ΤΜΗΜΑ

∆ΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ & ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΑΓΡΙΝΙΟ



**Περιγραφή Του Εργαλείου, Ανάλυσης Και Συγκέντρωσης Στατιστικών Δεδομένων Των Ιστοσελίδων Και Των Χρηστών Του Διαδικτύου, Google Analytics**

**Παπαθανασόπουλος Ανδρέας**

Επιβλέπων Καθηγητής:

**Γρηγόριος Μπεληγιάννης**

*Αγρίνιο, Μήνας & Έτος (Italics, centered, στην τελευταία σειρά)*

**∆ήλωση περί µη λογοκλοπής**

∆ηλώνω ότι είμαι ο/η συγγραφέας της παρούσας εργασίας µε τίτλο

***Περιγραφή Του Εργαλείου, Ανάλυσης Και Συγκέντρωσης Στατιστικών Δεδομένων Των Ιστοσελίδων Και Των Χρηστών Του Διαδικτύου, Google Analytics*** που συντάχθηκε στο πλαίσιο της πτυχιακής µου εργασίας και παραδόθηκε το μήνα ……. του 20….. Η αναφερόμενη εργασία δεν αποτελεί αντιγραφή ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν αναφέρονται σαφώς στη βιβλιογραφία και στο κείμενο ενώ κάθε εξωτερική βοήθεια, αν υπήρξε, αναγνωρίζεται ρητά

Όνομα (κεφαλαία) ΑΜ Υπογραφή:

Παπαθανασόπουλος Ανδρέας 1545

Ημερομηνία:

# Σελίδα Αφιέρωσης

# Περίληψη

Πίνακας περιεχομένων

[Σελίδα Αφιέρωσης 3](#_Toc529458116)

[Περίληψη 4](#_Toc529458117)

[Πρόλογος 6](#_Toc529458118)

[Εισαγωγή 7](#_Toc529458119)

[Θεωρητικό Πλαίσιο 8](#_Toc529458120)

[Δημιουργία Λογαριασμού 8](#_Toc529458121)

[Εισαγωγή Κώδικα Παρακολούθησης 8](#_Toc529458122)

[Μελετώντας το κοινό 9](#_Toc529458123)

[Αναζήτηση Σελίδας 9](#_Toc529458124)

[Goals 10](#_Toc529458125)

[Δημιουργία Στόχου 10](#_Toc529458126)

[Περιγραφή Στόχου 10](#_Toc529458127)

[Αξιοποίηση Google Analytics 11](#_Toc529458128)

[Αρχική 11](#_Toc529458129)

[Reports 12](#_Toc529458130)

[Dashports 12](#_Toc529458131)

[Προσαρμογή 12](#_Toc529458132)

[Shortcuts 12](#_Toc529458133)

[Intelligence Events 12](#_Toc529458134)

[Πραγματικού Χρόνου Report 12](#_Toc529458135)

[Report Κοινού 12](#_Toc529458136)

[Απόκτηση (Acquisition Reports) 12](#_Toc529458137)

[Report Συμπεριφοράς 12](#_Toc529458138)

[Μετατροπές (Conversions Reports) 12](#_Toc529458139)

[Διαχειριστής 12](#_Toc529458140)

[Μετρήσεις Του Google Analytics 13](#_Toc529458141)

[Μεθοδολογία 14](#_Toc529458142)

[Συμπεράσματα 15](#_Toc529458143)

[Βιβλιογραφία 16](#_Toc529458144)

[Παράρτημα 17](#_Toc529458145)

