

Wskaźniki ogólne

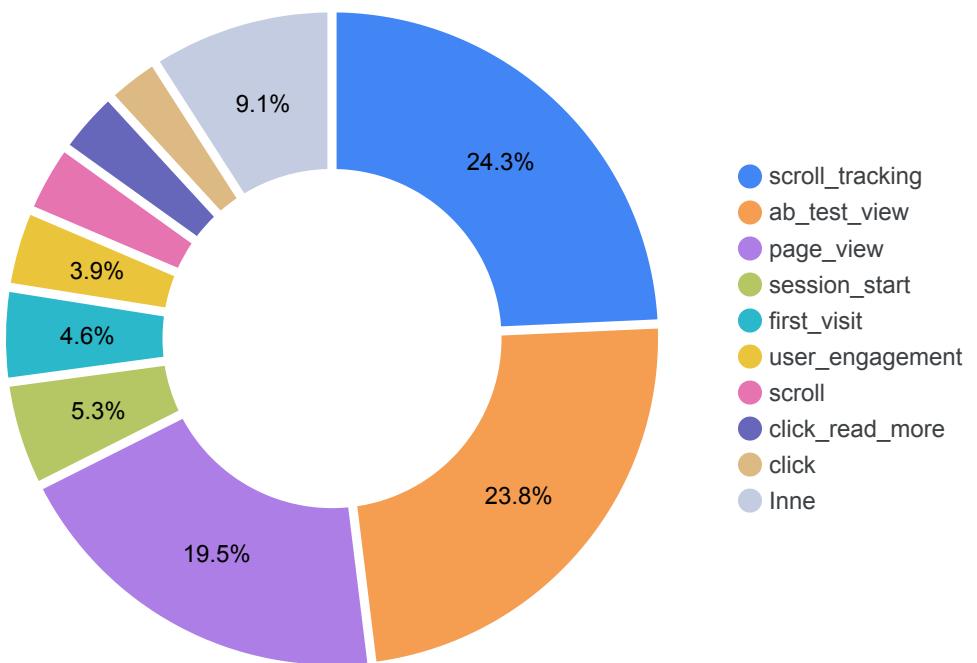
Marka urządzenia	Sesje	Całkowite	Wskaźniki ogólne	Użytkownicy, którzy przewinęli stronę
			Użycie	
1. Google	49	43	00:02:29	6
2. Samsung	1	1	00:01:19	1
3. Realme	1	1	00:00:23	1
4. Apple	1	1	00:00:00	0
5. Opera Software	1	1	00:00:00	0

