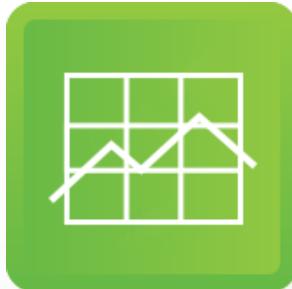


Online marketingové nástroje

4. Google Analytics - Správanie a Konverzie



Úloha na budúci týždeň – 4. prezentácia

1. Aktualizujte **checklist (kontrolný zoznam)** ku Google Analytics o **nové poznatky**.
2. Analyzujte dátu z Google Analytics rozhrania pre **Správanie**, **záznamenáte** dátu a **interpretujete** ich.
3. Analyzujte dátu z Google Analytics rozhrania pre **Ciele**, **záznamenáte** dátu a **interpretujete** ich.
4. Zostavíte **persóny** (Mužskú/Ženskú podľa opodstatnenia) na základe **dát z Google Analytics** (segmentov) v **nástroji Xtensio**.

Obdobie celý rok 2021

Čo je prvý krokom analýz/merania?

- A. Založenie Google Analytics
- B. Zdokumentovanie technickej infraštruktúry
- C. Vytvorenie plánu implementácie
- D. Stanovanie obchodných cieľov

Typy ciel'ov

Website

Objective

Ecommerce

Purchase

Leads

Capture contact details

Content

Engaged with content

Support

Helped themselves

Inteligentné (smart) ciele

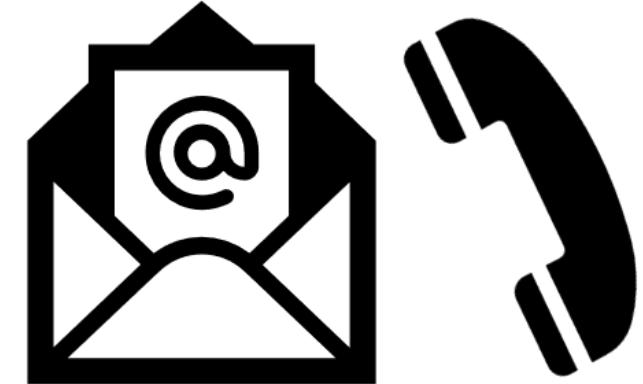
Makro konverzie



Nákup



Vyplnenie
formulára



Email alebo
Volanie

Mikro konverzie



Kontakt



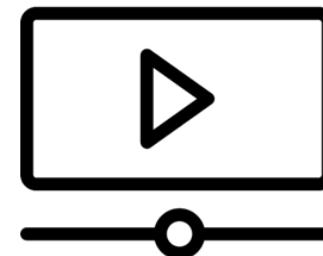
Čas strávený na
stránke



Prezretých stránok /
Relácie



Stiahnutie
PDFka



Prezretie
video

Conversions are any action that is **valuable**.

Real, calculated or symbolic

Cesta zákazníka



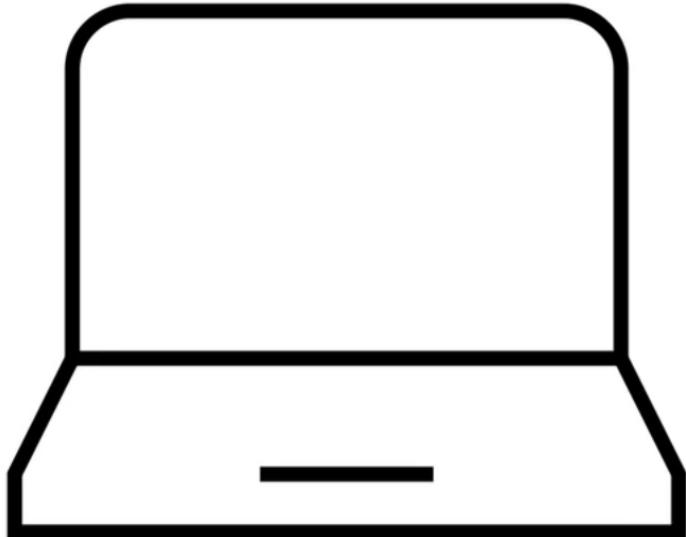
Konverzie, Akvizície, Leady

Type of value	Example
Real	Credit card payment amount
Calculated	Average value of leads
Symbolic	Form submissions are most important

Vaším cieľom je maximalizovať počet predajov cez web. Ktorá z nasledujúcich metrík vám umožní overiť plnenie tohto cieľa?

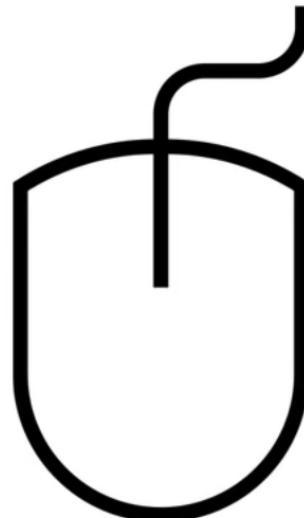
- A. Počet návštev
- B. Počet zobrazených stránok na návštevu
- C. Miera okamžitého opustenia
- D. Konverzný pomer elektronického obchodu

Typy cieľov



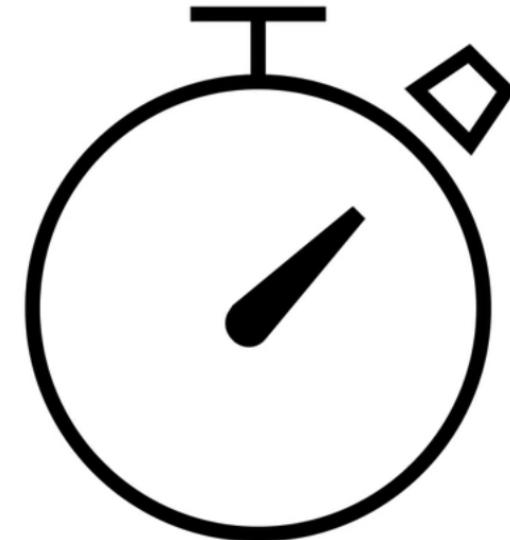
Pages

Stránky
(Ciele)



Events

Udalosti



Engagement

Zapojenie
(Dĺžka trvania)

Page-Based Goals

- ▶ Conversion page
- ▶ Allows for up to 20 funnel steps
- ▶ Ideal for:
 - ▶ Forms
 - ▶ Signups
 - ▶ Any stepped process
- ▶ Don't use for online purchases (use ecommerce)

Event-Based Goals

- Events need to be tracked first
- No funnel steps
- Ideal for:
 - Downloads
 - Clicks on links/buttons
 - Interactions (e.g. videos)
 - Single step actions

Engagement Goals

- Time-based or pageview-based
- Inflates conversion numbers
- Ideal for:
 - Sites without any page or event goal options
 - Branding and content sites

Creating a Destination-Based Goal

- Identify the steps
- Ensure the thank you page is unique (for the action)
- Configure the goal in Google Analytics



Zobraziť

+ Vytoriť zobrazenie

Hlavný Profil - Master



Nastavenia zobrazenia

Správa prístupu na čítanie

Ciele

Zoskupovanie podľa obsahu

Filtre

Nastavenia kanála

Nastavenie elektronického obchodu

Vypočítané metriky BETA

OSOBNÉ NÁSTROJE A PRVKY

Segmenty

Doplnky



1 Nastavenie cieľa

Šablóna

Ak chcete začať s vopred nastavenou konfiguráciou, vyberte šablónu.

VÝNOSY

- Uskutočnenie platby Uskutočnená platba online
- Registrácia online Uskutočnená registrácia na účasť v kurze alebo naplánované stretnutie
- Naplánovanie návštavy Dohodnutie stretnutia alebo rezervácie
- Darovanie Uskutočnené darovanie online

AKVIZÍCIA

- Vytvorenie účtu Úspešná registrácia, vytvorenie účtu alebo zobrazenia

OTÁZKY

- Odoslanie Nahraná alebo vyplnená online žiadosť, skúška alebo formulár
- Zobrazenie rozvrhu Zobrazený kalendár alebo termíny

INTERAKCIA

- Prehranie mediálneho obsahu Prehrávané interaktívne médiá, ako napríklad video, prezentácia alebo ukážka produkту
- Zdieľanie obsahu alebo spojenie so sociálnymi kontaktmi Zdieľané v sociálnej sieti alebo odoslané e-mailom
- Prihlásenie na odber bulletinu Uskutočnená registrácia na odber bulletinu alebo informačných e-mailov



SPRÁVCA

POUŽÍVATEĽ



Zobrazit

+ Vytvoríť zobrazenie

Hlavný Profil - Master

 Nastavenia zobrazenia

Správa prístupu na čítanie

 Ciele

Zoskupovanie podľa obsahu

Filtre

Nastavenia kanála

Nastavenie elektronického obchodu

Vypočítané metriky BETA

OSOBNÉ NÁSTROJE A PRVKY

Segmenty

Poznámky

Vlastné

2 Opis cieľa

Názov

Vlastný cieľ

Identifikátor cieľového priestoru

Identifikátor cieľa 20 / skupina cieľov 4

Typ

- Cieľ napr. podakovanie.html
- Dĺžka trvania napr. päť minút a viac
- Počet stránok alebo obrazoviek na reláciu napr. tri stránky
- Udalosť napr. prehratie videa

 Inteligentný cieľ Dosiahli ste limit jeden Inteligentný cieľ na zobrazenieSledujte návštavy webu s najväčšou interaktivitou a automaticky meňte tieto návštavy na ciele. Potom na základe týchto cieľov zlepšite ponuky v službe Google Ads. [Dalšie informácie](#)

Vyberte typ cieľa.

