




Webanalitika 2023-ban

4+1 tipp, hogyan tegyél szert versenyelőnyre

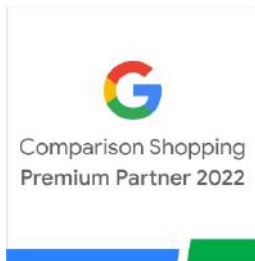


2023.02.22.
Budapest

PERFORMANCE MARKETING

Tartalom

- + Google Ads, Facebook Ads meglévő mérések pontosítása
- + Sütikezelés optimalizálása + Google consent mode
- + Szerver oldali mérések lehetősége
- + ROAS-optimalizálás alternatívák
- + Offline konverziómérés, refund

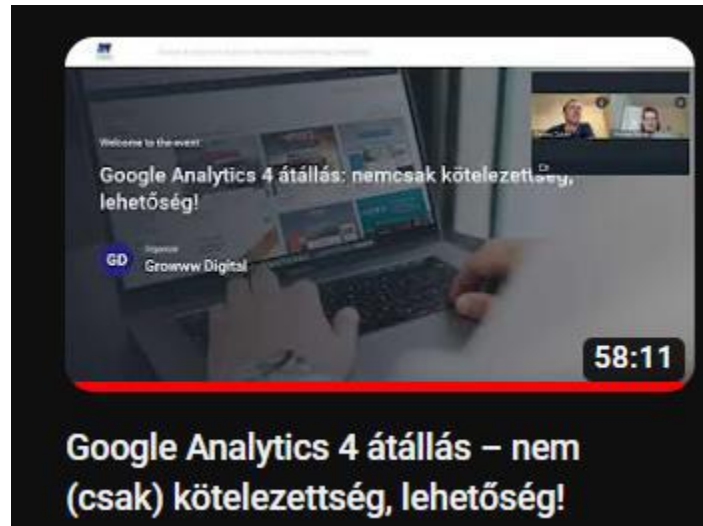


Rajnai Richárd
Analitika üzletágvezető



MINDENEKELŐTT GA4

- Google Analytics 4, mint mérési központ
- Végző határidő az átállásra: 2023. június 30.
- Tavaly nyári webinariumunk a témában (blogcikk + videó): <http://bit.ly/3KzrwCB>













Google Ads, Facebook Ads meglévő mérések pontosítása

PPC ÉS MÉRÉSEK

1. Elválaszthatatlanok
2. Korábban nem volt akkora hangsúly a méréseken
 - a. automatizmusok szerepe
 - b. kisebb konkurencia
3. Ma már sokkal időigényesebb folyamat
 - a. cserébe kifinomultabb is



FACEBOOK ADS MÉRÉSEK I. - A VÁSÁRLÁSON TÚL

Events	Used by	Connection method	Total events ↓
 PageView ● Active		Browser	412,1 E Last received 2 minutes ago
 View content ● Active		Browser	142,4 E Last received 3 minutes ago
 Add to cart ● Active		Browser	50,4 E Last received 4 minutes ago
 Search ● Active		Browser	10 E Last received 2 minutes ago
 Initiate checkout ● Active		Browser	5,9 E Last received 21 minutes ago
 Add payment info ● Active		Browser	3,7 E Last received 20 minutes ago
 Purchase ● Active	3 ad sets	Browser	2,8 E Last received 19 minutes ago
 Add to wishlist ● Active		Browser	1,1 E Last received 1 hour ago



MIKROKONVERZIÓK

1. Kisebb kampányokhoz és/vagy kisebb forgalmú webshopokhoz
2. Nem eladás célú kampányokhoz
3. Jó nekünk, mert több adatunk van
 - a. vagyis jobban tud rá optimalizálni az algoritmus
 - b. nem szent grál, mindig tesztelni kell
 - i. alapvetően a Facebook arra optimalizál, amire megkérjük
4. Remarketing listák építéséhez (is) kiváló



FACEBOOK ADS MÉRÉSEK II. - AGGREGATED EVENTS MEASUREMENT

- Még mindig sokaknál nincs (helyesen) használva
- Magas iOS kitettségnél kötelező
- Leginkább a Google Ads enhanced conversionshez hasonlítható
- Javítja a méréseket (modellezés)



BEÁLLÍTÁS I.

