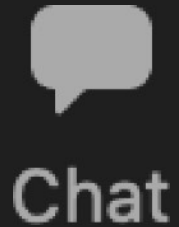


Google Analytics

MED DARREN POTTER

Utbildningens innehåll:

1. Kursdag 1 08:30-12:30.
2. Kursdag 2 08:30-12:30.
3. Presentationen mejlas till dig.
4. En repris av respektive onlinesession mejlas till dig.
5. Frågor och svar i chatten sammanställs och mejlas till dig.
6. Slutprov.
7. Analogt och digitalt diplom.
8. 12 månaders fortsatt experthjälp i Alumnigruppen.



Klicka på chattikonen och ställ
dina frågor publikt i chatten.



Du får svar i chatten.

Vissa frågor väljs ut och tas muntligt efter pauserna.



10 min bensträckare:

09:20

10:20

11:20

After Bootcamp

12:30-13:30 är det öppen frågestund/
diskussion.

Då kan du räcka upp handen och begära
ordet i ljud och bild (frivilligt).



**Mina anteckningar:
Anteckna inte!**



Allt spelas in. Du får en kapitelindlad repris i mejlen.



Gå in på **fb.com/groups/nischad**
och ansök om att få gå med i
Alumni-gruppen.

Du kan gå med antingen som
privatperson eller som ditt företag



Hur fungerar Google Analytics?

Hur fungerar Google Analytics?

Script läggs in i sajts kod

Sidvisningar och sessioner spåras

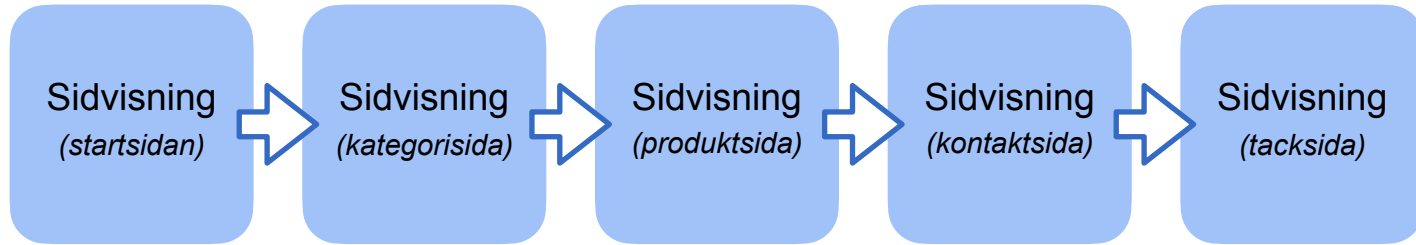
Plus data från webbläsaren

Plus data från cookies

Hur fungerar Google Analytics?

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->  
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-51137128-3"></script>  
<script>  
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}  
  gtag('js', new Date());  
  
  gtag('config', 'UA-51137128-3');  
</script>
```


Hur fungerar Google Analytics?



SESSION

Hur fungerar Google Analytics?