Pokračovať

Zrušiť

3 Podrobnosti cieľa

Zrušiť

Vytvorenie cieľa

Pre prístup do prehľadov konverzií musíte povoliť:

1. Sledovanie elektronického obchodu (eCommerce tracking)
2. Stanovte si ciele

PREHĽADY	Reports
▶ V reálnom čase	REAL-TIME
▶ Publikum	AUDIENCE
▶ Akvizícia	ACQUISITION
▶ Správanie	BEHAVIOUR
▶ Konverzie	CONVERSIONS

SPRÁVCA POUŽÍVATEĽ'

Zobraziť Vytoriť zobrazenie

Hlavný Profil - Master

Nastavenia zobrazenia

Správa prístupu na čítanie

Ciele

Zoskupovanie podľa obsahu

Filtre

Nastavenia kanála

Nastavenie elektronického obchodu

Vypočítané metriky

OSOBNÉ NÁSTROJE A PRVKY

Segmenty

Poznámky

Nastavenia viackanálových lievkov

Vlastné zoskupenie kanálov

Vložené upozornenia



Nastavenie elektronického obchodu

Povolenie elektronického obchodu

Postupujte podľa referenčného sprievodcu pre vývojárov elektronického obchodu, aby ste správne nastavili kód sledovania na svojich webových stránkach.

ZAP

Povoliť prehľady rozšíreného elektronického obchodu

ZAP

Checkout Labeling voliteľné

Vytvorte štítky pre kroky lievika platobného procesu, ktoré ste určili v kóde sledovania elektronického obchodu. Názvy by mali byť ľahko zrozumiteľné a zmysluplné, pretože sa budú zobrazovať v prehľadoch.

KROKY LIEVIKA

1. Návšteva Stránky
2. Registrácia/Login
3. Vloženie Kurzu do Košíka
4. Rekapitulácia a Potvrdenie Objednávky
5. Prijatie Objednávky

+

Pridať krok lievika

Uložit

Zrušit

SPRÁVCA POUŽÍVATEĽ

Zobrazit 

Hlavný Profil - Master

 Nastavenia zobrazenia

Správa prístupu na čítanie

 Ciele

Zoskupovanie podľa obsahu

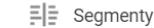
 Filtry

Nastavenia kanála

Nastavenie elektronického obchodu

Vypočítané metriky **BETA**

OSOBNÉ NÁSTROJE A PRVKY

 Segmenty Poznámky

Nastavenia viackanálových lievíkov

 Vlastné zoskupenie kanálov **BETA** Vlastné upozornenia + NOVÝ CIEĽ

Importovať z Galérie

Vyhľadávanie

<input type="checkbox"/>	Ciel'	Identifikátor	Typ	Konverzie za posledných 7 dní	Zaznamenávanie
<input type="checkbox"/>	3+ podstránky	Identifikátor cieľa 16 / skupina cieľov 4	Počet stránok alebo obrazoviek na reláciu	406	
<input type="checkbox"/>	6+ minutová návšteva	Identifikátor cieľa 17 / skupina cieľov 4	Trvanie	310	
<input type="checkbox"/>	Contact Form Submission	Identifikátor cieľa 9 / skupina cieľov 2	Udalosť	0	
<input type="checkbox"/>	Inteligentný cieľ'	Identifikátor cieľa 15 / skupina cieľov 3	Inteligentný cieľ'	201	
<input type="checkbox"/>	Kontakt	Identifikátor cieľa 8 / skupina cieľov 2	Ciel'	8	
<input type="checkbox"/>	Mikrokonverzia	Identifikátor cieľa 14 / skupina cieľov 3	Udalosť	55	
<input type="checkbox"/>	Nákup	Identifikátor cieľa 12 / skupina cieľov 3	Udalosť	15	
<input type="checkbox"/>	Návšteva 10 Minút	Identifikátor cieľa 3 / skupina cieľov 1	Trvanie	257	
<input type="checkbox"/>	Návšteva 20 Minút	Identifikátor cieľa 1 / skupina cieľov 1	Trvanie	220	
<input type="checkbox"/>	Návšteva 5 Minút	Identifikátor cieľa 4 / skupina cieľov 1	Trvanie	310	

Zobrazit riadky

10

1 – 10 z 19



4 typy cieľov

Cieľová stránka



Trvanie



Stránky/obrazovky



Udalosti

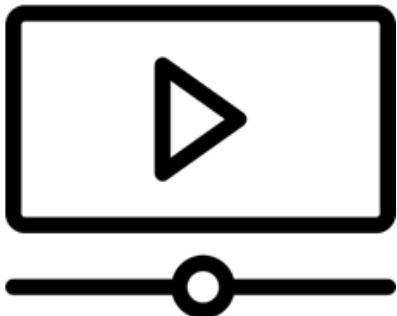


Goal = Conversion

Ked' nastavíte ciele môžete zistit'/merať?

- A. Mieru okamžitého opustenia
- B. Zoznam interakcii
- C. Tržby z elektronického obchodu
- D. Mieru konverzie

Ciel'udalostí



Vytvorenie ciel'a

The screenshot illustrates the process of creating a goal in Google Analytics. The interface is divided into several sections:

- Left Sidebar:** A vertical menu with icons and labels: HOME, CUSTOMISATION, Reports, REAL-TIME, AUDIENCE, ACQUISITION, BEHAVIOUR, CONVERSIONS (highlighted in orange), and DISCOVER.
- Top Bar:** A navigation bar with "VIEW" and "Client X".
- Header Area:** Buttons for "View Settings", "Goals" (highlighted with a red box labeled 2), "Content Grouping", "Filters", "Channel Settings", and "E-commerce Settings".
- Middle Area:** A section for "Calculated Metrics BETA".
- Bottom Area:** A table for managing goals, featuring a "NEW GOAL" button (highlighted with a red box labeled 3) and a search bar.

Table Data:

	Goal	ID	Goal Type	Past 7 day conversions	Recording
<input type="checkbox"/>	SAT / Drivers Ed page	Goal ID 2 / Goal Set 1	Destination	125	<input type="button" value="ON"/>
<input type="checkbox"/>	Visit	Goal ID 1 / Goal Set 1	Destination	159	<input type="button" value="ON"/>

Vytvorenie ciel'a

1 Goal description

Name
thank you page

Goal slot ID
Goal ID 3 / Goal Set 1 ▾

2 Type

Destination e.g. thanks.html
 Duration e.g. 5 minutes or more
 Pages/Screens per session e.g. 3 pages
 Event e.g. played a video

Smart Goal Smart Goal not available.

Measure the most engaged visits to your website and automatically turn those visits into Goals. Then use those Goals to improve your AdWords bidding. [Learn more](#)

[Continue](#) [Cancel](#)

Vytvorenie ciel'a

Goal description Edit
Name: thank you page
Goal type: Destination

2 Goal details
Destination
Equal to /thankyou Case sensitive
For example, use My Screen for an app and /thankyou.html instead of www.example.com/thankyou.html for a web page.

Value optional
ON 50 US\$USD
Assign a monetary value to the conversion. Learn more about Goal Values. For a transaction, turn the Goal Value off and use Ecommerce tracking and reports to see Revenue. Learn more about Ecommerce Transactions.

Funnel optional
OFF
Specify a path that you expect traffic to take towards the destination. Use it to analyse the entrance and exit points that impact your Goal.

This Goal would have 7% conversion rate based on your data from the past 7 days. Try a different set-up.
Re-verify

Save Cancel

Vytvorenie cieľa

The diagram illustrates the process of creating a goal in Google Analytics. On the left, a smartphone icon displays a registration confirmation message: "Ďakujeme, že ste sa zaregistrovali". An arrow points from this screen to a "Goal details" section on the right. This section shows a green checkmark next to "Goal description" with the name "thank you page" and type "Destination". A red box highlights the "Destination" input field, which contains the URL "www.menofirmy.sk/thankyou-stranka.html". Below the URL, a note says "For example, use My Screen for an app and /thankyou.html instead of www.example.com/thankyou.html for a web page." To the right of the URL input is a "Case sensitive" checkbox. The entire "Goal details" section is also enclosed in a large red box.

Goal description Edit

Name: *thank you page*
Goal type: *Destination*

2 Goal details

Destination

Equal to Case sensitive

For example, use *My Screen* for an app and */thankyou.html* instead of *www.example.com/thankyou.html* for a web page.

• —

Ďakujeme, že
ste sa
zaregistrovali

www.menofirmy.sk/thankyou-stranka.html

7%

Vytvorenie ciel'a

www.menofirmy.sk/thankyou.html

Goal description [Edit](#)

Name: *thank you page*
Goal type: *Destination*

2 Goal details

Destination

Equal to /thankyou.html Case sensitive

Equal to /thankyou
 Begins with /thankyou.html
 Regular expression /thankyou.html\?



