

CONVERSION TRACKING SI GOOGLE ANALYTICS



Adriana Ceausescu

26 ianuarie 2010

Orange Concept Store

De ce urmarim conversiile?

“I know that half of my advertising budget is completely wasted, I’m just not sure which half.”

Lord Leverhulme
Fondatorul Unilever

“If you build a website, you must have a solid reason for doing so . . . It is crucial to understand how well it works—failure to do so is a waste of time and money.”

Hurol Inan
Measuring the Success of your Website

Scopul prezentarii:

- Conversiile din campaniile PPC cu Adwords
Conversion Tracking si Google Analytics
- 10 Goals pe care trebuie sa le setezi
- Urmarirea conversiilor offline

Adwords Conversion Tracking

Măsoară **rata de conversie** și **rentabilitatea investiției** campaniilor Adwords.

Cum se activează?

Rapoarte → **Conversii**

Inserați codul de urmărire a conversiilor în sursa paginii ce conține o acțiune.

Google AdWords



The screenshot displays the Google AdWords dashboard. At the top, there is a green navigation bar with the following tabs: 'Pagina principală', 'Campanii', 'Oportunități', 'Raportare', 'Facturare', and 'Contul meu'. The 'Raportare' tab is selected, and its dropdown menu is open, showing options: 'Rapoarte', 'Istoricul modificărilor', 'Conversii', 'Google Analytics', and 'Google Website Optimizer'. The 'Conversii' option is circled in green. On the left side of the dashboard, there is a section titled 'Toate campaniile online' with a folder icon. Below the navigation bar, there are various links and options, including 'Mesaje', 'Alerte perso', 'Astăzi (verif', and 'Cuvinte cheie ca cost pe clic'.

Adwords Conversion Tracking

Toate tipurile de conversii

Conversii Pagini Web Cod

Creai o conversie

Numele acțiunii

Scopul urmării

Salvați și continuați

● Numele

- Client.potential
- Selectați un scop al urmării
- Altele
- Cumpărare/Vânzare
- Înscriere
- Client potențial
- Afișarea unei pagini cheie

Scopul urmării ?

Starea urmării ?

Faceți clic pe „+ Conversie nouă” de mai sus pentru a începe urmărirea unei conversii.

[Toate tipurile de conversii](#) >

Conversie: Conversia1


Setări pentru conversii


Scopul urmăririi: Client potențial Starea urmăririi: **Neverificat**


Pagini Web

Cod

Setări ale codului

 Furnizați detalii despre pagina în care va fi urmărită această conversie.

Nivelul de securitate a paginii 

Venitul pentru conversia dvs. Introduceți o sumă pentru urmărirea valorii acestei acțiuni pentru dvs. Această valoare este (Opțional) 

Setări pentru indicatorul de urmărire

Pentru a păstra încrederea utilizatorilor și pentru a proteja confidențialitatea acestora, vă recomandăm să îi anunțați pe u intermediul politicii dvs. de confidențialitate.

Limba paginii 

Alegeți formatul pentru text  Statistici site Google - [aflați mai multe](#) Statistici site Google - [aflați mai multe](#) Niciuna

Personalizați culoarea de fundal

Salvați și obțineți codul

Anulați

Cod



Pentru ca modificările să intre în vigoare, copiați și inserați codul în sursa paginii pe care doriți să o urmăriți.

Pasul 1 Copiați codul de urmărire a conversiilor.

```
<!-- Google Code for Conversia1 Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
<!--
var google_conversion_id = 1035117340;
var google_conversion_language = "ro";
var google_conversion_format = "2";
var google_conversion_color = "ffffff";
var google_conversion_label = "DJ7GCDSgtQEQnMbk7QM";
var google_conversion_value = 0;
if (1.0) {
  google_conversion_value = 1.0;
}
//-->
</script>
<script type="text/javascript" src="http://www.googleadservices.com/pagead/conversion.js">
</script>
<noscript>
<div style="display:inline;">

</div>
</noscript>
```

Pasul 2 Inserați codul de urmărire a conversiilor în sursa paginii ce conține o acțiune.

```
<body>

  Paste the code between the body tags of your conversion pages.

</body>
```

 [Trimiteti codul de urmărire a conversiilor altcuiva](#)

Google Analytics

- Goals si funnels – Tintele de atins si palniile de conversie
- Discrepante intre Conversion Tracking si Analytics



