



# Mi az a Google Analytics (GA) és mire jó?

Készítette: NIBADA Kft.

2020. 10. 30.

# Az adat: a sikeres online jelenlét elengedhetetlen feltétele

## Webanalitika

A webanalitika és adatelemzés abban segít a vállalkozásoknak, hogy figyelemmel kísérjék és számszerűsítsék a weboldaluk forgalmát.

Napjainkban ez elengedhetetlen feltétele egy sikeres online jelenlétnek.

Webanalitika alatt az internethasználat során keletkező adatok gyűjtését, mérését és jelentések készítését értik. (Wikipedia)



## Google Analytics

A Google Analytics (GA) az egyik legismertebb webanalitika céljára készült alkalmazás.

A GA ingyenes szolgáltatás, amely a weboldal látogatóiról készít és prezentál részletes statisztikákat.

Követő kódot kell elhelyezni ahhoz, hogy a GA tudja gyűjteni és feldolgozni a forgalmi adatokat.

A szolgáltatás az angol mellett még jó néhány nyelven hozzáférhető. 2007 végétől már magyarul is használható a program.

# Az Analytics használatának kezdő lépései

Az alapvető adatok gyűjtésének megkezdése egy webhelyről – Google Analytics Súgó segítségével:

1. Látogasson el a [google.com/analytics](https://google.com/analytics) weboldalra, majd :
  - Fiók létrehozásához kattintson a Start for free lehetőségre vagy
  - A fiókba való bejelentkezéshez kattintson a Sign in to Analytics lehetőségre.
2. Állítson be egy tulajdont az Analytics-fiókban.  
A tulajdon képviseli az Ön webhelyét vagy alkalmazását, és a tulajdon a webhellyel vagy alkalmazással kapcsolatos adatok gyűjtőpontja az Analytics szolgáltatásban.
3. Állítson be egy jelentésnézetet a tulajdonságban. A nézetek használatával megszűrve tekinthetők meg az adatok – például megtekinthető az összes adat a cég belső IP-címeinek kivételével, vagy éppen megtekinthető egy adott értékesítési régióhoz tartozó összes adat.
4. Az utasításokat követve helyezze el a követőkódot a webhelyen, mivel a követőkód használatával fogja tudni összegyűjteni az adatokat az Analytics-tulajdonban.

**Tipp:** További hasznos info: [https://support.google.com/analytics/answer/1008015?hl=hu&ref\\_topic=3544906](https://support.google.com/analytics/answer/1008015?hl=hu&ref_topic=3544906)

# Mire jó a Google Analytics?

1. Legismertebb funkciója a látogatottság mérése. Ezzel a funkcióval képet kapunk az oldal látogatóinak összetételéről (demográfia, eszközhasználat, lokáció stb)
2. Az oldal látogatottsági adatok – ki / mit / hogyan / honnan és mennyi ideig néznek– rávilágít a honlap gyenge pontjaira
3. Megmutatja az oldal betöltési sebességet.
4. Az oldalon töltött idő és az átkattintási mutatók segítenek és ötletet adnak egy jobb tartalom fejlesztéshez
5. Minden futó marketing kampánnyal kapcsolatos ráfordítási és megtérülési adat elérhető a, ezáltal nemcsak a futó kampányok optimalizálhatóak, de fontos támpont a jövőbeni kampányok költségtervezéséhez is.
6. Hasznos megnézni a vásárlási folyamat minden lépését, melyik oldalon és mennyi időt töltenek a vásárlás előtt valamint melyik fizetési módot választják a vásárláshoz.
7. A konverzió jól követhető, csatorna specifikusan is.
8. Visszafordulási arány (bounce rate) – megmutatja a honlap gyenge pontját.
9. Az adatok letölthetőek további feldolgozásra.