- Előfeltételek
 - Domain igazolása
 - Facebook pixel hozzáférés
 - Admin jog a vállalkozáskezelőben vagy domain szerkesztési jog a partnernek



BEÁLLÍTÁS II.

1.

2.

The screenshot displays a web analytics dashboard. At the top, there is a user profile icon, a calendar icon labeled 'Last 28 days', and a green 'Create' button. Below this is a navigation bar with tabs for 'Overview', 'Test events', 'Diagnostics' (with a notification badge), 'History', and 'Settings'. The main content area is titled 'All activity' and features a line chart showing event activity from Jan 22 to Feb 19. The chart has a y-axis with markers at 333 and 30,4 E. A significant spike in activity is visible around Feb 7. To the right of the chart is a sidebar with summary statistics: '4 websites', 'Catalogues', and '1 active integration', each with a 'Manage Integrations' button. Below the chart, there is an 'Add Events' dropdown menu, a search bar 'Search by event' (0/50), and a filter dropdown 'All events'. Underneath, the 'Pixel/Conversions API' section is active, with 'Aggregated event measurement' selected. A descriptive paragraph follows, and at the bottom, there is a blue 'Configure Web Events' button. Two red arrows originate from the left side: arrow 1 points to the 'Aggregated event measurement' button, and arrow 2 points to the 'Configure Web Events' button.

BEÁLLÍTÁS III.

Edit web event configurations

To change this domain's configuration schema, select the desired pixel or custom conversion and the event that you want configured on the domain. Place the events in order from highest to lowest priority so that Facebook receives the event that's highest in priority when a customer takes several actions during a web session. It may take 72 hours for ads and ad sets to be published after certain configuration updates, and ads and ad sets will stop running if you remove events that are being used for optimisation. This may include those belonging to your collaborative ads partners. [Learn more](#)

Domain: [REDACTED]

Last edited 7 Jan 2022, 11:58.

Events slots filled: 8 of 8

Add Event

Priority ⓘ	Pixel/Custom conversion	Event name ⓘ	Value optimisation ⓘ	Configured event usage ⓘ	
Highest priority	⋮ [REDACTED] Pixel ▼	Purchase ▼	<input checked="" type="checkbox"/> On	4 ▼ Value set ranges in event slots ⓘ	🗑️
	⋮ [REDACTED] Pixel ▼	Add to cart ▼		1 Event	🗑️
	⋮ [REDACTED] Pixel ▼	View content ▼		1 Event	🗑️
	⋮ [REDACTED] Pixel ▼	Add payment info ▼		1 Event	🗑️
Lowest priority	⋮ [REDACTED] Pixel ▼	Complete registration ▼		1 Event	



