

Google Analytics 4 vs. Universal Analytics: le principali differenze

	Google Analytics 4 Versione Gratuita	Universal Analytics (GA3) Versione Gratuita
Codice di Tracciamento	G-XXXXXXXXXX	UA-XXXXXXXX-YY
Dati App Mobile e Dati Web	Stessa proprietà	Proprietà Diverse
Struttura Account	Account > Proprietà > Viste	Account > Proprietà
Modello di Dati	Basato sugli Eventi (tutte le interazioni sono considerate eventi)	Basato su Sessioni e Pageviews
Tipi di Hit	Eventi	Visualizzazioni di Pagina, Eventi, Transazioni, Interazioni Social, etc
Tipi di Eventi	<ul style="list-style-type: none"> - Eventi Tracciati automaticamente - Eventi misurazione avanzata - Eventi raccomandati - Eventi Custom 	
Eventi tracciati automaticamente	Visualizzazioni di Pagine, Scroll di pagina, Click in Uscita, Ricerche su Sito, Coinvolgimento Video, Download di File	Visualizzazioni di Pagine
Ambito Eventi (Scope)	Evento, Utente, Sessione (in futuro), E-Commerce (in futuro)	Hit, Sessione, Utente, Prodotto
Eventi Raccomandati	✓	
Struttura Eventi	Parametri Raccomandati e Custom	Categoria, Azione, Etichetta, Valore
Convenzione Naming Eventi	Convenzione snake_case (es.: nome_evento)	Nessuna Convenzione
Rapporti Standard	<p>In tempo Reale</p> <p>Ciclo di Vita</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acquisizione - Coinvolgimento - Monetizzazione - Fidelizzazione <p>Utente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dati Demografici - Tecnologia 	In Tempo Reale, Pubblico, Acquisizione, Comportamento, Conversioni, Rapporti personalizzati
Esplorazioni Personalizzate di Dati	✓	
Rapporti in Tempo Reale	Eventi degli ultimi 30 minuti	Eventi degli ultimi 5 minuti
Conteggio Utenti	Utenti Totali e Utenti Attivi	Qualsiasi nuovo Client ID

Tracciamento Cross-Device	Tramite User ID e Google Signals (deduplicazione automatica degli utenti)	Tramite User ID e limitatamente ad alcuni report tramite Google Signals (più difficile deduplicare gli utenti)
Dati E-Commerce	Raccolta dati limitata tramite convenzione enhanced e-commerce	Raccolta dati illimitata tramite eventi e parametri raccomandati e custom
Segmentazione dei Dati	Confronti (Rapporti Standard) Segmenti (Esplorazioni)	Segmenti
Filtri di Dati	Filtri limitati su Proprietà	Filtri avanzati su Viste
Modello di Attribuzione di Default	Basato sui Dati (utilizza algoritmi di machine learning per valutare i percorsi di conversione e assegnare automaticamente i crediti per la conversione)	Ultimo Click
Finestra di attribuzione conversioni di default	- 30 giorni per gli eventi di acquisizione (i.e.: first_visit, first_open) - 90 giorni per tutti gli altri eventi di conversione	30 giorni
Integrazione con BigQuery	✓	
Anonimizzazione IP	Attiva di default (impossibile disattivarla)	Attivabile tramite codice anonymize_ip
Eliminazione di Dati	Semplificate e più potente	Limitata e più complicata
Conservazione dei dati	2 mesi (default) o 14 mesi	Illimitata
Campionamento Dati	> 10M Eventi	> 500k sessioni
Limite Conversioni	30 per proprietà	20 obiettivi per vista
Limite Dimensioni Personalizzate	50 per proprietà	20 per proprietà
Limite Metriche Personalizzate	50 per proprietà	20 per proprietà
Limite Dimensioni Utente	25 per proprietà	Considerate dimensioni personalizzate
Limite Eventi per Sessione	illimitati	500 eventi per sessione
Limite Hits	illimitati	10M di Hits per proprietà