

Google Analytics e GDPR, quali alternative utilizzare?

Dopo lo [stop del Garante privacy all'utilizzo di Google Analytics](#), in quanto trasmette dati in USA «Paese privo di un adeguato livello di protezione», è partita la corsa alle piattaforme analytics alternative.

L'offerta è varia, tra soluzioni cloud a pagamento - in regola con quanto previsto dal GDPR - e quelle Open Source da installare nei propri spazi hosting.

La prima cosa da tenere a mente è che il nostro hosting deve trovarsi fisicamente in Europa, altrimenti avremmo lo stesso problema di Google Analytics: quello di mandare dati in un Paese con normative non adeguate alla protezione dei dati personali.

Cloud e Open Source self hosted quali sono i costi?

Prima di tutto, non è detto che una opzione Cloud sia per forza più costosa di un self hosted (ospitato in un proprio hosting), anche se appaiono i prezzi dei pacchetti (generalmente suddivisi in visualizzazioni di pagina).

Le soluzioni Cloud offrono, solitamente, un *tutto incluso*, togliendo l'onere degli aggiornamenti e della manutenzione al cliente.

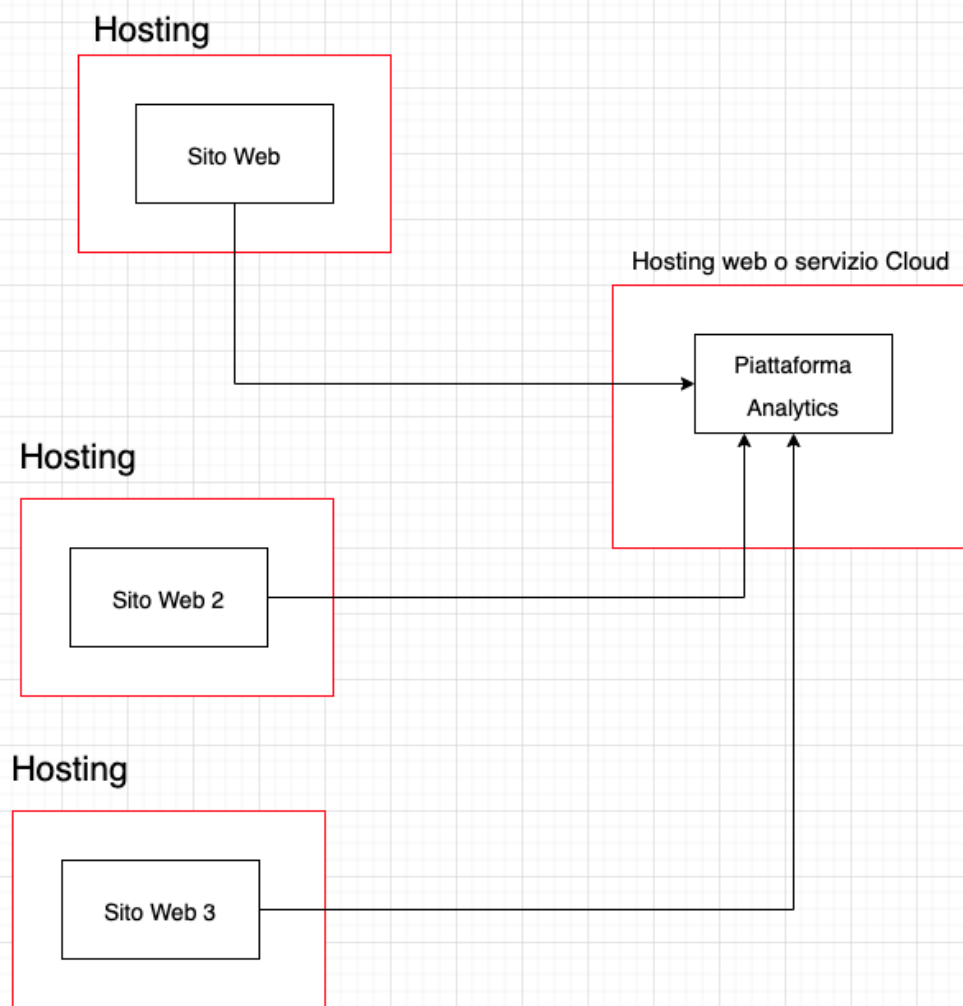
Le soluzioni Open Source, invece, permettono di scaricare ed installare gratuitamente il software a patto che venga ospitato in una nostra area (self hosted, ad esempio).