**Tipp:** Az Online térben lévő szakkifejezések rövid magyarázata megtalálható a *Bevezető, alapfogalmak* tananyagban

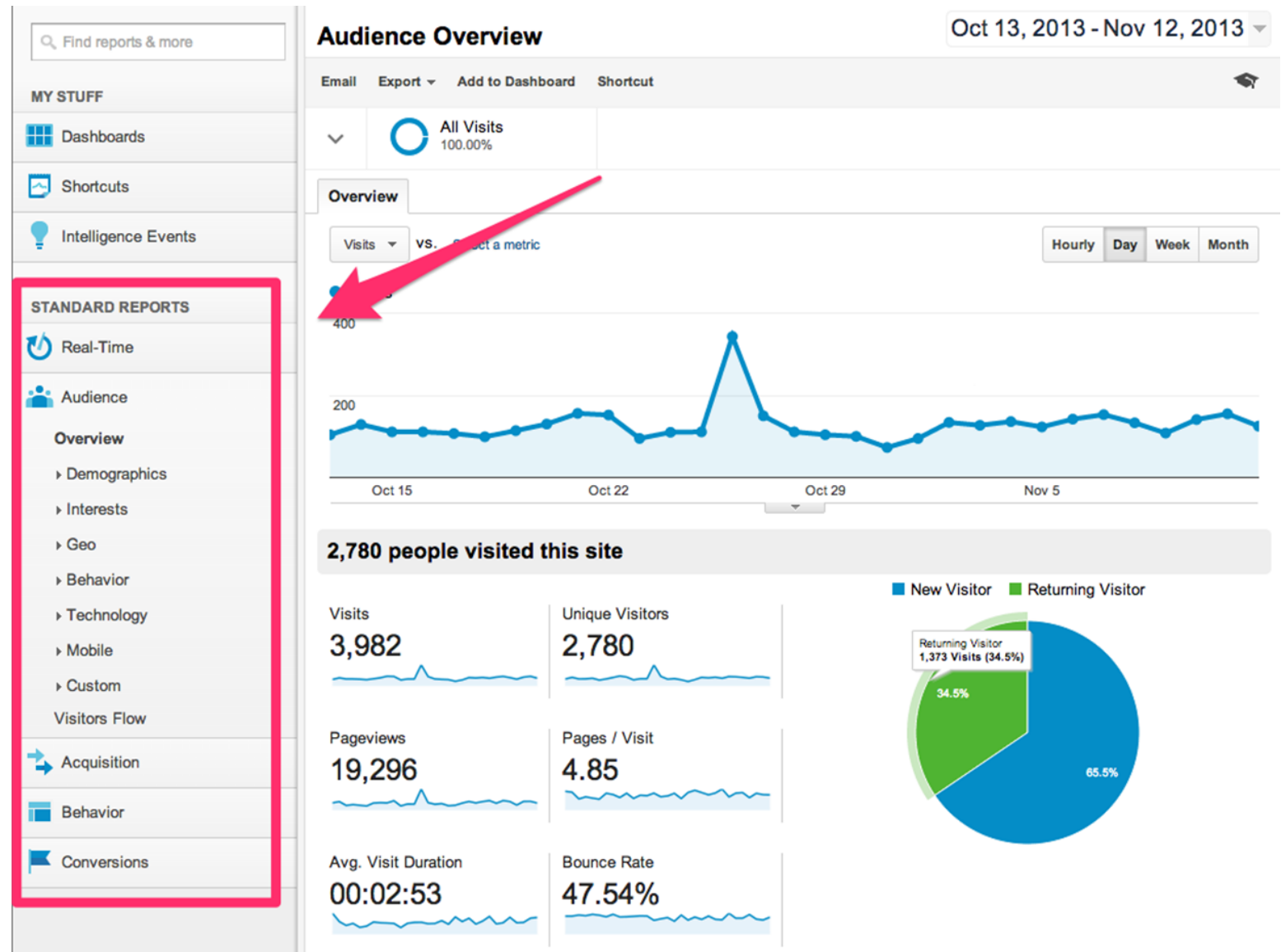
# A Google Analytics riport rendszere

Igen sok szempont alapján szűrhetünk az adatokra és nézhetünk riportokat.

