



Úvod do webové analytiky

Webová analytika, VIKMB20

O čem to bude dnes

- Představení
- Technické náležitosti
- Co je webová analytika
- Proč měřit
- Zdroje dat
- Základní pojmy Google Analytics
- Praktická část

Představení

O nás

Pavel Šabatka

- Ex-Programátor
- Webová analytika od roku 2010
- Od roku 2017 vede WA na KISK

Adam Šilhan

- Ex-Marketér
- Spoluzakladatel MeasureCampu v České republice
- Google Partners Trainer

Adam



Adam



Průzkum

- Kdo dělá do webů?
- Marketing? Design?
Řízení?
- Očekáváníí od kurzu?



Technické náležitosti

Cíle a očekávání

1. Vyznat se v základních pojmech a zkratkách v oboru
2. Najít slabá místa byznysu
3. Umět vyhodnotit úspěšnost jednotlivých kanálů
4. Pochopit chování návštěvníků webu
5. Rozumět principům implementace a konfigurace GA a GTM
6. Ovládat GA na úrovni oficiální certifikace GAIQ
7. Nečekejte těžkou matematiku

Obsah hodin

Hodina	Datum	Obsah	Lekce v GA IQ
1	18.2	O předmětu, rozpočet eshopu / projektu, definice webové analytiky	B1 - proč, digitální analytika B2 - GUI GA, reporty, sdílení
2	25.2	Základy používání GA	B3 - základy reporty, akviziční, audience, chování
3	3.3	CEO, metriky, které chci sledovat	
4	10.3	Marketér	B4 - campaign & conversion tracking, kampaně, URL builder,
5	17.3	Marketér	
6	24.3	Designer	Certifikace beginner
7	31.3	Analýza GA	A1 - sběr dat, nastavení GA, ?generování reportů?
8	7.4	GTM	A2 - nastavení - filtry, dimenze, metriky, události
9	14.4	GTM	A3 - advanced analytika - segmenty, channels, custom
10	21.4	GTM	A4 - remarketing
11	28.4	A/B testování, design experimentů	
12	5.5	Reporting	Certifikace advanced
13	12.5	Další zdroje dat - Heureka, competitive analytics, Hotjar, ankety,...	
14	19.5	Dotazy & vlastní témata	GA IQ

Obsah hodin

- Hodiny nejsou primárně zaměřeny na GAIQ
- Říkejte, co si myslíte
- Ptejte se nás!

Zakončení

- Certifikát Google Analytics for Beginners
- Certifikát Advanced Google Analytics
- Certifikát Google Analytics Individual Qualification (GAIQ)
- Zpracování jednoduché analýzy – zadáno bude na 7. hodině

Podmínky popsány v IS v podmínkách ukončení

<https://is.muni.cz/auth/el/phil/jaro2020/ISKM62/op/>

Nabídky

Jsme k dispozici

1. Budete-li potřebovat, přijďte na konzultaci.
2. Rádi s vámi budeme řešit vaše projekty.
3. Jsme vytížení, připravte si dotazy či témata k řešení.



Hledám kolegu

1. Bude-li Vás předmět bavit
2. Znáte základy webových technologií
3. Znáte programování (cykly, podmínky, funkce, objekty)
4. Umíte anglicky

<https://www.houseofrezac.com/kariera-analytik>



Úvod do webové analytiky



„Webová analytika je měření, sběr, sledování a vyhodnocování internetových dat za účelem porozumění a optimalizace webu.“

Wikipedia

Offline

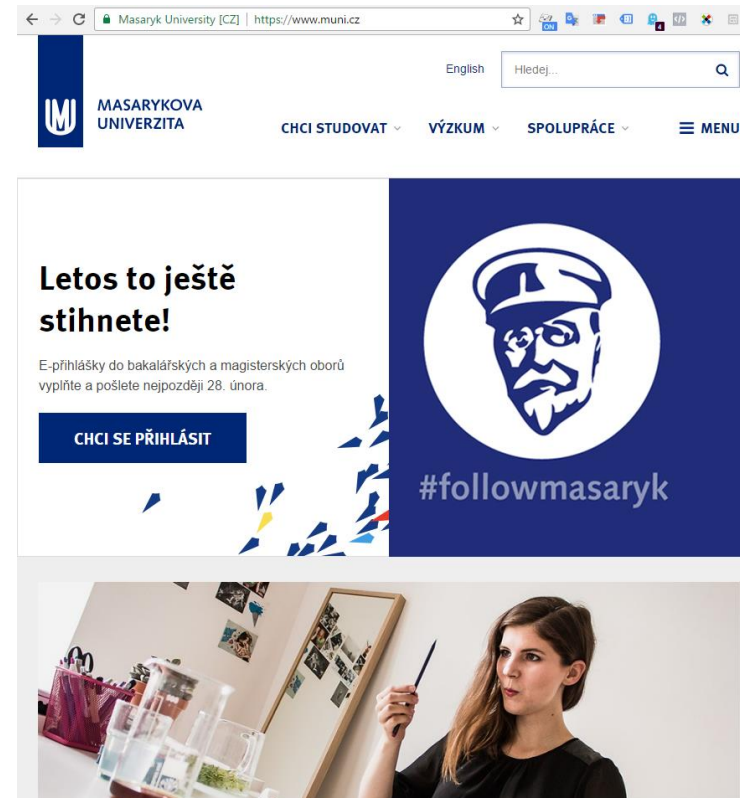
- Pozorování zákazníků
- Dotazování
- Vyhodnocení prodejů



Je špatně měřitelný, dává ale jasné a srozumitelné informace

Online

- Click Stream
- Heatmapy a scroll mapy
- Scroll mapy
- Serverové logy
- Databáze webů
- Online chat
- Dotazníky
- ...



Velké množství dat, obtížněji interpretovatelné výstupy

Cíle

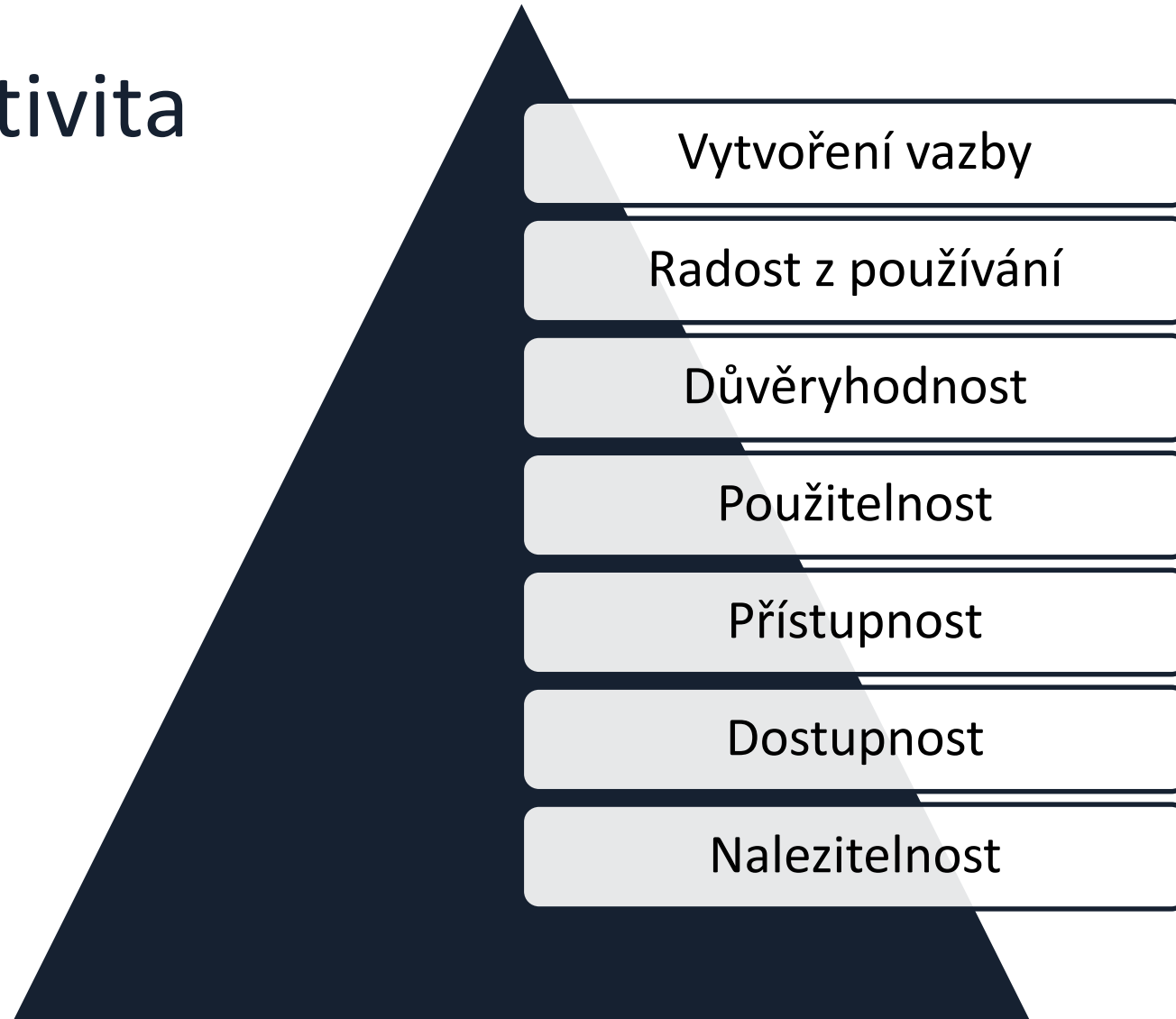
- Větší podíl na trhu (víc uchazečů, víc studentů)
- Větší efektivita / snížit náklady
- Data pro řízení firmy