Il software è gratuito (spesso con moduli aggiuntivi a pagamento), certo, ma se non si dispone di uno "specialista" interno per l'installazione e la manutenzione, dovremmo comunque affidarci a degli specialisti esterni.

I costi "sommersi", dietro a queste soluzioni Open Source sono:

- Hosting annuale
- Installazione e configurazione
- Manutenzione periodica

Di conseguenza, va fatta una analisi costi e benefici, per trarre le conclusioni adeguate e capire quanto budget saremo disposti a stanziare.



Didascalia: schema semplificato dell'architettura analytics. Nel caso di molti siti web, è consigliabile avere uno spazio dedicato per raccogliere i dati, così da centralizzare il processo e non consumare le risorse degli hosting che ospitano il sito aziendale. Questo è lo schema di chi utilizza Google Analytics, che si occupa di raccogliere i dati e aggregarli senza pesare sui vari siti web.

Tutto parte dalla domanda fondamentale

Prima di parlare di "piattaforme" è giusto chiedersi: Cosa voglio sapere dai dati di navigazione del mio sito web?

Rispondere a questa domanda, potrà innescare una serie di analisi costi-benefici, per comprendere quale possa essere la migliore soluzione.

Chiaramente, se possiedi un eCommerce i dati sono fondamentali. In questo caso, consiglio di andare direttamente su Matomo Cloud o su Vantevo Analytics, valutando cosa offrono le due piattaforme e a che prezzo.

A cosa servono i dati di navigazione? Per capire cosa l'utente cerca nel nostro sito, le pagine più navigate (che possono essere i servizi offerti), da dove arrivano gli

utenti, quanto rimangono ed imparare dagli abbandoni, come migliorare l'esperienza utente.

I dati di navigazione sono preziosi per creare un sito web a portata di utente!

Veniamo alle piattaforme.

MATOMO

Matomo Cloud ha un costo base di 19 euro, con un traffico mensile di 50mila hit ([clicca qui per approfondire cosa si intende per HIT sul sito di MATOMO](#)) e si possono inserire 30 siti web complessivi.

Se un'azienda ha diversi siti web, dovrà fare un conteggio di quante hit complessive ha al mese e capire il costo annuale che dovrà sostenere (per 100.000 hit, il costo mensile sarà di 35 euro, ma con un risparmio del 17% se si paga annualmente) per stanziare il budget.

Essendo in CLOUD su server ospitati in Europa, come spiegato dalla casa madre, non ci saranno problemi né di GDPR né di manutenzione, con assistenza tecnica tramite email e con funzionalità estese comprese nel prezzo.

Matomo On-Premise, nella sua versione base, non ha costi in abbonamento. Puoi scaricarlo gratuitamente ed installarlo in un proprio spazio hosting; puoi collegare tutti i siti web che desideri.

Le funzioni di Matomo On-Premise sono base, tuttavia è possibile implementarle tramite l'acquisto di specifici moduli, i quali richiedono un pagamento annuale.

In questo caso, suggeriamo di installare Matomo in uno spazio hosting diverso dal proprio sito web, in modo da non occupare risorse utili per la navigazione utente.

Matomo dispone di un plugin per Wordpress: che consigliamo per siti con poco traffico.