BEÁLLÍTÁS IV. - SZEMPONTOK

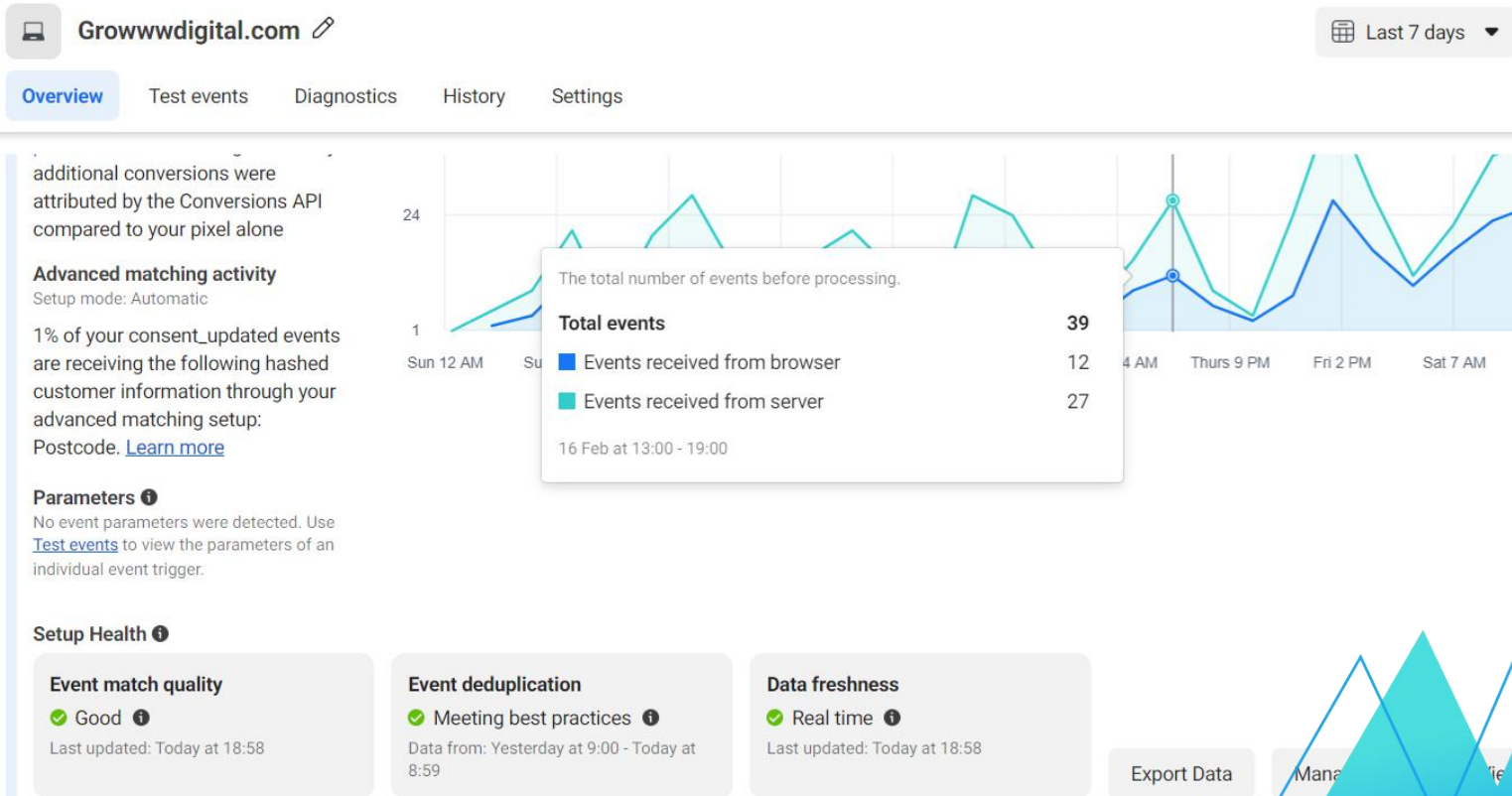
- Prioritás - fentről lefelé haladjunk
- Vásárlás esemény értékre optimalizálva
- Annyi slotot adjunk a legfontosabb eseménynek, amennyit csak lehet
- Nem kell minden esemény
- Ne cseréljük túl gyakran a beállításokat



FACEBOOK ADS MÉRÉSEK III. - CONVERSION API

- Bérelhető webáruházaknál általában megoldott
- Egyedi fejlesztés esetén sok lehetőség:
<https://www.facebook.com/business/help/433493041367251?id=818859032317965>
- Google Cloud + Google Tag Manager kombóval még viszonylag gyorsan kivitelezhető





