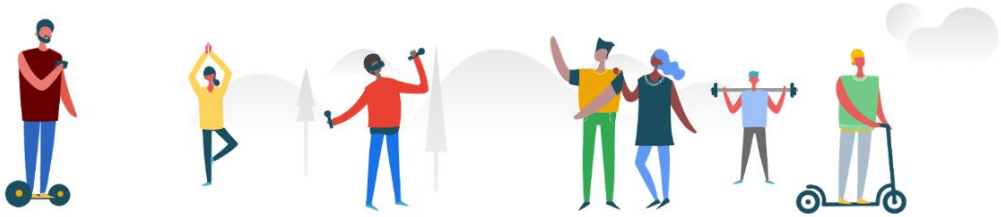
Grow with Google

Nové zručnosti. Nové príležitosti.



Ako vám pomôže webová analytika viac predávať?

Marek Šulik

Grow with Google

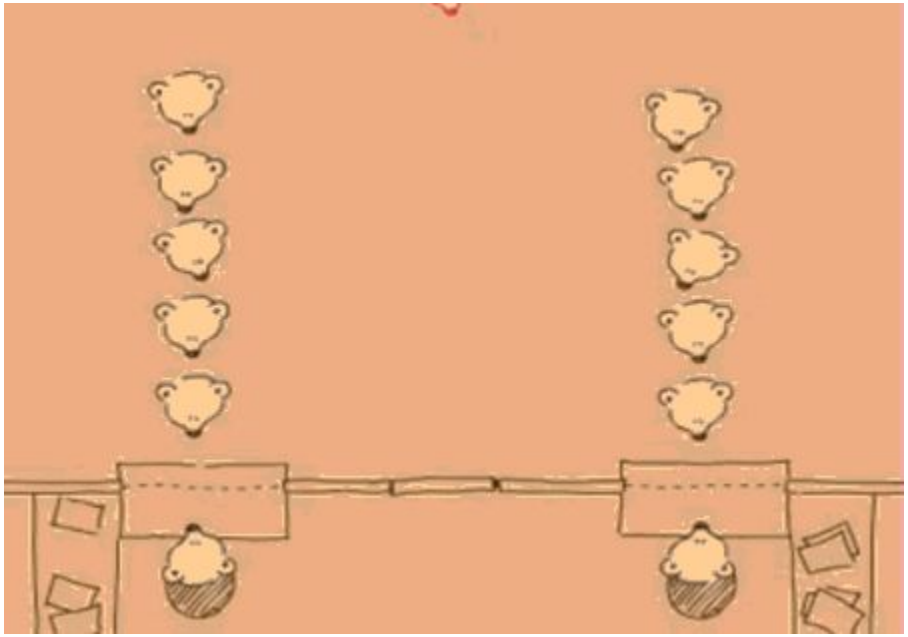
O mne

Online marketingu sa venuje takmer desaťročie. Svoju pôvodnú SEO špecializáciu rozširoval o ďalšie oblasti efektívneho marketingu, akými sú webová analytika, UX, mediálne plánovanie alebo e-mail marketing. Počas uplynulých rokov som pracoval pre klientov ako Hyundai, Pelikan, Union, Isadore Apparel alebo SNG.

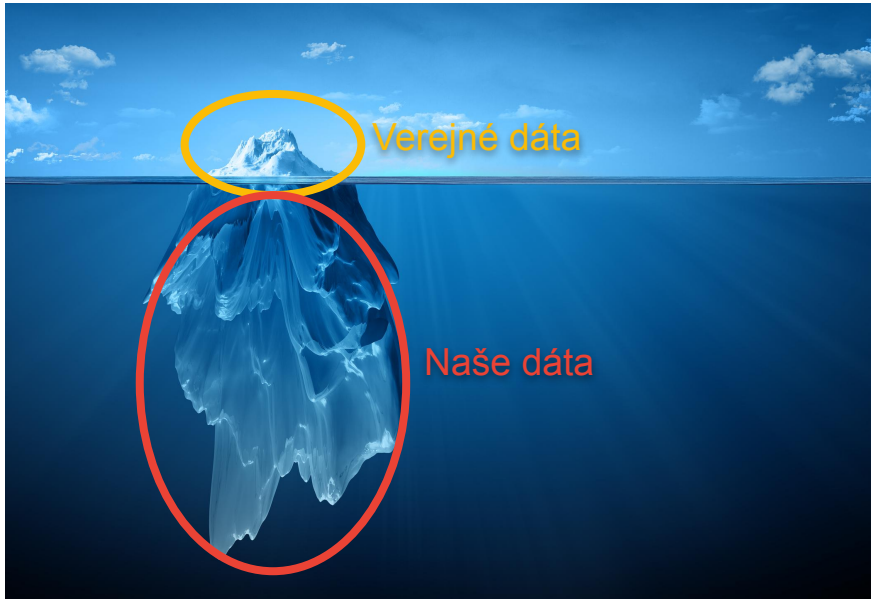
echo

Prečo je webová analytika dôležitá?