[Vedi la comparazione delle versioni sul sito Matomo](#)

Vantevo Analytics

È una soluzione Made in Italy e in grado di competere con Matomo. Per fare un esempio, Vantevo ha un costo annuale per 50.000 visualizzazioni di 149 Euro (piano mensile 14,90 euro, al quale viene applicato uno sconto. In pratica, si pagano solo 10 mesi), il prezzo sale a 19,90 euro al mese (199 euro annuali applicando la stessa logica del prodotto "base") qualora si optasse per 100.000 (centomila) visualizzazioni mensili totale.

Compreso nel prezzo: domini illimitati.

In pratica, viene offerta una soluzione cloud con costi nettamente inferiori rispetto quelli di Matomo Cloud.

Vantevo rispetta quanto previsto dal GDPR, non utilizza cookie e l'azienda è completamente proprietaria dei propri dati.

Tuttavia, Vantevo non ha la stessa “storicità” e mole di utilizzo di Matomo, il quale viene utilizzato da oltre un milione di siti web in oltre 190 Paesi (fonte: Matomo.org)

[Vai sul sito Vantevo per approfondire](#)

Open Web Analytics (OWA)

Questa piattaforma è open source e va installata all'interno di uno spazio hosting (ospitato in Europa, dato che il nostro problema è il GDPR).

La piattaforma è semplice da installare e l'ultima release (Open Web Analytics 1.7.7 è stata rilasciata il 16 febbraio 2022 e su GitHub abbiamo potuto notare che dal 2020 vengono rilasciate 2-3 aggiornamenti per anno).

OWA dispone di un plugin per Wordpress. tuttavia ad oggi, è stato testato solo fino alla versione 5.8.4. (quindi sconsiglio di installarlo)

La piattaforma è relativamente semplice da installare e dispone già di alcuni moduli da attivare velocemente.

Nel pannello di gestione, inoltre, permette di rendere anonimi gli IP.

Paragonando la piattaforma con Google Analytics, non abbiamo rilevato problematiche.

Qual è l'alternativa giusta a Google Analytics per le piccole e media imprese?

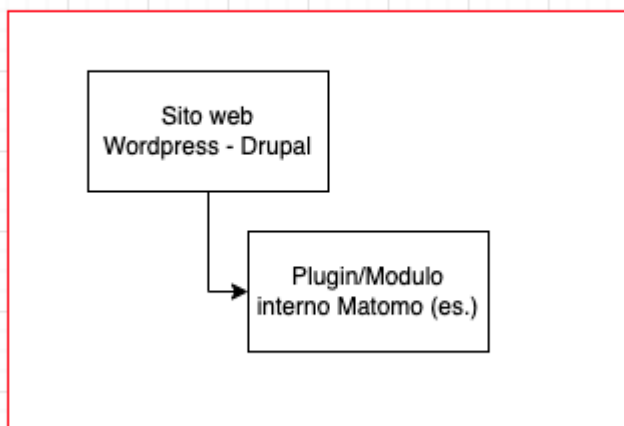
Basso numero di accessi

Va ricordato che il plugin/modulo, porterà a un carico di lavoro maggiore per il vostro sito web:

- Plugin Wordpress;
- modulo Drupal (questo richiede alcuni moduli aggiuntivi, in realtà come “Matomo Reports”, se vogliamo vedere i dati statistici all'interno del CMS)

In questo caso, il sito web inizierà a raccogliere e a salvare dati, man mano che gli utenti navigano. È importante, quindi, valutare la potenza del nostro spazio hosting.

Hosting



Didascalia: Per i siti web con un basso numero di visite, si può lavorare con un plugin interno. Tuttavia, questo porta via risorse. Il sito, infatti, si occupa di raccogliere i dati e servirà uno spazio per contenerli. Qui vanno valutate le prestazioni del nostro hosting web.

