenuti più pertinenti.
3. Ottimizzare la navigazione del sito: Un obiettivo potrebbe essere migliorare l'esperienza di navigazione degli utenti. Attraverso l'analisi dei percorsi di navigazione e delle metriche di usabilità, come i clic su determinati elementi o il tempo impiegato per trovare specifiche informazioni, si potrebbe identificare dove gli utenti incontrano difficoltà o confusione durante la navigazione del sito. Queste informazioni potrebbero essere utilizzate per apportare modifiche al layout, alla struttura delle informazioni o alle funzionalità del sito al fine di migliorare l'usabilità complessiva.
4. Misurare il traffico e l'origine degli utenti: È importante comprendere quanti utenti visitano il sito e da dove provengono. Analizzando le metriche di traffico, come il numero di visite, le fonti di traffico (ad esempio, ricerca organica, social media, referral), le pagine

# I dati non esistono

**la VOCE**  
alessandrina

## Abbonati a Voce!

Abbonati a Voce!

### Abbonamenti 2023

- Digitale**  
40 €  
Un anno di Voce nella tua casella e-mail
- Annuale**  
50 €  
Ricevi Voce a casa tua in versione cartacea
- Sostenitore**  
100 €  
Dai "voce" a Voce, sia in cartaceo sia in digitale
- Under 25 e Over 75**  
45 €
- Amico**  
60 €

**il Cittadino**

Iscriviti!

Entra a far parte della community de Il Cittadino.

Nome

Cognome

Email

Password

Password (ancora)

Accetto di ricevere la newsletter informativa

Accetto di ricevere la newsletter commerciale

[Leggi l'informativa della privacy](#)

REGISTRATI

Sei già registrato? [Accedi qui](#)

Evoluzione digitale

# I dati non esistono



**I prodotti "Merita l'Assaggio" selezionati da TIGROS a Giugno**

# I dati di traffico e le Conversioni

Età	+	↓ Utenti	Nuovi utenti	Sessioni con coinvolgimento	Tasso di coinvolgimento	Sessioni con coinvolgimento per utente	Durata media del coinvolgimento
		18.325 100% del totale	18.212 100% del totale	10.861 100% del totale	51,18% Uguale alla media	0,59 Uguale alla media	0 m 23 s Uguale alla media
1	unknown	12.161	12.097	6.726	48,1		
2	35-44	1.589	1.536	984	51,7	<b>Conteggio eventi</b> Tutti gli eventi	<b>Conversioni</b> Tutti gli eventi
3	25-34	1.485	1.441	925	52,6	<b>108.628</b> 100% del totale	<b>299,00</b> 100% del totale
4	18-24	1.204	1.165	802	58,0		
5	45-54	1.089	1.054	675	52,6	<b>69.903</b>	<b>182,00</b>
6	55-64	574	556	339	51,4	<b>9.808</b>	<b>39,00</b>
7	65+	375	363	227	52,9	<b>8.953</b>	<b>11,00</b>
						<b>7.965</b>	<b>21,00</b>
						<b>6.465</b>	<b>20,00</b>
						<b>3.381</b>	<b>18,00</b>
						<b>2.153</b>	<b>8,00</b>

Google Analytics 4 > Dati demografici



# Google Analytics 4

The screenshot shows the Google Analytics 4 Administration interface. At the top, the Google Analytics logo is on the left, and the text 'Tutti gli account > http://www.thevortex.it www.thevortex.it' is on the right. Below this, there are two tabs: 'AMMINISTRAZIONE' (selected) and 'UTENTE'. The main content area is divided into three columns: 'Account', 'Proprietà', and 'Vista'. Each column has a '+ Crea account', '+ Crea proprietà', or '+ Crea vista' button. The 'Proprietà' column is expanded to show a list of options for the property 'http://www.thevortex.it (UA-21405738-1)'. The first option, 'Assistente alla configurazione GA4', is highlighted with a red rectangular box. Other options include 'Impostazioni proprietà', 'Gestione dell'accesso alla proprietà', 'Informazioni sul monitoraggio', 'Cronologia delle modifiche della proprietà', 'Richieste di eliminazione dati', and 'COLLEGAMENTI DEI PRODOTTI' (Google Ads, AdSense, Ad Exchange, Optimize e Tag Manager). The 'Vista' column shows options like 'Impostazioni vista', 'Gestione dell'accesso alla vista', 'Obiettivi', 'Raggruppamento di contenuti', 'Filtri', 'Impostazioni canale', 'Impostazioni e-commerce', 'Metriche calcolate BETA', 'STRUMENTI E RISORSE PERSONALI' (Segmenti, Annotazioni).

