

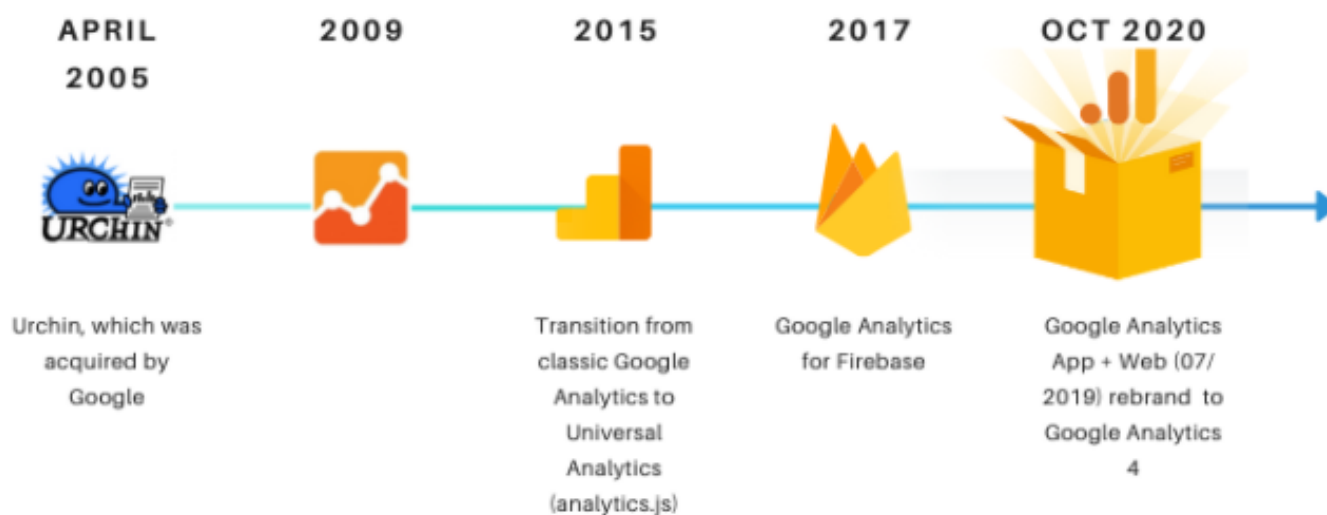


# Google Analytics 4



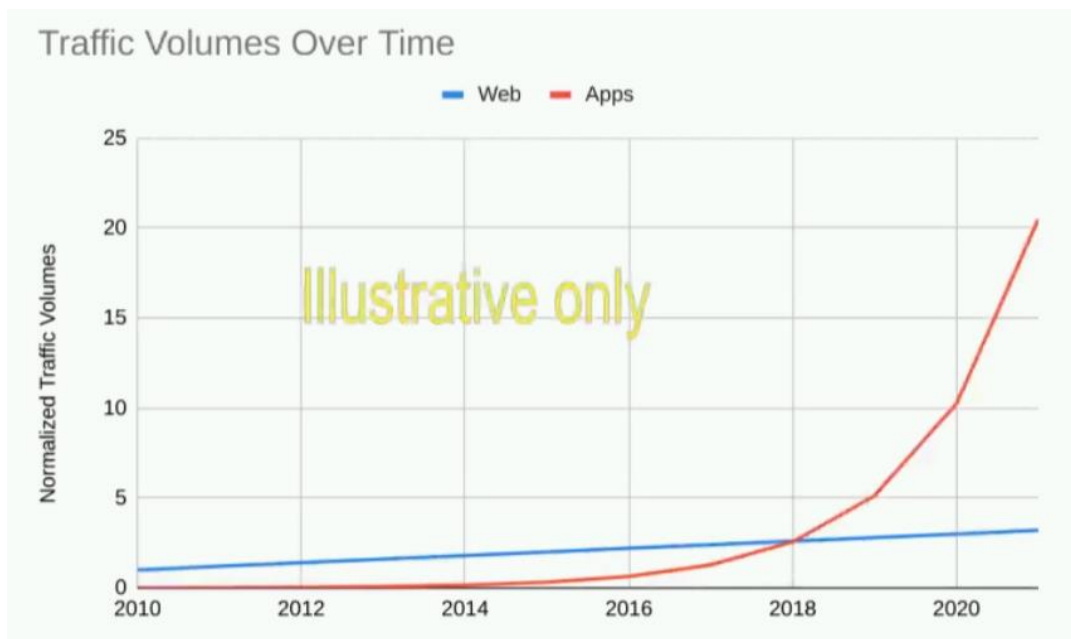
# Google Analytics 4 - co to je?

