

Tuesday, April 17, 2018 2:30 PM

➤ **Create Google Analytics Account: (Demo)**


1. <https://developers.google.com/analytics/>
2. Sign in "Analytics" with gmail
3. Formu doldur. (Demo olduğu için google.com girildi.)

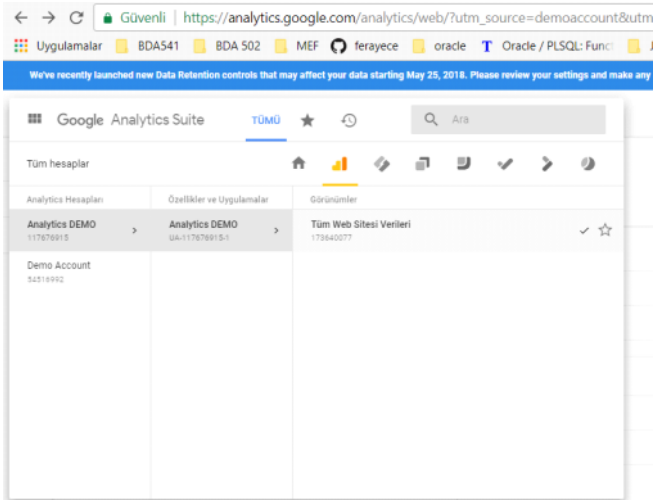
4. Gizlilik koşulları kabul > Analytics açılır. TrackID (izleme kodu)

➤ Demo hesabı from Google:

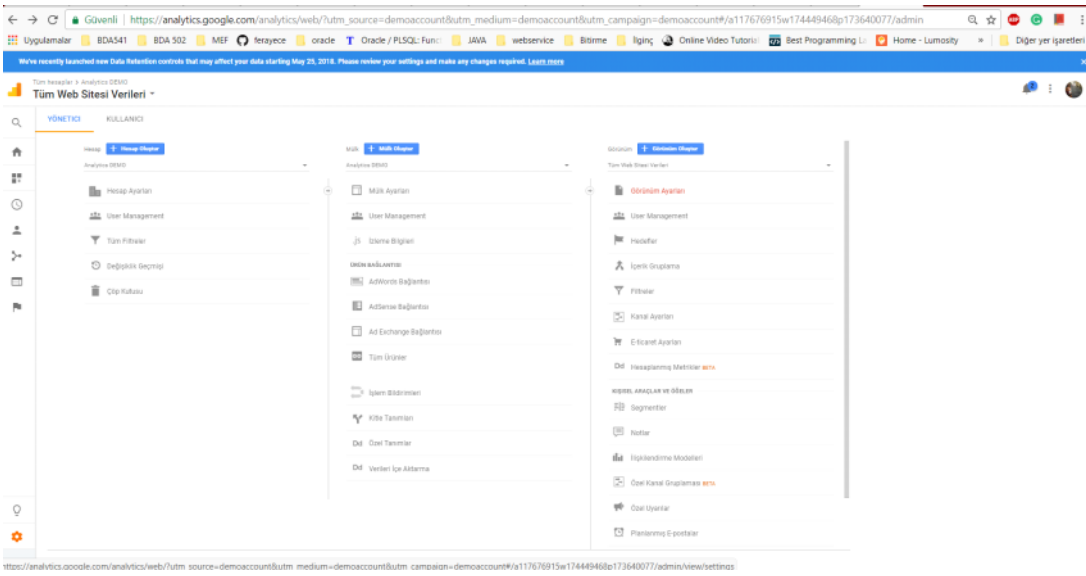
➤ Olan view'in özelliklerini değiştirme:

1. Account'un üstüne tıkla:

← → ↻  https://analytics.google.com/analytics/web/?utm_source=demoaccount&utm

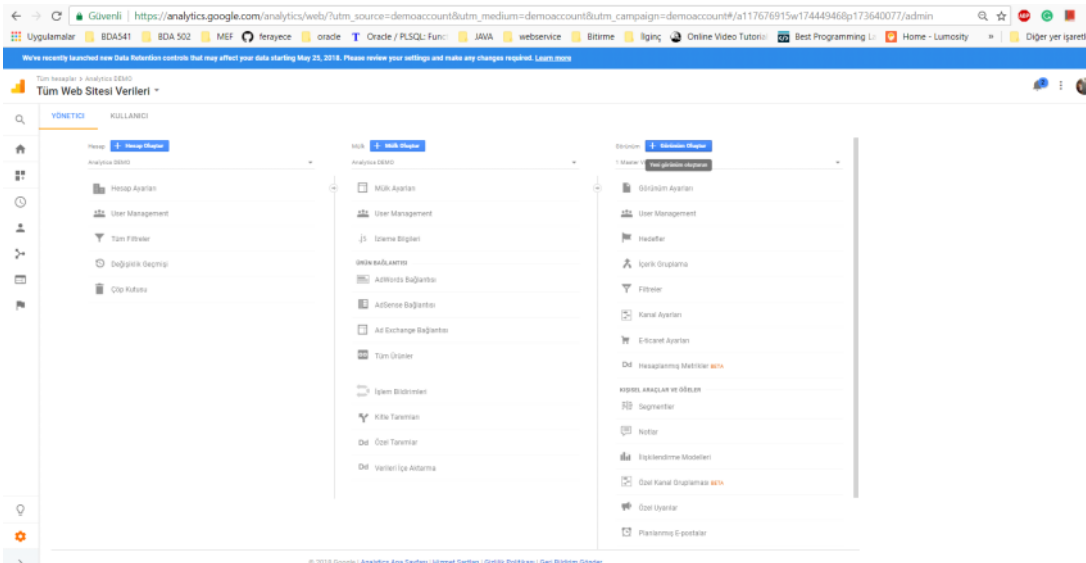


2. Görünüm seç, Ayarlar işaretine tıkla (sol menü barda en alttaki çark işareti):

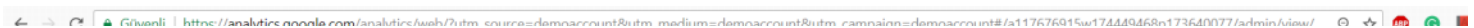


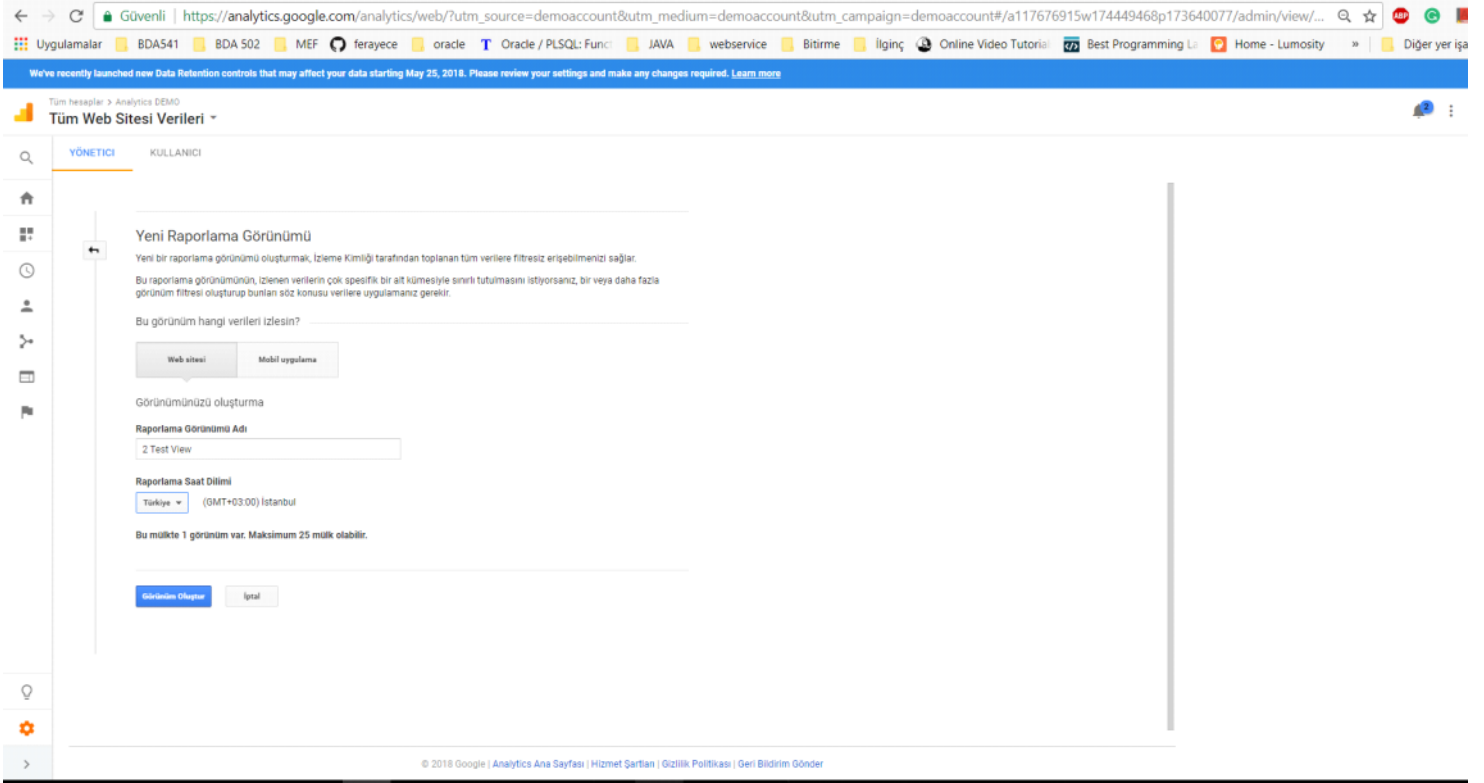
➤ Yeni bir view ekleme: (Kendi filter ların, segment'lerin için oluşturabilirsin.)

1. Görünüm Oluştur butonuna tıkla:



2. Test view'ı oluştur: (yeni segment kırılımlarını ya da filtreleri önce test view'de deneyip -ör;1 hafta- Master View'e taşıyabiliriz.) (Bir de Raw Data View oluşturduk.)