A riport 2 részből áll: dimenziókból és mutatókból

Standard Riportok a következő kategóriákra léteznek:

1. Valós idejű (Real time)
2. Látogatói felület - (Audience)
3. Ügyfélszerzés (Acquisition)
4. Viselkedési szűrőfeltételek
5. Konverziók mélyebb elemzés adatai



# Dimenziók (dimensions) és mutatók (metrics)

## Dimenzió:

az adat tulajdonsága (pl. látogatás forrása, területet stb.)

Az ország specifikus adatok

Dimenziók a mellékelt ábrában

## Mutató:

Látogatások

Oldalmegtekintések

Látogatás időtartama

Visszafordulási ráta ...

Country	Acquisition			Behavior			Conversions	
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Transactions	Revenue
	19,473 % of Total: 100.00% (19,473)	19,296 % of Total: 100.10% (19,277)	23,273 % of Total: 100.00% (23,273)	49.65% Avg for View: 49.65% (0.00%)	3.46 Avg for View: 3.46 (0.00%)	00:02:01 Avg for View: 00:02:01 (0.00%)	150 % of Total: 100.00% (150)	AS\$
1. Australia	15,598 (0.81%)	15,598 (0.81%)	23,273 (100.00%)	49.65%	3.46	00:02:01	147 (98.00%)	AS\$14
2. United States	147 (0.76%)	147 (0.76%)	147 (0.63%)	58.90%	2.76	00:02:02	0 (0.00%)	A
3. India	136 (0.70%)	135 (0.70%)	146 (0.63%)	35.22%	6.46	00:04:49	2 (1.33%)	AS
4. United Kingdom	92 (0.47%)	92 (0.48%)	93 (0.40%)	92.47%	1.17	00:00:19	0 (0.00%)	A
5. New Zealand	83 (0.43%)	84 (0.44%)	106 (0.46%)	63.21%	2.31	00:02:58	0 (0.00%)	A
6. Hong Kong	70 (0.36%)	67 (0.35%)	75 (0.32%)	77.33%	1.63	00:00:26	0 (0.00%)	AS
7. Saudi Arabia	62 (0.32%)	62 (0.32%)	62 (0.27%)	91.94%	1.11	00:00:25	0 (0.00%)	AS0
8. Canada	53 (0.27%)	51 (0.26%)	71 (0.31%)	77.46%	2.11	00:02:18	0 (0.00%)	AS0.00 (0.00%)

**Tipp:** A mutatókról részletesen a *Weboldal látogatottság - Kik a látogatóim és mit csinálnak az oldalamon?* című tananyagunkban olvashat.

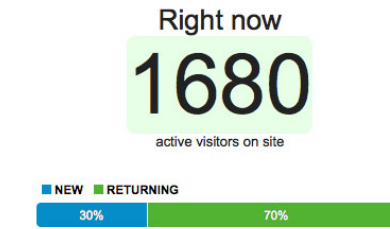
# A Google Analytics Valós idejű felület

Az egyik leghasznosabb és legizgalmasabb funkció a valós idejű mérés.

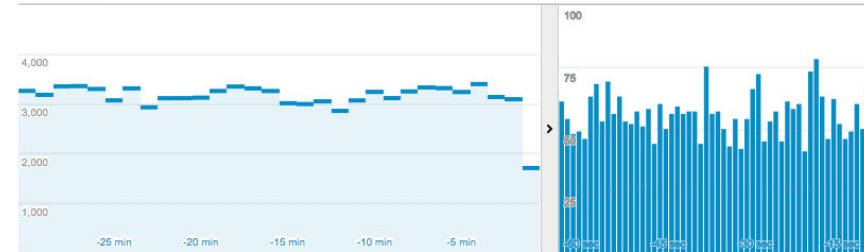
Itt lényegében másodperces pontossággal lehet látni valahányszor új látogató érkezik a weboldalra.

