



Traffic sources

Csatornák – azaz a website forgalom forrásai

Készítette: NIBADA Kft.
2020. 10. 30.

Miért kell a weboldal csatorna alapú látogatottságát mérni?

- A kereskedelmi számok tükrében érdemes tudnunk, honnan jön a forgalom a weboldalunkra.
- A Google Analytics statisztikából kapott adatok alapján következtetni tudunk honlapunk eredményességére.
- Mivel a weboldal egy bevételt termelő, értékesítési csatorna, így a hatékonyságát és a weboldal látogatottság mutatószámainak mérése szinte kötelező üzleti sikereink eléréséhez.
- A mért adatok alapján javíthatjuk online jelenlétünket.

Tipp: Egyéb Google Analytics riportokról a *Mi a Google Analytics és mire jó?* tananyagban olvashat

Weboldal forgalommal kapcsolatos kérdések

Felmerülő kérdések

Milyen internetes csatornáról érkeznek a látogatók?

Mekkora a különféle keresőkből érkezők aránya?

Fizetett hirdetések működnek?

Melyik oldalt nézik a weboldalon webforgalmi csatorna alapján?

Website forgalom 4 platformról érkezet:

1. Keresők (organikus v fizetett)

2. Más weboldalokról átkattintás

3. Közösségi média

4. Email



A Google Analytics mind a weboldalra érkező forgalommal, mind az oldal látogatottságával kapcsolatos kérdésekre részletes és számszerű választ ad. Ezen felül minden csatorna specifikus a látogatottsággal összefüggő adat is megtekinthető.

Egy weboldalnak 7 médium csatornából származik látogatója:

		Acquisition			Behavior	
		Users ↓	New Users ↓	Sessions ↓	Bounce Rate ↓	Pages / Session
		2,258	2,188	2,720	46.91%	3.62
1	Organic Search	905			41.42%	
2	Paid Search	734			43.60%	
3	Direct	419			65.72%	
4	Email	159			48.45%	
5	Social	101			38.26%	
6	Referral	20			42.31%	
7	(Other)	1			100.00%	

To see all 7 Channels click [here](#).

1. Keresőszavak (organikus)
2. Fizetett hirdetések (Paid search)
3. Direkt (weboldal címének beírása a keresőbe)
4. Email marketing (saját adatbázisra kiküldött elektronikus hírlevelek)
5. Közösségi média (social)
6. Hivatkozás (Referral - Nem közösségi hálózatokhoz tartozó webhelyekről érkező forgalom)
7. Egyéb (nem áll rendelkezésre forrás megjelölése)

Tipp: Egyéb Google Analytics riportokról a *Mi a Google Analytics és pontosan mire jó?* tananyagban olvashat

Az organikus csatorna / organikus keresési eredmények

A keresőben (mint pl. Google) – keresőszó alapján - kapott találati oldalakon (SERP-en, vagyis a Search Engine Ranking Page) azt szeretnénk, ha minél jobb láthatóságunk lenne, minél jobb pozícióban helyezkedjen el a weboldalunk tartalma. Organikus forgalomért nem kell fizetnie a weboldal tulajdonosának.

A nem fizetett keresésből eredő forgalom (SEO – keresőoptimalizáció) jelenik meg ebben a kategóriában. Az itt látható szám mutatja a kereső szóra feljött organikus listára való rákattintásból származó website látogatások számát.

The image shows a Google search results page for the keyword 'szálláshelyek'. The search bar at the top right contains the text 'Keresőszó/Keyword: szálláshelyek'. The search results are displayed in a list format. A red bracket on the left side of the page groups the first three search results, which are labeled 'SEA Search Engine Advertising / Keresőhirdetés'. A green bracket on the left side groups the remaining search results, which are labeled 'SEO Search Engine Optimization / Keresőoptimalizáció'. On the right side of the page, there are two labels: 'SEM Search Engine Marketing / Keresőmarketing' in blue and 'SEO Search Engine Optimization / Keresőoptimalizáció' in green. The search results include various listings for hotels, apartments, and travel agencies, with details such as location, price, and amenities.

A fizetett hirdetési csatorna / fizetett keresési eredmények

Keresőhirdetés (Fizetett keresőmotor):

- A keresőben (mint pl. Google) – keresőszó alapján – kapott találati oldalakon a keresőhirdetésekkkel a fizetett találatok között jelenhet meg a hirdetésünk (Paid Ads), melyek általában a természetes találatok felett vagy mellett helyezkednek el a találati oldalon.
- Ezek a hirdetések leggyakrabban PPC (Pay Per Click), azaz kattintás alapúak.
- Google Analytics-ben az itt látható szám mutatja a fizetett hirdetésből származó website látogatások számát.