- Nová verze Google Analytics (v pořadí čtvrtá):
  1. Urchin
  2. Google Analytics (Classic)
  3. Universal Analytics
  4. Firebase -> Google Analytics App+Web -> Google Analytics 4



# Google Analytics 4 - proč?

- 20 let starý datový model, ale svět se mění:



## A brief primer on cost in data centers

Compute Cycles are Expensive

Storage is Cheap

Network is (Essentially) Free

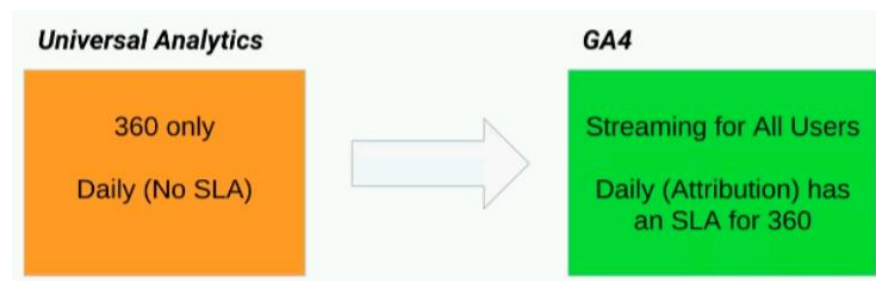
- Obrovská výpočetní náročnost a Google chce zachovat Analytics zdarma pro všechny (za cenu některých změn)



GA4 nyní default pro všechny

# Google Analytics 4 - koncepty

- Nový přístup k webové analytice:
  - spojení měření na webu a mobilní aplikaci,
  - nový datový model -> analytika založená na **událostech**
  - **user based** analytika -> „vypouští“ se koncept návštěv.
  - „free and unlimited“ -> ukládání raw dat do **Google Big Query** pro další zpracování či vyhnutí se vzorkování

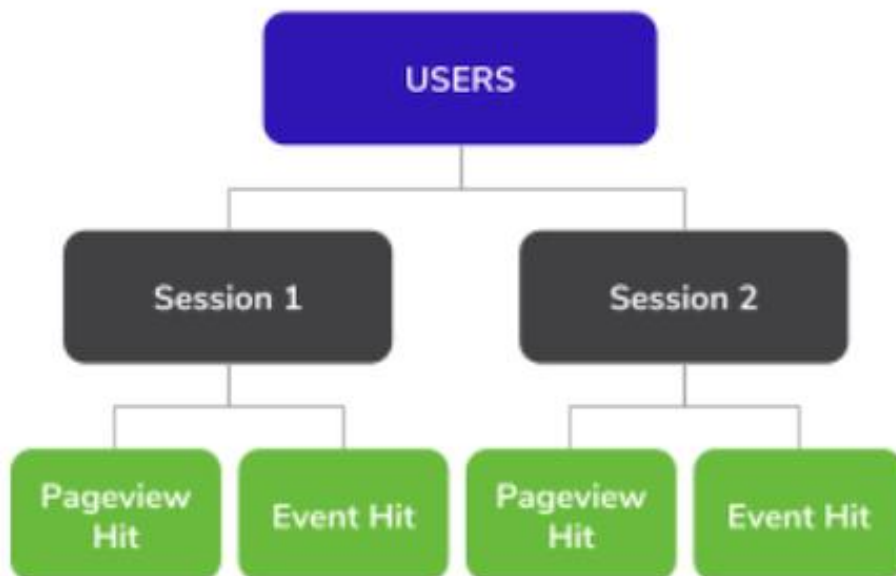


- flexibilita a customizace reportů
- strojové učení
- cookies-less budoucnost

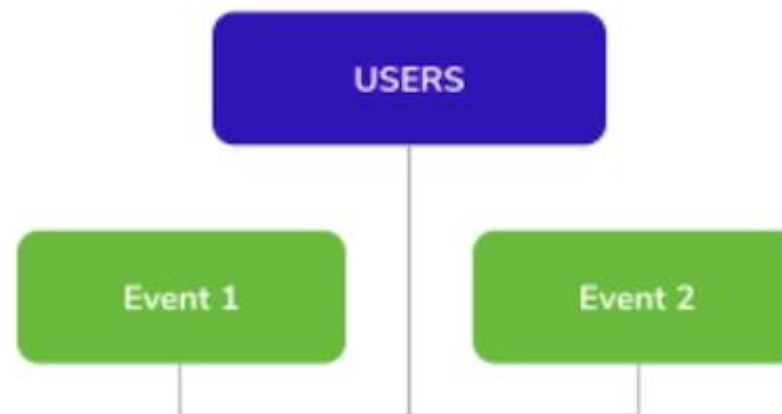
# Google Analytics 4 - datový model

- event-based analytika - všechno je událost:
  - zobrazení stránky
  - objednávka
  - kliknutí na tlačítko
  - doscrolování do konce stránky, ...