Za vším jsou peníze

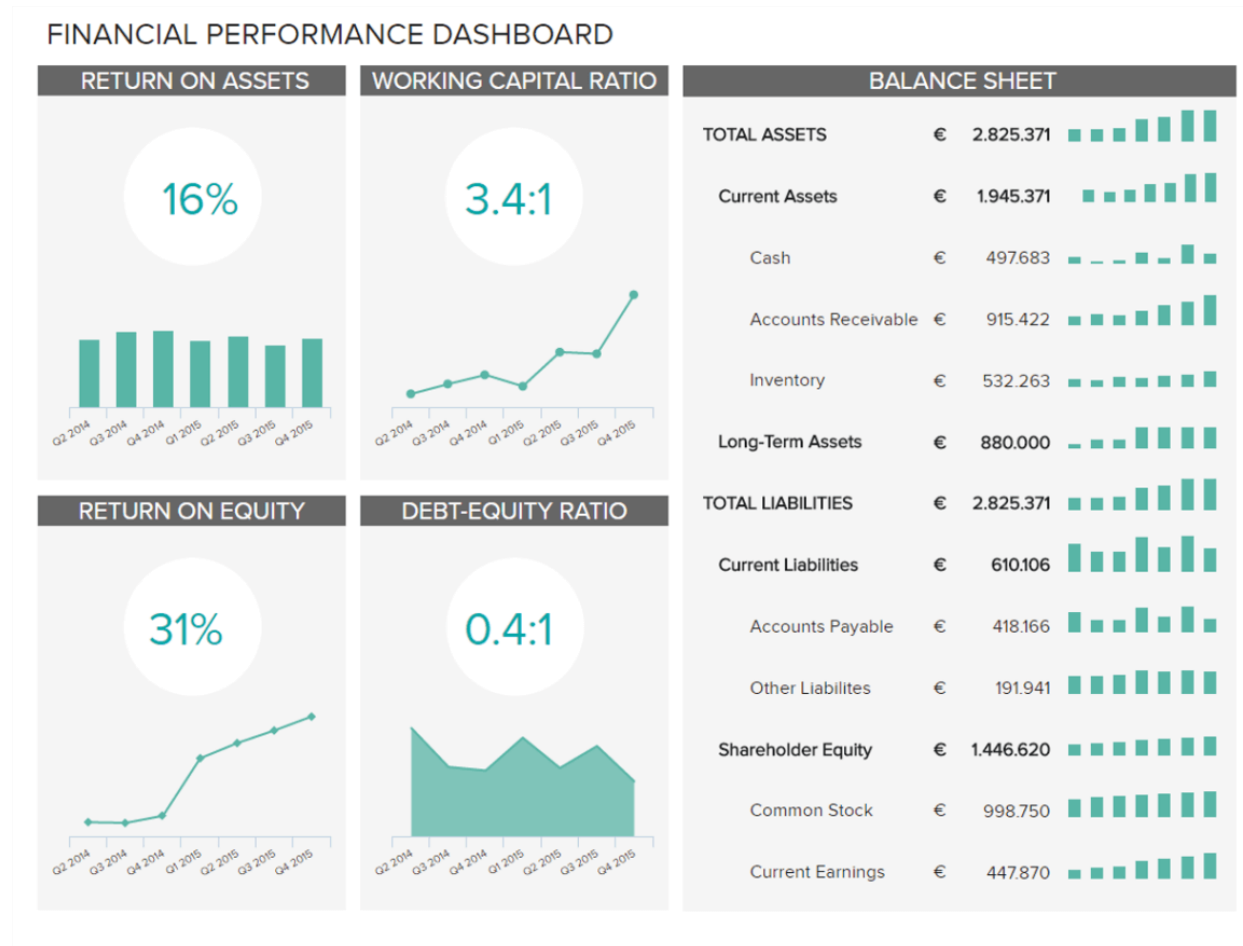
Větší podíl na trhu



Cíle: vyšší efektivita



Cíle: řízení firmy



Cíle: snížení nákladů

- Přesun akcí na web, např. clientský support
- Snížení nákladů na marketing
- Častěji vracející-se zákazníci

Kde končí webová analytika

- WA se zabývá pouze daty z webu nebo z online kanálů, nicméně nemá transakční data z CRM, call centra apod.
 - Kampaň přivedla 10 000 návštěvníků, 100 z nich požádalo o demo.
Kolik z nich ale nakonec zakoupilo licenci? Vrací se stále na web?
- Lze vyřešit integrací s daty z dalších zdrojů

Přesahuje do více oborů

- Webová analytika nemá smysl sama o sobě, vždy je to v kombinaci s dalšími obory
 - Design
 - Marketing
 - Řízení / Management
- Je třeba rozumět i ostatním oborům

