


**avidly**

**GOOGLE ANALYTICS -  
VALMENNUS**

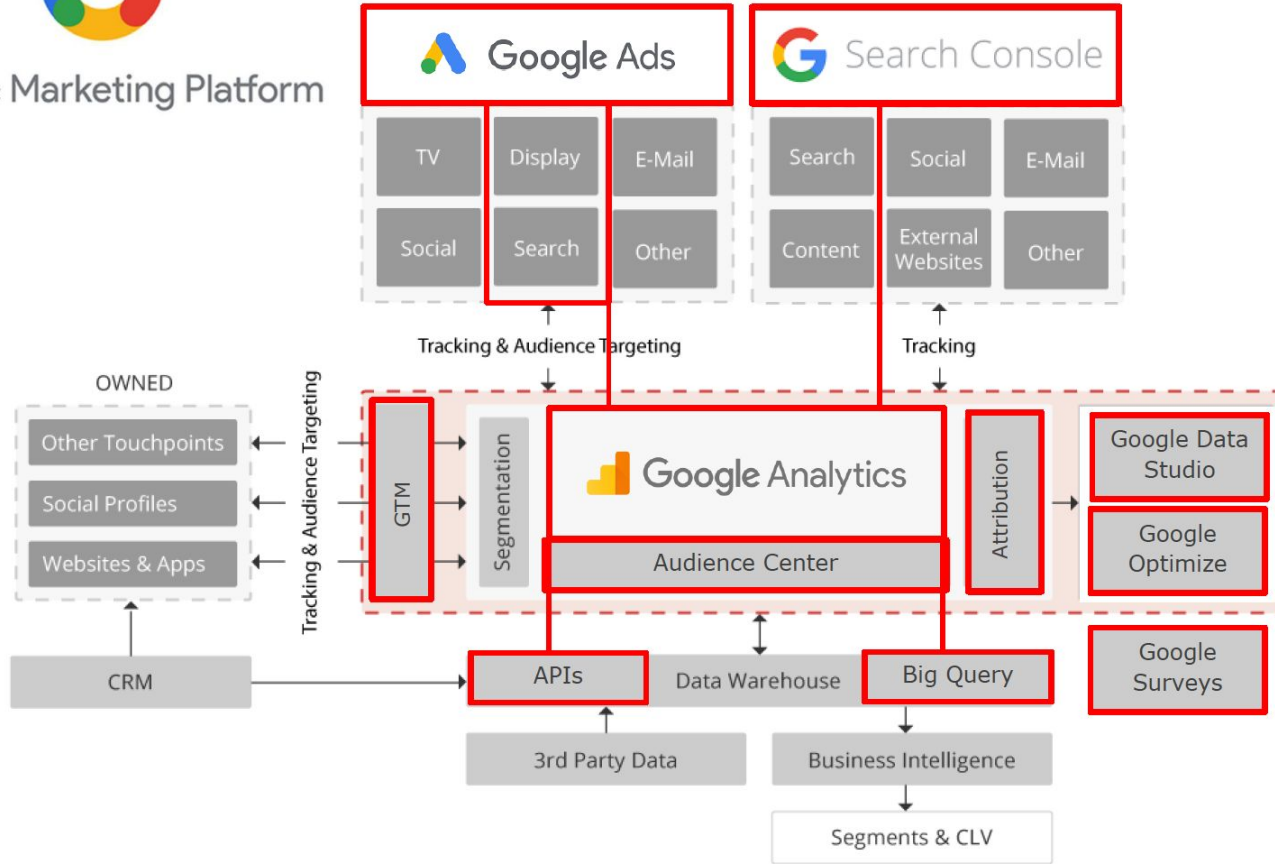
Antti Leino

A photograph of a deer standing on a cobblestone city street at sunset. The deer is in the foreground, facing left. In the background, there are cars with their taillights on, traffic lights, and a large archway in the distance. The sky is a mix of orange and blue.

“Puolet mainontaan käyttämästäni rahasta menee hukkaan, en vain tiedä kumpi puoli.”  
- John Wanamaker



## Google Marketing Platform



# Analytiikasta

## On hyviä kysymyksiä

Verkkosivusto on organisaation palveluiden ja tuotteiden näyteikkuna ja yksi tärkeimmistä myynnin, markkinoinnin ja viestinnän kanavista

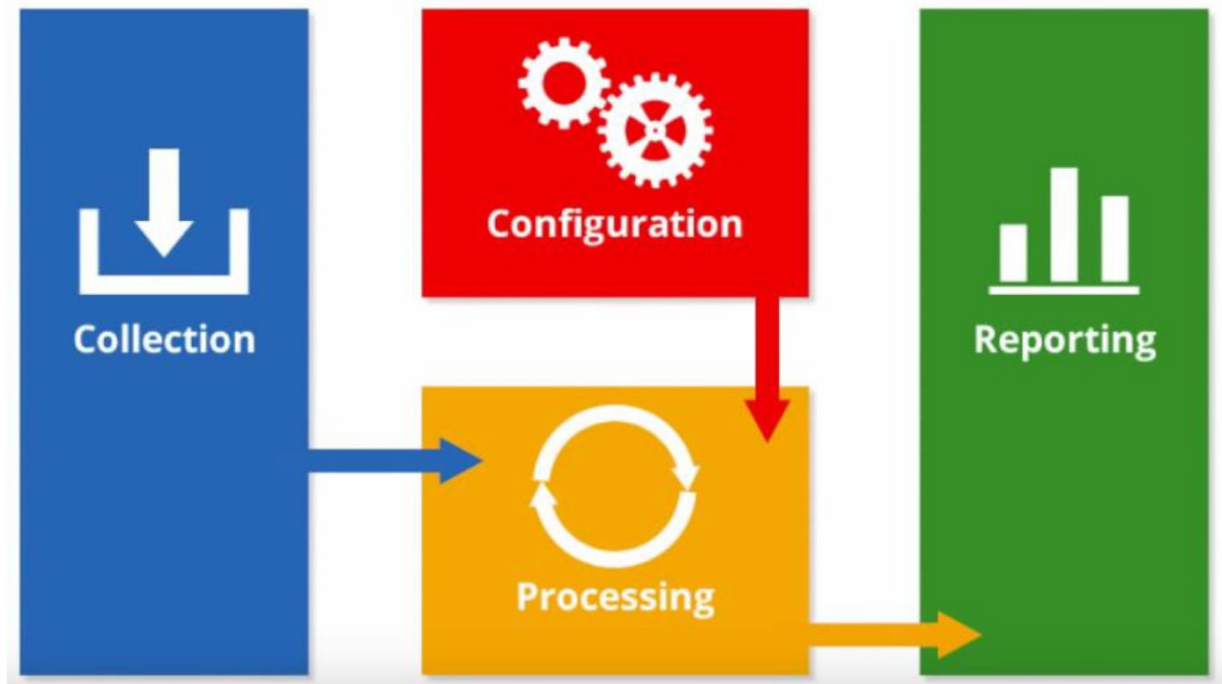
Kysymykset kuten

*“Mitä verkkosivuillani tapahtuu?”*

*“Mikä on suosituinta sisältöä?”*

*“Mistä kävijät tulevat ja minne he menevät?”*

ovat tärkeitä.



## Analytiikka on vastaus

Vastaukset kysymyksiin löytyvät web-analytiikasta

- Analytiikan avulla saadaan tietoa verkkosivun kävijöistä: esimerkiksi ikä, sijainti ja selaimen kieliasetus
- Analytiikka kertoo kävijöiden kiinnostuksen kohteista, mistä lähteistä he sivustolle saapuvat, millä sivulla kävijät viettävät eniten aikaa ja missä kohtaa he poistuivat sivuilta

**Analytiikan tarkastelusta on hyvä tehdä itselleen tapa tietyin aikaväleihin**, sillä nopeallakin katsauksella voi havaita suuriakin muutoksia esimerkiksi kävijäliikenteen määrässä

- Esimerkiksi kilpailija on saanut orgaanisen haun kärkipaikat itselleen tai sivuston sisältö ei ole enää kävijälle tarpeeksi relevanttia ja ajankohtaista jolloin kävijämäärät laskevat
- Kun muutokset huomataan ajoissa, niihin pystytään reagoimaan nopeasti

## Aseta Google Analyticsiin tavoitteet

Google Analytics pitää sisällään paljon tietoa verkkopalvelun toiminnasta

- Jokaisella verkkopalvelulla pitäisi olla liiketoiminnalliset tavoitteet, joita vasten tätä tietoa tulkitaan.
- Kun verkkopalvelulla on tavoitteet, voidaan analytiikkaan asettaa myös konversiopisteet.