1 - 5 / 5 < >

Dzienna liczba sesji na stronie

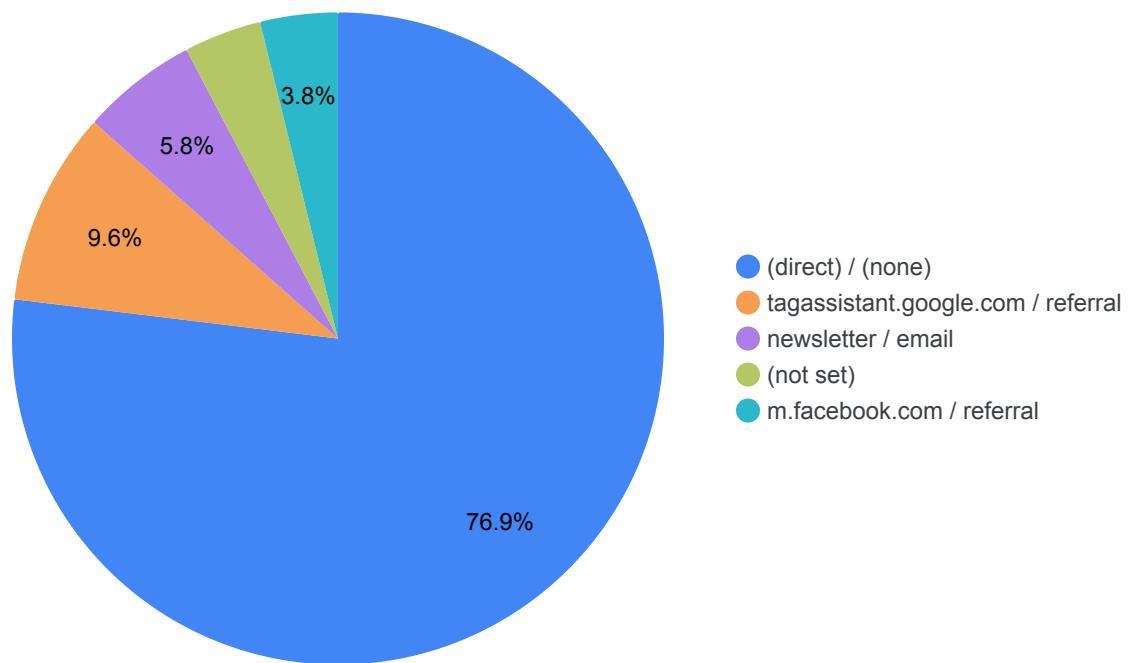


Popularność elementów strony internetowej



- scroll_tracking
- ab_test_view
- page_view
- session_start
- first_visit
- user_engagement
- scroll
- click_read_more
- click
- Inne