# Πρόλογος

# Εισαγωγή

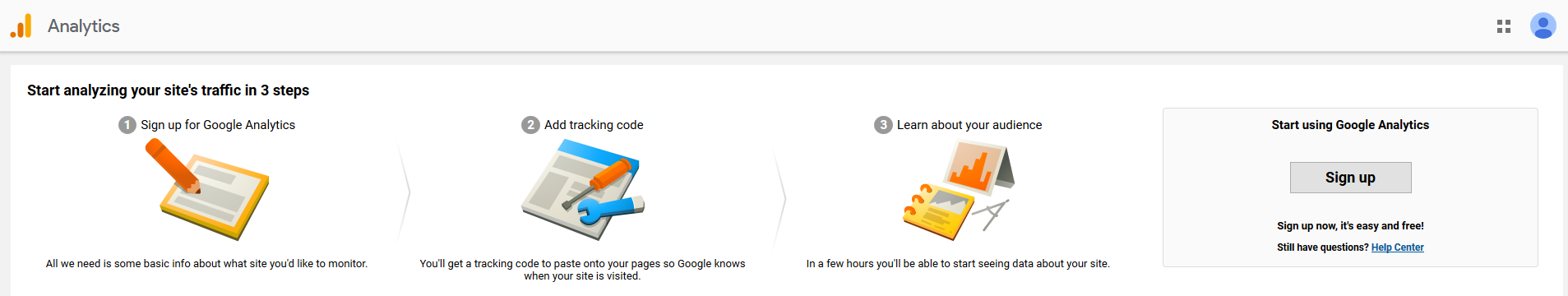
Jdo test nikos

# Θεωρητικό Πλαίσιο

Το Google Analytics αποτελεί ένα σπουδαίο εργαλείο για οποιονδήποτε διατηρεί έναν διαδικτυακό τόπο, είτε αναφερόμαστε σε ένα μεγάλο εταιρικό site, είτε σε ένα προσωπικό blog. Μέσα από το Analytics μπορεί ένας χρήστης να πάρει σημαντικά στατιστικά στοιχεία για τους επισκέπτες και την κίνηση της ιστοσελίδας του, όπως είναι ο αριθμός μοναδικών επισκέψεων, οι προβολές της σελίδας, πώς ήρθαν οι επισκέπτες σε αυτήν και πόσο παρέμειναν, τα bounce rates κ.λπ.

# Δημιουργία Λογαριασμού

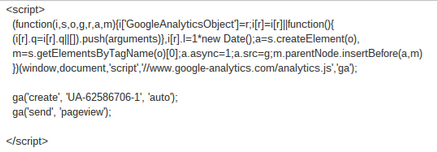
Το πρώτο πράγμα που θα πρέπει να κάνουμε για να εγκαταστήσουμε το εργαλείο Google Analytics είναι να δημιουργήσουμε έναν λογαριασμό από την κεντρική σελίδα του Google Analytics. Έπειτα αφού ενεργοποιήσουμε την υπηρεσία για website και αποδεχθούμε τους όρους χρήσης της πλατφόρμας, έχουμε ουσιαστικά δημιουργήσει τον λογαριασμό και στο αμέσως επόμενο παράθυρο θα λάβουμε τον κώδικα παρακολούθησης του website που θέλουμε.



Εικόνα 1: Δημιουργία Λογαριασμού Google Analytics.

# Εισαγωγή Κώδικα Παρακολούθησης

Τέλος για να τελειώσει η εγκατάσταση της πλατφόρμας Google Analytics στο website που θέλουμε, θα πρέπει να αντιγράψουμε όλον τον κώδικα που μας δίνει η πλατφόρμα και να την προσθέσουμε στο κατάλληλο σημείο. Κάθε σελίδα που θέλουμε να παρακολουθούμε και να πάρουμε στατιστικά στοιχεία για αυτήν, θα πρέπει να τοποθετήσουμε τον κώδικα παρακολούθησης του Google Analytics σε αυτήν, πριν από το </head> tag,το οποίο είναι ένα στοιχείο της γλώσσας html και περιέχει τα βασικά χαρακτηριστικά ενός website.



Εικόνα 2: Κώδικας Παρακολούθησης Google Analytics.

# Μελετώντας το κοινό

## Αναζήτηση Σελίδας

Έπειτα από την εγκατάσταση του κώδικα στην σελίδα μας είναι σημαντικό να ορίσουμε την αναζήτηση της σελίδας η οποία θα βοηθήσει τον διαχειριστή της σελίδας να ανακαλύψει τι αναζητούν οι χρήστες της καθώς την επισκέπτονται. Η ρύθμιση αυτή βρίσκεται στην καρτέλα του διαχειριστή στην υποκατηγορία μετατροπές όπου ενεργοποιούμε την παρακολούθηση. Στην συνέχεια θα πρέπει να συμπληρωθεί το πλαίσιο παραμέτρων ερωτήσεων όπου για κάθε ερώτημα στην αναζήτηση μέσα στην σελίδα θα καταχωρείται αυτόματα από το εργαλείο google analytics.

