

# Základy používání GA



## Náborové okénko 2

- stážista: analytik, UX / research člověk, marketér
- co děláme zajímavého: [Reference](#)
- co píšeme: [Tučňáčí blog](#)
- kontakt: [adam@igloonet.cz](mailto:adam@igloonet.cz) /  
[lukas.havlik@igloonet.cz](mailto:lukas.havlik@igloonet.cz)

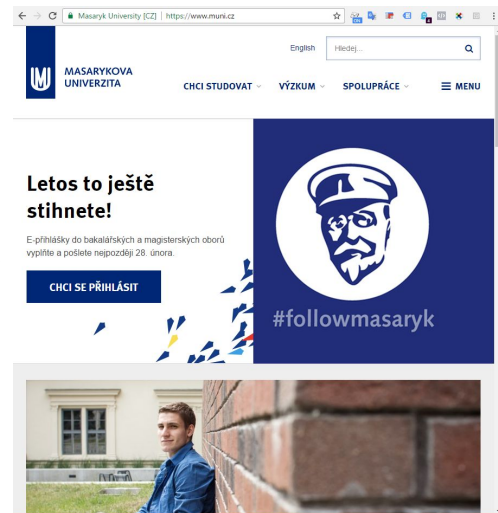
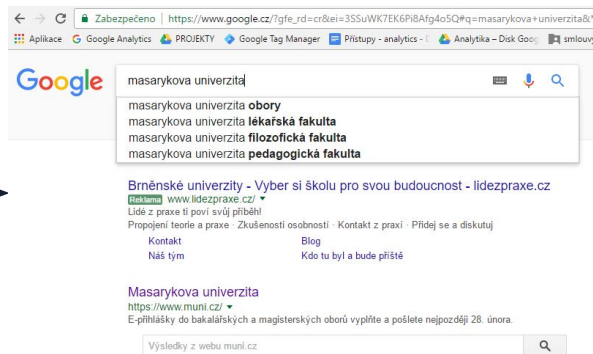
# Program

- Základy GA - vysvětlení hlavních metrik a dimenzí.
- Jak používat GA - které reporty a ukazatele sledovat.
- Práce se segmenty
- Session based vs. event based analytika?