GOOGLE ADS MÉRÉSEK I. - MÁSODLAGOS KONVERZIÓK

Ideális állapot 🎯

 **Purchase** [Account-default goal](#) [332 of 375 campaigns](#)

<input type="checkbox"/> Conversion action	Action optimization ↓	Conversion source	All conv.	All conv. value	Status
<input type="checkbox"/> Vásárlás - Google Ads	Primary	Website	325.82	25,648,495.22	Recording conversions
<input type="checkbox"/> Transactions (Master - [redacted])	Secondary	Website (Google Analytics (UA))	271.20	21,050,659.13	Recording conversions
<input type="checkbox"/> [redacted] - GA4 (web) purchase	Secondary	Website (Google Analytics (GA4))	215.05	17,185,803.87	Recording conversions



GOOGLE ADS MÉRÉSEK II. - A VÁSÁRLÁSON TÚL

→ **Purchase** Account-default goal 165 of 177 campaigns

<input type="checkbox"/> Conversion action	Action optimization ↓	Conversion source	All conv.	All conv. value	Status
<input type="checkbox"/> Google Ads - Purchase	Primary	Website	9,104.29	233,790,681.84	Recording conversions
<input type="checkbox"/> [redacted] GA4 (web) purchase	Secondary	Website (Google Analytics (GA4))	6,486.00	165,786,130.00	Recording conversions
<input type="checkbox"/> Transactions minden forgalom)	Secondary	Website (Google Analytics (UA))	6,434.25	165,316,001.78	Recording conversions

→ **Add to cart** 7 of 177 campaigns

<input type="checkbox"/> Conversion action	Action optimization ↓	Conversion source	All conv.	All conv. value	Status
<input type="checkbox"/> Google Ads - Add to cart	Primary	Website	48,971.85	594,585,784.87	Recording conversions

→ **Sign-up** 0 of 177 campaigns

<input type="checkbox"/> Conversion action	Action optimization ↓	Conversion source	All conv.	All conv. value	Status
<input type="checkbox"/> Sign-up	Primary	Website	0.00	0.00	Unverified



GOOGLE ADS MÉRÉSEK III. - ENHANCED CONVERSIONS

Details

Diagnostics

Webpages

Conversion diagnostics BETA

Check your diagnostics regularly to make sure you're correctly and accurately measuring conversions.

Enhanced conversions

Status



Recording enhanced conversions

Back



EC BEÁLLÍTÁSOK

- Bérelhető webáruházaknál általában megoldott
 - de tudni kell hogy kell beállítani a felületen (nem úgy, mint a Facebook CAPI)
 - kevés a jó és egyértelmű útmutató
- Egyedi fejlesztés esetén lehetőségek:
 - data layer + Google Tag Manager - 10-ből 9 ügynökség ezt ajánlja!
 - GTAG - aki biztos a dolgában
 - API - főleg nagyoknak, SS kedvelőknek és offline konverziókövetőknek
- Data layer + Google Tag Manager kombóval viszonylag gyorsan kivitelezhető
- +1: Ne feledkezzünk meg az adatvédelmi nyilatkozat frissítéséről!





Sütikezelés optimalizálása + Google consent mode

A DILEMMA



SÜTIKEZELÉSEK PÉLDÁK



JOGÁSZOK KEDVENCE

- Sütimegtagadás esetén a teljes Google Tag Manager tároló blokkolása
 - ennél azért vannak kifinomultabb módszerek



TELJESEN OKÉ



Az ezen a webhelyen található cookiek-ról

Cookie-kat használunk a webhely teljesítményével és használatával kapcsolatos információk gyűjtésére és elemzésére, a közösségi média funkcióinak biztosítására, valamint a tartalom és a hirdetések továbbfejlesztésére és testreszabására. [Tudjon meg többet](#)

[Cookie-beállítások](#)

AZ ÖSSZES ENGEDÉLYEZÉSE

AZ ÖSSZES LETILTÁSA



ÉPPEN OKÉ



Az Ön adatainak védelme fontos számunkra

Mi, az Alza.cz a.s., azonosítószám: 27082440, sütiket használunk a weboldal működőképességének biztosításához, és a beleegyezéssel weboldalunk tartalmának személyre szabásához is. Az "Értem" gombra kattintva elfogadod a sütik használatát és a weboldal viselkedésével kapcsolatos adatok átadását a célzott hirdetések megjelenítésére a közösségi hálózatokon és más weboldalakon található hirdetési felületeken.

