



Tartalomjegyzék

| | |
|---------------------------------------------------------------|----------|
| A WEBANALITIKA KÖVETKEZŐ GENERÁCIÓJA | 2 |
| RÉGI MÓDSZER (UNIVERSAL ANALYTICS) | 2 |
| WEBANALITIKA KÖVETKEZŐ GENERÁCIÓJA (GOOGLE ANALYTICS 4) | 2 |
| GA4 ÚJDONSÁGOK | 3 |
| GA4 PLATFORMHOZ KAPCSOLÓDÓ | 3 |
| FELHASZNÁLÓKHOZ & MUNKAMENETHEZ KAPCSOLÓDÓ | 4 |
| ESEMÉNYEKHEZ & EGYÉB FONTOS MÉRÉSEKHEZ KAPCSOLÓDÓ | 4 |
| GA4 FŐ KIHÍVÁSAI | 5 |
| Q&A | 6 |



A webanalitika következő generációja

Régi módszer (Universal Analytics)

Az Universal Analytics-et (UA) 2013-ban vezette be a Google, majd gyorsan a világ valaha volt, legtöbbet használt digitális marketing platformjává vált. Több mint egy évtizeden át uralkodott, ez idő alatt sok változás ment végbe a digitális világban. A technológia fejlődött, az új megoldások egyre szélesebb körben elterjedtek, alapvetően átalakult az emberek és vállalkozások közötti kapcsolattartás módja – eltolódva a digitális világ felé –, adatvédelmi aggályok merültek fel, amelyekre válaszul új szabályok és törvények születtek (pl. GDPR az EU-ban).

Napjainkban az emberek online látogatásai, felhasználói útjuk során egyidejűleg több eszközt – mobil, desktop, tablet – és alkalmazást – webes, mobil – használnak, valamint ódzkodnak adataik megosztásától, amelyet nagy számban és előszeretettel gyűjtenek 3. fél szolgáltatók. Ezen modern kihívásokra válaszul a Google bevezette a Google Analytics 4 (GA4) szolgáltatását, amivel párhuzamosan meghatározta a végső határidőt jelenlegi webelemző platformjai számára:

- 2023. július 1-e, az Universal Analytics (UA) esetében,
- 2024. július 1-e, az Universal Analytics (GA360) esetében.

A határidő lejártával a fenti rendszerekbe új mérési adatok nem küldhetők, a Google Analytics 4 pedig elfoglalja az öt megillető helyét a Google ökoszisztémájában.

Webanalitika következő generációja (Google Analytics 4)

Habár az új név egy egyszerű rendszerfrissítést jelezhetne számunkra – az Universal Analyticset GA3-nak is hívják –, azonban a GA4-et egy teljesen új platformként kell kezelnünk.

„A GA4 nem annyira frissítés, hanem egy teljesen új megközelítés a webanalitikában – a jövőbeli kihívásokra, az adatvédelemre fókuszáló, cookie-mentes világra adott válasz.” – Krista Seiden, a KS Digital alapítója, a Google Analytics korábbi termékmenedzsere.

A Google Analytics 4 új adatmodellt használ, aminek következtében a korábbi UA adatok nem használhatók és áthozhatók, továbbá megköveteli a GA4-es dashboardok és riportok újbóli létrehozását az aktuálisan használt külső riporting rendszerekben (pl. Looker / Data Studio, Power BI, Tableau).



Bár a technológia és a terminológia nagy része új, ami alapvető változásokat hordoz magában, a GA4-re való átállás során újragondolhatjuk céljainkat és az oda vezető, adatokra támaszkodó optimális utat. Az új rendszerrel rugalmasabban tudjuk mérni és azáltal elemezni üzleti céljainkhoz tartozó egyedi méréseinket. A Google Analytics 4 lehetővé teszi a modern követelményeknek megfelelő adatvédelem-központú, többcsatornás integrációt, amit az UA nem volt képes ellátni.

