www.JakNaExcel.cz

GOAN

Pavel Lasák

+420 777 288 242

Pavel.Lasak@gmail.com

www.JakNaExcel.cz

Opakování / co dnes

Víte proč a co chcete měřit.
Víte cestu zákazníka

Můžete se vrhnout do měření:

1) Založení účtu
2) Co znamenají hodnoty

Začněte

- Jak se donutit?
  - Stanovte termín úkolu
  - Řekněte to veřejně
  - Navrhněte „trest“ za nesplnění
  - Odměnu za splnění

Konzultace - zásady

- Spolehlivost
- Nezávislost
- Mlčenlivost
- Poctivost

Tipy

- **AKCE**
- http://pripoj.me/summer-jam/

- **VIDEA**
- https://www.youtube.com/watch?v=nHB-5W0PX4c

analytics.google.com

Účty

Provoz svého webu můžete začít analyzovat ve třech snadných krocích.

1 Zaregistrujte se do služby Google Analytics

Potřebujeme pouze základní informace o tom, který web chcete monitorovat.

2 Přidejte měřicí kód

Získáte měřicí kód, který vložíte na stránky, aby systém Google poznal, kdy je web navštíven.

3 Zjistěte více o svém publiku

Za několik hodin budete moci sledovat údaje o svém webu.

Začněte používat službu Google Analytics

Registrace

Zaregistrujte se. Je to snadné a zdarma!

© 2017 Google | Domovská stránka Analytics | Smluvní podmínky | Zásady ochrany soukromí | Odeslat zpětnou vazbu

New Account

What would you like to track?

Website | Mobile app

Tracking Method

This property works using Universal Analytics. Click *Get Tracking ID* and implement the Universal Analytics tracking code snippet to complete your set up.

Setting up your account

Account Name required

Accounts are the top-most level of organization and contain one or more tracking IDs.

Testovací GOAN

Setting up your property

Website Name required

Excel

Website URL required

http:// JakNaExcel.cz

Industry Category

Industry Category

Jobs and Education

Reporting Time Zone

Czech Republic (GMT+02:00) Central European Time - Prague

Data Sharing Settings

Data you collect, process, and store using Google Analytics ("Google Analytics data") is secure and kept confidential. This data is used to provide and maintain the Google Analytics service, to perform system critical operations, and in rare exceptions for legal reasons as described in our privacy policy.

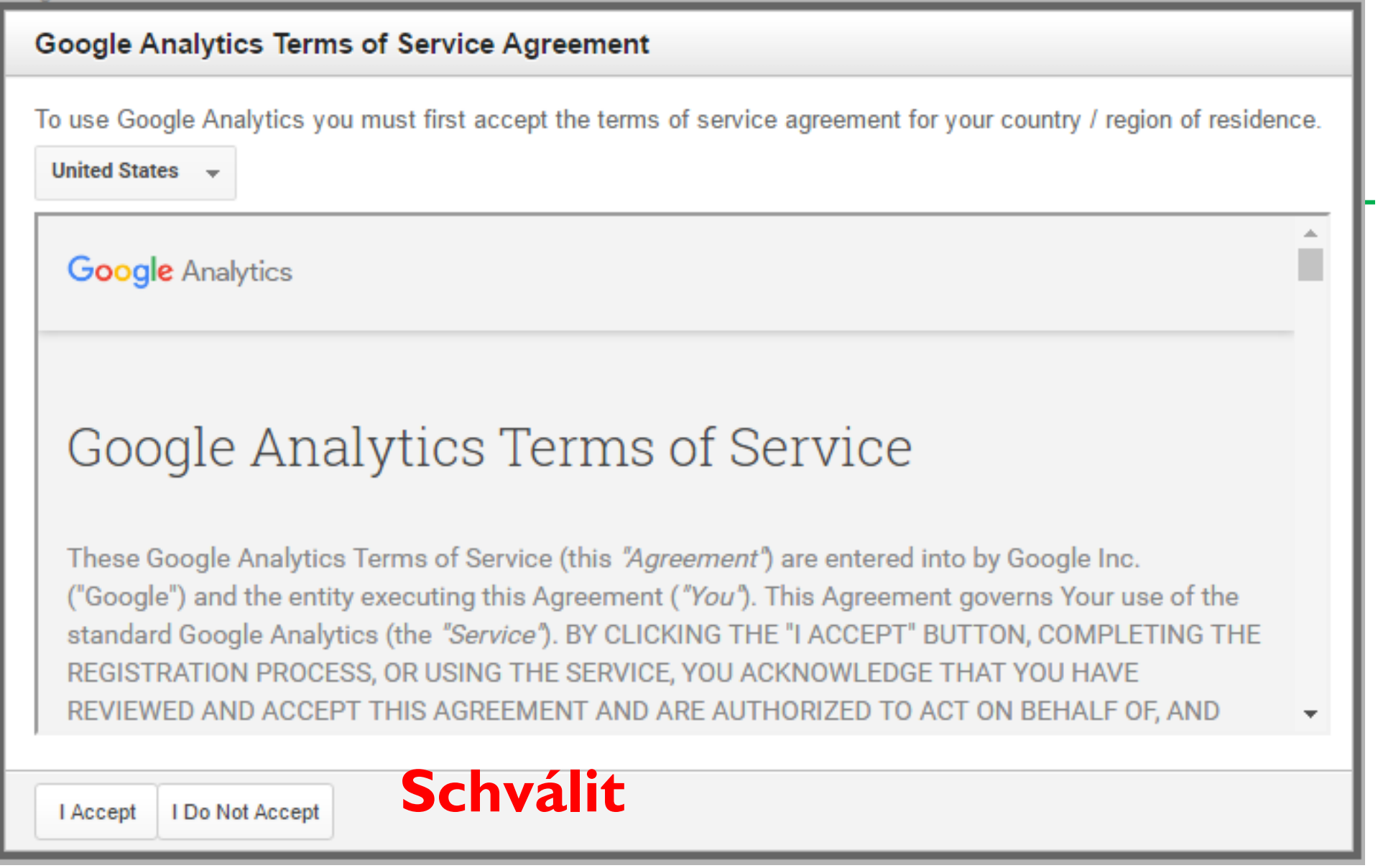
The data sharing options give you more control over sharing your Google Analytics data. Learn more.

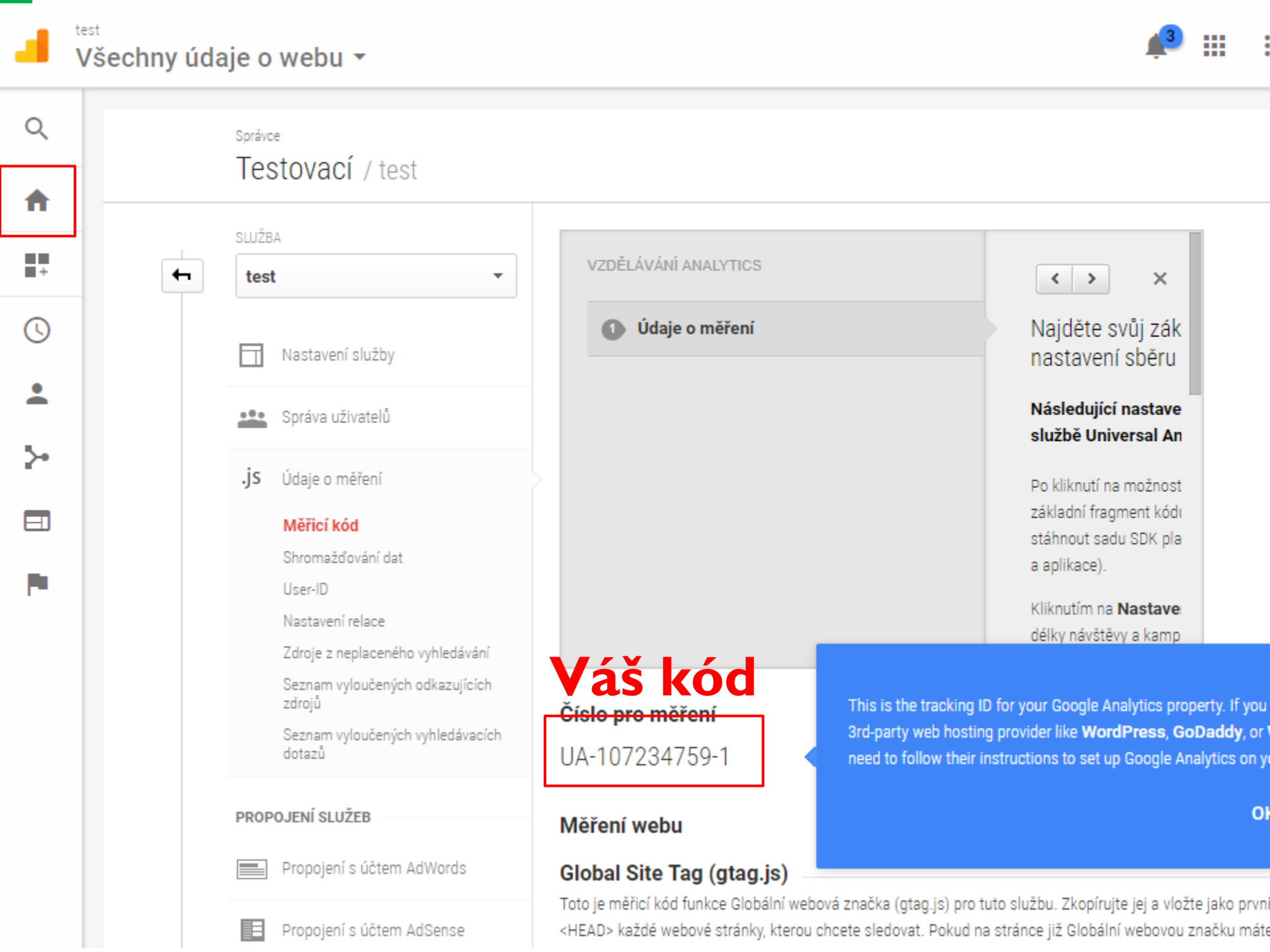
- [x] Google products & services RECOMMENDED
  Share Google Analytics data with Google to help improve Google's products and services. *If you disable this option, data can still flow to other Google products explicitly linked to Analytics. Visit the product linking section in each property to view or change your settings.*
- [x] Benchmarking RECOMMENDED
  Contribute anonymous data to an aggregate data set to enable features like benchmarking and publication that can help you understand data trends. All identifiable information about your website is removed and combined with other anonymous data before it is shared with others.
- [x] Technical support RECOMMENDED
  Let Google technical support representatives access your Google Analytics data and account when necessary to provide service and find solutions to technical issues.
- [x] Account specialists RECOMMENDED
  Give Google marketing specialists and your Google sales specialists access to your Google Analytics data and account so they can find ways to improve your configuration and analysis, and share optimization tips with you. If you don't have dedicated sales specialists, give this access to authorized Google representatives.