∨ További információ

Értem

Részletes beállítások

Elutasít mindent

HÁÁÁT...

Az Ön adatainak védelme fontos a számunkra

Mi és a partnereink információkat – például sütiket – tárolunk egy eszközön vagy hozzáférünk az eszközön tárolt információkhoz, és személyes adatokat – például egyedi azonosítókat és az eszköz által küldött alapvető információkat – kezelünk személyre szabott hirdetések és tartalom nyújtásához, hirdetés- és tartalom méréshez, nézettségi adatok gyűjtéséhez, valamint termékek kifejlesztéséhez és a termékek javításához. Az Ön engedélyével mi és a partnereink eszközeleolvasós módszerrel szerzett pontos geolokációs adatokat és azonosítási információkat is felhasználhatunk. A megfelelő helyre kattintva hozzájárulhat ahhoz, hogy mi és a partnereink a fent leírtak szerint adatkezelést végezzünk. Másik lehetőségként a hozzájárulás megadása vagy elutasítása előtt részletesebb információkhoz juthat, és megváltoztathatja beállításait. Felhívjuk figyelmét, hogy személyes adatainak bizonyos kezeléséhez nem feltétlenül szükséges az Ön hozzájárulása, de jogában áll tiltakozni az ilyen jellegű adatkezelés ellen. A beállításai csak erre a weboldalra érvényesek. Erre a webhelyre visszatérve vagy az adatvédelmi szabályzatunk segítségével bármikor megváltoztathatja a beállításait.

TOVABBI LEHETOSEGEK

ELFOGADOM



NAGYON NEM OKÉ

Süti (cookie) információ

Oldalunk, a mediamarkt.hu többféle sütit (cookie-t) és szolgáltatást használ, hogy biztosítsuk a weboldal teljes funkcionalitását, informatívá és felhasználóbaráttá tegyük az oldalt. Számunkra fontos, hogy könnyen tudd böngészni a weboldalunkat és ezért nagy hangsúlyt fektetünk a folyamatos továbbfejlesztésre. Ide tartozik a beállításaid elmentése és az előre kitöltött rubrikák, hogy ne kelljen mindig beírnod ugyanazokat az adatokat. Szintén fontos számunkra, hogy csak olyan tartalmat láss, amely tényleg érdekel, és amely megkönnyíti az online tevékenységeid. Ha az "Elfogad" gombra kattintasz, akkor beleegyezel a cookie-k használatába. Ha nem akarsz elfogadni az összes sütit (cookie-t), látogasd meg a **süti (cookie) beállításokat**, további információért olvasd el adatvédelmi és cookie-nyilatkozatunkat.

Elfogad

Süti (cookie) beállítások

Funkcionális / használatot segítő sütik (nem tiltható le)

Statisztikai / elemzést segítő sütik (nem tiltható le)

Személyre szabást segítő sütik

AZ ALÁBBI SÜTIK VANNAK ENGEDÉLYEZVE:

- ✓ Funkcionális / használatot segítő sütik
- ✓ Statisztikai / elemzést segítő sütik
- ✓ Személyre szabást segítő sütik

AZ ALÁBBI SÜTIK NINCSENEK ENGEDÉLYEZVE:

Mégse

Mentés



JOGÁSZOK RÉMÁLMA



Weboldalunk a felhasználói élmény javítása érdekében cookie-kat használ!

[Adatvédelmi nyilatkozat](#)

OK

Bár ez még mindig eggyel jobb, mint a semmi...