Główne źródła odwiedzin

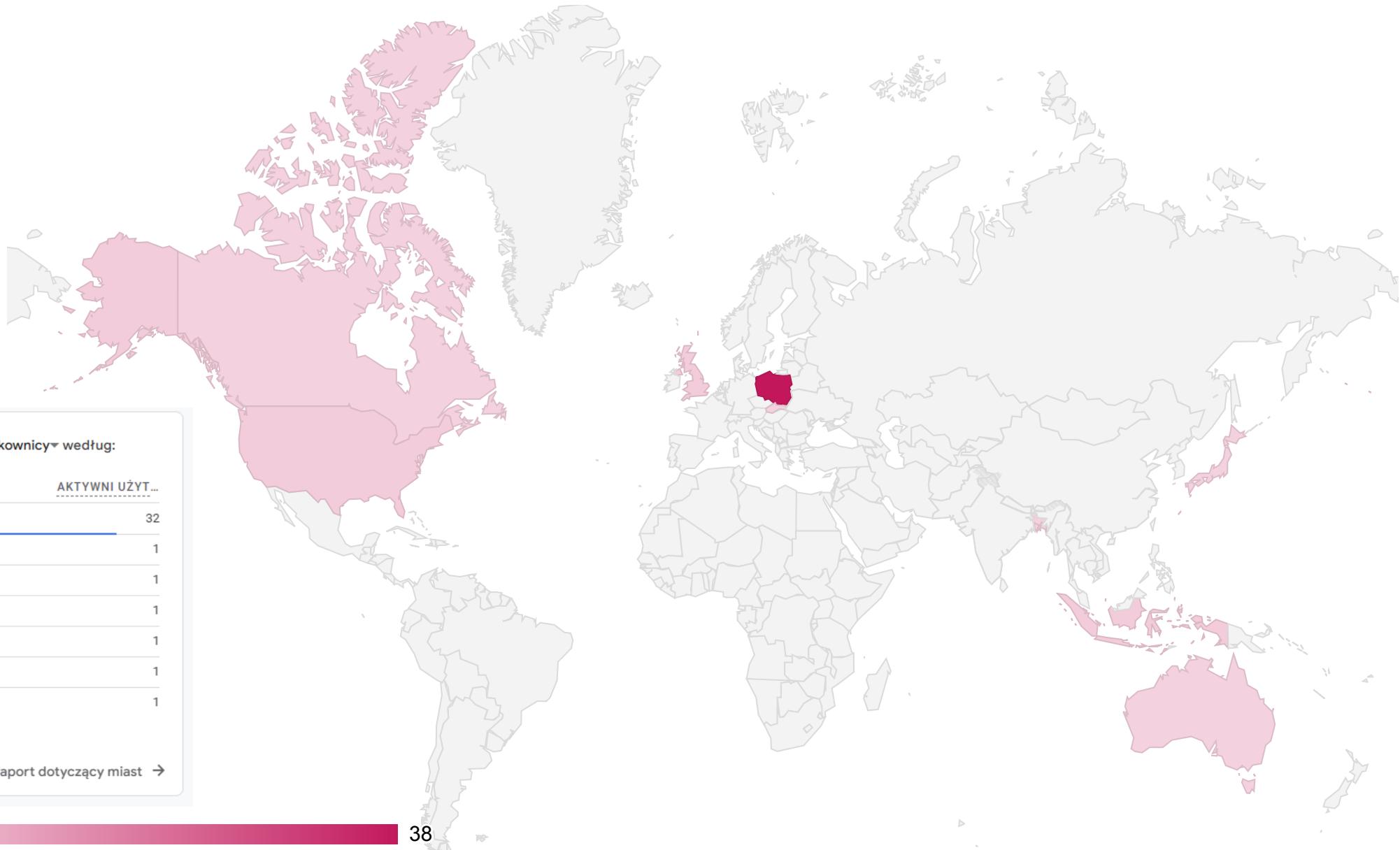


Wskaźniki podsumowujące

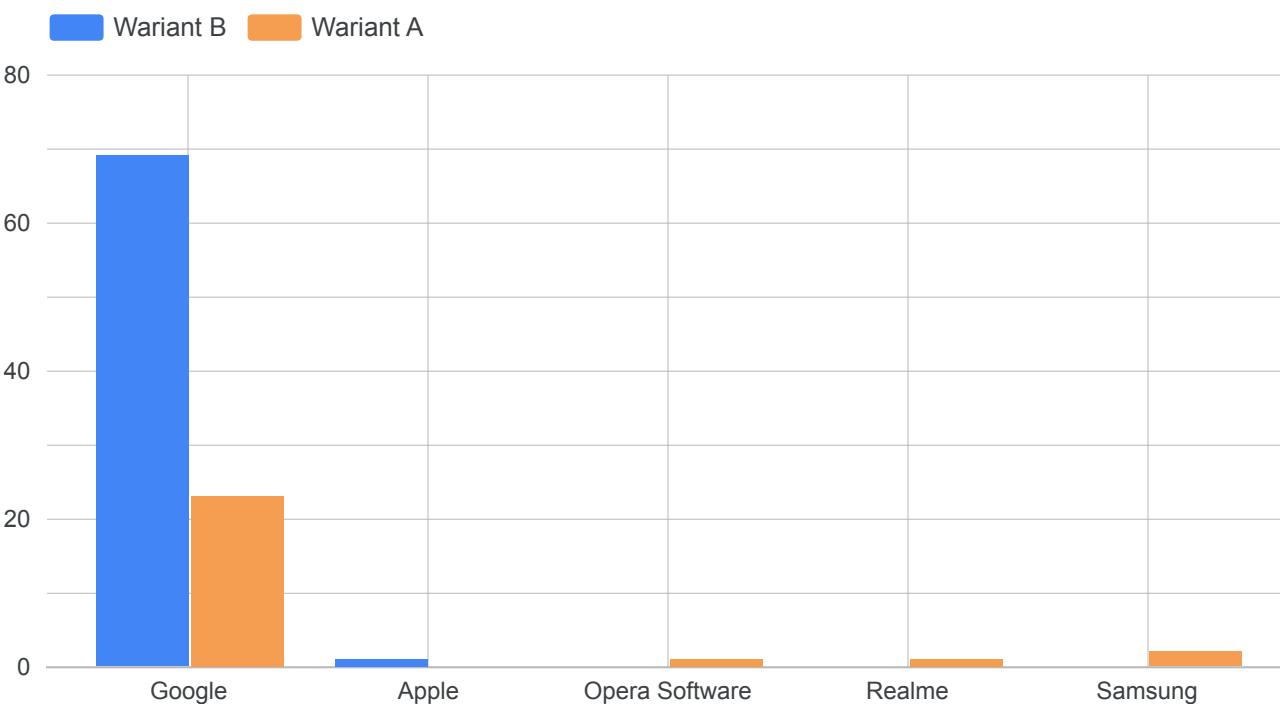
Sesja – źródło/medium	Sesje	Średnia trwałość sesji (wskaźnik podsumowujący)	Całkowita liczba użytkowników	Użytkownicy, którzy przewinęli stronę
1. tagassistant.google.com / referral	5	00:14:59	2	1
2. (direct) / (none)	40	00:00:22	40	3
3. m.facebook.com / referral	2	00:00:51	2	2
4. newsletter / email	3	00:10:35	1	0
5. (not set)	2	00:00:06	2	2