Universal Analytics Properties



Google Analytics 4 Properties



# Google Analytics 4 - datový model

- V Universal Analytics existovalo více typů hitů - pageview, událost, sociální interakce, měření času, ecommerce apod.

Typ požadavku na server ve službě Universal Analytics	Měření ve službě Google Analytics 4		
Zobrazení stránky	Událost		
Událost	Událost	Google Analytics Universal	Google Analytics 4
Sociální sítě	Událost	<i>Event Category: form</i>	<i>event_name: generate_lead</i>
Transakce/elektronický obchod	Událost	<i>Event Action: submit</i>	<i>lead_type: newsletter-signup</i>
Časování uživatelů	Událost	<i>Event Label: newsletter-signup</i>	

# Google Analytics 4 - datový model

- Událost má vlastní název a případně doplňující **parametry**
- [Rozšířené automatické měření událostí](#) – zobrazení stránky, odchozí kliky, interakce s videem, stažení souboru, ...
- Události se mohou jmenovat jakkoliv, ale je dobré dodržovat doporučenou taxonomii -> [Doporučené názvy událostí](#)
- Parametry (i z automatického měření) je potřeba přidat do vlastních dimenzí v **rozhraní** GA4, pokud s nimi chceme pracovat!
- Možnost úprav/editací naměřených událostí přímo v rozhraní bez nutnosti změn v implementaci

× Nová vlastní dimenze

Název dimenze ?

content\_group

Rozsah ?

Událost

Popis ?

Parametr události ?

content\_group

# Google Analytics 4 - datový model

## ■ Automatické eventy a parametry

### EVENTS

#### **session\_start**

začátek návštěvy uživatele

#### **first\_visit**

první návštěva uživatele (nový uživatel)

#### **page\_view (screen\_view)**

Zobrazení stránky (screenu v aplikaci)

#### **user\_engagement**

trackuje čas, který uživatel stráví na webu

### PARAMETERS

#### **language**

Nastavený jazyk na úrovni prohlížeče

#### **page\_location**

URL, kde se uživatel nachází

#### **page\_referrer**

Odkud uživatel přišel (source, medium, campaign,...)

#### **page\_title**

title stránky, na které se uživatel nachází

#### **screen\_resolution**

Rozlišení obrazovky zařízení



# Google Analytics 4 - user based

- Přejít od „session based“ analytiky na „**user based**“ analytiku
  - nezajímají mě návštěvy, ale **uživatelé** - např. z jakého zdroje přišel uživatel úplně poprvé
  - U uživatelů sledujeme jejich vlastnosti (user properties)
  - párování na základě **ID zařízení** (Google Signals) a UserID (tj. i bez cookies)
  - návštěva je stále měřena, ale jen jako událost jejího začátku. Události tak již nejsou vázány k návštěvě, ale uživateli
  - chybí některé dříve hojně používané metriky, např. **bounce a bounce rate** -> nahrazeny **engagement rate a engaged sessions**:
    - trvala aspoň 10s
    - proběhla konverze
    - byly shlédnuty minimálně 2 stránky/obrazovky

# Google Analytics 4 - user based

- Vlastnosti uživatelů

- obdoba vlastní dimenze na úrovni uživatele v UA
- připisují se ke všem budoucím hitům
- podobně jako parametry je potřeba je přidat v rozhraní
- např.:
  - ID
  - status (free, VIP, ...)
  - apod.

## × Nová vlastní dimenze

Název dimenze ?

vipStatus

Rozsah ?

Uživatel

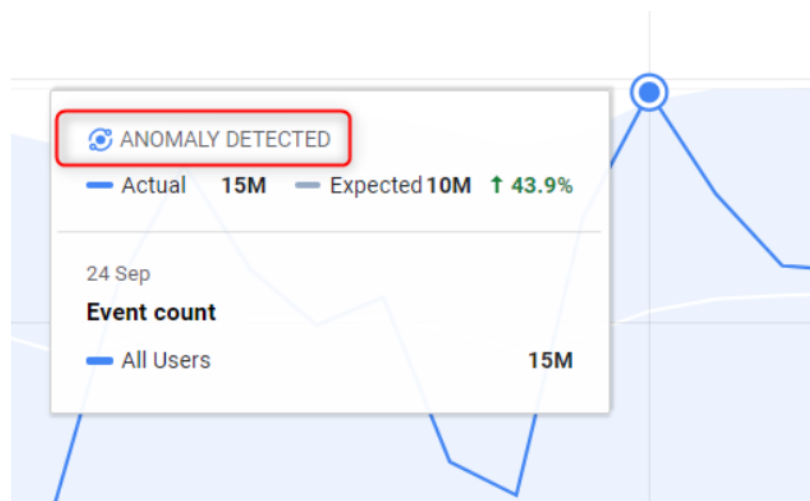
Popis ?