```
GA pageview - UA-38046101-1
~ Data: {
  v: "1",
  _v: "j96",
  aip: "1",
  a: "1782103725",
  t: "pageview",
  _s: "1",
  dl: "https://cludev.se/",
  dr: "https://www.google.se/",
  ul: "en-gb",
  de: "UTF-8",
  dt: "Webbstrategi, SEO, Analytics, Google Ads & Sociala medier - Cludev",
  sd: "30-bit",
  sr: "1440x900",
  vp: "1440x732",
  je: "0",
  _u: "QACAAEABAAAAAC~",
  jid: "892281593",
  gjid: "2060304203",
  cid: "636058073.1636399623",
  tid: "UA-38046101-1",
  _gid: "1881095269.1638214064",
  _r: "1",
  gtm: "2wgba1W42LTL",
  z: "556889162",
  statusCode: 200
}
```

Hur fungerar Google Analytics?



Begränsningar

Utvecklas inte längre

IP-adresser bör anonymiseras

Gammal datamodell

Kommer att ersättas av Google Analytics 4

Kritik gällande Google Analytics

Aggregerad data kan vara väldigt missvisande

För mycket fokus på fel nyckeltal

För många val/rapporter

Kom ihåg!

Google Analytics har inte svaren - det är upp till dig att tolka datan!

En bra grunduppsättning kräver...

Korrekt tidszon och valuta samt botfiltrering

Spårning av interna sökningar

Mål

Korrekt inställningar

Visa + Skapa vy

Cludev - all webbplatsdata

 **Vyinställningar**

 Visa åtkomsthantering

 Mål

 Innehållsgruppering

 Filter

 Kanalinställningar

Land eller område för tidszon

Sverige ▼

 (GMT+01:00) Sverigetid

Standardsida ⓘ valfritt

Uteslut frågeparametrar för webbadress valfritt

fbclid

Valuta visas som ⓘ

svensk krona (SEK kr) ▼

Botfiltrering

☒ Uteslut alla träffar från kända botar och spindlar

Spårning av interna sökningar

Inställningar för webbplatssökning

Spårning av webbplatssökning (?) valfritt

☒ PÅ

Frågeparameter

Använd kommatecken för att skilja upp till fem parametrar (skiftlägeskänsligt)

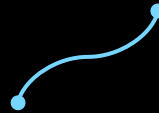
☒ Skilj ut frågeparametrar i webbadressen (?)

Spårning av interna sökningar

Frågeparameter



<https://www.dn.se/sok/?q=ekonomi>



Sökord

Mål

Visa [+ Skapa vy](#)

Cludev - all webbplatsdata

 Vyinställningar

 Visa åtkomsthantering

 **Mål**

 Innehållsgruppering

 Filter

 Kanalinställningar

[+ NYTT MÅL](#) | [Importera från galleriet](#) |

☐	Mål	Id	Typ	Konverteringar de senaste sju dagarna	Registrering
☐	E-post	Mål-id 3/måluppsättning 1	Händelse	0	PÅ
☐	Förfrågan	Mål-id 1/måluppsättning 1	Händelse	0	PÅ
☐	Telefonsamtal	Mål-id 2/måluppsättning 1	Händelse	0	PÅ

Visa rader

10

 1-3 av 3 < >

Potentiella mål

“Macro” konverteringar

Formulärinskickningar

E-post-/telefonlänkklick

Bokningar

Registreringar

“Micro” konverteringar

Nedladdningar

Videouppspelningar

Knappklick

Prenumerationer

Potentiella mål - out of the box

Formulärinskickningar

Bokningar

Registreringar

Prenumerationer

Skapa nytt mål

Visa [+ Skapa vy](#)

Cludev - all webbplatsdata

Vyinställningar

Visa åtkomsthantering

Mål

Innehållsgruppering

Filter

Kanalinställningar

+ NYTT MÅL

Importera från galleriet

☐	Mål	Id	Typ	Konverteringar de senaste sju dagarna	Registrering
☐	E-post	Mål-id 3/måluppsättning 1	Händelse	0	PÅ
☐	Förfrågan	Mål-id 1/måluppsättning 1	Händelse	0	PÅ
☐	Telefonsamtal	Mål-id 2/måluppsättning 1	Händelse	0	PÅ

Visa rader

10

1-3 av 3

<

>

Skapa nytt mål

1

Målinställningar

☐ Mall

Välj en mall om du vill börja med färdiga inställningar

INTÄKTER

☐ Reservationer

Registrerat sig för visning, hyra eller bokning

☐ Gör en inbetalning

Slutfört onlinebetalning

☐ Boka möte

Bokat besök eller möte

☐ Bli partner

Begärt eller skickat in information om att bli partner, affiliate eller återförsäljare

FÖRVÄRV

☐ Skapa ett konto

Slutfört registrering, skapat konto eller vy

FRÅGA

☐ Visa mer

Visat information om produkt eller tjänst

☐ Kontakta oss

Visat telefonnummer, vägbeskrivning, chatt eller e-post

☐ Begär offert

Begärt pris- eller tidsoffert

☐ Se tillgängliga

Kontrollerat lager eller schema

☐ Hitta en plats

Visat information om plats eller återförsäljare

ENGAGEMANG

☐ Spel

Spelat upp interaktiva media, som video, bildspel eller produkt demonstration

☐ Smartt mål

Smartt mål är inte tillgängligt.

Målt de mest engagerade besöken på din webbplats och använd automatiskt de besöken som mål. Ta sådana mål till hjälp för att effektivisera din Google Ads-budgivning. [Läs mer](#)

☒ Anpassad

Skapa nytt mål - baserat på målsida

2

Målbefskrivning

Namn

Inskickade förfrågningar

Målplatsens id

Mål-id 4/Måluppsättning 1 ▾

Typ

☒ Mål t.ex.: tack.html

☐ Varaktighet t.ex.: 5 minuter eller mer

☐ Sidor/skrmar per session t.ex.: 3 sidor

☐ Händelse t.ex.: spelade upp en video

☐ Smart mål Smart mål är inte tillgängligt.

Mät de mest engagerade besöken på din webbplats och använd automatiskt de besöken som mål. Ta sådana mål till hjälp för att effektivisera din Google Ads-budgivning. [Läs mer](#)

Fortsätt

Avbryt

Skapa nytt mål - baserat på målsida

3

Information om mål

Mål

Lika med ▾

/offertforfragan/tack/

☐ Skiftlägeskänsligt

Du kan till exempel använda *min skärm* om det gäller en app och */tack.html* istället för *www.example.com/tack.html* om det gäller en webbsida.

Skapa nytt mål - baserat på event

3

Information om mål

Händelsevillkor

Ange ett eller flera villkor. En konvertering registreras om alla villkor du anger är uppfyllda när en händelse blir utlöst. *Du måste ha konfigurerat minst en händelse för att kunna skapa den här typen av mål.* [Läs mer](#)

Kategori

Lika med ▼

Kontakta oss

Åtgärd

Lika med ▼

E-postlänkklick

Etikett

Lika med ▼

Etikett

Värde

Större än ▼

Värde

Definiera ett värde

Värde valfritt

PÅ

1200

krSEK

Tilldelar konverteringen ett ekonomiskt värde. [Läs mer om målvärden](#). Om det gäller en transaktion inaktiverar du målvärdet och använder Spårning av e-handel och rapporter för att se intäkterna. [Läs mer om E-handelstransaktioner](#).