Budoucnost oboru

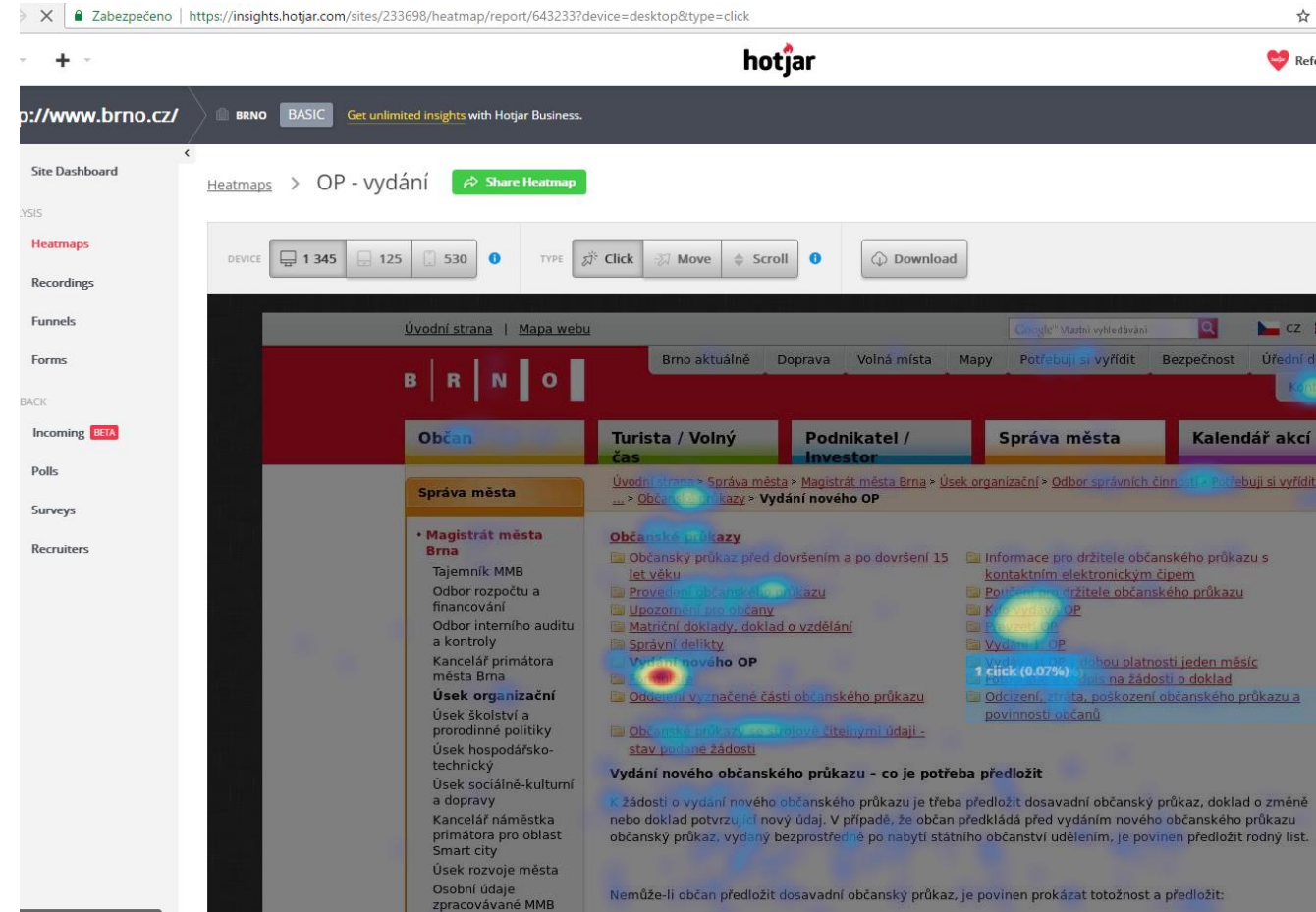
„Víme, že data se v lidském životě stávají čím dál podstatnější. Zítřka bude (s internetem věcí) propojeno vše.“

Jack Ma
zakladatel Alibaba.com

Jaká data seženeme online?

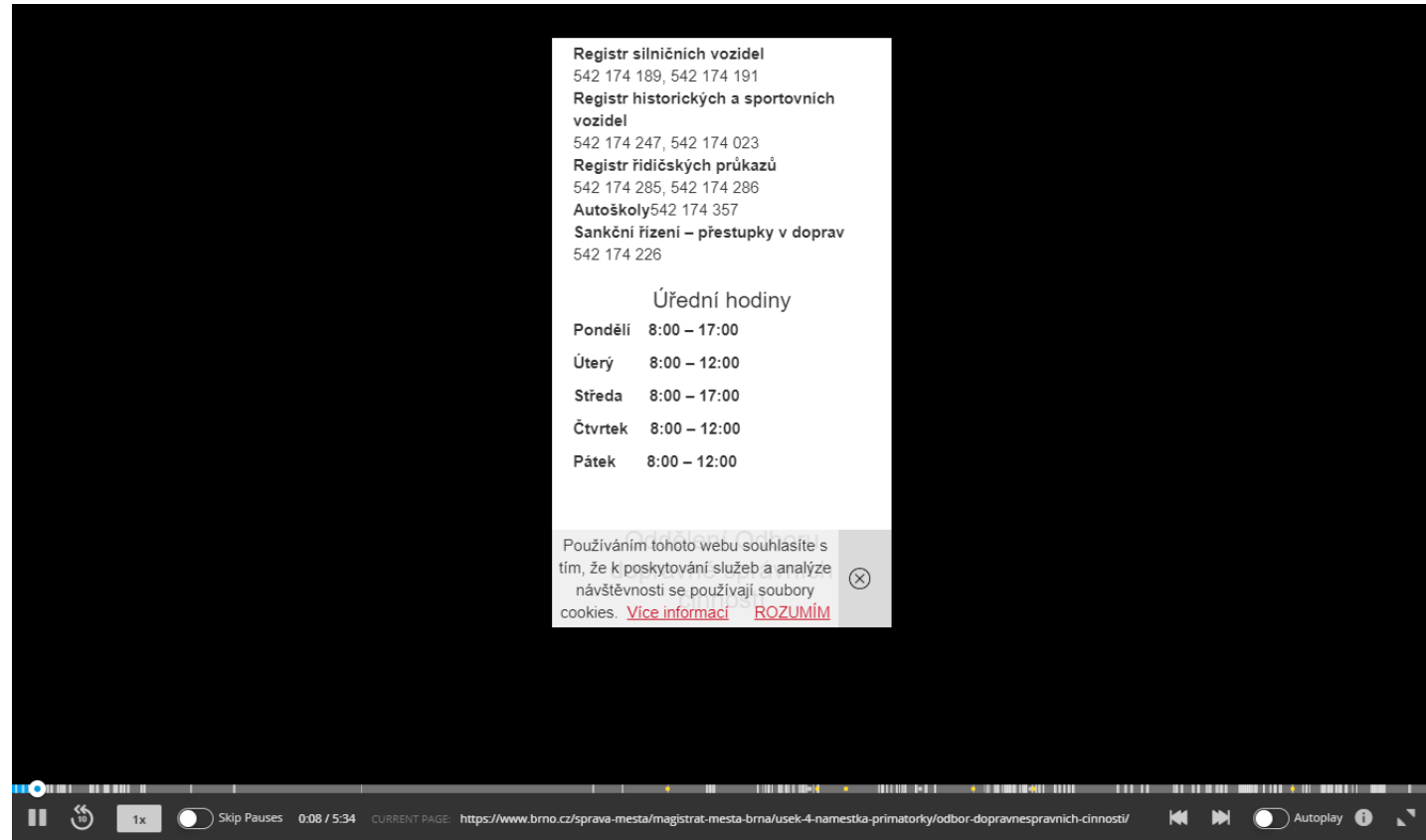
Heatmapy

- Využití elementů na stránce
- Pro designery
- Super jednoduché
- Nástroje Hotjar, SmartLook, ...



Screen recordings

- Ideální pro „ladění“ procesů
- Srozumitelné
- Časově náročné
- Nástroje Hotjar, SmartLook, ...



