

Obsah

Předmluva	8
Poděkování.....	8
Úvod	9
Co naleznete uvnitř knihy.....	9
Připomínky, komentáře, opravy.....	10
1 Rozdíl mezi úspěšným a neúspěšným webem představuje analýza a životní cyklus úspěšného webu	11
1.1 Definování	13
1.1.1 Definování očekávání.....	13
1.1.2 Definování cílů	13
1.1.3 Definování klíčových ukazatelů výkonnosti (KPI).....	14
1.2 Měření dat.....	14
1.3 Analýza.....	15
1.4 Zlepšení a vyhodnocení.....	16
2 Seznámení se službou Google Analytics	17
2.1 Technologie měření, její výhody a nevýhody	19
2.2 Jak tedy Google Analytics funguje technicky?.....	21
2.2.1 HTTP požadavek	22
2.2.2 Sledovací kód GATC (Google Analytics Tracking Code – GATC)	22
2.2.3 Cookies	23
2.3 Spolehlivost měření.....	25
2.4 Model měření v rámci Google Analytics.....	25
2.5 Hierarchie v rámci Google Analytics	26
2.5.1 Google účet.....	27
2.5.2 Analytics účty	27
2.5.3 Služby.....	27
2.5.4 Výběry dat	27
2.5.5 Uživatelé a oprávnění	28
2.5.6 Ukázka nastavení jednoho uživatele pracujícího se dvěma účty.....	29
2.6 První kroky s Google Analytics.....	30
2.6.1 Vytvoření prvního účtu	30
2.6.2 Vytvoření služby v rámci účtu.....	30
2.7 Hierarchie dat: dimenze a metriky	33
2.7.1 Dimenze.....	33
2.7.2 Metriky	34

2.8	Práce s rozhraním	34
2.8.1	V reálném čase	35
2.8.2	Publikum.....	39
2.8.3	Akvizice	45
2.8.4	Chování.....	51
2.8.5	Konverze	57
2.9	Segmentace.....	72
2.9.1	Praktická ukázka využití segmentace.....	74
2.10	Filtrování na úrovni přehledu.....	76
2.11	Výběr období a porovnání období v přehledu.....	77
2.12	Přidání poznámek k datu.....	78
2.13	Ochrana osobních údajů	79



3 Podrobné nastavení pro měření vybraných zdrojů 81

3.1	Měření offline kampaní.....	82
3.1.1	Vytvoření virtuální URL a přesměrování.....	82
3.1.2	Vytvoření speciální vstupní stránky.....	82
3.1.3	Přesměrování domény	83
3.1.4	Zkrácené adresy URL	84
3.1.5	Slevové kódy	85
3.1.6	Porovnání nárůstu přímé návštěvnosti.....	85
3.2	Měření e-mailového marketingu.....	86
3.2.1	Měření otevření e-mailu.....	86
3.2.2	Označkování odkazu v newsletteru	87
3.2.3	Vytvoření vlastního segmentu.....	88
3.3	Měření sociálních sítí.....	89
3.3.1	Měření tlačítek To se mi líbí, Tweet apod.	89



4 Omezení měření Google Analytics 91

4.1	Limit sběru dat.....	92
4.2	Limit požadavků na jednu návštěvu	92
4.3	Limit počtu požadavků jednoho uživatele za den	93
4.4	Limit počtu odeslaných událostí	93
4.5	Limit počtu transakcí v rámci elektronického obchodu	93
4.6	Limit počtu cílů.....	94
4.7	Délka uchování dat na serverech	94
4.8	Latence zpracování údajů.....	94
4.9	Agregace hodnot v přehledech.....	95
4.10	Vzorkování dat.....	95
4.10.1	Vzorkování na úrovni přehledů	95
4.10.2	Vzorkování při sběru dat	96



5 Pokročilé techniky, tipy a triky 97

5.1	Zobrazení provedených změn v účtu	98
5.2	Smazání celého účtu.....	98
5.3	Základy regulárních výrazů	99
5.4	Filtrování na úrovni výběru dat.....	101
5.4.1	Filtrování vlastních IP adres.....	101
5.4.2	Filtrování URL adres s rozdílnou velikostí písmen	102

5.5	Vlastní dimenze a metriky.....	103
5.5.1	K čemu lze využít vlastní dimenze a metriky.....	103
5.5.2	Ukázka nastavení vlastní dimenze	104
5.6	Export přehledů	105
5.7	Pravidelné odesílání přehledu na e-mail.....	106
5.8	Upozornění.....	107
5.8.1	Ukázka nastavení upozornění.....	107
5.8.2	Doporučená upozornění.....	108
5.9	A/B testování (experimenty).....	111
5.10	Nastavení oprávnění k účtu/službě/výběru dat.....	115
5.11	Vlastní přehledy	117
5.12	Vlastní panely.....	118
5.13	Zjištění AdBlocku.....	119
5.14	Google Tag Manager – propojení.....	120
5.15	Změna délky relace.....	122
5.16	Google Analytics API	123
5.17	Měření počtu opuštěných košíků	124
5.18	Měření více cílových stránek jako jednoho cíle.....	124
5.19	Kdy přesně lidé při vyplňování formuláře odcházejí.....	125
6	Certifikace v rámci Google Analytics	127
7	Nejčastější problémy a chyby	131
7.1	Neúspěšné přihlášení k účtu	132
7.2	Špatné měření splnění cílů.....	132
7.3	Nelze upravit nastavení účtu nebo přidat nový výběr dat.....	133
7.4	Neprobíhá měření kampaní	133
7.5	Chyby kvůli místně hostovanému kódu analytics.js.....	133
7.6	V datech se zobrazují jiné služby	133
7.7	Extrémně nízká míra okamžitého opuštění.....	134
7.8	Konflikty s jinými skripty na stránce	134
7.9	Data z elektronického obchodu se ve výběru dat nezobrazují.....	135
7.10	Data z elektronického obchodu neodpovídají datům z účetnictví nebo z jiného systému	135
7.11	Chybějící transakce při měření elektronického obchodu.....	136
7.12	Údaje z AdWords nebo Skliku se neshodují s údaji v Google Analytics.....	137
7.13	Návštěvy v Analytics pocházejí z neaktivních kampaní v AdWords	138
7.14	Filtr ve vlastních přehledech neobsahuje možnost „nebo“	138
7.15	Filtrování ve špatném výběru dat	139
7.16	Pořadí filtrů je nesprávné.....	139
7.17	Stejná stránka s jinak velkými písmeny v přehledech.....	140
7.18	Upozornění na nadbytečné výběry dat.....	140
7.19	Vyhledávání na webu se nezobrazují v přehledech.....	141
	Rejstřík	142