Näihin voivat kuulua esimerkiksi:

- Yhteydenottolomakkeiden lähetykset
- Uutiskirjeiden tilaukset
- Tiedostolataukset
- Kontaktitietojen klikkaukset
- Chatin tai muun vastaavan toiminnallisuuden käyttö
- Popup-ilmoitusten tehokkuus verkkosivukävijän ohjaamisessa

Lisäksi hyvä mittaroida muitakin asioita esimerkiksi tiettyjen sisältöjen näkymismäärää kävijöille



## Analytiikka digimarkkinoinnin tukena

- Web-analytiikan avulla pystytään tarkastelemaan yrityksen **markkinointitoimenpiteiden tehokkuutta**, oli se sitten digimarkkinointia tai perinteistä sivuston kävijämääriä nostavaa offline-mainontaa
- Analytiikka näyttää välittömästi **mikä markkinointikanava toimii tehokkaimmin** ja mihin kannattaa panostaa
- Kun tiedät markkinointikeinojen vaikutuksen liiketoimintaan mahdollisimman tarkasti, pystyt laskemaan mainontaan sijoitetuille euroille tuottoprosentin sekä kehittämään mainontaa että verkkosivujasi.

## Kohti konversio-optimointia

- **Analytiikkatietoa** voidaan hyödyntää verkkosivujen kehittämisessä ja asiakaskokemuksen parantamisessa
- Analytiikalla saavutetaan lähtökohta liiketoiminnan kasvattamiseksi **konversio-optimoinnin** avulla
- Konversio-optimointi tarkoittaa suunniteltuja, kevyitä A/B-testauksia verkkosivuston eri alueilla, jonka päämääränä on muuttaa yhä useampi sivustokävijä asiakkaaksi



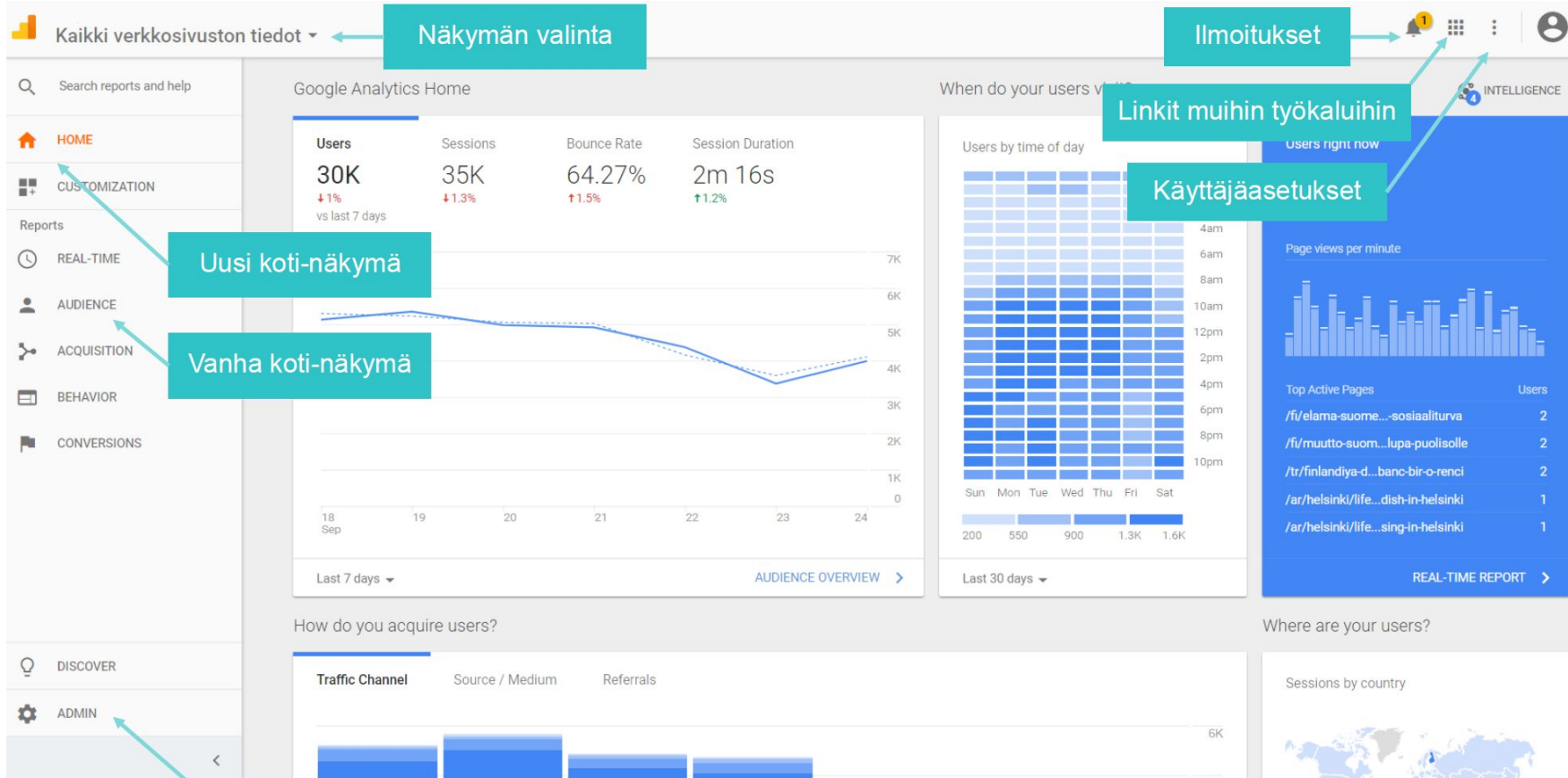
# Google Analytics

## Google Analytics

Pyrkii kattamaan kaikki web-analytiikkatarpeet - lisäksi ilmainen käyttää.

Raportteja ja näkymiä on paljon, joka saattaa tuntua ylitsepääsemättömältä

Tärkeintä on aloittaa jostain ja löytää itselle tärkeät raportit, tämä onnistuu kun tavoitteet ovat tiedossa.



Search reports and help

Audience Overview

Raportin toiminnot

SAVE SHARE EXPORT INTELLIGENCE

All Users 100.00% Sessions

+ Add Segment

Aikavälin valinta

Nov 1, 2016 - Nov 30, 2016

Räätälöidyt raportit

Segmentit

Intelligence

Day Week Month

- HOME
- CUSTOMIZATION
- Reports
- REAL-TIME
- AUDIENCE
- ACQUISITION
- BEHAVIOR
- CONVERSIONS

Reach

Engage

Activate



kaikki verkkosivuston tiedot" unlinked from filter "Include Hostname"

Page added

analytics1@omd.com

analytics1@omd.com

Sessions 153,611

Users 125,746

Pageviews 323,708

Pages / Session 2.11

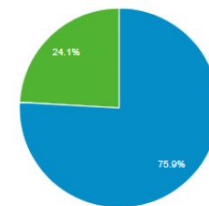
Avg. Session Duration 00:02:22

Bounce Rate 62.52%

% New Sessions 75.81%

Muistinpanot

New Visitor Returning Visitor



- DISCOVER
- ADMIN

## Mitä voi mitata?

Mm. käyttäjän:

- Sijainti (maa, kaupunki)
- Ikä
- Sukupuoli
- Kiinnostuksen kohteet
- Laite (puhelin, tietokone, padi)
- Käyttöjärjestelmä
- Selain
- Käyntitiheys sivustolla
- Uusi vai palaava käyttäjä
- Internet-palveluntarjoaja

Miten käyttäjä saapui sivulle:

- Lähde (Google, hs.fi...)
- Tulotapa (Organic, CPC, Referral...)
- Kanava (Hakukone, SoMe...)
- Mihin aikaan saapui
- Mitä hakusanaa käytti Googlessa
- Mitä mainosta klikkasi

## Mitä voi mitata?

Mitä käyttäjä teki sivustolla:

- Miltä sivulta käyttäjä aloitti
- Mitä sivuja selasi
- Miltä sivulta poistui
- Miten nopeasti sivut latautuivat
- Mitä hakusanoja käytti haussa
- Mitä nappeja klikkasi\*
- Kirjautuiko käyttäjä sisälle palveluun\*

Mitä tavoitetahtumia käyttäjä teki:

- Teki ostoksen\*
- Mitä osti\*
- Tilasi uutiskirjeen\*
- Rekisteröityi\*
- Luki kokonaisen artikkelin\*
- Jätti yhteydenottopyynnön\*
- Katsoi yhteystietoja\*



## Mitä EI voi mitata?

Henkilökohtaisia tietoja:

- Käyttäjän henkilötietoja
- Käyttäjän IP-osoitetta
- Kenttiin kirjoitettuja tekstejä
- Salasanoja
- Hiiren liikkeitä

Selaimen toimintaa muulla kuin sivulla, jolle analytiikka on asennettu:

- Mille sivulle käyttäjä poistui sivustolta
- Mitä muita sivuja käyttäjällä on auki selaimessa

“Foliohattu” -osastoa:

- Käyttäjän tarkoitusperää
- Käyttäjän fiilistä
- Käyttäjää yksilöivää tietoa
- Tai mitään muuta käyttäjää tunnistavaa tekijää