GOOGLE CONSENT MODE - AZ ARANY KÖZÉPÚT

- A választott sütikről az információ eljut a Google címkékhez és aszerint futnak le
 - Erre korábban nem volt lehetőség?
 - De, csak jóval körülményesebb volt kezelni
 - És nem voltak a CMP-k sem annyira felkészülve erre
 - használható nem Google sütik kezelésére is, csak ott nem lesz modellezés
- Miket tud kezelni?
 - Google Analytics, Google Ads, Floodlight, Conversion Linker
- Elfogadásnál alapműködés
- El nem fogadásnál jelet küld a Google szerver felé minimális információkkal
- Hatását nehéz kimutatni, de a teljes sütiblokkolásnál biztosan jobb

Részletek: <https://support.google.com/analytics/answer/9976101>



CONSENT MODE AKCIÓBAN - GOOGLE ADS

Conversion diagnostics BETA

Check your diagnostics regularly to make sure you're correctly and accurately measuring conversions.

Consent mode

Status ✔ Consent mode is implemented and modeling is active. [Learn more](#)

Impact ? The table below shows the uplift in reported conversions due to consent mode conversion modeling for your eligible domains and countries. Some domains and countries may not be reported due to low data available for modeling. [Learn more](#)

Domain	Country	Uplift	Modeling start date
kytary.cz	CZ	10.64%	02/15/2023

Show rows: 10 ▾ 1 - 1 of 1 < >

Uplift data per domain and country will be shown for up to 4 weeks after the modeling start date. Download it for your records.

[Download](#)

Sajnos ennyi az összes információnk...



CONSENT MODE AKCIÓBAN - GA4



Reporting Identity

Determines which methods Analytics uses to associate events with users. [Learn more](#)

How would you like to identify your users?

Blended
This identity evaluates: User ID, Google signals, device ID, modelled data. 1 inactive method

Uses the first available method, in this order:

- User ID**
Uses a customer-supplied ID to differentiate between users and unify events in reporting and exploration.
- Google signals**
Uses information from users who are signed in to Google and who have consented to sharing this information.
- Device ID**
Uses the client ID for websites or the app Instance ID for apps.
- Modelling** BETA
Estimates user activity when identifiers such as cookies or User ID aren't fully available. Without modelling, your reports won't account for data that can't be directly observed. [Learn more](#)

Attribution and conversion modelling aren't affected by this setting.

Modelling is unavailable for this property. Once it's available, it will be turned on by default in your reports.

Reporting Identity

Determines which methods Analytics uses to associate events with users. [Learn more](#)

How would you like to identify your users?

Blended
This identity evaluates: User ID, Google signals, device ID, modelled data.

Uses the first available method, in this order:

- User ID**
Uses a customer-supplied ID to differentiate between users and unify events in reporting and exploration.
- Google signals**
Uses information from users who are signed in to Google and who have consented to sharing this information.
- Device ID**
Uses the client ID for websites or the app Instance ID for apps.
- Modelling** BETA
Estimates user activity when identifiers such as cookies or User ID aren't fully available. Without modelling, your reports won't account for data that can't be directly observed. [Learn more](#)

Attribution and conversion modelling aren't affected by this setting.

Ebből se tudunk meg sokkal többet...

CONSENT MODE - TELEPÍTÉS

- Bérelhető webáruházaknál általában nincs önmagától megoldva
 - ahol igen, ott azért szokták jelezni (pl. Google Consent Mode engedélyezése)
- Egyedi fejlesztés esetén lehetőségek:
 - data layer + Google Tag Manager
 - GTAG - aki biztos a dolgában
- Data layer + Google Tag Manager kombóval viszonylag gyorsan kivitelezhető