Charakteristika uživatele ?

vipStatus

# Google Analytics 4 - strojové učení

- Detekce anomálií:



- Remarketingová publika:

## Suggested audiences

Additional audience suggestions for you to consider

GENERAL

TEMPLATES

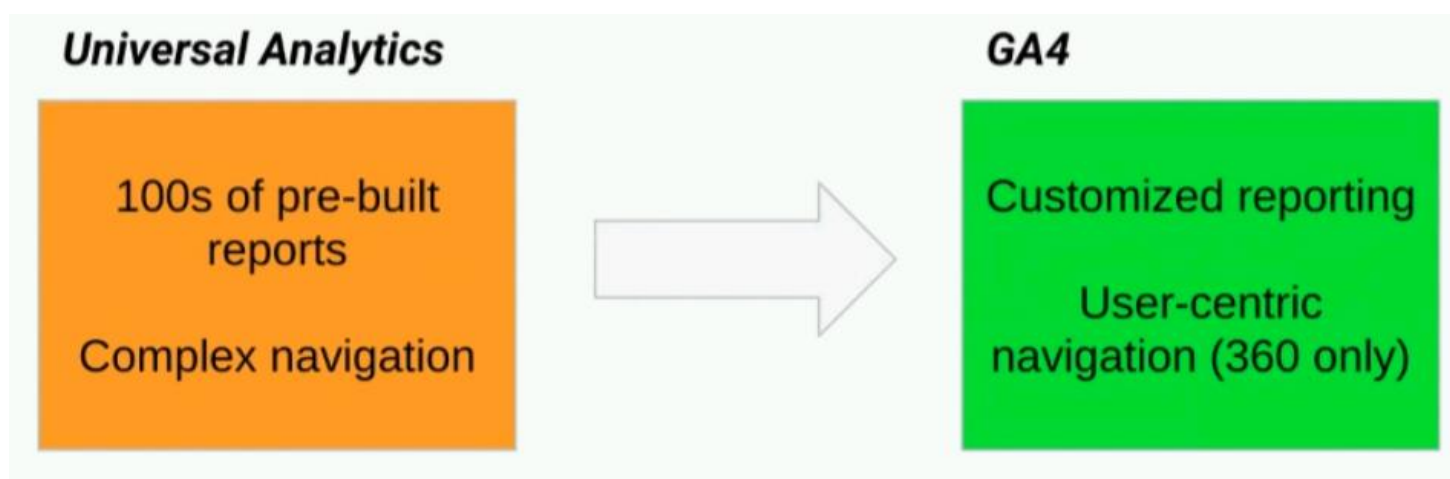


PREDICTIVE

NEW

# Google Analytics 4 - nedostatky

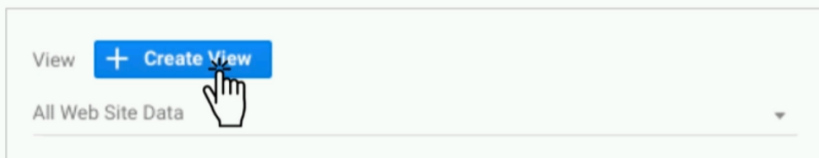
- **Chybí spousta standardních reportů**, na které jsou uživatelé zvyklí anebo jsou úplně změněny -> lze vytvořit v Analysis hub



# Google Analytics 4 - nedostatky

- Neexistuje úroveň **profilů**, tj. ani např. filtry (kromě IP adres)

And some things that used to be free are now more limited



*The Scariest Button in Universal Analytics*

*Every view required additional processing on the entire data set, and evaluation of complex filters*

In GA4, these use cases will be solved differently

Proprietary + Confidential

Data Hygiene
<ul style="list-style-type: none"><li>• SPAM filters</li><li>• Internal traffic filters</li><li>• Other data cleansing/transformations</li></ul>
Available to all as Property-level settings, evaluated once

Fast Reporting
<ul style="list-style-type: none"><li>• Flipping between pre-built data sets</li><li>• Need for specific analysis of datasets without concern around access controls</li></ul>
Available to all as customized reports

Data Governance
<ul style="list-style-type: none"><li>• Strict separation of data required in large businesses</li><li>• Compliance/Regulatory Constraints on Revenue</li><li>• Product/Geographic team isolation</li></ul>
Mostly Premium only

