

Základy online marketingu

SOVA
NET

*internetová
agentura*

Petr Mikšovič
CEO, SOVA NET, s.r.o.



Petr Mikšovič

- **CEO digitální agentury SOVA NET**
- **Téměř 20 let v IT a marketingu**
- **Absolvent:**
 - VUT technická kybernetika
 - Biomedicínské inženýrství
 - iCollege - 2015
- **Inoutic, YTONG, IZOL-PLASTIK, SA, AHORN, ..**
- **1 žena, 2 kapely, 3 děti, 4 firmy 😊**

Představení

- Firma a její zaměření
- Vaše pozice
- Vaše očekávání
- Cíle firemního marketingu
- A nějakou zajímavost o sobě 😊

Jak funguje web

Jak funguje web

- **Doména** xxx.cz, .com
- Správce domén CZ NIC www.nic.cz
- **Web hosting** – prostor pro umístění obsahu webu
- **DNS** – domain name server – *IP* adresa s obsahem vašeho webu
- **HTML** – značkovací jazyk stránek
- **Internetový prohlížeč** – Chrome, Mozilla, Internet Explorer

Jak funguje DNS



WHAT IS DNS?

When you type a www address into your browser, the DNS directs you to the correct location on the internet. This is perhaps best compared with the GPS navigator you use to find your way when you're travelling by car.



1. You type in the www address you would like to visit, for instance `www.example.dk`



2. The DNS initially directs you to the .dk zone where all .dk addresses are located

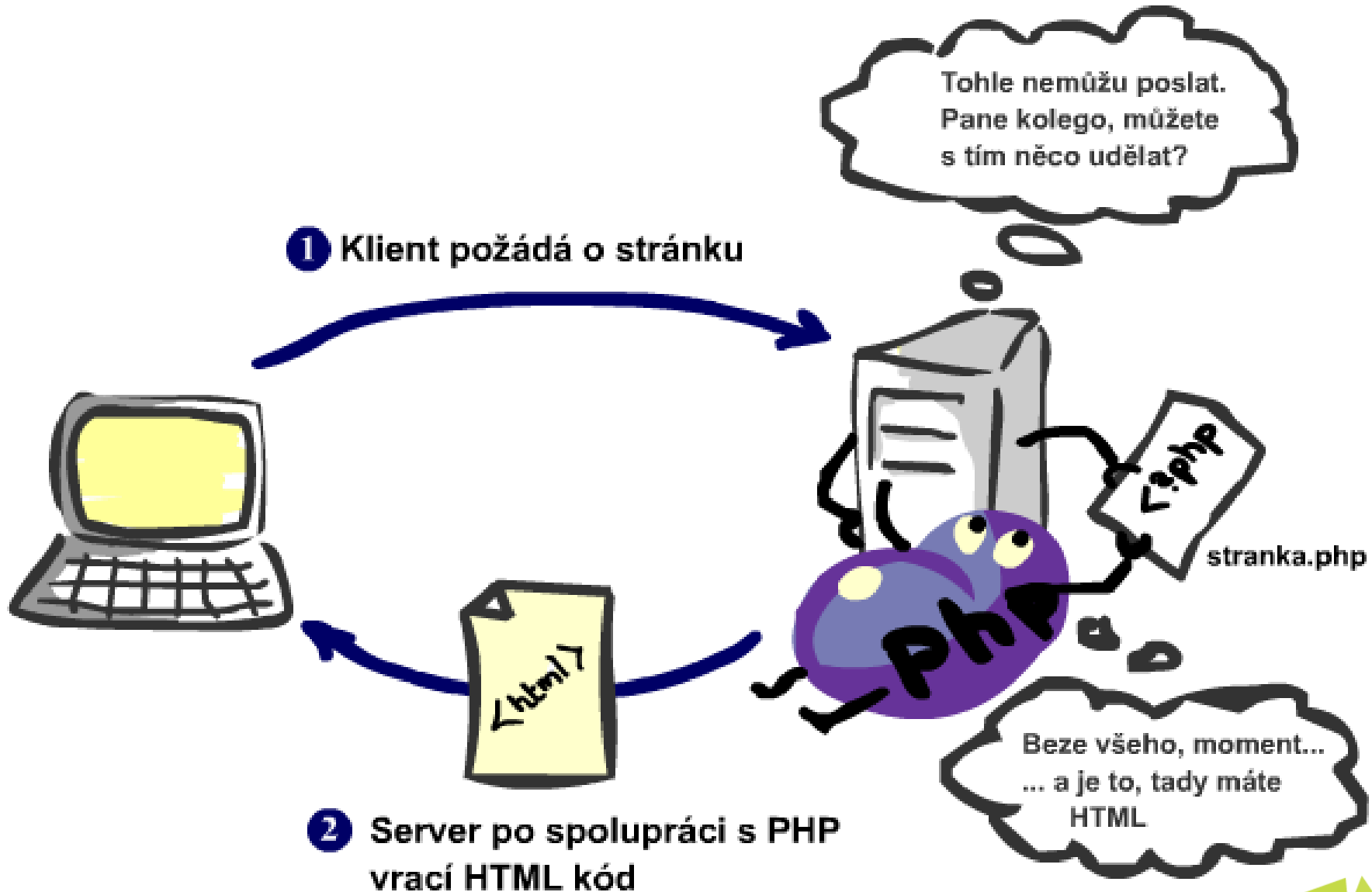


3. The DNS then gives your computer the location of `www.example.dk` in the .dk zone



4. You arrive at the address.

Dynamický web



Správa obsahu webu

- **CMS** – content management system
- Free CMS – Wordpress, Joomla, Drupal, Prestashop, Shoptet, WebNode
- Umožňuje uživatelsky měnit obsah vaší stránky – texty, struktura, obrázky, atp.

Vyhledávače

The Google logo is centered on a white rectangular background. It consists of the word "Google" in its characteristic multi-colored font: the first 'G' is blue, the first 'o' is red, the second 'o' is yellow, the 'g' is blue, the 'l' is green, and the 'e' is red.

Top 5 konkurentů?

Yandex

NAVER

 Bing

YAHOO!