1 - 5 / 5 < >

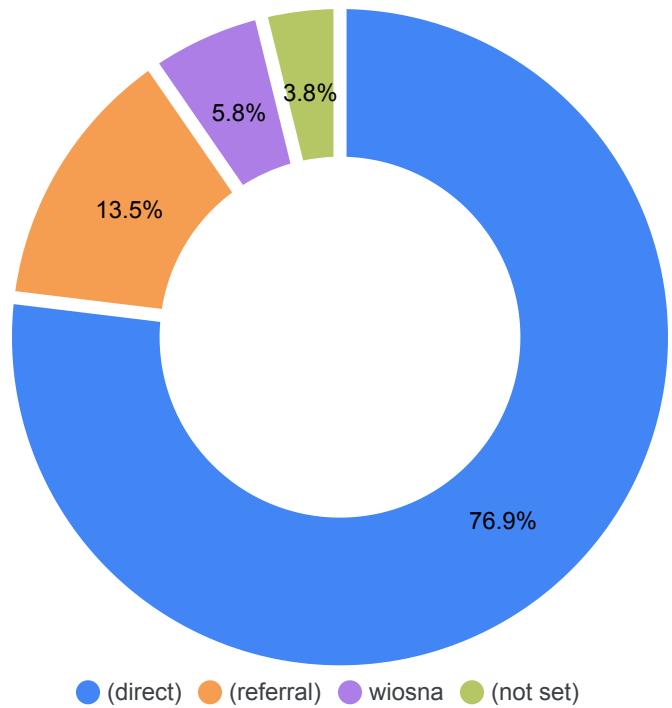
Sesje według kraju pochodzenia



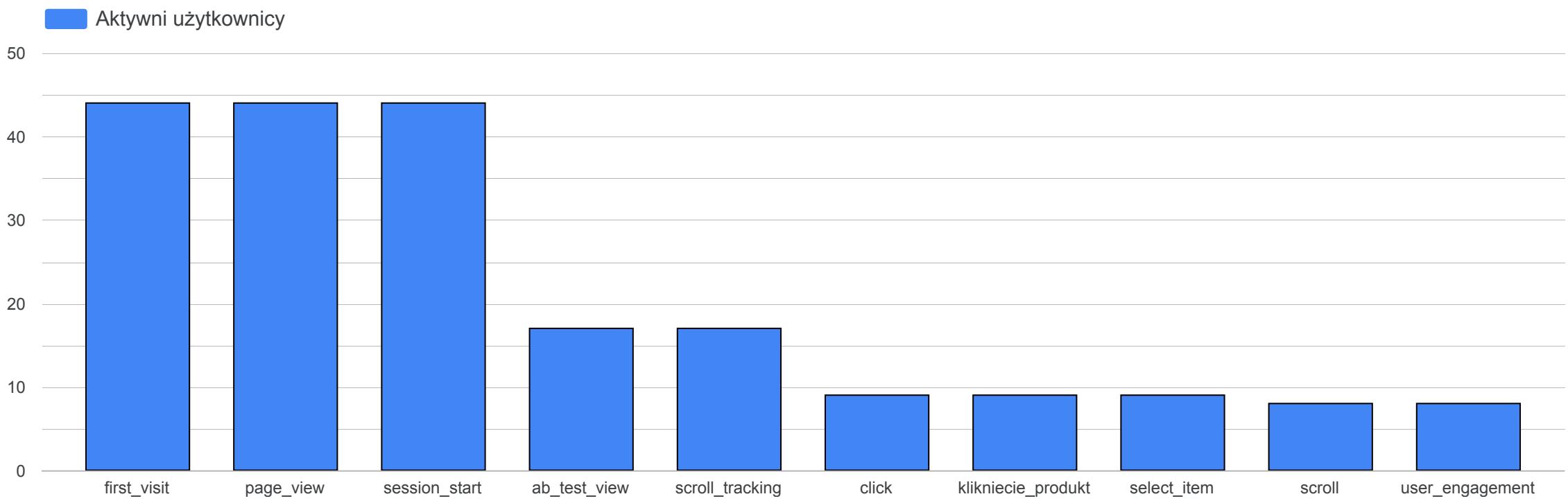
Marka urządzenia i wybór wariantu Testu A/B w sesjach