Universal Analytics > Amministrazione

# Google Analytics 4

The screenshot displays the 'Admin' section of the Google Analytics 4 interface, specifically the 'Create account' setup page. The page is divided into three main sections: 'Account setup', 'What do you want to measure?', and 'Property setup'. The 'Account setup' section is completed, showing the account name 'Mirae Industry'. The 'What do you want to measure?' section offers three options: 'Web' (Measure your website), 'Apps' (Measure your iOS or Android apps), and 'Apps and web' (Measure your users across app and web). The 'Apps and web' option is selected, indicated by a blue radio button and a blue border. Below the options are 'Previous' and 'Next' buttons. The 'Property setup' section is partially visible at the bottom.

**Admin** User

## Create account

1 ✓ **Account setup**  
Account name: Mirae Industry

2 **What do you want to measure?** [Learn more](#)

**Web**  
Measure your website

- Understand where your users are coming from and turn data into insights
- Analyze user behavior and optimize for your business
- Discover trends with performance and conversion analysis

**Apps**  
Measure your iOS or Android apps

- Understand user growth and get insights into app behavior
- Automatically capture key events or define your own
- Add web stream later to measure cross-platform behavior (Beta)

**Apps and web** BETA  
Measure your users across app and web

- Explore cross-platform user-centric analytics
- Get started quickly with codeless event configuration and out-of-the-box reports
- Implement without retagging if you already use gtag.js or Tag Manager on your site

[Previous](#) [Next](#)

3 **Property setup**


© 2019 Google | [Analytics home](#) | [Terms of Service](#) | [Privacy Policy](#) | [Send feedback](#)

Google Analytics 4 > Amministrazione > Account

# Google Analytics 4

## Enhanced measurement


SAVE

 **Page views**   
Capture a page view event each time a page loads or the website changes the browser history state. Optionally turn off browser history-based events under advanced settings.  
[Hide advanced settings](#)


Page loads

Page changes based on browser history events


---


 **Scrolls**   
Capture scroll events each time a visitor gets to the bottom of a page.


---

 **Outbound clicks**   
Capture an outbound click event each time a visitor clicks a link that leads them away from your domain.


---

 **Site search**   
Capture a view search results event each time a visitor performs a search on your site (based on a query parameter). By default, search results events will be fired any time a page loads with a common search query parameter in the URL. Adjust which parameters to look for under advanced settings.  
[Hide advanced settings](#)


**Search Term Query Parameter**    
Specify up to 10 parameters in order of precedence, separated by commas. Only the first matching parameter will be used. (Case insensitive)

**Additional Query Parameters**    
Specify up to 10 parameters separated by commas. (Case insensitive)

---

 **Video engagement**   
Capture video play, progress, and complete events as visitors view embedded videos on your site. By default, video events will be automatically fired for YouTube videos embedded on your site with [JS API support](#) enabled.

---

 **File downloads**   
Capture a file download event each time a link is clicked with a common document, compressed file, application, video, or audio extension.

# Gli Eventi su GA4

Prova a cercare "Approfondimenti"

Ultimi 28 giorni

[i](#) Ora puoi visualizzare dimensioni e metriche personalizzate nelle definizioni personalizzate. [Ignora](#) [Prova ora](#)

[Modifica evento](#) [Crea evento](#)

Eventi esistenti

Nome dell'evento ↑	Conteggio	Variazione %	Utenti	Variazione %	Contrassegna come conversione (?)
add_payment_info	5.522	↑ 2,1%	2.532	↑ 1,2%	<input type="checkbox"/>
add_shipping_info	6.960	↓ 4,3%	3.150	↓ 6,6%	<input type="checkbox"/>
add_to_cart	22.455	↓ 6,3%	6.320	↓ 12,5%	<input type="checkbox"/>
android_lovers	1.354	↓ 12,8%	1.347	↓ 3,0%	<input type="checkbox"/>
begin_checkout	4.354	↓ 28,4%	2.121	↓ 28,4%	<input type="checkbox"/>
campus_collection_user	1.109	↓ 15,8%	1.102	↓ 2,5%	<input type="checkbox"/>
click	10.343	↑ 42,2%	4.908	↑ 36,5%	<input type="checkbox"/>