Definiera ett värde

Gen. ordervärde: 2 000 kr
% konverterade förfrågningar: 50%

Varje förfrågan är värt
1 000 kr

Skapa en tratt

Tratt valfritt

PÅ

Använd en appnamnsträng eller en webbsidesadress för varje steg. Använd exempelvis *Min skärm* om det gäller en app och */tack.html* istället för *www.example.com/tack.html* om det gäller en webbsida.

Steg	Namn	Skärm/sida	Obligatoriskt?
1	Våra tjänster	/vara-tjanster/	JA
2	Google Analytics	/vara-tjanster/google-analytics/	×
3	Offertförfrågan	/offertforfragan/	×

+ Lägg till ett steg



Nu är du redo!

Grundläggande begrepp

Dimensioner

Mätvärde

Sida

Sessioner

Land

Sidvisningar

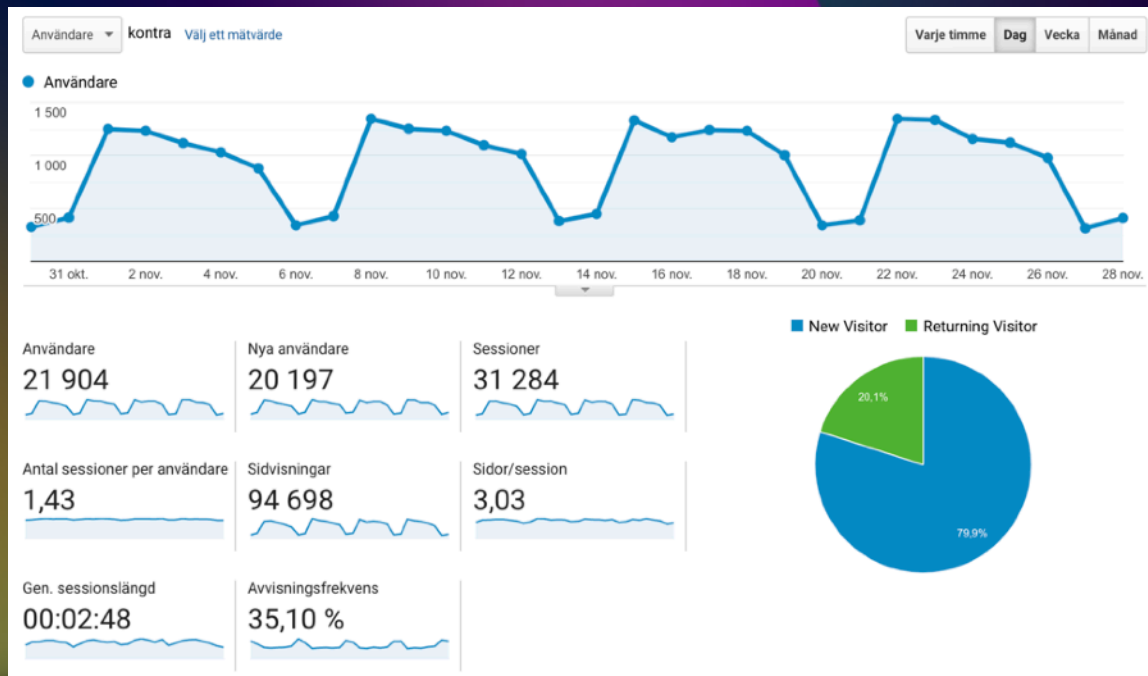
Enhetskategori

Avvisningsfrekvens

Produkt

Intäkter

Grundläggande mätvärde





Context is everything!

Hitta kontext igenom att...

Använda specifika rapporter

Lägga till konverteringsdata (mål)

Jämföra med andra perioder

Segmentera

Använd dessa 9 rapporter:

Målgrupp > Översikt

Förvärv > All trafik > Kanaler

Förvärv > Google Ads > Kampanjer

Förvärv > Search Console > Målsidor

Förvärv > Search Console > Frågor

Förvärv > Kampanjer > Alla kampanjer

Beteende > Webbplatsinnehåll > Alla sidor

Beteende > Webbplatsinnehåll > Målsidor

Beteende > Webbplatssökning > Söktermer

Kanalrapporten - din startpunkt

Default Channel Grouping	Förvärv			Beteende			Konverteringar Alla mål ▾		
	Användare ? ↓	Nya användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
	20 190 % av det totala antalet: 100,00 % (20 190)	20 074 % av det totala antalet: 100,04 % (20 066)	23 701 % av det totala antalet: 100,00 % (23 701)	68,01 % Gen. för vy: 68,01 % (0,00 %)	2,15 Gen. för vy: 2,15 (0,00 %)	00:01:18 Gen. för vy: 00:01:18 (0,00 %)	1,87 % Gen. för vy: 1,87 % (0,00 %)	443 % av det totala antalet: 100,00 % (443)	24 727 248,00 kr % av det totala antalet: 100,00 % (24 727 248,00 kr)
1. Organic Search	14 341 (69,95 %)	14 086 (70,17 %)	16 269 (68,64 %)	67,96 %	2,14	00:01:21	1,89 %	308 (69,53 %)	17 174 808,00 kr (69,46 %)
2. Direct	3 115 (15,19 %)	3 107 (15,48 %)	3 803 (16,05 %)	78,57 %	1,82	00:01:02	1,26 %	48 (10,84 %)	2 685 312,00 kr (10,86 %)
3. Display	871 (4,25 %)	865 (4,31 %)	910 (3,84 %)	90,44 %	1,21	00:00:13	0,77 %	7 (1,58 %)	391 608,00 kr (1,58 %)
4. Email	869 (4,24 %)	776 (3,87 %)	1 027 (4,33 %)	33,98 %	2,56	00:00:56	1,07 %	11 (2,48 %)	615 384,00 kr (2,49 %)
5. Paid Search	843 (4,11 %)	797 (3,97 %)	1 138 (4,80 %)	41,92 %	3,76	00:02:37	5,89 %	67 (15,12 %)	3 748 248,00 kr (15,16 %)
6. Social	302 (1,47 %)	299 (1,49 %)	325 (1,37 %)	87,69 %	1,32	00:00:21	0,31 %	1 (0,23 %)	55 944,00 kr (0,23 %)
7. Referral	160 (0,78 %)	144 (0,72 %)	229 (0,97 %)	60,70 %	2,75	00:02:44	0,44 %	1 (0,23 %)	55 944,00 kr (0,23 %)

Förvärv > All trafik > Kanaler

Viktiga funktioner: datumintervall

1 jan. 2021 - 30 nov. 2021
Jämför med: 1 jan. 2020 - 30 nov. 2020

september 2021							oktober 2021							november 2021						
M	T	O	T	F	L	S	M	T	O	T	F	L	S	M	T	O	T	F	L	S
		1	2	3	4	5					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7
6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14
13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21
20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30					

Datumintervall: Anpassat ▼

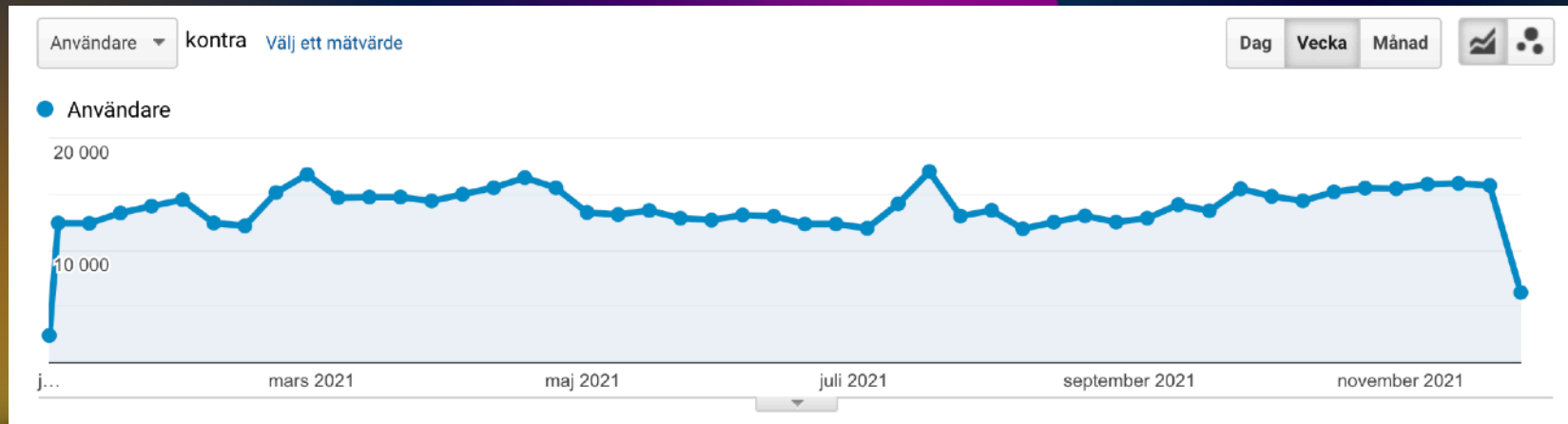
1 jan. 2021 - 30 nov. 2021

☒ **Jämför med:** Anpassat ▼

1 jan. 2020 - 30 nov. 2020

Använd avbryt

Viktiga funktioner: grafen



Viktiga funktioner: kommentarer

J... mars 2021 maj 2021 juli 2021 september 2021 november 2021

Visa: [Alla](#) | [Stjärnmärkta](#) [+ Skriv ny kommentar](#)

 30 nov. 2021

Mailutskick till alla kunder

28/160

Synlighet:

☐ Delade

☒ Privat 

Spara | [Avbryt](#)

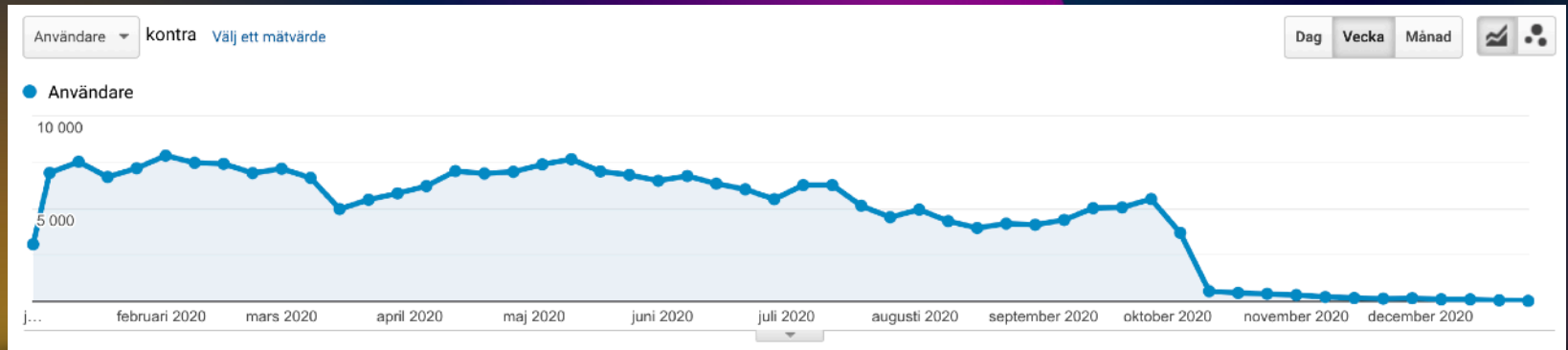
Uppföljning och analys: organisk sök

Analys: organisk sök

Default Channel Grouping	Förvärv			Beteende			Konverteringar Alla mål ▾		
	Användare ? ↓	Nya användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
	545 224 % av det totala antalet: 100,00 % (545 224)	546 462 % av det totala antalet: 100,13 % (545 741)	770 593 % av det totala antalet: 100,00 % (770 593)	46,12 % Gen. för vy: 46,12 % (0,00 %)	4,78 Gen. för vy: 4,78 (0,00 %)	00:03:06 Gen. för vy: 00:03:06 (0,00 %)	13,41 % Gen. för vy: 13,41 % (0,00 %)	103 326 % av det totala antalet: 100,00 % (103 326)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)
1. Organic Search	224 316 (38,53 %)	211 739 (38,75 %)	289 811 (37,61 %)	51,61 %	3,94	00:02:34	10,18 %	29 514 (28,56 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. Direct	211 394 (36,31 %)	208 767 (38,20 %)	270 977 (35,16 %)	41,53 %	5,24	00:03:25	15,69 %	42 515 (41,15 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. Referral	55 225 (9,49 %)	44 658 (8,17 %)	94 556 (12,27 %)	31,80 %	6,95	00:04:47	21,69 %	20 512 (19,85 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. Display	21 409 (3,68 %)	20 689 (3,79 %)	26 825 (3,48 %)	74,56 %	3,03	00:00:58	4,63 %	1 242 (1,20 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
5. (Other)	20 061 (3,45 %)	14 835 (2,71 %)	28 611 (3,71 %)	32,49 %	5,79	00:04:06	16,67 %	4 769 (4,62 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
6. Social	19 199 (3,30 %)	18 549 (3,39 %)	20 864 (2,71 %)	57,08 %	3,93	00:01:28	7,18 %	1 498 (1,45 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
7. Affiliates	16 918 (2,91 %)	15 587 (2,85 %)	20 912 (2,71 %)	62,21 %	2,35	00:02:09	3,35 %	700 (0,68 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
8. Paid Search	13 607 (2,34 %)	11 638 (2,13 %)	18 037 (2,34 %)	49,98 %	4,86	00:02:49	14,28 %	2 576 (2,49 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Förvärv > All trafik > Kanaler > Organisk sök

Nuvarande trend



Förvärv > All trafik > Kanaler > Organisk sök