Vyhľadávať v prehľadoch a p

Akvizícia

Správanie

Prehľad

Tok správania

Obsah webu

Rýchlosť webu

Prehľad

Časovanie stránok

Návrhy na zrýchlenie
Trvanie aktivít používateľov

Vyhľadávanie na webe

Udalosti

Vlastník

Experimenty

Konverzie

Atribúcia VERZIA BETA

Počet zobrazení stránky, ktoré odoslali vzorku načítania stránky: 3 538

Priemerný čas načítania stránky (s)	Priem. čas presmerovania (s)	Priem. čas vyhľadania domény (s)	Priem. čas spojenia so serverom (s)	Priem. čas odpovede servera (s)	Priem. čas stiahnutia stránky (s)
4,69	0,33	0,01	0,04	1,85	0,04

Rýchlosť webu

Prehliadač

Krajina

Stránka

Prehliadač

Prehliadač	Priemerný čas načítania stránky (s)
Edge	3,17
Safari	3,81
Firefox	4,01
Chrome	4,81
Opera	5,15
Safari (in-app)	5,41
Internet Explorer	6,81
Android Webview	7,20
Samsung Internet	9,12

zobraziť úplný prehľad

Tento prehľad sa vygeneroval dňa 14. 3. 2022 o 22:06:16 - Obnoviť prehľad

Vyhľadávať v prehľadoch a p

Akvizícia

Správanie

Prehľad

Tok správania

Obsah webu

Rýchlosť webu

Prehľad

Časovanie stránok

Návrhy na zrýchlenie

Trvanie aktivít používateľov

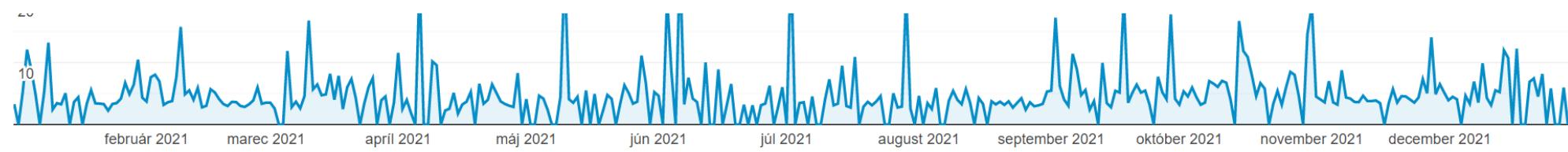
Vyhľadávanie na webe

Udalosti

Vlastník

Experimenty

Konverzie

Atribúcia VERZIA BETA

Primária dimenzia: Stránka Názov stránky Zoskupovanie podľa obsahu: žiadne Iné

Sekundárna dimenzia Typ zoradenia: Predvolené

rozšírené

Stránka	Zobrazenia stránky	Priemerný čas načítania stránky (s) (v porovnaní s priemerom stránky)
	285 283 % z celkovej hodnoty metriky: 100,00 % (285 283)	4,69 Priem. na zobrazenie: 4,69 (0,00 %)
1. /	55 391	35,06 %
2. /login/	11 596	-27,04 %
3. /moje-kurzy/	8 637	36,25 %
4. /online-kurzy-marketing-reklama-a-pravo/	6 098	-19,94 %
5. /online-kurzy-kancelarske-baliky/	6 018	2,04 %
6. /online-kurzy-grafika-a-dizajn/	5 543	-7,22 %
7. /online-kurzy-programovacie-jazyky/	5 321	-5,01 %
8. /moj-profil/	5 301	-9,63 %
9. /online-kurzy-administracia-it/	5 140	-20,53 %
10. /studijny-plan/	4 914	-38,09 %

Zobrazit riadkov: 10 Preísť na: 1 1 – 10 z 6030



Vyhľadávať v prehľadoch a ľ...



Akvizícia

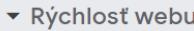


Správanie

Prehľad

Tok správania

Obsah webu



Rýchlosť webu

Prehľad

Časovanie stránok



Návrhy na zrychlenie

Trvanie aktivít používateľov

Vyhľadávanie na webe

Udalosti

Vlastník

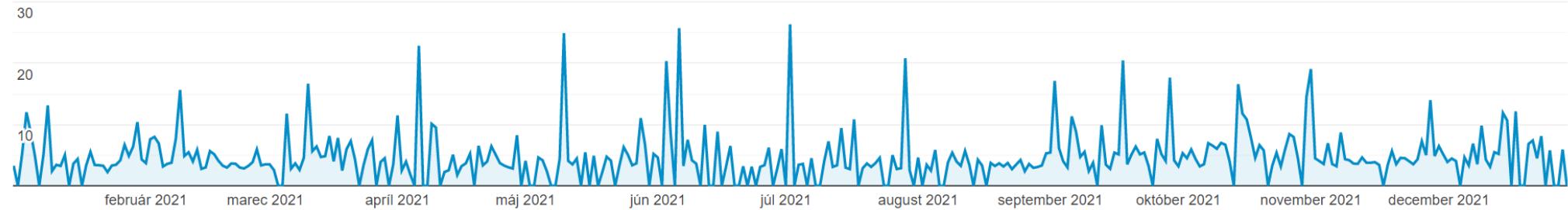
Experimenty



Konverzie



Atribúcia VERZIA BETA



Stránka	Zobrazenia stránky	Priemerný čas načítania stránky (s)
1. /	55 391	6,34
2. /login/	11 596	3,42
3. /moje-kurzy/	8 637	6,39
4. /online-kurzy-marketing-reklama-a-pravo/	6 098	3,76
5. /online-kurzy-kancelarske-baliky/	6 018	4,79
6. /online-kurzy-grafika-a-dizajn/	5 543	4,35
7. /online-kurzy-programovacie-jazyky/	5 321	4,46
8. /moj-profil/	5 301	4,24
9. /online-kurzy-administracia-it/	5 140	3,73
10. /studijny-plan/	4 914	2,90

1 – 10 z 6030

Tento prehľad sa vygeneroval dňa 14. 3. 2022 o 22:08:02 - [Obnoviť prehľad](#)

www.google.sk

Analyzovať

Upravte svoje webové stránky tak, aby boli rýchle vo všetkých zariadeniach

ĎALŠIE INFORMÁCIE

[Novinky](#)[Dokumentácia](#)[Ďalšie informácie o výkonnosti webov](#)

<https://pagespeed.web.dev/>

Analyzovať Mobil  Desktop

Zistite, akú skúsenosť majú vaši skutoční používatelia

Zistite výkonnosť svojho webu na základe údajov od skutočných používateľov po celom svete.

[Táto webová adresa](#) [Zdroj](#) <https://www.google.sk/>**Hodnotenie Core Web Vitals: prešiel**Vypočítané z metrik  Core Web Vitals za posledné 28-dňové obdobie zhromažďovania.[Ďalšie informácie](#)[Rozbalit' zobrazenie](#) First Contentful Paint (FCP)

0.9 s

 Largest Contentful Paint (LCP) 

1.1 s

 First Input Delay (FID) 

32 ms

 Cumulative Layout Shift (CLS) 

0.00

Tvorba segmentov

The screenshot shows a user interface for creating segments. On the left, there's a sidebar with the following items:

- Všetky relácie 100,00 %
- Ferko (highlighted with a red box)
- Demografické... 1 (highlighted with a red box)
- Technológia 3 (highlighted with a red box)
- Správanie
- Dátum prvej relácie
- Zdroje návštěvníků
- Rozšírené
- Podmienky
- Sekvencie

The main panel has the following sections:

- Technológia**: A section for defining segments based on the technologies users use. It includes:
 - Operačný systém**: Set to "obsahuje" Windows.
 - Verzia operačného systému**: Set to "obsahuje" 7.
 - Prehliadač**: Set to "obsahuje" Chrome.
 - Verzia prehliadača**: An empty field.
 - Rozlíšenie obrazovky**: An empty field.
 - Kategória zariadenia**: An empty field.

At the top right of the main panel, there are buttons for **+ Pridať segment**, **Uložiť**, **Zrušiť**, and **Ukážka**.

Nové segmenty

Všetky relácie
100,00 %

+ Pridať segment

Ferko

Uložiť Zrušiť Ukažka

Demografické... 1

Technológia 3

Správanie

Dátum prvej relácie

Zdroje návštěvníků

Rozšírené

Podmienky

Sekvencie

Technológia

Rozdelenie relácií používateľov do segmentov podľa toho, aké webové a mobilné technológie používajú.