Google Analytics 4 > Configura > Eventi

# Gli Eventi su GA4

## Configurazione

Nome evento personalizzato

Registration\_complete

### Condizioni di corrispondenza

Crea un evento personalizzato quando un altro evento soddisfa TUTTE le seguenti condizioni

Parametro	Operatore	Valore
event_name	uguale a	page_view
page_location	uguale a	<a href="https://shop.googlemerchandisestore.com/Google+Redesign/Lifestyle/Drinkware">https://shop.googlemerchandisestore.com/Google+Redesign/Lifestyle/Drinkware</a>

Google Analytics 4 > Configura > Eventi

# Le Conversioni su GA4

Prova a cercare "Panoramica degli utenti"

Ultim

Eventi di conversione Impostazioni di rete

Nome conversione ↑	Conteggio	Variazione %	Valore	Variazione %	Contrassegna come conversione ?
begin_checkout	5.053	↑ 13,7%	-	-	<input type="checkbox"/>
first_visit	59.491	↓ 9,3%	-	-	<input type="checkbox"/>
purchase	1.740	↑ 20,5%	170.005,61 \$	↑ 44,8%	<input type="checkbox"/>
Test_GD_1	0	0%	0	0%	<input type="checkbox"/>

Google Analytics 4 > Configura > Conversioni



# L'analisi dei contenuti

men's t-shirts							Righe per pagina: 10	1-3 di 3
Titolo pagina e nome schermata	Utente	Cerca	zzaz...	Durata media del coinvolgim...	Scorrimenti utenti unici	Conteggio eventi Tutti gli eventi	Conversioni Tutti gli eventi	Entrate totali
<b>Totale</b>	Altro	Nome segmento di pubblico	1,33	0 m 15 s	936	10.924	1.512,00	0,00 \$
	Personalizzato (con ambito evento)	Età	75,97% superiore alla media	85,03% inferiore alla media	1,56% del totale	0,36% del totale	1,83% del totale	0% del totale
	Personalizzato (con ambito utente)	Città	1,33	0 m 15 s	921	10.781	1.497,00	0,00 \$
	Dispositivo	Paese	1,25	0 m 28 s	14	138	14,00	0,00 \$
	Pagina/schermata	Genere	1,00	0 m 00 s	1	5	1,00	0,00 \$
1	Acquisizione	Lingua						
2	Acquisizione sessione	Regione						
3								

Titolo pagina e nome schermata	Sorgente/mezzo sessione	Visualizzazioni	Utenti	Nuovi utenti	Visualizzazioni per utente	Durata media del coinvolgimento	Scorrimenti utenti unici	Conteggio eventi
<b>Totale</b>		2.265 0,46% del totale	1.706 1,93% del totale	1.517 1,97% del totale	1,33 75,97% inferiore alla media	0 m 15 s 85,03% inferiore alla media	936 1,56% del totale	10.924 0,36% del totale
1	Men's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	google / organic	1.754	1.259	1.150	1,39	723	10.781
2	Men's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	google / cpc	207	133	113	1,56	88	138
3	Men's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	(direct) / (none)	188	236	211	0,80	74	5
4	Men's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	analytics.google.com / referral	33	23	1	1,43	14	
5	Men's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	(not set) / (not set)	20	18	3	1,11	7	
6	Women's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	(direct) / (none)	19	16	13	1,19	11	
7	Men's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	yandex.ru / referral	10	6	6	1,67	4	
8	Men's T-Shirts   Apparel   Google Merchandise Store	bing / organic	9	8	8	1,13	5	

# E quindi?

William Edwards  
Deming  
Ingegnere statistico

“Senza dati, siamo  
solo degli altri  
tizi con  
un'opinione”



# Risorse utili

- Chatdoc.com [[link](#)]
- Bing.com
- Mailchimp [[link](#)]
- Mailup [[link](#)]
- URL Builder [[link](#)]

# Concludendo

# Grazie



UFFICIO NAZIONALE  
PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI  
della Conferenza Episcopale Italiana



Evoluzione Digitale  
Online, 28 Giugno  
2023

Andrea Boscaro  
[andreaboscaro@thevortex.it](mailto:andreaboscaro@thevortex.it)