## Sanastoa, yleisimmät

**User** = Jokaisen uuden selaimen kohdalla +1

**Session** = Jokaisen uuden sivustolla käynnin yhteydessä +1

**Pageview** = Jokaisen sivulatauksen yhteydessä +1

**Source** = Liikenteen lähde (esim Google, hs.fi, Facebook)

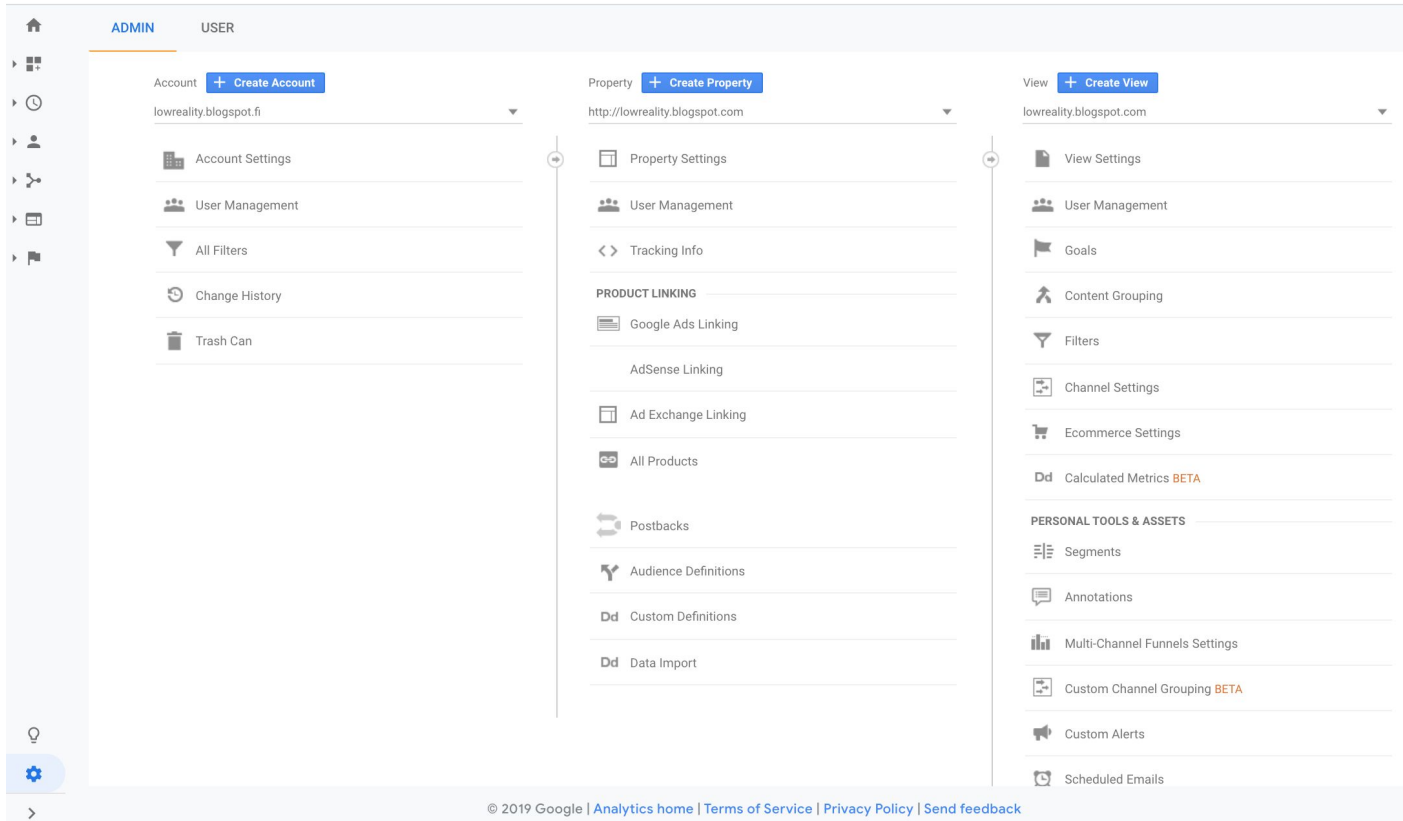
**Medium** = Tulotapa (organic, referral, cpc, none)

**Channel** = Kanava (Paid Search, Organic Search, Social)

**Goal** = Sivuston asetettu tavoite (esim. Yhteydenotto)

**Event** = Tapahtuma sivustolla (esim. Napin klikkaus)

# Käyttöönotto

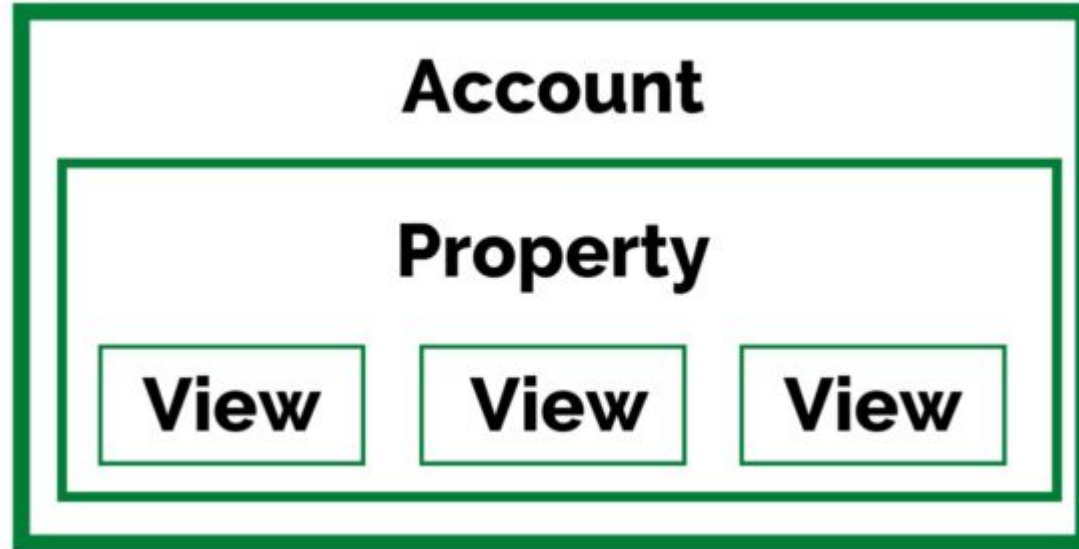


The screenshot displays the Google Analytics Admin interface for the account `lowreality.blogspot.com`. The interface is organized into three main columns: Account, Property, and View.

- Account Column:** Includes options to `+ Create Account` and a dropdown menu for the account `lowreality.blogspot.fi`. Below this are links for `Account Settings`, `User Management`, `All Filters`, `Change History`, and `Trash Can`.
- Property Column:** Includes options to `+ Create Property` and a dropdown menu for the property `http://lowreality.blogspot.com`. Below this are links for `Property Settings`, `User Management`, `Tracking Info`, and a section for **PRODUCT LINKING** containing `Google Ads Linking`, `AdSense Linking`, `Ad Exchange Linking`, `All Products`, `Postbacks`, `Audience Definitions`, `Custom Definitions`, and `Data Import`.
- View Column:** Includes options to `+ Create View` and a dropdown menu for the view `lowreality.blogspot.com`. Below this are links for `View Settings`, `User Management`, `Goals`, `Content Grouping`, `Filters`, `Channel Settings`, `Ecommerce Settings`, `Calculated Metrics BETA`, and a section for **PERSONAL TOOLS & ASSETS** containing `Segments`, `Annotations`, `Multi-Channel Funnels Settings`, `Custom Channel Grouping BETA`, `Custom Alerts`, and `Scheduled Emails`.

At the bottom of the interface, there is a footer with the text: `© 2019 Google | Analytics home | Terms of Service | Privacy Policy | Send feedback`

# Tilirakenne



avidly

# Käyttöönotto

- Luo Analytics-tili tai kirjaudu Analytics-tilillesi:
  - ◆ Siirry osoitteeseen [google.fi/analytics](https://google.fi/analytics)
  - ◆ Tee jokin seuraavista:
    - Jos haluat luoda tilin, klikkaa Aloita maksutta.
    - Jos haluat kirjautua tilillesi, klikkaa Kirjaudu Analyticsiin
- Määritä **verkko-omaisuus** Analytics-tililläsi
  - ◆ Verkko-omaisuus edustaa verkkosivustoasi tai sovellustasi
  - ◆ Se oimii sivustoosi tai sovellukseesi liittyvän datan keruupaikkana Analyticsissa
- Määritä **raportointinäkö** verkko-omaisuudessasi
  - ◆ Näkymien avulla voit tutkia dataasi suodattamalla haluamasi tiedot näkyviin.
  - ◆ Voit tarkastella esimerkiksi kaikkea dataa yrityksesi sisäisiä IP-osoitteita lukuun ottamatta tai kaikkea tiettyyn myyntialueeseen liittyvää dataa.
- Seuraa annettuja ohjeita ja lisää **seurantakoodi** [verkkosivustollesi](#), jotta voit kerätä dataa Analytics-verkko-omaisuudessasi
- Google päivittää analytiikan dataa n. 4h sykleissä. Uusien sivustojen kanssa tilin vahvistamiseen sekä datan ilmestymiseen voi mennä vuorokausi