Dotazníky

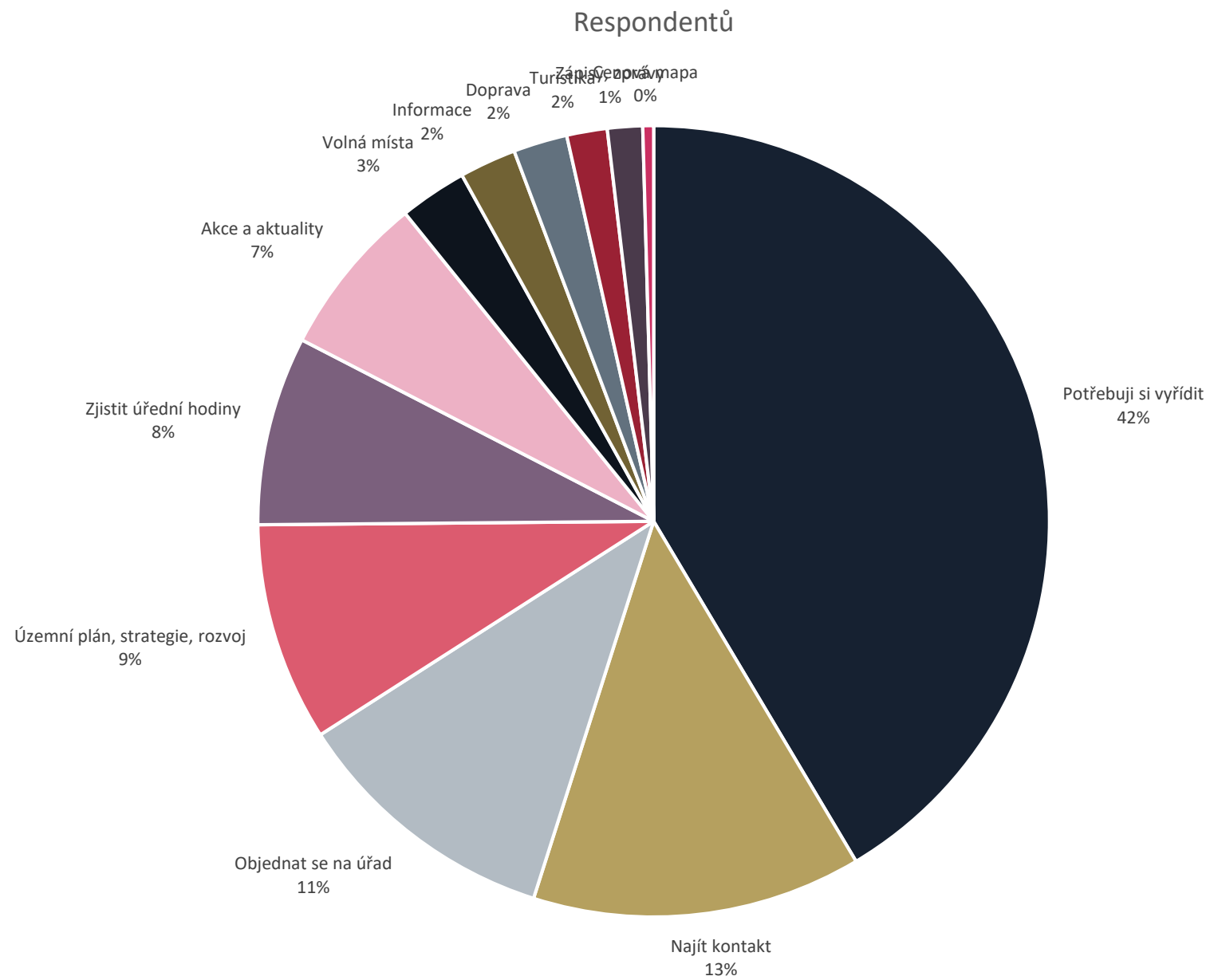
- Způsob, jak zjistit, co si lidé myslí
- Jednoduché
- Nástroje Google Forms, Hotjar, SurveyMonkey,...

Dear customer,
we are working on improving the portal and we need your help. When you are finished using this site, could you please answer a few questions?

