

## Přihlášení

- Jděte na [www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics)
- Přihlaste se pod vaším google účtem

## Hlavní stránka

Na hlavní stránce se setkáte s následujícími prvky:

- **Domovská stránka** – seznam všech portálů, které v GA spravujete
- **Přehledy** – samotná statistika webů
- **Přizpůsobení** – možnost vytvářet vlastní přehledy
- **Správce** – nastavení účtu, služby, dat

The screenshot shows the Google Analytics interface. At the top, there is a navigation menu with the following items: "Google Analytics", "Domovská stránka" (highlighted with a blue underline), "Přehledy", "Přizpůsobení", and "Správce". Below the navigation menu, there is a toolbar with two buttons: a download icon and an upload icon. Underneath the toolbar, there is a bookmark bar with four entries: "Dárcovský portál Diakonie", "Mnoho tváří pomoci (UA-70939740-1)", "Všechny údaje o webu", and "Den pro Diakonii".

A v pravém horním rohu dále najdete:

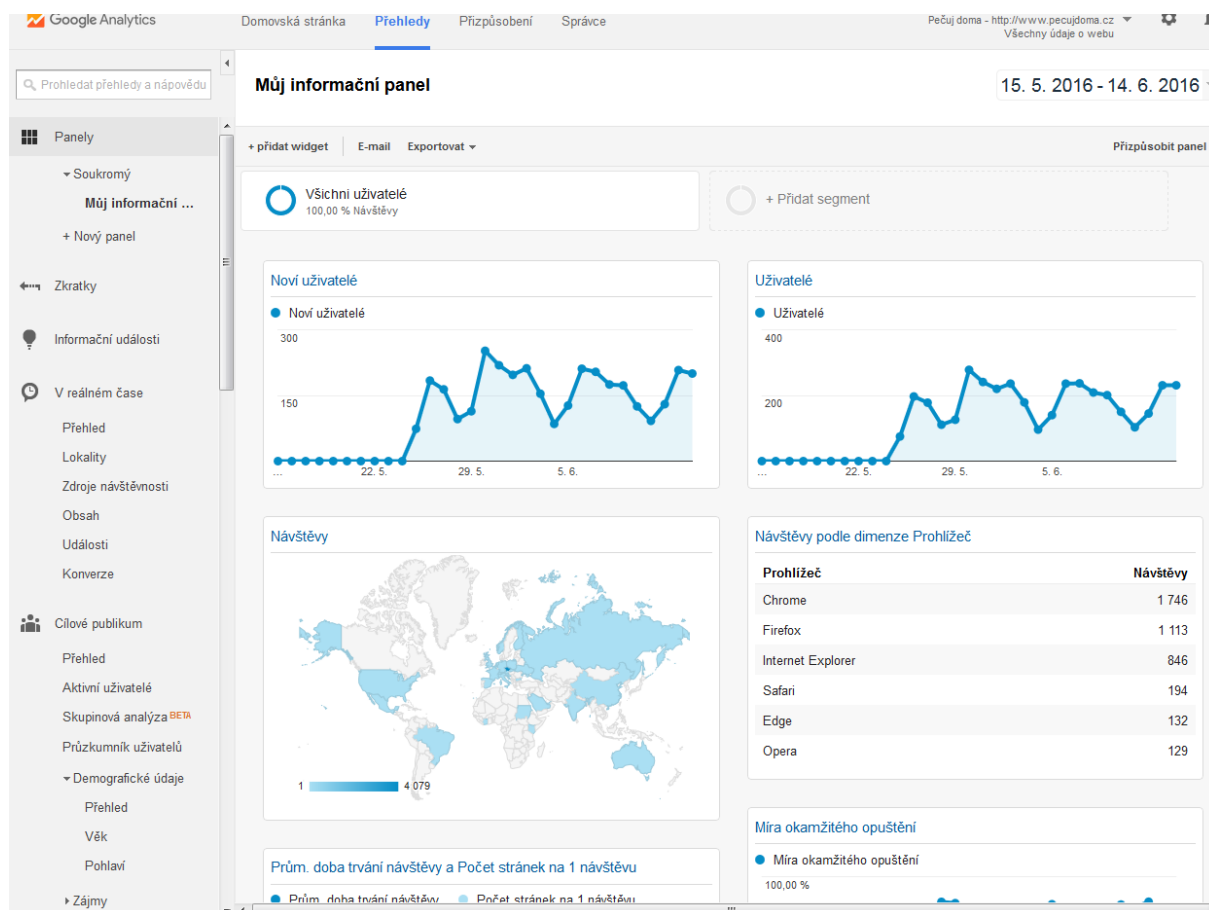
- Přepínání mezi weby, které spravujete
- Základní nastavení uživatele (jazyk apod.)
- Oznámení a různé nabídky Analytics
- Možnost zvolit období, za které se zobrazuje statistika
- Nápořvedu (uchopitelnější a srozumitelnější nápořvedu a popis funkcí zde: <http://blog.paravan.sk/google-analytics-kompletny-navod/>)