Bai  du 百度

 SEZNAM.CZ

Princip fungování

- Sběr stránek (crawler)
- Analýza a indexování
- Zařazení do vyhledávacího indexu
- Nalezení odpovědi na dotaz
- Seřazení výsledků hledání
- Prezentace výsledků hledání

Trendy on-line

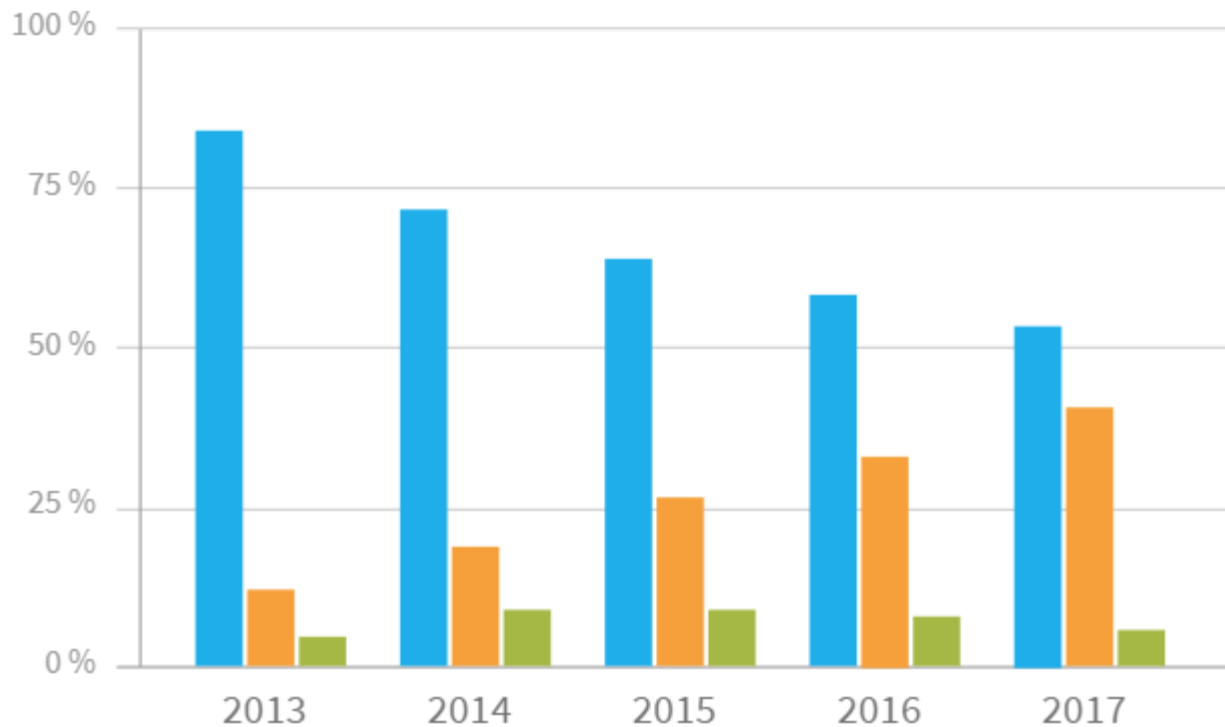
Dnes

- 76,5 % Čechů nad 16 let používá internet
- 55 % přistupuje na web z mobilu
- Na sociálních sítích je 93 % mladých ve věku 16-24 let
- u seniorů starších 64 let je to 5 %

Dnešní e-commerce

- 139 800 000 000 – obrat české e-commerce do konce roku (+18,5 %)
- 41 564 e-shopů v Česku
- 8 794 Kč – roční průměrná útrata na osobu na internetu
- Ženy nakupují na internetu častěji

Dnes – využívaná zařízení pro nákupy



53 %
Desktop



41 %
Mobil

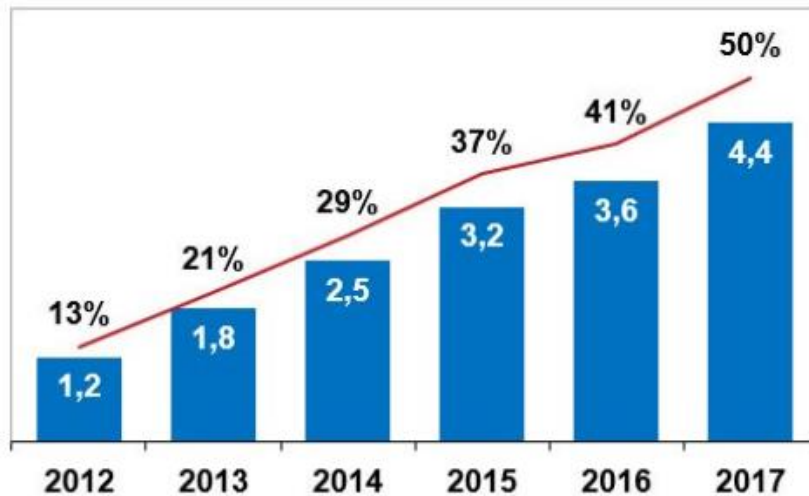


6 %
Tablet

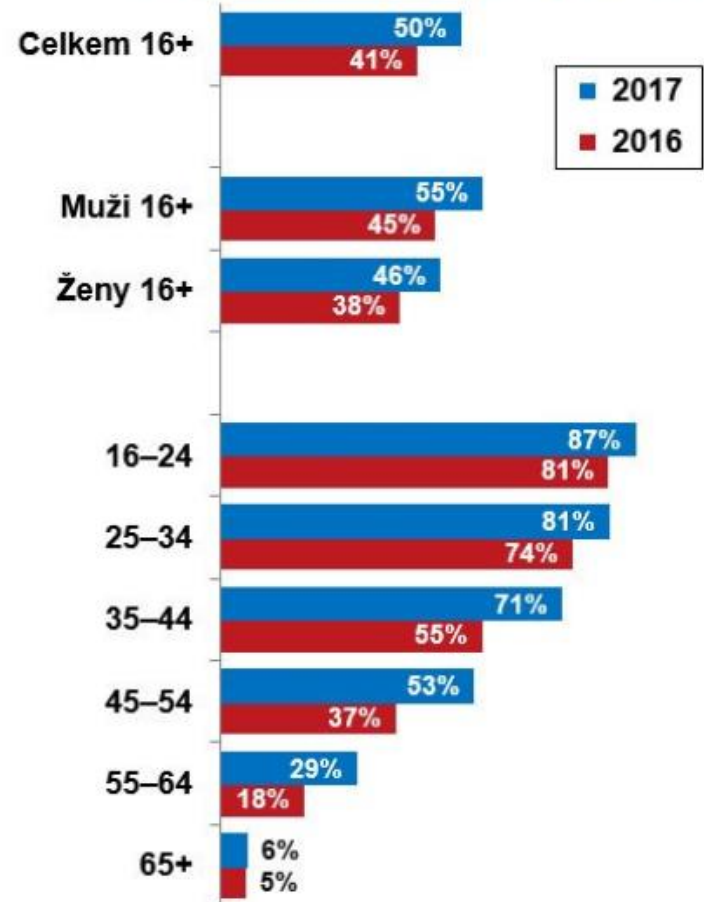
Dnes – internet na mobilním telefonu

Jednotlivci celkem ve věku 16 let a více

■ Miliony jednotlivců ve věku 16+
— % z jednotlivců ve věku 16+ celkem



Podle pohlaví a věku jednotlivců



SEO a linkbuilding

Co je SEO

= Search Engine Optimization

- Proces ovlivňování **viditelnosti** webu v neplacené části výsledků vyhledávače
- **Optimalizace** naležitelnosti
- Metody tvorby a úpravy webových stránek tak, aby jejich forma a obsah byly vhodné pro automatické zpracování v internetových prohlížečích