Learn how Google Analytics safeguards your data.

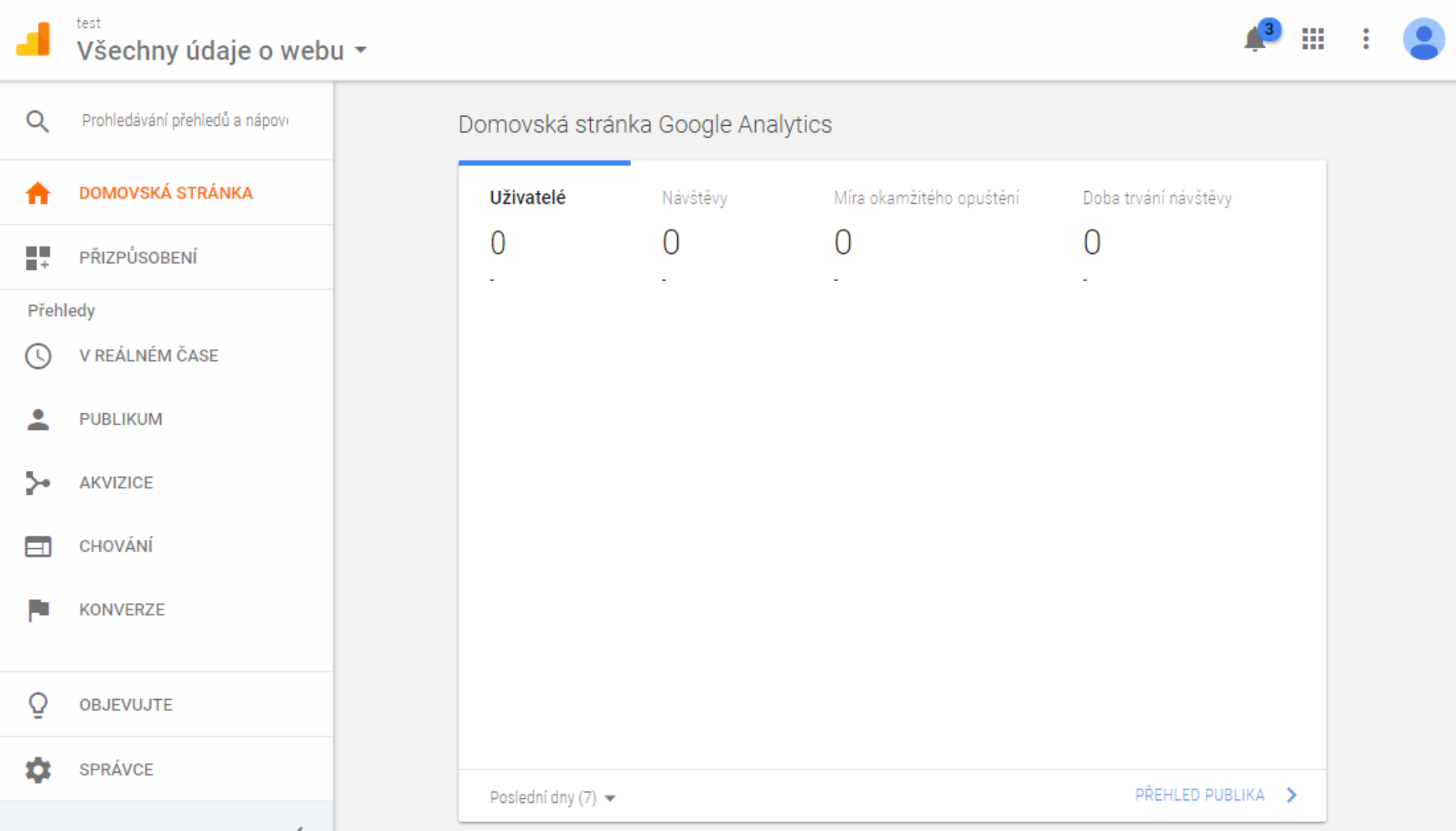
You are using 0 out of 100 accounts.

Get Tracking ID | Cancel


Google Analytics Terms of Service Agreement
To use Google Analytics you must first accept the terms of service agreement for your country / region of residence.
United States
Google Analytics
Google Analytics Terms of Service
These Google Analytics Terms of Service (this "Agreement") are entered into by Google Inc. ("Google") and the entity executing this Agreement ("You"). This Agreement governs Your use of the standard Google Analytics (the "Service"). BY CLICKING THE "I ACCEPT" BUTTON, COMPLETING THE REGISTRATION PROCESS, OR USING THE SERVICE, YOU ACKNOWLEDGE THAT YOU HAVE REVIEWED AND ACCEPT THIS AGREEMENT AND ARE AUTHORIZED TO ACT ON BEHALF OF, AND
I Accept
I Do Not Accept
Schválit


test
Všechny údaje o webu
Správce
Testovací / test
SLUŽBA
test
Nastavení služby
Správa uživatelů
Údaje o měření
Měřicí kód
Shromažďování dat
User-ID
Nastavení relace
Zdroje z neplaceného vyhledávání
Seznam vyloučených odkazujících zdrojů
Seznam vyloučených vyhledávacích dotazů
PROPOJENÍ SLUŽEB
Propojení s účtem AdWords
Propojení s účtem AdSense
VZDĚLÁVÁNÍ ANALYTICS
Údaje o měření
Najděte svůj zák
nastavení sběru
Následující nastave
službě Universal An
Po kliknutí na možnost
základní fragment kódu
stáhnout sadu SDK pla
a aplikace).
Kliknutím na Nastave
délky návštěvy a kamp
Váš kód
Číslo pro měření
UA-107234759-1
This is the tracking ID for your Google Analytics property. If you
3rd-party web hosting provider like WordPress, GoDaddy, or
need to follow their instructions to set up Google Analytics on y
Měření webu
Global Site Tag (gtag.js)
Toto je měřicí kód funkce Globální webová značka (gtag.js) pro tuto službu. Zkopírujte jej a vložte jako prvni
<HEAD> každé webové stránky, kterou chcete sledovat. Pokud na stránce již Globální webovou značku máte

Údaje o vašem webu



Přidání demo účtu

- Nutno spustit link:
- https://analytics.google.com/analytics/web/demoAccount

- http://bit.ly/GGOOAANN

Access the demo account

To access the demo account, click the *ACCESS DEMO ACCOUNT* link at the end of this section. When you click the link:

- If you already have a Google account, you are prompted to log in to that account.
- If you do not have a Google account, you are prompted to create an account and then log in.

When you click the *ACCESS DEMO ACCOUNT* link below, you agree to let Google perform one of two actions related to your Google account:

- If you already have a Google Analytics account, we will add the demo account to your Analytics account.
- If you do not have a Google Analytics account, we will create one for you in association with your Google account, and then add the demo account to your new Analytics account.