The screenshot shows the top right corner of the Google Analytics interface. It includes the email address "czdiakonie@gmail.com", the text "Pečuj doma - http://www.pecujdoma.cz", and "Všechny údaje o webu". There are also icons for settings, a notification bell, and an information icon. Below this, there is a date range selector showing "16. 5. 2016 - 15. 6. 2016" and a small icon of a graduation cap.

## PŘEHLEDY

V kartě přehledy najdete následující záložky:

### Panely



- zobrazuje se základní statistika
- Po rozkliknutí jednotlivých částí lze získat podrobnosti



- Např. údaje o nových uživateli vám prozradí, že nejvíce lidí na stránky chodí přes vyhledávače (organické hledání), nejméně ze sociálních sítí

- Přejikněte v horní záložce „primární dimenze“ na jinou statistiku měření (např. nejlepší zdroje) a uvidíte další zajímavá čísla (nejvíce lidí k nám chodí z googlu)



## Informační události

- Přehled událostí v různém časovém období
- Automatická upozornění na události i možnost nastavení vlastního upozornění

## V reálném čase

- Zobrazuje statistiku uživatelů, kteří jsou právě na vašem webu
- Celkový přehled, podrobněji o kategoriích:
  - lokalita uživatele,
  - zdroj (původní stránka, odkud uživatel přišel),
  - obsah (aktuální stránka, kde se nachází),
  - události (co uživatelé dělají),
  - konverze (zobrazuje, zda právě někdo plní vámi nastavený cíl; viz Konverze níže)

## Cílové publikum

- Zobrazuje přehled údajů o uživateli
- **Demografické údaje** – údaje o věku, pohlaví a chování na stránkách
- **Zájmy** – údaje o zájmových kategoriích uživatelů a jejich chování na stránkách
- **Jazyk**

- **Chování** – noví vs. Vracející se (poměr uživatelů, kteří přicházejí na web poprvé a kteří se opětovně vrací); frekvence a aktuálnost (počty návštěv apod.); interakce (čas, který uživatelé strávili na stránkách)
- **Technologie** – prohlížeče, operační systémy, sítě
- **Mobilní zařízení** – počítač, mobil, tablet
- **Tok uživatelů** – grafické znázornění míry návštěvnosti a opuštění z jednotlivých stránek

## Akvizice

- Zobrazuje údaje, jak se lidé dostávají na vaše stránky
- Lze propojit s účtem na AdWords, se sociálními sítěmi

## Chování

- Přehledy o aktivitách uživatelů

## Konverze (cíle)

- Důležitá část, která podává obrázek o tom, zda web splňuje to, co od něj chceme
- Konverze je jednoduše řečeno získání takového chování uživatele webu, které je pro nás důležité. Příkladem konverze může být nakoupení v e-shopu, registrace na webu, stažení dokumentu, přehrání videa apod.

