

Tekintsd meg a Google Ads kampányaid óráról, órára jellemző trendjeit a Heat Map segítségével!

Mindenki szereti a hőtérképeket! Sokkal könnyebbé teszik a minták megtekintését az adatokban. Különösen alkalmasak arra, hogy megnézzük, hogyan változik a teljesítmény a nap óráiban és a hét napjaiban: 168 különböző adatponttal nehéz bármit is látni, ha csak egy számtáblázatunk van

Mit csinál ez a szkript?

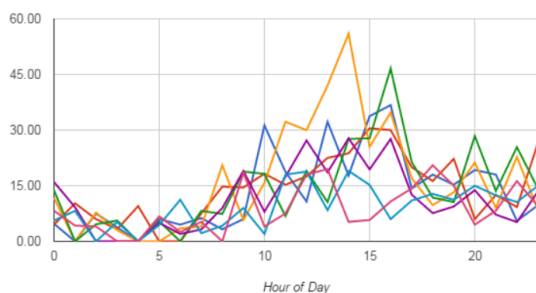
Ez a szkript felveszi a Te általad választott mérőszámokat, majd a hét minden napján minden órára összesíti azokat. Simítja az adatokat. Ezután az eredményt egy Google Sheets táblázatba küldi, ahol – a feltételes formázás varázslatával – hőtérképpé alakul.

Bónuszként bedobtam egy vonaldiagramot, így más módon is láthatod a hétköznapok közötti különbséget.

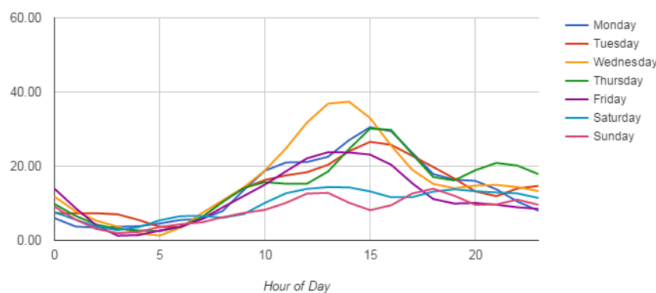
Miért simítjuk ki az adatokat?

Az átlagolás után is van „zaj” a véletlenszerű variációból. Ez különösen igaz, ha a számok kisebbek, például kora reggel. Minket nem a zaj érdekel: szeretnénk látni a különbséget a hullámok és a trendek között.

Van egy “csúcs” 17:00-kor a diagrammon, az emberek miért konvertálnak nagyobb valószínűséggel ebben az órában? Vagy ez az óra csak néhányszor szerencsés volt, és nem várható, hogy jobb teljesítményt nyújtson a 16:00-nál. vagy 18:00. a jövőben? Az adatok simításával elkerüljük a nem aktuális fontos jellemzőket tükröző csúcsokat, és könnyebben átlátjuk a trendeket.



Sima nézet



Simított nézet

Nyers-V-Simítás

Hogyan simítsuk ki az adatokat? Gondolkodtam az egyszerű exponenciális simításon, de ez csak egyenlő súlyt jelenthet az egyes órákra. Ehelyett úgy döntöttem, hogy egy 5 széles súlyozott simítóablakot használok, hogy megkapjam a mozgóátlagot, szimmetrikus súlyokkal: a 9:00-ra vonatkozó adatok valójában reggel 7:00 és 11:00 közötti adatokból származnak, de a legmagasabb súlyozással a 9:00-as adatok rendelkeznek.

Dátumtartományok (Data Ranges)

Meddig kell/lehet visszanézni? Ez egy érdekes kérdés. A túl rövid dátumtartomány azt jelenti, hogy nincs elég adatod, és nem tudod elkerülni a véletlenszerű ingadozásokat. A túl hosszú azonban azt jelenti, hogy az adatok elavultak lehetnek, különösen akkor, ha jelentős változtatásokat hajtottál végre fiókban vagy a weboldalon.

Alapszabályként azt javaslom, hogy legyen elég hosszú időkeret az 1500 konverzió eléréséhez és használj legalább hat hetet, mivel a hét minden napjára szükség van ahhoz, hogy elegendő adat legyen. Ha valóban nem vagy biztos benne, mindig kipróbálhatod a szkriptet különböző dátumtartományokban és megnézheted, hogy vannak-e benne nagy különbségek.

Mi a helyzet a szezonalitással?

Ha olyan ügyfelét nézed, ahol nagy a csúcsszezon – például az utazás –, akkor lehet, hogy nem szeretnéd ezeket a csúcsokat az év többi részével együtt nézni. Az átlagok azokra a napokra tolnak el, amikor nagyobb volt a forgalom. Ennek elősegítése érdekében a szkript lehetővé teszi több dátumtartomány megadását.

Például, ha nem szeretnéd látni a szeptemberi adatokat, akkor beállíthatsz egy dátumtartományt júliustól augusztusig, egy másikat pedig októberre: a szkript hőtérképet ad erre a három hónapra.

A szkriptnek megadhatod egyedi dátumokat is, melyeket nem szeretnéd, hogy bekerüljenek a hőtérképbe. Azt szeretnéd, ha a hőtérkép egy napra jellemző teljesítményt tükröznék, ezért ki akarod hagyni a rendhagyó napokat – például, amikor munkaszüneti nap volt, amikor nagy leárazás volt, vagy amikor a hirdetéseid megjelentek egy nagyobb csatornán, például a tévében, rádióban stb... Lehetnek más alkalmak is, attól függően, hogy mi befolyásolja a forgalmat, például egyéb nagyobb események (sportesemények, politikai bejelentések), háború, stb... Akkor is érdemes napokat kihagyni, ha tudod, hogy probléma volt az adatokkal, például ha webhely nem működött fejlesztés miatt - vagy más miatt -, minden hirdetés szünetelt, vagy a konverziókövetés megszakadt.