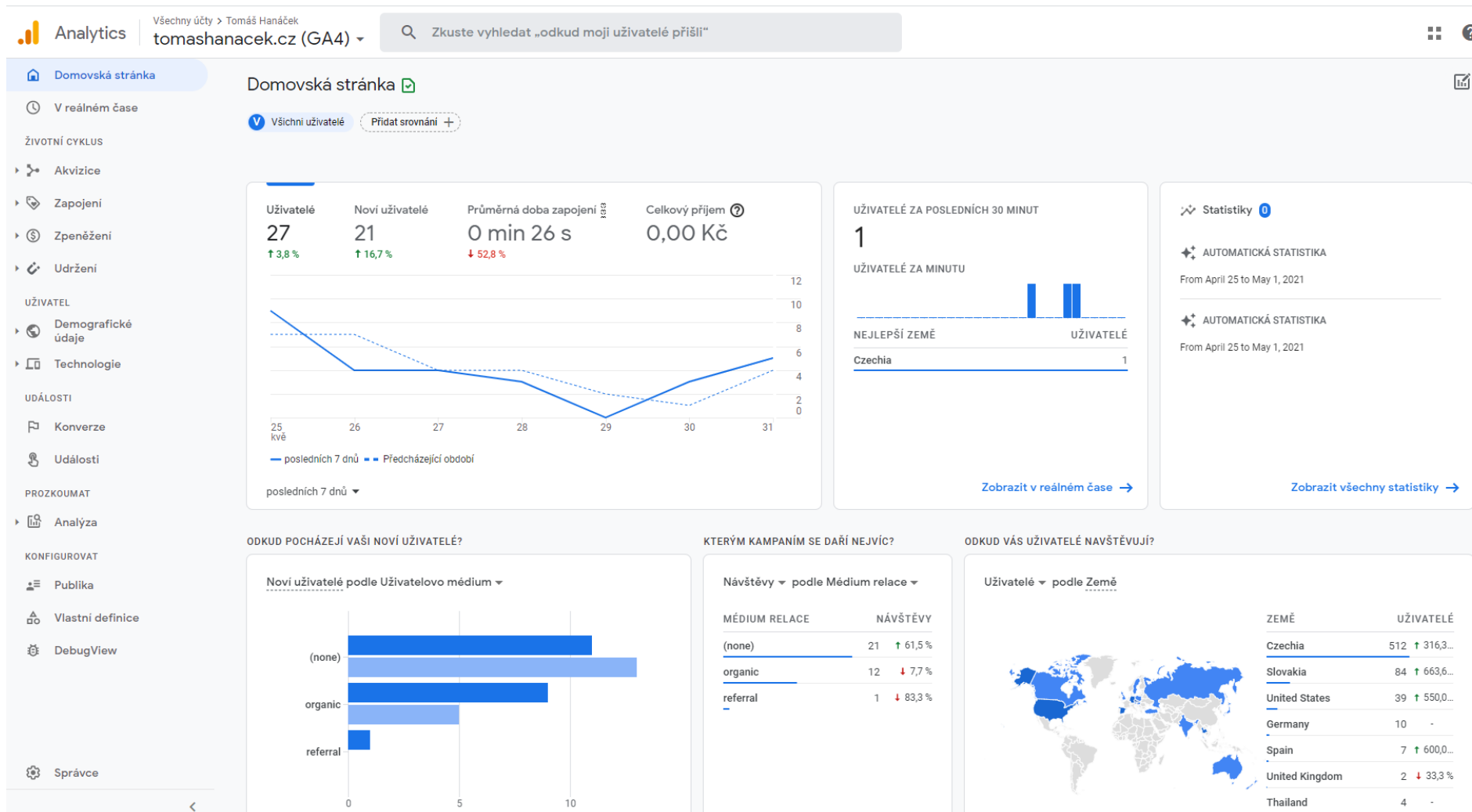
# Google Analytics 4 - nedostatky

- Zaměřeno více na **analytiku**, odklon od široké veřejnosti
- Nejsou **atribuční modely**
- Není možné vytvořit vlastní channel grouping
- Nelze propojit se Search Console
- Neefektivní propojení na GDS - nelze pracovat s parametry událostí
- Chybí cost import
- Chybovost – mizí reporty, ne vše se propisuje korektně (zdroje návštěvnosti, dříve problém s UTM parametry apod.), omezená filtrace v rozhraní (nelze použít podmínky nebo filtrovat dle sekundární dimenze)
- [Limity GA 4](#)

# Google Analytics 4 - vyřešeno

- Není možné odfiltrovat self-referraly
- Cross domain tracking
- Vyloučení interních IP adres a vývojářů