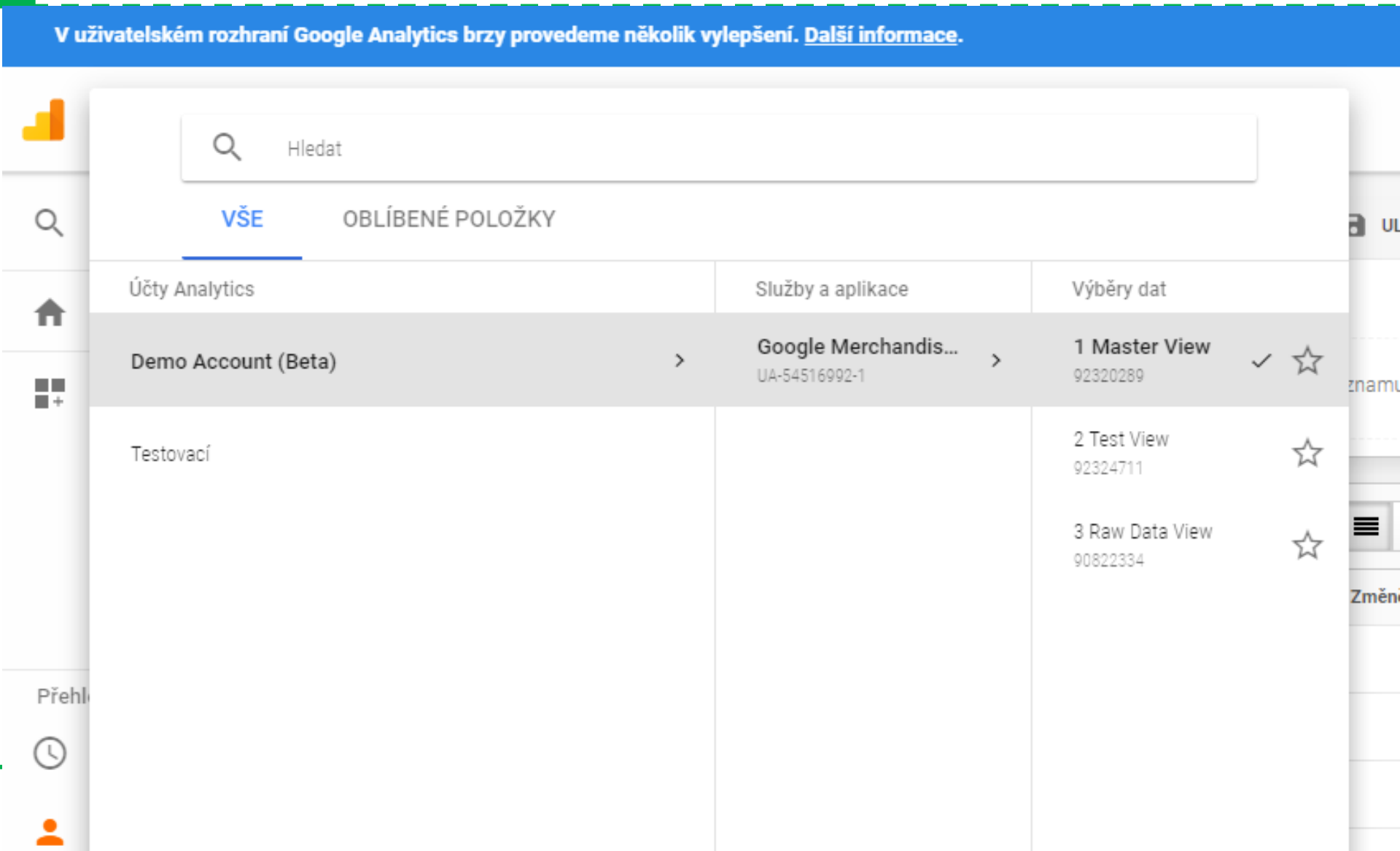
The demo account is available from the *Home* tab in Analytics.

The demo account counts against the maximum number of Analytics accounts you are permitted to create under a single Google account. The current maximum for Google Analytics Standard is 100 Analytics accounts per Google account.

You can remove the demo account at any time.

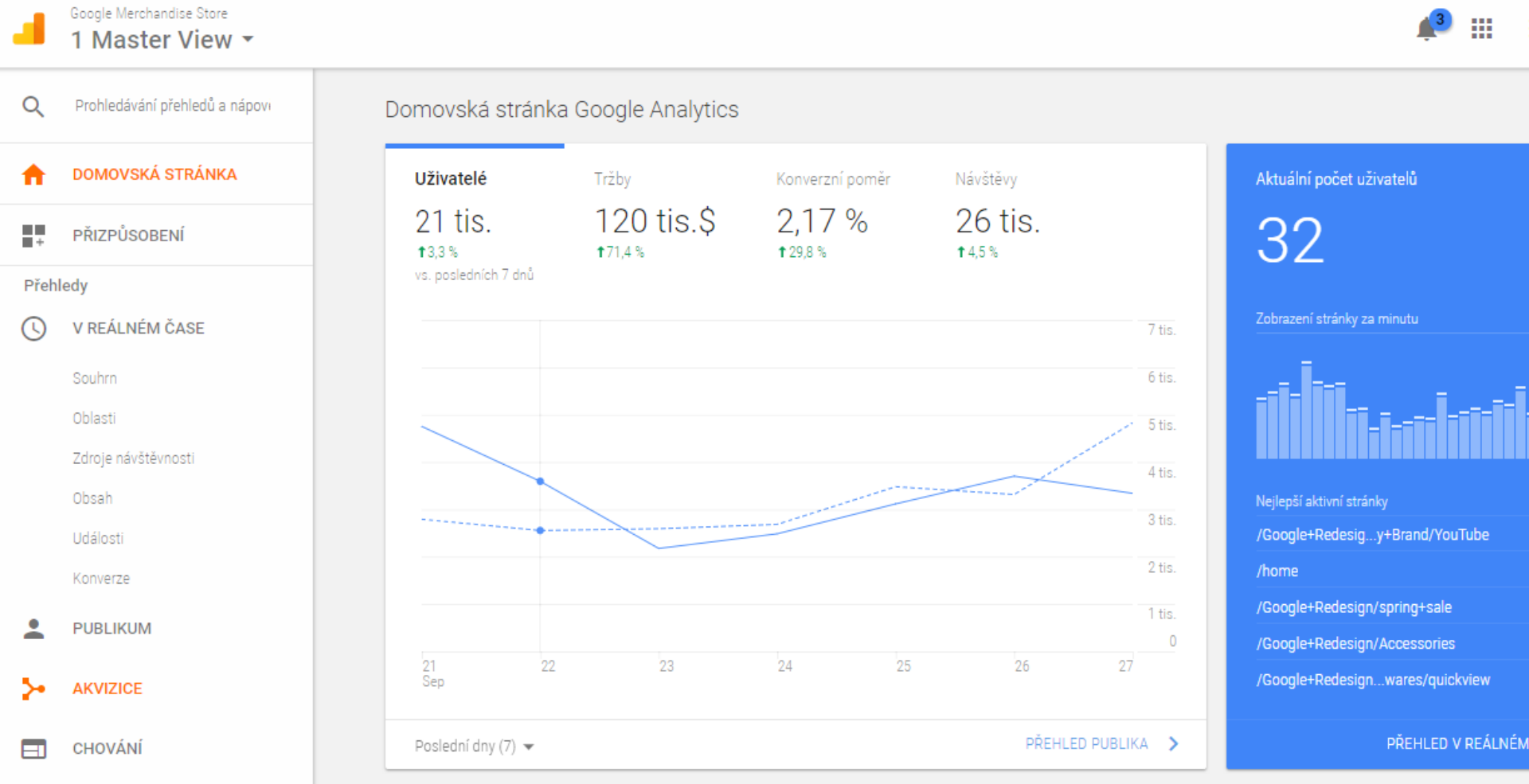
ACCESS DEMO ACCOUNT

Přidá se Demo Account (Beta)