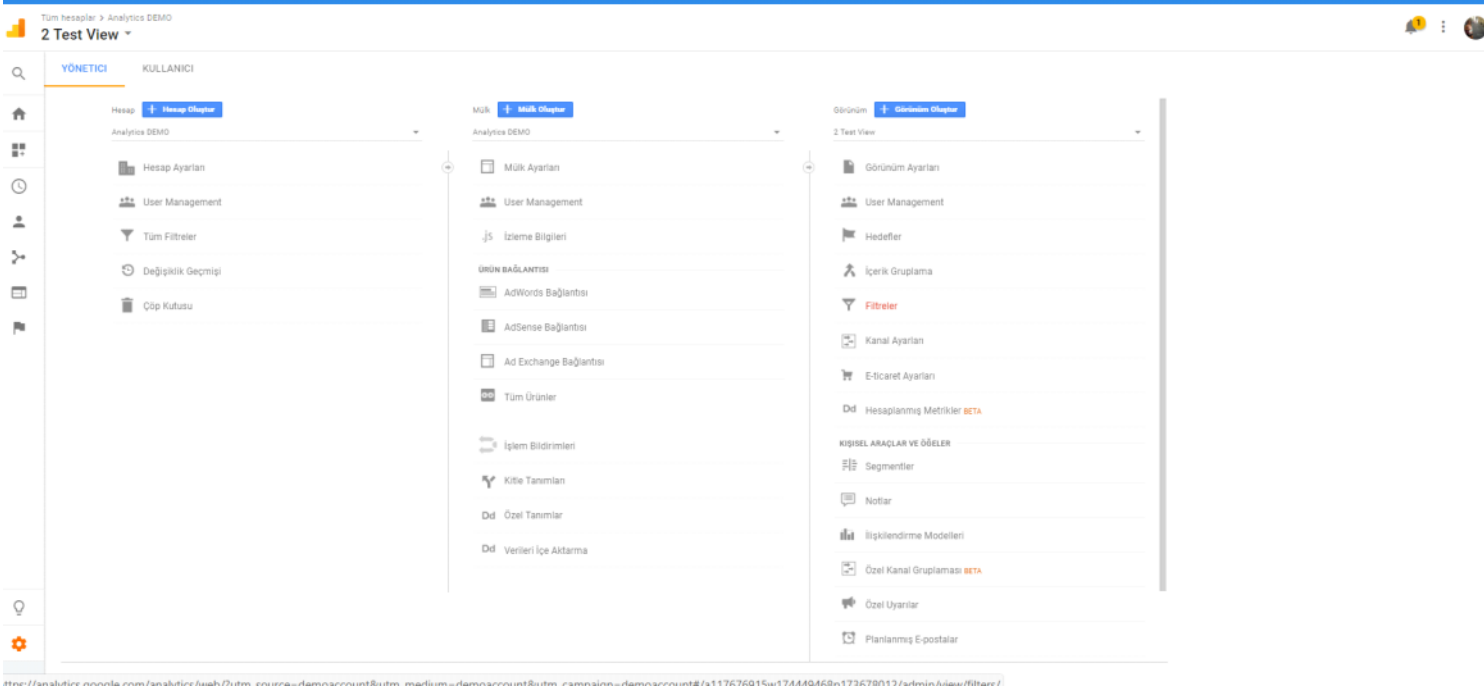




İşin Adabı:
Master View: Manager'lara göstereceğin view olur.
Test View: Test ettiğin yeni filtreler, segmentler vs.
Raw Data View: Master view'in back up'ı.

➤ Add Filters to View: (Örnekler Test View üzerinde)

1. Filtre eklemek istediğin view'ı seç:



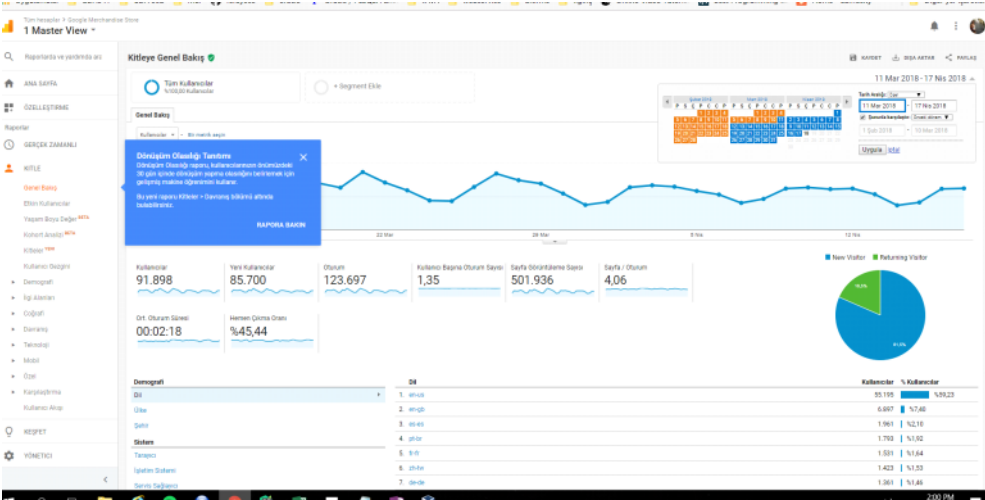
2. Örnek olarak Internal traffic -kendi siteme yaptığım ziyaretleri- dışarıda bırakmak istiyorum.

Google Analytics interface showing the '2 Test View' setup. The left sidebar contains navigation options like 'YÖNETİCİ', 'KULLANICI', and 'Görünüm Ayarları'. The main content area displays the 'Görünümüne Filtre Ekleme' (Add Filter to View) configuration. The filter is named 'Exclude Internal Traffic' and is of type 'Exclude internal traffic'. The filter criteria are set to 'Harici trafik' (External traffic) and 'IP adreslerinden gelen trafik' (Traffic from IP addresses). The IP address field is set to '10.30.97.4'. The filter is currently disabled.

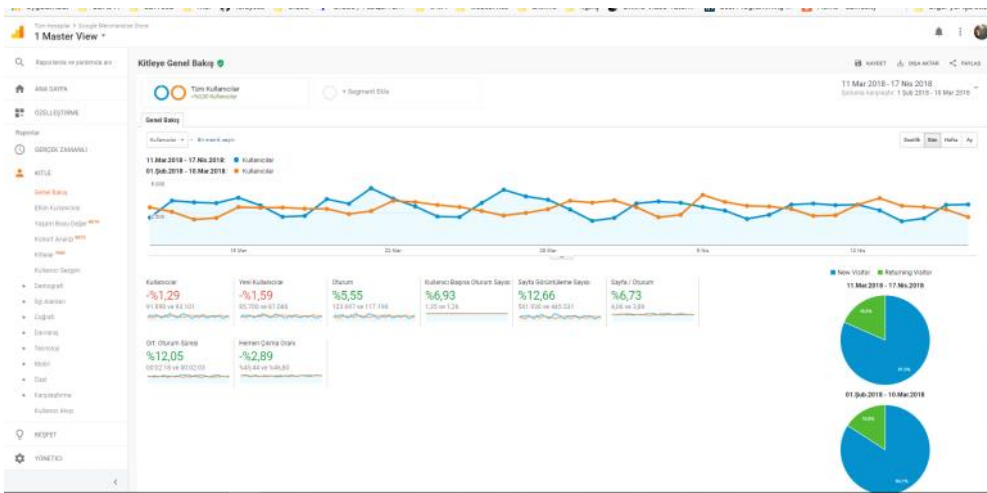
- Buradaki filtre yapısını incele. Custom'larda değişik şeyler var.

➤ How to Use Realtime Reports:

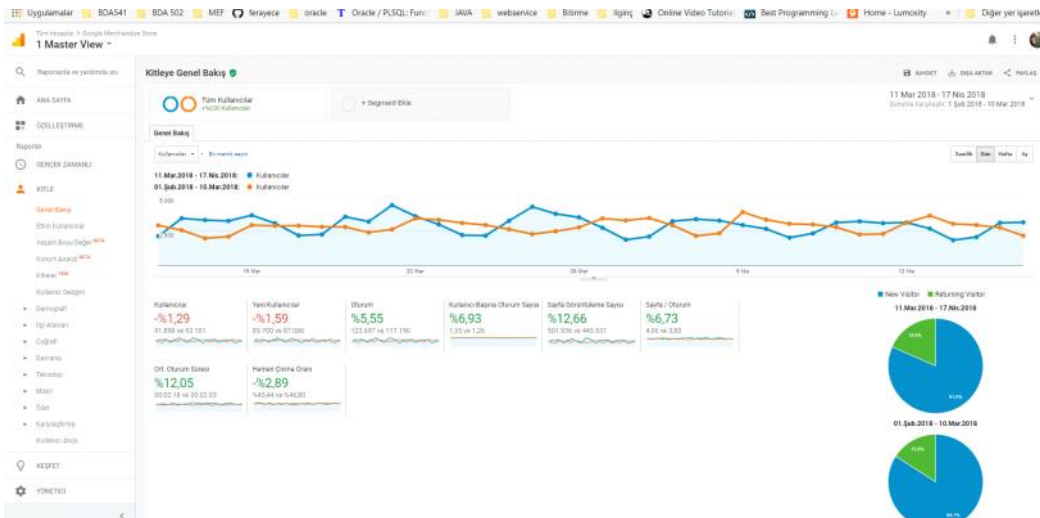
1. 2 periyodu karşılaştırma: (tarih aralıkları seç)



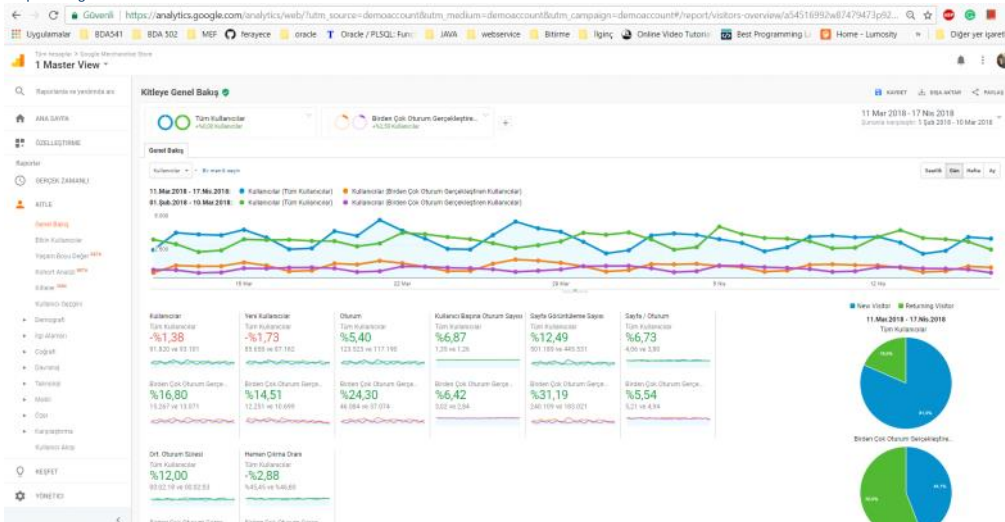
Output of compression:



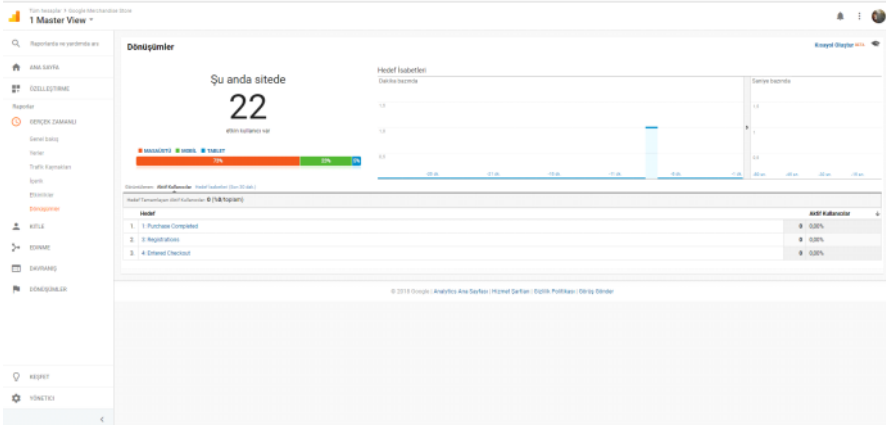
2. Rapora segment ekleme: -Segment Ekle



- Output of Segment Ekle:

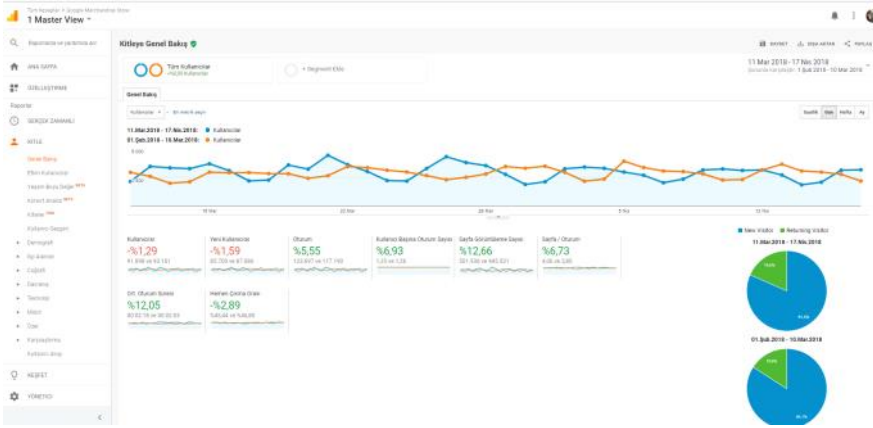


3. Dönüşümler (Conversion Rate) Görüntüleme:

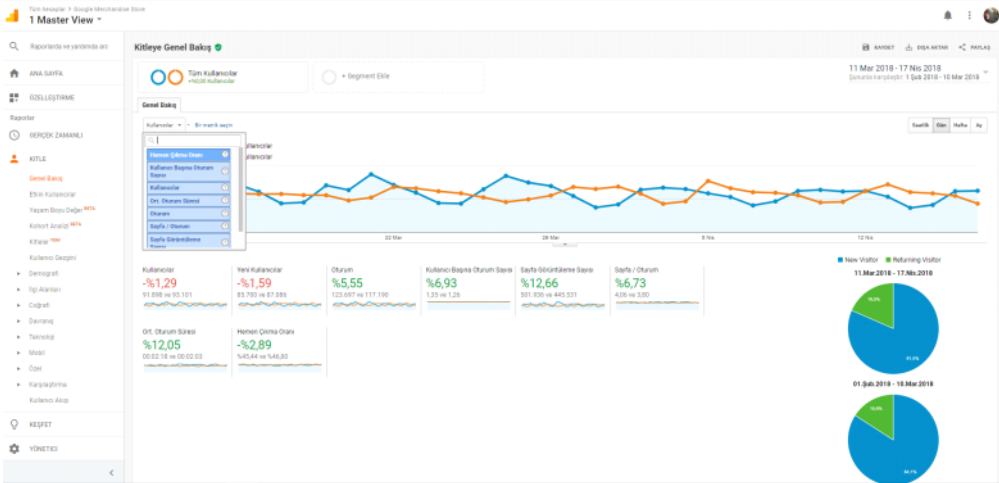


➤ How to Use Audience Reports:

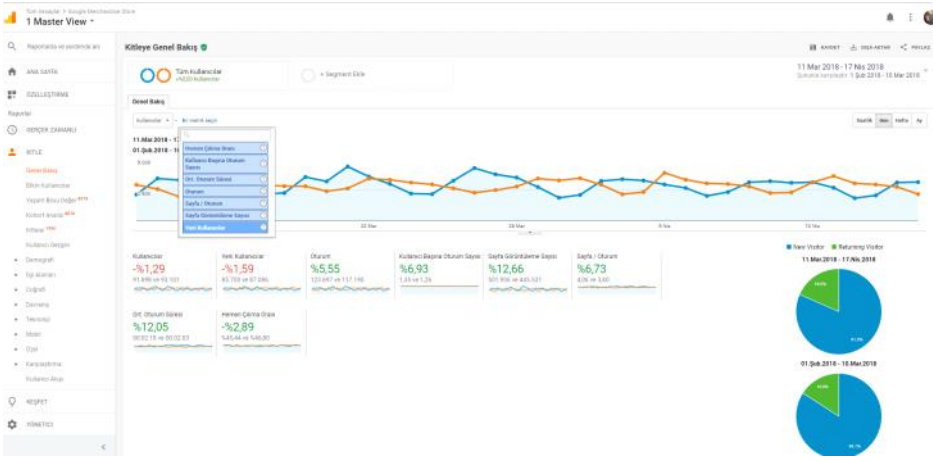
4. Genel Görünüm:



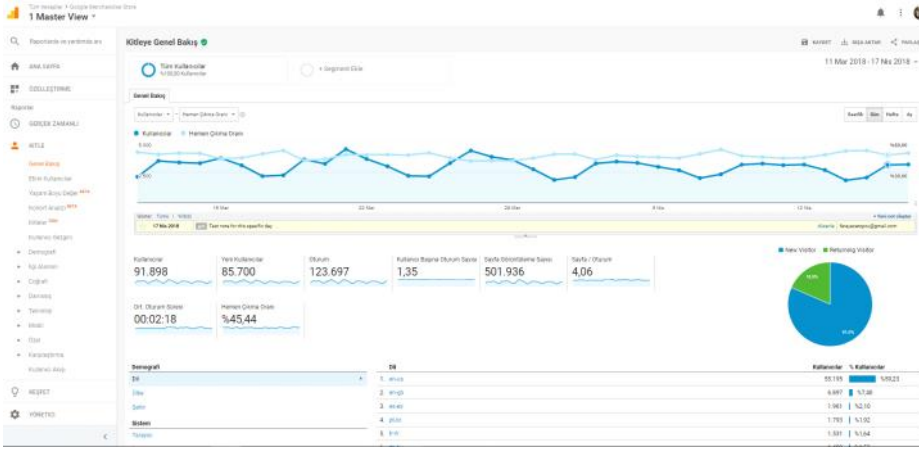
5. Kullanıcı (Users) metriğini değiştirme:



6. Kullanıcı (Users) metriği vs bir metric seçme:

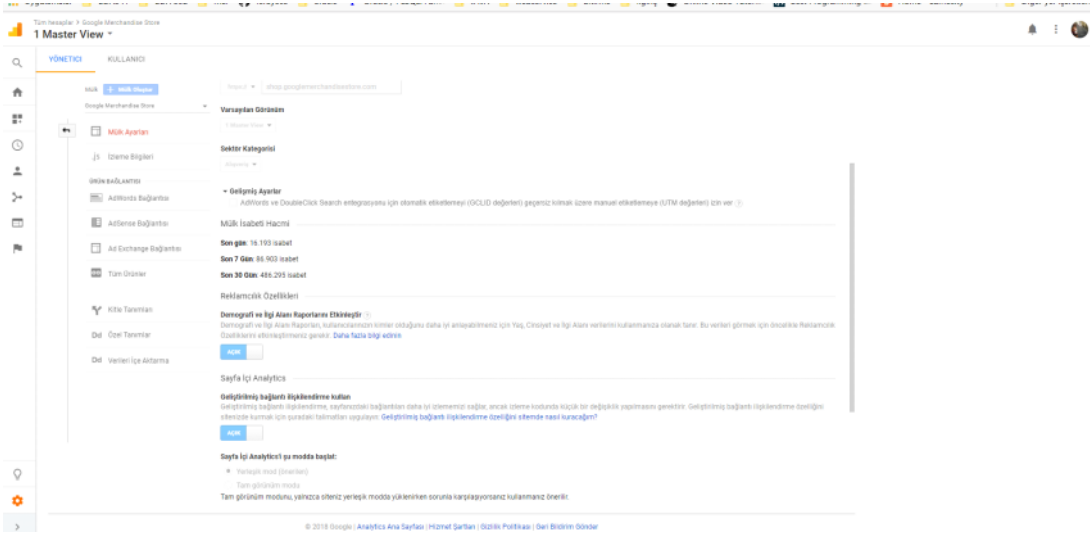


3. Belirli bir güne not düşme:

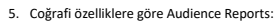


4. Demografik özelliklere göre Audience Reports: (Ör; Yaş)

Demografik data takibi için ayarları düzenleyip bu özelliği aktifleştirmek:

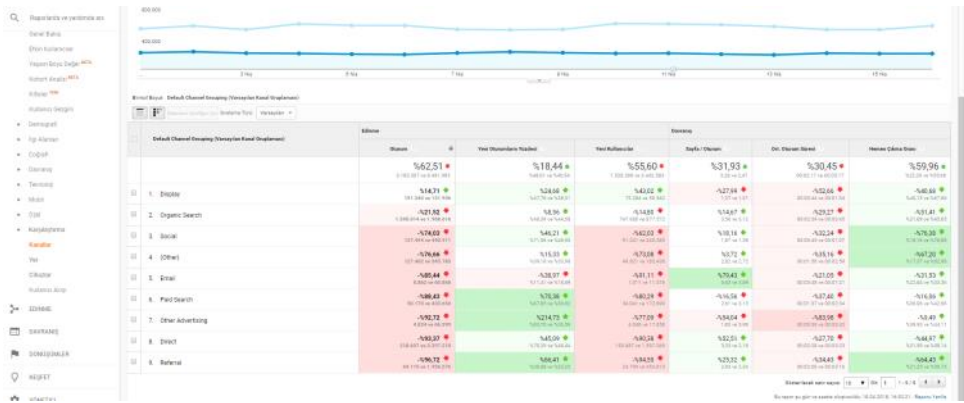


Demografi: Yaş



- Şehir kırılımlı

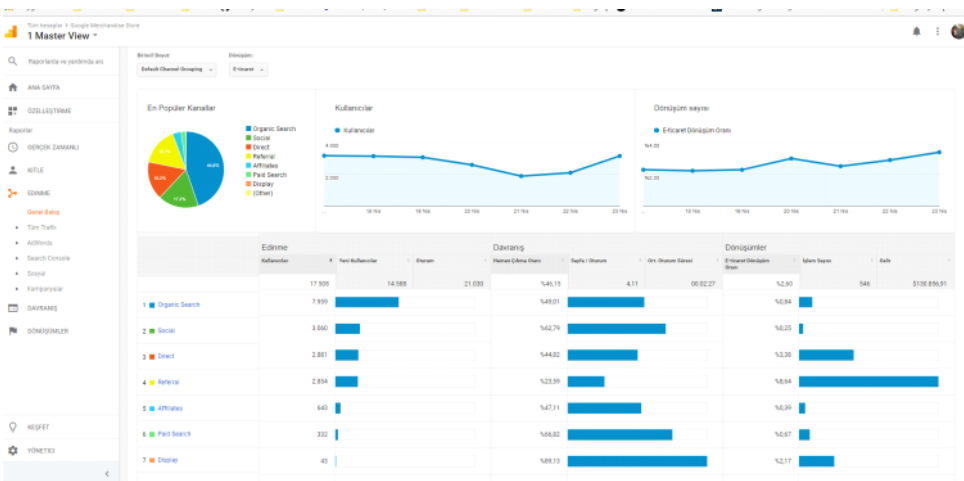




➤ How to Use Acquisition (Edinme) Reports: Examine Which marketing channels is the best for us.

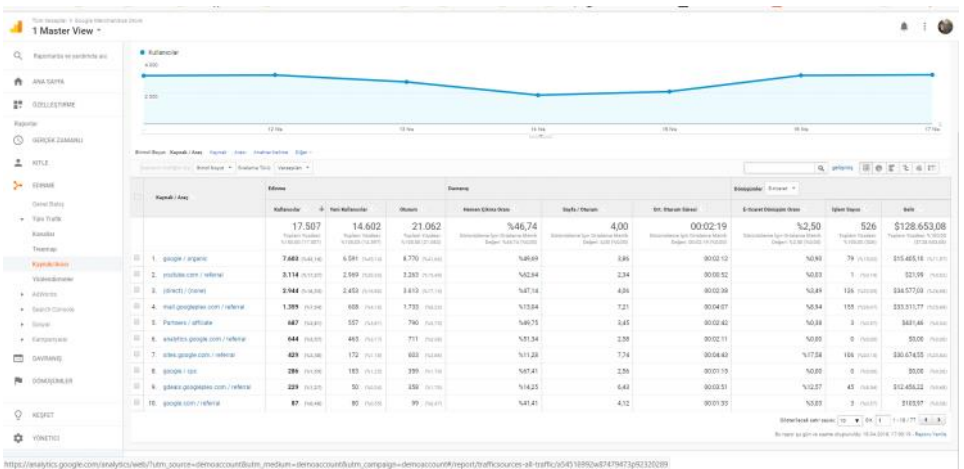
- Overview Sayfası:

Genel olarak bize Edinme (Acquisition) oranlarımızın genel olarak nerelerden geldiğini özetler. Detay bilmek istemediğimizde, Kullanıcılarımızın ve website ziyaretçilerimizin nerelerden geldiğini görmek istediğimizde buradan bakabiliriz.

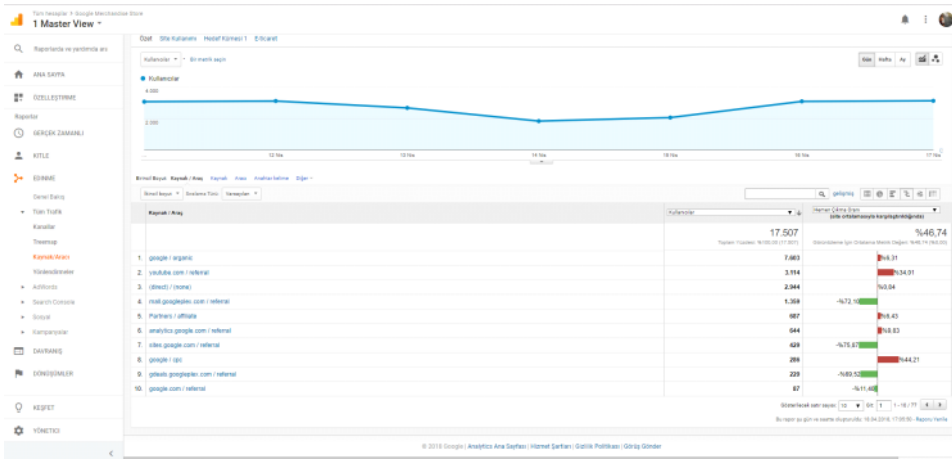


1. All Traffic > Source/Medium kırılımı

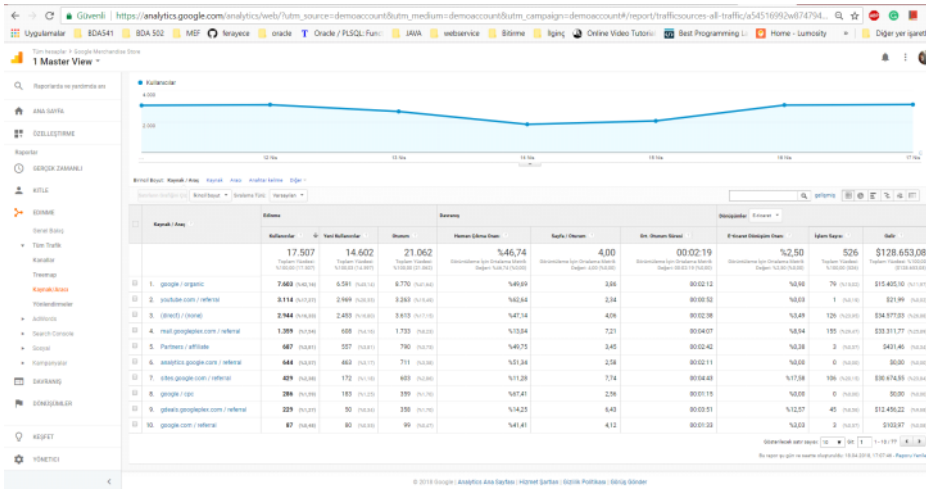
- Bu kırılımda kullanıcılar hangi kaynaktan nasıl geldi görürüz. Google/organic ; google aramasında kıtlım ve siteme yönlendi demek mesela. Google/cpc; google'dan reklama tıklayarak geldi.
- Kaynak/Araç ta sıralama çok önemli değil; önemli olan conversion rate'ı aslında bana. Siteye çok yönlendirmiş olabilir ama satışa dönüşmüş mü? (quality of traffic measures by conversion rate and bounce rate.)



- Aynı sayfayı bounce rate'e göre sıralayalım ve görselleştirme metodumuzu değiştirelim:

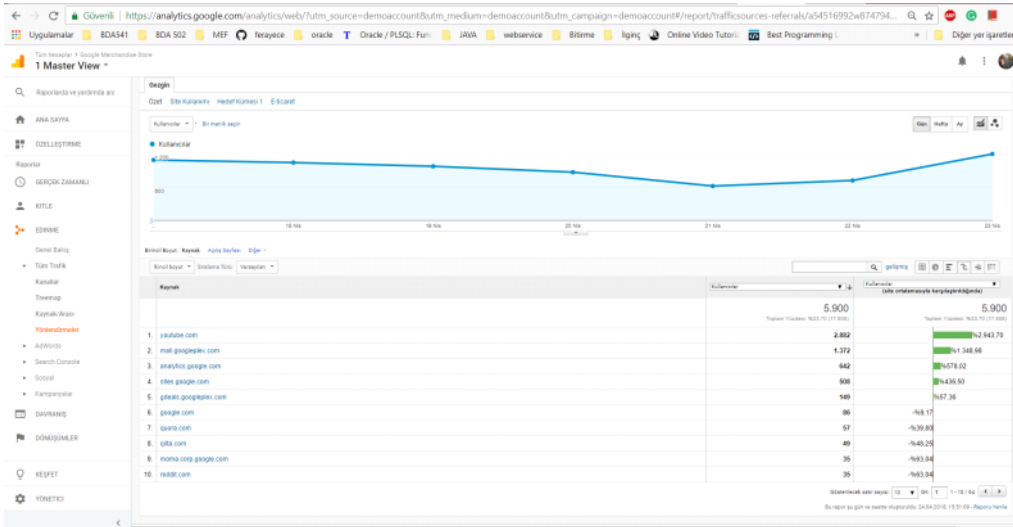


- Aynı sayfayı conversion rate'e göre sıralayalım:

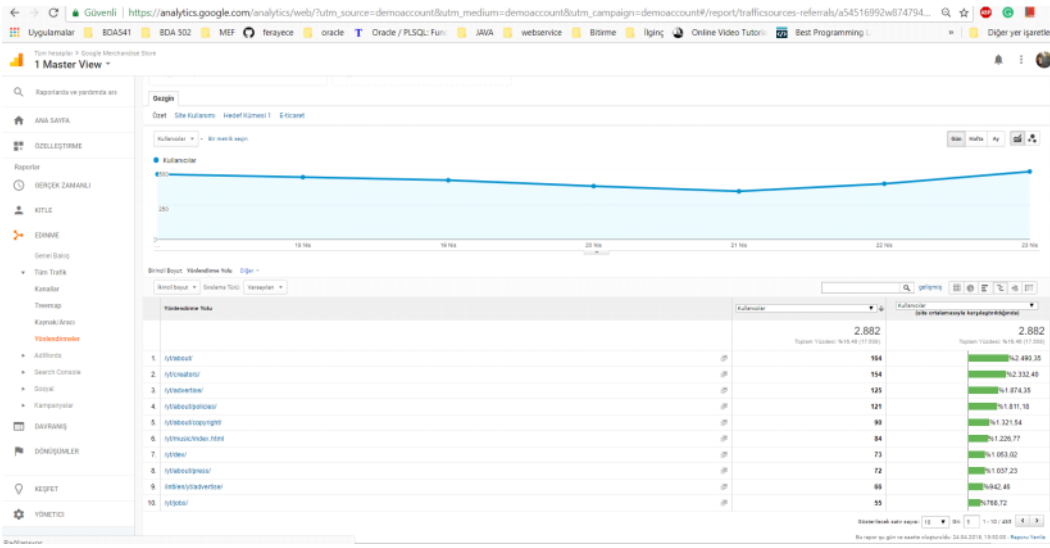


2. All Traffic > Referral (Yönlendirmeler) kırılımı
Hangi sitelerden benim siteme yönlendirme olmuş?

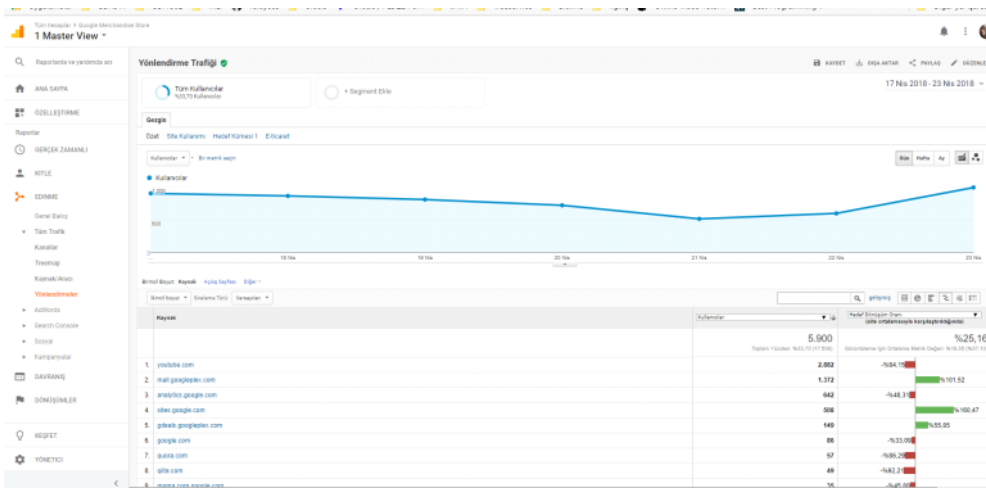
- Ana sayfa.



- Bu sayfada linklere tıkladığımızda tam olarak hangi linkten yönlendirildiğimizi görürüz:

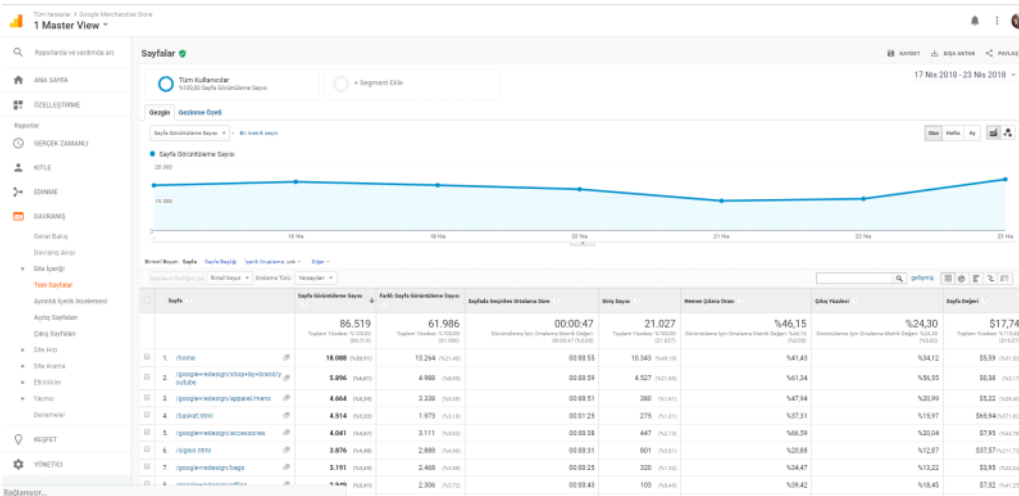


- Dönüşüm Oranı'na göre Referral sayfası:



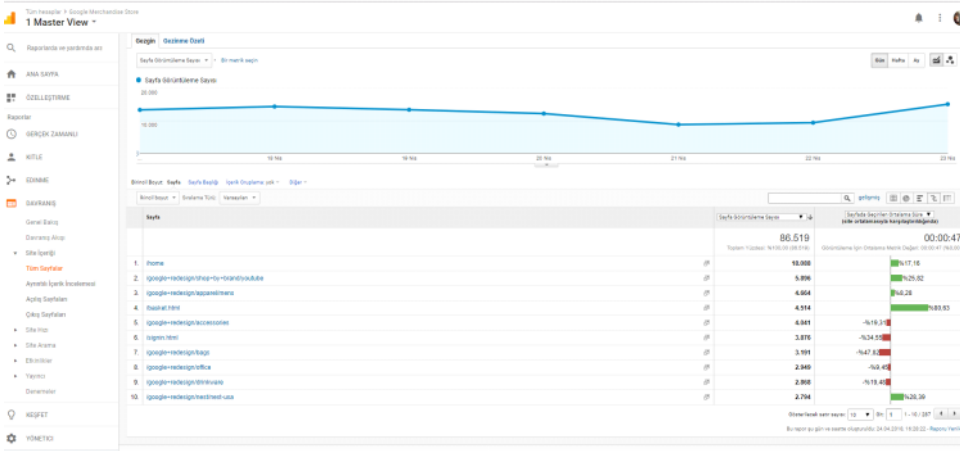
➤ How to Use Behavior (Davranış) Reports: tell us how users interact with our website. Use it to optimize website experience.

1. Behavior > Site Content > AllPages (Davranış > Site İçeriği >Tüm Sayfalar)
The important metric: Avg Time on Page (tell us where our visitors spend their time exactly.)

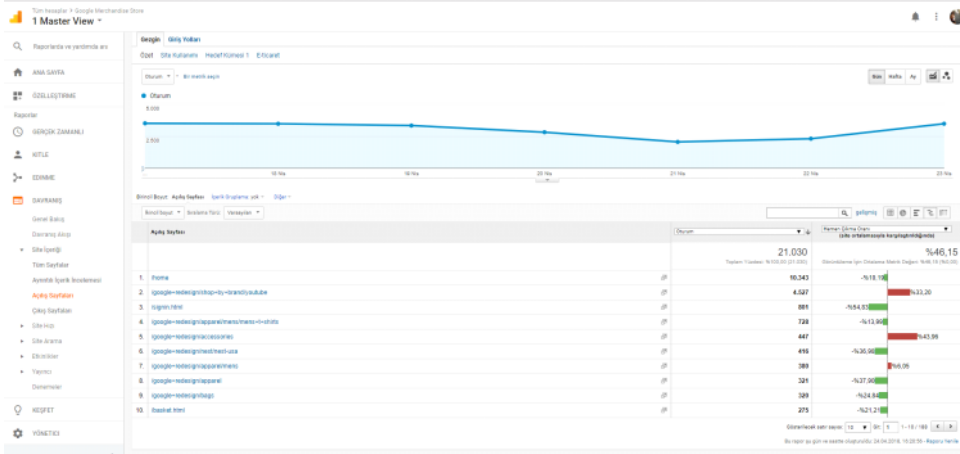


- Aynı sayfa Avg Time on Page (Sayfada geçirilen ortalama süre) metriği ile:
Baktığımızda en çok sürenin basket.html de geçirildiğini gördük. Belki bu sayfada bir problem var; kullanıcı neden burada çok vakit geçiriyor araştırıp optimize etmek gerekebilir.

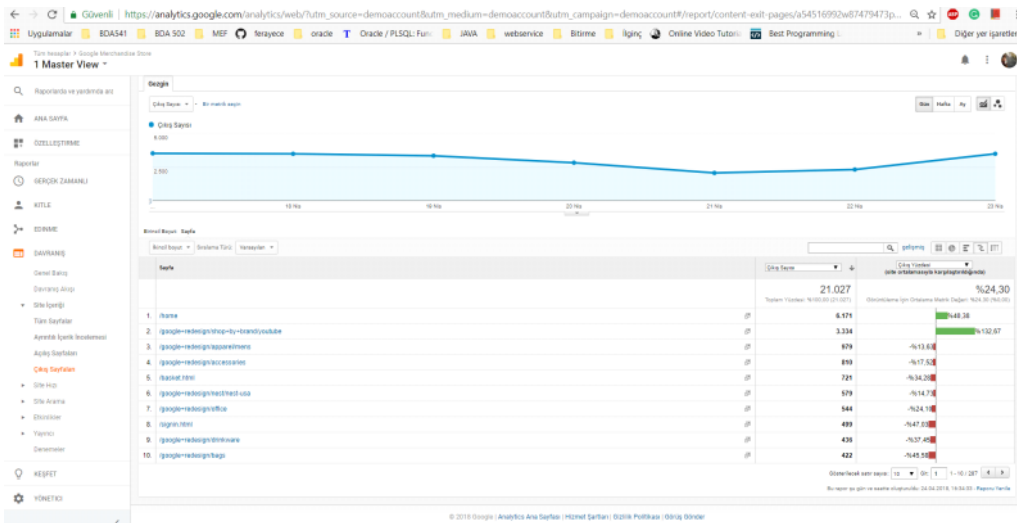
E-commerce sitesinde basket.html de süre geçirmesi kötü iken; bu bir içerik sitesi olsaydı (onedio gibi) bir sayfada çok süre geçirmesi çok sorun olmazdı çünkü içerik okuyor.



- 2. Behavior > Site Content > Landing Pages (Davranış > Site İçeriği > Açılış Sayfaları)
- The most important metric is Bounce rate for landing pages. (Giriş çıkış sayfa kötü? Bounce rate yüksekse sayfayı optimize etmeliyiz demektir.)
- Aynı sayfa Bounce Rate metriği ile: (Kırmızı olanlar ortalamanın altında kalanlardır; we must improve this pages!)



- 3. Behavior > Site Content > Exit Pages (Davranış > Site İçeriği > Kapanış Sayfaları)
- Tell us where our visitors leave the website.
- The important metric percentage of exit. (çıkış yüzdesi)
- Higher percentage means we should improve that site. (Yüksek çıkış oranı hiç iyi değil!)