The screenshot shows a Google search for 'dentist' in Plano, TX. The search results are displayed in a list format. The top result is a paid advertisement for 'Find a Local Dentist | 1800dentist.com'. Below it are organic search results for 'Dentist Office in Dallas | Dentist Office in Dallas', 'Dentist Office in Plano | PlansDentist.com', and 'Dentist Office in Dallas | Dentist Office in Dallas'. A red circle highlights the first paid advertisement. Another red circle highlights the second organic search result. A third red circle highlights the third organic search result. A fourth red circle highlights the fourth organic search result. Red arrows point to the 'Paid Ads' label and the first paid advertisement. A red circle highlights the first paid advertisement. Another red circle highlights the second organic search result. A third red circle highlights the third organic search result. A fourth red circle highlights the fourth organic search result.

Kép forrás: amg group



A direkt csatorna (a weboldal címének beírása alapján érkező forgalom)

Olyan munkamenetek, amelyeknél a felhasználó beírta a böngészőbe a webhely URL-jét, vagy amelyeknél a látogató könyvjelző használatával érkezett a webhelyre.

Emellett azokat a forgalmakat is ebbe a kategóriába sorolja az analitika, amelyek egy HTTPS oldalról HTTP oldalra érkeznek és az adatbiztonság megőrzése érdekében a forgalom forrása nem kerül átadásra.

Email csatorna

Email látogatók: saját adatbázisra kiküldött marketing anyagokból érkező látogatók.

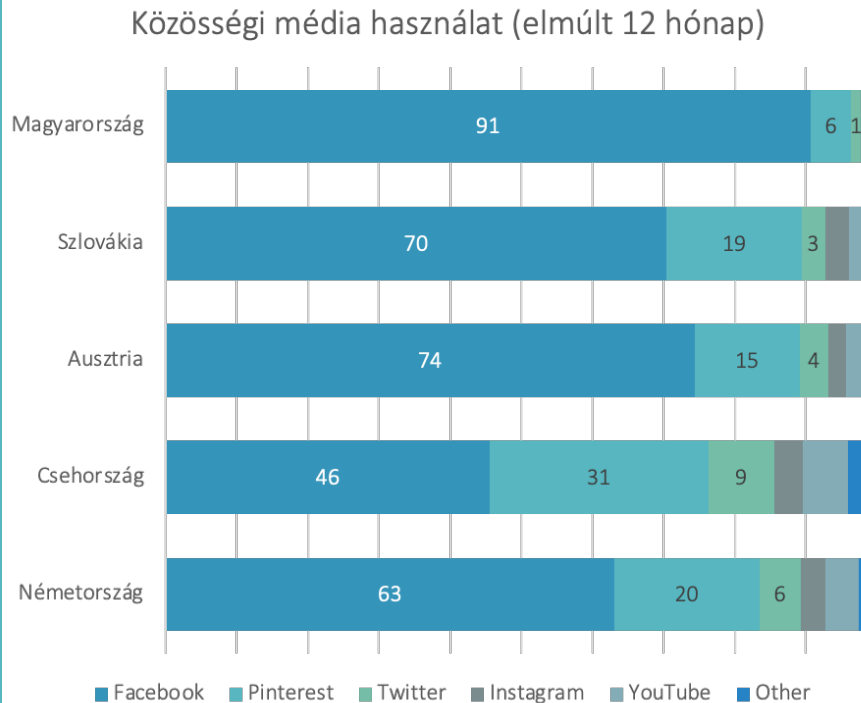
Általánosságban elmondható, hogy az adatbázisba feliratkozottaknak sokkal könnyebb értékesíteni, így sokkal jobb a konverziós ráta erre a csatornára.

Az email marketing lényege az, hogy a GDPR előírásait megtartva először megszerzed a felhasználók adatait, majd személyre szabott üzenetekkel újra és újra vásárlásra, és egyéb más interakciókra bírd őket.

Az email marketing óriási előnye, hogy az adatbázis szegmentálható, mérhető, és skálázható.

Közösségi média csatornák

- Közösségi média / Social média oldalakon elhelyezett aktivitások linkjei találhatóak itt összesítve illetve média típusonként.
- A különböző média csatornák külön filter segítségével jeleníthetők meg mint pl. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest stb.



Forrás: GlobalStats <https://gs.statcounter.com/social-media-stats>

- Fontos szem előtt tartanunk, hogy az egyes közösségi média felületek használata minden egyes országban, sőt korosztályonként is eltérő lehet.
- A statisztikák is egyértelműen mutatják, hogy több közösségi média felületet érdemes és kell használnunk.

Tipp: Közösségi médiával a *Közösségi média megjelenési eszközök, tippek és tanácsok* valamint a *Social Media – kell ez nekem?* tananyagokban olvashat.



Köszönöm a figyelmet