# Google Analytics 4 - rozhraní





# Google Analytics 4 - rozhraní

- V reálném čase -> V reálném čase
- Akvizice -> Akvizice
  - User acquisition
- Chování -> Zapojení
  - Pages and screens
- Publikum -> Uživatel (Demografické údaje, Technologie)
- Konverze -> Zpeněžení, Konverze
- Přizpůsobení -> **Analýza**
- Časové porovnání - možnosti i odpovídajících dnů v týdnu
  
- Špatné překlady, nedoporučuji používat v češtině
  - breakdown = porucha
  - engaged session = návštěvy prostřednictvím pluginů sociálních sítí

# Analytické centrum

- Zde se tvoří většina použitelných reportů
- Předpřipravené šablony - <https://www.kristaseiden.com/new-templates-in-appweb-analysis/>
- možnost napojení do GDS

# Analytické centrum - galerie šablon

## Techniky



### Prázdné

Vytvoření nové analýzy



### Průzkum

Jaké statistiky můžete odhalit pomocí vlastních grafů a tabulek?



### Analýza konverzních cest

Jaké uživatelské cesty můžete analyzovat, segmentovat a členit pomocí víceokrových trychtýřů?



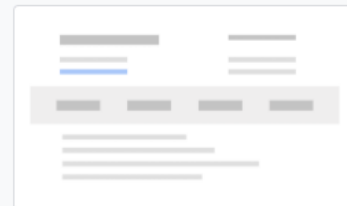
### Analýza trasy

Jaké uživatelské cesty můžete odhalit ze stromových grafů?



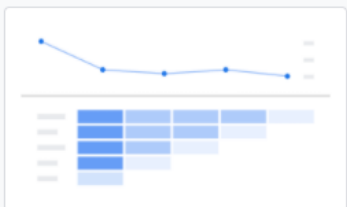
### Překryv segmentů

Co vám řeknou průsečíky segmentů uživatelů o jejich chování?



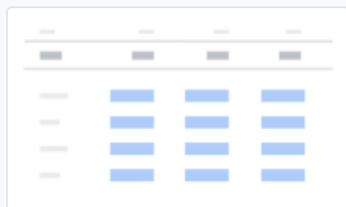
### Výzkumník uživatele

Jaké individuální chování můžete odhalit z analýzy aktivit jednotlivých uživatelů?



### Skupinová analýza

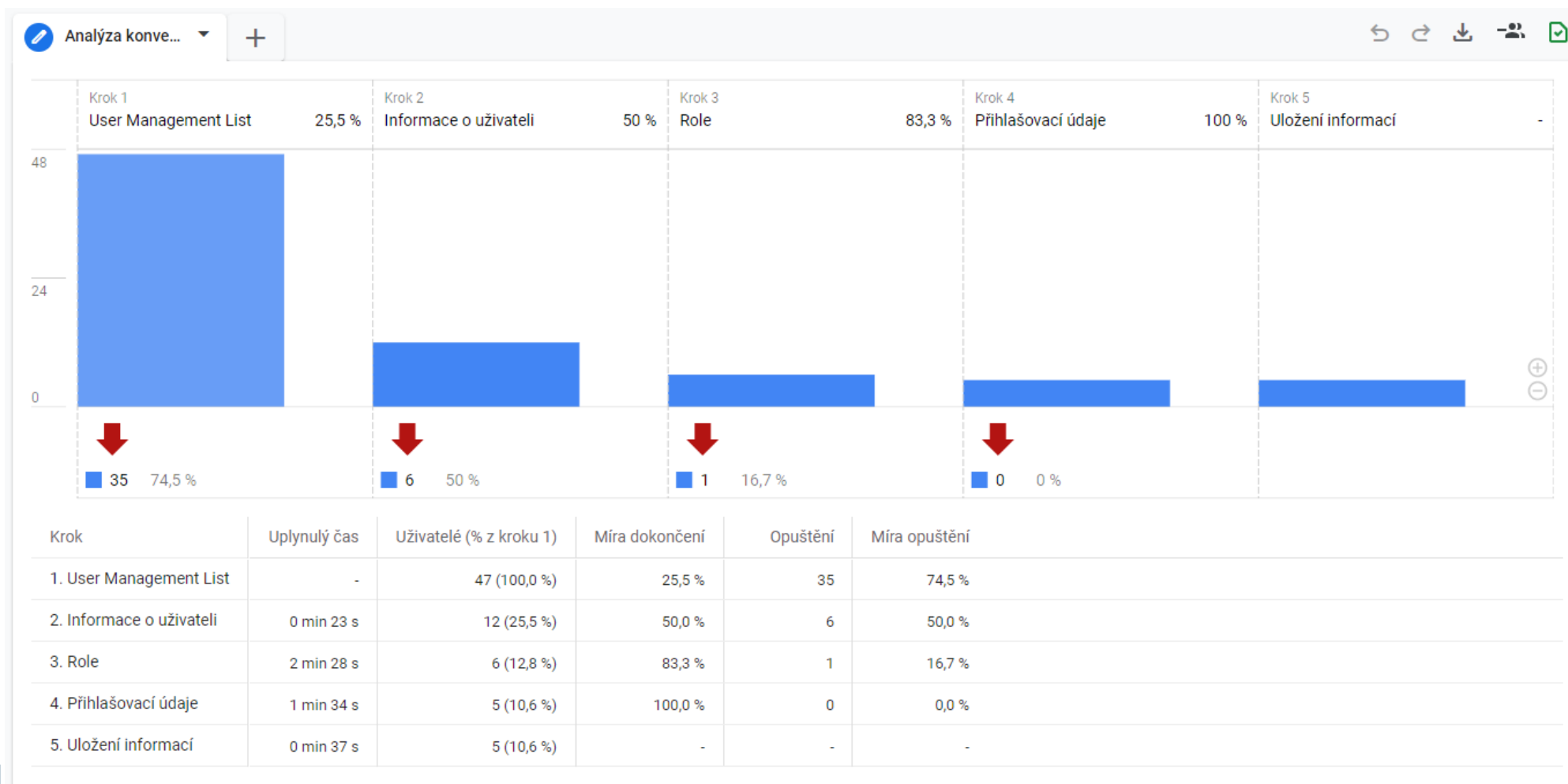
Jaké statistiky můžete zjistit z chování kohorty uživatelů v čase?