Nechceme robiť zlé rozhodnutia na základe našej intúcie

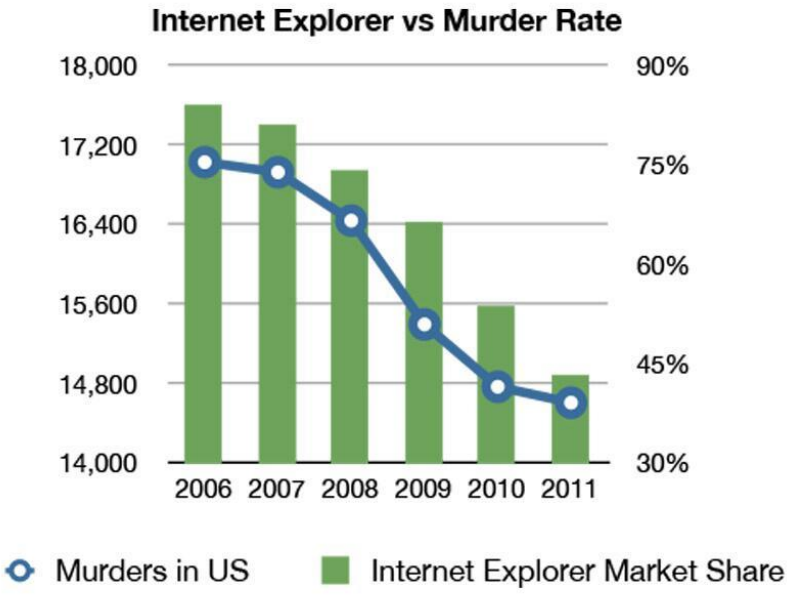


Chceme získať konkurenčnú výhodu

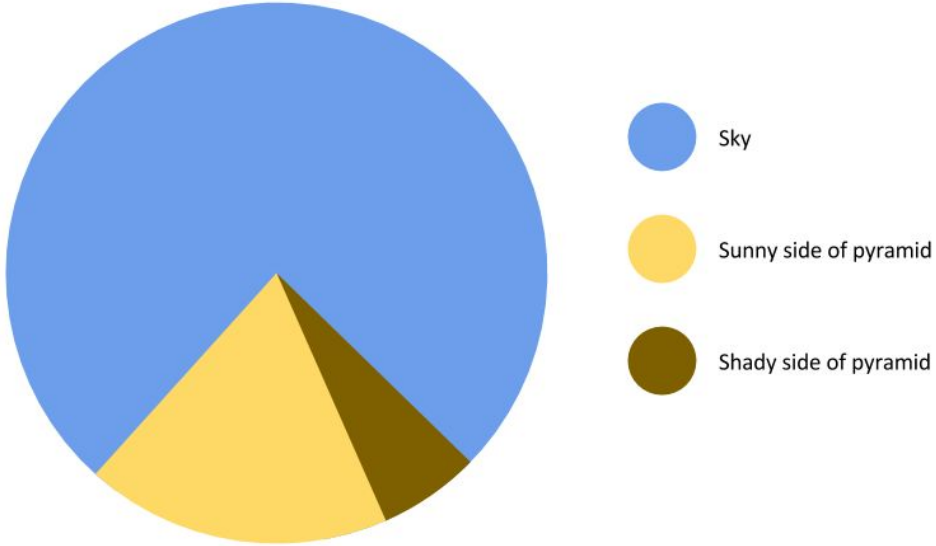


Analytika nám urýchľuje rozhodnutia a eliminuje zlyhania

Vďaka dátam nebudeme hladať spojenia tam, kde nie sú

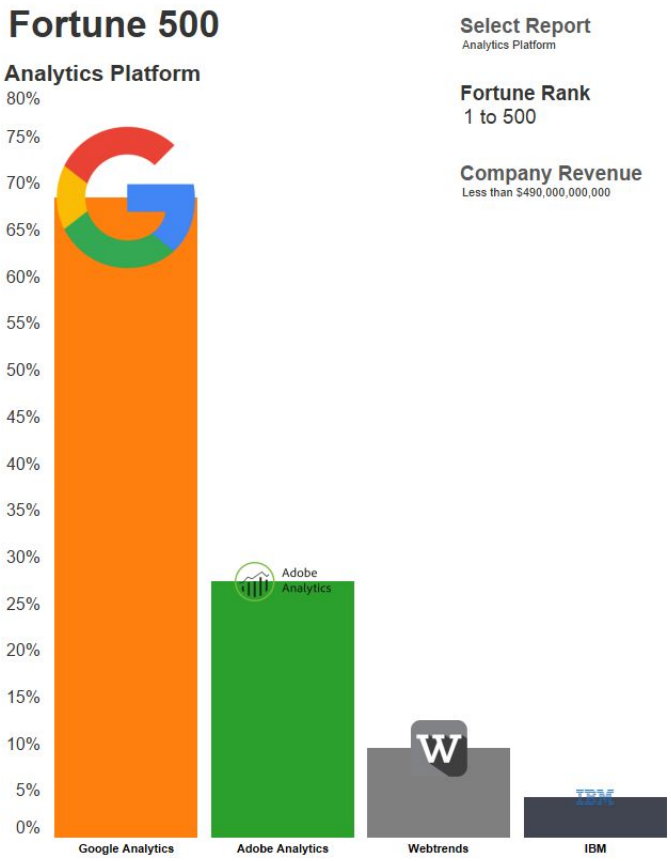


Vďaka dátam budeme vidieť aj v nudných tabuľkách a grafoch príbehy



Ako tie dáta získať?

Google Analytics


Fortune 500
Analytics Platform
Select Report
Analytics Platform
Fortune Rank
1 to 500
Company Revenue
Less than $490,000,000,000
80%
75%
70%
65%
60%
55%
50%
45%
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
Adobe Analytics
W
IBM
Google Analytics
Adobe Analytics
Webtrends
IBM

Čo vieme zistiť?

1. Kto sú moji návštevníci?
2. Odkiaľ prišli?
3. Čo na webe robili?
4. Aké ciele splnili?
5. Nakúpili?

Základné reporty

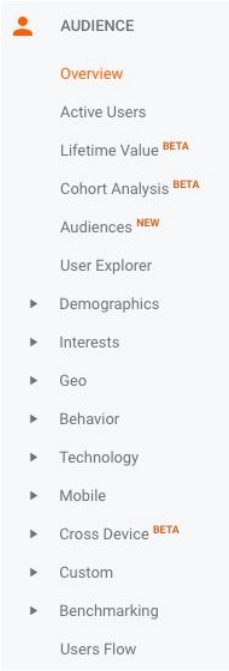
Publiká

Akvizícia

Správanie

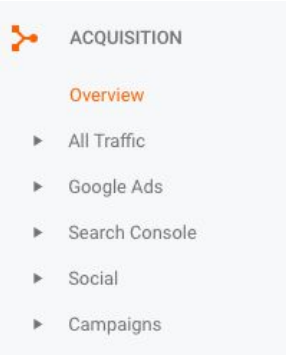
Konverzie

Publiká



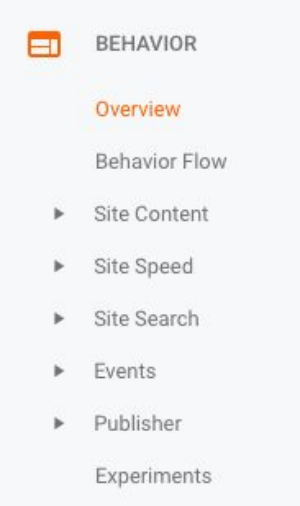
- Kto prišiel na moju stránku?
- Demografia, záujmy, geo
- Zariadenia, LTV, noví vs. vracajúci sa
- Kvalita návštev
- Benchmarky, cross-device

Akvizícia



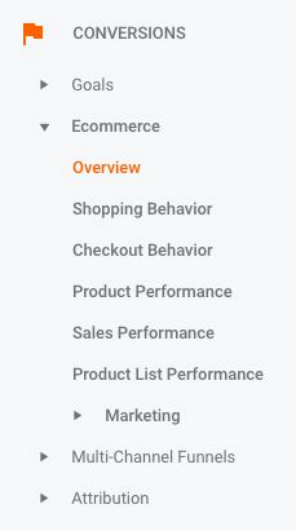
- Odkiaľ prišli?
- Kanály, zdroje, médiá
- Google Ads a Search Console
- Sociálne siete a UTM kampane

Správanie



- Aké stránky navštívili
- Ako rýchlo sa im načítavali
- Čo na webe vyhľadávali
- Na aké elementy klikali

Konverzie



- Aké ciele dokončili
- Ako a čo nakupovali
- Koľko im trvalo, kým nakúpili
- Atribúcia jednotlivých kanálov

Ecommerce v Google Analytics

Google Digitálna garáž

Čo sa stane medzi návštevou a nákupom?