A szkript megszámlálja, hogy a hét egyes napjai milyen gyakran jelennek meg a dátumtartomány(ok)ban és ezzel a számmal átlagolja azt. Így nem kell aggódnod a hetek egész számának használatától. NE használd a mai adatokat, mert nem lesznek teljesek. Ezenkívül a "hézagok" enyhén akadályozhatják a simítást! Ezért próbáld meg, hogy ne legyen túl sok figyelmen kívül hagyható nap a dátumtartományban.

A Szkript használata

Saját hőtérképek készítéséhez először is készíts egy másolatot [erről a sablonról](#). A formázást beállítottam számodra, tehát amiatt ne aggódj!

*Megjegyzés: Sablonban a hőtérkép úgy van beállítva, hogy a magasabb számokat **zölden**, az alacsonyabbakat **pirossal**, a középén lévőköt pedig **sárgával** jelenítse meg. Ha módosítani szeretnéd ezt a sablon másolatában, akkor kattints a B4 cellára, majd lépj a Formátum menübe, és válaszd a Feltételes formázás lehetőséget. Oldalt megjelenik egy „Feltételes formátumszabályok” sáv. Kattints a „Színskála B4:H27” feliratra. Ezután kiválaszthatod a kívánt színeket. Ha befejeztél a módosítások alkalmazásához kattints a „Kész” gombra. A grafikonon a vonalak színét és/vagy stílusát is módosíthatod.*

Ezután másold ki és illessze be az alábbi szkriptet az Ads-fiókba és módosíts néhány beállítást:

- A **spreadsheetUrl** a hőtérkép-sablon másolatának URL-je. Ez az a hely, ahol a hőtérképek betöltődnek.
- A **dateRanges** azokat a dátumokat írja ki, amelyekről adatokat szeretnél lekérni. Több dátumtartományt is megadhatsz. Minden dátumtartomány az „éééé-hh-nn, éééé-hh-nn” formátumot használja.
- Az **ignoreDates** az egyes napok adatainak kizárására szolgál. Ezek a dátumok vesszővel elválasztott listája „éééé-hh-nn” formátumban.
- A **fields** a megjeleníteni kívánt különböző mutatók felsorolására szolgál. Tedd idézőjelbe, vesszővel elválasztva. Ezek mind olyan mutatók, amelyek egyszerűen összeadhatók és átlagolhatók (nem pedig olyanok, amelyeknél bonyolultabb számításokra van szükség). A „Impressions,” „Clicks,” „Cost,” „ConvertedClicks,” „Conversions” és „ConversionValue.”
- A **CalculatedFields** olyan metrikákra szolgál, amelyeket nem lehet csak összeadni és átlagolni. Ha például a CTR-t (átkattintási arányt) szeretnél megjeleníteni, akkor nem tudod egyszerűen összeadni a nap egyes óráinak CTR-jét; a szkriptnek ki kell számítania azt a kattintásokból és a megjelenítésekből, miután azokat átlagolta és kisímitotta. Ez egy vesszővel elválasztott lista, idézőjelben, az egyik mezőt a másikkal osztva. Például a „Click/Impressions” (a CTR megadásához) és a „ConvertedClicks/Clicks” (a kattintási konverziós arány kiszámításához).
- A **campaignNameContains** segítségével leszűkítheted, hogy mely kampányokból kapjon adatokat. Ha például „Vásárlás” értékre van állítva, a szkript csak azokat a kampányokat nézi, amelyek nevében szerepel a „vásárlás”. Nem tesz különbséget a kis- és nagybetűk között.
- A **campaignNameDoesNotContain** néhány kampány figyelmen kívül hagyására szolgál. Ha például „brand” értékre van állítva, akkor a szkript nem nézi meg a „brandy” szót tartalmazó kampányokat. **FONTOS!! NEM különbözteti meg a kis- és nagybetűket.**
- Az **ignorePausedCampaigns** értéket igazra - true - kell állítani, ha csak a jelenleg aktív kampányokat szeretnél megnézni, vagy hamis - false - értékre, ha bele szeretnéd venni őket is. Az

eltávolított kampányokat a szkript mindig figyelmen kívül hagyja!!

Ezután futtasd le a szkriptet éééés....

Voálá!

A Google-táblázatban minden mezőhöz rendelkezned kell egy munkalappal, amely tartalmazza a mező hő térképét és vonaldiagramját.

Fontos, hogy ha másodszor is futtatod a szkriptet, az felülírja az adatokat, így ha többször szeretnéd futtatni a szkriptet különböző kampányokhoz vagy dátumtartományokhoz, akkor minden egyes futtatás után le kell töltened az adatokat, vagy másik táblázatot létrehozni mindegyikhez!!

Vannak speciális beállítások is – ezt nyugodtan hagyd figyelmen kívül!

A **smoothingWeight** blokk a 68. sorban határozza meg a súlyozott mozgóátlag súlyait, amely simítja az adatokat. Az alapértelmezett érték [0,25, 0,75, 1, 0,75, 0,25]: ez azt jelenti, hogy a szkript összeadja az aktuális óra mérőszámát, a következő és az előző órák mérőszámának 75 százalékát, valamint a mutató 25 százalékát két órával előtte és utána , majd osztja hárommal (a súlyok összege).

Ha más súlyozásokkal szeretnél kísérletezni, próbáld meg megváltoztatni a blokkot. Vagy ha egyáltalán nem szeretnél simítást, állítsd a **smoothingWeight** értéket [0,0,1,0,0] értékre.