Cíle SEO

- **Přivádění relevantní návštěvnosti z vyhledávačů**
- Snížení míry odchodu ze stránek
- Snížení nákladů na zákaznickou podporu
- Zlepšení viditelnosti značky na internetu
- Zvýšení konverzního poměru, zisku

Hodnotící metriky SEO

- Přes 200 hodnotících faktorů

Na co se zaměřit:

- Adresovatelné a přístupné URL adresy
- **Práce s klíčovými slovy**
- **Externí odkazy** (autorita domény, síla brandu)
- Sociální signály (využívat sociální sítě)
- Uživatelská spokojenost
- CTR

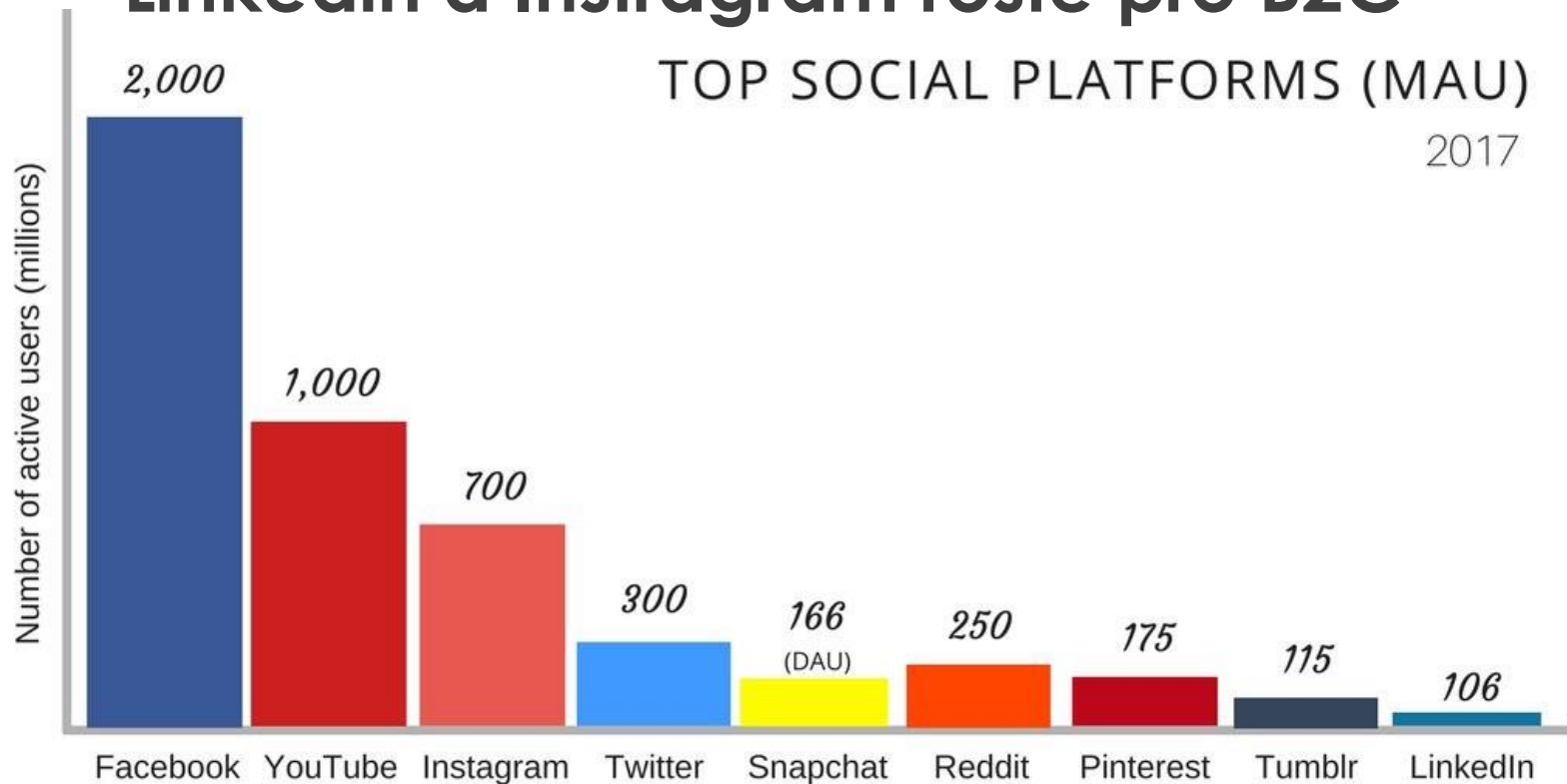
Linkbuilding

- Budování externích odkazů
- Kvalitními odkazy nabývá autorita domény, posilujeme brand
- Důležitá je relevance odkazů (téma webu, ze kterého je odkaz)