### Celá doba trvání uživatele

Co můžete zjistit z analýzy celé doby existence vašich uživatelů?

# Analytické centrum - příklad z praxe



# Google Analytics 4 & Google Ads

## ■ Možnost propojení jako známe z Universal Analytics



### Povolit personalizovanou inzerci

Seznamy publik a remarketingové události/parametry Google Analytics budou publikovány do propojených účtů Google Ads. Toto nastavení můžete kdykoli změnit a zachovat přitom propojení pro jiné účely.



### Povolit automatické značkování

Automatické značkování umožňuje službě Analytics automaticky přiřazovat data služby Google Ads ke kliknutím zákazníků. Může tak shromažďovat obsáhlejší a podrobnější údaje pro přehledy než při ručním značkování, a to pro různé metriky a dimenze služby Google Ads. Jakékoli funkce pro přehledy Google Ads nebo reklamní jednotky přidáné v budoucnu budou k dispozici jen tehdy, pokud bude povoleno automatické značkování.



# Google Analytics 4 & Google Ads

## ■ Co teď?

### Import konverzí do Google Ads

Konverze ze služby Analytics můžete snadno importovat do Google Ads a provádět informované úpravy svých kampaní bez nutnosti opustit účet Google Ads. Pokud ke správě svých nabídek využíváte Chytré nabídky, začnou automaticky používat konverze ze služby Analytics, jakmile je nainportujete do Google Ads.

[Další informace](#)

### Vytvořte remarketingové publikum ve službě Analytics

Remarketing ve službě Google Analytics vám umožní segmentovat publikum skládající se z dřívějších uživatelů a zobrazovat jim relevantní reklamy v kampaních Google podle toho, co daní uživatelé na vašem webu a ve vaší aplikaci dělali. Využijte data z Analytics k určení zájmů těchto uživatelů (např. jaké stránky produktů navštívili) a sestavte publika zaměřená právě na ně.

[Další informace](#) | [Začínáme](#)

## ■ Šablony rem. publik

### Navrhované segmenty publika

Další návrhy publik, které můžete zvážit

OBECNÉ

**ŠABLONY**



#### Demografické údaje

Segmentace uživatelů podle demografických údajů



#### Technologie

Umožňuje segmentovat uživatele podle toho, jaké webové a mobilní technologie používají.



#### Akvize

Segmentujte své uživatele podle způsobu akvizice.