## Käyttönotto

Klikkaa ”Get your Tracking ID” ja hyväksy palveluehdot. Päädyt sivulle, jossa on seurantakoodisi

```
<script>
```

```
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
```

```
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
```

```
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
```

```
})(window,document,'script','//www.google-analytics.com/analytics.js','ga');
```

```
ga('create', 'UA-xxxxxxx-x', 'auto');
```

```
ga('send', 'pageview');
```

```
</script>
```

Tämä tulee lisätä jokaiselle verkkosivusi sivulle <head> tagien väliin, juuri ennen sulkevaa </head> tagia

# Seuranta- koodi

The screenshot displays the Google Analytics interface for the account `lowreality.blogspot.com`. The interface is divided into three main sections: ADMIN, USER, and VIEW. A red dashed box highlights the USER section, which is currently selected. The USER section contains the following items:

- Property: `http://lowreality.blogspot.com`
- Property Settings
- User Management
- Tracking Info
  - Tracking Code
  - Data Collection
  - Data Retention
  - User-ID
  - Session Settings
  - Organic Search Sources** (highlighted)
  - Referral Exclusion List
  - Search Term Exclusion List
- PRODUCT LINKING
  - Google Ads Linking
  - AdSense Linking
  - Ad Exchange Linking
  - All Products
  - Postbacks
  - Audience Definitions

The ADMIN section (left) includes:

- Account: `lowreality.blogspot.fi`
- Account Settings
- User Management** (highlighted)
- All Filters
- Change History
- Trash Can

The VIEW section (right) includes:

- View: `lowreality.blogspot.com`
- View Settings
- User Management
- Goals
- Content Grouping
- Filters
- Channel Settings
- Ecommerce Settings
- Calculated Metrics BETA
- PERSONAL TOOLS & ASSETS
  - Segments
  - Annotations
  - Multi-Channel Funnels Settings
  - Custom Channel Grouping BETA
  - Custom Alerts



## Käyttöönotto sisällönhallinnan kanssa

Julkaisujärjestelmissä on olemassa lisäosia, joiden avulla Analytics seurantakoodin voi lisätä sivustoon helposti

- Drupal: [https://www.drupal.org/project/google\\_analytics](https://www.drupal.org/project/google_analytics)
- WordPress  
<https://wordpress.org/plugins/google-analytics-for-wordpress/>
- Joomla  
<http://extensions.joomla.org/extensions/site-management/analytics/site-analytics-google-based>

## Käsitteitä

**Verkko-omaisuudet** ovat tietojen lähettämistä ja raporttinäkymien määrittämistä varten. Verkko-omaisuuden alla annetaan seurattavan sivuston URL-osoite. Luo oma verkko-omaisuus jokaiselle sivustolle, josta haluat kerätä dataa. Verkko-omaisuuden luomisen yhteydessä Analytics määrittää Google Analytics -tunnuksen, jota tarvitset gtag.js:n asentamiseen.

**Näkymä eli raportointinäkymä** on Analytics-tilin **verkko-omaisuuden** osajoukko, jolla voi olla omat ainutlaatuiset määrittämissä asetukset. Voit luoda yksittäiselle verkko-omaisuudelle useita näkymiä ja määrittää jokaisen näkymän näyttämään verkko-omaisuuden tiedoista eri osan.

**Analytics-tägi, seurantakoodi.** Löydät sen verkko-omaisuus-kohdasta “Seurantatiedot” > “Seurantakoodit”. Yleinen sivustotagi sisältää useita rivejä ohjelmointikoodia, joka sinun on liitettävä jokaiselle sivustosi sivulle.

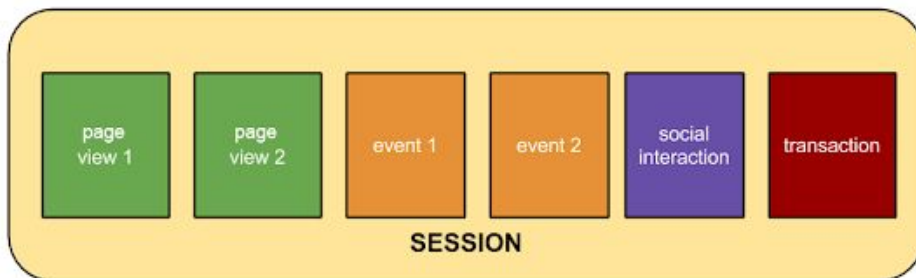
Sinulle muokattu yleinen sivustotagi näkyy Yleinen sivustotagi (gtag.js) -otsikon alla olevassa tekstikentässä.

1. Kopioi koko tekstikentän sisältö.
2. Liitä sisältö jokaiselle sivustosi sivulle heti `<head>`-tagin perään.

## Istunto (Sessio)

**Yksittäinen käyttäjä voi avata useita istuntoja.** Istunnot voivat tapahtua samana päivänä tai usean päivän, viikon tai kuukauden aikana. Uusi istunto voi alkaa heti edellisen istunnon päättyessä. Istunto voi päättyä jommallakummalla seuraavista tavoista:

- Aikaan perustuva istunnon päättyminen:
  - ◆ Istunto päättyy 30 minuutin toimettomuuden (idle) jälkeen.
  - ◆ keskiyöllä.
- Kampanjamuutos:
  - ◆ Analytics avaa uuden istunnon aina, kun käyttäjän kampanjalähde vaihtuu
  - ◆ Suora liikenne ei kuitenkaan koskaan päivitä tai korvaa nykyistä kampanjalähdettä, kuten hakukonetta, viittaavaa sivustoa tai kampanjan tagilla merkittyjä tietoja.



## analytics.js -koodista gtag.js-koodiin siirtymä

Yleinen (Universal Analytics) sivustotagi (gtag.js) tekee verkkosivujen taggauksesta sujuvaa helpottamalla hallintaa ja käyttöönottoa

gtag.js:llä saa usimmat seurantaominaisuudet ja integroinnit heti niiden ilmestyttyä.

Google Analyticsin toisesta seurantakoodista toiseen vaihtaminen ei vaikuta dataasi (esim. kasvattamalla käyttäjien kokonaismäärää tai nollaamalla asiakastunnuksia)

Google Analytics seuraa verkkosivustosi käyttöä koodin mukaisesti riippumatta siitä, onko koodin perustana analytics.js vai gtag.js

Todennäköisesti tuki analytics.js:lle jatkuu vielä vuosia!

# Käyttäjien hallinta

The screenshot shows a web browser window with two tabs. The active tab is titled 'lowreality.blogspot.fi Add permissions'. On the left, a sidebar shows a list of users with a search icon and the name 'Antti Leino'. The main content area is a modal dialog for adding permissions. It has a blue 'Add' button in the top right corner. The dialog is divided into two sections: 'Email addresses' and 'Permissions'.

**Email addresses**

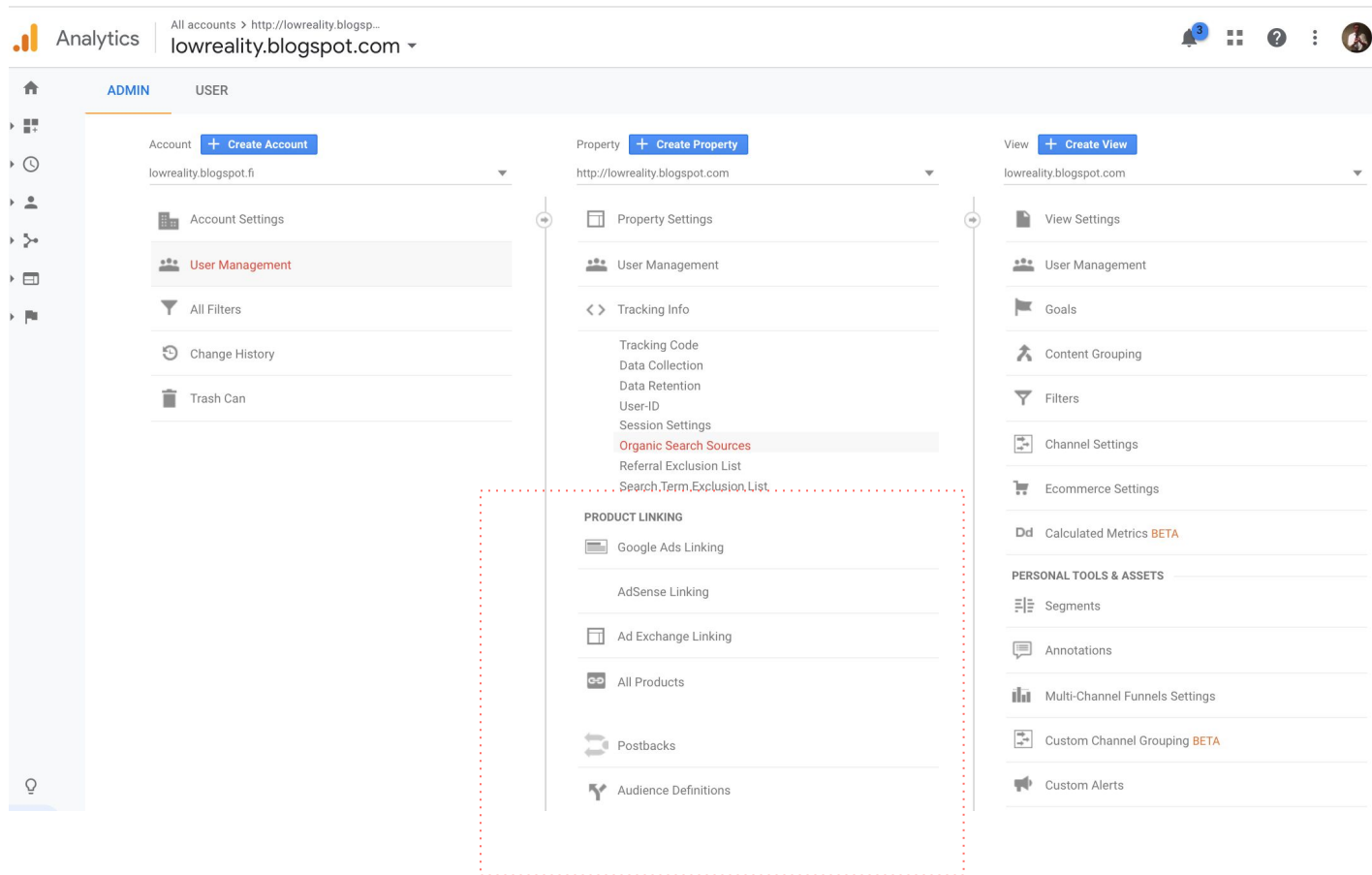
[Enter email addresses](#)