Operačný systém

obsahuje Windows

Verzia operačného systému

obsahuje 7

Prehliadač

obsahuje Chrome

Verzia prehliadača

obsahuje

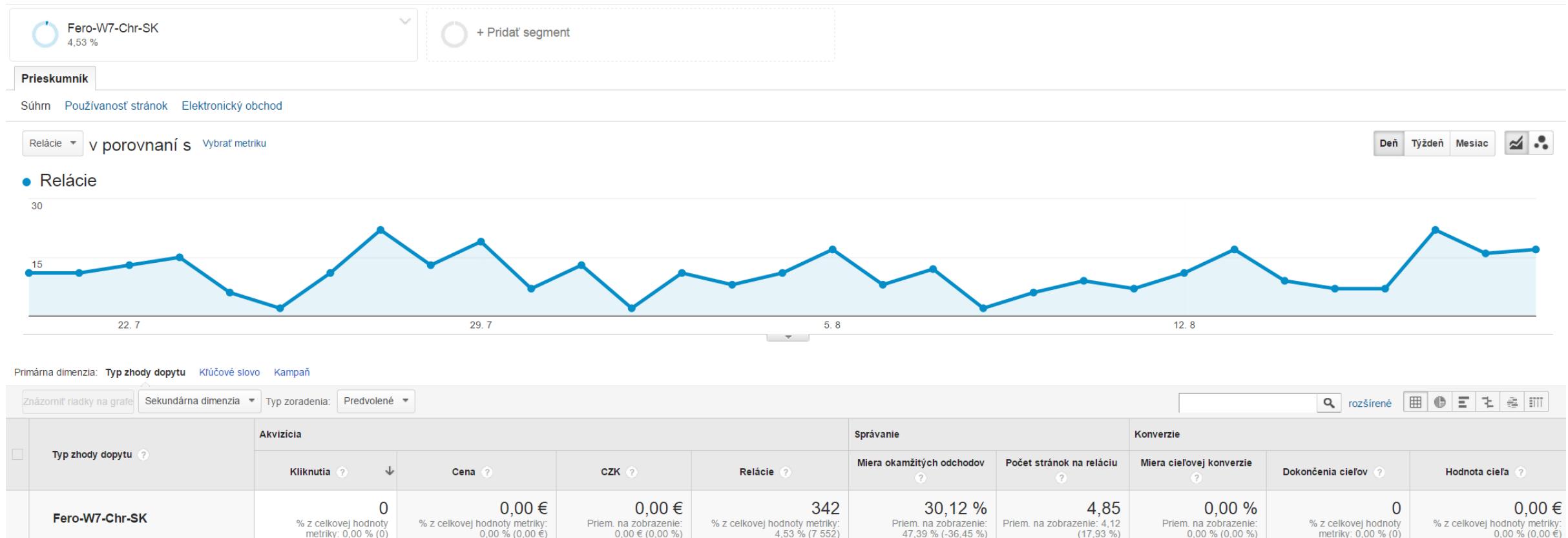
Rozlíšenie obrazovky

obsahuje

Kategória zariadenia

obsahuje

Používame nové segmenty



Odporučané segmenty

The screenshot shows the Google Analytics 'Prehľad publika' (Public Overview) page. On the left sidebar, under 'Aktívni používatelia VERZIA BETA', the 'Publikum' (Public) and 'Prehľad' (Overview) buttons are highlighted with red boxes. In the main content area, a red box highlights the 'Importovať z galérie' (Import from gallery) button in the top navigation bar of the segment list. Another red box highlights the 'Vyberte segment zo zoznamu' (Select a segment from the list) input field. The segment list shows various categories like 'Všetky' (All), 'Systém', 'Vlastné', etc., with a red box around the 'Importovať' (Import) button at the bottom right of the list.

Prehľad publika

Poslat' e-mailom Exportovať Pridať na informačný panel Skratka

Všetky relácie Vyberte segment zo zoznamu

+ NOVÝ SEGMENT Importovať z galérie Zdieľať segment

Názov segmentu

Zobraziť segmenty

Všetky

Systém

Vlastné

Zdieľané

S hviezdičkou

Vybraté

(not provided)

AK: "Oligar...

AK: All Socia...

AK: Loyal Vi...

AK: Non-Flir...

AK: Visits vi...

Bez konverz...

Blog Comm...

Occam's Razor Awesomeness

Autor Avinash Kaushik 20.8.2013

★★★★★ (183) + 117 923 g+ Like Tweet

A collection of my top Segments, custom reports and dashboards critical for any Analytics user.

New Google Analytics User Starter Bundle

Autor The Google Analytics Team 20.9.2013

★★★★★ (91) + 110 212 g+ Like Tweet

A bundle of the must-have dashboards, custom reports and segments for any new Google Analytics user. Includes: Really Engaged Traffic segmentation analysis, Visitor Acquisition Efficiency analysis, Mobile metrics by hour segment, SEO: Referring Pages custom...

Riešenia, ktoré musíte vyskúšať!

New Google Analytics User Starter Bundle

Autor The Google Analytics Team 20.9.2013



110 140



Viac od autora The Google Analytics Team

A bundle of the must-have dashboards, custom reports and segments for any new Google Analytics user. Includes: Really Engaged Traffic segmentation analysis, Visitor Acquisition Efficiency analysis, Mobile metrics by hour segment, SEO: Referring Pages custom...

Occam's Razor Awesomeness

Autor Avinash Kaushik 20.8.2013



117 866



Viac od autora Avinash Kaushik

A collection of my top Segments, custom reports and dashboards critical for any Analytics user.

Galéria riešení

Čo sú persóny?

- Špecifické archetypy ľudí v danej cieľovej skupine
- Vymyslené postavy reprezentujúce ciele a chovanie rôznych skupín používateľov alebo zákazníkov
- Pomáha riadiť rozhodnutia o vlastnostiach produktu, navigácii, interakciách a vizuálnych prvkov
- Cieľová skupiny ≠ persona



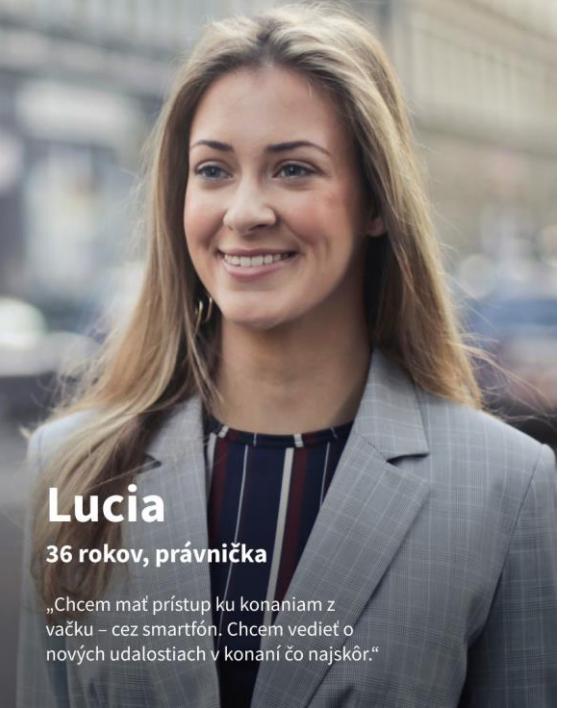
Cieľovka vs. Persona

- Ženy vo veku **25 až 34 rokov**, žijúce v Bratislave s minimálnou mzdou na materskej dovolenke.
- Znie to sice **konkrétné**, ale **ženy v skupine môžu mať rôzne túžby, preferencie a priania.**
- Žofia, **28 rokov, administratívny pracovník**, ktorá ide na materskú.
- Žije v Bratislave, používa iphone/tablet s Androidom.
- Pravidelne navštevuje diskusné fóra pre mamičky a osobný rozvoj.

Ideálny zákazník postavený na reálnych dátach

advokát firemný právnik štatutár asistent advokáta koncipient

firemný právnik z inej oblasti iné poverené osoby...



Lucia

36 rokov, právnička

„Chcem mať prístup ku konaniam z vačku – cez smartfón. Chcem vedieť o nových udalostiach v konaní čo najskôr.“

konatel firmy majiteľ firmy zástupca asistent účtovník ...

Milan

50 rokov, konatel malej firmy

„Komunikácia so štátom online je nutnosť – očakávam v tomto proaktívitu od všetkých úradov a inštitúcií. Štát by mal byť partnerom v podnikaní a ukázať mi, ako komunikovať efektívnejšie.“



živnostník

Klára

41 rokov, cukrárka

„Zaujíma ma, ako môžem vybaviť veci so štátom ľahšie a rýchlejšie online. Nemám čas behať po úradoch.“



bežný občan mamička na materskej zahraničná osoba

hendikepovaná osoba ...



Rudolf

34 rokov, asistent

„Zaujíma ma, ako môžem vybaviť veci so štátom ľahšie a rýchlejšie online. Behanie po úradoch je strata času.“

Príklady persón Slovensko.sk

Ako na tvorbu person/segmentov

Určite si ciele

- Akú konverziu chcete, aby daná persona vykonalá?
- Nákup vášho produktu? Ktorého?
- Objednanie konzultácie? Prihlásenie na odoberanie newslettera?

Zbieranie a skúmanie dát

- Prečo on/ona používa váš produkt?
- Čo ju/jeho motivuje k používaniu produktu konkurencie?
- Aké informácie sú pre neho/ňu nevyhnutné, aby sa rozhadol pre kúpu vášho produktu/služby?
- Kde na internete trávi najviac času?

Kde čerpať dáta?

Popis cieľovej skupiny od klienta

Dotazníky

Google Analytics

Plánovač kľúčových slov

Používateľské profily a fóra

Sociálne siete, komentáre



Prince Charles

- Male
- Born in 1948
- Raised in the UK
- Married twice
- Lives in a castle
- Wealthy & famous



Ozzy Osbourne

- Male
- Born in 1948
- Raised in the UK
- Married twice
- Lives in a castle
- Wealthy & famous

* Personas shouldn't be about demographics.
Personas should be about the problems & challenges people face.

Ako má vyzerat' persóna?

Persona Name

BACKGROUND:

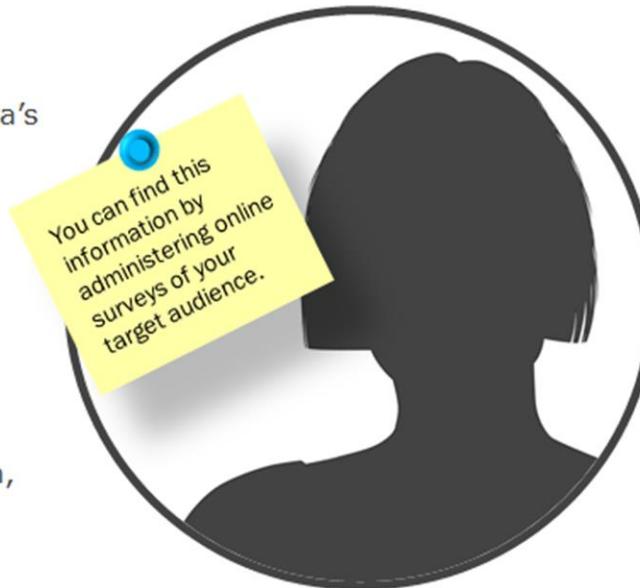
- Basic details about persona's role
- Key information about the persona's company
- Relevant background info, like education or hobbies

DEMOGRAPHICS:

- Gender
- Age Range
- HH Income (Consider a spouse's income, if relevant)
- Urbanicity (Is your persona urban, suburban, or rural?)