Návštevník

???

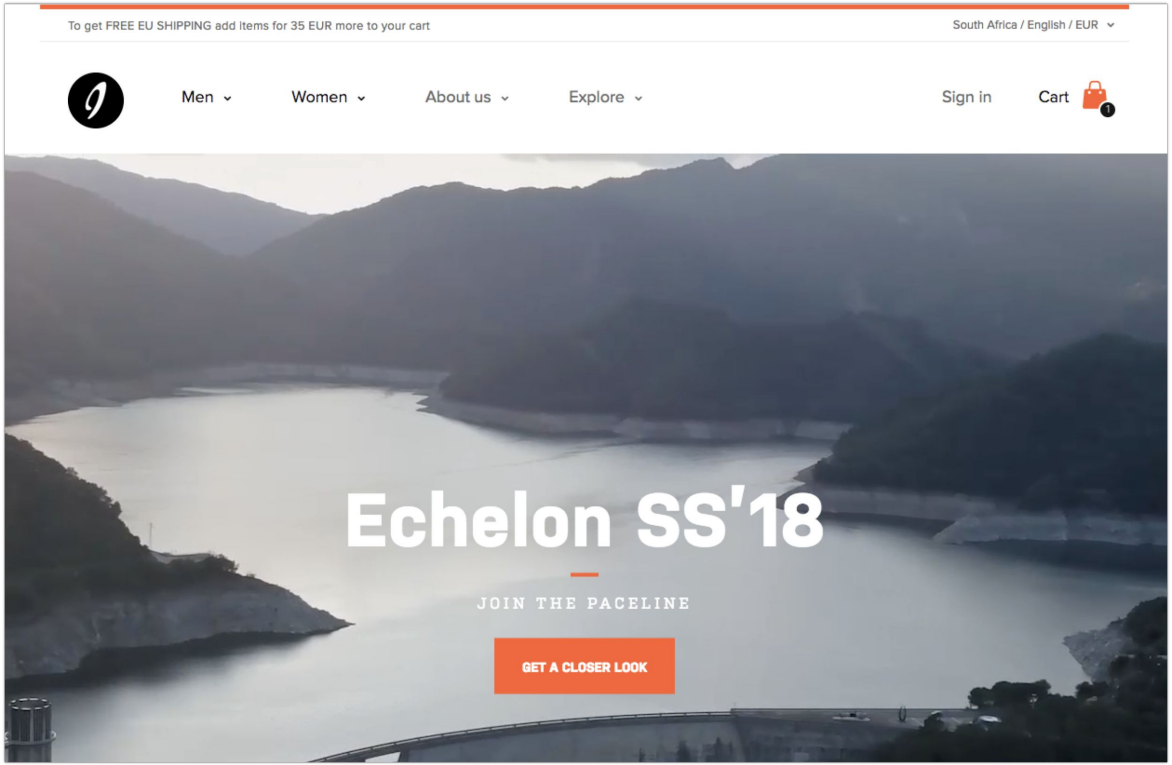
Nákup

Koľko môže byť týchto krokov?

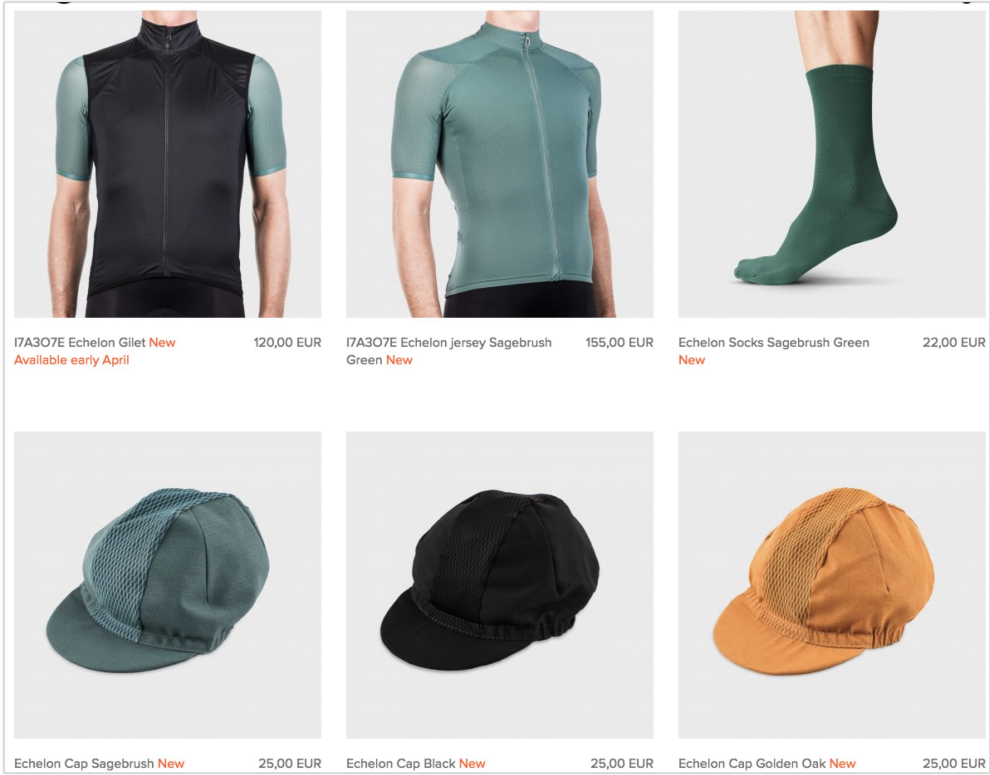
Koľko môže byť týchto krokov?

Koľko môže byť týchto krokov?