Byt primär dimension till målsida

Primär dimension: [Sökord](#) [Källa](#) **[Målsida](#)** [Annat](#) ▼

▼

				Beteende			Konverteringar			
							Alla mål			
☐	Målsida ?	Användare ? ↓	Nya användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
		224 316 % av det totala antalet: 41,14 % (545 224)	211 739 % av det totala antalet: 38,80 % (545 741)	289 811 % av det totala antalet: 37,61 % (770 593)	51,61 % Gen. för vy: 46,12 % (11,90 %)	3,94 Gen. för vy: 4,78 (-17,64 %)	00:02:34 Gen. för vy: 00:03:06 (-17,21 %)	10,18 % Gen. för vy: 13,41 % (-24,05 %)	29 514 % av det totala antalet: 28,56 % (103 326)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)
☐	1. /home	119 896 (48,16 %)	108 483 (51,23 %)	147 386 (50,86 %)	54,50 %	3,59	00:02:31	8,33 %	12 282 (41,61 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
☐	2. /google+redesign/shop+by+brand/youtube	29 091 (11,69 %)	28 275 (13,35 %)	30 893 (10,66 %)	54,15 %	3,13	00:01:27	6,84 %	2 114 (7,16 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
☐	3. /google+redesign/apparel/mens/mens+t+shirts	20 842 (8,37 %)	19 410 (9,17 %)	22 452 (7,75 %)	37,98 %	5,61	00:02:55	16,76 %	3 762 (12,75 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
☐	4. /google+redesign/apparel	13 351 (5,36 %)	10 860 (5,13 %)	14 928 (5,15 %)	34,43 %	5,66	00:03:48	16,86 %	2 517 (8,53 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
☐	5. /store.html	6 628 (2,66 %)	3 657 (1,73 %)	8 142 (2,81 %)	50,55 %	4,82	00:03:06	15,12 %	1 231 (4,17 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Förvärv > All trafik > Kanaler > Organisk sök

Vilka sidor är viktiga?

Hög konverteringsfrekvens och högt engagemang.

	Målsida ?	Förvärv			Beteende			Konverteringar		
		Användare ? ↓	Nya användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
		224 316 % av det totala antalet: 41,14 % (545 224)	211 739 % av det totala antalet: 38,80 % (545 741)	289 811 % av det totala antalet: 37,61 % (770 593)	51,61 % Gen. för vy: 46,12 % (11,90 %)	3,94 Gen. för vy: 4,78 (-17,64 %)	00:02:34 Gen. för vy: 00:03:06 (-17,21 %)	10,18 % Gen. för vy: 13,41 % (-24,05 %)	29 514 % av det totala antalet: 28,56 % (103 326)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)
☐	1. /home	119 896 (48,16 %)	108 483 (51,23 %)	147 386 (50,86 %)	54,50 %	3,59	00:02:31	8,33 %	12 282 (41,61 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
☐	2. /google+redesign/shop+by+brand/youtube	29 091 (11,69 %)	28 275 (13,35 %)	30 893 (10,66 %)	54,15 %	3,13	00:01:27	6,84 %	2 114 (7,16 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
☐	3. /google+redesign/apparel/mens/mens+t+shirts	20 842 (8,37 %)	19 410 (9,17 %)	22 452 (7,75 %)	37,98 %	5,61	00:02:55	16,76 %	3 762 (12,75 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
☐	4. /google+redesign/apparel	13 351 (5,36 %)	10 860 (5,13 %)	14 928 (5,15 %)	34,43 %	5,66	00:03:48	16,86 %	2 517 (8,53 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
☐	5. /store.html	6 628 (2,66 %)	3 657 (1,73 %)	8 142 (2,81 %)	50,55 %	4,82	00:03:06	15,12 %	1 231 (4,17 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Förvärv > All trafik > Kanaler > Organisk sök

Hur har sidorna presterat senaste tiden?

Åh, rackarns! Sidan har tappat trafik och konverteringar!

Målsida ?	Förvärv			Beteende			Konverteringar Alla mål ▾		
	Användare ? ↓	Nya användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
	26,16 % 🔴 17 946 kontra 24 305	24,90 % 🔴 16 737 kontra 22 286	26,65 % 🔴 19 305 kontra 26 318	5,50 % 🟢 37,96 % kontra 40,17 %	18,35 % 🟢 5,58 kontra 4,71	1,65 % 🔴 00:02:54 kontra 00:02:57	6,51 % 🟢 16,80 % kontra 15,77 %	21,87 % 🔴 3 243 kontra 4 151	0,00 % 0,00 US\$ kontra 0,00 US\$
1. /google+redesign/apparel/mens/mens+t+shirts 									
2020-jan-01 - 2020-sep-01	17 946 (100,00 %)	16 737 (100,00 %)	19 305 (100,00 %)	37,96 %	5,58	00:02:54	16,80 %	3 243 (100,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2019-jan-01 - 2019-sep-01	24 305 (100,00 %)	22 286 (100,00 %)	26 318 (100,00 %)	40,17 %	4,71	00:02:57	15,77 %	4 151 (100,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
% förändring	-26,16 %	-24,90 %	-26,65 %	-5,50 %	18,35 %	-1,65 %	6,51 %	-21,87 %	0,00 %

Förvärv > All trafik > Kanaler > Organisk sök

Vad är det som har hänt?

Kolla på data från Google Search Console

Målsida ?	Förvärv				
	Exponeringar ? ↓	Klick ?	CTR ?	Genomsnittlig position ?	Sessioner ?
	73,86 % ↑ 1 040 803 kontra 598 636	4,88 % ↓ 13 104 kontra 13 776	45,29 % ↓ 1,26 % kontra 2,30 %	54,47 % ↑ 26 kontra 17	0,00 % 0 kontra 0
1. /Google+Redesign/Apparel/Mens/Mens+T+Shirts 					
2021-jun-01 - 2021-nov-30	1 040 803 (100,00 %)	13 104 (100,00 %)	1,26 %	26	0 (0,00 %)
2020-nov-30 - 2021-maj-31	598 636 (100,00 %)	13 776 (100,00 %)	2,30 %	17	0 (0,00 %)
% förändring	73,86 %	-4,88 %	-45,29 %	54,47 %	0,00 %

Förvärv > Search Console > Målsida

Kolla upp sökfrågorna

Sökfråga ?	Förvärv				
	Exponeringar ? ↓	Klick ?	CTR ?	Genomsnittlig position ?	Sessioner
	73,86 %  1 040 803 kontra 598 636	4,88 %  13 104 kontra 13 776	45,29 %  1,26 % kontra 2,30 %	54,47 %  26 kontra 17	0,00 % 0 kontra 0
1. google t					
2021-jun-01 - 2021-nov-30	296 448 (41,60 %)	33 (0,41 %)	0,01 %	8,6	
2020-nov-30 - 2021-maj-31	174 743 (42,71 %)	11 (0,13 %)	<0,01 %	9,8	
% förändring	69,65 %	200,00 %	76,84 %	-11,92 %	
2. google merchandise store					
2021-jun-01 - 2021-nov-30	22 281 (3,13 %)	104 (1,28 %)	0,47 %	3,0	
2020-nov-30 - 2021-maj-31	31 877 (7,79 %)	203 (2,40 %)	0,64 %	1,8	
% förändring	-30,10 %	-48,77 %	-26,70 %	68,69 %	

Förvärv > Search Console > Målsida

Bonusanalys: ingångssökvägar

Målsida ?	Förvärv			Beteende			Konverteringar Alla mål ▾		
	Sessioner ? ↓	% nya sessioner ?	Nya användare ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