- How to track the Success of Marketing Campaigns with Campaign Tagging:
- Acquisition > Source/Medium'da kullanıcılarımız nereden geliyor görebiliyoruz. (google/organic) Fakat Facebook, Twitter gibi kaynaklardan belirli bir tag ile gelip gelmediğini göremiyoruz. Campaign Tagging bunların analizini görmemizi sağlar.
- 1. Build a campaign URL via Google URL Builder:

<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

Source, medium bilgileri, utm bilgileri alınabilecek bir link.

teknosa.com?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Test_Campaign

Adresiz

Account Explorer

Campaign URL Builder

Dimensions & Metrics Explorer

Enriched API

Basic Dashboard

Mapbox View

Interactive Chart

Working with Custom Components

Third Party Integrations

Server-side Authentication

Enhanced E-commerce

URL Builder

Polymer Elements

Query Explorer

Request Composer

Spreadsheet Add-on

Tag Assistant

Usage Trends

Resources

About this Site

Help & Feedback

Campaign URL Builder

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

Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with *) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.

Website URL

teknosa.com

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

Campaign Source

newsletter

The referrer (e.g. [google](#), [facebook](#))

Campaign Medium

email

Marketing medium (e.g. [cpc](#), [banner](#), [email](#))

Campaign Name

Test_Campaign

Product, promo code, or slogan (e.g. [SPRING2018](#))

Campaign Term

Identify the paid keywords

Campaign Content

Use to differentiate ads

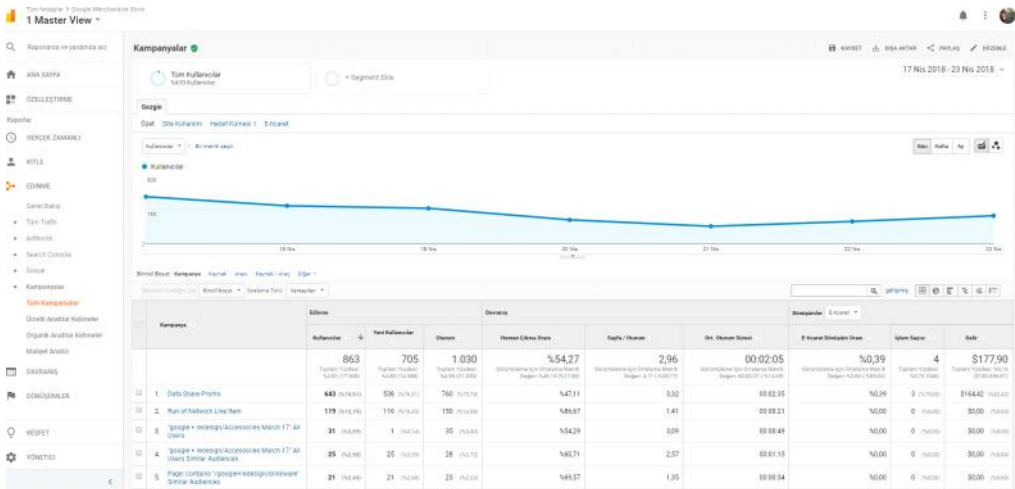
Share the generated campaign URL

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

teknosa.com?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Test_Campaign

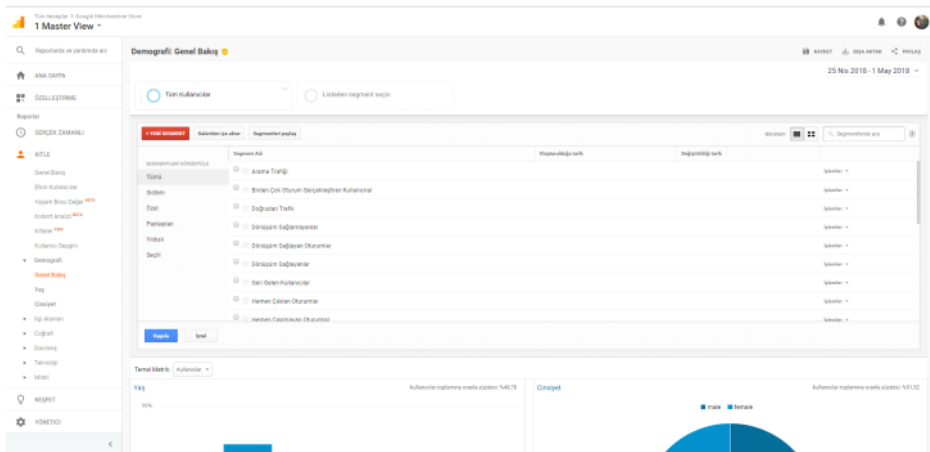
Oluşturduğün linki, müşterilere yolladın (via email, FB or Twitter) bu link ile gelenleri track edebileceğin yer Campaigns'dır. Linki oluştururken verdiğimiz Campaign Name; Google Analytics'te bu kısım da çıkar.

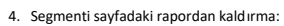
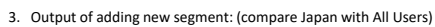
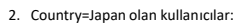
2. Anasayfa: (Acquition > Campaigns > All - Edinme > Kampanyalar > Tüm Kampanyalar)

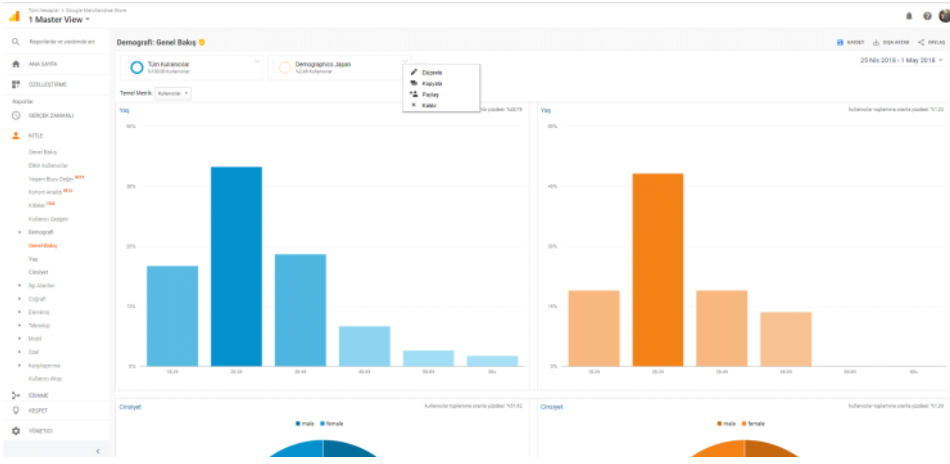


➤ **How to Use Segments to Get Even More Insights:**
Use it when you need to compare a subset with whole data. (F.e: all users vs female users , all users vs turkish users)

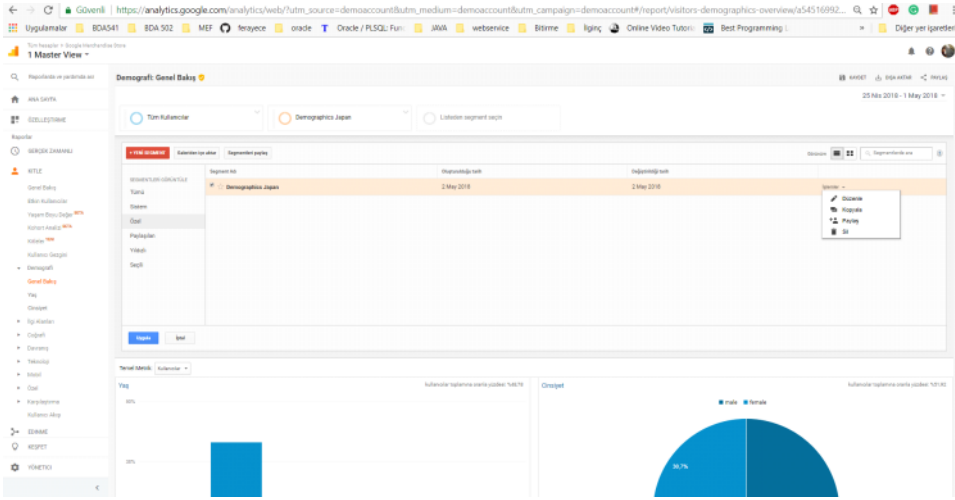
1. Segment Ekle (add segment) > Yeni Segment (New Segment)







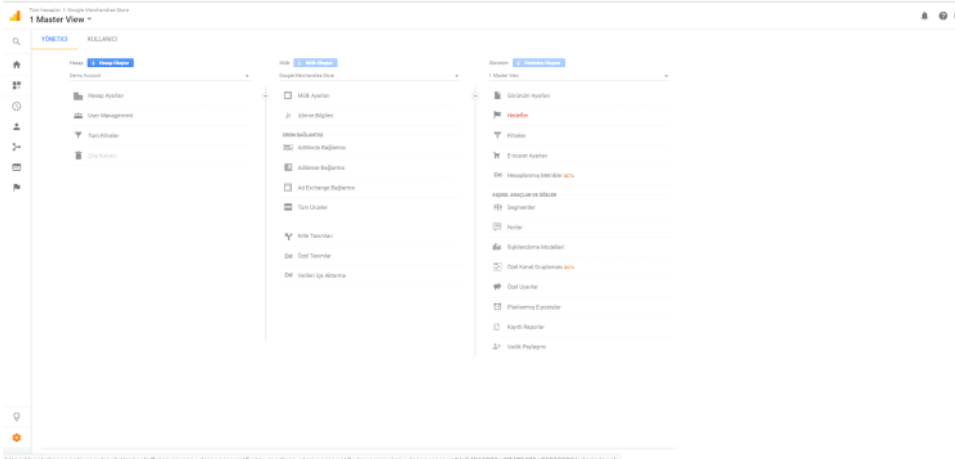
5. Oluşturulan custom segmenti tamamen silme: (Segment > Özel> İşlemler / Segment > Custom> Actions)



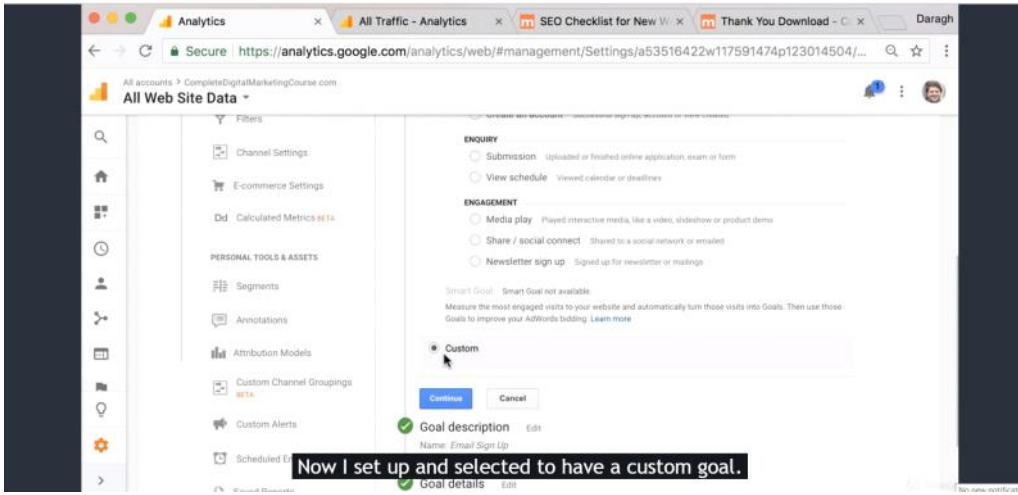
➤ How to Configure Goals to Track Performance

- If you did not set a goal, you are missing huge amount of data in Google Analytics.
- Check if your website is meeting the objective of website.
- Buraya login sayfası, payment sayfası vs olarak workflow çizerek kullanıcıların uğradıkları sayfaları track edebilirsiniz.