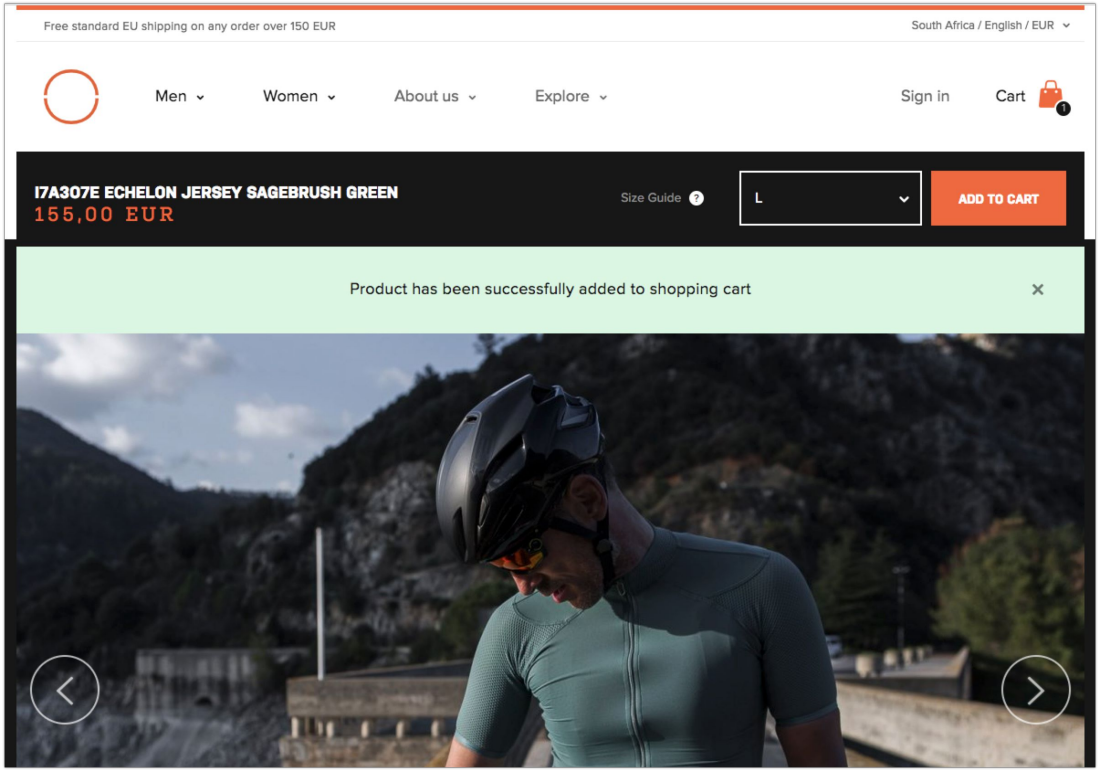
Príchod a kliknutie na banner



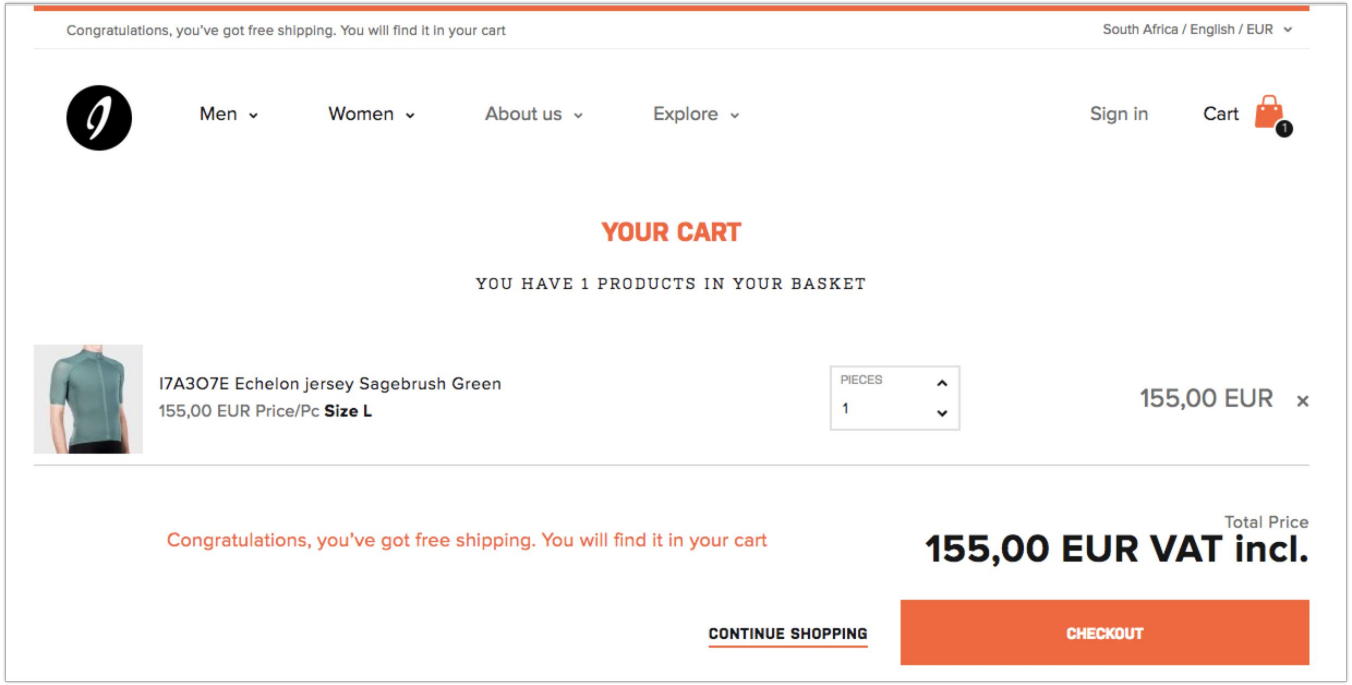
Kategória a klik na produkt



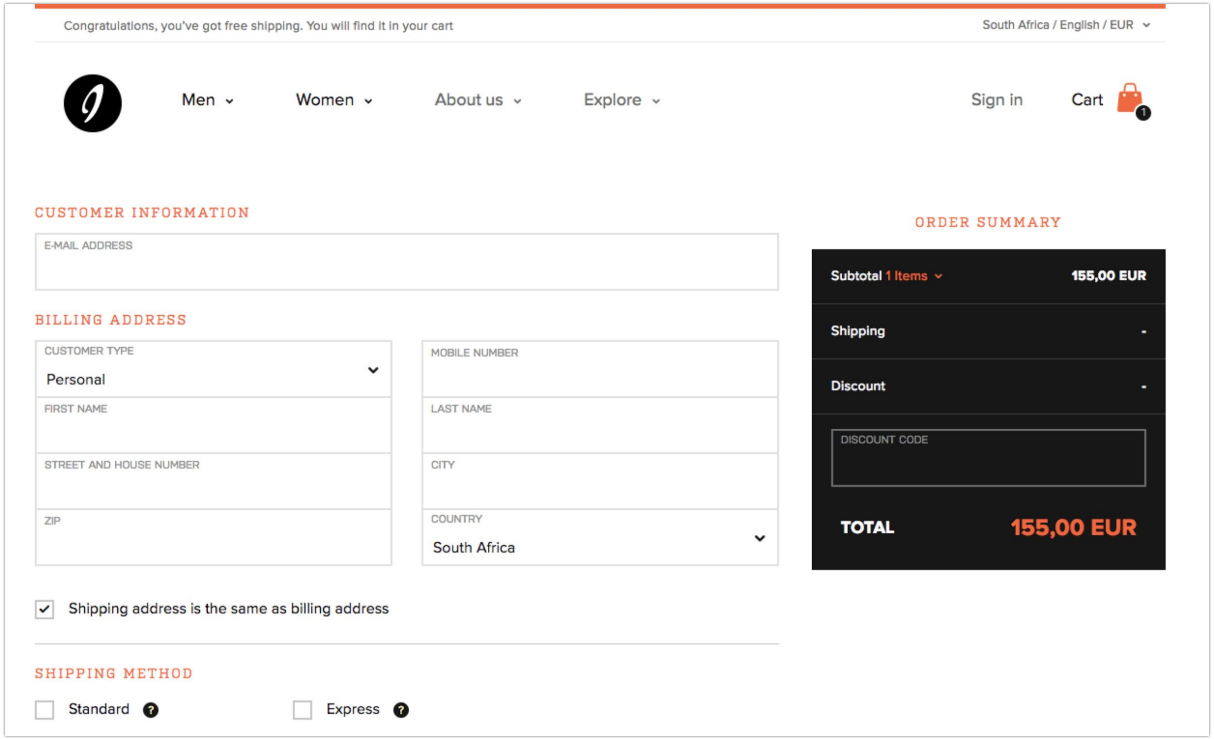
Zobrazenie produktu, výber veľkosti a vloženie do košíka