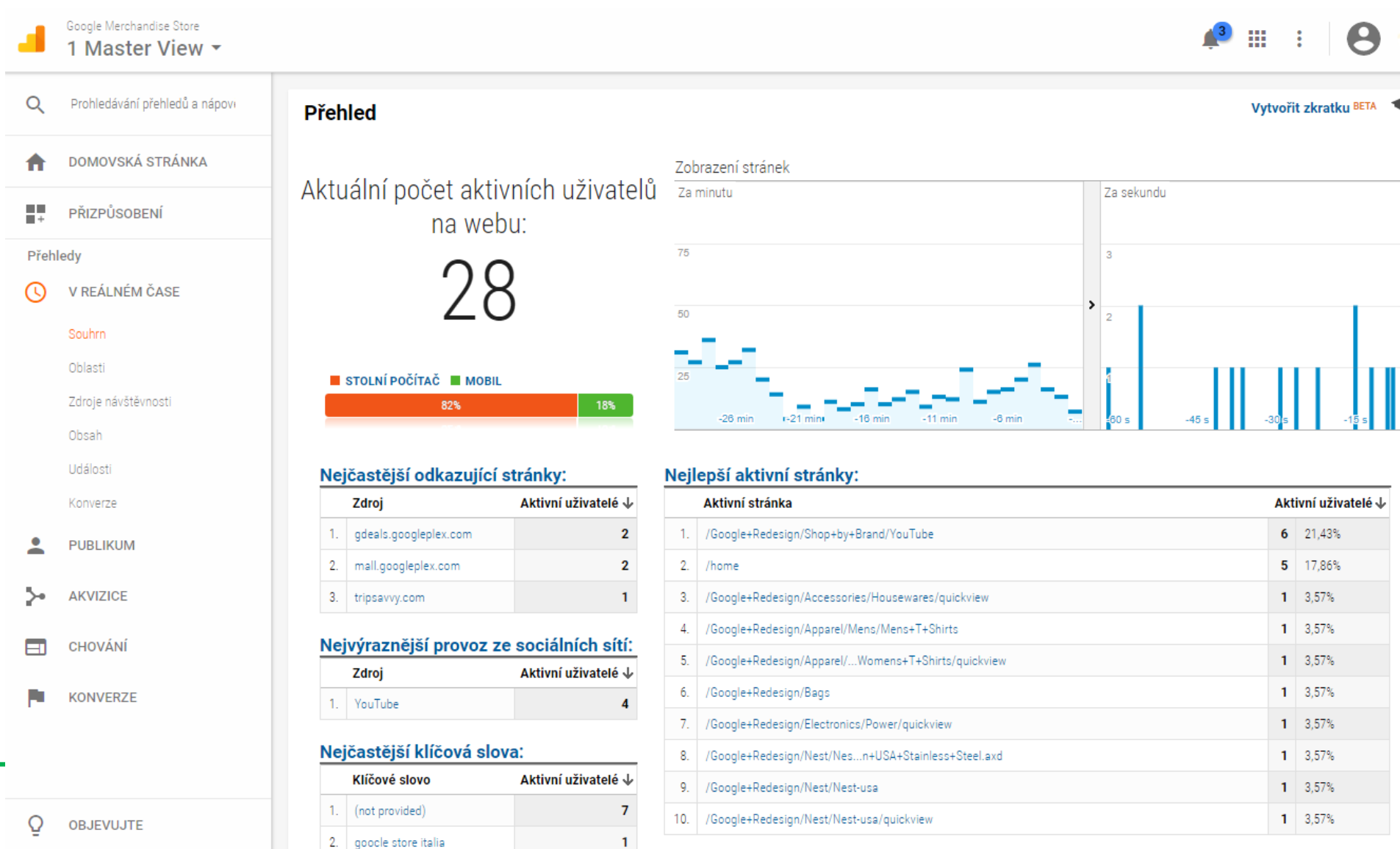


Čeština / Angličtina

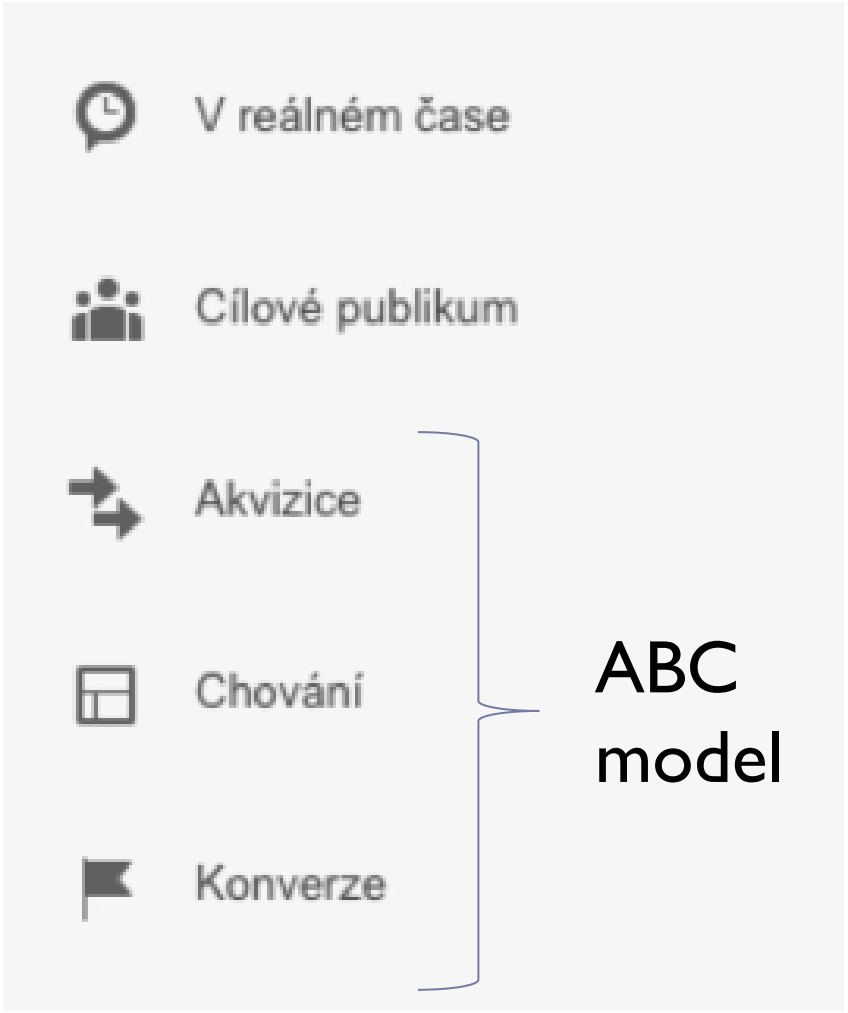
Domovská stránka



Reálný čas


Google Merchandise Store
1 Master View
Prohledávání přehledů a nápov
DOMOVSKÁ STRÁNKA
PŘIZPŮSOBENÍ
Přehledy
V REÁLNÉM ČASE
Souhrn
Oblasti
Zdroje návštěvnosti
Obsah
Události
Konverze
PUBLIKUM
AKVIZICE
CHOVÁNÍ
KONVERZE
OBJEVUJTE
Přehled
Vytvořit zkratku BETA
Aktuální počet aktivních uživatelů na webu:
28
STOLNÍ POČÍTAČ
MOBIL
82%
18%
Zobrazení stránek
Za minutu
Za sekundu
75
50
25
3
2
-26 min
-21 min
-16 min
-11 min
-6 min
60 s
-45 s
-30 s
-15 s
Nejčastější odkazující stránky:
Zdroj
Aktivní uživatelé
1. gdeals.googleplex.com 2
2. mall.googleplex.com 2
3. tripsavvy.com 1
Nejvýraznější provoz ze sociálních sítí:
Zdroj
Aktivní uživatelé
1. YouTube 4
Nejčastější klíčová slova:
Klíčové slovo
Aktivní uživatelé
1. (not provided) 7
2. goocle store italia 1
Nejlepší aktivní stránky:
Aktivní stránka
Aktivní uživatelé
1. /Google+Redesign/Shop+by+Brand/YouTube 6 21,43%
2. /home 5 17,86%
3. /Google+Redesign/Accessories/Housewares/quickview 1 3,57%
4. /Google+Redesign/Apparel/Mens/Mens+T+Shirts 1 3,57%
5. /Google+Redesign/Apparel/...Womens+T+Shirts/quickview 1 3,57%
6. /Google+Redesign/Bags 1 3,57%
7. /Google+Redesign/Electronics/Power/quickview 1 3,57%
8. /Google+Redesign/Nest/Nes...n+USA+Stainless+Steel.axd 1 3,57%
9. /Google+Redesign/Nest/Nest-usa 1 3,57%
10. /Google+Redesign/Nest/Nest-usa/quickview 1 3,57%

Struktura reportu



Aquisition

Behavior

Conversions

Akvizice

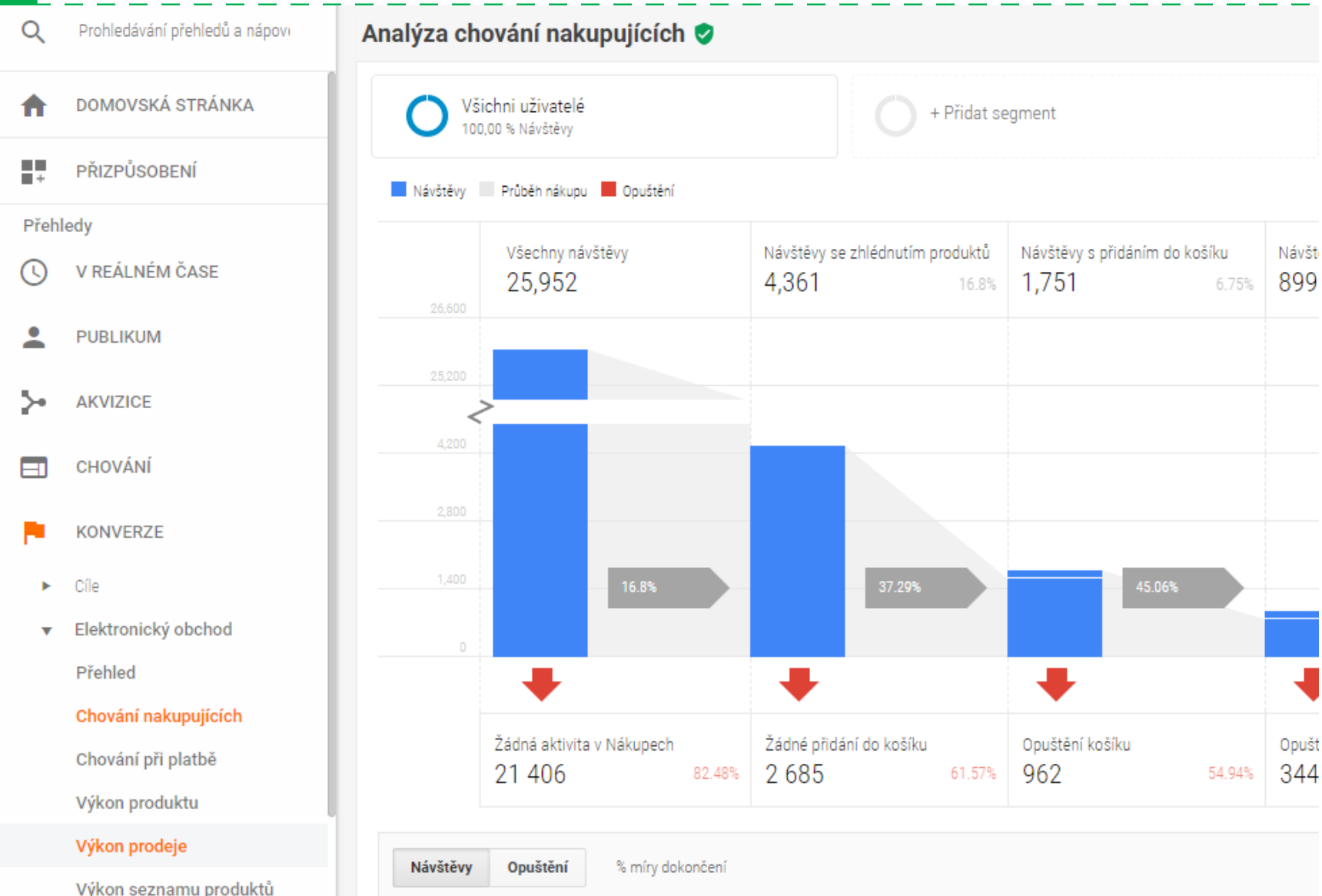
- Veškerá návštěvnost
  - Odkud (weby, reklamní kampaně)
  - Podrobné reporty ze soc. sítí

Chování – obsah webu

- Základní metriky
  - Kolikrát byla stránka zobrazena
  - Kolik návštěv vidělo
  - Jak dlouho zůstávají
  - Kolik ukončilo
  - Cesty
  - ….

