

12 Partnership Tutti i benefici della digital analytics: Tag Manager Italia rivoluziona l'e-commerce di Farmasave

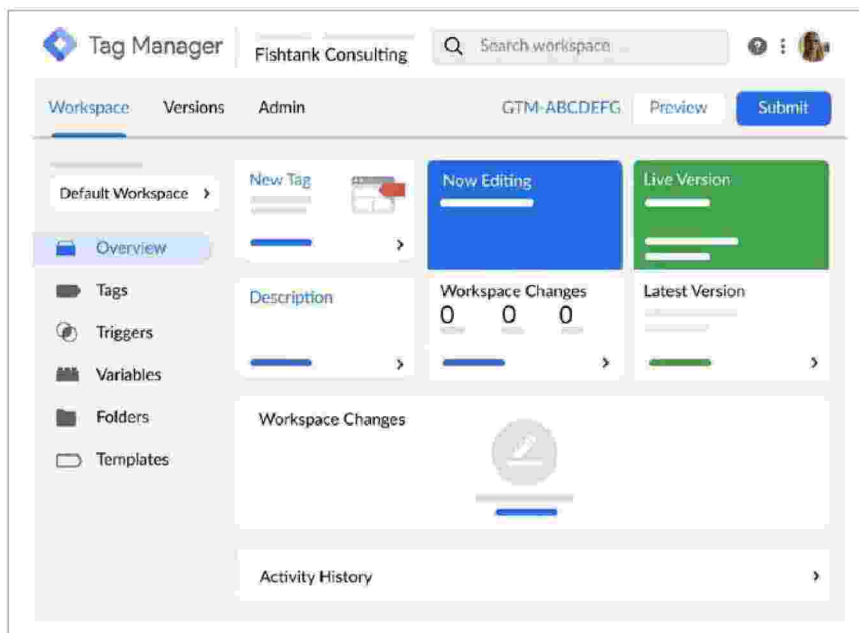
Tag Manager Italia, agenzia di consulenza, formazione e di Ricerca e Sviluppo specializzata nella misurazione dei dati di siti web, e-commerce e campagne di marketing digitale, ha accompagnato Farmasave in un percorso di ottimizzazione del sistema di tracciamento e di analisi dei dati del proprio e-commerce. Con oltre 65.000 prodotti disponibili nel catalogo e una media di 2.500 acquisti al giorno, Farmasave è tra gli shop online in ambito farmaceutico più ampi apprezzati d'Italia, specializzato in vendita al dettaglio di prodotti da parafarmacia. I risultati ottenuti grazie alla collaborazione con Tag Manager Italia sono stati significativi in termini di comprensione delle esigenze dei clienti, da cui ne è scaturito un incremento di fatturato, il miglioramento degli indici di fidelizzazione e dei tassi di conversione delle campagne pubblicitarie online. Farmasave si è rivolta a Tag Manager per perfezionare il sistema di tracciamento delle azioni compiute dai clienti all'interno del proprio e-commerce. L'obiettivo era configurare correttamente Google Analytics 4 e i tracciamenti dell'e-commerce per ottimizzare e personalizzare la customer experience, sviluppando opportunità di up-sell e cross-sell. Inoltre, Farmasave necessitava di specifiche implementazioni per ottimizzare l'adeguamento alle disposizioni GDPR, il monitoraggio delle conversioni di Google Ads, Facebook Ads e il tracciamento di TikTok. L'analisi dettagliata del sistema di tracciamento in uso ha dimostrato una discrepanza del 20% tra il numero di transazioni reali e i numeri registrati in Google Analytics.

I RISULTATI

Il team di Tag Manager Italia ha quindi ottimizzato le configurazioni esistenti ed effettuato la migrazione e l'implementazione del tracciamento dell'e-commerce in GA4 attraverso un template Google Tag Manager proprietario. A questi, si sono aggiunti una serie di interventi tecnici avanzati finalizzati alla raccolta di una quantità e qualità di dati maggiori grazie alla configurazione: delle conversion API di Facebook, delle conversioni avanzate di Google Ads, del tracciamento TikTok Server-Side. Infine, la creazione di report focalizzati sui dati relativi alle campagne Facebook Ads e Instagram Ads ha permesso di avere un quadro specifico, completo e chiaro delle prestazioni e dei risultati raggiunti. L'intervento di Tag Manager Italia ha determinato una riduzione netta della discrepanza dei dati

Partnership Più fatturato e fidelizzazione grazie alla digital analytics: Tag Manager Italia rivoluziona l'e-commerce di Farmasave

Grazie all'ottimizzazione del proprio sistema di tracciamento dati, la grande farmacia online ha potuto migliorare l'esperienza di acquisto dei clienti e implementare opportunità di up-sell e cross-sell, aumentando conversioni e fatturato



relativi al numero degli acquisti registrati, ridotta dal 20% al 6%, con un complessivo 94% di accuratezza dei dati analizzati in GA4. In questo modo, Farmasave è ora in grado di comprendere al meglio le esigenze dei propri clienti e di analizzare con precisione, in particolare, gli articoli acquistati più di frequente, così da implementare strategie di cross-selling e up-selling che agiscono positivamente e direttamente sul fatturato. Attraverso le Conversion API e l'Advanced Matching di Facebook, le campagne Facebook Ads hanno registrato l'88% di conversioni in più rispetto al passato. Per quanto concerne il mondo Google, la configurazione delle Conversioni avanzate di Google Ads ha migliorato la qualità del tracciamento e ha

permesso di registrare un 3,13% di conversioni in più dalle campagne. Tutto ciò, in aggiunta all'aumento dell'82% delle sessioni di traffico registrate in GA4, all'incremento degli utenti di ritorno e del tasso di fidelizzazione. "Siamo estremamente soddisfatti delle azioni intraprese da Tag Manager Italia per ottimizzare il nostro sistema di tracciamento - afferma Mario Cozzolino, CEO di Farmasave -. Questo sforzo si è tradotto in un arricchimento delle informazioni a nostra disposizione, da cui decisioni più efficaci, e nella crescita della fiducia nei confronti dei dati. Nel contesto dell'e-commerce, affidarsi ai dati è di importanza cruciale, poiché ci consente di avvicinarci ancora di più alla nostra clientela e di garantirle un'esperienza senza eguali".