

Spis treści

O autorce	9
1 Wprowadzenie, czyli o co tak naprawdę chodzi w analityce?	11
2 Google Analytics — witaj w krainie czarów	15
Zalety i ograniczenia	15
Dużo, szybko i tanio, czyli przepis na międzynarodowy sukces	15
Kilka słów o wadach i ograniczeniach	17
Google Analytics Premium	19
Jak działa Google Analytics?	19
Twoje centrum dowodzenia — kilka słów o interfejsie	21
Struktura Google Analytics	21
Interfejs	22
Podstawowe metryki	24
Odwiedziny	25
Odsłony	26
Unikalni użytkownicy	26
Średni czas trwania odwiedzin	27
Strony/odwiedziny (średnia liczba odsłon)	28
Nowe odwiedziny	28
Współczynnik odrzuceń	29
Raporty standardowe	31
Czas rzeczywisty	31
Odbiorcy	33

Źródła odwiedzin	37
Treść	45
Konwersje	52
3 Zbuduj swój plan analityczny	59
KROK 1. Poznaj swój cel!	59
Dlaczego cel jest kluczem do sukcesu?	59
Jaki cel ma Twoja witryna?	61
Jak wybrać wskaźniki sukcesu?	63
Zweryfikuj swoje KPI	67
KROK 2. Wdrażaj!	68
Dlaczego instalacja to jeszcze nie wdrożenie, czyli:	
„śmieci na wejściu — śmieci na wyjściu”	68
Kod śledzenia	71
Śledzenie celów	72
Kiedy wdrażać śledzenie zdarzeń?	79
Konfiguracja śledzenia e-commerce	83
Integracja z Google AdWords	85
Integracja z Narzędziami dla webmasterów	
(Google Webmaster Tools)	92
Wdrożenia niestandardowe	94
KROK 3. Zbieraj dane!	106
Dlaczego im więcej danych, tym mniej wniosków?	106
Jak wybrać najważniejsze dane?	106
Actionable data dla różnych witryn	108
KROK 4. Raportuj!	108
Profile i filtry	108
Panele informacyjne — szybki dostęp do danych z raportów	116
Raporty niestandardowe	119
Edycja raportów	120
Skróty	120
Sposoby prezentacji danych w raporcie	121
Zdarzenia inteligentne	130
Eksport, udostępnianie i wysyłka raportów	132
KROK 5. Analizuj!	135
Kiedy przystąpić do analizy?	135
Czy warto analizować wartości średnie?	136

Analiza liczb vs analiza trendów	136
Segmentacja	137
Rola kontekstu	140
KROK 6. Działaj!	142
Czy Twoja strona realizuje cel?	142
Pola optymalizacji	143
Jak wprowadzać zmiany?	149
Wyznaczanie kolejnych KPI	154
4 Podsumowanie	155
10 przykazań analityka internetowego	155
Co poza Google Analytics?	157
Kultura analityczna w firmie	159
Pokaż możliwości	159
Pomóż innym osiągnąć sukces	160
Zaskocz przełożonych	161
A Słownik analityka internetowego	163
B Skąd czerpać wiedzę?	167
Z internetu	167
Po polsku	167
Po angielsku	169
Z księgarni	171
Po polsku	171
Po angielsku	171