Notify new users by email

**Permissions**

<b>Edit</b> Can create and edit properties, views, filters, goals, etc. Cannot manage users. <a href="#">Learn more</a>	<input type="checkbox"/>
<b>Collaborate</b> Can create and edit shared assets, like dashboards or annotations. <a href="#">Learn more</a>	<input type="checkbox"/>
<b>Read &amp; Analyze</b> Can view report and configuration data. <a href="#">Learn more</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Manage Users</b> Can add users, delete users, and change user permissions. <a href="#">Learn more</a>	<input type="checkbox"/>

# Google Adsin linkittäminen Analyticiisiin (hakumainonta)



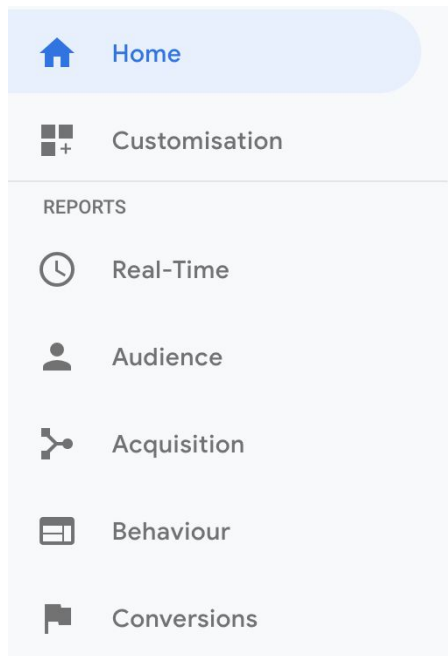
The screenshot displays the Google Analytics Admin interface for the account `lowreality.blogspot.com`. The interface is organized into three main columns: Account, Property, and View.

- Account Column:** Includes options for `Account Settings`, `User Management`, `All Filters`, `Change History`, and `Trash Can`.
- Property Column:** Includes options for `Property Settings`, `User Management`, `Tracking Info`, `Tracking Code`, `Data Collection`, `Data Retention`, `User-ID`, `Session Settings`, `Organic Search Sources` (highlighted with a red dashed box), `Referral Exclusion List`, `Search Term Exclusion List`, `PRODUCT LINKING` (with sub-items: `Google Ads Linking`, `AdSense Linking`, `Ad Exchange Linking`, `All Products`), `Postbacks`, and `Audience Definitions`.
- View Column:** Includes options for `View Settings`, `User Management`, `Goals`, `Content Grouping`, `Filters`, `Channel Settings`, `Ecommerce Settings`, `Calculated Metrics BETA`, `PERSONAL TOOLS & ASSETS` (with sub-items: `Segments`, `Annotations`, `Multi-Channel Funnels Settings`, `Custom Channel Grouping BETA`, `Custom Alerts`).



# Raportit

# Raporttien kategoriat



Yleisnäkymä, kertoo yhdellä vilkaisulla perustietoja analyttikasta

Kustomoitavat hallintapaneelit pikaiseen yleiskatsaukseen

Reaaliaikainen sivuston seuranta, kävijät, tapahtumat jne..

Tietoa käyttäjistä: selain, laite, sijainti, sukupuoli jne.

Tietoa käyttäjien saapumisesta sivustolle: Source, medium, AdWords, kampanjat

Miten sivustolla käyttäytytään: Selatut sivut, laskeutumissivut, eventit...

Miten sivusto konvertoi: Verkkokaupan tapahtumat, tiedot goaleista eli tavoitteista



## Eri liikenteen yleisimmät lähteet / kanavat

**Organic search:** orgaaninen haku eli ilmaisten hakutulosten kautta hakukoneista saapuneet. Hakukone voi olla Google, Bing, Yahoo tms.

**Paid Search:** maksettu haku, jos se on oikein kytketty analytiikkaan. Google AdWords –mainonta on helppo kytkeä Google Analyticsiin, jolloin AdWords-osioon alkaa kertyä lukuja.

**Social:** Eri sosiaalisen median kanavat. (Facebook, Instagram, LinkedIn jne..)

**Referral:** viitesivu, eli saapui linkkiä pitkin muualta kuin hakukoneesta. Huomaa, että display-mainoksia klikanneet tai emailia klikanneet näkyvät myös viiteliikenteenä, jollei niitä ole oikein määritelty kampanjaliikenteeksi.

**Display:** näyttö- eli banner-mainonta näkyy erikseen vain, jos sen on määritelty kampanjaksi.

**Direct:** suora liikenne, kun käyttäjä kirjoittaa osoitteen suoraan selaimen kenttään.

Kampanjoiden  
nimeäminen:  
esim.  
email-uutiskirjeet,  
display/facebook-  
kampanjat

google url builder

avidly

**Anna kullekin eri kampanjalle oma selkeä nimensä, eli UTM-tag**

Campaign name = esim. Kevätkampanja2019

Website URL = mille sivulle haluat ohjata kävijät; esim. etusivu tai mieluummin kampanjalle rakennettu oma laskeutumissivu. Voi olla mikä tahansa verkkokaupan sivu, myös hakutulossivu.

Source, Lähde = esim. facebook, newsletter

Medium, Tulotapa = esim. banner, display, email (käytä näitä, niin Google Analytics osaa niputtaa ne oletus-arvojen mukaisesti)

Content = esim. mainosten sisältö tai eri mainoskoot.

## Ajanjakso ja raporttien suodattaminen

Eri ajanjaksojen tarkastelu on mahdollista, kuten myös kahden eri ajanjakson vertaaminen keskenään.

Raporttien suodatus on kätevä tapa kaivaa etsitty tieto esiin: Source/Medium raportti esiin, suodata orgaaninen liikenne.

JOS data näyttää oudolta, tarkista ensimmäisenä ajanjakso....

1 Jan 2018 - 27 Nov 2018  
Compare to: 1 Jan 2017 - 27 Nov 2017

September 2018							October 2018							November 2018							
M	T	W	T	F	S	S	M	T	W	T	F	S	S	M	T	W	T	F	S	S	
					1	2	1	2	3	4	5	6	7					1	2	3	4
3	4	5	6	7	8	9	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	
10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	
17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	
24	25	26	27	28	29	30	29	30	31					26	27	28	29	30			

Date Range: Custom  
1 Jan 2018 - 27 Nov 2018  
Compare to: Custom  
1 Jan 2017 - 27 Nov 2017  
Apply Cancel

organic    advanced

## Toissijaiset Dimensiot

Voit vertailla dataa kahden dimension mukaan klikkaamalla secondary dimension -nappia.

Voit esimerkiksi tutkia tavoitteiden toteutumisia liikenteen lähteittäin.

