

Piano e collaudo del modulo

Una scheda per URL e versione. Conserva prove e report senza dati personali.

URL / versione / campagna / periodo di ingresso e fuso

Sessioni incluse e filtri / conferma dell’invio / come riconosci i contatti duplicati

Criteri di qualificazione / finestre per qualificati e clienti / responsabili

Puoi partire da 6 scenari × 2 dispositivi × 2 stati di consenso = 24 percorsi. Consent Mode di base: tag analytics bloccati prima del consenso. In modalità avanzata, verifica quali chiamate di rete sono previste. Solo ambiente di test.

In ogni cella scrivi: richieste salvate / nuovi contatti CRM / eventi generate_lead. Allega ID e prove di rete/server/CRM in un registro separato. Usa contatti diversi fra combinazioni. Nella stessa combinazione, il contatto A resta lo stesso nei casi 1, 5 e 6.

Scenario	Mobile: consenso sì	Mobile: consenso no	Desktop: consenso sì	Desktop: consenso no
Invio valido A. Atteso 1/1/1 se accettato, 1/1/0 se rifiutato.				
Campi mancanti. Atteso 0/0/0.				
Errore server prima del salvataggio. Atteso 0/0/0.				
Doppio clic B, stessa chiave. Atteso 1/1/1 oppure 1/1/0.				
Ricarica conferma A. Atteso 0/0/0.				
Nuova richiesta A, nuova chiave. Atteso 1/0/1 oppure 1/0/0.				

Totali attesi: 12 richieste salvate, 8 contatti unici, 6 eventi generate_lead. Il modulo funziona anche con rifiuto. Se una prova diverge, annota e correggi prima di fidarti del report; escludi tutti i dati di test dalla coorte commerciale.

Rilievi / riferimenti alle prove / correzione e casi da ripetere

Riconciliazione e decisione

Confronta lo stesso gruppo di contatti dopo lo stesso numero di giorni.

Periodo di acquisizione / data del report / costi inclusi / responsabile

Dati	Valori / fonte del report
Sessioni di ingresso / con avvio / con richiesta	
Richieste salvate collegate / contatti unici collegati	
Contatti CRM senza collegamento / motivo noto o non determinato	
Coorte CRM: qualificati + esclusi + in attesa = totale	
Spesa campagna / CPL / costo per qualificato	
Clienti entro finestra / costo pubblicitario per cliente	

Immaginiamo una campagna con 2.000 sessioni, 250 con avvio e 100 con richiesta: tasso sessioni 5%, completamento modulo 40%. Le 105 richieste, nelle 100 sessioni già contate, appartengono a 100 contatti unici. Nel CRM: 120 contatti attribuiti alla campagna (20 senza collegamento alla sessione), di cui 48 qualificati, 60 esclusi e 12 in attesa. Spesa pubblicitaria 1.200 €: CPL 10 €, costo pubblicitario per qualificato 25 €. Con 12 clienti, costo pubblicitario per cliente 100 €.

Per il tasso sulle sessioni osservate usa 100/2.000, non tutti i 120 contatti. 100/120 = 83,3% indica i contatti collegati ad analytics, non quelli che hanno accettato il consenso. Acquisizioni dall'1 al 14 settembre: esiti entro 7 giorni dalla prima richiesta, letti il 21 settembre; clienti entro 30 giorni, letti il 14 ottobre. Adatta i tempi al tuo ciclo di vendita.

Periodo di confronto / cambiamenti di traffico, pagina o attività commerciale

Che cosa è cambiato nei risultati / possibili cause da verificare

Decisione / responsabile / prossima verifica e data