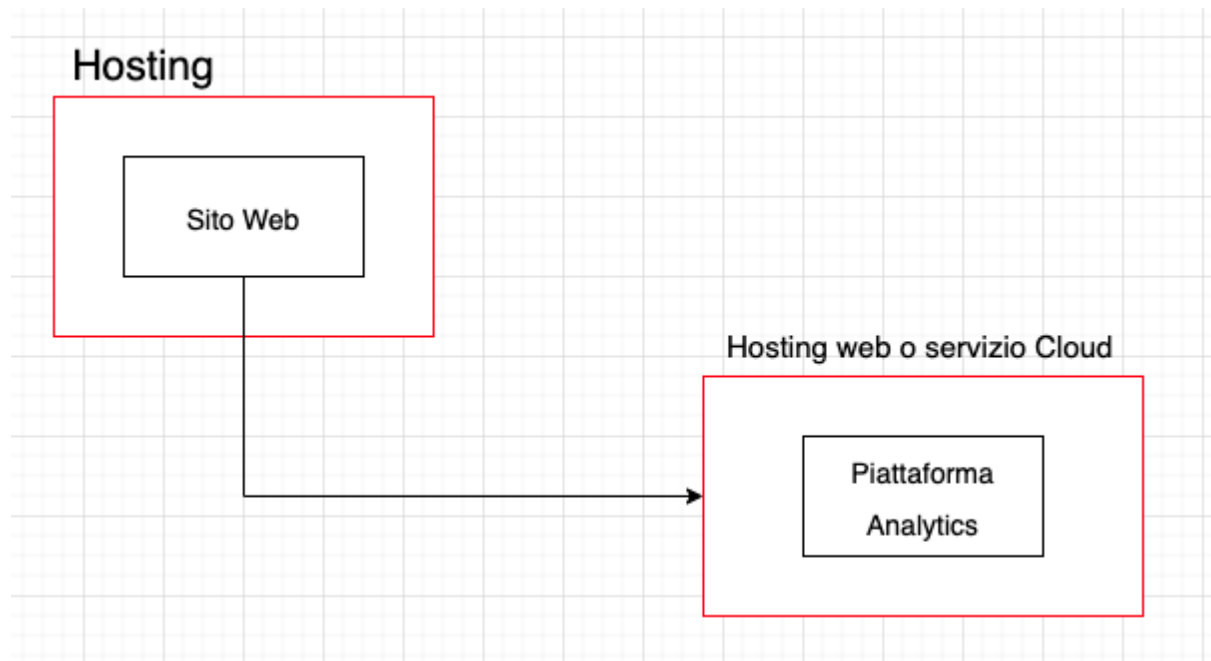
Buon numero di accessi (da cinquantamila 50.000 hits o visualizzazioni in su)

Qui scattano due possibili soluzioni:

- Vantevo Analytics
- Matomo Analytics

Qui è il caso di prendere in considerazione i dati forniti dalle due piattaforme e i relativi costi.

Le due soluzioni sono ottime per centralizzare la raccolta dati di più siti web di proprietà, in un'unica piattaforma, com'è possibile fare oggi con Google Analytics.



Didascalia: schema semplificato per siti web con buon numero di visualizzazioni. Qui si consiglia di avere una piattaforma esterna (self hosted o servizio in Cloud), per non andare a creare problematiche sul fronte dell'esperienza utente. I costi sono maggiori, ma diminuiranno i rischi di abbandono dal sito web.

Buon numero di accessi e con supporto tecnologico interno

- Matomo On-Premise (con opportune integrazioni a pagamento, a seconda di quello che ci serve sapere dai dati)
- Open Web Analytics

Come agenzia, abbiamo deciso di adottare sia Matomo On-Premise che OWA, con lo scopo di fornire supporto ai nostri clienti, per alcuni tipi di progetti.

Tuttavia, alle PMI proponiamo delle soluzioni in base al numero di accessi, in modo da ottimizzare al meglio anche il budget.

fonte: www.viralideaproject.com

contact: admin@viralideaproject.com