	691 484 % av det totala antalet: 100,00 % (691 484)	70,83 % Gen. för vy: 70,74 % (0,13 %)	489 804 % av det totala antalet: 100,13 % (489 174)	45,85 % Gen. för vy: 45,85 % (0,00 %)	4,72 Gen. för vy: 4,72 (0,00 %)	00:03:05 Gen. för vy: 00:03:05 (0,00 %)	12,90 % Gen. för vy: 12,90 % (0,00 %)	89 206 % av det totala antalet: 100,00 % (89 206)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)
1. /home 	325 167 (47,02 %)	72,68 %	236 318 (48,25 %)	44,83 %	4,71	00:03:14	12,43 %	40 413 (45,30 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. /google+redesign/shop+by+brand/youtube 	60 072 (8,69 %)	90,35 %	54 278 (11,08 %)	55,31 %	3,30	00:01:31	6,56 %	3 943 (4,42 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. /store.html 	36 461 (5,27 %)	58,89 %	21 472 (4,38 %)	41,92 %	5,52	00:03:39	15,87 %	5 788 (6,49 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. /google+redesign/apparel/mens/mens+t-shirts 	27 024 (3,91 %)	86,41 %	23 352 (4,77 %)	38,35 %	5,51	00:02:56	16,31 %	4 408 (4,94 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
5. /google+redesign/apparel 	25 422 (3,68 %)	72,47 %	18 423 (3,76 %)	37,83 %	5,45	00:03:44	15,71 %	3 995 (4,48 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Beteende > Webbplatsinnehåll > Målsida

Välj sidan

Målsida ?	Förvärv			Beteende		
	Sessioner ? ↓	% nya sessioner ?	Nya användare ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?
Organisk trafik	292 707 % av det totala antalet: 42,33 % (691 484)	73,55 % Gen. för vy: 70,98 % (3,61 %)	215 260 % av det totala antalet: 43,86 % (490 829)	51,90 % Gen. för vy: 45,96 % (12,91 %)	3,90 Gen. för vy: 4,69 (-16,88 %)	00:02:33 Gen. för vy: 00:03:04 (-16,57 %)
1. /home 	150 431 (51,39 %)	74,21 %	111 639 (51,86 %)	54,98 %	3,54	00:02:29
2. /google+redesign/shop+by+brand/youtube 	31 249 (10,68 %)	91,50 %	28 594 (13,28 %)	54,12 %	3,13	00:01:28
3. /google+redesign/apparel/mens/mens+t+shirts 	22 432 (7,66 %)	86,60 %	19 425 (9,02 %)	37,91 %	5,61	00:02:57
4. /google+redesign/apparel 	14 956 (5,11 %)	72,92 %	10 906 (5,07 %)	34,01 %	5,78	00:03:51
5. /store.html 	8 267 (2,82 %)	44,67 %	3 693 (1,72 %)	50,73 %	4,72	00:03:07

Beteende > Webbplatsinnehåll > Målsida

Byt segment

Målsidor



Alla användare
100,00 % Ingångar



+ Lägg till segment

Utforskaren

Ingångssökvägar

Översikt

Webbplatsanvändning

Målinställning 1

E-handel

Sessioner ▼

kontra

Välj ett mätvärde

Välj "Organisk trafik" segmentet

+ NYTT SEGMENT

Importera från galleriet

Dela segment

Vy

Sök efter segment

VISA SEGMENT	Segmentnamn	Skapad	Ändrad	
Alla	☐ ☆ Not provided	27 sep. 2013	27 sep. 2013	Åtgärder ▾
System	☐ ☆ Nya användare			Åtgärder ▾
Anpassade	☐ ☆ One time visits	16 sep. 2013	16 sep. 2013	Åtgärder ▾
Delade	☒ ☆ Organisk trafik			Åtgärder ▾
Stjärnmärkta	☐ ☆ Paket till förfrågan	7 juli 2017	7 juli 2017	Åtgärder ▾
Vald	☐ ☆ Registration form completions	16 sep. 2013	16 sep. 2013	Åtgärder ▾
	☐ ☆ Registration form visits	29 aug. 2013	16 sep. 2013	Åtgärder ▾
	☐ ☆ Sessioner med avvisingar			Åtgärder ▾

Använd

Avbryt

Klick på “Ingångssökvägar”

Målsidor 

**Alla användare**
100,00 % Ingångar

 + Lägg till segment

Utforskaren **Ingångssökvägar**

Översikt [Webbplatsanvändning](#) [Målinställning 1](#) [E-handel](#)

Sessioner ▾

kontra [Välj ett mätvärde](#)

Se användarnas andra steg

Användaren startade på denna målsida: </google+redesign/apparel/mens/mens+t+shirts> ▾

Sedan visades dessa sidor:

Andra sidan	Sessioner	% Sessioner
/google+redesign/apparel/mens/mens+t+shirts/quickview	5 364	38,66 %
/store.html	3 044	21,94 %
/google+redesign/apparel/mens/mens+t+shirts	839	6,05 %
/home	831	5,99 %
/google+redesign/apparel	574	4,14 %
/google+redesign/apparel/mens	520	3,75 %

Uppföljning och analys:
betald sök

Analys: betald sök

Kampanj/Kampanj-id ?	Förvärv					Beteende		Konverteringar Alla mål ▾		
	Klick ? ↓	Kostnad ?	CPC ?	Användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
	13 984 % av det totala antalet: 100,00 % (13 984)	16 084,32 US\$ % av det totala antalet: 100,00 % (16 084,32 US\$)	1,15 US\$ Gen. för vy: 1,15 US\$ (0,00 %)	7 390 % av det totala antalet: 1,51 % (490 197)	10 358 % av det totala antalet: 1,50 % (691 484)	39,19 % Gen. för vy: 45,85 % (-14,52 %)	5,65 Gen. för vy: 4,72 (19,79 %)	16,57 % Gen. för vy: 12,90 % (28,42 %)	1 716 % av det totala antalet: 1,92 % (89 206)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)
1. MIX Txt ~ AW-Brand (US/Cali) 1688889738	5 808 (41,53 %)	1 514,69 US\$ (9,42 %)	0,26 US\$	4 028 (52,56 %)	5 913 (57,09 %)	27,26 %	6,58	20,51 %	1 213 (70,69 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. PHR Txt ~ AW - YouTube 1686803890	1 564 (11,18 %)	1 484,87 US\$ (9,23 %)	0,95 US\$	397 (5,18 %)	435 (4,20 %)	65,06 %	2,37	4,37 %	19 (1,11 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. MIX Txt ~ AW - Apparel 1688886429	1 208 (8,64 %)	1 208,72 US\$ (7,51 %)	1,00 US\$	551 (7,19 %)	679 (6,56 %)	35,49 %	6,73	19,73 %	134 (7,81 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. BMM Txt ~ AW - Hoodies 11704805693	802 (5,74 %)	667,12 US\$ (4,15 %)	0,83 US\$	116 (1,51 %)	126 (1,22 %)	80,16 %	1,63	1,59 %	2 (0,12 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
5. BMM Txt ~ AW - Hoodies 11704805699	751 (5,37 %)	663,58 US\$ (4,13 %)	0,88 US\$	245 (3,20 %)	254 (2,45 %)	87,80 %	1,29	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Förvärv > Google Ads > Kampanjer

Borra ner...

Google Ads: Annonsgroup [?]	Förvärv					Beteende		Konverteringar	Alla mål [?]	
	Klick [?] ↓	Kostnad [?]	CPC [?]	Användare [?]	Sessioner [?]	Avvisningsfrekvens [?]	Sidor/session [?]	Konverteringsfrekv. för mål [?]	Slutförda mål [?]	Målvärde [?]