1. Yönetici / İstenilen sayfada Hedefler (Admin > Goals under the specific view.)

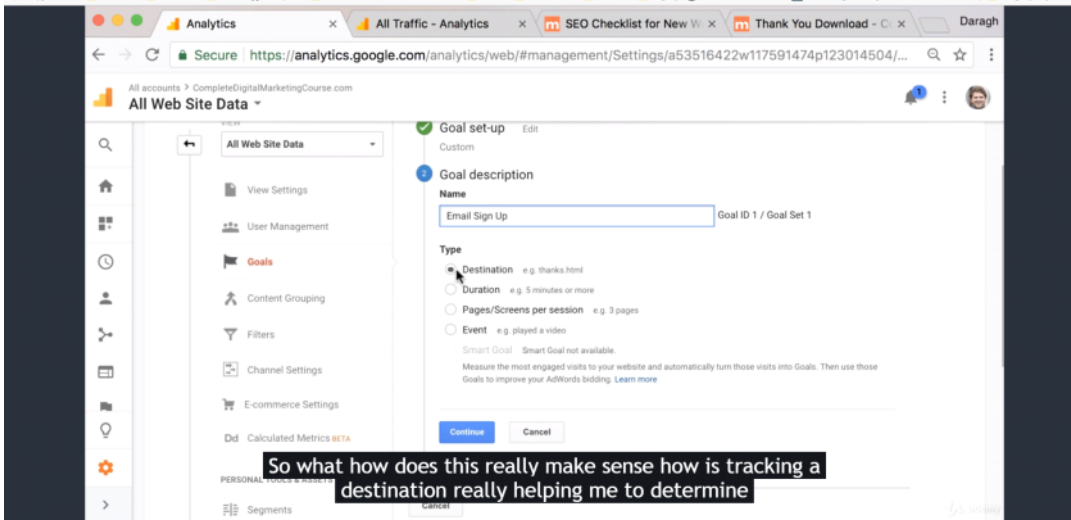


2. Hedefler



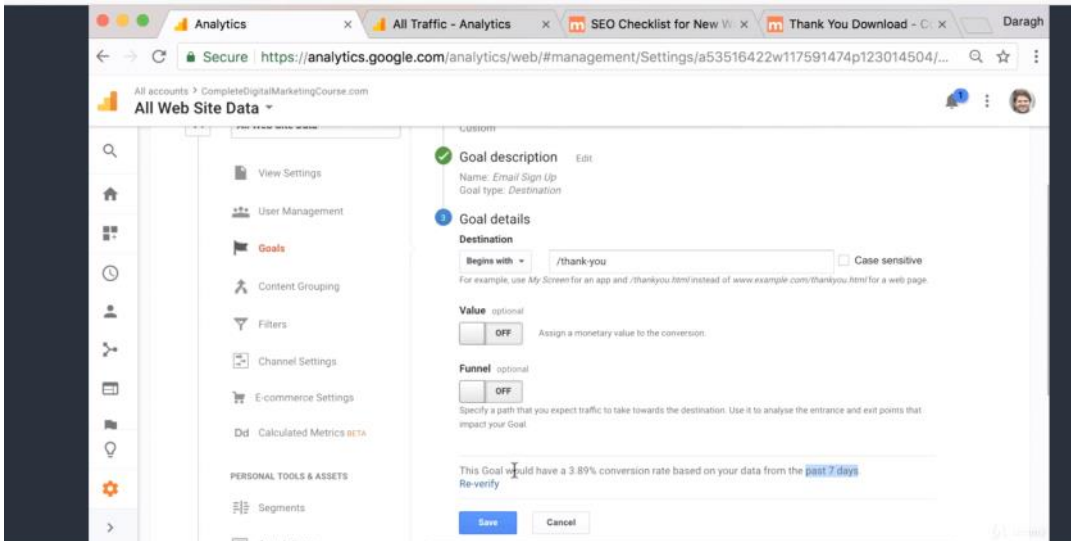
2.2. Goal Description:

Bu örnekte Destination track ediyor; çünkü e-mail sign up takip etmek istiyor. Sign-up sonunda çıkan Thank You sayfasına ulaşırsa müşteri, sign up olmuş demektir diyerek Destination trackliyor.

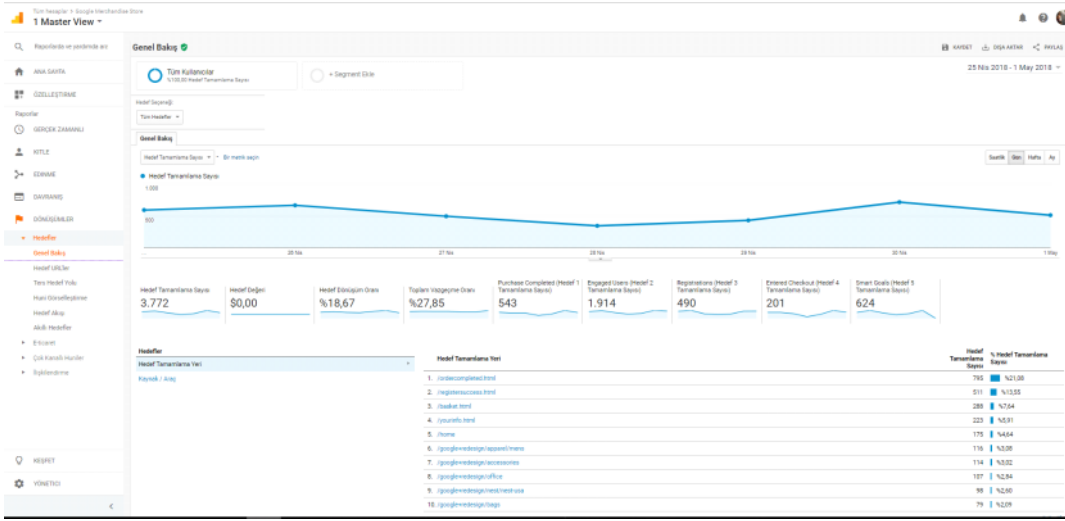


2.3. Goal Details:

(Goal Description'da Destination seçtik burada destination'ın detail'ini veriyoruz. Sayfanın sonunda bu goal için bize son 7 günün conversion rate'ini belirtiyor.)



- Bu goal set edildikten sonra tüm raporlarda görüntülenebilir. Ayrıca ana sayfa Dönüşümler > Hedefler (Conversions > Goals) altında da görüntülenebilir:

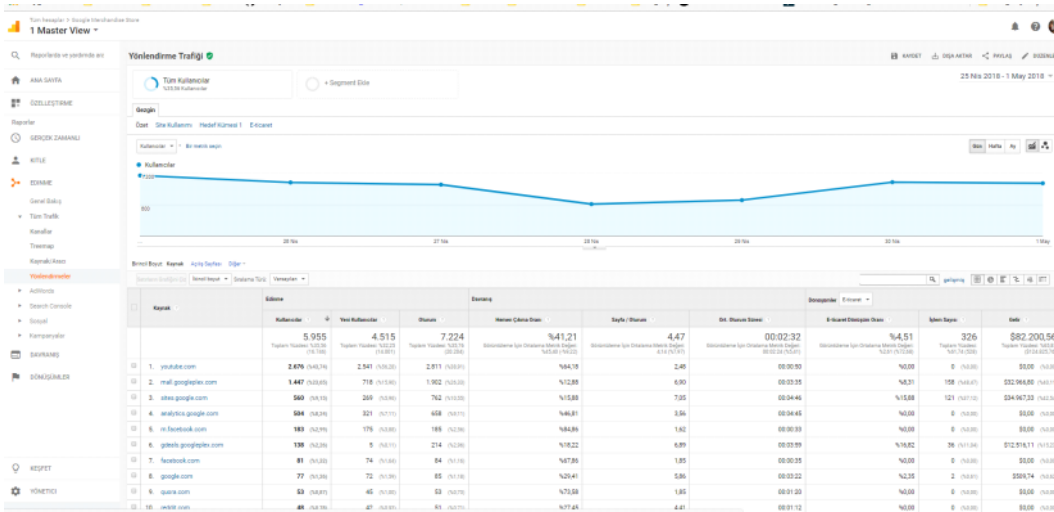


➤ How to Remove Spam Traffic

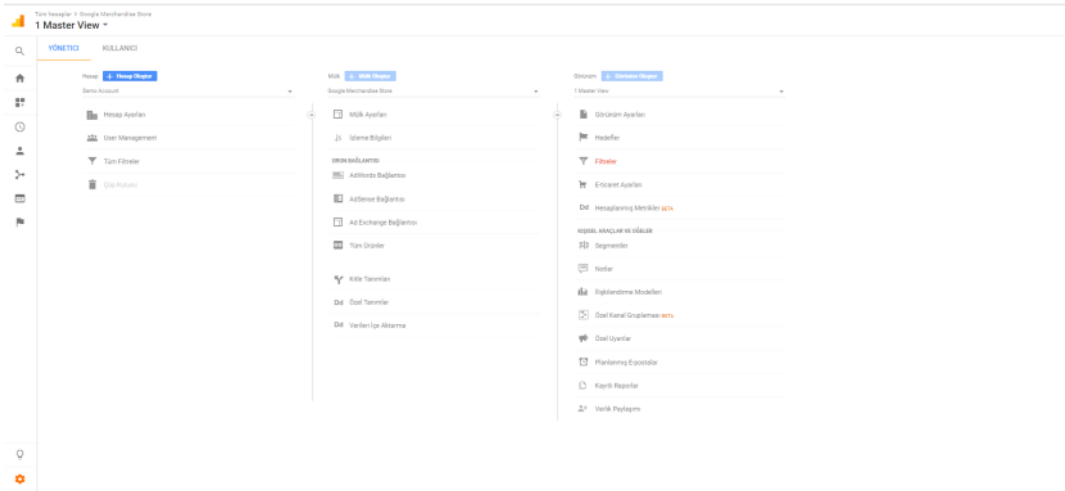
Acquisition > All Traffic > Referral (Edinme > Tüm trafik > Yönlendirmeler)

Buraya girdiğimizde saçma sapan siteler görülebiliriz, websitemize refer eden. Websites, little bit strange, that sends you high volume traffic but their bounce rate is extremely high. >> Spam risk.