Sociální sítě

Sociální sítě

- Sociální sítě a co Twitter?
- LinkedIn a Instragram roste pro B2C



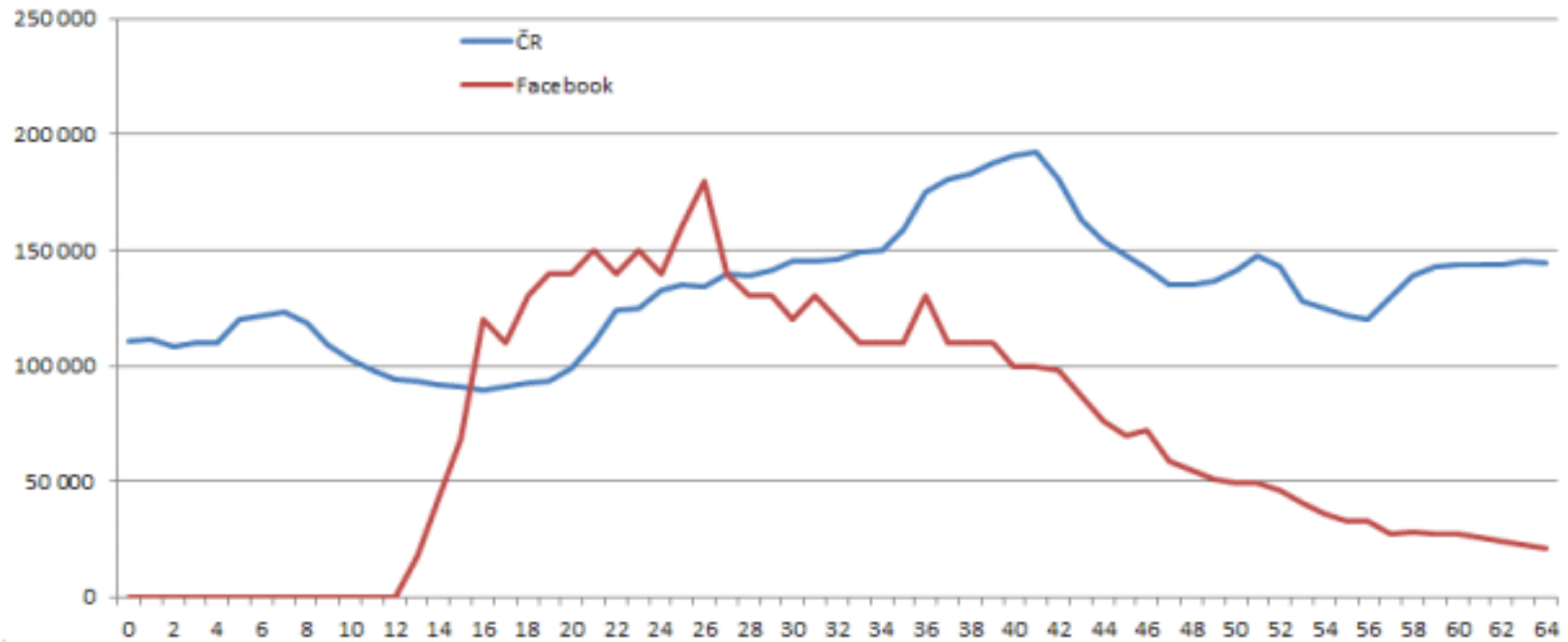
Přehled sociálních sítí

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

Facebook

- Je největší sociální síť na světě (další jsou čínské sociální sítě QQ a QZONE)
- Celosvětově má přes 1,6 mld. Uživatelů
- Facebook v ČR (Q1 2018)
 - Každý měsíc sleduje 5,2 mil. uživatelů
 - 77 % se přihlašuje každý den
 - 4,4 mil. uživatelů přes mobilní zařízení

Facebook v ČR



Celková populace a počty uživatelů Facebooku.

Správa firemního profilu

Přes **Business Manager**

= bezplatný nástroj pro správu přístupů k
Facebookovým stránkám, účtům pro reklamu
atd. na jednom místě

- Zde můžete nastavit, změnit nebo odebrat oprávnění svým pracovníkům nebo agentuře

Přehled sociálních sítí

Instagram

- Obrázková sociální síť, základem jsou fotky
- Je doménou lidí do 25 let (až 2/3 populace)



Twitter

- Rychlá komunikace, práce s influencery
- Textový příspěvek je dlouhý max. 280 znaků



Přehled sociálních sítí

LinkedIn



- Profesionální sociální síť
- Profesionálové v byznysu a vědy, odborníci ve svých oborech
- Využívané i mezi B2B klienty

Přehled sociálních sítí

Bezones



- Česká sociální síť pro komunikaci mezi firmami
- Jednoduchá komunikace s majiteli firem
- Sdílení nabídek, poptávek, referencí, zkušeností či dotazů pro lidi z oboru
- Nejlepší cílení pro B2B

Zásady komunikace

- Komunikovat jako člověk, ne jako stroj
>> sociální sítě jsou prostředek interakce
- Slušně neformální styl
- Na vše reagovat – pozitivní i negativní reakce
- Připravit si krizovou komunikaci

PPC kampaně

PPC reklama

- PPC (pay per click) = platba za proklik
- Vyhledávací síť (výsledky vyhledávání + partnerské weby) a obsahová síť (skupina webů, videí, aplikací, kde se mohou zobrazovat reklamy)
- Google AdWords, Seznam Sklik, Facebook Ads

Výhody a nevýhody

Proč chceme PPC reklamu

- Platí se za kliknutí na reklamu > za výsledky
- Široké možnosti cílení reklam
- Velká flexibilita (rychlé změny reklam, cílení, rozpočtů)
- Dobrá měřitelnost výsledků

Proč váháme

- Složitost efektivní správy PPC kampaní, náročnost na čas
- Přehlčení uživatelů online reklamou (AdBlock)
- Placená reklama (boj se SEO)

Kdy je PPC reklama vhodná?

- Nezobrazujete se na předních pozicích ve výsledcích vyhledávání
- Máte nový produkt, který chcete představit trhu
- Chcete podpořit uživatele k opakovaným nákupům
- Máte produkt, který se prodává, je konkurenceschopný a vhodný pro PPC reklamu
- Máte měřitelné cíle (nákup, registrace, odeslání formuláře...)
- Máte vhodné webové stránky

Zákazy a omezení PPC reklamy

- Alkohol, tabákové výrobky
- Erotika, pornografie, omamné a psychotropní látky
- Online sázení, loterie, nelegální software, padělky, hazard
- Zbraně, zdravotnická péče (léky, přístroje...)
- Politický obsah a ochranné známky/autorská práva






Vyhledávací síť Google

Google dřevěné podlahy

Vše Obrázky Nákupy Mapy Vídea Více Nastavení Nástroje

Přibližný počet výsledků: 3 040 000 (0,77 s)

Koupit produkt dřevěné podlahy Sponzorováno

				
Podlahové palubky ... 385,99 Kč Artisan Z webu Google	Plovoucí podlaha Krono ... 294,00 Kč LaSamba.cz Z webu Google	PARADOR třívrstvá dřevěná 2 120,00 Kč Podlahy, linole... Z webu Google	dřevěná podlaha LANITPLAST ... 2 864,00 Kč Hobbytec.cz Z webu Google	Castello classic Dub Polský 8169 207,00 Kč Bydlimecz Z webu Google

Podlahy Quick-Step - Dřevěné podlahy - quick-step.cz
[\[Reklama\] www.quick-step.cz/Podlahy/Dřevěné](http://www.quick-step.cz/Podlahy/Dřevěné)
 Široká nabídka barev a vzorů. Najděte nejbližšího prodejce Quick-step.
 Unikátní design - Snadný zavčakávací systém - 25 letou zárukou
 Dřevěné podlahy - Požádejte o brožuru - Podlahy Livyn - Vyhledávač podlah-dřevo - Pokládka par...

České dřevěné podlahy - princparket.cz
[\[Reklama\] www.princparket.cz/Dřevěné+podlahy](http://www.princparket.cz/Dřevěné+podlahy)
 Dřevěná podlaha z českých stromů přímo od výrobce na zakázku.

