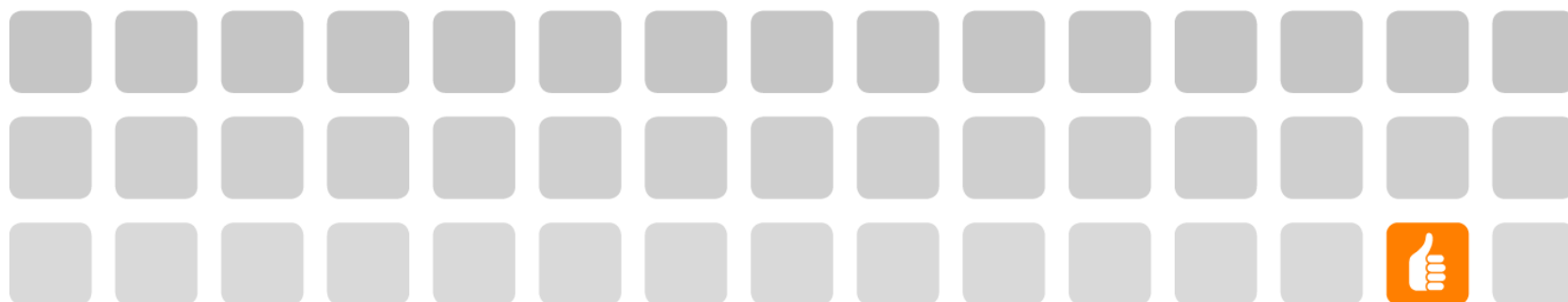




Praktické využití novinek v Google Analytics

19. října 2010, konference WebTop100

Pavel Jašek



dobrýweb

Co vám představím

- 1. Vážené třídění**
- 2. Vlastní upozornění**
- 3. Analýza na stránce**
- 4. Práce mimo uživatelské rozhraní**

K čemu to?

- **Jak se rychleji dostat k významným záležitostem, které lze opravit?**
- **Jak neztrácet čas hledáním čísel, ale využít jej více na přemýšlení o osudu těch čísel.**







1. „Chci slyšet jen to podstatné“

- Řešíme otázku: „jak se rychle dostat k informaci, na které významné věci se zaměřit nejdříve?“
- Příklad využití: vyhodnocení PPC kampaní

Nejvyužívanější kampaně

Campaign traffic sent 34,867 visits via 306 campaigns

Site Usage | Goal Set 1 | Ecommerce

Views:      


Visits		Pages/Visit		Avg. Time on Site		% New Visits		Bounce Rate	
34,867		2.62		00:02:18		74.90%		59.39%	
? % of Site Total: 43.87%		? Site Avg: 3.30 (-20.59%)		? Site Avg: 00:02:46 (-17.02%)		? Site Avg: 63.20% (18.51%)		? Site Avg: 48.31% (22.92%)	
Campaign	None	Visits ↓	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate			
1. Kampan c. 1		4,018	2.06	00:00:52	78.15%	70.71%			
2. Kampan c. 2		3,187	1.41	00:00:23	81.27%	84.66%			
3. Kampan c. 3		2,430	4.13	00:03:08	59.47%	23.66%			
4. Kampan c. 4		2,034	4.96	00:04:03	62.83%	20.65%			
5. Kampan c. 5		1,499	1.48	00:01:06	79.85%	77.72%			
6. Kampan c. 6		1,443	1.58	00:00:41	68.68%	78.17%			
7. Kampan c. 7		1,331	3.43	00:04:06	73.48%	32.31%			
8. Kampan c. 8		1,325	1.37	00:00:29	70.49%	83.47%			
9. Kampan c. 9		1,044	1.55	00:01:11	82.66%	74.33%			
10. Kampan c. 10		970	1.51	00:01:25	85.67%	72.58%			

Filter Campaign: containing Go [Advanced Filter](#) Go to: 1 Show rows: 10 1 - 10 of 306

Setřídění dle Bounce Rate

Campaign traffic sent 34,867 visits via 306 campaigns

Site Usage | Goal Set 1 | Ecommerce

Views: 

Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate
34,867 % of Site Total: 43.87%	2.62 Site Avg: 3.30 (-20.59%)	00:02:18 Site Avg: 00:02:46 (-17.02%)	74.90% Site Avg: 63.20% (18.51%)	59.39% Site Avg: 48.31% (22.92%)

Weighted Sort


Campaign	None	Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate ↓
1. Kampan c. 256		1	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%
2. Kampan c. 288		1	1.00	00:00:00	0.00%	100.00%
3. Kampan c. 278		1	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%
4. Kampan c. 269		1	1.00	00:00:00	0.00%	100.00%
5. Kampan c. 272		1	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%
6. Kampan c. 189		3	1.00	00:00:00	66.67%	100.00%
7. Kampan c. 300		1	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%
8. Kampan c. 281		1	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%
9. Kampan c. 266		1	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%
10. Kampan c. 220		2	1.00	00:00:00	100.00%	100.00%

Filter Campaign: containing Go [Advanced Filter](#) Go to: Show rows: 1 - 10 of 306

Využití váženého třídění

Campaign traffic sent 34,867 visits via 417 campaigns

Site Usage | Goal Set 1 | Ecommerce

Views: 

Visits 34,867 <small>% of Site Total: 43.87%</small>	Pages/Visit 2.62 <small>Site Avg: 3.30 (-20.59%)</small>	Avg. Time on Site 00:02:18 <small>Site Avg: 00:02:46 (-17.02%)</small>	% New Visits 74.90% <small>Site Avg: 63.20% (18.51%)</small>	Bounce Rate 59.39% <small>Site Avg: 48.31% (22.92%)</small>
--	--	--	--	---

Weighted Sort

	Campaign	None	Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate ↓
1.	Kampan c. 2		3,187	1.41	00:00:23	81.27%	84.66%
2.	Kampan c. 8		1,325	1.37	00:00:29	70.49%	83.47%
3.	Kampan c. 50		172	1.08	00:00:13	88.95%	95.35%
4.	Kampan c. 6		1,443	1.58	00:00:41	68.68%	78.17%
5.	Kampan c. 5		1,499	1.48	00:01:06	79.85%	77.72%
6.	Kampan c. 26		434	1.35	00:00:54	85.71%	82.72%
7.	Kampan c. 20		508	1.34	00:01:05	81.50%	81.30%
8.	Kampan c. 59		150	1.08	00:00:21	90.67%	94.00%
9.	Kampan c. 53		162	1.12	00:00:29	90.74%	91.98%
10.	Kampan c. 47		190	1.27	00:00:33	85.26%	87.89%

Filter Campaign: containing Go [Advanced Filter](#) Go to: 1 Show rows: 10 1 - 10 of 417