### *Jak sledovat konverze?*

1. Je nutné nastavit cíl (v horním řádku klikněte na záložku „správce“ > ve třetím sloupci „výběr dat“ klikněte na „cíle“)
  2. Zadejte „nový cíl“
  3. Vyberte, co chcete sledovat
  4. Vyberte typ cíle (*cíl* – uživatel navštíví požadovanou stránku; *doba trvání* – uživatel na stránce stráví požadovanou dobu; *počet stránek* – uživatel zobrazí nastavený minimální počet stránek; *událost* – na stránkách dojde k aktivitě – přehrání videa, stažení dokumentu...)
  5. Vyplňte požadované podrobnosti a uložte
  6. Cíle a jejich plnění lze sledovat v záložce „přehledy“ > „konverze“ > „cíle“ > „přehled“
- Nejjednodušší je měřit, kolik lidí navštívilo danou stránku. Jestliže tedy potřebujete zjistit, kolik lidí kliklo na váš reklamní banner, jako cíl nastavte koncovou URL adresu.

### *Příklad:*

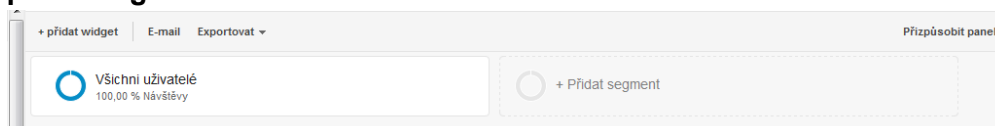
Potřebuji zjistit, kolik lidí se registrovalo na webu, proto

1. Vytvořím nový cíl
2. Ze šablony vyberu možnost „vytvoření účtu“

3. Zadám název
4. Víím, že po registraci bude uživatel přesměrován na URL .../registrace-u-konce.htm
5. Za typ vyberu „cíl“
6. V podrobnostech cíle zadám URL adresu
7. Peněžní hodnotu není nutné vyplňovat, trychtýř dle potřeby

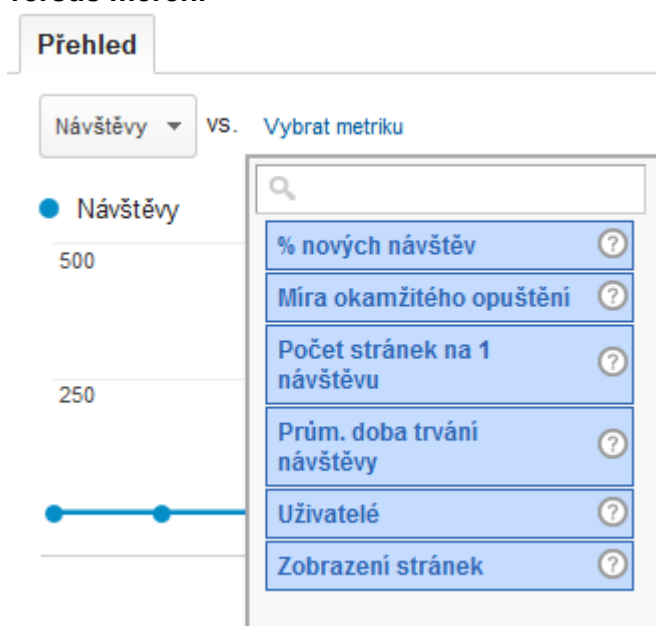
### Chcete více statistiky? Zvolte:

#### - přidat segment



A vyberte další možnost, jaký druh návštěvnosti či jakou část publika chcete ve své statistice sledovat (aktivní bude po 24 hod.)

#### - versus měření



V několika záložkách máte možnost vybrat si z více možných metrik. Následně můžete v grafu sledovat vývoj dvou křivek a jejich vzájemné ovlivňování.

#### - filtry

Filtry umožňují přesnější měření. Pokud např. do statistiky návštěvnosti webu nechcete zahrnout aktivity webmasterů, můžete je vyloučit.  
Správce > výběr dat > filtry

#### - a spousta dalších...