Dřevěné podlahy, parkety | Supellex - Brno
<https://www.supellex.cz/zakaznicka-zona/drevene-podlahy>
 Dřevěné podlahy od Supellex.cz. Široký výběr masivních a vícevrstevných dřevěných podlah. Vyberte si kvalitní dřevěnou podlahu.

Nákupy Google

PPC reklama

**organické
výsledky
vyhledávání**

Obsahová síť Google

Nad Zemi se o víkend prožene československá kometa
 Jedna jahoda za 550 korun, to je moc i na bohatý Hongkong
 Častou nemoc může způsobovat nedostatek přátelských bakterií v ústech, pomoci může český patent
 Zvládne to váš žaludek? Bodypainterka si „svázala“ tělo do uzlu

Super



Hvězda Chalupářů (77) se zotavuje v nemocnici. Má problémy se srdcem

V pražské Ústřední vojenské nemocnici ve Sřešovicích skončila se srdečními komplikacemi a selháním...

Sprostě nadávky a urážení: Lidé od Zdeňka Fohreicha se pustili do diváků a vůbec si nebrali servitky

Tak to je mazec: Nejhorší český zpěvák Leoš Mareš během tří dnů vyprodal koncert pro tisíce lidí

Sport



Když loni skupina Penta Investment prodala Čiřanům komplex Florentinum, mluvilo se o jednom z největších...

Testomax

Reklama



Co dělá klesající testosteron s mužským tělem

Únava a vyčerpání, úbytek svalové hmoty či nabírání na váze jsou hlavními projevy klesající hladiny testosteronu v...

MoneyMAG.cz



Co s vaším tělem udělá jedna sklenka

Odpoledne Večer V noci

Reklama

ZÁTĚŽOVÉ ŽIDLE STRAKOŠ JIŽ OD 790 Kč!
 do restaurací, hotelů, kulturních domů i domácností

TIP TÝDNE!

STRAKOS
 Široká nabídka nízká cena

AKCE!

VYUŽIJTE VELKÝCH SLEV
 jídelních setů STRAKOŠ

Skutečně kvalitní krmiva - Krmiva pro hospodářská zvířata chovaná na dvorcích a zahradách.

Reklama

Vyhledávací vs. obsahová síť

	Vyhledávací síť	Obsahová síť
Formáty:	Textová reklama ve vyhledávání	Textová nebo grafická reklama v obsahové síti
Proč?	Pro produkty/služby, které se vyhledávají	Pro vzbuzení zájmu či šíření povědomí
Možnosti cílení:	Vyhledávací dotazy	Témata, klíčová slova, vybraná umístění, zájmy, zájmy o koupi, demografické údaje, podobná publika, remarketing

Slovníček pojmů

Pojem	Vysvětlení
Vyhledávací síť	Výsledky vyhledávání a partnerské weby
Obsahová síť	Skupina webů, videí, aplikací, kde se mohou zobrazovat reklamy
Metody cílení	Podmínky, podle kterých se řídí zobrazování reklam
Vstupní stránka (landing page)	Webová stránka, kam budou uživatelé přesměrování po kliknutí na reklamu
Reklama	Unikátní sdělení ohledně nabízeného produktu/služby (text, obrázek, video)
Vyhledávací dotazy	Slova/sousloví, pomocí kterých uživatelé vyhledávají na internetu
Klíčová slova	Slova/sousloví, pomocí kterých cílíme reklamu – domníváme se, že je uživatelé vyhledávají

Slovníček pojmů

Pojem	Vysvětlení
Prokliky	Počet kliknutí na jakoukoli část reklamy
Zobrazení	Počet zobrazení reklamy
CTR	Míra prokliku = jak často uživatelé kliknou na reklamu, kterou uvidí
CPC	Cena za proklik na reklamu
Max. CPC	Maximální částka, kterou je inzerent ochoten utratit za kliknutí
Skutečná CPC	Průměrná částka, která je účtována za kliknutí na reklamu
Konverze	Žádoucí aktivita uživatele na webu (např. odeslaný kontaktní formulář, nákup, registrace atd.)
Konverzní poměr	Kolik % kliknutí na reklamu vedlo k provedení žádoucí aktivity uživatele

Princip aukce

Proces aukce určuje, které reklamy se zobrazí u konkrétního vyhledávání a jaké bude jejich pořadí

- PPC systém vyhledá relevantní klíčové slova a reklamy
- Vyřadí nevhodné reklamy (cílí na jinou zemi, zamítnuté)
- Seřadí reklamy podle vzorce



Hodnocení reklamy

Hodnocení reklamy představuje kombinaci

- Nabídky za proklik (max. CPC)
- Kvality reklamy (očekávaná míra prokliku, relevance reklamy a dojem ze vstupní stránky)
- Očekávaného dopadu rozšíření a dalších formátů reklamy

Při každém vyhledávání se proces aukce opakuje a výsledky se mohou lišit v závislosti na konkurenci v daný moment.

PPC systémy

Google AdWords

- Celosvětový vyhledávač, rozsáhlé funkce
- Vyhledávání (google.cz/.com, atd., Google Maps, Nákupy Google, obrázky Google...)
- Obsahová síť (Gmail, YouTube, a více než 2 miliony webů)

Sklik

- Český vyhledávač, omezené funkce
- Vyhledávání (seznam.cz, firmy.cz, sbazar.cz, obrázky.cz, ...)
- Obsahová síť (novinky.cz, prozeny.cz, sport.cz, blog.cz, ...)

Facebook Ads

Email marketing

Email marketing

- Nejefektivnější online komunikační kanál
- Nejlepší pro udržování vztahu s klientem



Struktura emailu

- **ODESÍLATEL**

Noreply vs. Franta vs. Recepce

- **DOBRÝ PŘEDMĚT** – výstižný, stručný, bez vykřičníků a symbolů ►

lichá čísla mají +21 % CTR)

- **PREHEADER** – 1. text

Struktura emailu

 SOVA NET

Doručené

Rozvíjejte se v onlinu! Přehled školení online marketingu od SOVA NET – Školení online marketingu pro začátečníky i profíky

Předmět emailu *

Rozvíjejte se v onlinu! Přehled školení online marketingu od SOVA NET

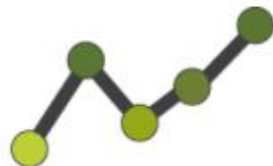
Editor

Náhled

Školení online marketingu pro začátečníky i profíky

[Zobrazit email v prohlížeči](#)

PŘEHLED ŠKOLENÍ



GOOGLE ANALYTICS PRAKTICKY

11. 4. 2018 od 9:00

Chcete proniknout do světa tabulek a grafů **hravou a praktickou formou**? Naučte se s námi **využívat Google Analytics v praxi!**