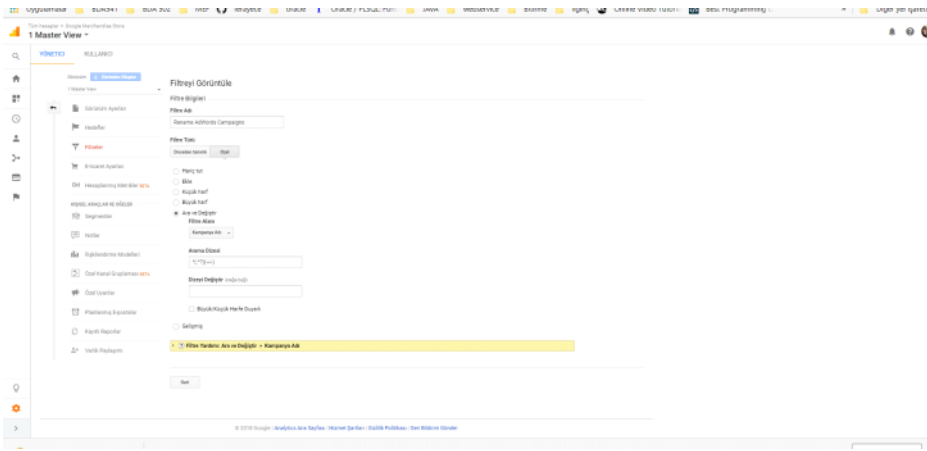
➤ Filtreler geçmiş veriyi uygulanmaz; etkin olduktan sonraki raporları etkiler!



1. Admin > Filters (under the selected View)

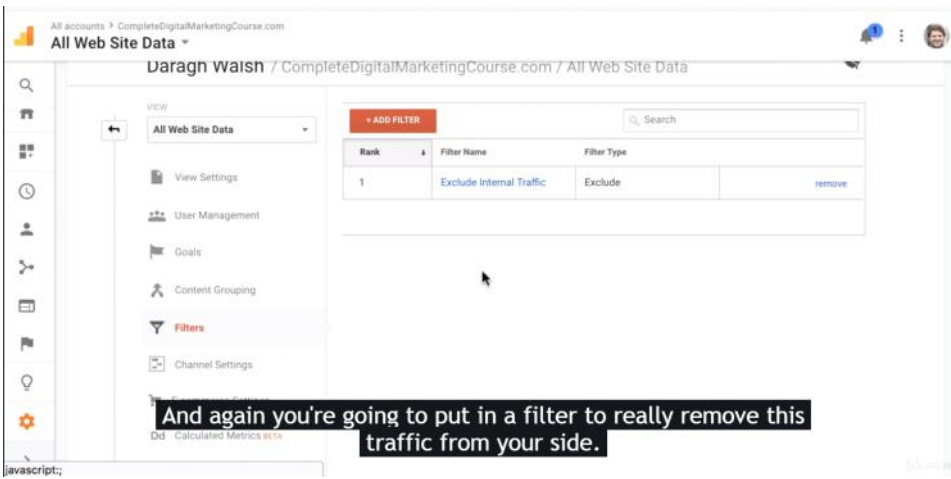


2. Inside:

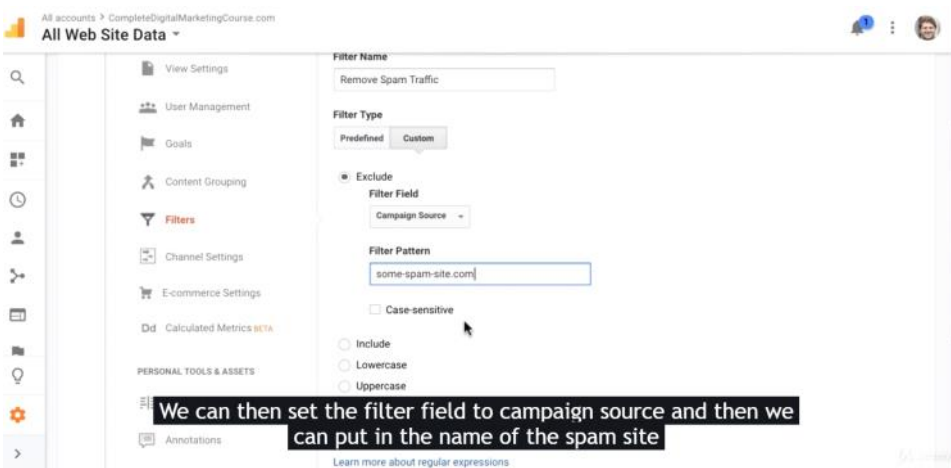


>>>> Demo hesabında Filtre ekleyemedik. Udemey'deki örnekten ekran görüntülerini koyuyorum:

1. View Filters



2. Add Filter



➤ How to Set Up Custom Alerts

Website traffic'te saçma sapan eventler için bir e-mail uyarısı almak isteyebiliriz.

1. Admin > Custom Alerts

Tüm hesaplar > Google Merchandise Store

1 Master View

YÖNETİCİ KULLANICI

Görünüm: 1 Master View

Yeni Uyarı

Ad Store

Bu görünüm için veri yok.

Görünüm Ayarları

Hedefler

Filtreler

E-ticaret Ayarları

Diğer Hesaplanmış Metrikler **beta**

KİŞİSEL ARAÇLAR VE ÖĞELER

Segmentler

Notlar

İlgilendirmeye Modelleri

Özel Kanal Gruplaması **beta**

Özel Uyarılar

Planlanmış E-postalar

Kayıtlı Raporlar

Varlık Paylaşımı

2. Add New Custom Alert:

Tüm hesaplar > Google Merchandise Store

1 Master View

YÖNETİCİ KULLANICI

Görünüm: 1 Master View

Yeni Uyarı

Uyarı adı: Traffic Spike

Şuna Uygula: 1 Master View ve 0 diğer görünüm

Süre: GÜN

☒ Bu uyarı tetiklendiğinde bana e-posta gönder. Şunu da ekle: 0 başka e-posta adresi

Uyarı Koşulları

Şunun için geçerli olsun:

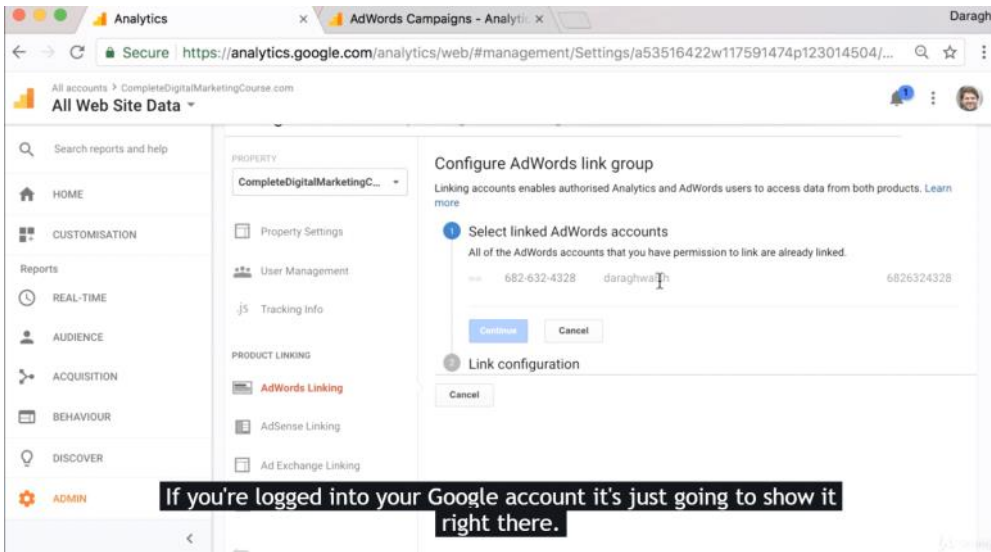
Şu durumda beni uyar: **Artış** Kopul Değer Şuna kıyasla

Ortalama **%100** artışı günden fazlaysa: **30** % **Önceki hafta aynı gün**

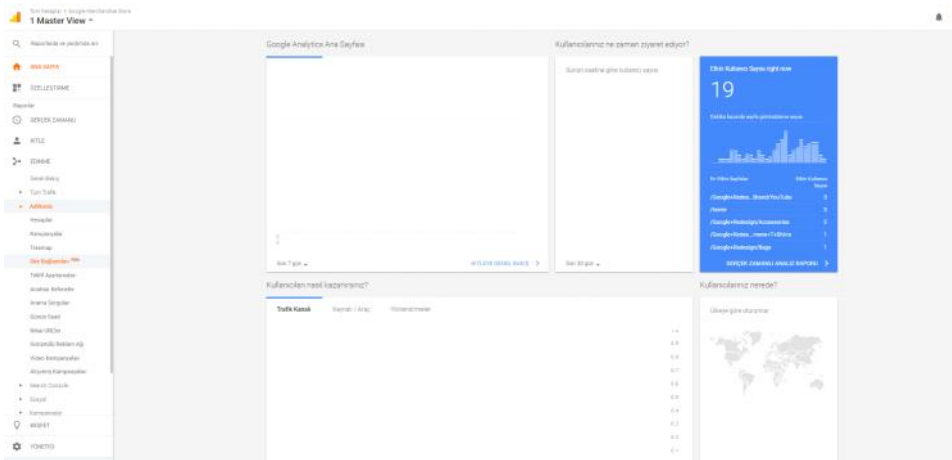
Uyarıyı Kaydet İptal

➤ How to Link Google Adwords to Google Analytics

1. Admin > Adwords Bağlantısı (under Mülk)



3. Output of AdWords: (Home Page od Analytics)



➤ How To Add Colleagues to Google Analytics

1. Admin > User Management (You should be Administrator for this action!)