Nyomon követhető továbbá az érkezési csatorna, a lokációt és az oldalon töltött aktivitást.

## Overview



## Pageviews



## Top Referrals:

	Source	Active Visitors ↓
1.	gizmodo.com	67
2.	pcworld.com	27
3.	engadget.com	16
4.	twitter.com	8
5.	techcrunch.com	7
6.	crunchgear.com	7
7.	cnn.com	7
8.	nytimes.com	4
9.	slashgear.com	4
10.	linkedin.com	3

## Top Active Pages:

	Active Page	Active Visitors	
1.	/support.html	1,064	63.33%
2.	/home.html	110	6.55%
3.	/shopping.html	99	5.89%
4.	/cart.html	65	3.87%
5.	/aboutus.html	45	2.68%
6.	/checkout.html	32	1.90%
7.	/login.html	22	1.31%
8.	/blog.html	13	0.77%
9.	/videos.html	10	0.60%
10.	/returnpolicy.html	8	0.48%

## Top Keywords:

	Keyword	Active Visitors ↓
1.	computer specs	115
2.	computer blog	67
3.	computer comparisons	14
4.	review of palm pre 3	6
5.	iphone palm3 galaxy	4

## Top Locations:

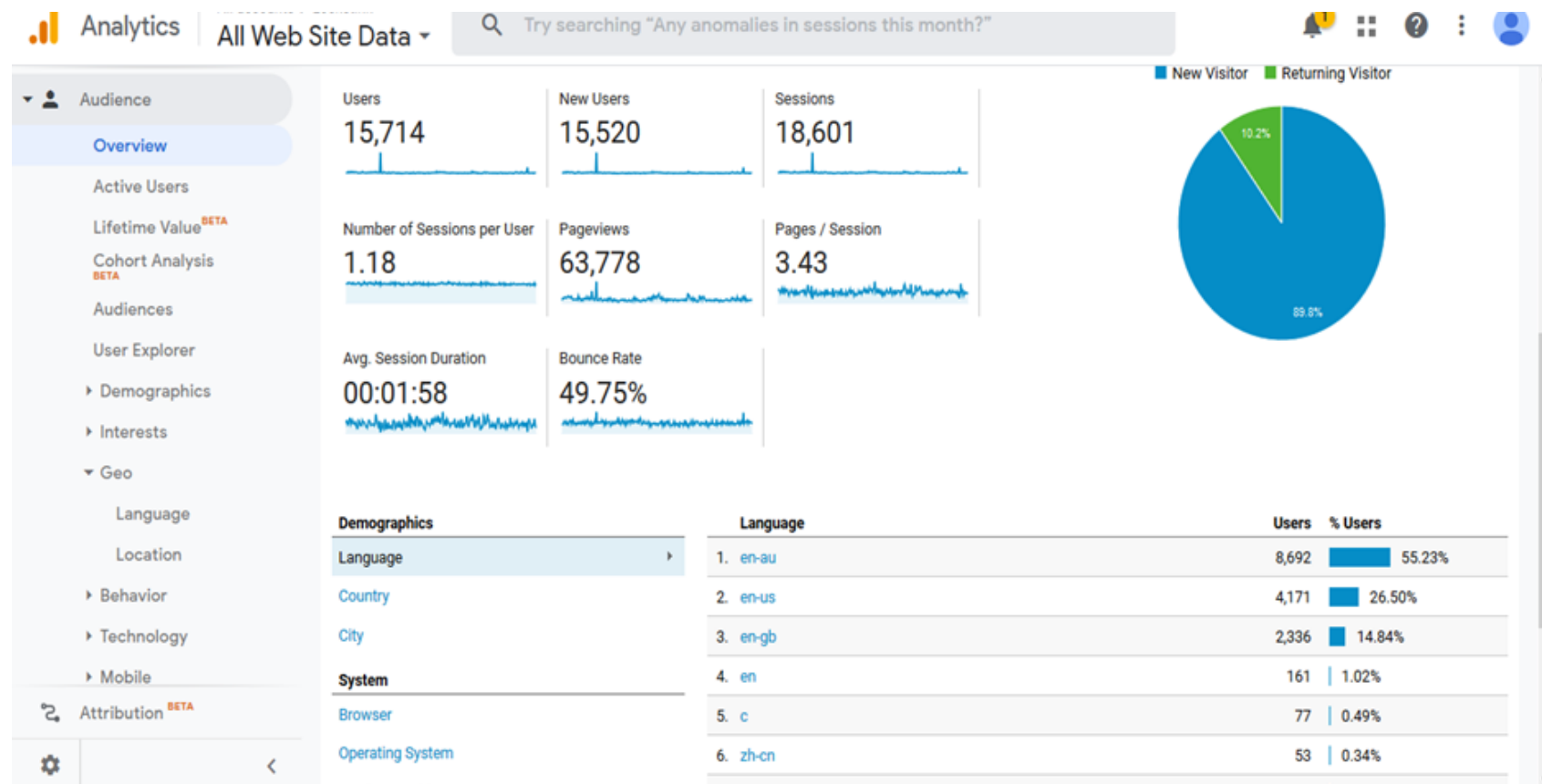


Image: cardinalpath.com

# A Google Analytics Látogatói felülete - (Audience)

Ezen a felületen is további szűrési feltételeket lehet beállítani többek között:

- Demográfiára
- Földrajzi elhelyezkedésre
- Média eszköz milyenségére
- Mobil eszköz típusára