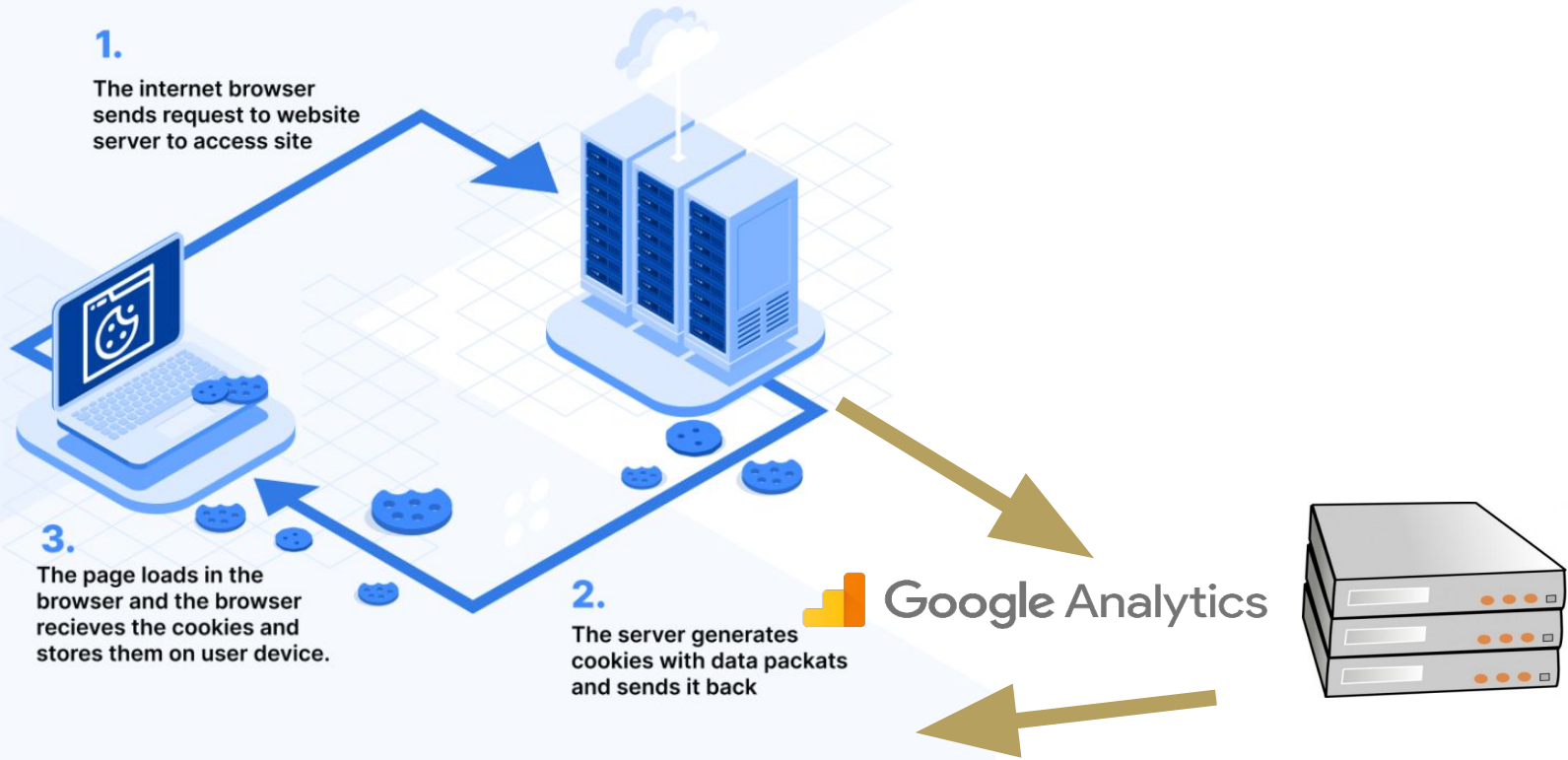
# Co jen nakousneme

- GA Universal Analytics vs Google Analytics v4
- session based vs event based přístup

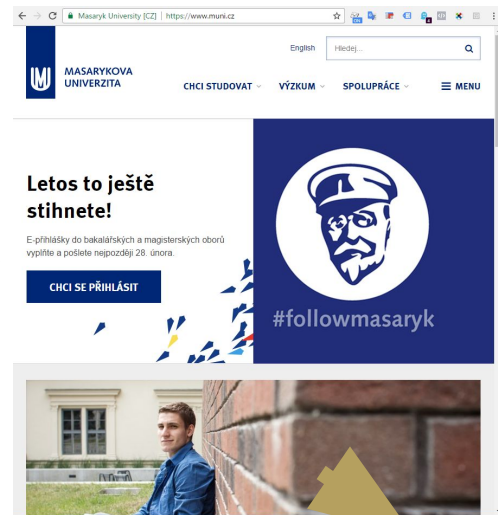
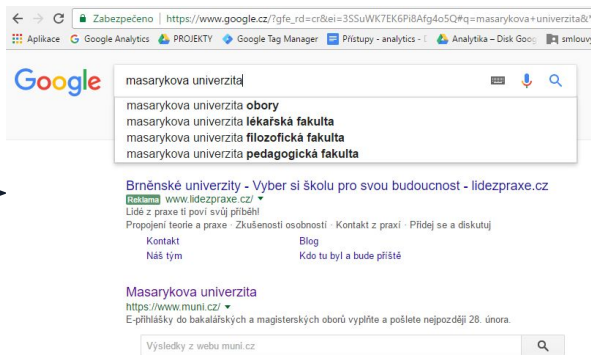
# Jak to funguje



# How cookies work



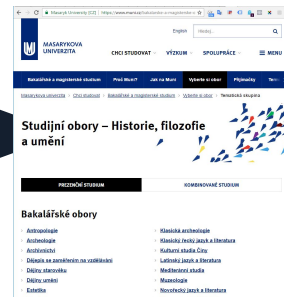
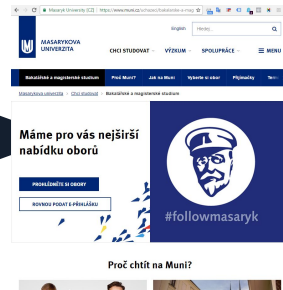
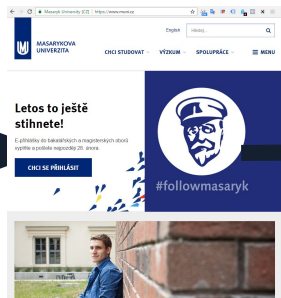
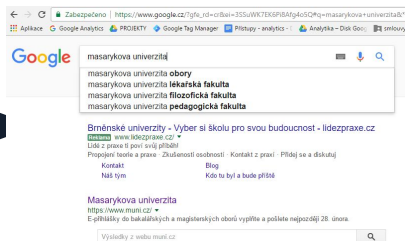
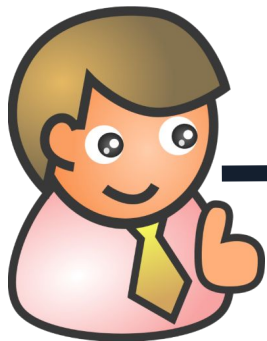
# Jak to funguje