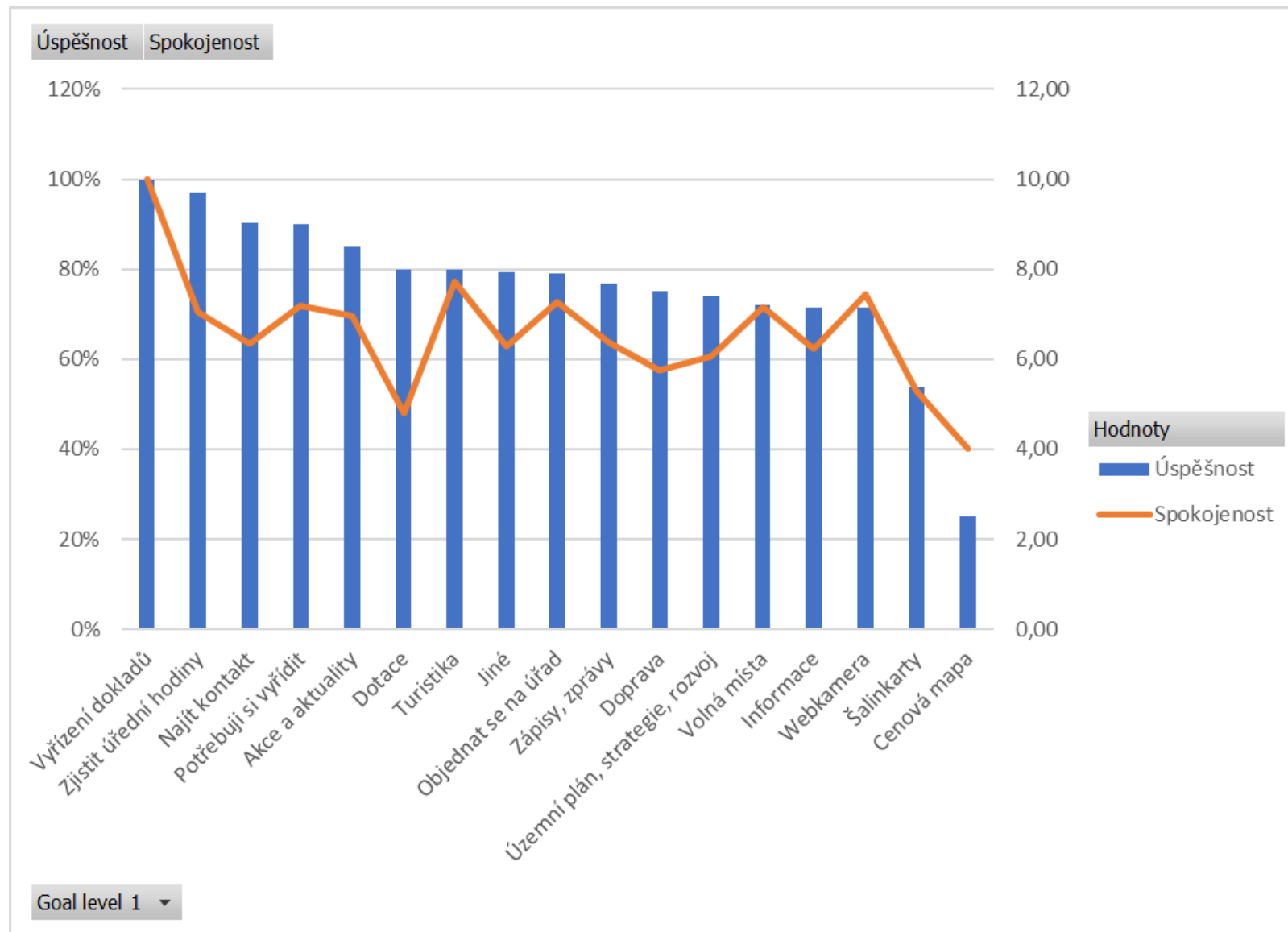
YES

No, thank you

Dotazníky

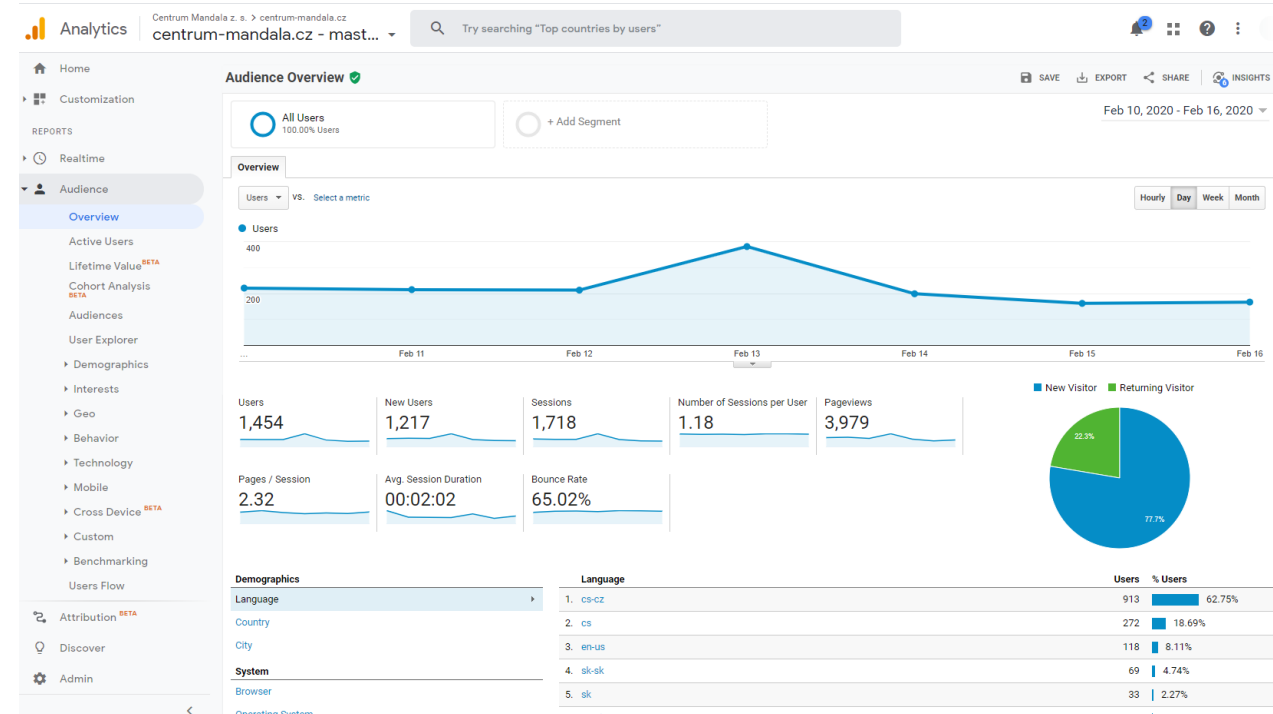


Dotazníky



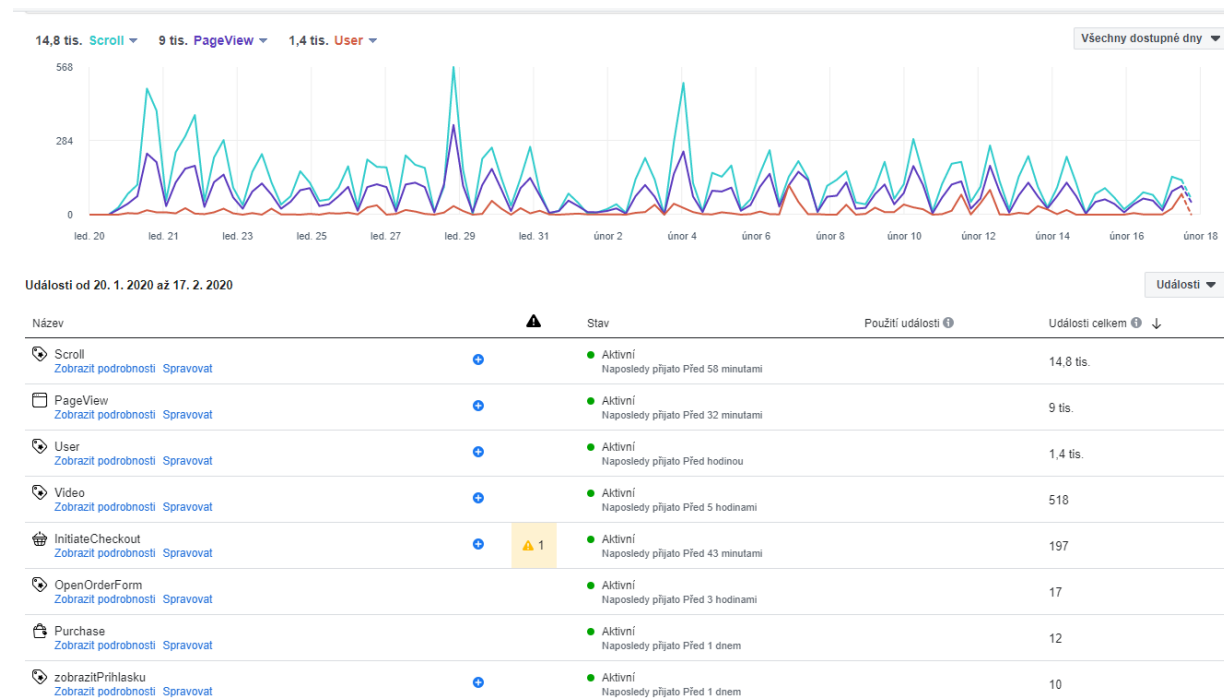
Click Stream

- Komplexní
- Nástroje Google Analytics, Matomo, AT Internet, Adobe Analytics...



Marketingové platformy, sociální sítě

- Dopad reklam
- Oblíbená témata
- Růst publika
- Analytiku má každá moderní platforma



Marketingové platformy, sociální sítě

Celkový počet sledujících k dnešnímu dni: 1 745

[Vytvořit příspěvek](#)



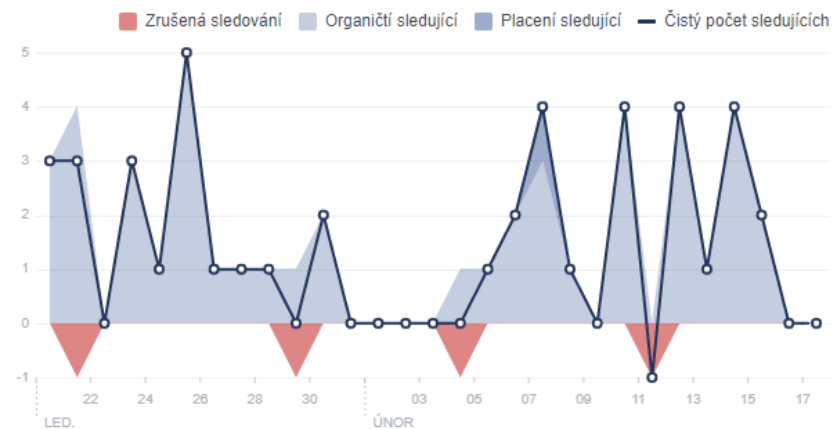
METRIKY
Porovnejte průměrnou úspěšnost během času.

Celkový počet lidí sledujících stránku

Čistý počet sledujících

[Vytvořit příspěvek](#)

Čistý počet sledujících zobrazuje počet nových sledujících mínus počet zrušených sledování.



METRIKY
Porovnejte průměrnou úspěšnost během času.

Zrušená sledování

Organičtí sledující

Placení sledující ⓘ

Čistý počet sledujících

CHCETE VÍC TO SE MI LÍBÍ?

Vytvořte reklamu, abyste přiměli více lidí označit vaši stránku jako To se mi líbí.

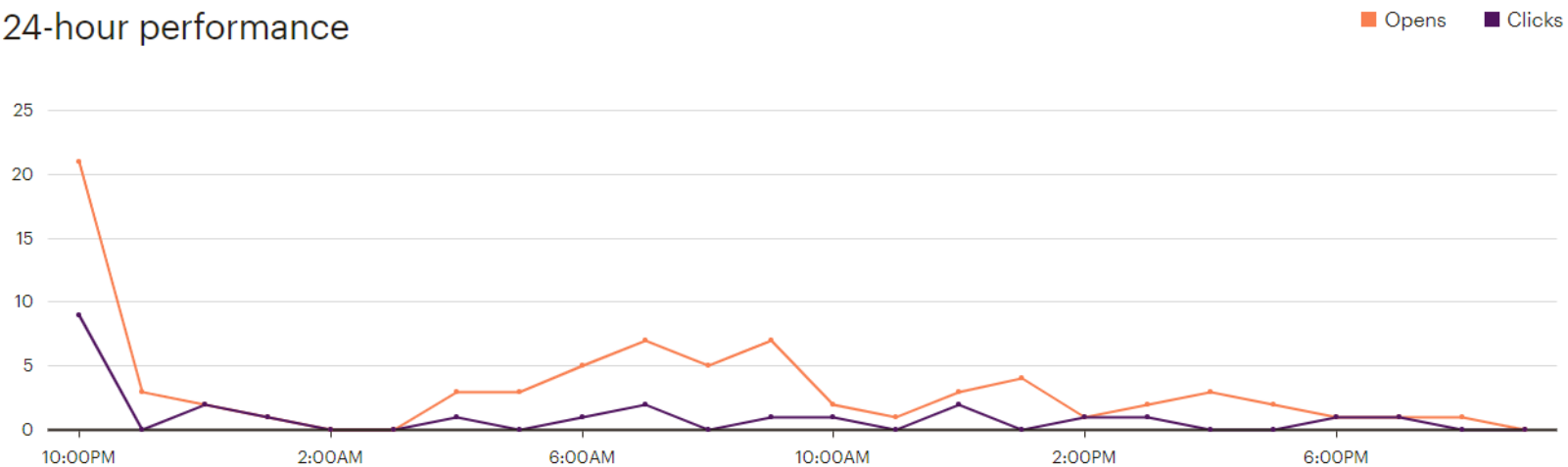
[Propagovat stránku](#)