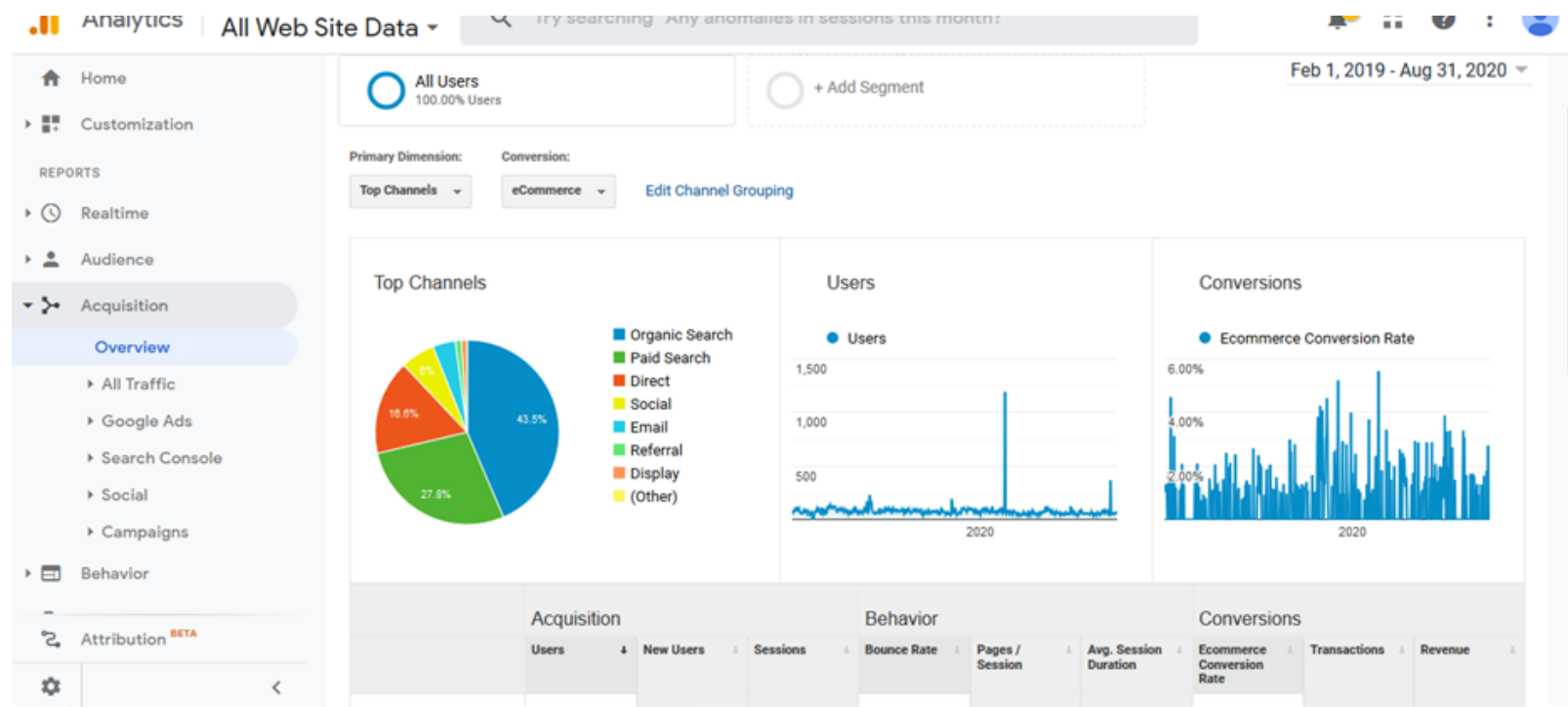


# A Google Analytics Ügyfélszerzési felület (Acquisition)

Az ügyfélszerzés szegmens talán egyik legfontosabb felület, érdemes napi szinten követni.

Az áttekintés jelentésben látható, hogy milyen csatornán keresztül érkeznek a látogatások, valamint további szűrési feltételeket lehet beállítani többek között:

- A látogatók weboldalra érkezési csatornáin alapján
- Fizetett Google Hirdetésre (PPC – Google Ads)
- Közösségi média csatornákra
- Különböző kampányokra