Otvorenie košíka



Kontaktné údaje



Platba a dokončenie nákupu

Thank you for your recent purchase. We are happy you have chosen Isadore Apparel. You will be able to enjoy our products very soon.

We hereby confirm your order, and want to inform you, your order is being processed.

Your order will be dispatched within one working day, unless you have requested differently during the check-out process.

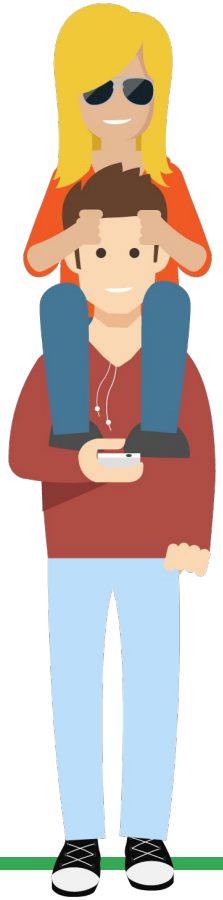
YOUR ORDER

Signature Cycling Jersey Tarmac Grey/Black L
1 pc - 69.00 EUR

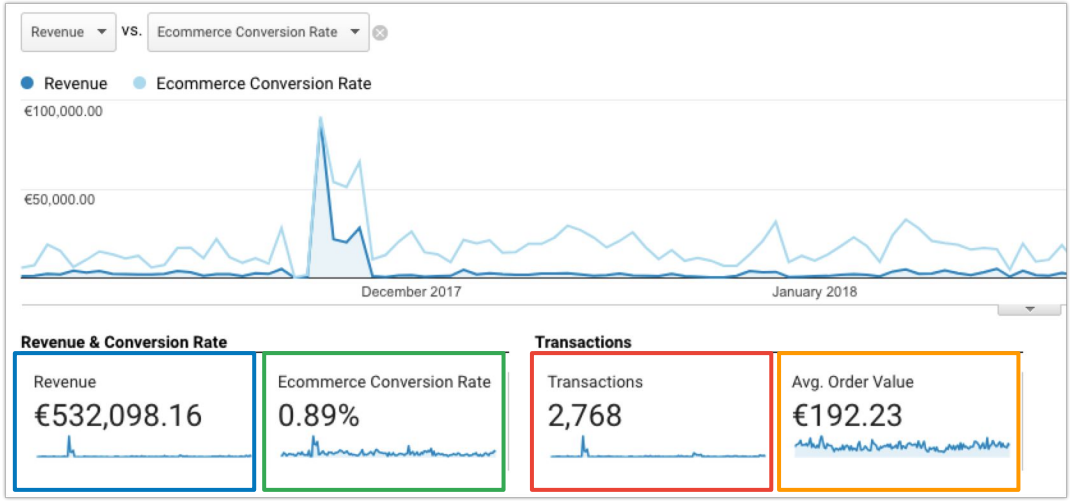
Shipping costs
free

Payment method
PayPal

Ako to vyzerá v Google Analytics?



Základné metriky



Za koľko nakúpili?

Aký bol konverzný pomer?

Koľko bolo objednávok?

Aká bola priemerná hodnota objednávky?