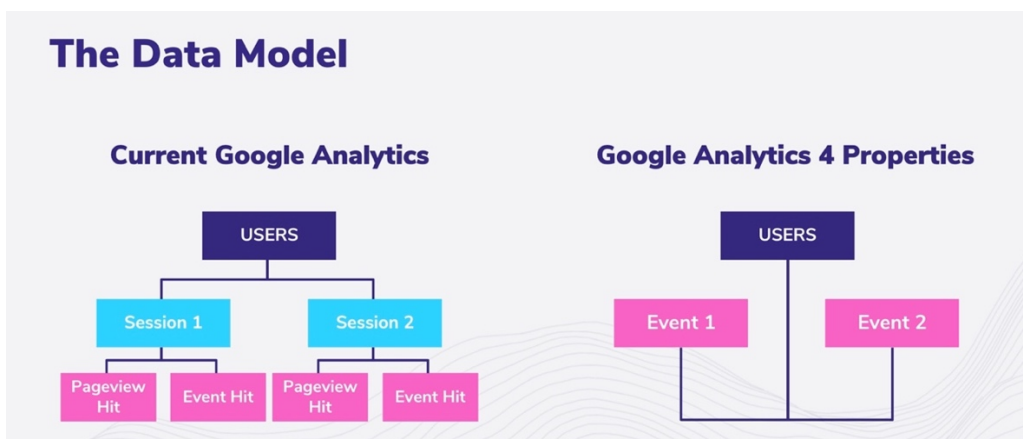
GA4 újdonságok

Napjainkban a felgyorsult életvitelnek és a széles körben elérhető technológiának köszönhetően ügyfeleink akkor lépnek kapcsolatba vállalkozásunkkal, amikor és ahogyan számukra az a legkényelmesebb – például telefonjukon kutatnak a kívánt termékek iránt, hogy később azt az otthon nyugalmában táblagépükön vagy számítógépükön megvásárolják. Az ilyen típusú, többcsatornás felhasználói utakba való betekintés létfontosságú a vállalkozások számára, hogy jobban megértsék fogyasztóik magatartását, ügyfélszegmenseként személyre szabott ajánlatokat tudjanak készíteni, a kiemelt szegmensekre fókuszálva.

A Google Analytics 4 képes a teljes ügyfélutat egyben kezelni, megfelelő eszközöket biztosít azok részletes elemzéshez, a teljesítmény mérésére munkamenetek helyett eseményeket használ, valamint az adatvédelmi aggályok és szabályozások miatt nem kizárólag a cookie-kra támaszkodik. Főbb tulajdonságait itt bemutatjuk:

GA4 platformhoz kapcsolódó

- Weboldalakról és mobilalkalmazásokból egyaránt képes adatokat gyűjteni, a teljes ügyfélutat egyben kezelve,
- A Google Analytics 4-ben minden fontos ügyfélinterakció eseményként kerül összegyűjtésre, eltérően az Universal Analyticsben használt munkamenet alapú megközelítéssel,
- Az eseményekhez tartozó Kategóriák/Műveletek/Címkék kötött hierarchiája megszűnik, helyette saját eseményeket saját paraméterekkel tudunk létrehozni, nagyobb rugalmasságot biztosítva a vállalkozásunkra szabott fontos ügyféladatok követésében,
- A részletes adatok megőrzése 14 hónapra korlátozódik, az UA-ban akár korlátlan ideig történő adattárolás helyett.



Az új Google Analytics 4-es adatmodell

Felhasználókhöz & munkamenethez kapcsolódó

- A GA4-ben a felhasználókat pontosabban be tudjuk azonosítani, több rendelkezésre álló beállításból választhatunk: user_id, google signals, device_id és adatmodellezés,
- A GA4-ben az aktív felhasználó az alapértelmezett dimenzió, az UA-ban megszokott összes felhasználó helyett,
- Amennyiben a kampány forrása megváltozik egy adott látogatás (munkamenet) alatt, a GA4 nem hoz létre új munkamenetet.

Eseményekhez & egyéb fontos mérésekhez kapcsolódó

- Egy GA4-es konverzió egy látogatáson (munkameneten) belül többszörösen rögzítésre kerülhet, ha az azt kiváltó művelet többször megismétlődik, míg az UA-ban egy munkameneten belül csak egy konverzió került rögzítésre,
- A GA4-es "visszafordulási arány" ugyanazon feltételek esetén alacsonyabb lesz, mint UA-ban, köszönhetően az eltérő számítási módnak.





GA4 fő kihívásai

A GA4 átállás alatt, illetve azt követően a rendszer használata során nehézségekbe ütközhetünk. A korábbi historikus (UA) adataink hiányoznak, problémák merülhetnek fel az adatok mennyiségével és minőségével kapcsolatban, a megszokott riportokat újból fel kell építeni, továbbá képesnek kell lennünk a Google oldaláról hetente érkező újdonságokat beépítenünk a mindennapi működésünkbe.

Amennyiben nem megfelelően történik meg a GA4 átállás, továbbá a piacon erős verseny és alacsony növekedés várható, előfordulhat, hogy bevétel csökkenni fog. Az elvárásaidat alulmúló növekedés okai rejtve maradhatnak, ha nem állnak rendelkezésedre megfelelő és megbízható adatok.

Problémák leggyakrabban a következő témaköröket érinthetik:

- Az átállás előtti UA-s historikus adataink hiányoznak.
- A korábbi adatforrások, riportok nem működnek, ezért újak létrehozása szükséges.
- A gyűjtött adatok jelentősen eltérnek GA4 és az UA összehasonlításakor.
- Kevesebb adat érkezik, mint ahogy az UA-ban megszoktuk.
- Az adatok nem megbízhatóak, az újonnan keletkezett adatok korlátozott ideig állnak rendelkezésre.
- A GA4 felületén nem a megszokott riportokat és adatokat látjuk, a megfelelő adatelemzéshez azok konfigurálása, újabb riportok létrehozása szükséges.
- Bizonyos funkciók újak (pl. item-scoped egyedi dimenziók, Custom Channel Grouping), míg más funkciók hiányoznak (pl. használható GA4 riportszűrők).