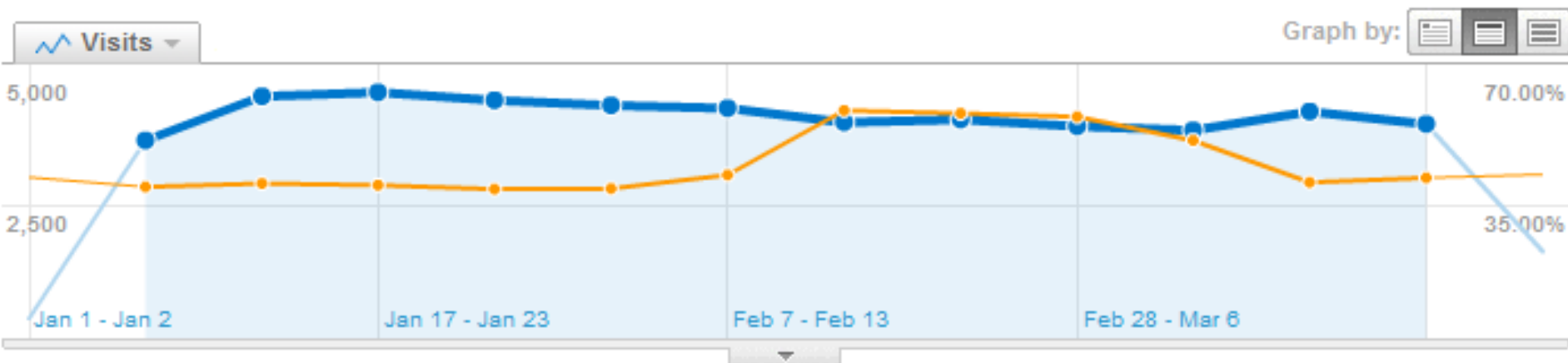
Přínosy využití váženého třídění

- **Řešíme jen problémy, které mají velký dopad**
 - » Když snížíme hodnotu Bounce rate o 10 %, pro tisíce návštěv to už znamená záchranu pár stovek návštěv
 - » Poslat jen pár věcí k opravě zaručí, že se tím bude někdo zabývat
- **Princip minimaxu**
 - » Za pár minut jsme se dostali k nejpálčivějším kampaním, které je třeba opravit nebo zastavit

Kde třídění najít v Google Analytics

- **Pouze na procentuální hodnoty ve standardních reportech zdrojů návštěvnosti**
 - » Nové návštěvy
 - » Míra opuštění
 - » Konverzní poměr
 - » Konverzní poměr e-shopu
- **U ostatních hodnot lze využít vícenásobné filtrování pod tabulkou**

2.



Vlastní upozornění

Create an Alert

Alert name:

Apply to:

Period:

Send me an email when this alert triggers. Also include

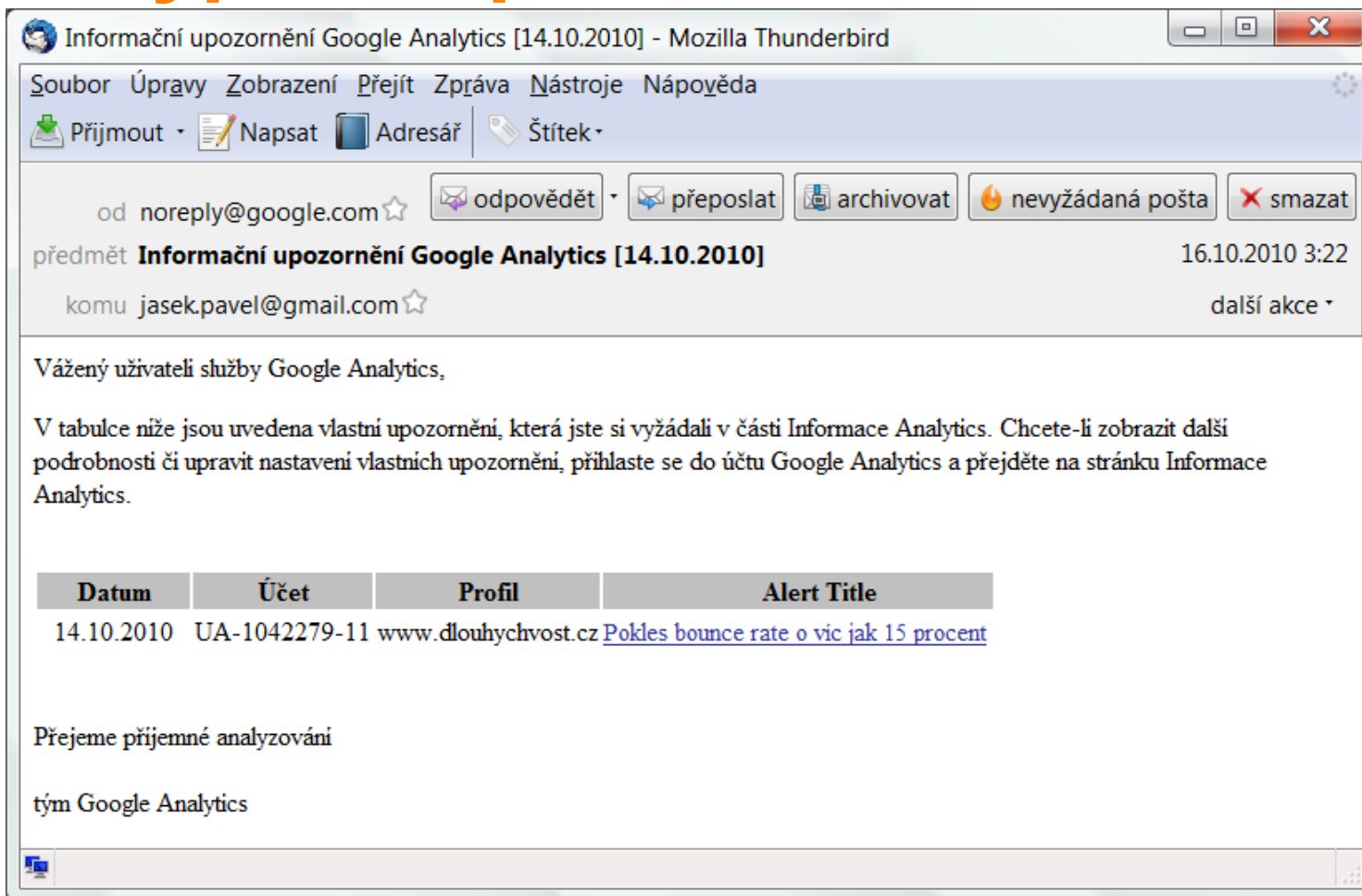
[Setup your mobile phone](#) to receive a text message about Intelligence Alerts

