

# Úkol 1: chování na webu

- Kolik návštěv chodí na web centrum-mandala.cz nakupovat? A co dělají ostání?
- Jaké části webů jsou nejzobrazovanější?

Všechny účty > http://www.brno.cz  
www.brno.cz - master

Prohledávání přehledů a ná

DOMOVSKÁ STRÁNKA

PŘIZPŮSOBNÍ

Přehledy

V REÁLNÉM ČASE

PUBLIKUM

AKVIZICE

CHOVÁNÍ

Přehled

**Tok chování**

Obsah webu

Rychlost webu

Vyhledávání na webu

Události

Majitel stránek

OBJEVUJTE

SPRÁVCE

**Tok chování**

Page Category ▾ Úroveň podrobností ▾ Exportovat ▾

Všichni uživatelé  
100,00 % Návštěvy

Médium ▾ ⚙

organic  
30 tis.

(none)  
7,4 tis.

referral  
4,4 tis.

social  
2,8 tis.

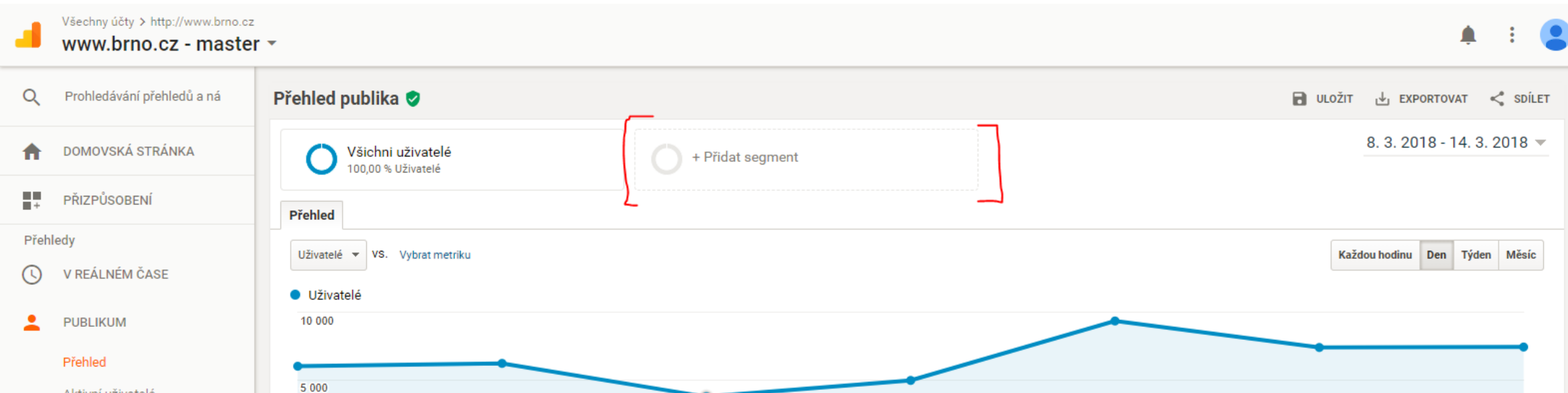
email  
261

...  
191

# Úkol 2

Pro web [www.brno.cz](http://www.brno.cz) zjistěte:

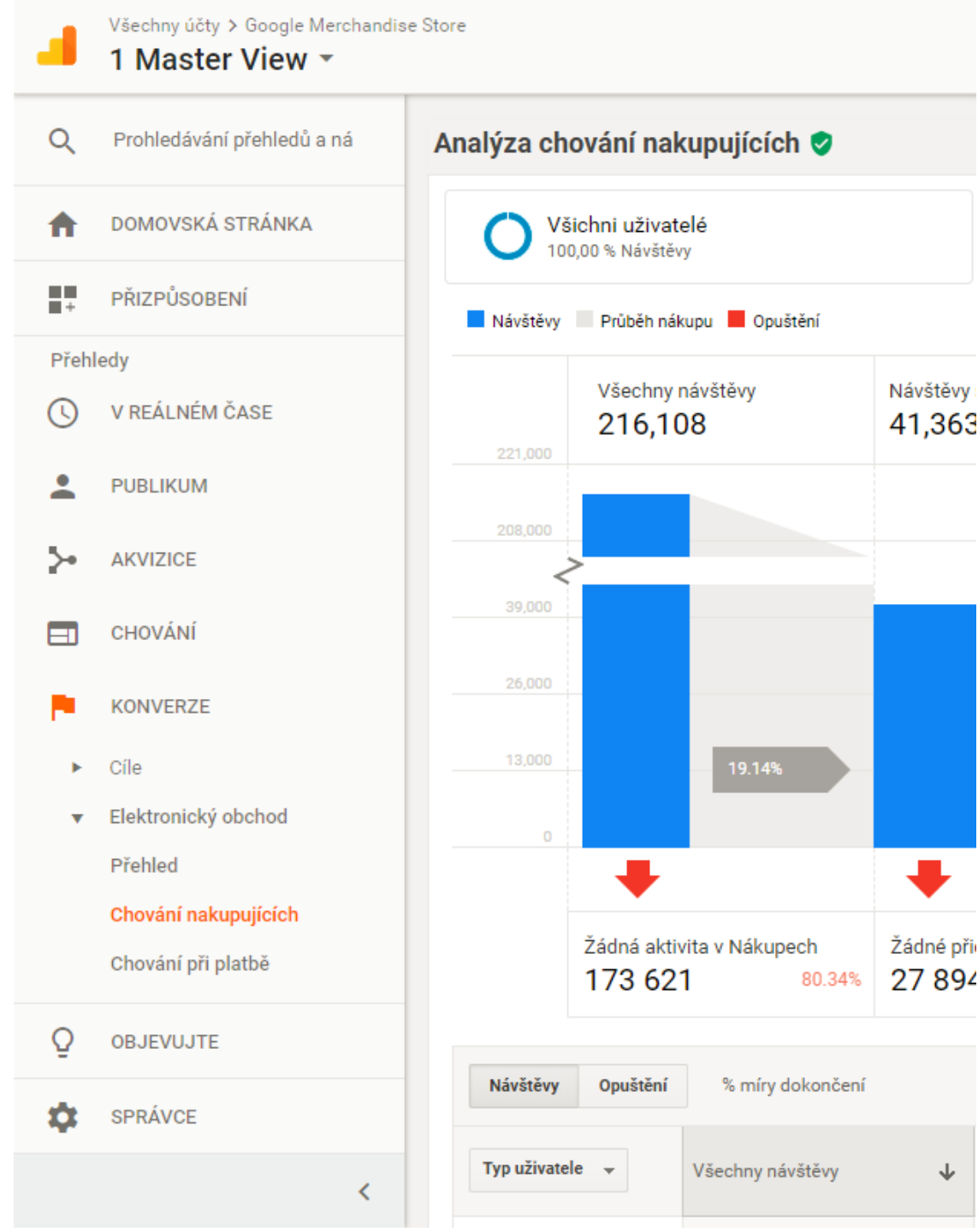
- Jaký podíl uživatelů navštívilo stránky týkající se občanských průkazů?
- Kam lidé chodí z rozcestníku občanských průkazů?
- Jaké stránky navštěvují úředníci z magistrátu? Srovnejte se segmentem běžných uživatelů.



# Úkol 3

Pro [www.centrum-mandala.cz](http://www.centrum-mandala.cz) zjistěte:

- Jsou nějaká slabá místa objednávkového procesu? Co tam může být špatně?
- Na jaké stránky se při úpravách zaměřit jako první?



# Úkol 4: ecommerce

- Centrum-mandala.cz pro minulý rok Q3 + Q4: Jaké produkty generují tržby a jaké mají potenciál (buy-to-detail rate)?
- Jaké konkrétní kroky byste měli podniknout?

Všechny účty > centrum-mandala.cz

centrum-mandala.cz - master

Prohledávání přehledů a ná

DOMOVSKÁ STRÁNKA

PŘÍZPŮSOBNÍ

Přehledy

- V REÁLNÉM ČASE
- PUBLIKUM
- AKVIZICE
- CHOVÁNÍ
- KONVERZE
  - Cíle
  - Elektronický obchod
    - Přehled
    - Chování nakupujících
    - Chování při platbě
      - Výkon produktu**
      - Výkon prodeje
      - Výkon seznamu produktů
    - Marketing
    - Vícekanalové cesty
    - Atribuce

OBJEVUJTE

SPRÁVCE

Výkon produktu ✓

Všichni uživatelé  
100,00 % Tržby za produkt

+ Přidat segment

Průzkumník

Souhrn Chování nakupujících

Tržby za produkt vs. Vybrat metriku

Tržby za produkt  
8 000,00 Kč

4 000,00 Kč

srpen 2017 září 2017

Primární dimenze: Produkt Skladová jednotka produktu Kategorie produktu (rozšířený elektronický obchod) Značka produktu

Sekundární dimenze

Produkt ?	Výkon prodeje	
	Tržby za produkt ? Podíl z celku v %: 100,00 % (102 546,48 Kč)	Unikátní nákupy ? Podíl z celku v %: 100,00 % (567)
1. Plastová šablona pro tvoření vlastních mandal	34 575,84 Kč (33,72 %)	116 (20,46 %)
2. Stolní mandalový kalendář	16 656,93 Kč (16,24 %)	55 (9,70 %)
3. On-line kurz Cesta Mandaly	7 851,22 Kč (7,66 %)	4 (0,71 %)
4. Mandalové omalovánky – od vybarvování po tvoření	4 462,93 Kč (4,35 %)	28 (4,94 %)
5. Pískování mandal	3 737,92 Kč (3,65 %)	9 (1,59 %)
6. Inspirováno Zentangle	3 577,91 Kč (3,49 %)	17 (3,00 %)
7. Mandalový set pro začátečníky	2 950,44 Kč (2,88 %)	6 (1,06 %)
8. Umění zentagle	2 866,08 Kč (2,79 %)	11 (1,94 %)
9. Mandalové antistresové omalovánky	2 603,35 Kč (2,54 %)	21 (3,70 %)
10. Mandalové karty	2 443,05 Kč (2,38 %)	19 (3,35 %)

© 2018 Google |

**<https://www.houseofrezac.com/junior-analytik>**