IDENTIFIERS:

- Buzz words
- Mannerisms



Sample Sally

BACKGROUND:

- Head of Human Resources
- Worked at the same company for 10 years; worked her way up from HR Associate
- Married with 2 children (10 and 8)

DEMOGRAPHICS:

- Skews female
- Age 30-45
- Dual HH Income: \$140,000
- Suburban

IDENTIFIERS:

- Calm demeanor
- Probably has an assistant screening calls
- Asks to receive collateral mailed/printed

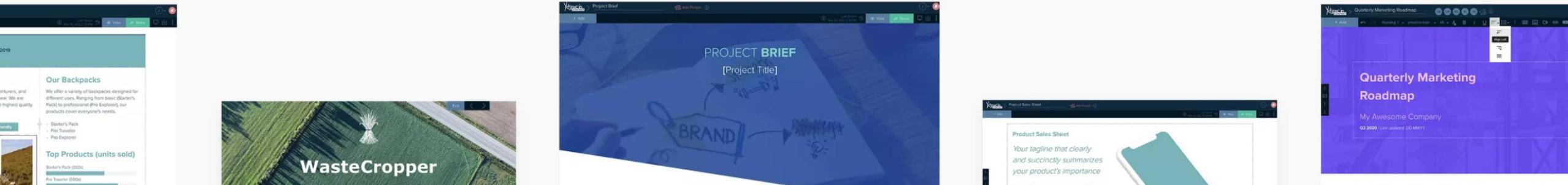
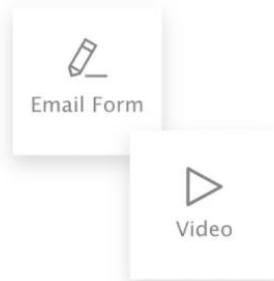




The easiest way to create and share better **sales col**

[Get Started — Free](#)

No account, no credit card required.



The collage illustrates the versatility of Xtensio's templates:

- Our Backpacks:** A catalog page showing a list of products like 'Starter's Pack' and 'Pro Explorer' with their respective sold quantities.
- WasteCropper:** An agricultural-themed template featuring a field image and the company name.
- Project Brief:** A template for a project brief, showing sections for 'PROJECT BRIEF' and '[Project Title]'.
- Quarterly Marketing Roadmap:** A template for a marketing roadmap, showing a timeline from Q3 2020 to Q4 2021.

AGE 1-100

OCCUPATION What they do for a living

STATUS Single, Married etc.

LOCATION Where they live/work

TIER Frequency of use

ARCHETYPE Character model

Trait

Trait

Trait



"Personal quotation."
(Capture the essence of why this person would have interest in your product/service.)

Motivations

Incentive

Fear

Achievement

Growth

Power

Social

Goals

- The goals this person hopes to achieve.
- Goal 2
- Goal 3

Frustrations

- The frustrations this person would like to avoid.
- Frustration 2
- Frustration 3

Bio

Describe this user; highlight the details of their personal and or professional lives that make them an ideal consumer of your product. What are their frustrations? What is holding them back from achieving their goals? What solutions are they seeking?

Personality

Extrovert

Introvert

Sensing

Intuition

Thinking

Feeling

Judging

Perceiving

Technology

IT & Internet



Software



Mobile Apps



Social Networks



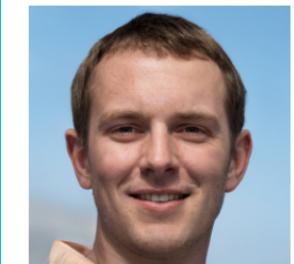
Brands

What are this user's favorite and most used brands? You can download logos from www.brandsoftheworld.com and display them in this section.



Mužská persóna

Mario thoughtful



Independent, hardworking, clever

Goals

- Learn to program effectively
- Adopt new technologies
- Improve your programming
- Solving problem developers

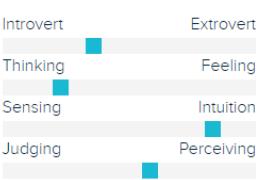
Frustrations

- Slow internet connection
- Poor battery life
- Data loss
- Failure to comply with project deadlines

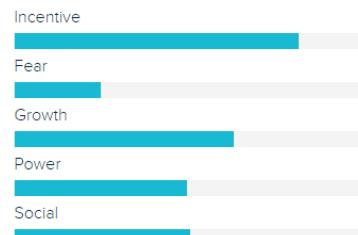
Bio

I like working with computer programs and programming new applications. My passion for working with data and developing new things started at an early age. This type of work sometimes requires more than 10 working hours a day, which is why I like to spend weekends in nature hiking. Although my work can sometimes be very stressful, I would never want to do anything else.

Personality



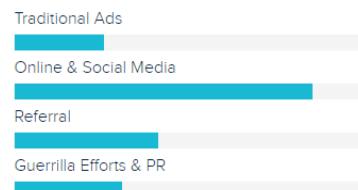
Motivation



Brands & Influencers



Preferred Channels



Mário Zamyslený



Nezávislý, Múdry, Pracovitý

Ciele

- Naučiť sa čo najviac s množstvo programovacích jazkov
- Získať master certifikát z Pythona
- Zlepšiť sa v kódení
- Byť viac tpeplivý

Frustrácie

- Zlé internetové pripojenie
- Slabá výdrž batérie
- Nevedomosť riešenia developérskeho problému
- Strata dát
- Virusy vo počítači

Bio

Rád pracujem s počítačovými programami. Moja väšeň pre pracu s dátami a vyvýhnaním nových vecí začala už v útľom veku. Práca tohto typu niekedy vyžaduje viac ako 10 pracovných hodín za deň, práve preto rád trávim víkendy v prírode turistikou. Aj keď moja práca môže byť niekedy veľmi stresujúca, nikdy by som nechcel robiť nič iné.

Motívacia



Preferované komunikačné kanály



Značky & Influencers



Ženská persóna

Mária Inovatívna



"Never stop learning, because life never stops teaching."

Vek: 28

Zamestnanie: Digitálny marketing

Rodinný stav: Nezadaná

Bydlisko: Slovensko

Osobnosť



Práca v tíme

Motivovaná

Prispôsobivá

Rýchlo učiaca sa

Ciele

- Dosiahnuť vyšší titul v oblasti marketingu
- Byť úspešná v práci na voľnej nohe

Frustrácie

- Nedostatok kreativity
- Zlé rozvrhnutie času
- Nízka produktivita

Bio

Práca v odbore marketing bola pre mňa vždy vytúženou. S radosťou chodím do práce každý deň, a to pretože mám svoju prácu rada. V poslednej dobe som si našla nové hobby - copywriting. Popri sociálnych sieťach ako Instagram a Facebook, sa snažim ísť s trendami a stiahla som si aj TikTok, Clubhouse atď. Aj keď už dávno neštudujem na vysokej škole, stále mám potrebu učiť sa nové veci. V mojom voľnom čase rada čitam knihy a pozerám programy o varení.

Motivácia

Podnet

Strach

Rast

Výkon

Spoločnosť



Preferované komunikačné kanály

Tradičné reklamy

Online & Sociálne siete

Guerrilla & PR

Odporučania

Zo segmentu publikum

Prehľad publika

20. 7. 2015 - 19. 8. 2015

Poslat' e-mailom Exportovať ▾ Pridať na informačný panel Skratka



W7

49,22 %

Prehľad

Relácie v porovnaní s Vybrať metriku

Relácie

400

200

22. 7

29. 7

5. 8

12. 8

- Upraviť
- Kopírovať
- Zdieľať
- Vybudovať publikum
- Odstrániť

Vybudujte si publikum, aby ste mohli s týmito používateľmi znova interagovať pomocou remarketingu [\[Viac informácií\]](#)

Zo segmentu publikum

The screenshot shows the Google Analytics interface. On the left, there's a sidebar with navigation links: 'VLASTNÍCTVO' (Property), 'Správa používateľov' (User management), 'Informácie o sledovaní' (View settings), 'PREPOJENIE SLUŽIEB' (Service integration), 'Prepojenie s účtom AdWords', 'Prepojenie s účtom AdSense', 'Prepojenie služby Ad Exchange', 'Všetky služby', 'Remarketing' (highlighted with a red box), 'Publikum' (highlighted with a red box), and 'Dynamické atribúty'. The main content area is titled 'Publikum' and contains the following text:

Vytvorte publikum, pomocou ktorého znova zapojíte používateľov a osloviť ich prostredníctvom marketingových integrácií vo vyhľadávaní a remarketing v Obsahovej sieti Google. [Ďalšie informácie](#)

Vytvorte svoje prvé publikum

✓ Konfigurácia prepojenia Upraviť
Zobrazenie: *Hrubé dátá*
Zdieľanie: *258-065-4163*

2 Aktivácia remarketingu
Keď povolíte remarketing, Google bude zhromažďovať ďalšie údaje o vašej návštěvnosti, na základe ktorých aktivuje **remarketing v Obsahovej a Vyhladávacej sieti**. Keď povolíte toto nastavenie, musíte zaistiť súlad s **pravidlami pre reklamné funkcie služby Google Analytics** vrátane pravidiel týkajúcich sa citlivých kategórií.