# Google Analytics 4 & Google Ads

- I po propojení se nezobrazí žádné reporty pro Google Ads 😞
- Bez použití analytické centra jen v přehledu Akvizice uživatelů můžete využít dimenze:
  - Typ reklamní sítě Google Ads uživatele:

Typ reklamní sítě Google Ads uživatele ▾ +    ↓Noví uživatelé

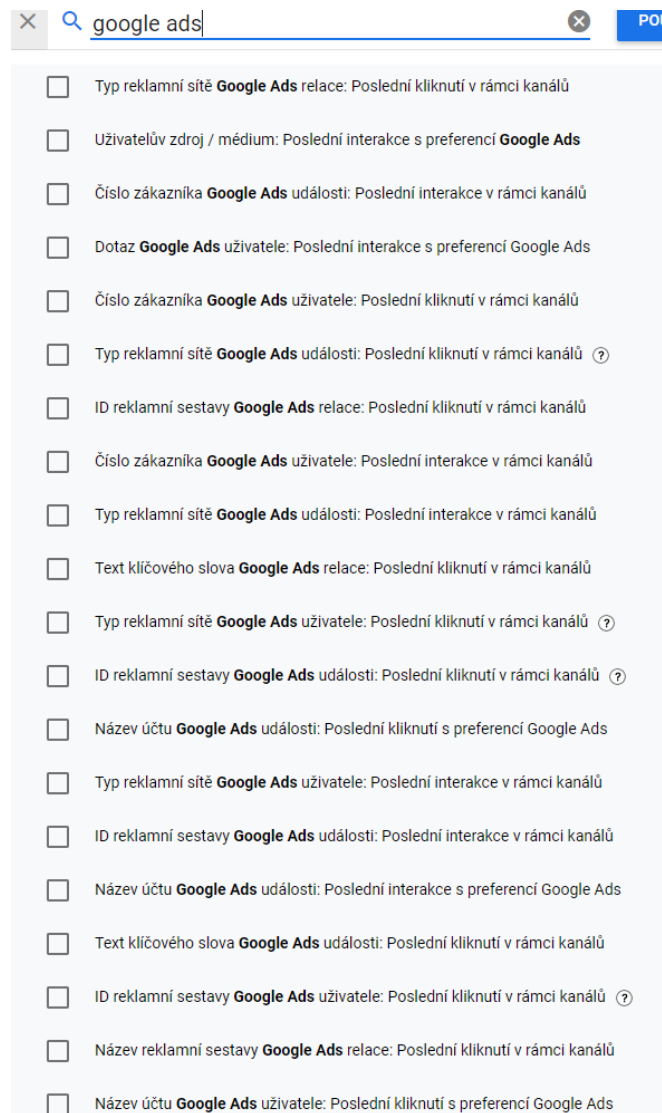
P

Součty		45 171
		100 % z celku
1	(not set)	29 871
2	Google search	15 277
3	Search partners	23

- Název reklamní sestavy

# Google Analytics 4 & Google Ads

- Analytické centrum:






# Google Analytics 4 - kdy přejít

- Velký web:
  - ANO - Můžeme vyřešit problém s vzorkováním
- Projekt s webem a mobilní aplikací:
  - ANO - analýza napříč systémy
- Eshop:
  - Ano - ale jen jako doplněk k UA. V GA4 málo standardních reportů pro ecommerce, pouze produktová analytika. V analytics hubu také nejsou všechny dimenze/metriky potřebné pro ecommerce
- Ostatní
  - ANO, ale souběžně s Universal Analytics -> paralelní měření.
- Proč paralelní měření:
  - Některá data využívat z UA, jiná z GA4. Např. reálný čas čtení článků na blogu
  - Naučíte se s novými GA4
  - Budete mít historická data po plném přechodu na GA4

# Google Analytics 4 - implementace

- Jednodušší implementace - vše je event s parametry nebo uživatelskými vlastnostmi
- Doporučuji vždy používat **paralelní měření**, tj. měřit současně i do Universal Analytics a GA4
- Implementace
  - Gtag - stačí rozšířit současnou implementaci
  - GTM
    - **Mám nasazenu datovou vrstvu pro Universal Analytics** -> využiji custom proměnnou od Simo Ahava: <https://www.simoahava.com/custom-templates/eec-products-ga4-items/>
    - **Dělám novou implementaci** -> použiji datovou vrstvu pro GA4 a pro UA použiji převodník: <https://tagmanager.google.com/gallery/#/owners/gtm-templates-knowit-experience/templates/ga4-ecom-to-eec-converter>
    - DebugView
  - Measurement Protocol

# Zdroje k dalšímu studiu

- **Školení Aneta Hejnová**
-  Jan Tichý: „Do nových Google Analytics 4 začněte sbírat data už teď.“ | Digichef TV: <https://www.youtube.com/watch?v=toYNxv3-9hg>
- <https://digichef.cz/google-analytics-4>
- <https://www.kristaseiden.com/hello-to-google-analytics-4/>
- <https://mareklecian.cz/souhrn-google-analytics-4-google-analytics-web-apps-beta/>
- <https://skillshop.exceedlms.com/student/path/66729-discover-the-next-generation-of-google-analytics>
- <https://cxl.com/institute/online-course/google-analytics-4/>