VÍCE INFORMACÍ

Základní pojmy

- OPEN RATE- poměr otevřených emailů vůči odeslaným
- Click rate – poměr kliknutí v emailu vůči odeslaným
- SPAM – nevyžádaná pošta
- Black list – seznam odhlášených kontaktů

Transakční email vs. obchodní sdělení

TRANSAKČNÍ EMAILY

- Nejotvůranější a nejčtenější
- Týkají se provedené nebo očekávané akce
- např. registrační emaily, potvrzení přijetí objednávky, poděkování za nákup, přijetí platby

OBCHODNÍ SDĚLENÍ

- Emaily obsahující nabídky, reklamy, emaily vybízející k návštěvě webu, nebo podporující značku

Povinnosti a nutnosti

- Možnost odhlášení
- Souhlas
- Obchodní sdělení

- Online verze
- Cíl
- CTA=call to action prvek (tlačítko)

Zásady, rady a tipy

- Když nemáte co říct, nic neposílejte!
- Personalizace – Vážený pane Mikšoviči, Dobrý den Petře, Ahoj Petře,
- Automatizace – automaticky posílat transakční maily po dokončení objednávky , registraci, po přidání do databáze automaticky zaslat welcome sérii
- A/B Testování (Open rate – předmět, odesílatel; Click rate – obsah)
- Text a kód namísto obrázků (43 % uživatelů nevidí obrázky při 1. čtení)
- Neposílat přílohy! (špatná doručitelnost) – raději odkaz na soubor

Zásady, rady a tipy

- NIKDY NEKUPOVAT DATABÁZI
- Kvalita databáze před kvantitou
- Umístit formulář pro sběr kontaktů na web
- Pozor na kontrast (světlý text na světlém pozadí je považován za nekalou praxi)
- Nenechte kontakty vyhnívat – starejte se o svoji databázi
- Zpracování strategie – co budu posílat, komu to posílám, jak často, formálnost

Email marketing a GDPR

- Rozlišení právního základu
(souhlas, právní základ, výkon smlouvy, oprávněný zájem, výkon veřejné moci, ochrana životně důležitých zájmů)

→ roztrídění a pročištění databáze (oprávněný zájem, souhlas k danému účelu, reaktivační kampaň)

HLÍDAT RETENČNÍ DOBY

Display (bannerová) reklama

Display reklama

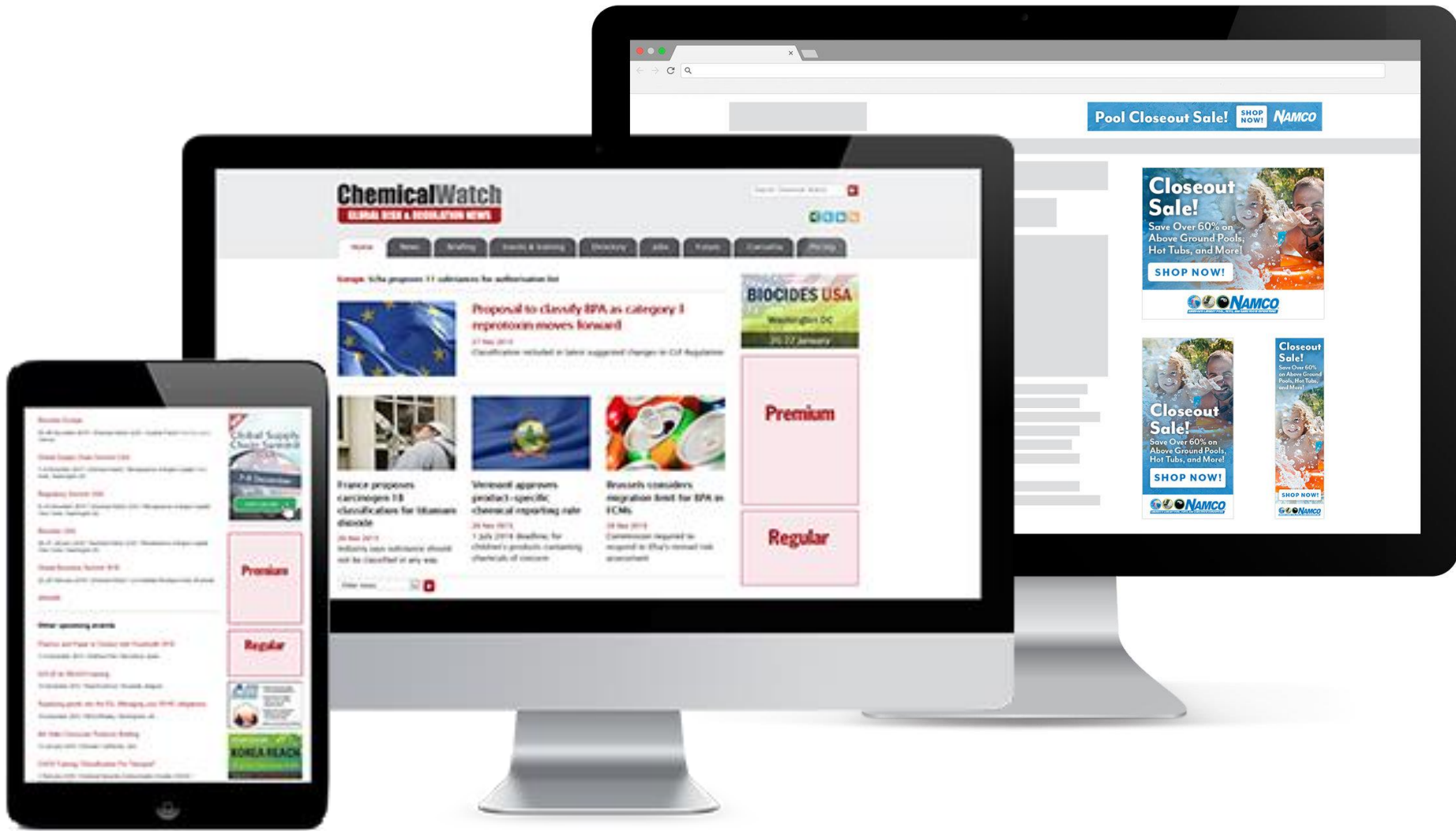
- Tradiční reklamní formáty
- Bannery na navštěvovaných portálech
- Možnost volit zobrazení dle zaměření daného portálu
- Platba za zobrazení CPT
- Real-time bidding
- společné platformy Czech Exchange (CPEX)



Display reklama

- Vhodné pro vizuální prezentace
- Možnost animace
- Dynamické bannery
- Nebojte se kreativy