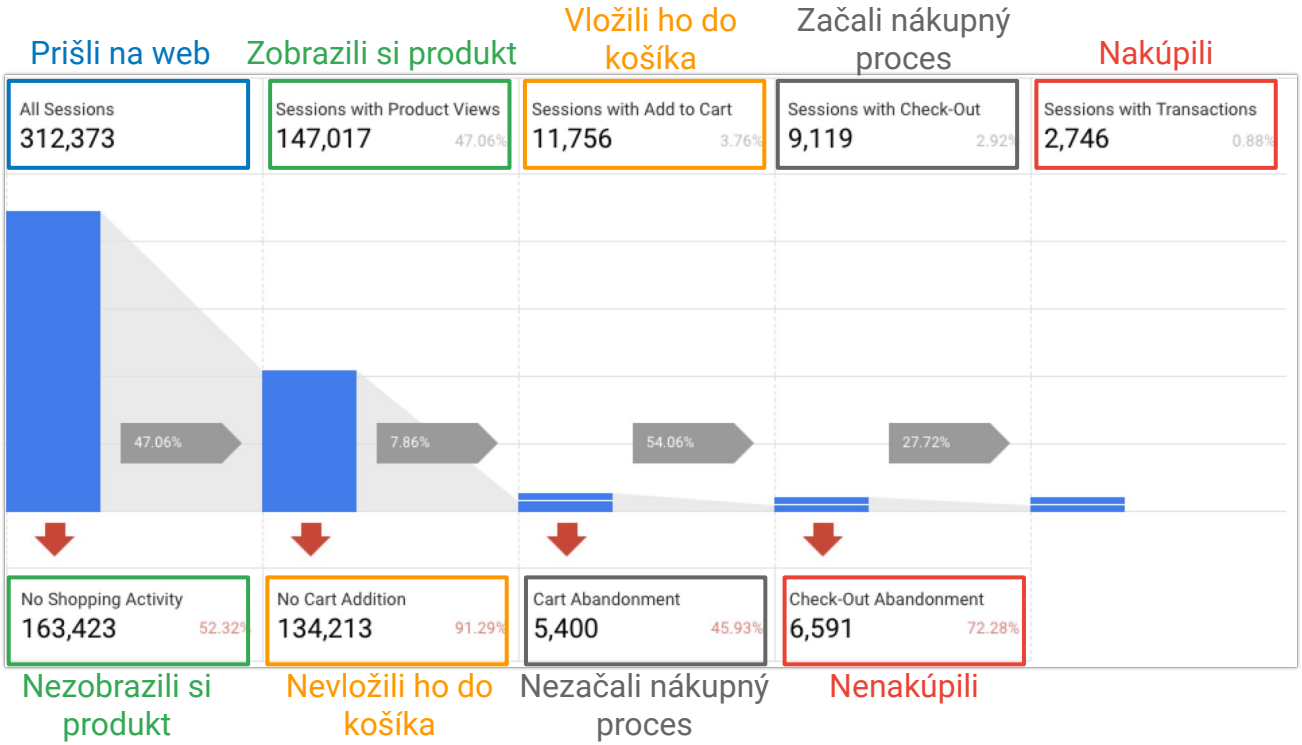
Najpredávanejšie produkty

	Product	Product Revenue	% Product Revenue
1.	ThermoRoubaix Tights L	€5,687.92	1.05%
2.	Climber's Bib Shorts Men M	€4,836.25	0.89%
3.	ThermoRoubaix Tights M	€4,833.67	0.89%
4.	100% Merino Baselayer Bundle	€4,340.00	0.80%
5.	100% Merino Unterhemd-Sparpakete	€4,092.00	0.75%
6.	Merino Membrane Softshell Jacket L	€4,067.25	0.75%
7.	ThermoRoubaix Bib Shorts M	€4,025.00	0.74%
8.	Merino Membrane Softshell Jacket M	€3,812.25	0.70%
9.	Sector Jacket Navy Blue / Black Men L	€3,754.79	0.69%
10.	Men Bib Shorts L	€3,709.15	0.68%

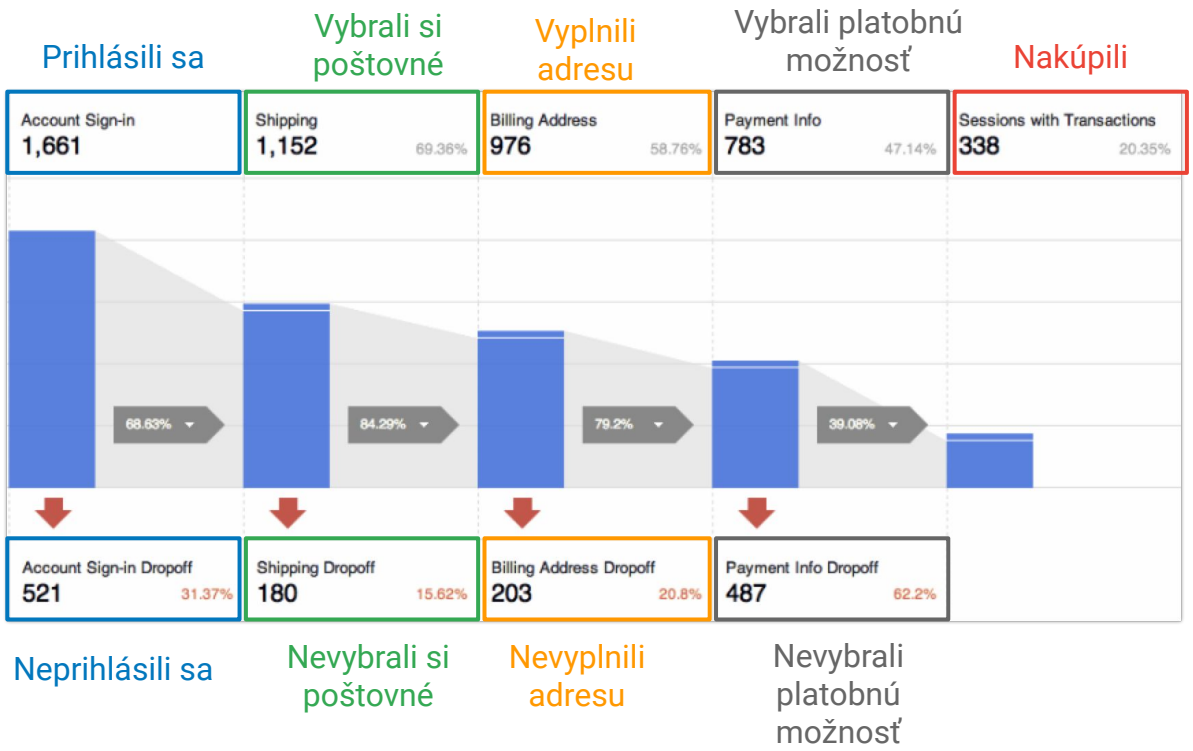
Najpredávanejšie kategórie

	Product Category (Enhanced Ecommerce)	Product Revenue	% Product Revenue
1.	Men Bibs and Tights	€61,028.04	11.23%
2.	Men Long Sleeve Jerseys	€48,421.72	8.91%
3.	Men Jackets and Gilets	€46,337.96	8.53%
4.	Men Jerseys	€40,138.22	7.38%
5.	(not set)	€28,541.90	5.25%
6.	Hosen	€28,534.50	5.25%
7.	Baselayers	€25,929.51	4.77%
8.	Herren Langarmtrikots	€22,699.35	4.18%
9.	Bike accessories	€18,939.99	3.48%
10.	Jacken und Westen	€18,338.00	3.37%

Celá cesta od návštevy po nákup



Cesta vo viackrokovom nákupnom procese



Asistované konverzie

Assisted Conversions	Assisted Conversion Value	Last Click or Direct Conversions	Last Click or Direct Conversion Value	Assisted / Last Click or Direct Conversions
1,063	€187,611.99	1,455	€257,355.59	0.73
% of Total: 10.30% (10,323)	% of Total: 100.00% (€187,611.99)	% of Total: 9.90% (14,697)	% of Total: 100.00% (€257,355.59)	Avg for View: 0.70 (4.01%)

Primary Dimension: MCF Channel Grouping | Default Channel Grouping | Source / Medium | Source | Medium | Other | Channel Groupings

Plot Rows | Secondary dimension | advanced

MCF Channel Grouping	Assisted Conversions	Assisted Conversion Value	Last Click or Direct Conversions	Last Click or Direct Conversion Value	Assisted / Last Click or Direct Conversions
1. Direct	790 (36.83%)	€142,313.65 (37.87%)	856	€162,942.41	0.92
2. Organic Search	385 (17.95%)	€71,282.79 (18.97%)	206	€37,891.30	1.87
3. Email	363 (16.92%)	€60,048.90 (15.98%)	202	€30,009.62	1.80
4. Display	253 (11.79%)	€40,363.25 (10.74%)	34	€4,244.80	7.44
5. Referral	212 (9.88%)	€37,303.33 (9.93%)	94	€14,541.69	2.26
6. Social Network	127 (5.92%)	€21,415.05 (5.70%)	62	€7,593.27	2.05
7. Paid Search	14 (0.65%)	€2,991.40 (0.80%)	1	€132.50	14.00
8. (Other)	1 (0.05%)	€77.40 (0.02%)	–	–	–