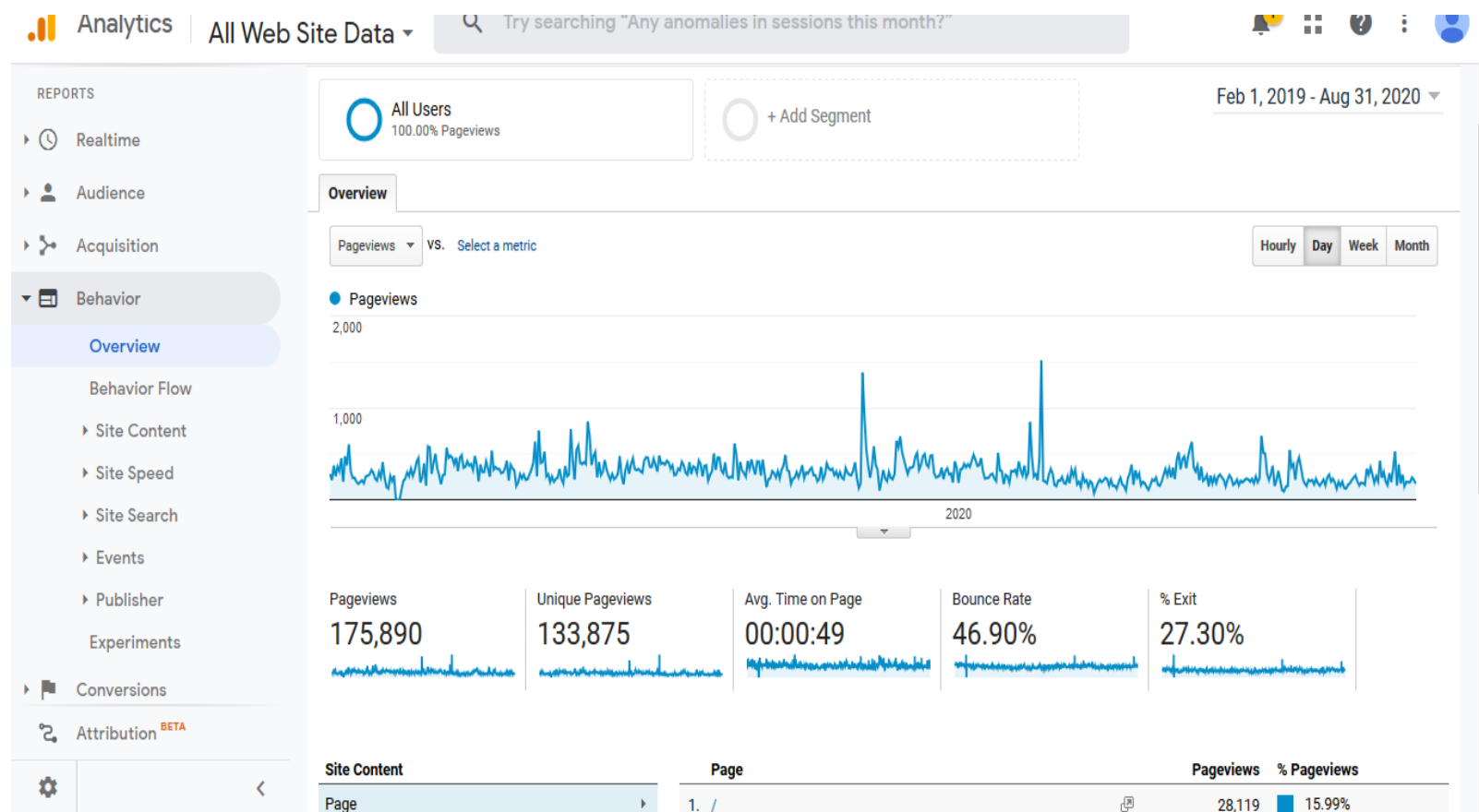


**Tipp:** A website-ra érkező forgalom csatorna alapú bontásáról részletesen a Csatornák című tananyagunkban olvashat.

# A Google Analytics Viselkedési felülete

A Viselkedési szegmensben azt látjuk, hogy mit is csinálnak a megérkezés után a weboldal látogatók.

Itt érdemes az idő ablakot (jobb felső sarokban) szélesebbre nyitni, mert így válik láthatóvá, hogy növekedett vagy csökkent a forgalom az elmúlt időszakban.



**Tipp:** Látogatottságról részletesen a *Weboldal látogatottság - Kik a látogatóim és mit csinálnak az oldalamon?* című tananyagunkban olvashat.

# A Google Analytics Akvizíciós felület

Az online marketing célja, a weboldal látogatóját rávenni üzleti céljaid elérésére. Üzleti cél lehet pl. a feliratkozás, vásárlás, ajánlatkérés vagy letöltés indítása.

Ehhez a GA Akvizíciós felülete nyújt professzionális támogatást.

Első lépésként rögzítened kell a GA Akvizíciós felületen, hogy milyen felhasználói műveletek számítanak célteljesülésnek webhelyeden.

Ezt követően, az Analytics képes nyomon követni és számolni, hogy hányszor teljesülnek a céljaid.

A weboldal működésének, marketing aktivitás sikerességének mérését széleskörű riport-rendszer támogatja.

Az 5 alap mutatóról, ami az oldal látogatóiról szól a „Kik a látogatóim” c. anyagban olvashat részletesen.

A weboldal 7 médium csatornájáról és ezek ismertetéséről „A Csatornák” c tananyagban olvashat további részleteke.

Webáruházak esetén ez talán a legfontosabb oldal, felbecsülhetetlen információk gyűjteménye:

- megmutatja melyik termékből fogyott a legtöbb,
- időszakos adatsorok lekérdezhető,
- csatorna specifikus konverziók, valamint
- árazási akciók hatékonysága követhető

Az adatok gyűjtéséhez és megtekintéséhez be kell állítani az elektronikus kereskedelem követését a weboldalon.



**Köszönöm a figyelmet**