  - Dodatečné implementace

Konverze


Prohledávání přehledů a nápov
DOMOVSKÁ STRÁNKA
PŘIZPŮSOBENÍ
Přehledy
V REÁLNÉM ČASE
PUBLIKUM
AKVIZICE
CHOVÁNÍ
KONVERZE
Cíle
Elektronický obchod
Přehled
Chování nakupujících
Chování při platbě
Výkon produktu
Výkon prodeje
Výkon seznamu produktů
Analýza chování nakupujících
Všichni uživatelé
100,00 % Návštěvy
+ Přidat segment
Návštěvy
Průběh nákupu
Opuštění
Všechny návštěvy
25,952
Návštěvy se zhlédnutím produktů
4,361
16.8%
Návštěvy s přidáním do košíku
1,751
6.75%
26,600
25,200
4,200
2,800
1,400
0
16.8%
37.29%
45.06%
Žádná aktivita v Nákupech
21 406
82.48%
Žádné přidání do košíku
2 685
61.57%
Opuštění košíku
962
54.94%
Návštěvy
Opuštění
% míry dokončení

Pojmy …

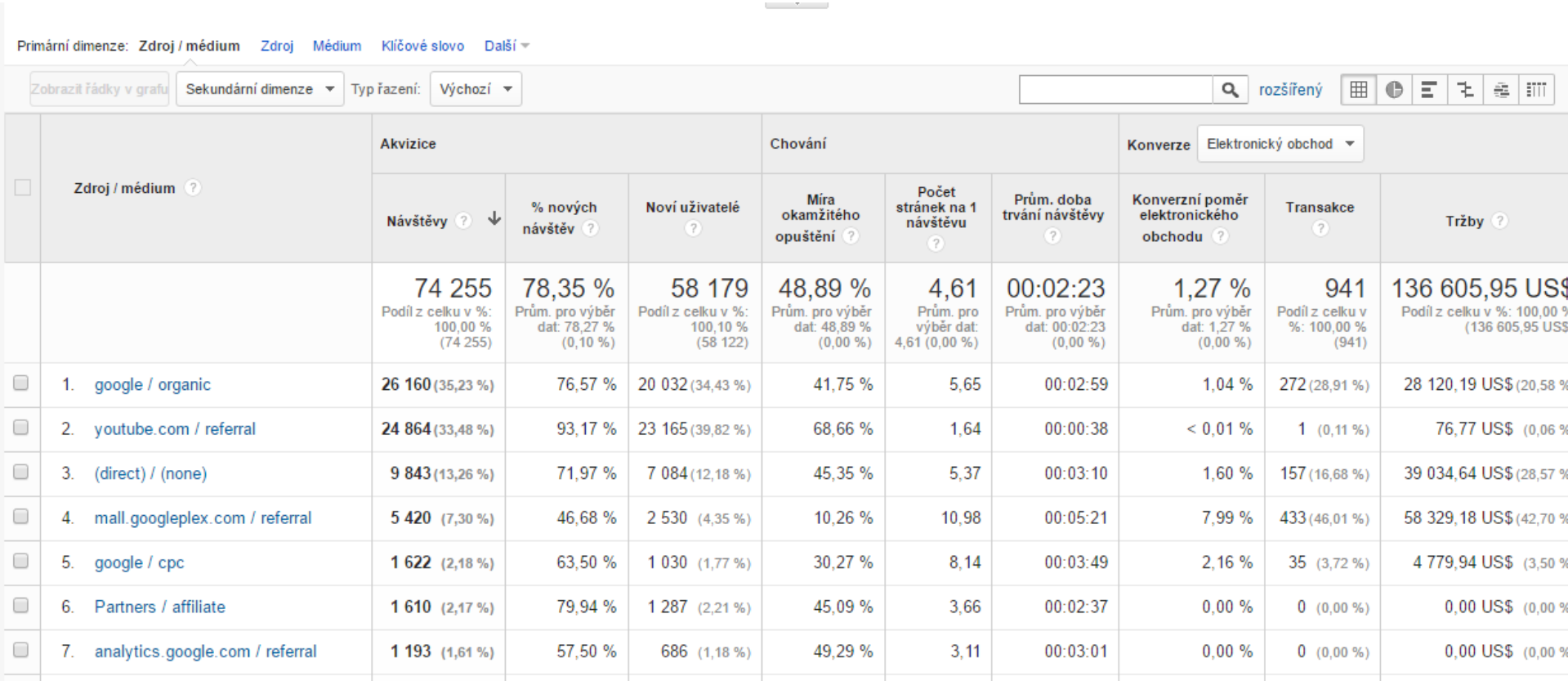
- Metrika, dimenze, segmentace …

- Počet návštěv
- Míra okamžitého opuštění
- Konverzní poměr
- Čas strávený na stránce

Znát metodiku a jak funguje

Metrika, dimenze, segmentace

- Akvizice > Veškerá návštěvnost >Zdroje/medium



Primární dimenze: Zdroj / médium | Zdroj | Médium | Klíčové slovo | Další

Zobrazit řádky v grafu | Sekundární dimenze | Typ řazení: Výchozí | rozšířený

	Zdroj / médium	Akvizice			Chování			Konverze: Elektronický obchod		
		Návštěvy	% nových návštěv	Noví uživatelé	Míra okamžitého opuštění	Počet stránek na 1 návštěvu	Prům. doba trvání návštěvy	Konverzní poměr elektronického obchodu	Transakce	Tržby
		74 255 Podíl z celku v %: 100,00 % (74 255)	78,35 % Prům. pro výběr dat: 78,27 % (0,10 %)	58 179 Podíl z celku v %: 100,10 % (58 122)	48,89 % Prům. pro výběr dat: 48,89 % (0,00 %)	4,61 Prům. pro výběr dat: 4,61 (0,00 %)	00:02:23 Prům. pro výběr dat: 00:02:23 (0,00 %)	1,27 % Prům. pro výběr dat: 1,27 % (0,00 %)	941 Podíl z celku v %: 100,00 % (941)	136 605,95 US$ Podíl z celku v %: 100,00 % (136 605,95 US$
1.	google / organic	26 160 (35,23 %)	76,57 %	20 032 (34,43 %)	41,75 %	5,65	00:02:59	1,04 %	272 (28,91 %)	28 120,19 US$ (20,58 %
2.	youtube.com / referral	24 864 (33,48 %)	93,17 %	23 165 (39,82 %)	68,66 %	1,64	00:00:38	< 0,01 %	1 (0,11 %)	76,77 US$ (0,06 %
3.	(direct) / (none)	9 843 (13,26 %)	71,97 %	7 084 (12,18 %)	45,35 %	5,37	00:03:10	1,60 %	157 (16,68 %)	39 034,64 US$ (28,57 %
4.	mall.googleplex.com / referral	5 420 (7,30 %)	46,68 %	2 530 (4,35 %)	10,26 %	10,98	00:05:21	7,99 %	433 (46,01 %)	58 329,18 US$ (42,70 %
5.	google / cpc	1 622 (2,18 %)	63,50 %	1 030 (1,77 %)	30,27 %	8,14	00:03:49	2,16 %	35 (3,72 %)	4 779,94 US$ (3,50 %
6.	Partners / affiliate	1 610 (2,17 %)	79,94 %	1 287 (2,21 %)	45,09 %	3,66	00:02:37	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US$ (0,00 %
7.	analytics.google.com / referral	1 193 (1,61 %)	57,50 %	686 (1,18 %)	49,29 %	3,11	00:03:01	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US$ (0,00 %

Metrika, dimenze, segmentace

Primární dimenze: **Zdroj / médium** Zdroj Médium Klíčové slovo Další

Zobrazit řádky v grafu | Sekundární dimenze | Typ řazení: Výchozí

	Zdroj / médium	Akvizice			Chování
		Návštěvy	% nových návštěv	Noví uživatelé	Míra okamžitého opuštění
		74 255 Podíl z celku v %: 100,00 % (74 255)	78,35 % Prům. pro výběr dat: 78,27 % (0,10 %)	58 179 Podíl z celku v %: 100,10 % (58 122)	48,89 % Prům. pro výběr dat: 48,89 % (0,00 %)
☐	1. google / organic	**26 160** (35,23 %)	76,57 %	20 032 (34,43 %)	41,75 %
☐	2. youtube.com / referral	**24 864** (33,48 %)	93,17 %	23 165 (39,82 %)	68,66 %
☐	3. (direct) / (none)	**9 843** (13,26 %)	71,97 %	7 084 (12,18 %)	45,35 %
☐	4. mall.googleplex.com / referral	**5 420** (7,30 %)	46,68 %	2 530 (4,35 %)	10,26 %
☐	5. google / cpc	**1 622** (2,18 %)	63,50 %	1 030 (1,77 %)	30,27 %