Vytvoríme pre vás vaše prvé publikum typu Všetci používatelia.

Aktivovať **Zrušiť**



SPRÁVCA

POUŽÍVATEĽ

Historia zmen vlastníctva

Dd Žiadosti o odstránenie dát



PREPOJENIA SLUŽIEB

Prepojenia účtov Google Ads

Prepojenia účtov AdSense

Prepojenia účtov Ad Exchange

Všetky služby

Volania postback

Definície publika

Publiká

Dynamické atribúty

Dd Vlastné definície

Dd Import údajov



Publiká

Vytvorte segmenty publika na interakciu so svojimi používateľmi prostredníctvom marketingových integrácií publika od spoločnosti Google, ako sú remarketingové zoznamy pre reklamy vo vyhľadávaní a remarketing v Obsahovej sieti Google, alebo s používateľmi, ktorí sa vrátili na váš web prostredníctvom Optimalizácie Google 360. [Ďalšie informácie](#)

+ NOVÉ PUBLIKUM		Importovať z galérie	Stav	Všetky	Otvoriť	Hľadať
	Názov	Popis	Dátum vytvorenia	Posledná úprava	Členstvo	Typ
<input type="checkbox"/>	[Ecommerce Pack] Purchased >=2x	Transactions ≥ 2	8. 5. 2020	8. 5. 2020	Otvoriť	Google Ads
<input type="checkbox"/>	[Ecommerce Pack] Purchased >=3x	Transactions ≥ 3	8. 5. 2020	8. 5. 2020	Otvoriť	Google Ads
<input type="checkbox"/>	[Ecommerce Pack] Spent >\$0	Revenue > 0	8. 5. 2020	8. 5. 2020	Otvoriť	Google Ads
<input type="checkbox"/>	[Ecommerce Pack] Spent >\$100	Revenue > 100	8. 5. 2020	8. 5. 2020	Otvoriť	Google Ads
<input type="checkbox"/>	[Ecommerce Pack] Spent >\$1000	Revenue > 1000	8. 5. 2020	8. 5. 2020	Otvoriť	Google Ads
<input type="checkbox"/>	[Ecommerce Pack] Spent >\$50	Revenue > 50	8. 5. 2020	8. 5. 2020	Otvoriť	Google Ads
<input type="checkbox"/>	[Ecommerce Pack] Spent >\$500	Revenue > 500	8. 5. 2020	8. 5. 2020	Otvoriť	Google Ads
<input type="checkbox"/>	[Engagement Pack] Conversions > 0	Goal Completions > 0...	8. 5. 2020	8. 5. 2020	Otvoriť	Google Ads

Sprav si google certifikáciu

- ✓ Google Analytics
- ✓ Google Ads
- ✓ YouTube



Miroslav Reiter
ML/AI

Google Certified Trainer

Všetky témy



Google Ads

Rozšírite svoje zručnosti v oblasti používania služby Google Ads na propagáciu svojej firmy na internete a získajte certifikáciu Google Ads.



Google Marketing Platform

Zistite, ako dosiahnuť svoje marketingové ciele a získať certifikáciu v súprave služieb Google Marketing Platform.



Google Analytics



Akadémia Waze

Zistite, ako zmeniť svoju polohu na ciel' cesty



Google Ad Manager

Univerzita pre vlastníkov stránok je odteraz



Authorized Buyers

Zistite, akým spôsobom začať ako člen

Online marketing

Google Analytics

Online marketing strategy

Google for Nonprofits

Shopping

YouTube

Google My Business

Google Ads

Technology & Tools

Workspace (G Suite)

Online Security & Safety

Google for Education

AI/ML

Business & Soft skills

Entrepreneurship

Leadership

Export

#IamRemarkable*

Entrepreneurship / Diversity for women

Critical thinking / Media literacy

Čo nás čaká a nemenie

1. Úvod do online marketingových nástrojov, aplikácií - Prehľad aplikácií a Google nástroje
2. Manažment projektov a marketingu - Jira
3. Webová analytika 1 - Google Analytics - Publikum a Akvizícia
4. Webová analytika 2 - Google Analytics - Správanie a Konverzie
5. PPC kampane 1 - Google Ads - Plánovanie a Analýza kľúčových slov
6. PPC kampane 2 - Google Ads - Kampane a Reklamy
7. Copywriting a content marketing 1 - Kreativita a tvorba textov
8. Copywriting a content marketing 2 - Produktové popisy, články, návody
9. Video - YouTube a Studio YouTube
10. SEO - Google Search Console, Screaming Frog
11. Mobilný marketing - Google Play, Chrome Store, Apple Store, Steam, Epic
12. Umelá inteligencia (AI) a Strojové učenie (ML)

Dôležité zdroje

1. [https://www.researchgate.net/publication/357642251 Personas creation using Google Analytics](https://www.researchgate.net/publication/357642251_Personas_creation_using_Google_Analytics)
2. [https://www.researchgate.net/publication/357871615 Google Analytics Best Practices in Online Business](https://www.researchgate.net/publication/357871615_Google_Analytics_Best_Practices_in_Online_Business)
3. [https://www.researchgate.net/publication/357871451 GOOGLE ANALYTICS BEST PRACTICES IN ONLINE BUSINESS](https://www.researchgate.net/publication/357871451_GOOGLE_ANALYTICS_BEST_PRACTICES_IN_ONLINE_BUSINESS)
4. <https://pagespeed.web.dev/>
5. [https://www.slovensko.sk/sk/elektronicka-schranka/_ vysledky-dotaznika-persony](https://www.slovensko.sk/sk/elektronicka-schranka/_vysledky-dotaznika-persony)
6. <https://xtensio.com/>
7. https://support.google.com/analytics/answer/1012040?hl=sk-sk&utm_id=ad#goal_value&zippy=%2Cin-this-article%2Cobsah-tohto-článku
8. https://support.google.com/analytics/answer/1012040?hl=en-GB&utm_id=ad#goal_value

14. vydání

Marketing management

KOTLER
KELLER

Moderní marketing

■ 4. evropské
vydání

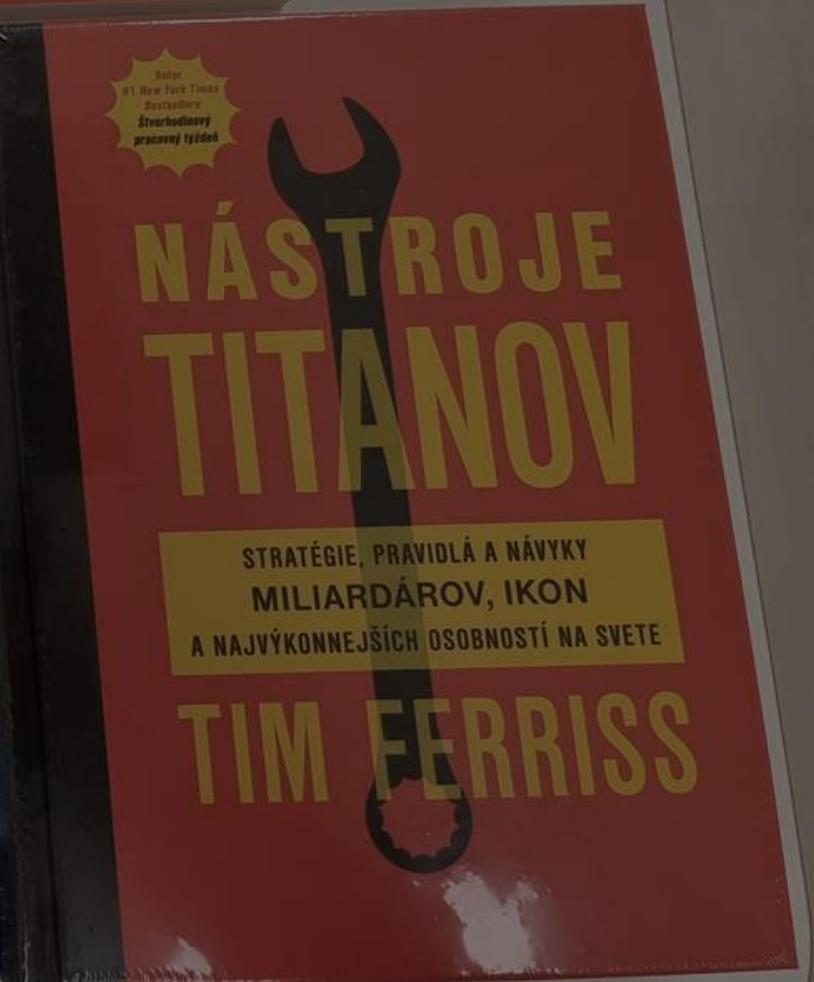
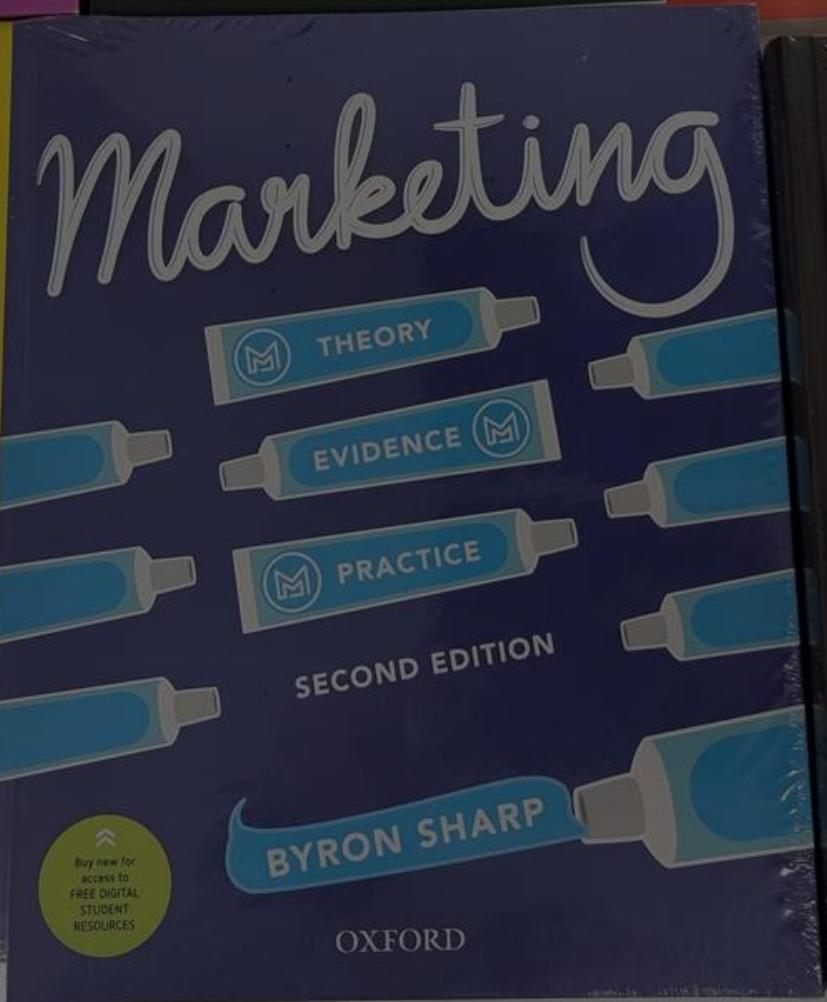