Alert Conditions

This applies to	Condition	Value
<input type="text" value="Medium"/>	<input type="text" value="Matches exactly"/>	<input type="text" value="cpc"/>

Alert me when	Condition	Value	Compared to
<input type="text" value="Bounce Rate"/>	<input type="text" value="Increases by more than"/>	<input type="text" value="15 %"/>	<input type="text" value="Previous week"/>

Jak vypadá upozornění?



Informační upozornění Google Analytics [14.10.2010] - Mozilla Thunderbird

Soubor Úpravy Zobrazení Přejít Zpráva Nástroje Nápověda

Přijmout · Napsat Adresář Štítek ·

od noreply@google.com ☆ odpovědět · přeposlat archivovat nevyžádaná pošta smazat

předmět **Informační upozornění Google Analytics [14.10.2010]** 16.10.2010 3:22

komu jasek.pavel@gmail.com ☆ další akce ·

Vážený uživateli služby Google Analytics,

V tabulce níže jsou uvedena vlastní upozornění, která jste si vyžádali v části Informace Analytics. Chcete-li zobrazit další podrobnosti či upravit nastavení vlastních upozornění, přihlaste se do účtu Google Analytics a přejděte na stránku Informace Analytics.

Datum	Účet	Profil	Alert Title
14.10.2010	UA-1042279-11	www.dlouhychvost.cz	Pokles bounce rate o víc jak 15 procent

Přejeme příjemné analyzování

tým Google Analytics

K čemu vlastní upozornění?

- **Ochrana proti nečekaným výkyvům**
- **Nasměrování pro zkoumání problému**

3. Analýza na stránce

- **Vylepšená funkce „Překryvná data stránky“**
 - » Page Overlay → In Page Analytics
- **Umí to použít Pokročilé segmenty**
- **Umí to filtrovat**

Overview »

In-Page Analytics

http://www.dobryweb.cz/skoleni-socialni-site-twitter-facebook-a-marketing/

2010 - Oct 16, 2010

Content Detail

All Visits : **1,871**
Pageviews
Referral Traffic : **90**

All Visits : **1,732**
Unique Views
Referral Traffic : **80**

All Visits : **00:02:06**
Time on Page
Referral Traffic :
00:01:28

All Visits : **91.35%**
Bounce Rate
Referral Traffic :
81.25%

All Visits : **86.21%** %
Exit
Referral Traffic :
60.00%

All Visits : **87.17%**
Entrances / Pageviews
Referral Traffic :
53.33%

All Visits : **\$36.67** \$
Index
Referral Traffic :
\$104.38

Top Demographic

Language

All Visits		
cs	1,536	(94.2%)
Referral Traffic		

Displaying: Clicks from: All Visits with more than: 0.00%

dobryweb » školeni » Školení: Úvod do sociálních sítí - Facebook, Twitter a marketing