Szerver oldali mérések lehetősége

LEHETŐSÉGEK

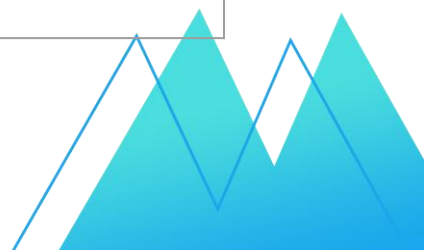
- A legtöbb hirdetési platformhoz van API kapcsolat, ami leginkább server-to-server kommunikációt jelent
 - Ezzel megvalósíthatók bizonyos mérések, vagy a teljes mérés szerver oldalról (is)
 - 1-ről már volt is szó - Facebook Conversion API
 - de van természetesen GA3, GA4, Google Ads, Bing, LinkedIn, stb.
- Kezdőknek ajánlott először csak a konverziókövetést átvinni szerver oldalra



ELŐNYÖK - HÁTRÁNYOK

+	-
Nagyobb kontroll a küldött adatokon (GDPR, spam, adattisztítás)	Adatvédelemben több a feladat
Nagyobb adatkészlet	Használatához mély technikai tudás kell
Gyorsabb oldalbetöltés	Költségesebb
Hirdetésblokkolók esetén is működik	Nehezebb implementáció
Több adathoz juthatunk hozzá	

Nem jó, vagy rossz, egyéni preferencia kérdése





ROAS optimalizálás alternatívák

I. - ÚJ VÁSÁRLÓK VS. VISSZATÉRŐK - GOOGLE ADS

- Csak új vásárlókat célzunk

Customer acquisition

Optimize campaign for acquiring new customers

Bid higher for new customers than for existing customers (Recommended)
This option lets you optimize for new customer acquisition, while helping you drive overall sales by targeting all customers

Only bid for new customers
This option limits your ads to only new customers, regardless of your bid strategy

Smart bidding will be optimized for delivering your ads only to new customers.

Note: Your ads may sometimes be shown to existing customers due to technology limitations and privacy measures. [Learn more](#)

Cancel Save

I. - ÚJ VÁSÁRLÓK VS. VISSZATÉRŐK - GOOGLE ADS

- Elkülönítjük számszerűen az új és visszatérő vásárlókat

Customer acquisition

- Optimize campaign for acquiring new customers
- Bid higher for new customers than for existing customers (Recommended)
This option lets you optimize for new customer acquisition, while helping you drive overall sales by targeting all customers
Additional conversion value from new customers:
HUF13,110.00 (account level setting)
- Only bid for new customers
This option limits your ads to only new customers, regardless of your bid strategy

Example:
How conversion value for an HUF23,209.86 purchase would be calculated

From an existing customer:
HUF23,209.86

From a new customer:
HUF36,319.86

Customer Type	Conversion Value
Existing Customer	HUF23,209.86
New Customer	HUF36,319.86 (HUF23,209.86 + HUF13,110.00)

I. - ÚJ VÁSÁRLÓK VS. VISSZATÉRŐK - GOOGLE ADS

- New customer acquisition mérés - pontosabb mérések

data layer

```
dataLayer.push({  
  "event": 'purchase',  
  "value": 23.07,  
  "currency": "USD",  
  "transaction_id": "1545c34e-691e-4726-aeda-b798df255e9c",  
  "new_customer": true,  
});
```

GTAG

```
gtag('event', 'conversion', {  
  'send_to': 'AW-CONVERSION_ID/CONVERSION_LABEL',  
  'value': 23.07,  
  'currency': 'USD',  
  'transaction_id': '1545c34e-691e-4726-aeda-b798df255e9c',  
  'new_customer': true  
});
```



II. - ÁRRÉSTÖMEG (MARGIN) OPTIMALIZÁLÁS

1. A bruttó/nettó bevétel helyett a vásárlás margin tömegét küldjük be
 - a. Ez működhet bármelyik hirdetési rendszerrel, ha rendelkezésre állnak az adatok
2. A termékek szintjén is beküldjük a margin tömeget
 - a. Google Ads-ben ez natívan is, de más rendszerek esetén Analytics-szel kiegészítve működhet
 - b. Ki lehet számolni termékszinten a hirdetési költség vs. margin különbségét/arányát