Display reklama



Display reklama

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Iva Kubelková doporučuje



Dřív byl vysavač,
dnes je **VIVENSO**

VYZKOUŠET
ZDARMA >

Video reklama

Video reklama

- Video reklamu lze nakupovat přímo, přes PPC i RTB
- Na rozdíl od TV reklamy měřitelná a dá se přesně zacílit
- Velký potenciál zaujmout
- Prvních 30 vteřin inzerujete zdarma



Videoreklama

- **TrueView**
 - Platí se za shlédnutí delší než 30 sekund
 - Zhlédnutí videa do konce (u kratších 30 sekund)
 - Provedení interakce (kliknutí) podle toho, co nastane dřív)
- **Mikrospoty**
 - Nepřeskočitelné, max 6 sekund
 - Platba za zobrazení

Videoreklama

YouTube

Przeglądaj Prześlij film

mg@technology.us

Domowa wędlina -pieczeń kanapkowa, mięciutka jak paszтет :: Skutecznie.Tv

SkutecznieTv Subskrybuj Filmy: 476

Skutecznie.Tv

Sernik
autor: mojecesto
Wyświetlenia: Promowany film wideo
5:30

Śledźcie go kaszubsku
-przepyszne:] ::
by SkutecznieTv
Wyświetlenia: 31000
5:46

Fenomenalnie prosty
chleb :: Skutecznie.Tv
by SkutecznieTv
Wyświetlenia: 70200
8:52

Domowa wędlina
-pieczeń z indyka z
by SkutecznieTv
Wyświetlenia: 5333
9:37

Domowa wędlina
-czosnkowa rolada z
by SkutecznieTv
Wyświetlenia: 10758
6:37

trioszka (official video)

rybu 145 filmów

Możesz pominąć tę reklamę za 3

3dsense

S MILIONEM V KAPSE SE DŮCHOD TÁHNE LÍP

Zjistěte více

PENZIJNÍ SPOLEČNOST

0:11 / 5:31

Máte email market v suchu?!

ZJISTI VÍCE

Další v pořadí Autom

Plzeň 2015 - sla
autor: Lenka Strejco
4 179 zhlédnutí
1:40:37

NOVÉ DIVADLO PLZEŇ
autor: Archwars
40 285 zhlédnutí
14:58

StarDance 6x3
Kurtiš - tango
autor: jerryoek93
Mohlo by se vám lí
7:48

Projekt oživení

Plzeň - Evropské hlavní město kultury 2015

AV MEDIA PRONÁJMY

Odebírat 20

On-line PR

On-line PR

- Zaměřeno na vnímání značky veřejností
- Publikování obsahu na jiných webech
- Zaměření na podporu značky
- Dlouhodobý proces budování portfolia
- Možnost získat i publikování zdarma – redakční část
- Nazapomenout na call-to action

On-line PR



ONLINE
PRESS
RELEASES



PUBLISH
ARTICLES AND
GAIN BACKLINKS



PRESS HITS



BLOGGER
EVENTS

WHAT IS DIGITAL PR?



JOURNALIST, BLOGGER &
CONTENT WRITER
NETWORKING



INFLUENCER
MARKETING &
SOCIAL MEDIA
SHOUT OUTS

Affiliate marketing

Affiliate marketing

- Funguje na bázi doporučení
- Pokud na mém webu nakoupí zákazník přes doporučení mého partnera – získá partner provizi z transakce (většinou 5 - 30 %)
- Proces je automatizovaný a přes SW řešení

Affiliate marketing



Základ on-line strategie

Základy on-line strategie

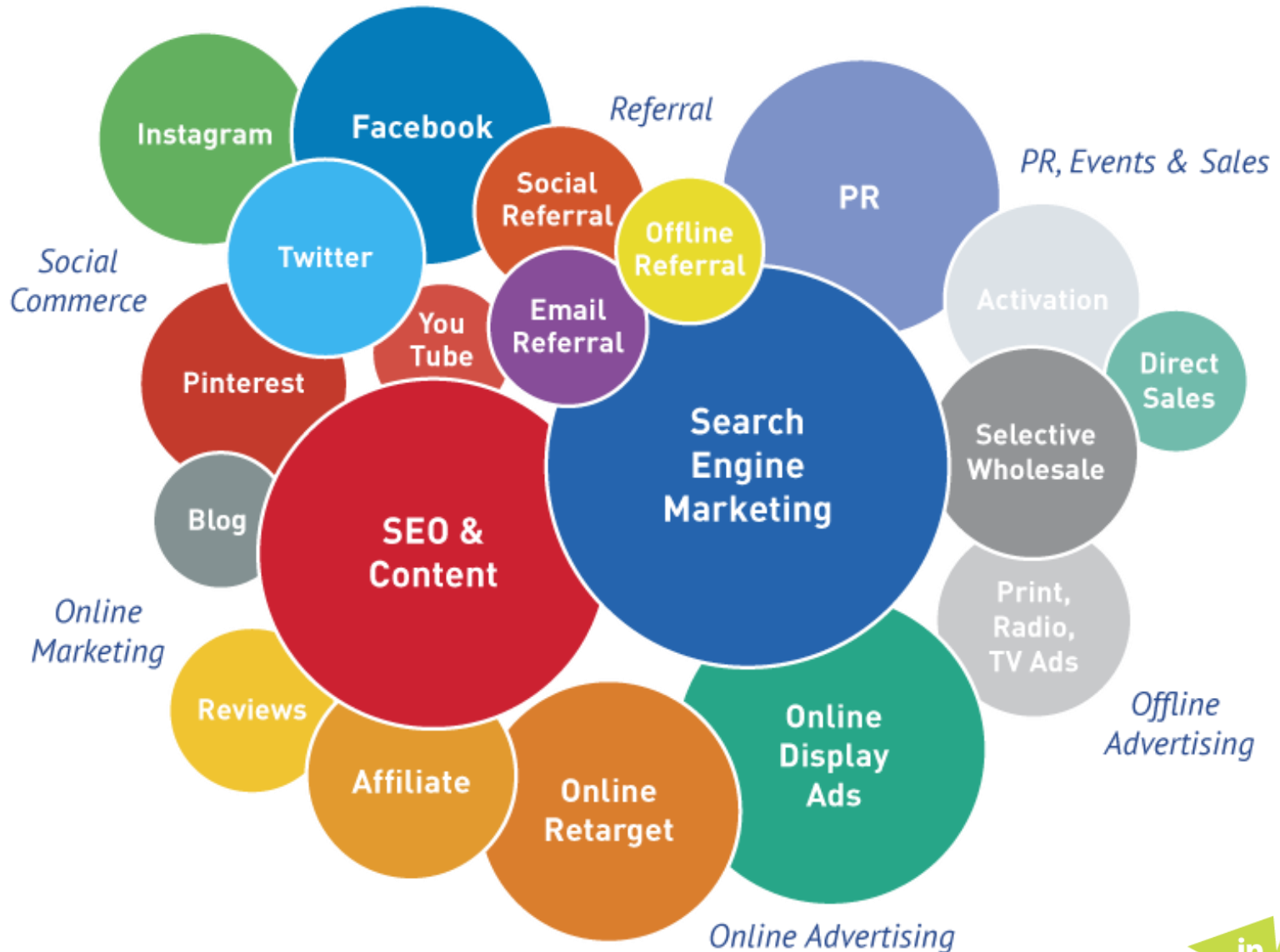
- KOMU – persony, skupiny
- CO – produkt, službu, informaci
- JAK – marketingové kanály
- Jaké jsou CÍLE
- S jakou INVESTICÍ