Kanály

Počet a hodnota asistovaných konverzií

Prvá interakcia v nákupnom lieviku

First Click Conversions	First Click Conversion Value	Last Click or Direct Conversions	Last Click or Direct Conversion Value	First / Last Click or Direct Conversions
1,455	€257,355.59	1,455	€257,355.59	1.00
% of Total: 9.90% (14,697)	% of Total: 100.00% (€257,355.59)	% of Total: 9.90% (14,697)	% of Total: 100.00% (€257,355.59)	Avg for View: 1.00 (0.00%)

Primary Dimension: MCF Channel Grouping | Default Channel Grouping | Source / Medium | Source | Medium | Other | Channel Groupings

Plot Rows | Secondary dimension | advanced

MCF Channel Grouping	First Click Conversions	First Click Conversion Value	Last Click or Direct Conversions	Last Click or Direct Conversion Value	First / Last Click or Direct Conversions
1. Direct	518 (35.60%)	€101,303.99 (39.36%)	856 (58.83%)	€162,942.41 (63.31%)	0.61
2. Organic Search	438 (30.10%)	€77,792.39 (30.23%)	206 (14.16%)	€37,891.30 (14.72%)	2.13
3. Email	238 (16.36%)	€37,876.37 (14.72%)	202 (13.88%)	€30,009.62 (11.66%)	1.18
4. Display	148 (10.17%)	€21,814.84 (8.48%)	34 (2.34%)	€4,244.80 (1.65%)	4.35
5. Referral	61 (4.19%)	€9,575.24 (3.72%)	94 (6.46%)	€14,541.69 (5.65%)	0.65
6. Social Network	40 (2.75%)	€6,387.86 (2.48%)	62 (4.26%)	€7,593.27 (2.95%)	0.65
7. Paid Search	12 (0.82%)	€2,604.90 (1.01%)	1 (0.07%)	€132.50 (0.05%)	12.00

Kanály

Počet a hodnota konverzií s prvým klikom

Konverzné cesty

MCF Channel Grouping Path	Conversions	Conversion Value
1. Organic Search > Direct	60 (5.64%)	€10,428.65 (5.56%)
2. Direct × 2	57 (5.36%)	€10,810.44 (5.76%)
3. Direct × 3	45 (4.23%)	€10,870.75 (5.79%)
4. Organic Search > Direct × 2	35 (3.29%)	€6,510.80 (3.47%)
5. Email > Direct	23 (2.16%)	€3,712.66 (1.98%)
6. Direct × 4	20 (1.88%)	€4,056.90 (2.16%)
7. Organic Search > Direct × 3	19 (1.79%)	€2,745.70 (1.46%)
8. Direct × 5	16 (1.51%)	€2,057.75 (1.10%)
9. Organic Search > Direct × 4	14 (1.32%)	€2,652.80 (1.41%)
10. Display > Social Network	13 (1.22%)	€1,744.80 (0.93%)

Kanály

Počet a hodnota konverzií

Dĺžka konverznej cesty

Time Lag in Days	Conversions	Conversion Value	Percentage of total (Conversions / Conversion Value)
0	646	€115,791.00	44.40% / 44.99%
1	69	€10,186.70	4.74% / 3.96%
2	52	€11,629.61	3.57% / 4.52%
3	29	€3,875.45	1.99% / 1.51%
4	23	€4,687.85	1.58% / 1.82%
5	30	€6,102.20	2.06% / 2.37%
6	37	€7,233.35	2.54% / 2.81%
7	26	€4,266.97	1.79% / 1.66%
8	25	€5,538.30	1.72% / 2.15%
9	33	€6,278.53	2.27% / 2.44%
10	19	€4,199.30	1.31% / 1.63%
11	29	€6,454.67	1.99% / 2.51%
12-30	437	€71,111.66	30.03% / 27.63%

Počet dní

Počet a hodnota konverzií

Počet interakcií počas konverznej cesty

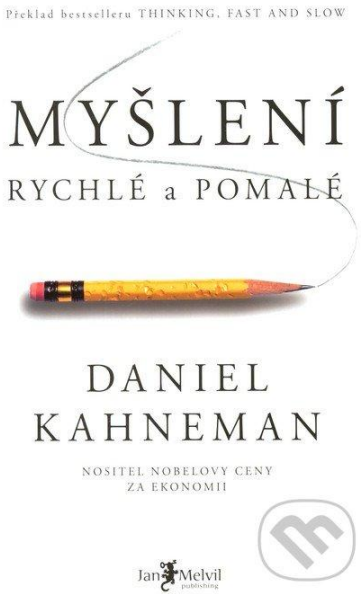
Path Length in Interactions	Conversions	Conversion Value	Percentage of total (Conversions / Conversion Value)
1	392	€69,743.60	26.94% / 27.10%
2	246	€41,902.10	16.91% / 16.28%
3	190	€36,604.04	13.06% / 14.22%
4	123	€22,140.56	8.45% / 8.60%
5	95	€16,491.76	6.53% / 6.41%
6	65	€9,225.29	4.47% / 3.58%
7	45	€6,587.47	3.09% / 2.56%
8	54	€9,871.27	3.71% / 3.84%
9	33	€5,256.85	2.27% / 2.04%
10	24	€4,354.90	1.65% / 1.69%
11	27	€4,884.55	1.86% / 1.90%
12+	161	€30,293.20	11.07% / 11.77%

Počet interakcií

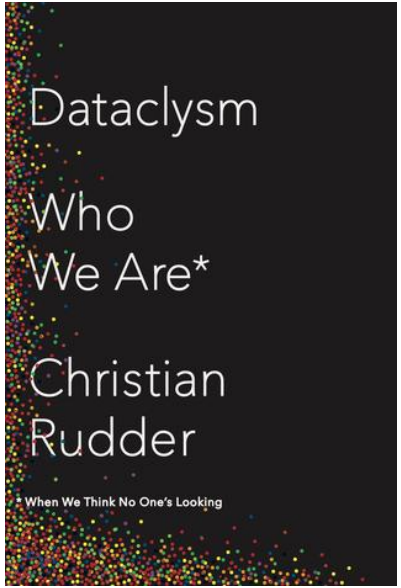
Počet a hodnota konverzií

Ako sa zlepšiť v analytike?