II. - ÁRRÉSTÖMEG (MARGIN) OPTIMALIZÁLÁS



400%

ROAS

320%

LOW

Profit margin
for the business

HIGH

LOW

Stock Level

HIGH





+1: Offline konverziómérés, refund

OFFLINE KONVERZIÓK

- A weboldalon/alkalmazáson kívüli világban történt konverziók követésére
 - telefonos, személyes értékesítés
- A legnagyobb hirdetési platformokon elérhető funkció
 - kézi és automata feltöltéssel (API)
- Haladó beállítás, megfelelő technikai tudás elengedhetetlen



REFUND



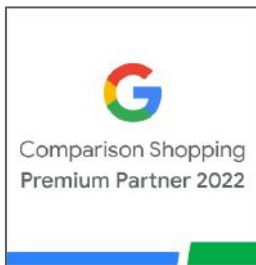
REFUND

- Google Adsben és Analyticsben
- A Google Ads refund lényegében úgy működik, mint az offline konverziókövetés
- GA4-ben már 3 megoldás is létezik
 - GTAG vagy data layer szkriptet fűzünk be (mint a vásárlás)
 - API - Measurement Protocol használata
 - CSV feltöltés - offline események importálása

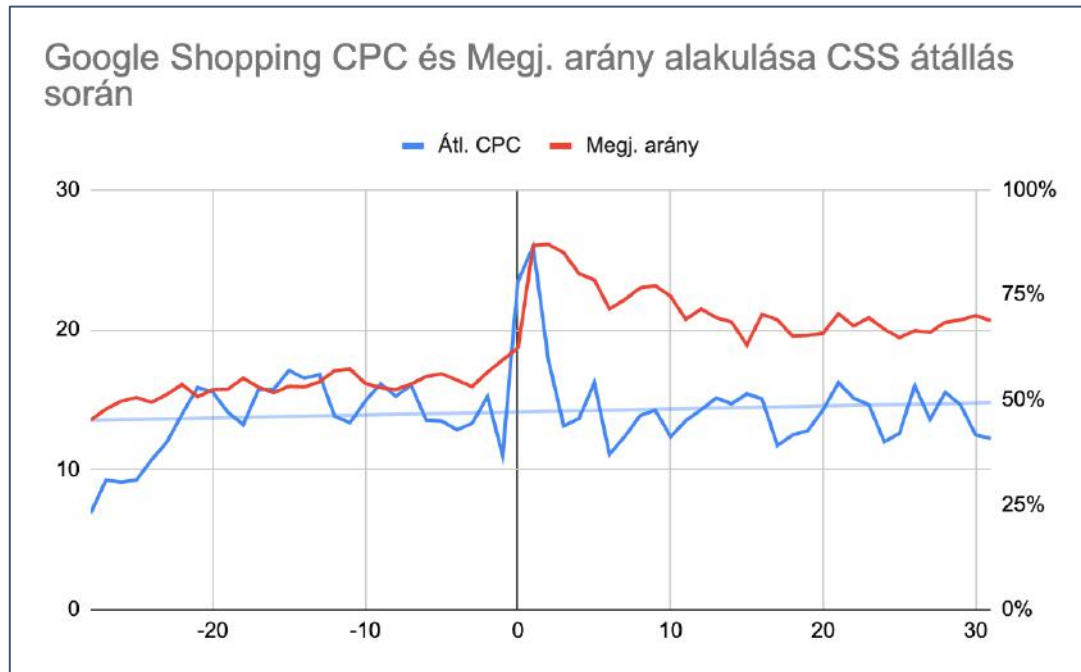


KIEGÉSZÍTŐ TIPP: CSS

- 20% licitelőny
- megjelenési arány növekedés
- shopping szakértelem



ROIshopper | 



A GROWWW DIGITAL AJÁNLATA

- ROIshopper ügyfeleinknek: fél órás, ingyenes GA4 átállás konzultáció - első 3 jelentkező
- Nem ROIshopper ügyfeleinknek: 1 hónap ingyenes ROIshopper

css@growwwdigital.com