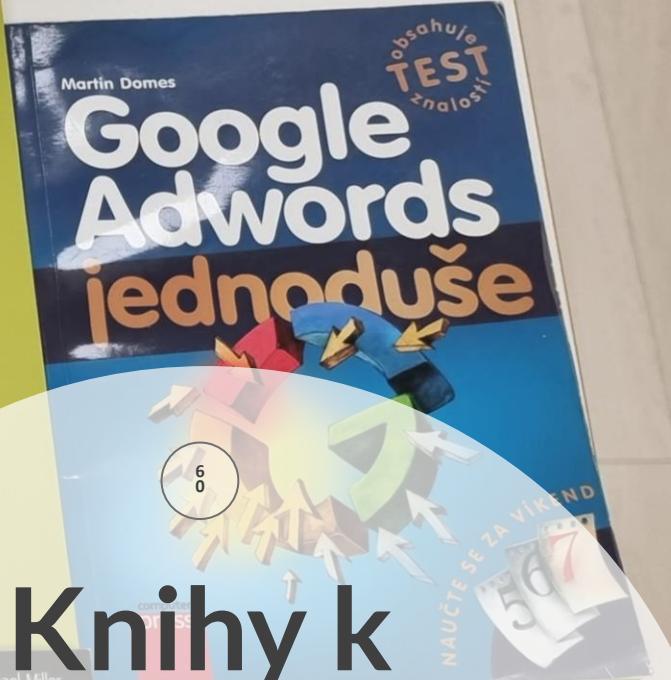
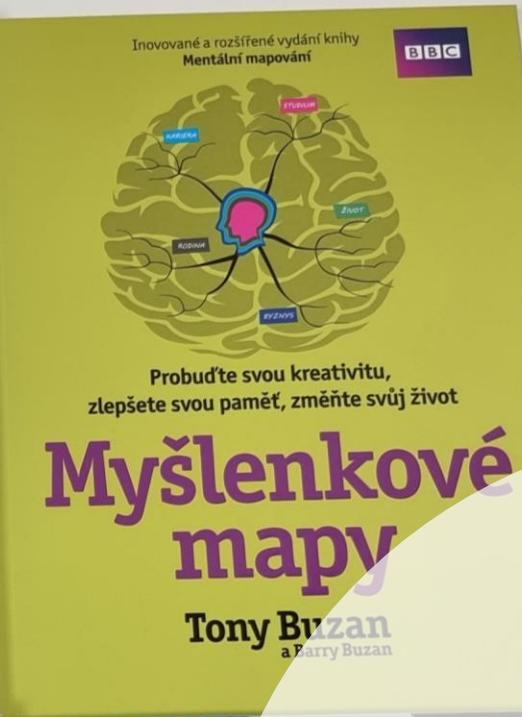
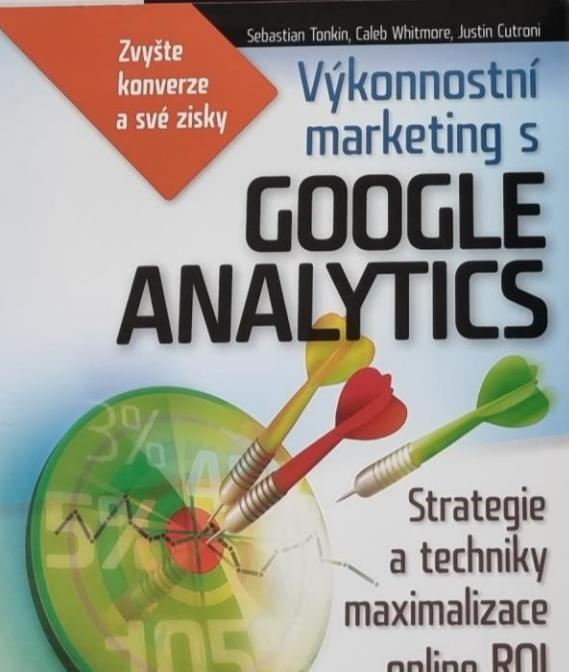
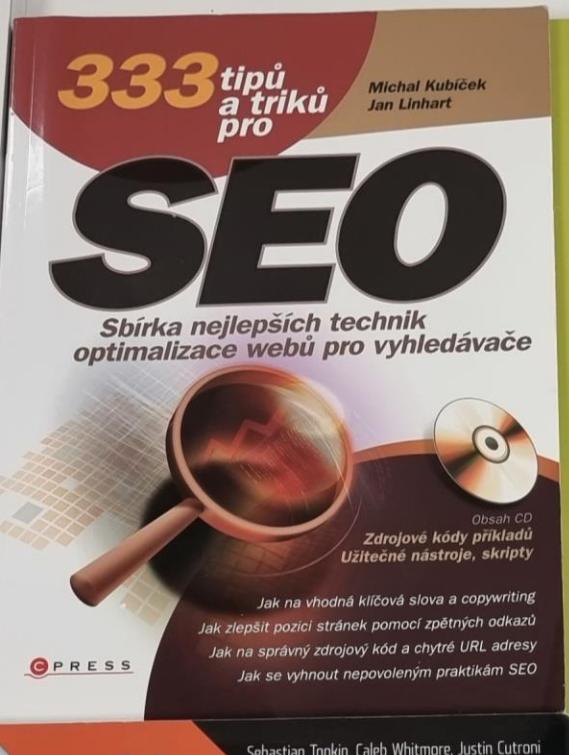
Kotler a Keller

GRADA



Odporúčané knihy k marketingu a reklame





Toto_je_marketing.pdf - Foxit PhantomPDF

jak-se-buduji-znacky.pdf (SECURED) - Foxit PhantomPDF

Toto_je_marketing.pdf

jak-se-buduji-znacky.pdf...

Toto je marketing

Nikto si vás nevšimne, pokiaľ sa nenučíte pozerať

SETH GODIN

Linden

jak se budují značky

co obchodníci nevěděj

Byron Sharp

1 / 241

37.39%

1 / 242

100%

MARKETING SCIENCE & INSPIRATIONS

Marketing Science and Inspirations

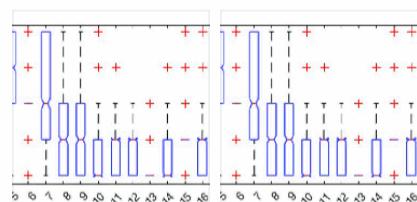
Suggested research based on **your interests****MARKETING AND ADVERTISING STRATEGIES****Article** November 2019 · 31,289 Reads

Machu Samson

[Download](#)[Save](#)[Follow](#)[Recommend](#)[Share](#)**11 researchers follow or recommend this research item****Štefan Žák**

was cited in a publication

20s ago



df	p-Value	N _t (Rej)	Value	p-Value	N _r (Rej)
2	0.011	9	0.020		
1	0.420	8	0.418		
4	1.374×10^{-37}	0	3.004×10^{-46}	6.148×10^{-8}	4
2	1.701×10^{-29}	6	2.029×10^{-21}		4
4	4.203×10^{-18}	5	0.018		3
4	2.067×10^{-44}	6	9.236×10^{-7}		2
4	2.000×10^{-6}				2

Development of an Intelligent Decision Support System for Attaining Sustainable Growth within a Life Insurance Company**Article** June 2021 · 69 Reads

Mohammad Farhan Khan · Farnaz Haider · Ahmed Al-Hmouz · Mohammad Mursaleen

1 of your research items doesn't have the full-text yet

Add it to your profile to create visibility for more of your work and boost your stats totals.