Az első és legfontosabb lépés, hogy megfelelő jártasságot szerezzünk az új rendszerkörnyezetben (GA4 és társai). Ezt követően vállalkozásunkra szabott, megfelelő mennyiségű és minőségű adatot kell gyűjtenünk, hogy megalapozzuk és támogatni tudjuk az adatvezérelt döntéshozatalt.

Amennyiben nehézségekbe ütközöl, vagy nem vagy biztos a megfelelő megoldásban, érdemes szakértőhöz fordulnod. **További hasznos információkkal** szolgálunk **a Q&A szegmensünkben**.

“Ingyenes tanácsadásért keress minket”

www.fit2grow.io



Q&A

Q1. Használhatom az UA-ban gyűjtött adataimat GA4-ben?

A1. Sajnálatos módon a meglévő UA-s adatokat nem lehet GA4-be átvinni. Emiatt a GA4 előzmény adatokat célszerű időben elkezdni gyűjteni, így a GA4-re való átállást követően hosszabb trendek kimutathatók, éves összehasonlítások azonnal elvégezhetőek lesznek.

Q2. Sok adattal dolgozom. Hogyan biztosíthatom, hogy ne a Google által mintavételezett adatokkal dolgozzak?

A2. Nagy ügyfelek számára külső adattárházat javasolunk használni a mintavételezés elkerülése érdekében. GA4-felhasználók a beépített integráció segítségével megoszthatják és tárolhatják adataikat a BigQuery felhőalapú szolgáltatásban. Ez lehetővé teszi a valós adatokon alapuló lekérdezések futtatását, szemben a Universal Analytics korábban mintavételezett adataival.

Q3. Milyen (plusz) szolgáltatásokat kínál a BigQuery?

A3. BigQuery-ben az adatok mintavételezés nélkül és hosszabb ideig tárolhatók – az adatvédelmi szabályainknak megfelelően –, a riportokhoz és elemzésekhez előkészített, egyéni formátumban. Ezen felül olyan gépi tanulási (machine learning) modelleket kínál, amelyek további növekedést támogató összefüggéseket tárnak fel, amelyeket az emberi szem nem képes észrevenni. A mélyebb adatelemzés segíthet ügyfeleink igényeinek és vásárlási szokásainak jobb megismerésében, valamint a személyre szabott termékek/szolgáltatások tervezésében és nyújtásában.

Q4. GA4-es adataim elemzése során fontos változásra legyek tekintettel?

A4. Google Analytics 4-ben, nagy forgalom esetén sem kerülnek elvesztésre adataink (adatok feldolgozás és megjelenítési időablaka 72 óra, az UA-ban szereplő 4 óra helyett). A fentiekből kifolyólag ha sok adattal dolgozunk,



ajánlatos az utolsó 48 óra adatát kizárni az elemzésből, hogy pontos adatokkal dolgozzunk.

Q5. Mi a Google Consent Mode és mire való?

A5. A Google Consent Mode „gépi tanulás” segítségével modellezi azon adatainkat, amelyeket a felhasználói hozzájárulás hiánya miatt nem mérhetünk és láthatunk. Ezzel a megoldással az amúgy hiányos adataink pótolhatók, így elemzéseink és riportjaink pontosabbá tehetők.

Q6. Mikor kapcsoljam be a Google Signals ügyfélazonosítási módot?

A6. Fontos elvárás a megfelelő ügyfélforgalom. Amennyiben a "küszöbértékek alkalmazva / threshold applied" felirat megjelenik GA4-es riportjainkban, nem rendelkezünk a szükséges adatmennyiséggel, és a Google nem jelenít meg néhány részletes adatunkat mindaddig, amíg nagyobb forgalmat nem generálunk, vagy ki nem szélesítjük a riport kiválasztott időablakát, ezzel több adathoz juttatva a rendszert. A fenti esetben javasoljuk, hogy kapcsolj ki a Google Signals azonosítási módot, amíg a probléma magától meg nem oldódik.

Q7. Eltérőek az adataim GA4-ben, mint UA-ban. Ez probléma?

A7. A pozitív és negatív eltérések bizonyos határokon belül elfogadhatók, mivel a GA4 egy új rendszer, amely új üzleti logikát és adatmodellt alkalmaz. A kérdéskör részletes megválaszolásához szükséges megvizsgálnunk, hogy a GA4 és UA összehasonlításakor milyen adatok, milyen összefüggésben és milyen mértékben térnek el egymástól.

*“Mi azt mérjük, ami számít, hogy
Te vállalkozásod növekedésével foglalkozhass.”*