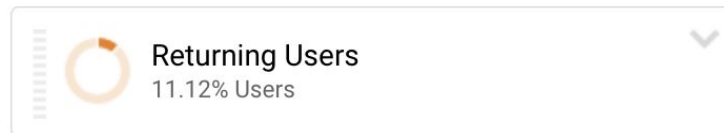
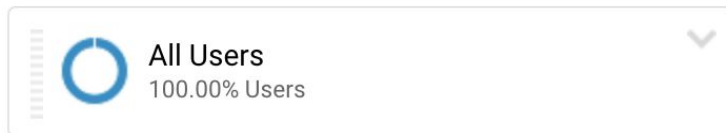
Primary Dimension: **Source/Medium** Source Medium Keyword Other ▾

Plot Rows Secondary dimension: Event Category ▾ Sort Type: Default ▾

<input type="checkbox"/>	Source/Medium ?	Event Category ? ✕
<input type="checkbox"/>	1. <a href="#">google / cpc</a>	R-Collection checkout
	01-Jan-2018 - 27-Nov-2018	
	01-Jan-2017 - 27-Nov-2017	

# Yleisöjen segmentointi

Yleisön segmentointi on hyvä tapa vertailla erilaisten yleisöjen **sivustokäyttäjymistä**, tai tarkastella esimerkiksi tietyn tapahtuman sivulla tehneiden toimenpiteitä.



Language ?	Acquisition			Behaviour		
	Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages/Session ?	Avg. Session Duration ?
All Users	32,918 % of Total: 100.00% (32,918)	32,945 % of Total: 100.00% (32,945)	42,981 % of Total: 100.00% (42,981)	73.40% Avg for View: 73.40% (0.00%)	1.99 Avg for View: 1.99 (0.00%)	00:01:12 Avg for View: 00:01:12 (0.00%)
Returning Users	3,661 % of Total: 11.12% (3,918)	0 % of Total: 0.00% (3,945)	10,036 % of Total: 23.35% (42,981)	55.49% Avg for View: 73.40% (-24.40%)	2.97 Avg for View: 1.99 (49.34%)	00:02:47 Avg for View: 00:01:12 (131.90%)

# Tavoitteiden asettaminen (Goals)

## Yleistä tavoitteista

- **Tavoite tarkoittaa loppuun vietyä toimenpidettä, jota kutsutaan konversioksi**
  - ◆ Tavoitteita ovat esimerkiksi ostoksen tekeminen (verkkokauppasivustolla), pelin tason läpäiseminen (mobiilipelisovelluksessa) tai yhteystietolomakkeen lähettäminen (markkinointiin tai potentiaalisten asiakkuuksien luomiseen keskittyvällä sivustolla)
  
- Tavoitteiden määrittäminen on keskeinen osa kaikkia digitaalisen analyysin mittaussuunnitelmia
  - ◆ Kun määrität tavoitteet, saat Analyticsista tietoja esimerkiksi sivustosi tai sovelluksesi konversioiden määrästä ja konversioprosentista
  - ◆ Ilman näitä tietoja verkkoliiketoiminnan ja markkinointikampanjoiden tehokkuutta on lähes mahdotonta arvioida
  
- Katsotaan video:  
[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=3&v=2Ke3-0Jsl-I](https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=2Ke3-0Jsl-I)

# Tavoitteiden toimintaperiaate ja tavoitetyypit

Tavoitteet määritetään näkymätasolla

Tavoitteiden avulla voidaan selvittää, millä sivuilla tai missä näkymissä käyttäjäsi vierailevat, kuinka monta sivua/näkymää he tarkastelevat istunnon aikana, miten paljon aikaa he viettävät sivustollasi tai sovelluksessasi ja mitä tapahtumia he käynnistävät siellä ollessaan

Jokaiselle tavoitteelle voidaan määrittää rahallinen arvo, joten näet, minkä arvoinen kukin konversio on yrityksellesi

Kun sivustosi tai sovelluksesi käyttäjä toimii tavoitteen mukaisesti, Analytics kirjaa konversion.

Tavoitetyyppi	Kuvaus	Esimerkki
Kohde	Tietyn paikan kuormat	<i>Kiitos rekisteröitymisestä!</i> -verkkosivu tai -sovellusnäyttö
Kesto	Istunnot, jotka kestävät vähintään määritetyn ajan	Tukisivustossa vietetty vähintään 10 minuuttia
Sivuja/näyttöjä istuntoa kohden	Käyttäjä katselee tietyn määrän sivuja tai näyttöjä	5 ladattua sivua tai näyttöä
Tapahtuma	Tapahtumaksi määritetty toiminto käynnistetään.	Some-suositus, videon toisto, mainosklikkaus



## TAVOITETAPAHTUMAT (GOALS)

Tavoitetapahtumia voi määrittää suoraan analyticsista, mutta paras tapa on hyödyntää Google Tag Manageria.

### Type

- Destination e.g. thanks.html
- Duration e.g. 5 minutes or more
- Pages/Screens per session e.g. 3 pages
- Event e.g. played a video
- Smart Goal Smart Goal not available.

GTM mahdollistaa lähes täysin minkä tahansa asian seuraamisen verkkosivuilla. Esimerkiksi:

- Ostoskoriin lisäykset ja -poistot
- Lomakkeiden täytöt
- Rekisteröitymiset
- Eri “nappien” painallukset

Näistä tapahtumista on mahdollista tehdä tavoitteita seurantaan varten.

## TAVOITETAPAHTUMAT (GOALS)

### Type

- Destination e.g. thanks.html
- Duration e.g. 5 minutes or more
- Pages/Screens per session e.g. 3 pages
- Event e.g. played a video
- Smart Goal Smart Goal not available.

## Tavoitteet ovat yksi Google Analyticsin tärkeimmistä ominaisuuksista!

Tavoitteeksi voit määrittää lähes minkä tahansa tapahtuman verkkosivullasi, kuten:

Yhteydenottopyynnön jättäminen

Videon toistaminen

Napin klikkaaminen

Tietyllä sivulla käyminen

- Käyttäjä on viettänyt sivustolla aikaa yli 3 minuuttia
- Käyttäjä on selannut yli viisi sivua sivustolla
- Sähköposti-linkin klikkaaminen

-----

- Ostoksen tekeminen

ADMIN USER

- View [+ Create View](#)
- lowreality.blogspot.com
- View Settings
- User Management
- Goals**
- Content Grouping
- Filters
- Channel Settings
- Ecommerce Settings
- Calculated Metrics **BETA**
- PERSONAL TOOLS & ASSETS
- Segments
- Annotations
- Multi-Channel Funnels Settings
- Custom Channel Grouping **BETA**
- Custom Alerts

[+ NEW GOAL](#) | [Import from Gallery](#) |

<input type="checkbox"/>	Goal	Id	Goal Type	Past 7 day conversions	Recording
<input type="checkbox"/>	Kävijä	Goal ID 1 / Goal Set 1	Duration	2	<input type="button" value="ON"/>

19 goals left

Administration > View Goals

(excluded own traffic)

VIEW

- View Settings
- User Management
- Goals**
- Content Grouping
- Filters
- Channel Settings
- Ecommerce Settings
- Calculated Metrics BETA

PERSONAL TOOLS & ASSETS

- Segments
- Annotations
- Attribution Models

1 **Goal setup** Edit

Template:

2 **Goal description**

**Name**

Please specify the goal name.

**Goal slot ID**

Goal Id 11 / Goal Set 3

**Type**

- Destination ex: thanks.html
- Duration ex: 5 minutes or more
- Pages/Screens per session ex: 3 pages
- Event ex: played a video
- Smart Goal Smart Goal not available.

Measure the most engaged visits to your website and automatically turn those visits into Goals. Then use those Goals to improve your AdWords bidding. [Learn more](#)

Continue Cancel

3 **Goal details**

Cancel

Tavoitteen asettaminen tietyn sivun, esimerkiksi kiitos-, tilaus- tai ilmoittautumissivun mukaan. Huom! Sivu pitää löytyä sisältöraporteista! Tavoitekanavan (funnel) luominen mahdollista vain tällä vaihtoehdolla.

Sivuston tavoite vierailujan tai sivulatausten mukaan yleensä vain viihteellisillä tai mediasivustoilla

Tavoitteen asettaminen minkä tahansa tapahtuman (event) mukaan. Huom! Tapahtuman pitää löytyä sisältöraporteista!

