



Návštěvnost webu dle zdroje a stránky

Zdroj dat: Google analytics 4



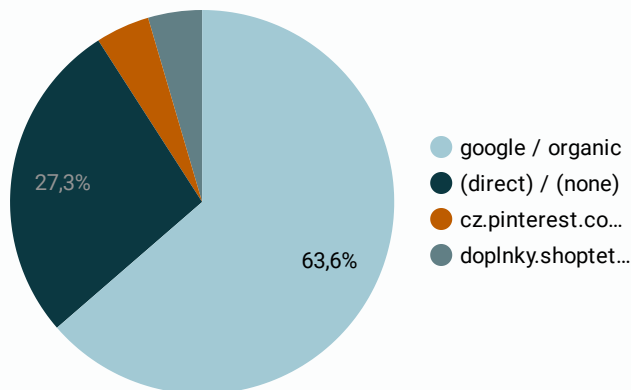
KoberceKobra.cz

3. 3. 2024 - 1. 4. 2024

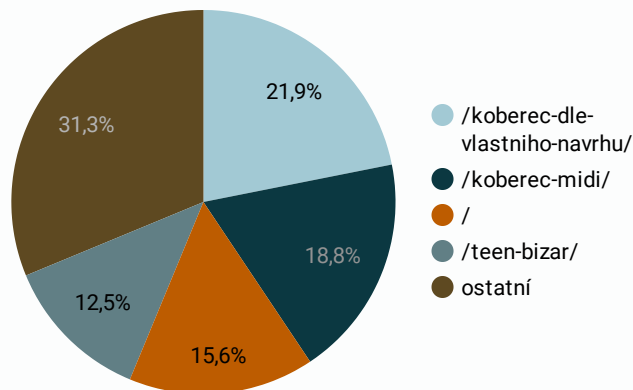
Trasa stránky a třída obrazovky

Relace – zdroj/médium

Návštěvy - Top 5 dle Relace - zdroj/médium



Návštěvy - Top 5 dle Trasa stránky a třída obrazovky



Návštěvnost dle Relace zdroj/médium

Relace – zdroj/médium	Počet uživatelů	Návštěvy	Relace se zapojením	Události na relaci	Míra zapojení	Počet událostí	Konverze	Celkové tržby
(direct) / (none)	5	6	5	20,83	83,33 %	125	0	0 Kč
cz.pinterest.com / referral	1	1	0	4	0 %	4	0	0 Kč
doplnky.shoptet.cz / referral	1	1	1	5	100 %	5	0	0 Kč
google / organic	14	14	10	7,57	71,43 %	106	0	0 Kč



Návštěvnost webu dle zdroje a stránky

Zdroj dat: Google analytics 4



Výchozí údaje
Kliknutím vyberte data Goo

3. 3. 2024 - 1. 4. 2024

Trasa stránky a třída obrazovky

Relace – zdroj/médium

Návštěvnost dle Relace zdroj/médium a URL adresy

Relace – zdroj/médium	Trasa stránky a třída obrazovky	Počet uživatelů	Návštěvy	Relace se zapojením	Události na relaci	Míra zapojení	Počet událostí	Konverze	Celkové tržby
(direct) / (none)	/	3	3	3	18,33	100 %	55	0	0 Kč
(direct) / (none)	/blog/jak-na-upravu-designu-kobercu-kobra/	1	1	1	3	100 %	3	0	0 Kč
(direct) / (none)	/koberce-dle-vlastniho-navrhu/	1	1	1	2	100 %	2	0	0 Kč
(direct) / (none)	/koberce-s-mestem/	1	1	1	3	100 %	3	0	0 Kč
(direct) / (none)	/koberec-dle-vlastniho-navrhu/	1	1	1	5	100 %	5	0	0 Kč
(direct) / (none)	/koberec-maxi/	2	2	2	16,5	100 %	33	0	0 Kč
(direct) / (none)	/koberec-midi/	1	2	1	2	50 %	4	0	0 Kč
(direct) / (none)	/nase-novinky/jak-zadat-koberec-silnici/	1	1	1	2	100 %	2	0	0 Kč
(direct) / (none)	/pavouci/	1	1	1	15	100 %	15	0	0 Kč
(direct) / (none)	/sada-dopravnich-znacek-z-filcu/	1	1	1	3	100 %	3	0	0 Kč
cz.pinterest.com / referral	/koberce-s-mestem/	1	1	0	4	0 %	4	0	0 Kč
doplňky.shoptet.cz / referral	/	1	1	1	5	100 %	5	0	0 Kč
google / organic	/	1	1	1	2	100 %	2	0	0 Kč



Návštěvnost webu dle zdroje a stránky

Zdroj dat: Google analytics 4

Minislovníček pojmů

Metrika - jednotlivé ukazatele, dají se agregovat (např. počet zobrazení, objem tržeb)

Dimenze - určují, podle čeho metriky seskupíme, mohou to být datумы, pohlaví, země apod.

Report - jednotlivý graf, tabulka.

Dashboard - seskupené tabulky a grafy tak, aby poskytovaly nějakou smysluplnou informaci (např. vývoj tržeb nebo organická návštěvnost z Google vyhledávání)

Řazení přímo v tabulkách - stačí kliknout v záhlaví na sloupec, podle kterého chcete řadit (při dalším kliknutí se změní řazení vzestupné na sestupné. Lze řadit podle jednotlivých metrik i dimenzí.

Technické informace

Reporty vychází z Google analytics 4. Do konverzí se tedy počítá přesně to, co máte v GA4. Totéž v tržbách.

Data v reportech se mohou aktualizovat buď jednou za hodinu, za 4 nebo za 12 h, v závislosti na nastavení datového zdroje pro Google analytics 4.

Před prvním použitím je potřeba

1. Napojit na vlastní datové zdroje (zde si nastavte, jak často se mají data aktualizovat)
2. Upravit brandové barvy

Pokud si nevíte rady, raději mi napište, upravím výpočet na míru.

Tento dashboard je postavený tak, aby dával odpovědi na otázky:

1. Z jakých 5 zdrojů byla ve sledovaném období největší návštěvnost? Zdroji se rozumí Google organické vyhledávání, Google placená reklama, Facebook placená reklama apod.
2. Na jakých 5 konkrétních stránkách se uživatelé nejčastěji dostali?
3. Kolik návštěv, uživatelů, konverzí, tržeb bylo podle jednotlivých zdrojů? Jaká u nich byla míra zapojení?
4. Který zdroj se podílel nejvyšším objemem na tržbách?
5. Přivedla placená reklama na Googlu dostatek relevantních uživatelů, kteří něco nakoupili?
6. Kolik uživatelů přišlo na konkrétní URL adresu webu? S jakým počtem konverzí a objemem tržeb návštěva skončila?