 Google Analytics



# Jak to funguje



 Google Analytics





# Co víme

- Návštěvník přišel na web poprvé (probereme dále)
- Použil vyhledávač Google
- Vstoupil na titulní stranu
- Dále zobrazil stránku O studiu a Přehled oborů
- Byl na web 5 minut (probereme dále)
- Celkem viděl 3 stránky
- Neodeslal přihlášku
- Používal Android
- Prohlížeč Chrome
- Byl ze Slovenska, z Bratislavy

# dimenze X metrika

- Dimenze
  - Kvalitativní hodnota
  - např. zdroj návštěvy, kampaň, země, zařízení, datum
- Metrika
  - Kvantitativní hodnota
  - “základní” - např. počet návštěv, počet splněných cílů
  - “dopočítaná” - např. míra okamžitého opuštění, konverzní poměr

# dimenze X metrika

	METRIKY	
DIMENZE		

# Základní pojmy

- Uživatel (User)
  - nový uživatel
- Návštěva (Session)
  - míra okamžitého opuštění
  - čas na stránce
  - konverzní poměr
- Hit

# Základní pojmy

- Událost
  - nástroj pro měření akce negenerující pageview
  - např. odeslání formuláře, stažení souboru, kliknutí na odeslání mailu (mailto odkaz), spuštění videa, interakce s chatbotem

# Základní pojmy

- Zdroj + médium
  - určování odkud člověk přišel
  - využívání utm - tagování kampaní, příspěvků, zkracovače

# Základní pojmy

- **Medium**
  - Platební model
- **Source**
  - Poskytovatel, platforma
- **Campaign**
  - Identifikace kampaně
- **Term**
- **Content**

# Základní pojmy

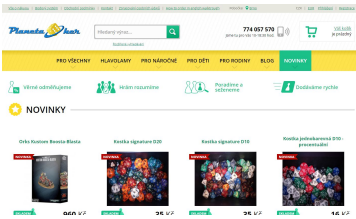
	Vyhledávání	Banner	Email
Medium	organic	banner	email
Source	seznam.cz	idnes.cz	newsletter
Campaing		2017-studium	2017-02-23-unor
Term			varianta 1
Content		modry	logo

- Organic - vyhledávání
- Direct – přímé návštěvy
- Referral – odkazující weby



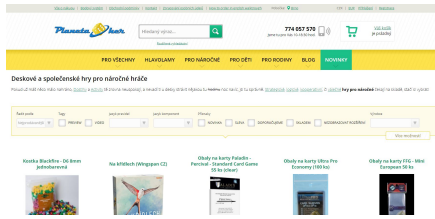
# Základní pojmy

- Konverze
  - Cíl
  - Transakce

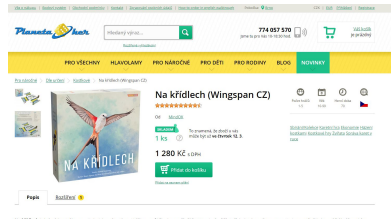


22:52

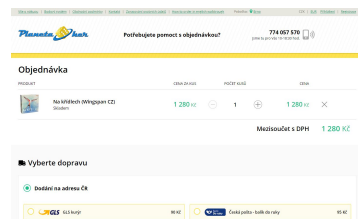
google organic



22:57



23:36

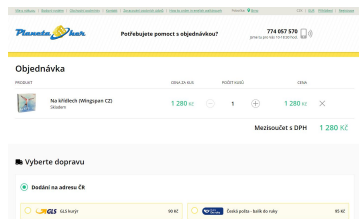


23:51

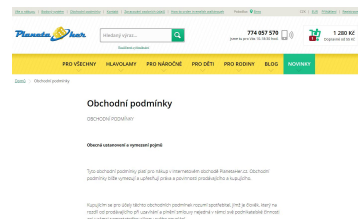


23:59

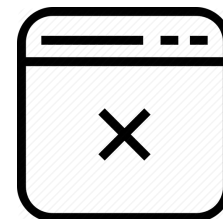
facebook cpc



00:01



00:07



00:22



Které reporty a ukazatele v GA sledovat

# Práce se segmenty

**Díky za  
pozornost!**