## Admin-näkymän tärkeimmät toiminnot

All acc  
01 -

ACCOUNT

- Account Settings
- User Management
- All Filters
- Change History
- Trash Can

PROPERTY

- Property Settings
- User Management
- Tracking Info

PRODUCT LINKING

- AdWords Linking
- AdSense Linking
- Ad Exchange Linking
- Optimize and Tag Manager Linking
- All Products
- Postbacks
- Audience Definitions
- Custom Definitions
- Data Import

VIEW

- View Settings
- User Management
- Goals
- Content Grouping
- Filters
- Channel Settings
- Ecommerce Settings
- Calculated Metrics BETA

PERSONAL TOOLS & ASSETS

- Segments
- Annotations
- Attribution Models
- Custom Channel Groupings BETA
- Custom Alerts

Tarkista ettei löydy "hassuja" Gmail-käyttäjää

Aktivoi user-metrics ja demografinen data

Aktivoi mainonta ja re-marketing ominaisuudet. Sulje pois tietyt viittaavat liikenteen lähteet

Datan tuonnin määrittely Google Analyticsiin

Näkymien asetukset: aikavyöhyke, valuutta, sisäinen haku, bottiliikenne

Google-työkalujen linkitys Analyticsin kanssa

Re-marketing yleisöjen määrittely (Adwords+GDN)

Tavoitteiden määrittely

Suodattimien määrittely

Verkkokauppaseurannan asetukset

Henkilökohtaiset työkalut ja asetukset sekä niiden jakaminen muille

## Infopankki

Analytics osaa nyt tarjota erilaisia optimointisuosituksia sekä avustaa informaation löytämiseksi

Search reports and help

HOME

CUSTOMIZATION

Reports

REAL-TIME

AUDIENCE

ACQUISITION

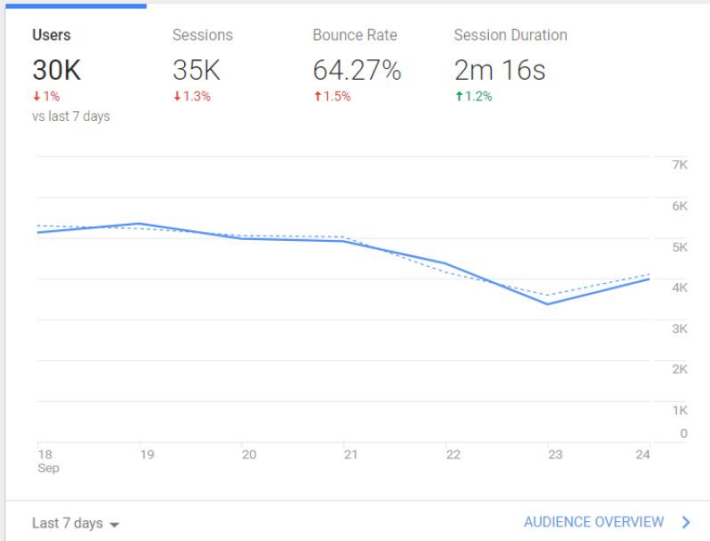
BEHAVIOR

CONVERSIONS

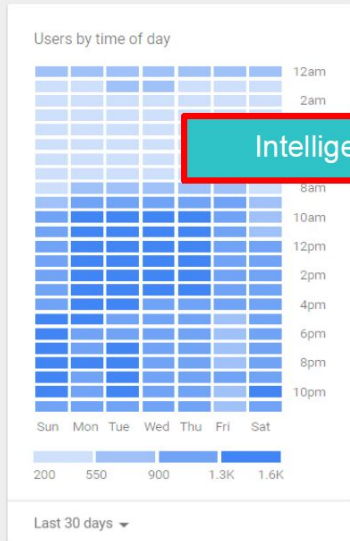
DISCOVER

ADMIN

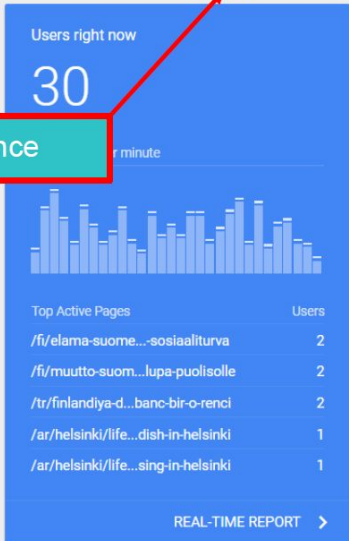
### Google Analytics Home



### When do your users visit?



### INTELLIGENCE



### How do you acquire users?



### Where are your users?







Google Analytics Home

INTELLIGENCE

Users Sessions Bounce Rate Session Duration

138

147

53.74%

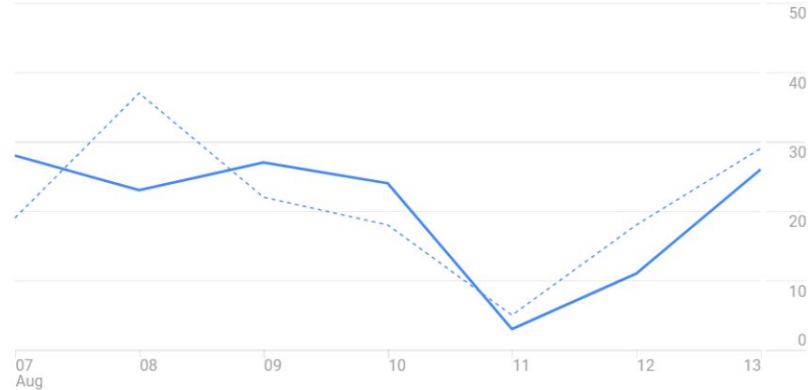
1m 12s

↓ 4.2%  
vs last 7 days

↓ 4.5%

↓ 13.8%

↑ 2.8%



Last 7 days ▾

AUDIENCE OVERVIEW >

Active Users right now

0

Page views per minute



Top Active Pages

Active Users

There is no data for this view.

REAL-TIME REPORT >

Analytics Intelligence



What data are you looking for?

Try asking: How many users did I have last week? >

Insights

Saved

Read

Your monthly user loyalty rate increased in July

Website performance week-over-week

Aug 6 - 12, 2018 vs. Jul 30 - Aug 5, 2018

## Pieni tehtävä

- 1) kuinka paljon sivustolla oli käyttäjiä helmikuussa?
- 2) mitkä oli TOP3 liikenteen lähteet helmikuussa?
- 3) entä koko vuonna 2018?
- 4) mikä on mobiililiikenteen osuus ja miten se on kehittynyt tänä vuonna?
- 5) Mikä on sivuston suosituin sisältö?

## Google tarjoamia palveluja

Google Analytics: <https://analytics.google.com> –verkkopalveluiden ja mobiilisovellusten analysointi

Google Tag Manager: <https://tagmanager.google.com> -mittaamisen joustava tekninen toteutus

Google Data Studio: <https://datastudio.google.com> –datan visualisointi ja jakaminen

Google Optimize: <https://optimize.google.com> –konversio-optimointi: versio- ja monimuuttujatestaus

Google Attribution: <https://attribution.google.com>

Google Surveys: <https://surveys.google.com> –kävijäkyselyt sivustolla (paneeli ei vielä Suomessa)

Search Console: <http://www.google.com/webmasters/tools> -luonnollisten hakutulosten data (SEO)

Google Ads: <https://ads.google.fi> -maksettu hakusana-, display- ja videomainonta (SEM).

Google My Business Center: <https://www.google.com/business> -kartta- ja hakutulosten näkyvyys

Google Trends: <https://www.google.com/trends> -digitaalinen tunnettuus ja hakutrendit

## Google Search Console

- Googlen hakukonsoli, eli **Google Search Console** on työkalu jolla voidaan seurata verkkosivun näkyvyyttä googlen haussa ja auttaa optimoimaan verkkosivustoa hakukoneita varten
- Kannattaa se tehdä heti osoitteessa [search.google.com](https://search.google.com)
- Yhdistämällä hakukonsolin Google Analyticsiin saa raportit mm. hakusanoista joilla sivusto näkyy haussa ja mitkä hakutermit generoivat eniten liikennettä.



http://lowreality.blogspot.com/

### Performance

Overview

Performance

URL inspection

Index

Coverage

Sitemaps

Enhancements

Mobile Usability

Security & Manual Actions

Legacy tools and reports

Links

Settings

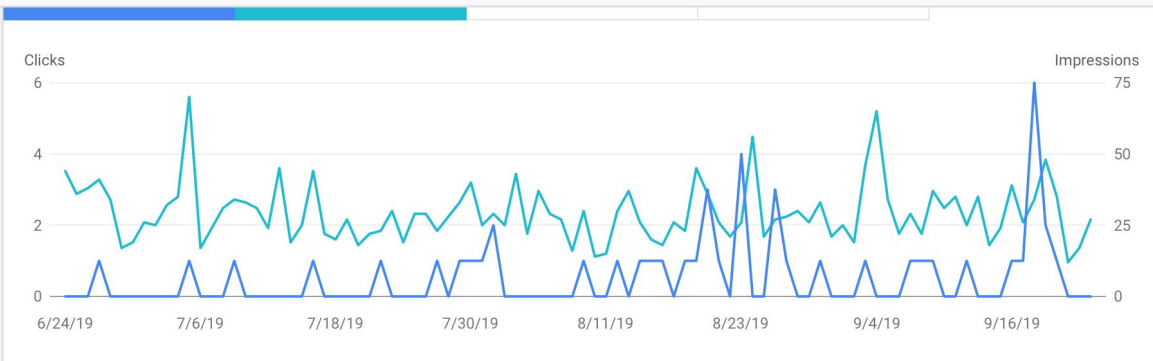


Search type: Web

Date: Last 3 months

+ NEW

Last updated: 9 hours ago



QUERIES	PAGES	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE	DATES
Query				↓ Clicks	Impressions
antti leino				6	328