Marketingové platformy, sociální sítě

76 Opened	30 Clicked	4 Bounced	0 Unsubscribed
--------------	---------------	--------------	-------------------

Successful deliveries	135	97.1%	Clicks per unique opens	39.5%
Total opens	146		Total clicks	39
Last opened	11/22/19 12:33PM		Last clicked	5/13/19 8:35PM
Forwarded	0		Abuse reports	0

24-hour performance



Web scraping


- Udělat si sám -> složité
- Specializované nástroje

Heureka

Hledejte na Heurece

Heureka.cz » Bílé zboží » Velké spotřebiče » Pračky » AEG ProSteam L7FBE48SC » Recenze

TOP 1.



Galerie (12)

Vítěz
PRODUKT
ROKU 2018

AEG ProSteam L7FBE48SC

93% ★★★★★ 201 recenzi

[Přidat do oblíbených](#)
[Přidat do porovnání](#)
[Hlídat cenu](#)
[Přidat recenzi](#)

Užijte si nekonečný pocit svěžesti a dokonale čistého, měkounkého a voňavého prádla. Pračka je ochráncem nejen vašeho oblíbeného prádla, ale i vaší spotřeby energie a vody. [celá specifikace](#)

[Koupit na Heurece](#) **13 126 Kč** s DPH

Produkt vám dodá:

SPOŘÍLEK.CZ

98% zákazníků doporučuje obchod

Doprava zdarma
Skladem

[Dalších 73 nabídek od 11 790 Kč](#)

[Porovnání cen](#)
[Specifikace](#)
[Recenze \(201\)](#)
[Poradna \(80\)](#)
[Příslušenství \(61\)](#)

[Přidat recenzi](#)
[Přidat videorecenzi](#)
[Zeptat se na produkt](#)

Recenze AEG ProSteam L7FBE48SC

Statistika hodnocení produktu

93% ★★★★★
průměr z 238 hodnocení

Hodnocení	Podíl	Číslo recenzí
★★★★★	88 %	(210)
★★★★	5 %	(12)
★★★	3 %	(6)
★★	0 %	(0)
★	4 %	(9)

Doporučení od zákazníků

- 183 zákazníků doporučuje tento produkt
- 8 zákazníků nedoporučuje tento produkt

Produkt získal ocenění

Vítěz PRODUKT ROKU 2018

Základní informace z recenzí:

- nizká hlučnost (59)
- jednoduchá obsluha (24)
- programy (19)
- programy (4)
- dětská pojistka (3)

PRAČKY

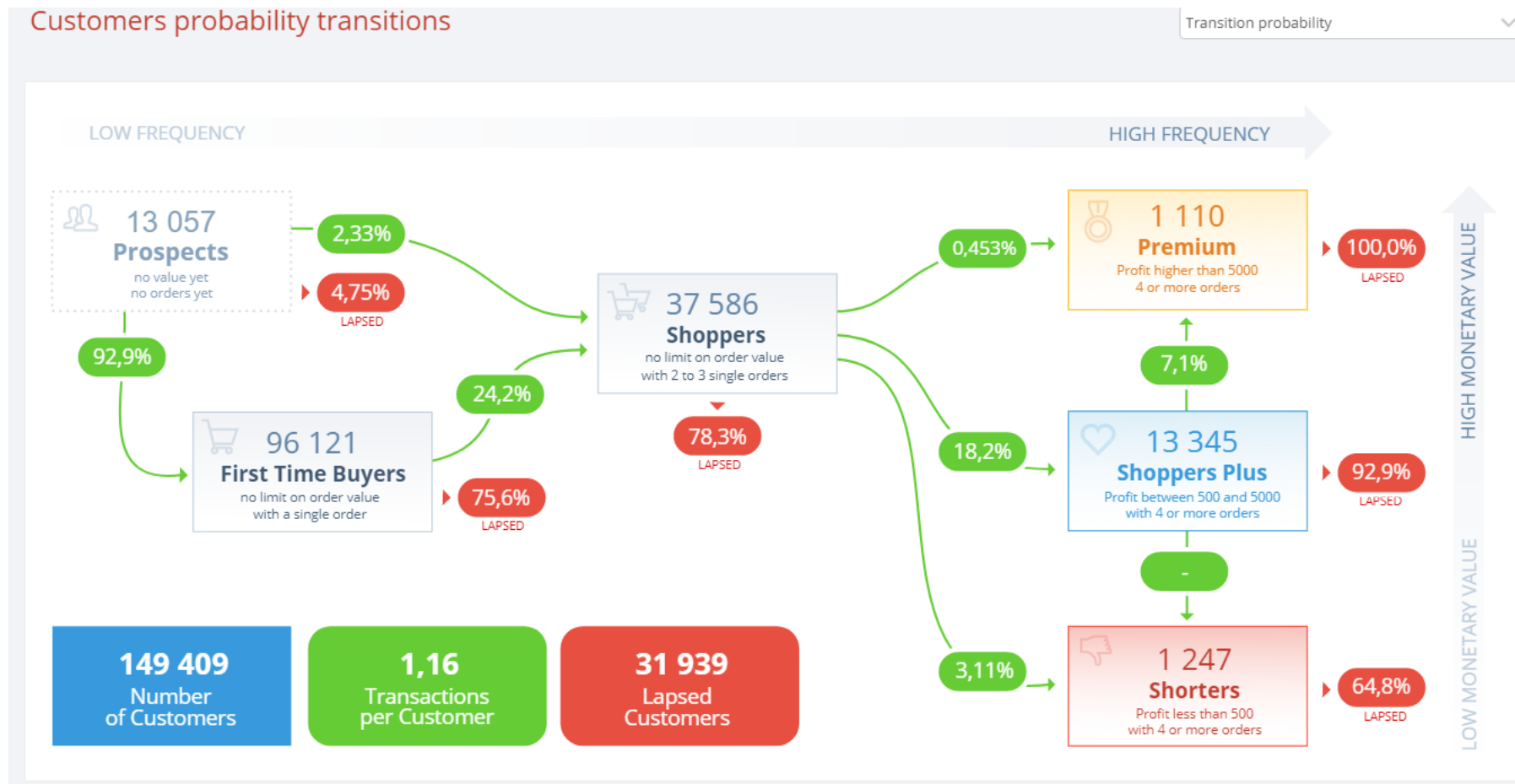
- největší showroom LG v ČR
- doprava ZDARMA od 2.000 Kč
- odvezeme vaši starou pračku



LG F84G6TDM2N + 10 let záruka na motor

- 8/5kg 1400ot./min
- Třída praní + sušení A

Zákaznické databáze



Kombinování dat z různých zdrojů

MARGINAL RETURN ON MARKETING INVESTMENT

Determines how many new dollars in profit were made by every dollar spent on marketing



Marketing Investment vs. Margin Return On Marketing Investment



Added 2000 products

- PPC agency change
- PPC agency switch
- New agency
- Adform switched off
- test
- Boost investment

Etika & právo

```
160  
161       
162 </body>  
163 </html>
```

Soukromí lidí

- Zpracováváme spoustu dat
 - Cookies
 - IP adresy
 - Email
 - Fakturační údaje
 - MAC Adresa, Device ID
- O člověku jsme schopni zjistit spoustu věcí
- Narušujeme jeho soukromí