	5 808 % av det totala antalet: 41,53 % (13 984)	1 514,69 US\$ % av det totala antalet: 9,42 % (16 084,32 US\$)	0,26 US\$ Gen. för vy: 1,15 US\$ (-77,33 %)	4 028 % av det totala antalet: 0,82 % (490 197)	5 913 % av det totala antalet: 0,86 % (691 484)	27,26 % Gen. för vy: 45,85 % (-40,53 %)	6,58 Gen. för vy: 4,72 (39,47 %)	20,51 % Gen. för vy: 12,90 % (59,02 %)	1 213 % av det totala antalet: 1,36 % (89 206)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 (0,00 US\$)
1. AW - Google Brand	5 808(100,00 %)	1 514,69 US\$(100,00 %)	0,26 US\$	4 028(100,00 %)	5 913(100,00 %)	27,26 %	6,58	20,51 %	1 213(100,00 %)	0,00 US\$ (0,00)

Förvärv > Google Ads > Kampanjer

Konverteringsdata per sökord!

Sökord ?	Förvärv					Beteende		Konverteringar Alla mål ▾		
	Klick ? ↓	Kostnad ?	CPC ?	Användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
	5 808 % av det totala antalet: 41,53 % (13 984)	1 514,69 US\$ % av det totala antalet: 9,42 % (16 084,32 US\$)	0,26 US\$ Gen. för vy: 1,15 US\$ (-77,33 %)	4 028 % av det totala antalet: 0,82 % (490 197)	5 913 % av det totala antalet: 0,86 % (691 484)	27,26 % Gen. för vy: 45,85 % (-40,53 %)	6,58 Gen. för vy: 4,72 (39,47 %)	20,51 % Gen. för vy: 12,90 % (59,02 %)	1 213 % av det totala antalet: 1,36 % (89 206)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)
1. Google Merchandise Store	3 931 (67,68 %)	741,13 US\$ (48,93 %)	0,19 US\$	2 838 (69,46 %)	4 266 (72,15 %)	27,26 %	6,53	20,46 %	873 (71,97 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. Google Merchandise	987 (16,99 %)	173,18 US\$ (11,43 %)	0,18 US\$	616 (15,08 %)	792 (13,39 %)	29,67 %	6,18	18,43 %	146 (12,04 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. google merch store	399 (6,87 %)	271,94 US\$ (17,95 %)	0,68 US\$	308 (7,54 %)	425 (7,19 %)	22,82 %	7,51	24,00 %	102 (8,41 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. Google Swag	324 (5,58 %)	158,28 US\$ (10,45 %)	0,49 US\$	224 (5,48 %)	288 (4,87 %)	30,21 %	5,90	17,71 %	51 (4,20 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
5. +Google +Merchandise	78 (1,34 %)	92,47 US\$ (6,10 %)	1,19 US\$	40 (0,98 %)	48 (0,81 %)	18,75 %	10,62	33,33 %	16 (1,32 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Förvärv > Google Ads > Kampanjer

Addera en sekundär dimension

Primär dimension: **Sökord** [Annonsinnehåll](#)

Placera rader **Sekundär dimension** Sorteringstyp: Standard

Rekommenderade

Fler dimensioner

▼ **Annonsering**

- Antal ord i sökfrågan** ⓘ
- Matchningstyp för sökfråga** ⓘ
- Sökfråga** ⓘ

☐ Visa i bokstavsordning

		Klick ⓘ ↓	Kostnad ⓘ
		5 808	1 514,69 U
		% av det totala antalet: 41,53 % (13 984)	% av det totala antalet: 9,42 % (16 084,32)
☐	1. Goo	931 (67,68 %)	741,13 US\$ (48)
☐	2. Goo	987 (16,99 %)	173,18 US\$ (11)
☐	3. google merch store	399 (6,87 %)	271,94 US\$ (17)

Se sökfrågorna som besökarna har använt!

Sökord ?	Sökfråga ?	Förvärv				
		Klick ? ↓	Kostnad ?	CPC ?	Användare ?	Sessioner ?
		5 736 % av det totala antalet: 41,02 % (13 984)	1 413,45 US\$ % av det totala antalet: 8,79 % (16 084,32 US\$)	0,25 US\$ Gen. för vy: 1,15 US\$ (-78,58 %)	4 039 % av det totala antalet: 0,82 % (490 197)	5 806 % av det totala antalet: 0,84 % (691 484)
1. Google Merchandise Store	google merchandise store	3 467 (60,44 %)	595,28 US\$ (42,12 %)	0,17 US\$	2 502 (61,70 %)	3 732 (64,28 %)
2. Google Merchandise	google merch	393 (6,85 %)	76,45 US\$ (5,41 %)	0,19 US\$	240 (5,92 %)	273 (4,70 %)
3. Google Merchandise	google merchandise	369 (6,43 %)	56,62 US\$ (4,01 %)	0,15 US\$	230 (5,67 %)	312 (5,37 %)
4. Google Swag	google swag	243 (4,24 %)	100,85 US\$ (7,14 %)	0,42 US\$	173 (4,27 %)	240 (4,13 %)
5. google merch store	google merch store	174 (3,03 %)	71,44 US\$ (5,05 %)	0,41 US\$	123 (3,03 %)	159 (2,74 %)

Förvärv > Google Ads > Kampanjer



Hänvisningar

Hänvisningar kan vara en bra källa till konverterande trafik

Källa ?	Förvärv			Beteende			Konverteringar	
	Användare ? ↓	Nya användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?	Request a demo (Konverteringsfrekv. mål 1) ?	Request a demo (Slutföranden för mål 1) ?
	622 % av det totala antalet: 3,89 % (15 996)	574 % av det totala antalet: 3,71 % (15 487)	913 % av det totala antalet: 3,76 % (24 289)	55,64 % Gen. för vy: 47,48 % (17,18 %)	1,82 Gen. för vy: 1,77 (2,71 %)	00:01:36 Gen. för vy: 00:01:24 (14,63 %)	1,31 % Gen. för vy: 1,59 % (-17,29 %)	12 % av det totala antalet: 3,11 % (386)
1. ifknorrkoping.se	200 (31,70 %)	188 (32,75 %)	261 (28,59 %)	64,37 %	1,64	00:00:44	1,15 %	3 (25,00 %)
2. swehockey.se	175 (27,73 %)	172 (29,97 %)	190 (20,81 %)	75,26 %	1,27	00:00:36	1,05 %	2 (16,67 %)
3. se.search.yahoo.com	30 (4,75 %)	26 (4,53 %)	73 (8,00 %)	12,33 %	2,00	00:02:37	2,74 %	2 (16,67 %)
4. idrottonline.se	22 (3,49 %)	20 (3,48 %)	26 (2,85 %)	69,23 %	2,04	00:01:33	0,00 %	0 (0,00 %)
5. m.facebook.com	19 (3,01 %)	17 (2,96 %)	21 (2,30 %)	71,43 %	1,67	00:01:03	9,52 %	2 (16,67 %)



Interna sökningar

Interna sökningar kan visa vad som saknas

Sökterm [?]	Totalt antal unika sökningar [?] ↓	Resultatsidvisningar/sökning [?]	% utgångar för sökning [?]	% sökjusteringar [?]	Tid efter sökning [?]	Gen. sökddjup [?]
	2 815 % av det totala antalet: 100,00 % (2 815)	1,28 Gen. för vy: 1,28 (0,00 %)	22,52 % Gen. för vy: 22,52 % (0,00 %)	21,93 % Gen. för vy: 21,93 % (0,00 %)	00:03:07 Gen. för vy: 00:03:07 (0,00 %)	1,87 Gen. för vy: 1,87 (0,00 %)
1. karta	108 (3,84 %)	1,14	32,41 %	9,76 %	00:03:30	2,11
2. sjötorp	28 (0,99 %)	1,46	21,43 %	14,63 %	00:03:50	1,54
3. ställplats	27 (0,96 %)	1,44	22,22 %	17,95 %	00:04:11	1,41
4. söderköping	19 (0,67 %)	1,37	15,79 %	26,92 %	00:03:08	2,21
5. berg	18 (0,64 %)	1,50	11,11 %	25,93 %	00:02:50	2,89



Uppföljning och analys: kampanjer

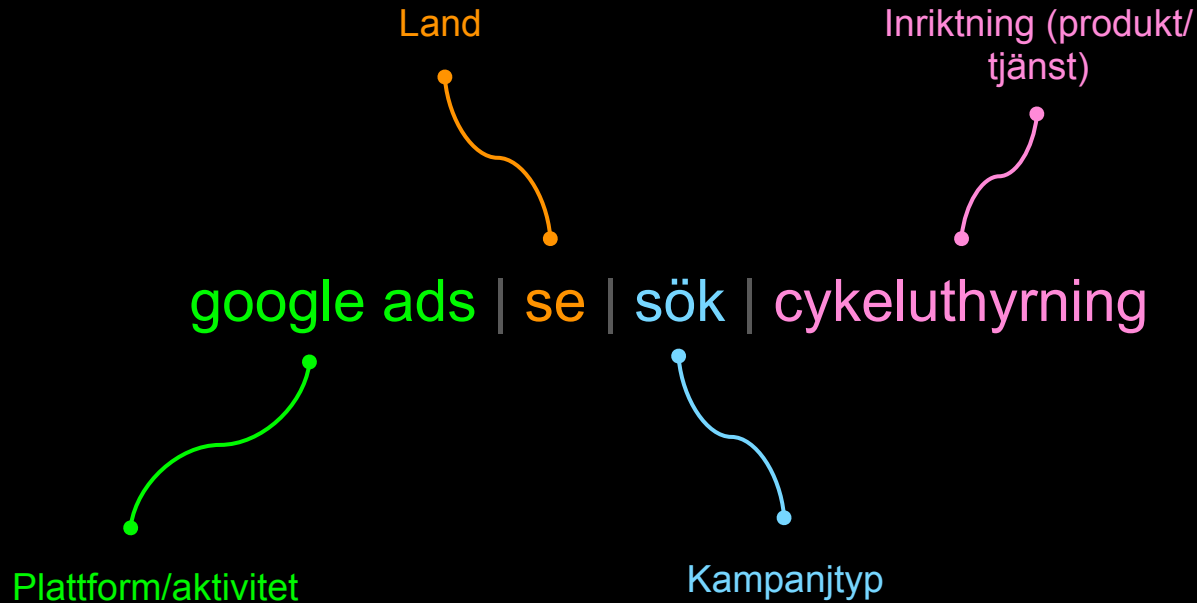
Kampanjer-rapporten

Alla kampanjer kommer att visas - även Google Ads

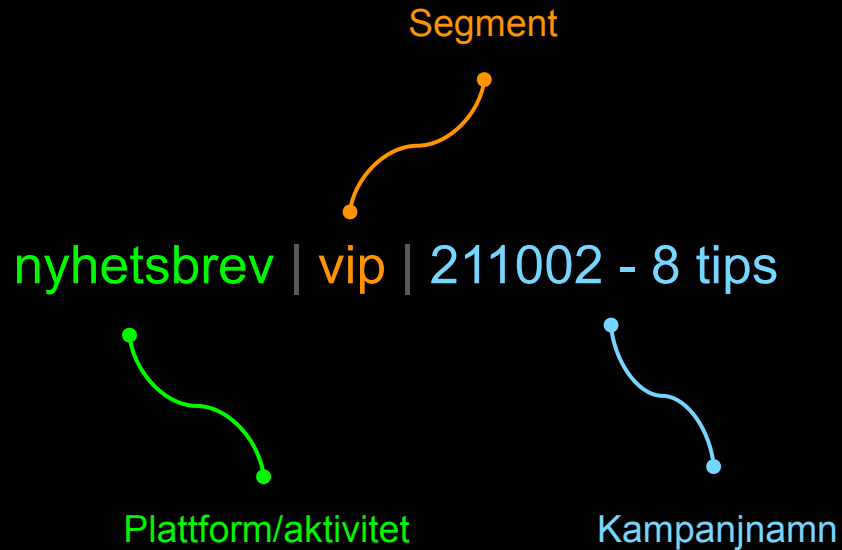