Knihy


Překlad bestselleru THINKING, FAST AND SLOW
MYŠLENÍ
RYCHLÉ a POMALÉ
DANIEL
KAHNEMAN
NOSITEL NOBELOVY CENY
ZA EKONOMII
Jan Melvil
publishing

Avinash Kaushik
Určeno marketérům, manažerům, analytikům, webmasterům i webdesignérům
WEBOVÁ ANALYTIKA 2.0
Kompletní průvodce analýzami návštěvnosti
Zvyšte úspěšnost webu díky revolučním analytickým metodám
Konkrétní doporučení a postupy vyhodnocování návštěvnosti
Měření kampaní ve vyhledávačích i sociálních sítích
CD obsahuje videa, podcasty, cenné prezentace, šablony a modely
WILEY
PRESS


Dataclysm
Who We Are*
Christian Rudder
When We Think No One's Looking

Knihy

a woman's age vs. the age of the men who look best to her

20	23
21	23
22	24
23	25
24	25
25	26
26	27
27	28
28	29
29	29
30	30
31	31
32	31
33	32
34	32
35	34
36	35
37	36
38	37
39	38
40	38
41	38
42	39
43	39
44	39
45	40
46	38
47	39
48	40
49	45
50	46

a man's age vs. the age of the women who look best to him

20	20
21	20
22	21
23	21
24	21
25	21
26	22
27	21
28	20
29	20
30	20
31	20
32	20
33	20
34	20
35	20
36	20
37	22
38	20
39	20
40	21
41	21
42	20
43	23
44	21
45	24
46	20
47	20
48	23
49	20
50	22

Facebook

Webová analytika
Closed Group
Discussion
Members
Events
Photos
Files
Search this group
Shortcuts
Visibadminton
Visifutbal
VISIBILITY s.r.o (unoffic...
Davinci software
Ekovír
Joined
Notifications
Share
Write Post
Add Photo/Video
Live Video
More
Write something...
Photo/Video
Poll
Feeling/Activ...
ADD MEMBERS
Enter name or email address...
MEMBERS
3,029 Members
SUGGESTED MEMBERS
Hide

Digitálna garáž

Google Digitálna garáž

Digitalna Garáž | Knižnica tém | Certifikát | Partneri | Viac

PRIHLÁSIŤ SA | ZAČAŤ S UČENÍM

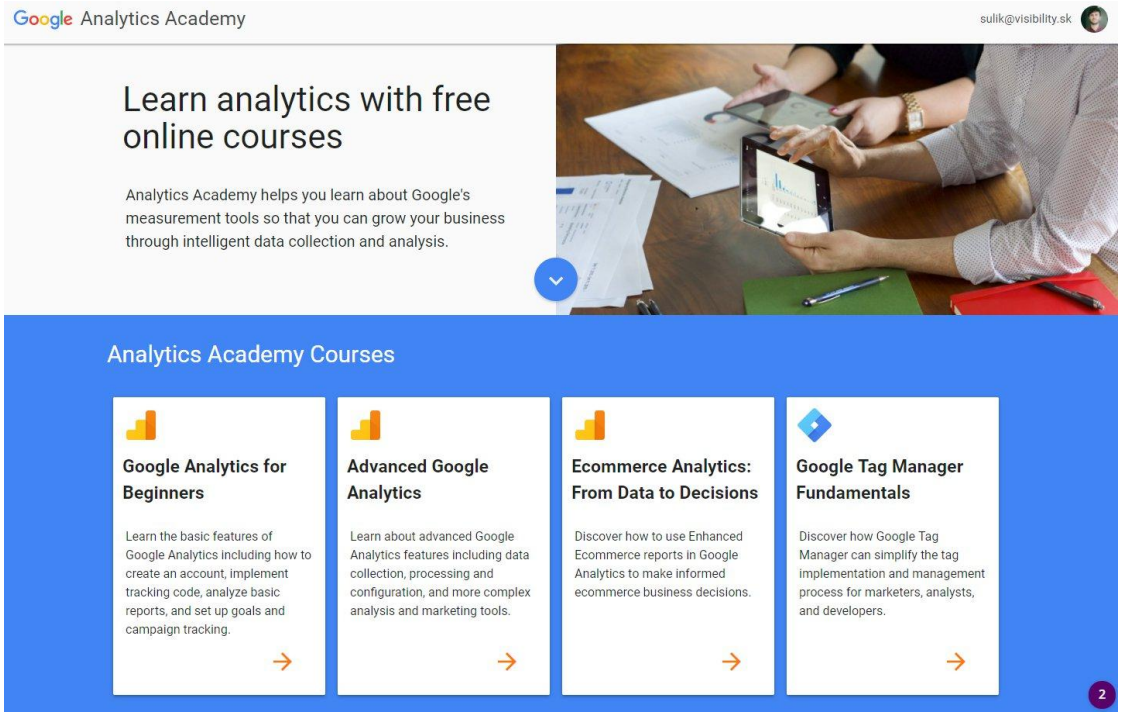
Získaj nové zručnosti pre digitálnu dobu

Rozvíjaj svoju kariéru alebo podnikanie pomocou interaktívnych kurzov, ktoré posilnia nielen tvoje znalosti, ale aj tvoju sebadôveru a pomôžu ti uspieť.

- Objav nástroje, ktoré pomôžu tvojmu projektu rásť.
- Zlepši sa v pracovných pohovoroch.
- Priprav sa na kariéru, ktorá ťa bude napĺňať

ZAČNI TERAZ

Analytics Academy



Certifikát

Google Analytics

Analytics Certification

MAREK ŠULIK

is hereby awarded this certificate of achievement for the successful completion of the Google Analytics certification exam.

CERTIFIED

VALID UNTIL
30 June 2018

Google

Google Demo účet

Google

google demo account

Všetko | Obrázky | Správy | Videá | Mapy | Viac | Nastavenia | Nástr

Približný počet výsledkov: 232 000 000 (0,44 sekúnd)

Demo účet - Analytics Pomocník - Google Support
https://support.google.com/analytics/answer/6367342?hl=sk
Experimentujte s údajmi z obchodu **Google** Merchandise Store.**Demo** účet **Google** Analytics predstavuje plne funkčný účet **Google** Analytics, do ktorého môže ...
Prístup do demo účtu · Pôvod údajov · Spôsoby použitia demo účtu

Prístup do demo účtu

Na prístup do demo účtu kliknite na odkaz *OTVORIŤ DEMO ÚČET* na konci tejto časti. Po kliknutí na tento odkaz:

- Ak už máte účet Google, vyzveme vás na prihlásenie do tohto účtu.
- Ak nemáte účet Google, vyzveme vás na vytvorenie účtu a následné prihlásenie.

Kliknutím na odkaz *OTVORIŤ DEMO ÚČET* nižšie súhlasíte s tým, že Google vykoná jednu z týchto dvoch akcií týkajúcich sa vášho účtu Google:

- Ak už máte účet Google Analytics, tento demo účet pridáme do vášho účtu Analytics.
- Ak nemáte účet Google Analytics, účet vám vytvoríme a prepojíme ho s vaším účtom Google. Demo účet následne pridáme do vášho nového účtu Analytics.

Demo účet je dostupný na karte *Domov* v službe Analytics.

Demo účet sa započítava do maximálneho počtu účtov Analytics, ktoré môžete vytvoriť pod jedným účtom Google. Maximálny počet účtov pre Google Analytics Standard je v súčasnosti 100 účtov Analytics na účet Google.

Demo účet môžete kedykoľvek odstrániť.

OTVORIŤ DEMO ÚČET

Máte na mňa otázky?

Vďaka za pozornosť! :)