METRIKY

Metrika

- Co se dá sčítat, dělit, porovnávat, agregovat
  - Číslo
  - Finance / peníze
  - Procenta
  - čas…

Metrika, dimenze, segmentace

Primární dimenze: **Zdroj / médium** Zdroj Médium Klíčové slovo Další

Zobrazit řádky v grafu | Sekundární dimenze | Typ řazení: Výchozí

Dimenze

	Zdroj / médium	Akvizice			Chování
		Návštěvy ↓	% nových návštěv	Noví uživatelé	Míra okamžitého opuštění
		74 255 Podíl z celku v %: 100,00 % (74 255)	78,35 % Prům. pro výběr dat: 78,27 % (0,10 %)	58 179 Podíl z celku v %: 100,10 % (58 122)	48,89 % Prům. pro výběr dat: 48,89 % (0,00 %)
☐	1. google / organic	**26 160** (35,23 %)	76,57 %	20 032 (34,43 %)	41,75 %
☐	2. youtube.com / referral	**24 864** (33,48 %)	93,17 %	23 165 (39,82 %)	68,66 %
☐	3. (direct) / (none)	**9 843** (13,26 %)	71,97 %	7 084 (12,18 %)	45,35 %
☐	4. mall.googleplex.com / referral	**5 420** (7,30 %)	46,68 %	2 530 (4,35 %)	10,26 %
☐	5. google / cpc	**1 622** (2,18 %)	63,50 %	1 030 (1,77 %)	30,27 %

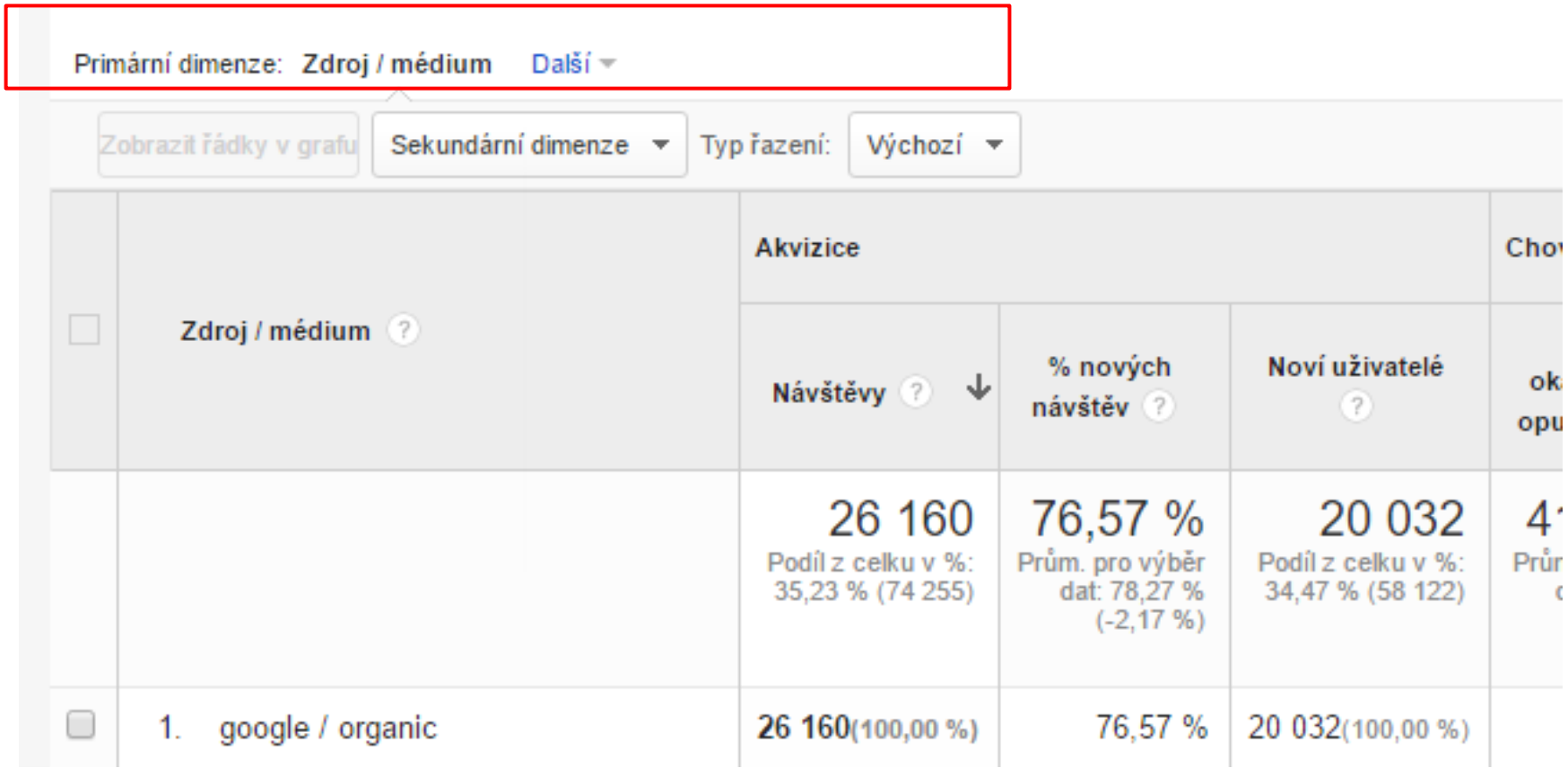
Dimenze

- Podle čeho se dělí „řeže“
  - Odkud přicházejí
  - Klíčová slova
  - …

Segmentace

- Jen určitá část návštěvnosti (filtr)
  - Pouze uživatele z tabletu
  - Pouze z placená návštěvnost

Metrika, dimenze, segmentace



Metrika, dimenze, segmentace

	Klíčové slovo	Akvizice			Cl
		Návštěvy	% nových návštěv	Noví uživatelé	
		26 160 Podíl z celku v %: 35,23 % (74 255)	76,57 % Prům. pro výběr dat: 78,27 % (-2,17 %)	20 032 Podíl z celku v %: 34,47 % (58 122)	4
	1. (not provided)	25 741 (98,40 %)	76,53 %	19 699 (98,34 %)	
	2. google store	38 (0,15 %)	97,37 %	37 (0,18 %)	
	3. google online store	18 (0,07 %)	94,44 %	17 (0,08 %)	
	4. https://www.googlemerchandisestore.com/shop.axd/home	18 (0,07 %)	66,67 %	12 (0,06 %)	

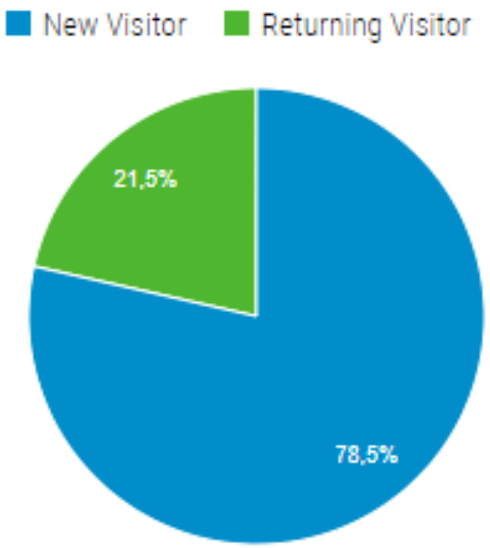
Metriky ...

- Uživatelé
- Návštěvy
- Počet stránek
- Hloubka návštěvy
- Délka návštěvy
- Míra okamžitého opuštění
- Konverzní poměr

Metriky

- Publikum > Přehled

Uživatelé	Noví uživatelé
19 446	16 832
Návštěvy	**Počet návštěv na uživatele**
23 867	1,23
Zobrazení stránek	**Počet stránek na 1 návštěvu**
91 766	3,84
Prům. doba trvání návštěvy	**Míra okamžitého opuštění**
00:02:16	54,35 %



Proč rozumět

- Správně pochopit předkládaná čísla
- Nedělat chybná rozhodnutí
- Chybně neporovnávat čísla z různých nástrojů

Počet stránek

- Nejintuitivnější
- Zobrazím stránku +1
  - Pozor: Obnovení stránky +1
- Info do Analytics se předá při načtení stránky
  - Standartní implementace
  - Dále se již nic neděje a nesleduje, neměří
- Hit
  - Lze posílat i další informace
  - Nutno naprogramovat !

