

ENGAGE

17/02/2025



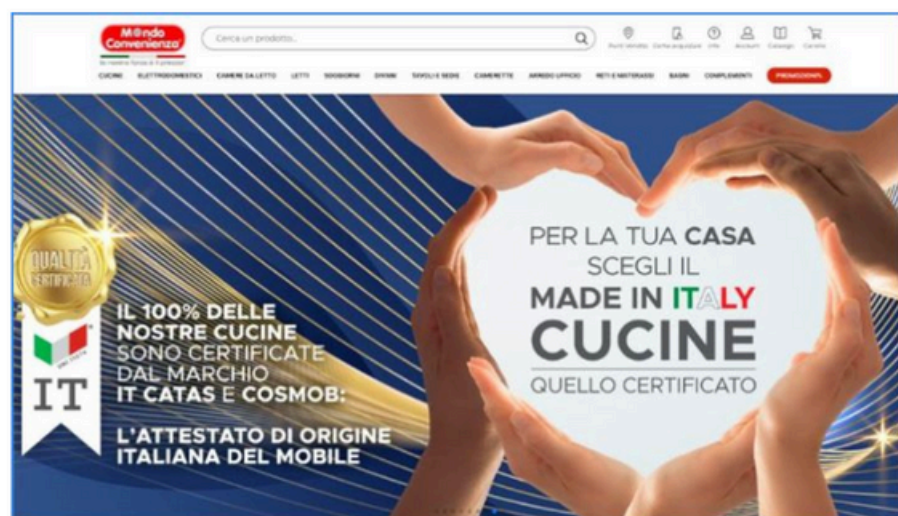
TECNOLOGIA

10/02/2025

di Rosa Guerrieri

## MONDO CONVENIENZA CON TAG MANAGER ITALIA PER OTTIMIZZARE LE PERFORMANCE DELLE CAMPAGNE ONLINE

Positivi risultati dalla collaborazione: +85% di vendite ecommerce e +100% di conversioni aggiuntive per le campagne Meta Ads



Ascolta questo articolo ora...



Integrare un sistema di tracciamento, analisi e utilizzo dei dati all'interno dei propri flussi strategici e operativi delle campagne marketing e di gestione dell'ecommerce. Partendo da questa esigenza, il retailer di arredamento **Mondo Convenienza** ha scelto di affidarsi a **Tag Manager Italia** per l'**ottimizzazione delle performance delle campagne online**.

In particolare, il brand aver quattro obiettivi. Innanzitutto, progettare e realizzare un tracciamento avanzato per ottenere dati più granulari e precisi, monitorando in modo integrato tutti i vari canali e punti di contatto dei clienti con il brand, con l'obiettivo di prendere decisioni migliori guidati dai dati. Poi, analizzare in profondità il customer journey per ottimizzare in modo mirato l'esperienza di navigazione e conversione degli utenti, migliorando così il tasso di conversione. Il terzo obiettivo era ottimizzare il tracciamento delle interazioni degli utenti con specifici servizi, risorse o funzionalità (tra cui il catalogo sfogliabile online e il configuratore di cucine), al fine di ottimizzare layout, elementi o contenuti delle pagine per ottimizzare il tasso di conversione e la creazione di audience pubblicitarie mirate. Mondo Convenienza aveva poi l'obiettivo di ottenere una infrastruttura di raccolta e analisi che permettesse di monitorare in modo completo e semplice un elevato volume di dati e di tracciare nel modo corretto le informazioni provenienti dalla propria Progressive Web App (applicazione web che viene sviluppata e caricata come una normale pagina web, ma che si comporta in modo simile alle applicazioni native quando utilizzata su un dispositivo mobile). Infine, tracciare in modo capillare e accurato i diversi step del flusso di prenotazione delle consulenze (in negozio, in videochiamata e a domicilio), così da riuscire a segmentare in modo efficace le differenti tipologie di lead, monitorando e ottimizzando i funnel marketing.

Mondo Convenienza - con il supporto e collaborazione di **Quadrantia**, Trusted Advisor for Digital Transformation del brand - ha scelto Tag Manager Italia per centrare questi obiettivi, realizzando una **Data Strategy personalizzata e strutturata**.

Tra gli interventi operativi e tecnici messi in opera dalla società, ci sono stati la revisione completa del piano di misurazione per definire obiettivi di business e di marketing, i relativi KPI ed eventi di tracciamento specifici tramite Google Tag Manager per la piattaforma e-commerce e l'area riservata (accessibile in seguito al login effettuato dall'utente) e la nuova mappatura del Data Layer, con un'analisi approfondita della struttura esistente del sistema di tracking per identificare aree della piattaforma e-commerce non monitorate o migliorabili (ad esempio, le interazioni con il catalogo sfogliabile).

Tag Manager si è occupata anche della riconfigurazione personalizzata di Google Analytics 4 (GA4) e dei Pixel di tracciamento dei diversi servizi di advertising utilizzati dal brand (tra cui Meta Ads e Google Ads), nonché dell'implementazione del Server-Side tracking, per migliorare la qualità e la precisione dei dati raccolti e della gestione della Consent Mode v2 per raccogliere e utilizzare i dati relativi agli utenti in base ai consensi al tracciamento e ai cookies accettati o negati, garantendo così la gestione dei dati personali nel rispetto delle normative Privacy e GDPR. La società si è occupata anche dell'implementazione del tracking ad hoc del catalogo sfogliabile online, consentendo di analizzare le interazioni degli utenti e ottimizzare le strategie di marketing.

Tra i fattori determinanti del successo della strategia di Digital Analytics, spiega Tag Manager in una nota, c'è stata una pianificazione minuziosa e una collaborazione coordinata tra i vari team, con una condivisione chiara degli obiettivi e delle roadmap per tutte le diverse attività.

Grazie alla strategia e soluzioni implementate, Mondo Convenienza ha infatti potuto raggiungere risultati tangibili per i propri obiettivi di marketing e business. Ecco qualche numero: +125% di utenti in target che sfogliano il catalogo digitale nel 2024, +85% di vendite e-commerce nella categoria delle cucine, punteggio di qualità 8.2/10 su Meta Advertising per l'evento di conversione "purchase" (acquisto) delle campagne Facebook Ads e Instagram Ads, +100% di conversioni aggiuntive su Meta, aumento dal 30% al 100% nelle conversioni su Google Ads.

"Il partner Quadrantia è riuscito e riesce a intercettare la best solution in base alle nostre esigenze di business. E in questo caso ha scelto i migliori nel campo dell'Analytics che ci hanno aiutato a implementare questa fantastica infrastruttura – ha commentato **Alessandro Zuena**, Responsabile Digital Marketing di Mondo Convenienza -. Grazie al connubio tra il nostro Trust Advisor Quadrantia, che conosce bene il nostro business, e dall'altra parte le competenze molto verticali di Tag Manager Italia, abbiamo ottenuto questi risultati che rispondono pienamente alle nostre aspettative."

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

| ANALYTICS | TAG MANAGER |

seguici su    

[CHI SIAMO](#) | [COOKIE POLICY](#) | [PRIVACY](#) | [CONTATTI](#) | [CHANGE PRIVACY SETTINGS](#)

**ENGAGE**

Sede Amministrativa: Corso Magenta 85, 20123 – Milano (MI) – P.IVA 08421160964

Redazione: [redazione@engage.it](mailto:redazione@engage.it)

Marketing: [marketing@edimaker.it](mailto:marketing@edimaker.it)

Engage.it è associata all'