Školení: Úvod do sociálních sítí - Facebook, Twitter a marketing



Využití sociálních sítí pro budování značky a povědomí o produktech. Účelem školení je naučit se používat sociální sítě (jmenovitě Facebook a okrajově Twitter) pro další rozvoj značky, případně dosáhnout povědomí o tom, zda jsou pro budování značky v konkrétním případě použitelné. Toto školení je připraveno ve spolupráci se serverem Lupa.cz.

Co se na školení naučíte

- zvolit vhodnou sociální síť pro váš produkt a založit si na ní účet, stránku,
- komunikovat efektivně se světem skrze Facebook a svých produktech,
- tvořit efektivní materiály a texty pro sociální sítě,
- zvyšovat čtenářskou obec (zásah) v sociálních sítích,
- vytvořit PPC kampaně v prostředí Facebooku,
- chyby a strategie v realizaci kampaní na sociálních sítích.

Myslíte si, že základy zvládáte a potřebujete pokročilý kurz? Zkuste školení [jak na firemni Facebook a Twitter prakticky](#).

- Školení A/B testování
- Školení Budování firemního webu
- Školení Google AdWords
- Školení Google Analytics
- Školení použitelnosti
- Školení PPC reklamy I
- Školení PPC reklamy II – pro pokročilé
- Školení pro kodéry a programátory – S-COMP
- Školení SEO
- Školení Sklik
- Školení tvorby přístupného webu
- Školení vyhodnocování statistik návštěvnosti
- Školení web analytiky
- Školení YouTube a CCC

~39% Clicks below !

Přínosy a využití Analýzy na stránce

- **Lépe pochopit vztah mezi prvky na stránce a hodnotami ukazatelů**
- **Některé staré známé problémy**
 - » Více stejných odkazů
 - » Filtrem upravené názvy stránek
- **Konkurence ClickTale? Neumí to:**
 - » Session playback
 - » Heatmapy

4. Práce mimo uživatelské rozhraní

- **Uživatelské rozhraní vs. vaše požadavky**
- **Využití API**
- **Příklad: aplikace Juice Analytics**
 - » <http://analyticsvisualizations.appspot.com/juicekit/AnalyticsVisualization.html>
 - » Komu se nechce opisovat: <http://goo.gl/kh3p>



carbonara

Type a word and hit enter

Selected site
www.testovinky.cz

Color by
Bounce rate
% new visitors
Avg. time on site

Size by
Visits
New visits

Zoom Out In

Get help ?

Legend
3 visits or more
big
small
0 visits or less

0% 100%

Colorblind?

Source: Google Analytics API.
This application does not retain any Google Analytics data on the server.

Top words: click to use
carbonara spaghetti gorgonzola gnocchi recept tstoviny spinaci alla pancetta tstovin penne testovinky rosick vaen tortiglioni recepty guanciaie pentov con ragu vrobc

Přínosy takovýchto aplikací

- Řešení mnoha jiných potřeb, než co zvládne uživatelské rozhraní
- Hledání vztahu mezi daty
- Vhodný prezentační nástroj



praha
Type a word and hit enter

Selected site
Vitalia.cz

Color by
Bounce rate
% new visitors
Avg. time on site

Size by
Visits
New visits

Zoom Out In

Get help ?