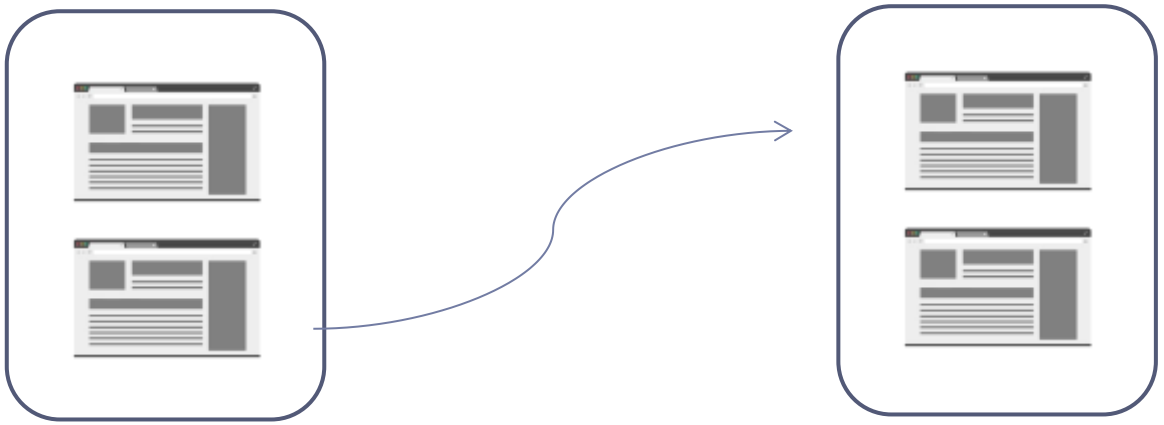
Uživatelé

- Představa
  - reálný počet skutečných lidí
  - otisk prstu ;)
  - NELZE
- Skutečnost
  - 10 PC – 1 člověk
  - 10 lidí – 1 PC
  - IP adresy (1 člověk – celá škola)
  - Cookies – do prohlížeče > první návštěva
  - **Počítají se prohlížeče!**

Návštěvy

- Hranice mezi návštěvami?
  - Půlnoc
  - 30 minut nečinnosti
    - lze změnit (musíte vědět proč!)
  - Jiný zdroj

Návštěvy půlnoc

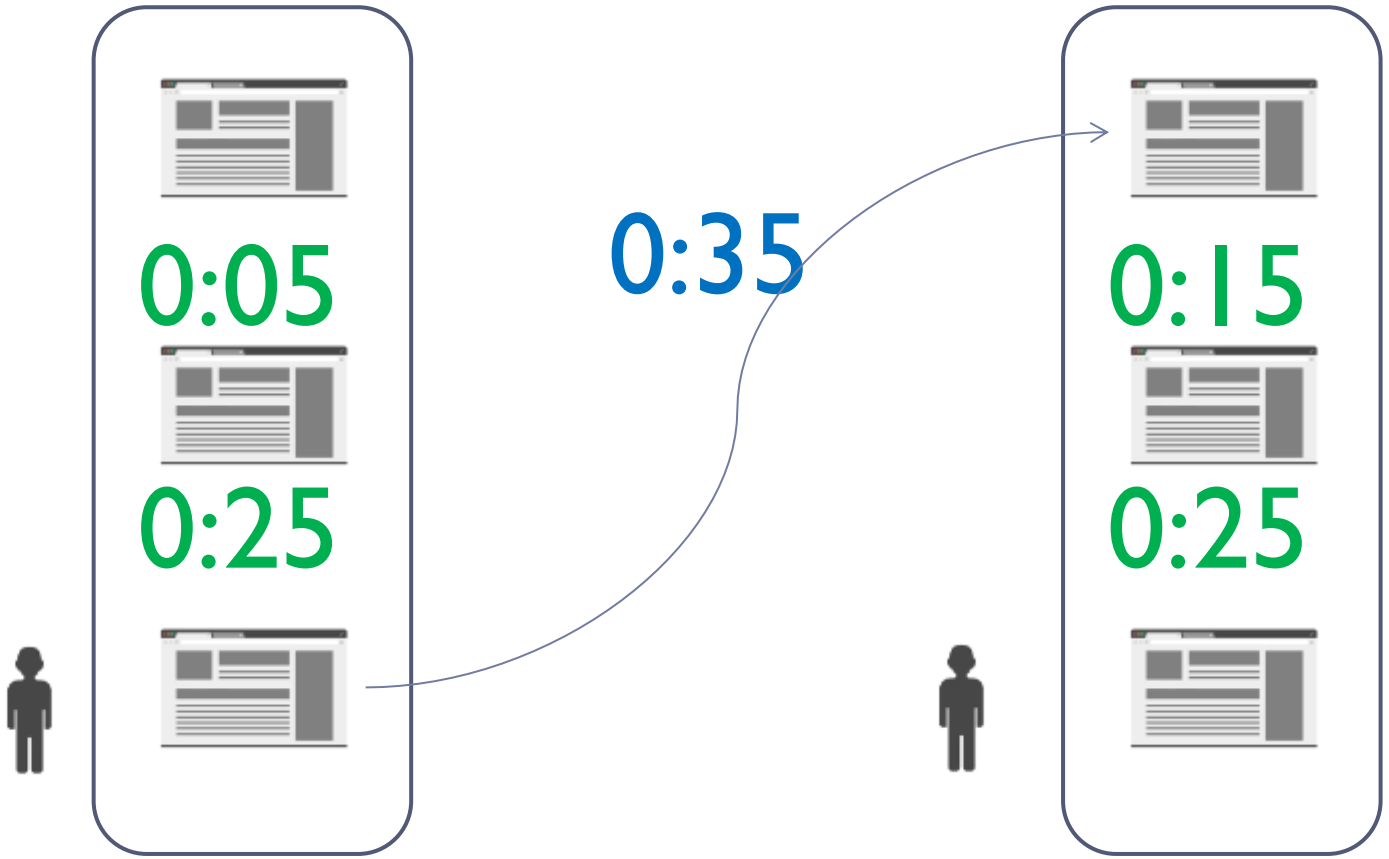


Neděle

Pondělí

0:00

Návštěvy 30 minut



Návštěvy - zdroje

- Napřímo
- Z cizí stránky

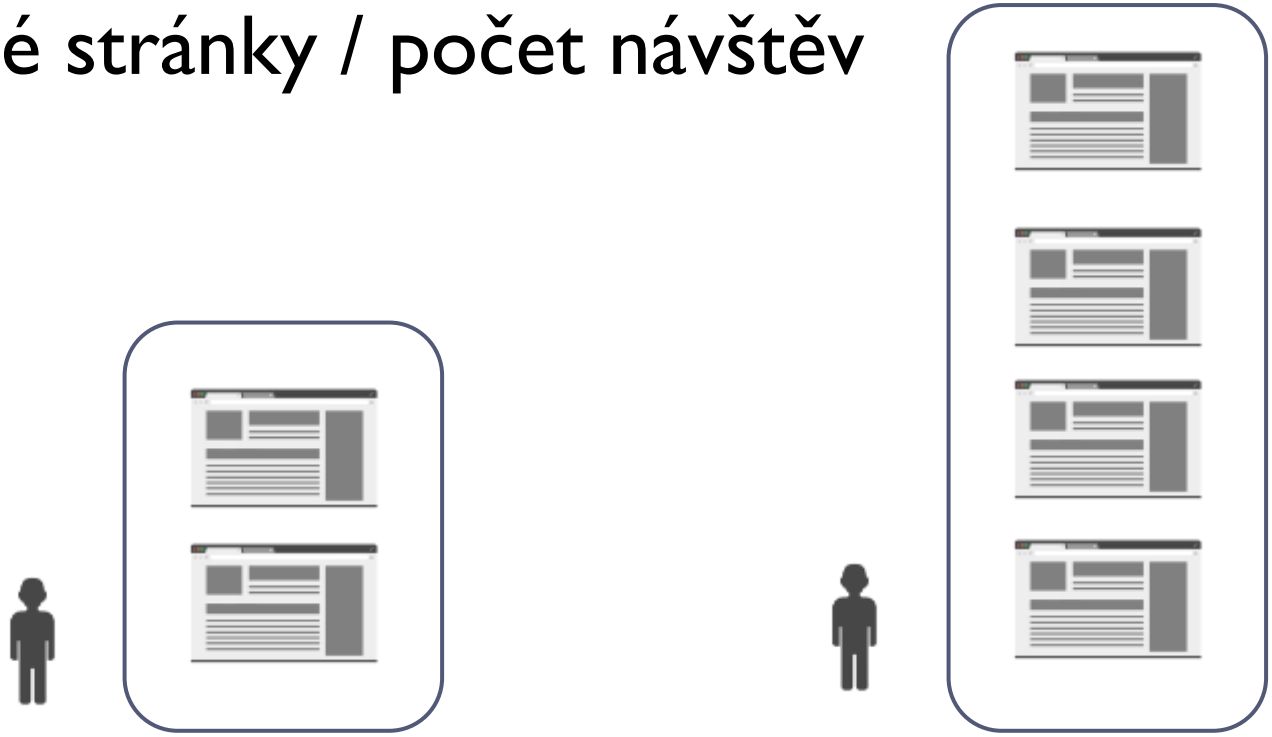
Návštěvy

- Hranice mezi návštěvami?
  - Půlnoc
  - 30 minut nečinnosti
  - Jiný zdroj

Počet stránek - návštěva

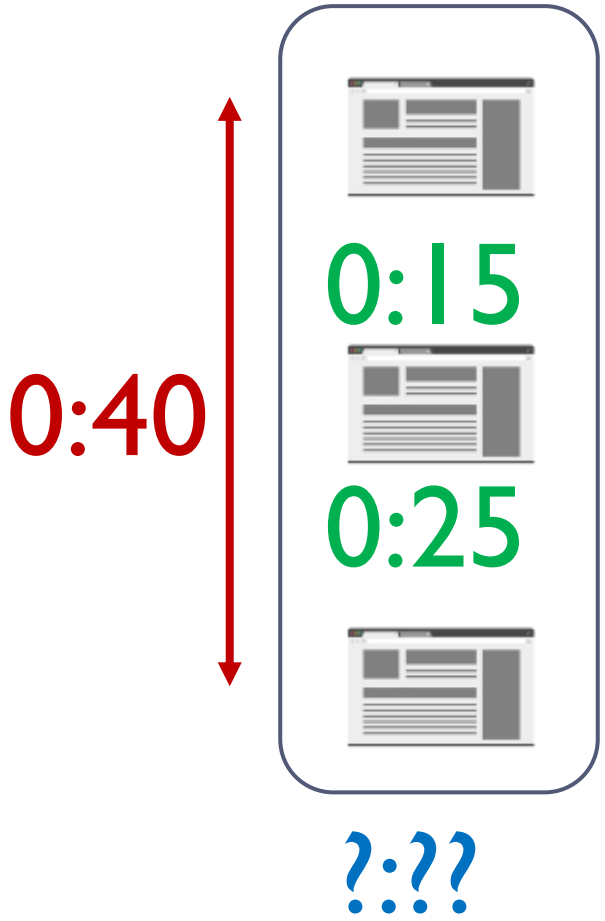
- Hloubka návštěvy
- Zobrazené stránky / počet návštěv

- Průměr 3



Průměrná délka návštěvy

- Ví jen okamžik vykreslení
- Jak počítat čas?
- Časový interval
  - První a poslední HIT
- Chybí poslední návštěva!