Tydliga och konsekventa benämningar behövs

UTM-parametrar behövs

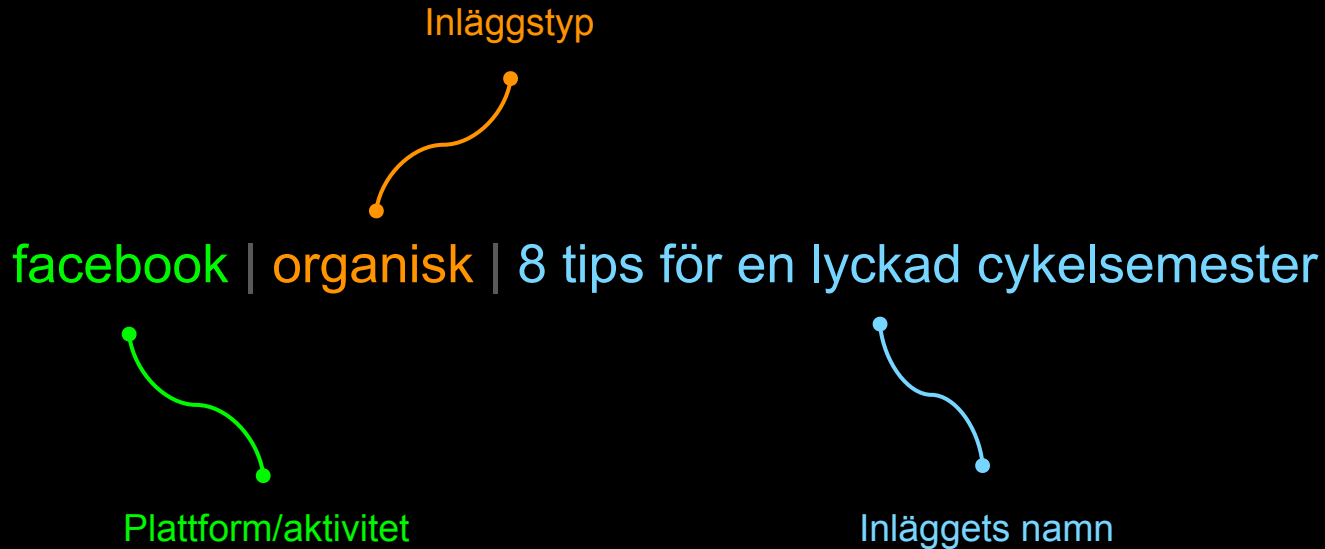
Kampanjbenämning: Google Ads



Kampanjbenämning: Nyhetsbrev



Kampanjbenämning: Sociala medier



Vad är UTM-parametrar?

[https://www.dn.se?utm_source=nyhetsbrev&utm_medium=email
&utm_campaign=nyhetsbrev | vip | 211002 - 8 tips](https://www.dn.se?utm_source=nyhetsbrev&utm_medium=email&utm_campaign=nyhetsbrev%20vip%20211002-8tips)

UTM = Urchin Tracking Module

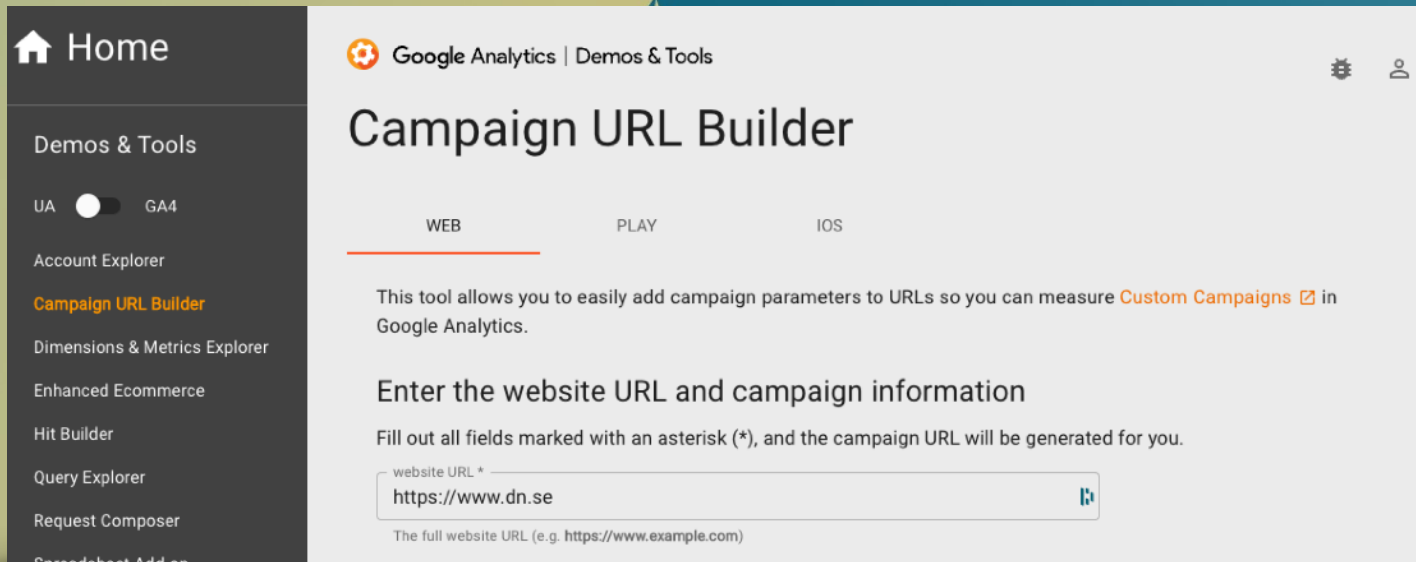
Varför UTM-parametrar?

Bästa sättet att säkerställa kampanjspårning

Undvik felaktig kategorisering (direkt)

Särskilj mellan utskick/inlägg/annonser

Använd ett verktyg för att skapa UTM:s



The screenshot shows the Google Analytics 'Campaign URL Builder' tool. On the left is a dark sidebar with a 'Home' icon and a list of tools: 'Demos & Tools' (selected), 'Account Explorer', 'Campaign URL Builder' (highlighted in orange), 'Dimensions & Metrics Explorer', 'Enhanced Ecommerce', 'Hit Builder', 'Query Explorer', 'Request Composer', and 'Spreadsheet Add-on'. The main content area has a header 'Google Analytics | Demos & Tools' and a title 'Campaign URL Builder'. Below the title are three tabs: 'WEB' (active), 'PLAY', and 'IOS'. The text explains that the tool allows adding campaign parameters to URLs to measure 'Custom Campaigns' in Google Analytics. It prompts the user to 'Enter the website URL and campaign information' and to 'Fill out all fields marked with an asterisk (*)'. A text input field labeled 'website URL *' contains the text 'https://www.dn.se'. Below the field is a note: 'The full website URL (e.g. https://www.example.com)'.

Home

Demos & Tools

UA ☒ GA4

Account Explorer

Campaign URL Builder

Dimensions & Metrics Explorer

Enhanced Ecommerce

Hit Builder

Query Explorer

Request Composer

Spreadsheet Add-on

Google Analytics | Demos & Tools

Campaign URL Builder

WEB PLAY IOS

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can measure Custom Campaigns in Google Analytics.

Enter the website URL and campaign information

Fill out all fields marked with an asterisk (*), and the campaign URL will be generated for you.

website URL *
https://www.dn.se

The full website URL (e.g. https://www.example.com)

Googla: "campaign url builder"

Fyll i dessa fält

Enter the website URL and campaign information

Fill out all fields marked with an asterisk (*), and the campaign URL will be generated for you.

— website URL * —

https://www.dn.se



The full website URL (e.g. **https://www.example.com**)

campaign ID

The ads campaign id.

— campaign source * —

nyhetsbrev

The referrer (e.g. **google**, newsletter)

— campaign medium * —

email

Marketing medium (e.g. **cpc**, banner, email)

— campaign name * —

nyhetsbrev | vip | 211002 - 8 tips för bättre analyser



Product, promo code, or slogan (e.g. **spring_sale**) One of campaign name or campaign id are required.

Source & medium bör vara konsekventa

Source/Medium ?	Acquisition		
	Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?
	154,421 % of Total: 100.00% (154,421)	140,814 % of Total: 100.05% (140,742)	337,752 % of Total: 100.00% (337,752)
1. google / organic	108,616 (65.15%)	93,934 (66.71%)	239,048 (70.78%)
2. (direct) / (none)	28,627 (17.17%)	27,384 (19.45%)	37,525 (11.11%)
3. bing / organic	8,859 (5.31%)	6,388 (4.54%)	24,952 (7.39%)
4. apsis / email	5,111 (3.07%)	3,090 (2.19%)	12,017 (3.56%)
5. linkedin.com / referral	1,924 (1.15%)	1,694 (1.20%)	3,241 (0.96%)

Använd kampanj-URL:en

Share the generated campaign URL

Use this URL in any promotional channels you want to be associated with this custom campaign.

generated URL

`https://www.dn.se?utm_source=nyhetsbrev&utm_medium=email&utm_campaign=nyhetsbrev+%7C+vip+%7C+211002+-+8+tips+f%C3%B6r+b%C3%A4ttre+analyser` 

☐ Set campaign parameters in the fragment portion of the URL (not recommended)

shortened URL

Click shorten link to shorten your generated URL.

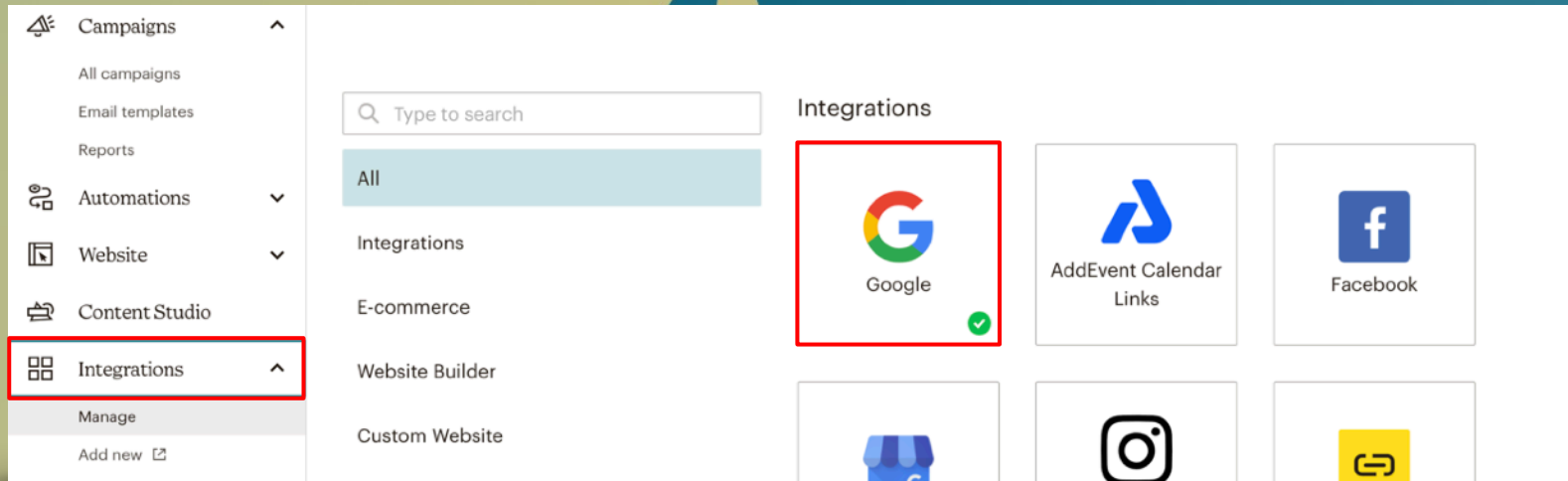


SHORTEN LINK



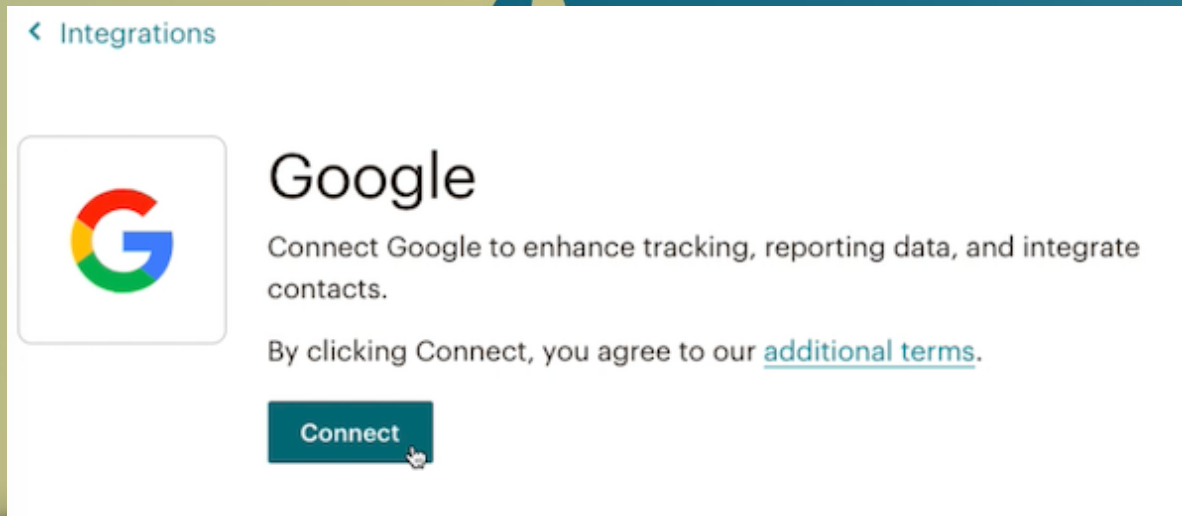
Länkspårning i MailChimp

1: aktivera Google integrationen



<https://mailchimp.com/help/integrate-google-analytics-with-mailchimp/>

1: aktivera Google integrationen



2: i “campaign builder” gå till “settings och tracking”

Settings & Tracking [Edit](#)

- You're **not using Inbox** to manage replies.
- Your **embedded videos will not auto-convert** into linked thumbnail images.
- You're **tracking opens**.
- You're **tracking clicks**.
- You're **not tracking plain-text clicks**.
- You're **not tracking e-commerce link activity**.

3: aktivera dessa inställningar



Track opens

Discover who opens your campaigns by tracking the number of times an invisible web beacon embedded in the campaign is downloaded. [Learn more](#)



Track clicks

Discover which campaign links were clicked, how many times they were clicked, and who did the clicking.



Google Analytics link tracking

Track clicks from your campaigns all the way to purchases on your website.

Title for campaign

11 characters remaining

nyhetsbrev | vip | 211002 - 8 tips



Kampanjuppföljning

Uppföljning sker via kampanjer-rapporten

Kampanj ?	Förvärv			Beteende			Konverteringar Alla mål ▾		
	Användare ? ↓	Nya användare ?	Sessioner ?	Avvisningsfrekvens ?	Sidor/session ?	Gen. sessionslängd ?	Konverteringsfrekv. för mål ?	Slutförda mål ?	Målvärde ?
	22 009 % av det totala antalet: 4,49 % (490 197)	19 723 % av det totala antalet: 4,03 % (489 174)	27 896 % av det totala antalet: 4,03 % (691 484)	54,67 % Gen. för vy: 45,85 % (19,24 %)	3,37 Gen. för vy: 4,72 (~28,56 %)	00:02:33 Gen. för vy: 00:03:05 (~15,96 %)	7,40 % Gen. för vy: 12,90 % (~42,67 %)	2 063 % av det totala antalet: 2,31 % (89 206)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)