Základy on-line strategie



ONLINE STRATEGY MIX Mix of digital tactics aligned with client business goals	BRAND AWARENESS	CUSTOMER ACQUISITION	CUSTOMER RETENTION	NEW PRODUCT LAUNCH
PPC (Pay Per Click) Paid search advertising	HIGH	HIGH	LOW	MEDIUM
SEO (Search Engine Optimization) Site copy, meta tags, site architecture	HIGH	HIGH	MEDIUM	MEDIUM
SOCIAL MEDIA User generated content, social networking, vertical communities	HIGH	LOW	MEDIUM	MEDIUM
ONLINE PR (Online Press Releases) Wires, e-zines, news feeds	HIGH	LOW	LOW	HIGH
LINKING Sponsored links, directories, inbound link acquisition	LOW	LOW	LOW	LOW
DISPLAY / BANNERS Visual awareness building and re targeting	MEDIUM	LOW	LOW	MEDIUM

Marketingové kanály

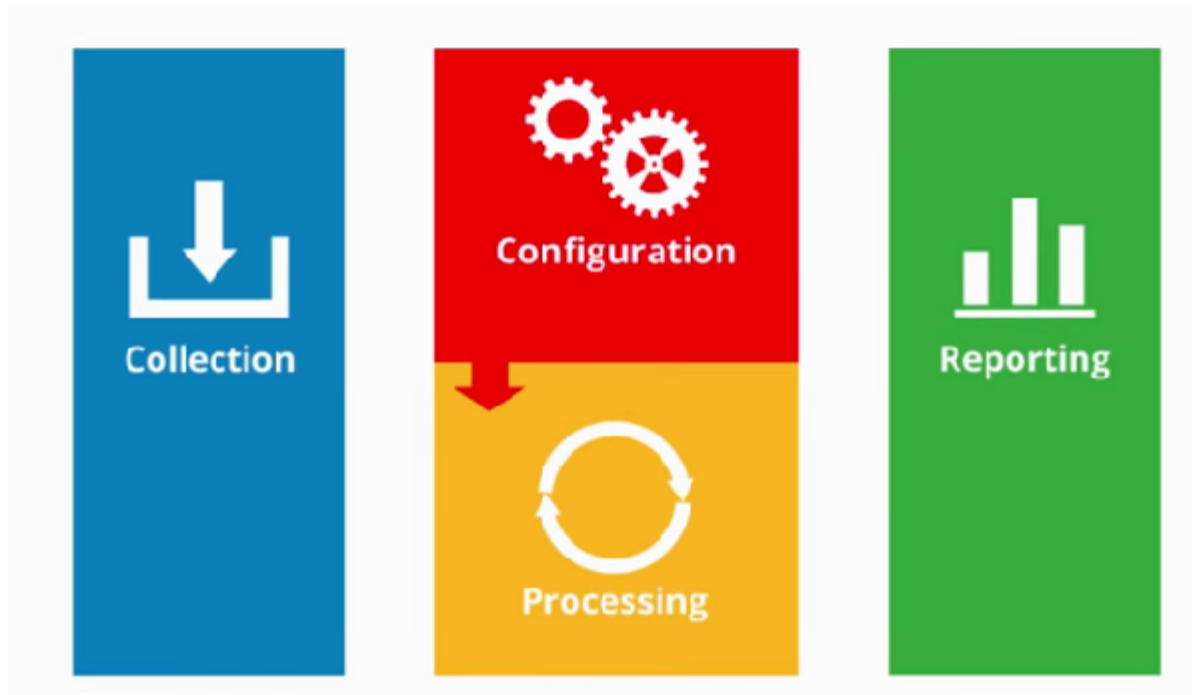


Analytika

Google Analytics

- Bezplatný nástroj od Google, který umožňuje získat statistická data o uživatelích webu
- Je to nástroj pro vyhodnocení investic
 - všechny zdroje vyhodnocuje přes jeden algoritmus

Základní princip Google Analytics



Základní princip Google Analytics

Sběr dat

- Kód sbírá všechny interakce za dané období

Zpracování a konfigurace

- Přizpůsobení „surových dat“ podle nastavení GA, filtry (nezvratná změna, např. vyloučení interního provozu firmy)
- Integrace dat z jiných nástrojů (GTM, AdWords...)

Reportování dat

- Finální zobrazení dat v grafech a tabulkách

Struktura účtu Google Analytics



Unfiltered
View

Master
View

Test
View

Základní struktura

ÚČET

- Jeden účet Analytics může obsahovat až 50 služeb
- Účtu je při založení přiděleno unikátní ID
- Strukturu účtu Analytics je třeba promyslet dopředu
- Plánuji jazykové mutace webu? Eshop pro ČR (Kč) a Slovensko (EUR)? Jak chci propojit služby s AdWords?

SLUŽBA

- Služba je web, mobilní aplikace nebo zařízení
- Každá služba může mít až 25 výběrů dat

Základní struktura

VÝBĚR DAT

- Historická data nelze měnit
- Pokud nastavíte pouze přehledy s filtry, které vylučují část provozu, některé údaje na vždy ztratíte
- Měření začne hned po nainstalování měřicího kódu na web
- Nové výběry neobsahují historická data

UŽIVATELÉ

- Nastavení přístupových práv na úrovni účtu, služby i výběru dat

Přehledy v Google Analytics

- V reálném čase = sledování aktuálního chování uživatelů webu
- Publikum = charakteristiky uživatelů
- Akvizice = ukazuje kanály, které přivedly uživatele na web
- Chování = jak uživatelé vyhledávají obsah a jak s ním nakládají
- Konverze = měření cílů založených na obchodních cílech

Děkuji za pozornost a prostor pro dotazy

Petr Mikšovič

Tel.: +420 603 214 565

Email: petr.miksovic@sovanet.cz