Potřeba firem

- Uspěť v konkurenci
- Řídit firmu
 - Dělat marketing
 - Obchodovat
 - Vyhodnocovat procesy
 - Navrhnout a vyhodnocovat změny
 - Predikovat výsledky

Legislativa – verze 1

Cookies nám pomáhají k Vaší spokojenosti

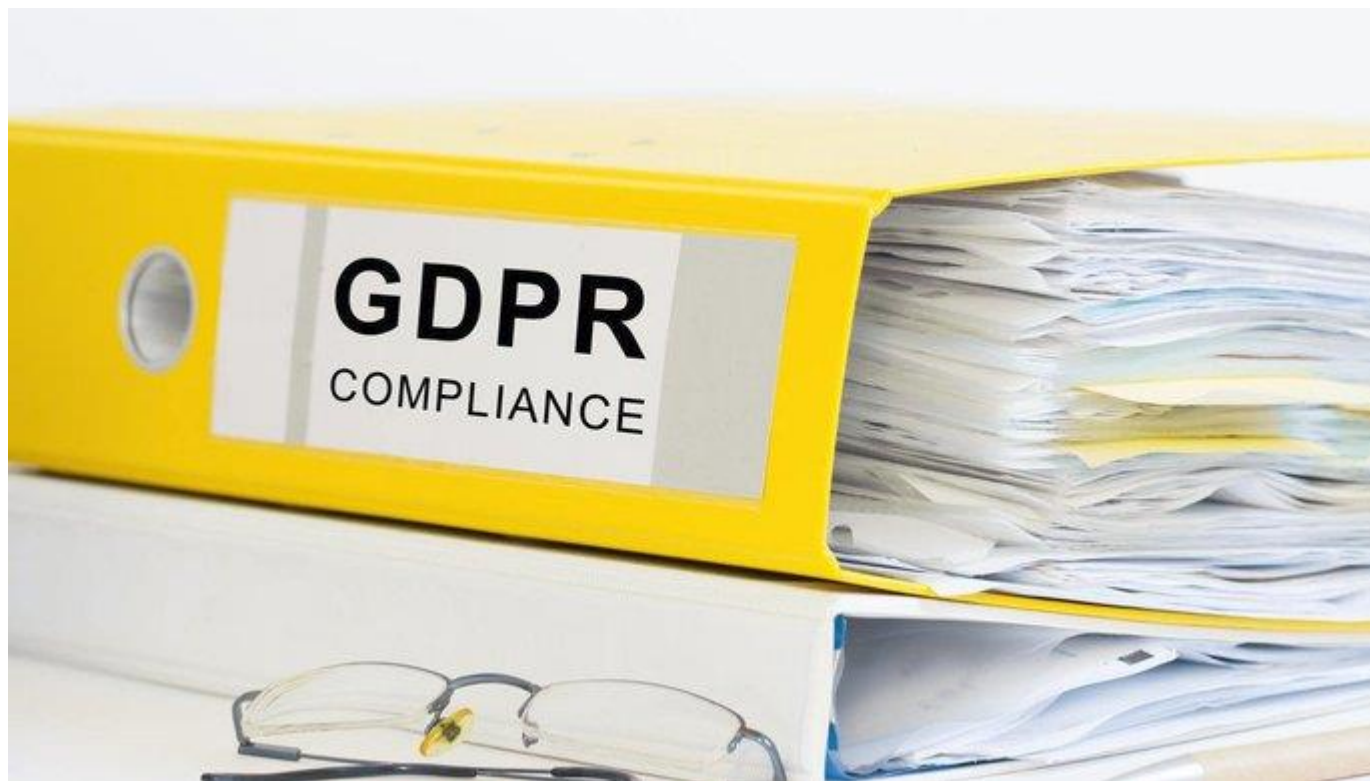
Soubory cookies nám pomáhají řídit obsah stránky a reklamy tak, aby vyhovovaly Vaším představám. Nastavení můžete změnit v zápatí v odkazu cookies.

ROZUMÍM

[Zobrazit další informace](#)

POSLEDNÍ ČLÁNKY

Legislativa – verze 2



GDPR

- Pro zpracování osobních údajů potřebujete mít právní základ
 - Souhlas
 - Oprávněný zájem
 - (případně jiný)
- Vždycky je třeba
 - Informovat
 - Nabídnout možnost uplatnění práv (výmaz, odmítnutí zpracování,...)

Doporučuji konzultace s právníkem

Co s tím

- Uvědomit si, co vlastně potřebujeme
 - Často nepotřebujeme osobní údaje
- Respektovat zákon

Doporučuji konzultace s právníkem

A taxidermy specimen of a swan and a peacock is displayed against a dark background. The swan is on the left, and the peacock is on the right. They are surrounded by a bouquet of flowers, including sunflowers, purple ranunculus, and white ranunculus. The text "Startujeme projekt" is overlaid on the image in white.

Startujeme projekt

Fáze, kterými prochází firma

aneb Lean Analytics

Popisuje metriky při budování firmy

- Projekt postupně prochází fázemi, v každé má jiné cíle.
- Nejde přeskakovat.



Idea

→ Ověření nápadu



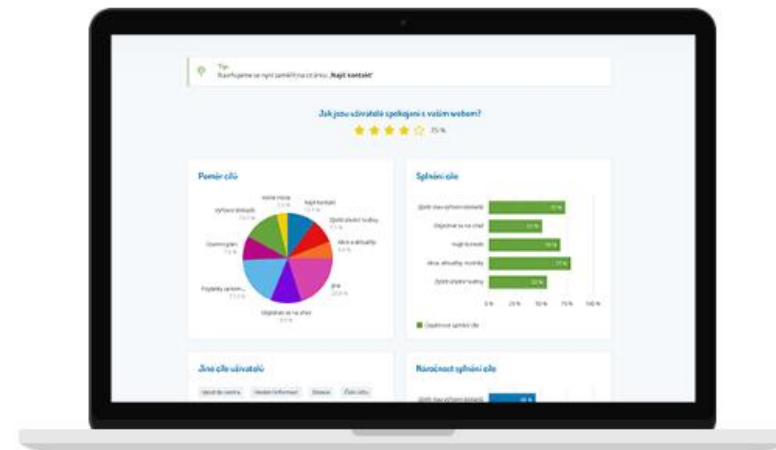
EasyQ

Odhalte problémová místa na vašem webu.

Levně, jednoduše a přehledně.

Zobrazit ceník

1. Zkopírujete měřicí kód do vašich stránek (CTRL+C a CTRL+V).
2. EasyQ sbírá zpětnou vazbu od návštěvníků vašeho webu.
3. Víte, jak se lidé na vašem webu cítí, díky přehlednému jednostránkovému reportu.



Stickness

- Použitelné MVP nebo MFS, které vydělává
- Máme i failstory



Gourmet
→ BRNO

Seznam těch nejlepších brněnských restaurací, bister, cukráren, kaváren, vináren, pivnic a barů.

STAHUJTE ZDE! ↓

Otestovali jsme nejlepší podniky v Brně.

Skvělé chuťové zážitky, originální kombinace, kvalitní suroviny a autentická atmosféra. To jsou podniky, které představujeme v nezávislém hodnocení Gourmet Brno 2017!



Virality

→ Šíření, marketing

Nyní sleva 5% na všechno zboží - slevový kód "LGbrezen" uplatněte v košíku.