## Google Tag Manager

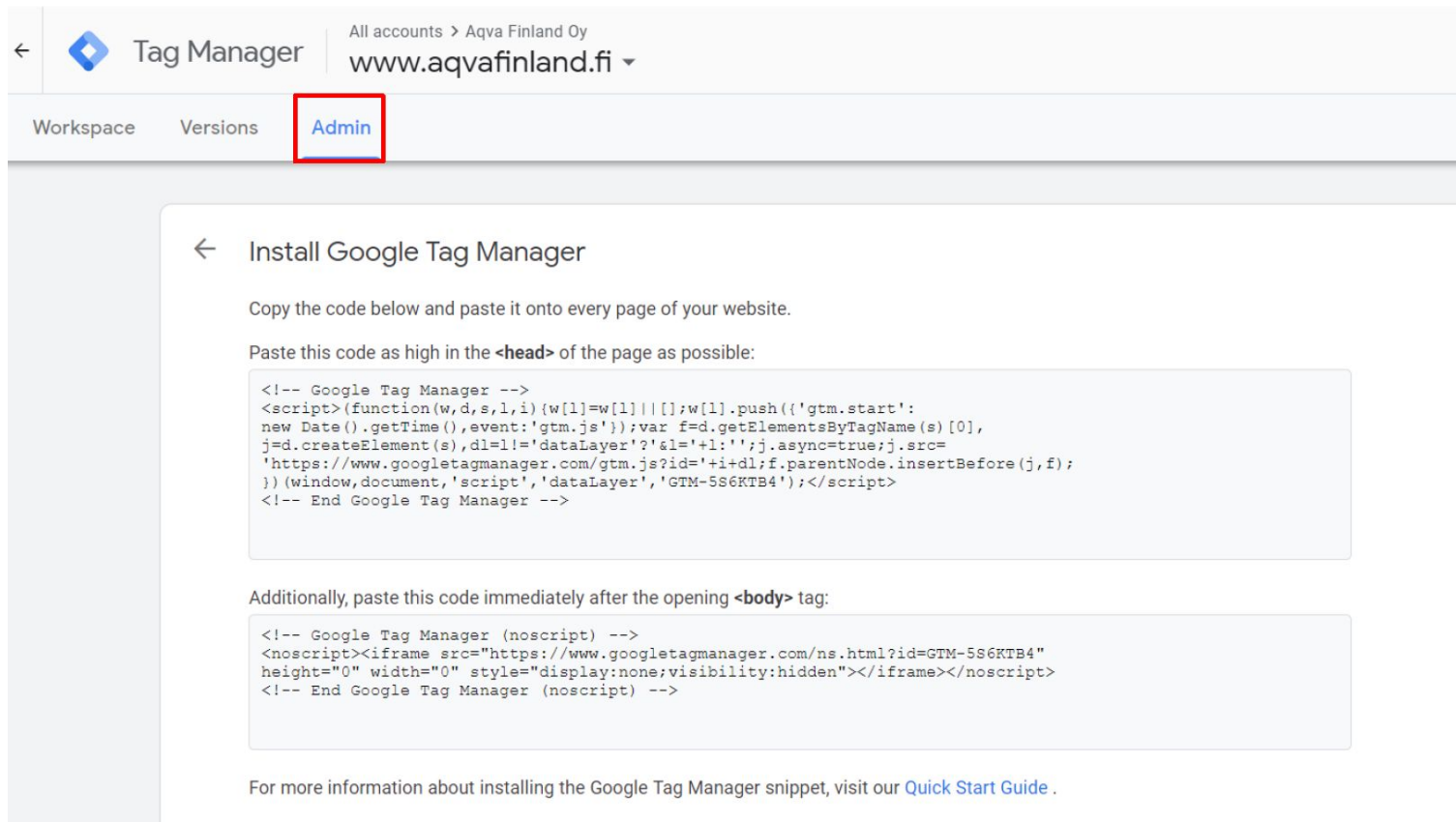
- Digitaalisen markkinoinnin työkalut web-analytiia, konversion seuranta, uudelleenmarkkinointi jne. vaativat ”tägien” asentamista verkkosivustolle
- Tägit ovat pieniä koodinpalasia, jotka asennetaan verkkosivujen lähdekoodiin. Ne eivät näy kävijälle suoraan verkkosivuilla vaan ne saadaan näkyviin tutkimalla sivuston lähdekoodia
- Tägeja on monenlaisia, mutta yleisimmät käyttötarkoitukset ovat tiedon lähettäminen ja tiedon tallentaminen kävijän selaimen.

**Google Tag Manager** helpottaa verkkosivuston tagien hallintaa, asentamista ja nopeuttaa markkinointikampanjoiden käynnistämistä.

[tagmanager.google.com](https://tagmanager.google.com)

1. Luo tili
2. Upota containerin (säiliö) koodi verkkosivustollesi
3. Lisää tarvittavat tagit selaimen Taga Managerissa kautta
4. Julkaise container

# Google Tag Manager



The screenshot shows the Google Tag Manager interface. At the top, there is a navigation bar with a back arrow, the Tag Manager logo, and the account name 'All accounts > Aqva Finland Oy' and the website 'www.aqvafinland.fi'. Below this is a secondary navigation bar with 'Workspace', 'Versions', and 'Admin' (highlighted with a red box). The main content area is titled 'Install Google Tag Manager' and contains the following instructions:

Copy the code below and paste it onto every page of your website.

Paste this code as high in the **<head>** of the page as possible:

```
<!-- Google Tag Manager -->  
<script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':  
  new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],  
  j=d.createElement(s),dl=l!='dataLayer'? '&l='+l:'';j.async=true;j.src=  
  'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);  
})(window,document,'script','dataLayer','GTM-5S6KTB4');</script>  
<!-- End Google Tag Manager -->
```

Additionally, paste this code immediately after the opening **<body>** tag:

```
<!-- Google Tag Manager (noscript) -->  
<noscript><iframe src="https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-5S6KTB4"  
  height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe></noscript>  
<!-- End Google Tag Manager (noscript) -->
```

For more information about installing the Google Tag Manager snippet, visit our [Quick Start Guide](#).

The image displays the Ghostery browser extension interface overlaid on a website. The interface is divided into several sections:

- Header:** "GHOSTERY" logo and "Sign In" button.
- Summary:** A circular progress indicator shows "10 Trackers" for the domain "www.tikkurila.fi". Below this, it indicates "Alert: 1" and "Blocked: 0". The "Page Load" time is "7.16 secs".
- Tracker List:** A list of trackers with expandable sections and checkboxes to block them:
  - Customer Interaction:** 1 TRACKER
  - Essential:** 2 TRACKERS
  - Site Analytics:** 2 TRACKERS
- Individual Trackers:** Typekit by Adobe, Google Tag Manager, Google Analytics, and Hotjar.
- Controls:** "Trust Site", "Restrict Site", and "Pause" buttons.
- Footer:** "List View" and various utility icons.

The background website shows a search bar with the text "Etsi sivustolta" and a search icon. Below the search bar is a large image of a bed with a white headboard, a floral patterned pillow, and a straw hat.



## Q&A sessio

Advanced Analytics -valmennus 23.10. klo 12.30, Laurea Tikkurila

Tag Manager ja tægien lisääminen

Verkkokaupan raportointi

Segmenttien käyttö

Mainoskampanjoiden seuranta

Konversio-optimointi

A person is holding a large white paper airplane horizontally in front of their face. They are wearing a white long-sleeved shirt with pink chevron patterns on the sleeves. The background is a soft-focus sunset or sunrise with warm orange and pink tones. Numerous small, multi-colored confetti pieces are falling all around the person and the airplane, creating a celebratory atmosphere.

**Kiitos!**

**avidly**

#tomorrowbound | [avidlyagency.com](http://avidlyagency.com)

# Konversio-optimointi

## Konversio- optiminnista verkkosivuilla

### LTO

#### **Löydettävyys**

oikean tuotteen pitää löytyä helposti

#### **Tietäminen**

tuotteesta pitää tietää kaikki olennainen

#### **Ostaminen**

ostaminen pitää olla helppoa ja nopeaa

# Löytäminen / Konveniot

# Löytäminen / Navigaatio

# Löytäminen / Täydentyvä haku

# Löytäminen / Haun suodattimet



Löytäminen /  
Selaaminen,  
autoscrolling

# Löytäminen / Suositusten automatisointi

# Tietäminen / Sivun elementit

# Tietäminen / Tuotekuvat

# Tietäminen / Tuotekuvaus

# Tietäminen / Kaikki lisätiedot

# Tietäminen / Suositukset

## Tietäminen / Muu luottamus




# Ostaminen / verkkokaupan ostoedut

# Ostaminen / ostoskorin rakenne

# Ostaminen / maksutavat

# Ostaminen / toimitustavat

# Ostaminen / tiedottaminen

A photograph of a deer standing on a cobblestone city street at sunset. The deer is in the foreground, facing left. In the background, there are cars, traffic lights, and a large archway. The scene is bathed in the warm, golden light of the setting sun.

“Puolet mainontaan käyttämästäni rahasta menee hukkaan, en vain tiedä kumpi puoli.”  
- John Wanamaker