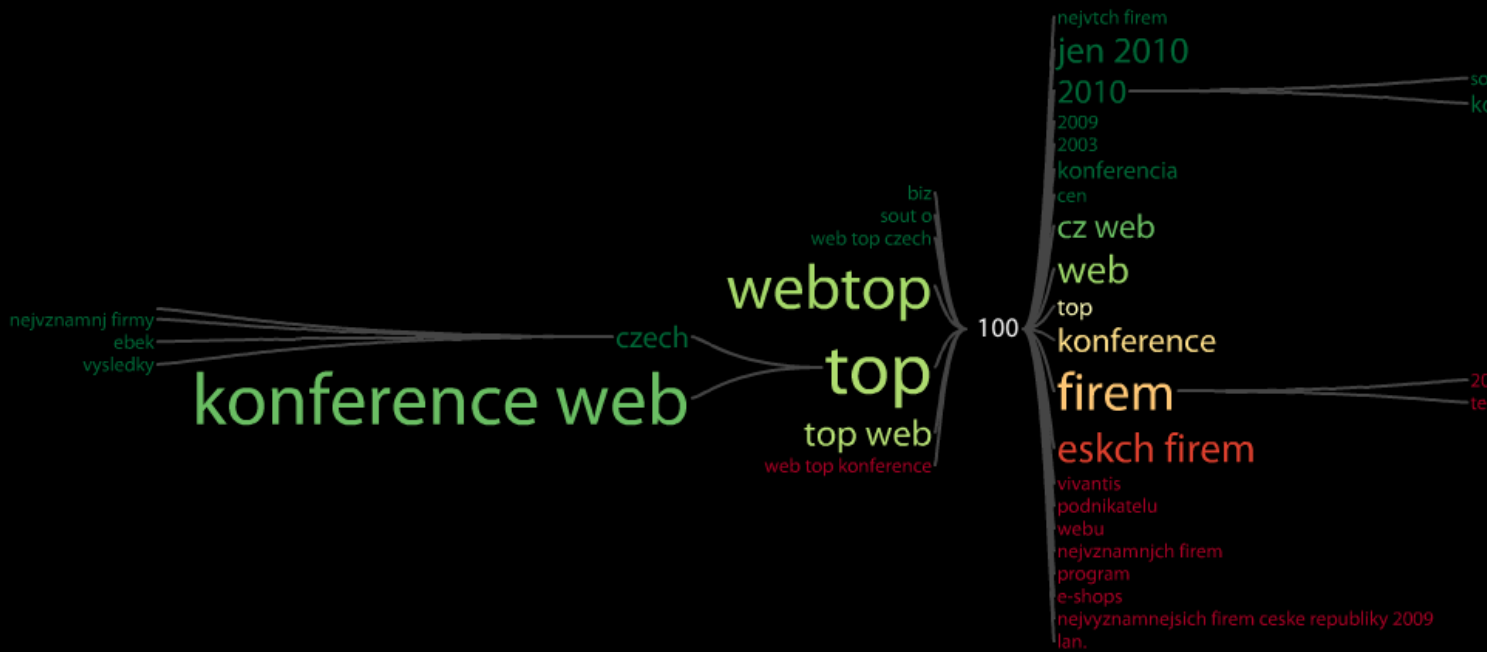
Legend
1484 visits or more
big
small
64 visits or less

0% 5:30

Colorblind?

Source: Google Analytics API.
This application does not retain any Google Analytics data on the server.

Top words: click to use
trhy farmy poliklinika praha nemocnice zumba nad marihuana bazn brno gul na znt porno farmarske 2010 u zchvat pstovn jak tisko dt lzn vi rakovina nitrodlo



100

Type a word and hit enter

Selected site

www.webtop100.cz

Color by

Bounce rate

% new visitors

Avg. time on site

Size by

Visits

New visits

Zoom Out In

Get help ?

Legend

27 visits or more

big

small
1 visits or less

0% 100%

Colorblind?

Source: Google Analytics API.
This application does not retain any Google Analytics data on the server.

Top words: click to use

top 100 web webtop100 konference hodnocen webu firme webtop sout model" atribun " 2010 vsledky cz ebek czech eskch top100 strnek ondrej web100.cz vich

Kontakty

Pavel Jašek

pavel.jasek@dobryweb.cz

www.dobryweb.cz

+420 277 004 656



Hurá!

Nově jsme se stali konzultačními partnery produktu Yahoo! Web Analytics.

Chcete Y!WA? Ozvěte se nám.