## Goals

Είναι σημαντικό να οριστούν οι στόχοι μας έτσι ώστε το εργαλείο να καταγράφει σημαντική για την ομαλή λειτουργία και βελτίωση της σελίδας. Για παράδειγμα για μια σελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου θα πρέπει να υπάρχει μια σελίδα επιβεβαίωσης αγορών για να πραγματοποιηθεί εντέλει η αγορά ή έπειτα από μια αγορά θα έπρεπε να υπάρχει μια σελίδα όπου ευχαριστεί τον πελάτη για την αγορά του ή την εγγραφή του στην ιστοσελίδα την ίδια. Τα τελευταία είναι σημαντικά γιατί όταν ορίζονται οι στόχοι του διαχειριστή της σελίδας θα του είναι εύκολο να παρακολουθήσει σημαντικές λειτουργίες για την εκτίμηση της αποδοτικότητας της σελίδας. Όταν ορίζονται συγκεκριμένες κινήσεις ως σημαντικές στην σελίδα και οι χρήστες τις πραγματοποιούν το google analytics θα το καταγράφει και υπάρχει μια πλήρης εικόνα για τις κινήσεις των χρηστών για το τι χρησιμοποιείται και τι δεν τραβάει το κοινό έτσι ώστε η σελίδα να προσαρμόζεται και να βελτιώνεται προς αυτές τις τάσεις. Υπάρχει δυνατότητα δημιουργίας μέχρι και 20 στόχων που θα ενεργοποιούνται έπειτα από κάποια συγκεκριμένη κίνηση μέσα στην σελίδα.

### Δημιουργία Στόχου

Οι στόχοι βρίσκονται στην καρτέλα μετατροπές όπου πατάμε το κουμπί νέος στόχος. Εκεί υπάρχουν τρείς επιλογές το πρότυπο, προσαρμοσμένος στόχος και έξυπνος στόχος.

#### Template

Στο πρότυπο υπάρχουν τέσσερις υποκατηγορίες, τα έσοδα, η απόκτηση το ερώτημα και η αφοσίωση. Τα πρότυπα στόχων μπορούν να βοηθήσουν την όριση των στόχων γιατί θα είναι σε πλήρη εξίσωση με τα αντικείμενα ενδιαφέροντος της σελίδας. Μπορεί κανείς να ορίσει στόχους για κάθε μια από τις κατηγορίες για να καταγραφεί το πως συμπεριφέρεται ένας χρήστης όταν βρίσκεται στην ιστοσελίδα.

#### Custom

Οι προσαρμοσμένοι στόχοι έχουν λόγο ύπαρξης εφόσον τα πρότυπα στόχων δεν εξυπηρετούν τις κλασικές ανάγκες παρακολούθησης ενός site

#### Smart Goals

Οι έξυπνοι στόχοι μπορούν να βοηθήσουν την διαφήμιση μέσω Adwords όπου οι διαφημιστές μπορούν να παρακολουθούν τις μετατροπές και να προσπαθήσουν να τις αυξήσουν. Όταν γίνει η επιλογή έξυπνων στόχων η σελίδα βαθμολογείται και μετριέται πλέον η μετατροπή έπειτα από την εκάστοτε επίσκεψη. Να τονίσουμε ότι η παραπάνω επιλογή δεν είναι απαραίτητο να αρμόζει σε κάθε σελίδα.

### Περιγραφή Στόχου

Στην συνέχεια ορίζεται η περιγραφή τού στόχου. Αρχικά δίνεται ένα όνομα για τον στόχο, το οποίο όνομα είναι καλό να είναι σαφές. Έπειτα θα οριστεί ο τύπος ανάμεσα από τέσσερις επιλογές.

#### Τοποθεσία

Ο τύπος τοποθεσία μετράει την επισκεψιμότητα ως τις μετατροπές όπου υπάρχουν οι τοποθεσίες από τις οποίες γίνεται η επίσκεψη της σελίδας.

#### Διάρκεια

Η διάρκεια η οποία καταγράφει τον χρόνο παραμονής στην σελίδα.

#### Σελίδες ανά (session)

Οι σελίδες ανά session μετράει το πόσο «βαθιά» ήταν η περιήγηση.

#### Γεγονότα

Τέλος τα γεγονότα μετρούν την αλληλεπίδραση του χρήστη με τις λειτουργίες του ιστότοπου όπως για παράδειγμα η μέτρηση του γεγονότος των κλικ πάνω σε ένα βίντεο που έχει τοποθετηθεί στο εσωτερικό του.