1. Data Share Promo	15 701 (70,66 %)	14 477 (73,40 %)	19 168 (68,71 %)	62,29 %	2,32	00:02:07	3,05 %	585 (28,36 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. MIX Txt ~ AW-Brand (US/Cali)	4 028 (18,13 %)	2 940 (14,91 %)	5 913 (21,20 %)	27,26 %	6,58	00:04:17	20,51 %	1 213 (58,80 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. MIX Txt ~ AW - Apparel	564 (2,54 %)	490 (2,48 %)	696 (2,49 %)	35,49 %	6,68	00:03:59	19,83 %	138 (6,69 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. PHR Txt ~ AW - YouTube	397 (1,79 %)	371 (1,88 %)	435 (1,56 %)	65,06 %	2,37	00:00:47	4,37 %	19 (0,92 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
5. BMM Txt ~ AW - Hoodies	361 (1,62 %)	359 (1,82 %)	380 (1,36 %)	85,26 %	1,40	00:00:13	0,53 %	2 (0,10 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
6. MIX Txt ~ AW - YouTube	226 (1,02 %)	223 (1,13 %)	237 (0,85 %)	78,48 %	1,76	00:00:27	2,11 %	5 (0,24 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
7. MIX Txt ~ AW - Bags	126 (0,57 %)	112 (0,57 %)	152 (0,54 %)	36,18 %	5,51	00:02:58	17,76 %	27 (1,31 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Förvärv > Kampanjer > Alla kampanjer

Filtrera på plattform eller kampanjnamn

Primär dimension: **Kampanj** [Källa](#) [Medium](#) [Källa/medium](#) [Annat](#) ▼

Sekundär dimension ▼ Sorteringstyp: ▼

Kampanj ▼

och

+ Lägg till en **aspekt** eller ett **mätvärde** ▼



Next level Analytics

Event tracking

Nedladdningar

Videouppspelningar

Utgående trafik

Filtreringar

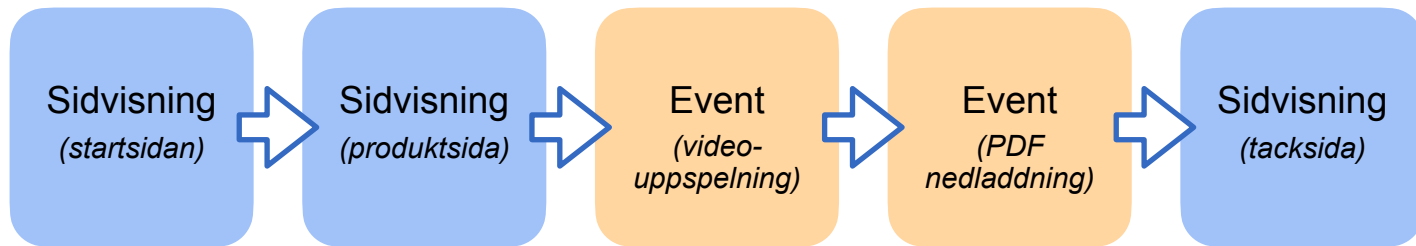
Scroll

Puffklick

Utfällningsbara block

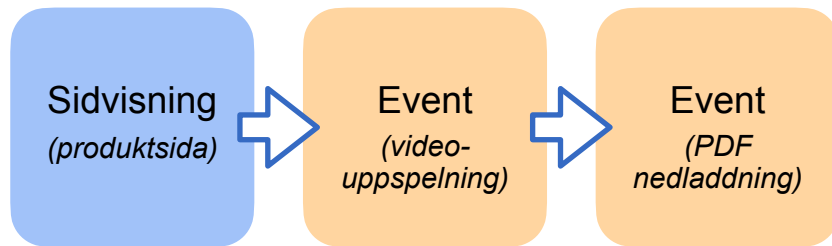
Nollträffsökningar

Event tracking



SESSION

Event tracking



SESSION

Utan event tracking skulle den här sessionen resultera i en avvisning

Anpassade dimensioner

Kundtyp

Användar-/kund-ID

Prenumeration

Skribent

Färg/storlek (e-handel)

Artikelkategori

Inloggningsstatus

Produktillgänglighet (e-handel)

Anpassade mätvärden

Lästa sidor

Lästa recensioner

Antal kommentarer

Inskickade recensioner

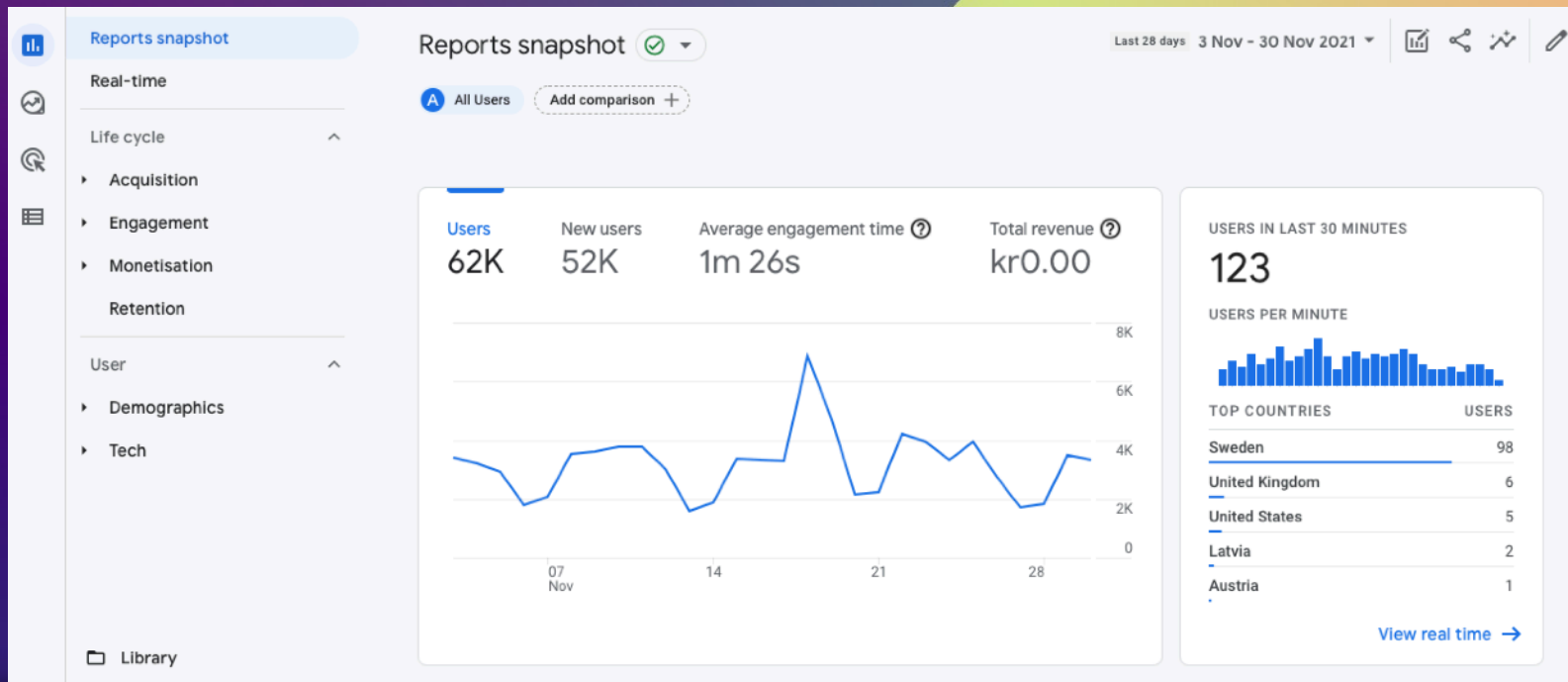
Favoritmarkeringar

Videouppspelningar

Gillamarkeringar

Nedladdningar

Google Analytics 4



Google Analytics 4

Modernare datamodell baserad på events

Förenklat...men ändå mer komplicerat

Mer generösa gränser

Flexibla rapporter

Artificial intelligence

GDPR-efterlevnad

Inte helt färdig som produkt

Ingen deadline för övergången



E-handel

Du kan upptäcka:

Hur ofta produkter visas/besöks

Vilka produkter visas/läggs i varukorgen oftast

Vilka produkter konverterar bäst

Vid vilket steg i kassan kunder hoppar av

Meeeen...

Det kommer inte “out of the box”

Utveckling eller ett plugin behövs

Återbetalningar skickas inte till GA

Transaktioner kan saknas vid cookie opt-out

Konverteringsfrekvensen kan vara missvisande

Se källan till transaktioner

Transaktions-id ?	Källa/medium ?	Intäkt ?	Moms ?	Frakt ?	Återbetalningsbelopp ?	Antal ?
		51 425,85 US\$ % av det totala antalet: 94,61 % (54 356,07 US\$)	3 694,60 US\$ % av det totala antalet: 95,31 % (3 876,38 US\$)	6 865,26 US\$ % av det totala antalet: 100,18 % (6 852,60 US\$)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)	3 599 % av det totala antalet: 90,93 % (3 958)
1. 162420	(direct) / (none)	647,80 US\$ (1,26 %)	0,00 US\$ (0,00 %)	251,38 US\$ (3,66 %)	0,00 US\$ (0,00 %)	45 (1,25 %)
2. 159972	google / organic	585,54 US\$ (1,14 %)	47,63 US\$ (1,29 %)	8,67 US\$ (0,13 %)	0,00 US\$ (0,00 %)	38 (1,06 %)
3. 187225	(direct) / (none)	432,40 US\$ (0,84 %)	34,49 US\$ (0,93 %)	9,39 US\$ (0,14 %)	0,00 US\$ (0,00 %)	35 (0,97 %)
4. 184575	(direct) / (none)	426,62 US\$ (0,83 %)	35,99 US\$ (0,97 %)	9,39 US\$ (0,14 %)	0,00 US\$ (0,00 %)	7 (0,19 %)
5. 146948	google / organic	410,30 US\$ (0,80 %)	27,77 US\$ (0,75 %)	8,67 US\$ (0,13 %)	0,00 US\$ (0,00 %)	6 (0,17 %)

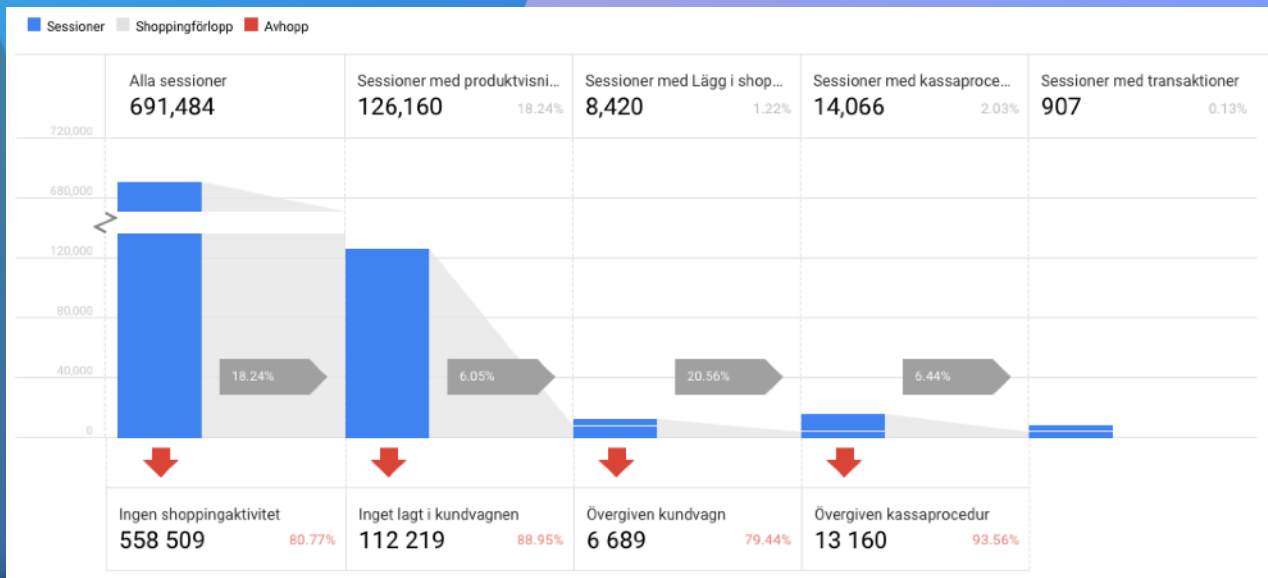
Konverteringar > E-handel > Försäljningsresultat
(med "Källa/medium" som sekundär dimension)

Konverteringsfrekvens per produkt!

Produkt ?	Försäljningsresultat						Köpbeteende	
	Produktintäkt ? ↓	Unika köp ?	Antal ?	Gen. pris ?	Gen. antal ?	Belopp för produktåterbetalning ?	Förhållande kundvagn/information ?	Förhållande köp/information ?
	54 356,07 US\$ % av det totala antalet: 100,00 % (54 356,07 US\$)	2 615 % av det totala antalet: 100,00 % (2 615)	3 958 % av det totala antalet: 100,00 % (3 958)	13,73 US\$ Gen. för vy: 13,73 US\$ (0,00 %)	1,51 Gen. för vy: 1,51 (0,00 %)	0,00 US\$ % av det totala antalet: 0,00 % (0,00 US\$)	5,81 % Gen. för vy: 5,81 % (0,00 %)	0,83 % Gen. för vy: 0,83 % (0,00 %)
1. Google Zip Hoodie F/C	2 976,00 US\$ (5,48 %)	42 (1,61 %)	50 (1,26 %)	59,52 US\$	1,19	0,00 US\$ (0,00 %)	15,41 %	1,05 %
2. Google F/C Longsleeve Charcoal	1 860,00 US\$ (3,42 %)	61 (2,33 %)	62 (1,57 %)	30,00 US\$	1,02	0,00 US\$ (0,00 %)	2,38 %	3,09 %
3. Google Badge Heavyweight Pullover Black	1 670,40 US\$ (3,07 %)	28 (1,07 %)	29 (0,73 %)	57,60 US\$	1,04	0,00 US\$ (0,00 %)	6,96 %	1,07 %
4. Google Unisex Eco Tee Black	1 364,00 US\$ (2,51 %)	60 (2,29 %)	62 (1,57 %)	22,00 US\$	1,03	0,00 US\$ (0,00 %)	0,00 %	750,00 %
5. Google F/C Longsleeve Ash	1 257,00 US\$ (2,31 %)	47 (1,80 %)	53 (1,34 %)	23,72 US\$	1,13	0,00 US\$ (0,00 %)	1,63 %	2,40 %

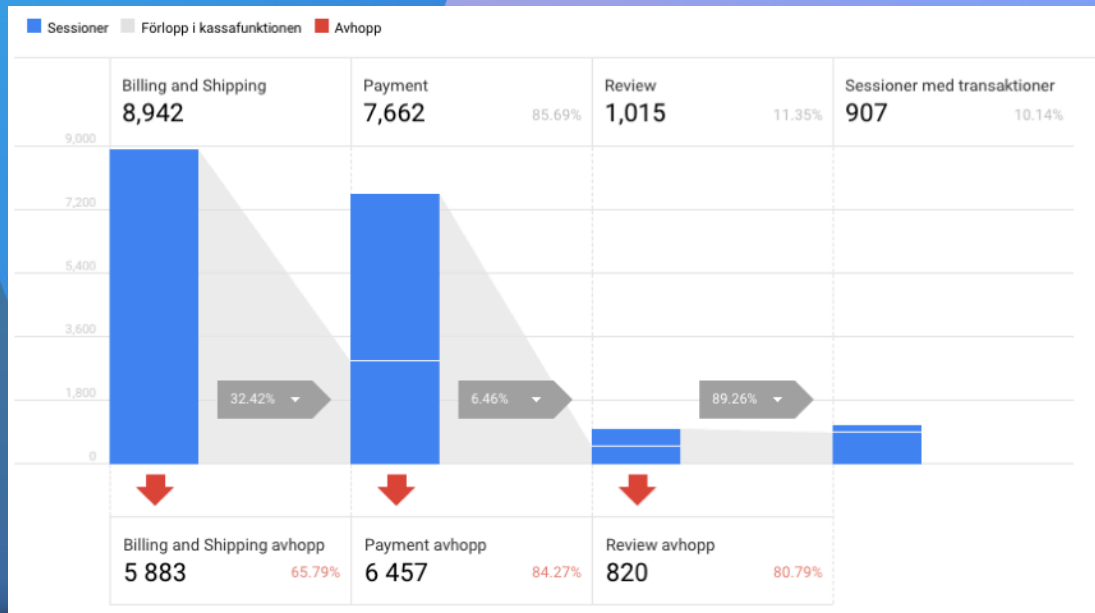
Konverteringar > E-handel > Produktresultat

Köpbeteende



Konverteringar > E-handel > Köpbeteende

Köpbeteende



Konverteringar > E-handel > Beteende i kassafunktion

7 steg mot framgång

Se över inställningarna

Skapa mål och trattar

Tillskriv ett värde på konverteringar

Mät e-post- och telefonlänkklick

Hitta kontext - lita inte på aggregerad data!

Leta efter trender - jämför perioder

Använd UTM-parametrar