Okamžité opuštění

- Pouze jedná návštěva
  - HIT
- Jednostránkové weby
- Strávil víc jak 30 minut

- BOUNCES v EN

Míra okamžitého opuštění

- Bounce rate
- % návštěv okamžitě opustily stránky
- Počet opuštění / celkový počet návštěv
  - Jaký je účel stránek
  - 100% nemají ani jednostránkové weby
  - Znovunačtení stránky
- **Délka návštěvy?** 0 sec
  - Devastující dopad na délku návštěvy
  - Lidé tráví na vašem webu více času

Konverze

- Cíl, který má smysl měřit
  - Odeslaný nákupní košík
  - Odeslaný kontaktní formulář
  - Registrační formulář
  - Shlédnutí videa
  - Zahlasování v anketě
- Cíle nutno nastavit (implementovat)
- Změna > běžný návštěvník > odběratel
  - Nebude odebírat newsleter 2x ;) > 1 konverze

Konverzní poměr

- % návštěv které zkonvertovaly
  - 100 návštěv
  - 5 objednalo
  - 5% konverzní poměr

Transakce a transakční poměr

- Podobné jako předchozí
- Neprovádí se normalizace na návštěvu
  - Odešle 3 košíky
  - 1 konverze
  - 3 Transakce
- Lze více jak 100%

Hledání práce

- Zaměstnanec
- Zaměstnavatel

http://chcememartina.cz/

Ahoj.

Jsem Martin.

Martin Malý
LinkedIn
Osobní stránka
Facebook

Znáte mě jako Arthura Denta, Misantropa nebo Starého hráče.

Znáte mě z Digiwebu, ze Zdrojáku, z Lupy nebo z Roota. Četli jste moje články v Respektu i jinde.

Znáte mě z Twitteru. Sledujete mě - a s vámi dalších 3000+ lidí. Víte proč.

@adent, @adentův Klout

Znáte mě z Bloguje.cz, které jsem naprogramoval a vedl.

Od roku 2003 do roku 2007.

Používáte Jdem.cz, zkracovač, který jsem udělal já.

Píšu.

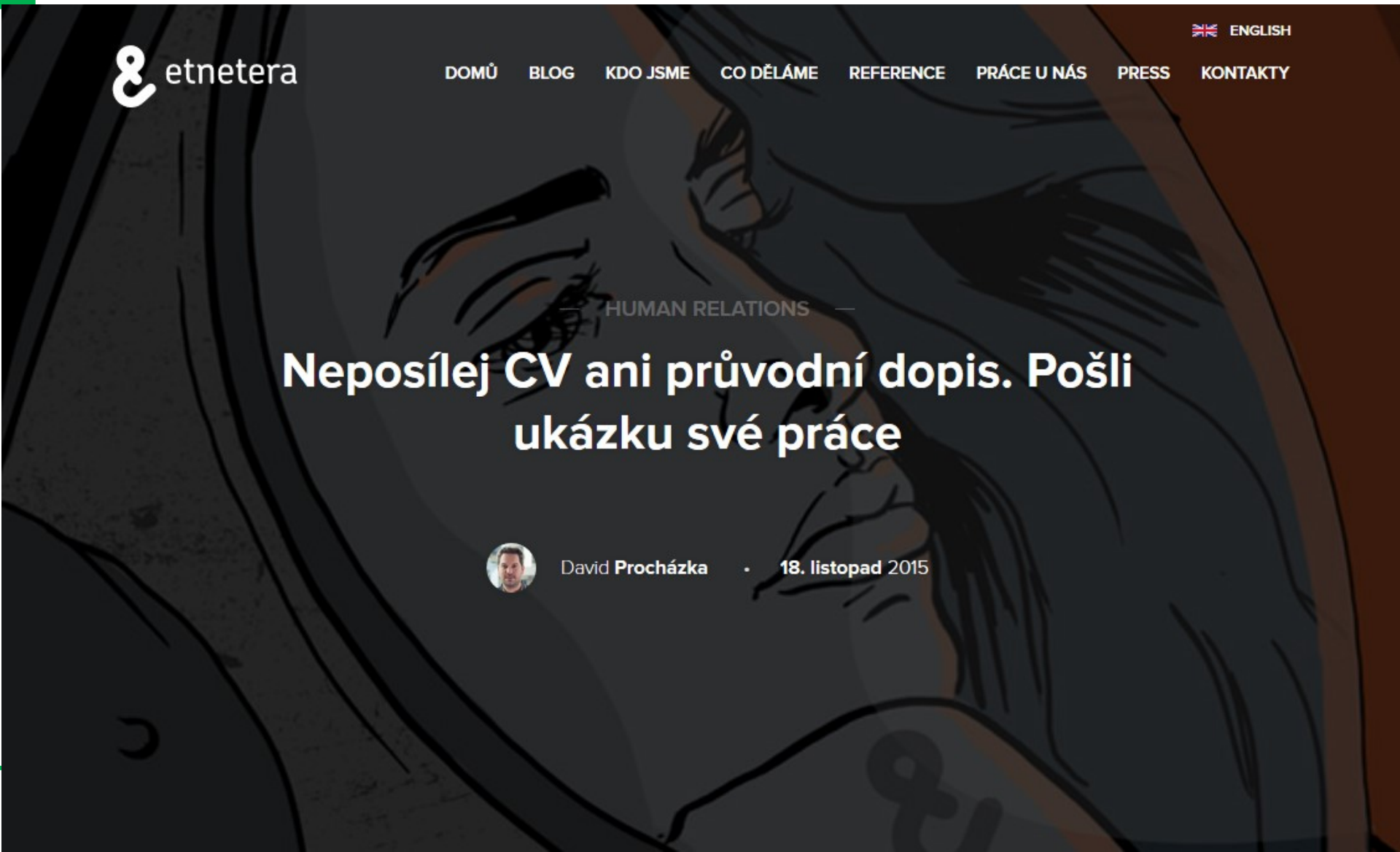
Píšu odborné články. Glosy. Fejetony. Komentáře. Tiskové zprávy.

Píšu o programování webu, o internetu, o IT, o hrách, o elektronice i o jiných věcech.

Píšu dlouho.

Od dětství. Na webu publikuju od roku 2002.

http://www.etnetera.cz/blog/jak-hledame-java-developery



MARISSA MAYER

Business Woman & Proud Geek

mmayer@yahoo-inc.com http://marissamayr.tumblr.com/ Sunnyvale, CA

EXPERIENCE

President & CEO

Yahoo!

July 2012 - Ongoing Sunnyvale, CA

- Led the $5 billion acquisition of the company with Verizon - the entity which believed most in the immense value Yahoo! has created
- Acquired Tumblr for $1.1 billion and moved the company's blog there
- Built Yahoo's mobile, video and social businesses from nothing in 2011 to $1.6 billion in GAAP revenue in 2015
- Tripled the company's mobile base to over 600 million monthly active users and generated over $1 billion of mobile advertising revenue last year

Vice President of Location & Local Services

Google

Oct 2010 - July 2012 Palo Alto, CA

- Positioned Google Maps as the world leader in mobile maps and navigation
- Oversaw 1000+ engineers and product managers working on Google Maps, Google Places and Google Earth

Vice President of Search Products & UX

Google

2005 - 2010 Palo Alto, CA

Product Manager & Technical UI Lead

Google

Oct 2001 - July 2005 Palo Alto, CA

- Appointed by the founder Larry Page in 2011 to lead the Product Management and User Interaction teams
- Optimized Google's homepage and A/B tested every minor detail to increase usability (incl. spacing between words, color schemes and pixel-by-pixel element alignment)

LIFE PHILOSOPHY

"If you don't have any shadows, you're not standing in the light."

MOST PROUD OF

Courage I had
to take a sinking ship and try to make it float

Persistence & Loyalty
I showed despite the hard moments and my willingness to stay with Yahoo after the acquisition

Google's growth
from a hundred thousand searches per day to over a billion

Inspiring women in tech
Youngest CEO in Fortune's list of 50 most powerful women

STRENGTHS

Hard-working (1:8/24) | Persuasive | Motivator & Leader

User Experience | Mobile Devices & Applications | Product Management & Marketing

http://www.budprazdroj.cz/

I SPENT MY LAST £500
ON THIS BILLBOARD
PLEASE GIVE ME A JOB
EMPLOYADAM.COM

I'M ADAM PACITTI

(AND THIS IS MY WEBSITE)

Watch my new documentary here!

Click here to see the original EmployAdam website

LinkedIn

- Neposílat žádosti, pokud není profil vyplněn

Děkuji

Pavel Lasák

Specialista Excel +VBA

+420 777 288 242

Pavel.Lasak@gmail.com

www.JakNaExcel.cz