Úvod Vše o nákupu Servis Prodejny Kontakt Přihlášení

LG SHOP LG Značková prodejna Hledat v produktech... 0 Kč

TV / AUDIO / VIDEO DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE MOBILNÍ TELEFONY PÉČE O PRÁDLO KLIMATIZACE A VYTÁPĚNÍ AKCE

Inovace pro lepší život

K LG TWINWash™ nyní získáte **exkluzivní dárek!**

Výkonný bezdrátový vysavač 2v1 LG CordZero Handstick

Více zde

DÁREK PRO VÁS

Televize/Audio/video
[Televize](#) [Audio systémy](#) [Video systémy](#)
[Monitory](#) [TV příslušenství](#) [Více >](#)

Domácí spotřebiče
[Chladničky](#) [Práčky](#) [Sušičky](#) [Myčky](#)
[Vestavné spotřebiče](#) [Vysavače](#) [Více >](#)

Mobilní telefony
[Telefony](#) [Tablety](#) [Chytré hodinky](#)
[Sluchátka](#) [Příslušenství](#) [Více >](#)

Většina produktů SKLADEM

Doručení službou LG Plus po Praze

Doprava nad 2000 Kč ZDARMA

Exkluzivní produkty v pražském showroomu

Autorizovaný e-shop LG




Revenue

→ Optimalizace

The screenshot shows the top navigation bar with links for '12 prodejen', 'Vše o nákupu', 'Poradna', 'Kariéra', 'O nás', and 'Kontakt'. On the right, there are links for 'Přihlásit se' and 'Registrace', along with a shopping cart icon and the text 'Košík: prázdný'. The main banner features the IDEA logo, 'NÁBYTEK DOPRAVA ZDARMA', and a large 'až 70%' discount. It also includes a 'NEJLEVNĚJŠÍ' (Cheapest) promotion with 'VYKLUZÍVÁME SKLADY SLEVA až 70%' (Clearing warehouses with up to 70% discount) and 'AKTUÁLNÍ LETÁK' (Current flyer). A call center contact number '800 131 130' and a customer service image are also present.

Nejlevnější nábytek z masivu

Vše skladem • Doprava zdarma nad 3 999 Kč • 12 prodejen po celé ČR

[Postele](#)  [Komody](#)  [Skříně](#)  [Psací a PC stoly](#) 

[Celý sortiment](#)



Novinky do e-mailu



Registrovat

Scale

- Šíření do dalších zemí
- Další produkty či služby

LECTURA Valuation Specs Press Shop Events Market Deutsch

LECTURA specs Maschinen & Gerätelexikon

Typen Hersteller Service Sponsoren Über uns Mediadaten Markt

Lectura specs > Landmaschinen > Allradtraktoren > Allradtraktoren DEUTZ-FAHR > Technische Daten für DEUTZ-FAHR Agrokid 230 DT

Technische Daten, Datenblätter für DEUTZ-FAHR Agrokid 230 DT 2007 - 2016

Modell 2007-2016 ([weitere Maschinen von DEUTZ-FAHR](#))

Modell technische Daten [Ersatzteile](#) Teile finden [Transport](#) Rechner [Bewertung](#) Ihrer Maschine [Gebrauchtmaschinen](#) Auf LECTURA Markt

steht eine 0 als Größenangabe so heißt das, dass keine Angaben vorhanden sind.

Erhalten Sie einen zuverlässigen Wert für diese Maschine KOMPLETT GRATIS!

Das LECTURA Bewertungssystem mache es möglich! Füllen Sie dieses Formular aus, um den Preis für Ihre spezifische Maschine zu erhalten, **gestützt von der 30 jährigen Erfahrung von LECTURA** in der Branche. Danke FinCompare für den **kostenlosen Zugang** zu diesem Service.

Individuelle Bewertung von DEUTZ-FAHR Agrokid 230 DT

JAHR *
Baujahr auswählen



Anzahl Betriebsstunden

Vorname *

Nachname *

Neupreis in EUR

Die Kalkulation wird Ihnen in Form eines Bewertungszertifikats in Kürze zugesandt.



Rexroth

Bosch Group

[Finden Sie Ersatzteile für Allradtraktoren im Rexroth eShop](#)

Schnelle und unkomplizierte Lieferung innerhalb von 24 Stunden

Nepřeskakovat!



Tento web není dostupný

IP adresa serveru .cz nebyla nalezena.

Zkuste spustit Diagnostiku sítě systému Windows.

DNS_PROBE_FINISHED_NXDOMAIN

Načíst znovu

Company Stage	E-commerce	Two-sided market place	Software as a Service	Free mobile app	Media	User generated content
Otázka	Koupí dost za dost peněz?		Vyřešíme problém uživatelů?		Dokážu získat dost pozornosti?	
Empathy Validace řešení - kvalitativní a kvantitativní výzkum, občas testování prototypu či MVP	Jak zákazník "zvědomí" svou potřebu? Jak bude hledat řešení?	Potřebují prodejci prodejní místo a zákazníci kde nakupovat? Jak se potkávají?	Mají prospekti potřebu řešit nějaký problém? Lze to softwarem? Jak se dozvídají o řešeních?	Jaký je můj cílový trh? Jaké podobné aplikace existují?	Můžu získat dost pozornosti o dané věci? Jak uživatelé konzumují obsah?	Existuje nějaká komunita? Co ji dělá jedinečnou? Jak se do ní člověk dostane? Jak rychle roste?
Poroste?	Najdou tě a řeknou o tobě ostatním?		Přihlásí se, zůstanou u tebe a řeknou o tobě dál?		Dokážu získat tolik uživatelů, aby to bylo profitabilní?	
Stickness MVP, který dokáže zaujmout zákazníky	Shop s nákupním košíkem. Pro akvizici - cena na získání zákazníka. Pro loajalitu - ARR	Četnost vytvoření nabídek, vyhledávání - typ + frekvence cena, pružnost kvalita nabídek četnost krádeží nebo reklamací	Zaujetí, opuštění, funnely vrstvy uživatelů Využití jednotlivých věcí	Onboarding, přijetí, jednoduchost užívání, počet interakcí za čas opuštění, doba používání cílení podle lokalit / uživatelů	Počet návštěv, zisky Segmentování metrik podle kategorie, autora,... Mikrokonverze - RSS, Share, prokliky	Funnel pro zaujetí tvorbou obsahu, spam rates, sdílení obsahu, kanály pro akvizici (pouze primární)
Virality růst s pomocí virality, optimalizace virálního koeficientu a cyklu	Akviziční mód - cena za akvizici, dosah sdílení. Retenční model - schopnost reaktivovat, podíl uživatelů, kteří se vrací.	Akvizice prodejců, akvizice zákazníků Přirozená viralita a VOM Vytvoření účtů a jejich konfigurace	Sdílená viralita, cena za akvizici	Hodnocení na app store, sdílení, pozvánky, hodnocení	Viralita obsahu, SEM a SEO, zobrazení reklam na stránce	Pozvánky k obsahu, zprávy v rámci aplikace, sdílení
Primární zdroj peněz	Transakce		Aktivní uživatelé		Reklama	
Revenue Přesvědčit uživatele k placení optimálního pricingu, část zisku použít na akvizici	Hodnota transakce, CLV, poměr nákladů na akvizici na CLV, metriky o prodejích	Transakce, ověření uživatelů, cena za zobrazení Zpoplatněné služby (přidání fotky, promotion)	Upsell, cena za akvizici, CLV, funnely pro toto všechno	Počet stažení, průměrný zisk na uživatele, průměrný zisk na platícího uživatele, cena za akvizici	Cena za zaujetí, zisk z affiliate, CTR, počet impresí	Ads (viz média), dary, licencování a prodej obsahu
Scale Růst přes akvizici zákazníků, kanály, zvýšení efektivity, podíl na ekosystému trhu	Affiliates a další kanály, hodnocení produktů, reviews náklady na support, vratky a storna Konflikty kanálů	Ostatní vertikály, související produkty, nabídky třetích stran	Provoz na API, ekosystém aplikace kanály, reselleři náklady na support + vyhovění požadavkům verze na vyžádání / soukromé	Transakce vydavatele a distributorů Mezinárodní verze	Publikování, licence, nabídky na partnerství (média/události/...)	Analýza uživatelských dat Modely reklam - vlastní i třetích stran API



Do příště

Do příští hodiny

- **Podívat se na podmínky ukončení předmětu**
<https://is.muni.cz/auth/el/1421/jaro2020/ISKM62/>
- **Přihlásit se do Google Analytics**
<https://analytics.google.com/analytics/web/>
webova.analytika.kisk@gmail.com / ISKM62+2020
- **Projít si kapitoly 1 a 2 z kurzu Google Analytics pro začátečníky**
<https://analytics.google.com/analytics/academy/course/6>