Sesje wg kampanii (klikniętego linku)



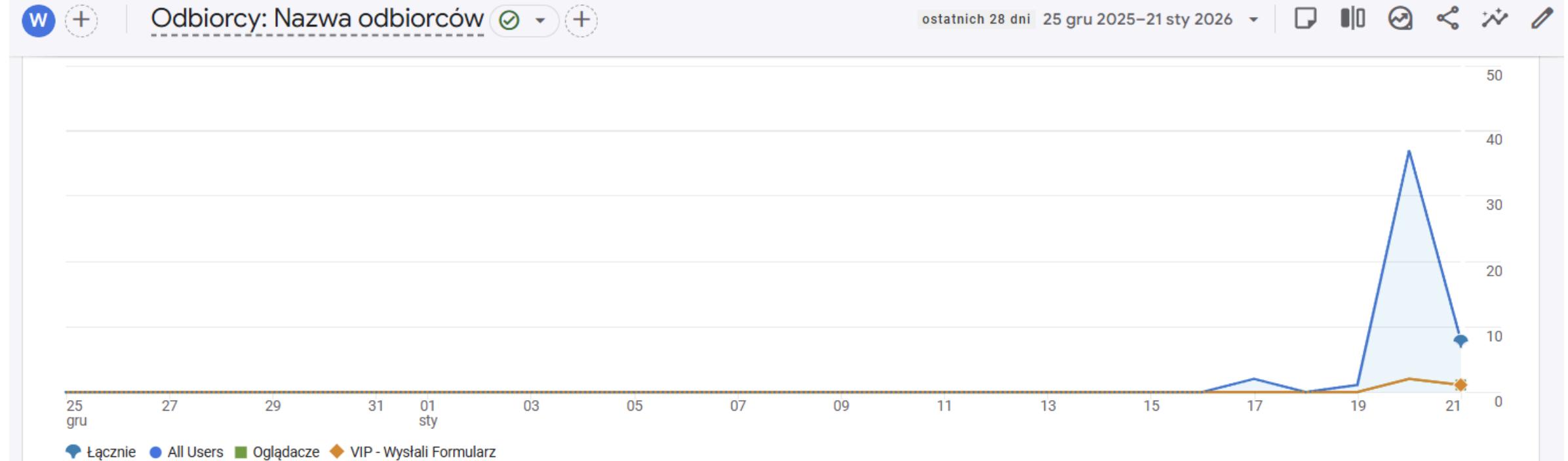
Wizualizacja lejka zaangażowania dla aktywnych użytkowników



Wyświetlenia a współczynnik odrzuceń ze względu na sesje

Sesja – źródło/medium	Wyświetlenia	Współczynnik odrzuceń	Użytkownicy, którzy przewinęli stronę	Wyświetlenia bez odrzuceń
1. tagassistant.google.com / referral	81	0%	1	81
2. (direct) / (none)	73	87,5%	3	9,13
3. m.facebook.com / referral	17	0%	2	17

1 - 5 / 5 < >



Wiersze wykresu (Wyszukaj...) Szukaj... Liczba wierszy na stronie: 10 ▾ 1-3 z 3

Nazwa odbiorców	Całkowita liczba użytkowników	Nowi użytkownicy	Sesje	Wyświetlenia na sesję	Średni czas trwania sesji	Łączne przychody
Łącznie	46 100% całości	44 100% całości	52 100% całości	4,63 Śr. 0%	3 min 40 s Śr. 0%	0,00 zł
1 All Users	46 (100%)	44 (100%)	52 (100%)	3,56	2 min 23 s	0,00 zł (-)
2 Oglądarki	3 (6,52%)	0 (0%)	5 (9,62%)	5,60	6 min 43 s	0,00 zł (-)
3 VIP - Wysłali Formularz	3 (6,52%)	0 (0%)	5 (9,62%)	5,60	6 min 41 s	0,00 zł (-)

Cel analityczny: Sprawdzamy, czy mechanizm testowania w ogóle działa i ilu użytkowników trafiło do puli testowej dla testów A/B.

Ogólna liczba zdarzeń według vs Zdarzenia związane z testem A/B na osi czasu