[View research item](#)[Ask me later](#)**Jobs you may be interested in****E-Learning Specialist for innovative projects (32-40 hrs p/w)**

UNIVERSITY OF TWENTE.

[New job](#)

University of Twente

**Senior Specialist Product Safety
South-West Europe (m/f/d) - Remote Option GER** BASF
We create chemistry

BASF Services Europe GmbH

Berlin, Germany

Projektbearbeiter Data Science (w/m/d) PTS
FIBRE based solutions

Papiertechnische Stiftung

Heidenau, Germany

Software Architect and Engineer for innovative Research Data Infrastructures (m/w/i/t) ZBW
Leibniz Informationselektronik
Institut für Wissenschaft und Innovation



Kedykoľvek

Od 2022

Od 2021

Od 2018

Vlastný rozsah...

Usporiadať podľa relevancie

Usporiadať podľa dátumu

Všetky typy

Skontrolovať články

 zahrnúť patenty zahrnúť citáty Vytvoriť upozornenie**[KNIHA] Online-marketing**

RT Kreutzer - 2016 - Springer

This book is a translation of the original German edition „**Online-Marketing**“ by Kreutzer, Ralf T., published by Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, part of Springer Nature in 2021. The translation was done with the help of artificial intelligence (machine translation by the ...

[☆ Uložiť](#) [✉ Citovať](#) Citované 116-krát Súvisiace články Všetky verzie 6**[KNIHA] Praxisorientiertes online-marketing**

RT Kreutzer - 2018 - Springer

... und Grenzen des **Online**-Marketings aufweist, wird langfristig erfolgreich **Marketing**-Verantwortung tragen und die vielfach gebotene Synthese von **Online**- und Offline-**Marketing** vollziehen können. Es gilt, die kontinuierlich zunehmenden Möglichkeiten des **Online**-Marketings ...

[☆ Uložiť](#) [✉ Citovať](#) Citované 447-krát Súvisiace články Všetky verzie 4**[KNIHA] Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing**

S Kingsnorth - 2019 - books.google.com

... mail **marketing** today 197 The 5 Ts of e-mail **marketing** 199 How are businesses using e-mail ... Digital **marketing** is often confused with **online marketing**. As we moved into the 21st century ... All of this was **online marketing** and, in time, **online marketing** teams and specialists would ...

[☆ Uložiť](#) [✉ Citovať](#) Citované 312-krát Súvisiace články Všetky verzie 7**[KNIHA] Basics marketing 02: Online marketing**

B Sheehan - 2010 - books.google.com

... is affecting **online marketing**. We will look at how **online** marketers are embracing a new reality which reaches beyond **marketing** to the ... In Chapter 8 we will look at **online marketing** to children and how their **online** access requires marketers to protect children while trying to ...

[☆ Uložiť](#) [✉ Citovať](#) Citované 125-krát Súvisiace články Všetky verzie 2



The Ultimate List of Marketing Statistics for 2022

Looking for the latest marketing statistics and trends?
We've got you covered.



Čo sa oplatí prečítať?

Slovensko a Česko

- Albatrosmedia
- Kopp
- Grada
- Wolters Kluwer
- BEN
- Veda
- Marketing Science & Inspirations

Zahraničie

- O'Reilly
- Manning
- Packt
- Apress
- Wiley
- No Starch Press

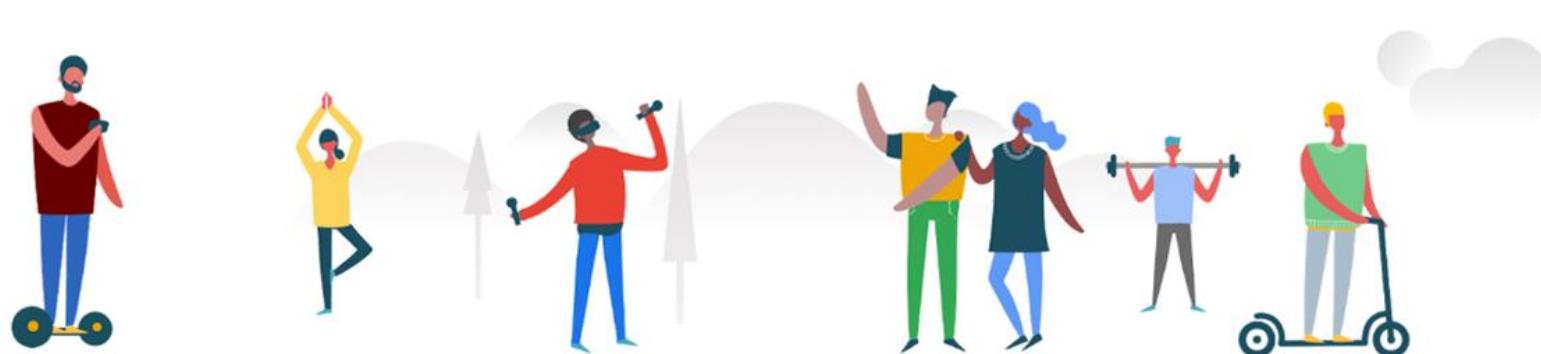
YouTube tutorialy

- www.youtube.com/c/IT-AcademySK

Šup do záložiek

Grow with Google

Nové zručnosti. Nové príležitosti.



Čo je Grow with Google?

Grow with Google je **globálna iniciatíva**, ktorej cieľom je vytvoriť viac príležitostí pre všetkých.

Poskytuje **bezplatné kurzy, nástroje a školenia** či už online alebo offline, ktoré ľuďom pomáhajú získavať tie správne zručnosti, aby si našli prácu, posunuli svoju kariéru či nakopli svoje podnikanie.

V roku 2021 sa zameriava na pomoc:

- **Malým a stredným podnikateľom**
- **Startupom**
- **Neziskovým organizáciám**
- **Ženám**
- **Mnoho ďalším ...**

Viac informácií nájdete na:
www.growwithgoogle.sk



Slovensko môže patríť k digitálne najrozvinutejším ekonomikám, avšak...



**Strácame
momentum**
kvôli nedostatku
inovácií



Až 99 % firiem
na Slovensku sú
**malé a stredné
podniky**



Máme **nízký počet
startupov**, najmä v
regiónoch



**Digitalizácia
podnikania** je na
Slovensku jedna z
najnižších v rámci EU

Ekonomika na Slovensku bola
ovplyvnená nedávnou krízou a
technológie môžu pomôcť pri jej
prekonávaní aj v budúcnosti...

...klúčom k naštartovaniu ekonomiky a digitálnej transformácie je vzdelávanie

Od roku 2016 pomáha Grow with Google firmám, používateľom a inštitúciám na Slovensku prijímať digitálnu transformáciu bezpečným spôsobom.

100,000 ľudí

sme spoločne preškolili v zručnostiach potrebných pre budúcnosť



450 školení

sme spolu s partnermi poskytli na celom Slovensku

5 000 + ľudí

začalo podnikat po absolvovaní nášho vzdelávania



Našim záväzkom je **prispiet' k oživeniu slovenskej ekonomiky** a do konca roka 2021

pomôcť ďalším 50,000 slovenským firmám a jednotlivcom

lepšie využívať internet k rastu svojho podnikania, rozvoja kariéry či nájdenia novej práce.



Digitálna garáž Online platforma na výuku digitálneho marketingu a mäkkých zručností

26 tém

106 lekcií

9 hodín obsahu

Dostupné 24/7
Zadarmo
Na mieru



≡ | Google Digitálna garáž

1. Základy e-mailového marketingu
Téma: Využite e-mailové spojenie

☆ ZÁLOŽKA ⌂ ZDIELAŤ:

Prehľad tém

Lekcie 0 / 4

☆ 1. Základy e-mailového marketingu

Sledujte lekcii 6 min

Otestujte si svoje znalosti 1 min

☆ 2. Možnosti e-mailového marketingu

☆ 3. Vytváranie skvelých marketingových e-mailov

☆ 4. Správa úspešných e-mailových kampaní

PRESKOČIŤ NA TEST

YouTube

0:01 / 5:04

ZOBRAZIŤ PREPIS

OTESTUJTE SI SVOJE ZNALOSTI

Hlavné poznatky

Zasielanie bulletinov a akčných ponúk zákazníkom prostredníctvom e-mailu môže zohrať kľúčovú úlohu vo vašom marketingovom pláne. Budujte a upevňujte vzťahy so zákazníkmi. V tomto videu sa pozrieme na:

- vytváranie zoznamu kontaktov,
- zacielenie na publikum na základe záujmov,
- budovanie vzťahov so zákazníkmi.

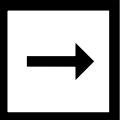
Čo ti odporúčam si pozrieť?

1. Prednášky/cvičenia (alfa a omega):
<https://teams.microsoft.com>
2. **Video tutorialy a záznamy z prednášok/cvičení:**
www.youtube.com/c/IT-AcademySK
3. **Google certifikácie:**
<https://skillshop.exceedlms.com/student/catalog>
4. **Google Analytics demo účet:**
<https://support.google.com/analytics/answer/6367342?hl=sk#zippy=%2Cobsah-tohto-článku>



Šup do záložiek

Mrkni na YouTube kanál a daj odber

 [WWW.YOUTUBE.COM/C/IT-ACADEMYSK](https://www.youtube.com/c/IT-ACADEMYSK) 