#### Λεπτομέρειες Στόχων

Ανάλογα την επιλογή του τύπου στόχων ρυθμίζονται και οι λεπτομέρειες για καθέναν από αυτούς. Αν έχει επιλεγεί ο προορισμός τότε η μετατροπή θα μετρηθεί μέσω της σύνδεσης με μια σελίδα ευχαριστιών. Αν έχει επιλεγεί η διάρκεια τότε θα πρέπει να οριστεί ο ελάχιστος χρόνος διαμονής σε κάθε σελίδα. Εάν έχει επιλεγεί ο στόχος σελίδες ανά session θα πρέπει να οριστεί ο αριθμός των σελίδων που θα θεωρείται ως μια μετατροπή. Τέλος για τον στόχο των γεγονότων θα πρέπει να οριστεί το πλαίσιο αυτών που βρίσκονται στην σελίδα.

Κάπως έτσι αφότου οριστούν όλες οι παράμετροι και πατώντας το κουμπί δημιουργία στόχου ολοκληρώνουμε την διαδικασία αυτή. Να σημειωθεί πως πέρα από την δημιουργία και άλλων στόχων μπορούν να συμπεριληφθούν και άλλοι πενήντα ακόμη ιστότοποι στον παρόν λογαριασμό.

# Αξιοποίηση Google Analytics

Στο πλαίσιο επιλογών του εργαλείου google analytics υπάρχουν τέσσερις βασικές κατηγορίες, η αρχική σελίδα, η προσαρμογή, οι αναφορές και ο διαχειριστής.

## Αρχική

Στην αρχική σελίδα μπορεί κανείς να δει μια συνολική και σύντομη αναφορά για τον λογαριασμό του. Αν ο λογαριασμός διαθέτει παραπάνω από έναν ιστότοπο θα δει μια λίστα με όλους αυτούς. Επιπλέον θα έχει πρόσβαση σε σημαντικά δεδομένα αναφορικά με τα session και διαδραστικότητα του χρήστη σε καθένα από αυτά, την διάρκεια ενός session, το ποσοστό εξόδων από την σελίδα και την μετατροπή των στόχων που έχουν οριστεί.

## Reports

Στην κατηγορία των αναφορών υπάρχουν αναλυτικά στοιχεία και πίνακες ελέγχου που αφορούν αναφορές για το πως ανταποκρίνεται η σελίδα και που μπορούν να γίνουν βελτιώσεις.

### Dashports

(sto telos)Αν υπάρχουν πάνω από ένας ιστότοποι εγγεγραμένοι τότε θα υπάρχει επιλογή για να περιηγηθεί κανείς σε καθέναν από αυτούς.

### Προσαρμογή

Στην καρτέλα προσαρμογής υπάρχει η επιλογή του πίνακα ελέγχου όπου δημιουργούμε έναν βασικό ή έναν προσαρμοσμένο πίνακα ελέγχου ο οποίος περιέχει όσα πρόσθετα θέλουμε και είναι και προσαρμόσιιμος στα μέτρα μας. Εδώ αναλύεται οτιδήποτε είναι υψηλής σημασίας για τον ιστότοπο όπως η επιτυχία της διαφημιστικής καμπάνιας μέσω social media ή η ανταπόκριση του περιεχομένου μας και άλλα πολλά.

### Shortcuts

### Intelligence Events

### Πραγματικού Χρόνου Report

### Report Κοινού

Στην καρτέλα αναφορών του κοινού όπως εκφράζει και η ονομασία περιέχονται σημαντικές πληροφορίες για τους επισκέπτες της σελίδας. Στην υποκατηγορία σε πραγματικό χρόνο υπάρχουν οι πληροφορίες για την δραστηριότητα των χρηστών που βρίσκονται την στιγμή που κοιτάζουμε το εργαλείο μας. Άρα βλέπουμε στατιστικά για τους χρήστες που είναι ενεργοί όπως πόσες από τις σελίδες του ιστότοπου μας επισκέπτεται ο καθένας, οι σελίδες που είναι πιο συχνά επισκεπτόμενες, τα keywords που χρησιμοποιούνται πιο συχνά από τους χρήστες Στην επισκόπηση μπορεί κανείς να δει πόσα sessions υπάρχουν στην ιστοσελίδα σε ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.

### Απόκτηση (Acquisition Reports)

### Report Συμπεριφοράς

### Μετατροπές (Conversions Reports)

### 

### Διαχειριστής

# Μετρήσεις Του Google Analytics

# Μεθοδολογία

# Συμπεράσματα

# Βιβλιογραφία

# Παράρτημα