Țintele de atins și Palniile de conversie GOALS si Funnels

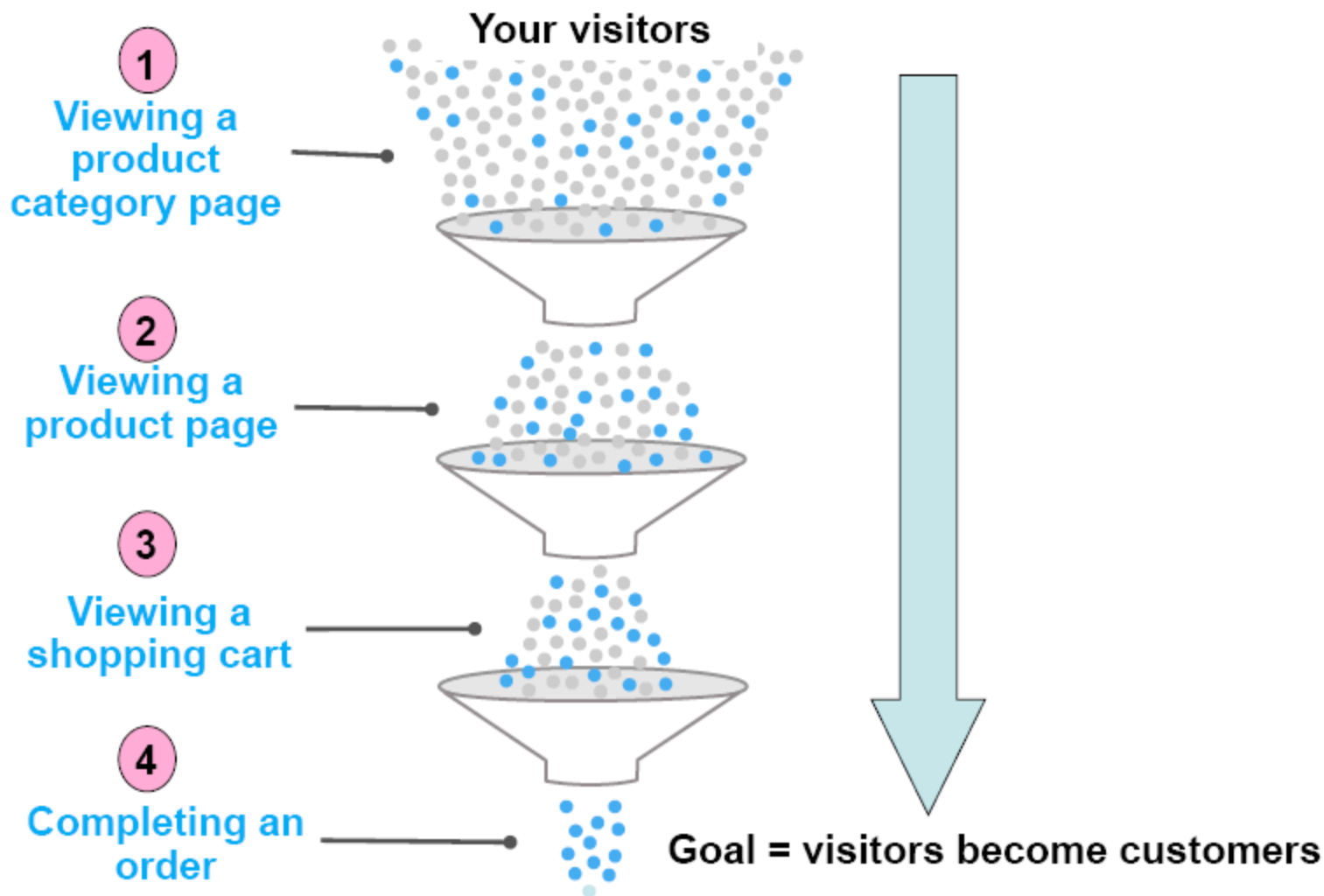
Țintele de atins - realizarea cu succes a unei acțiuni de către utilizator.

Pot fi definite pana la 20 de tinte, grupate in 4 seturi

Palnia de conversie

- Masoara trecerea prin fiecare pas al fluxului de conversie.
- Identifica punctele cheie unde sunt probleme in site (vizitatorii abandoneaza conversia)
- Extrem de util pentru optimizarea conversiilor

The Conversion Funnel



Discrepante între Conversion Tracking și Analytics

1. Clicuri vs. vizite

Valoarea înregistrată în Google Analytics poate fi mai mare decât numărul conversiilor (1-pe-clic).

2. Comportamentul modulelor cookie

Modulele cookie AdWords expiră la 30 de zile

Google Analytics utilizează un modul cookie ce are o durată de viață între șase luni și doi ani.

3. Întârzierile în procesarea datelor

Sfat Google:

Codul de urmărire Google Analytics și codul Urmărirea conversiilor AdWords nu se vor influența reciproc dacă le utilizați în același timp pe site.

10 “tinte” pe care trebuie sa le urmaresti cu Google Analytics

1. Inregistrare useri si postarea comentariilor pe bloguri
2. Actiuni de tipul Social Bookmarking
3. Abonarea la Newsletter
4. Comenzi online
5. Deschiderea de conturi noi
6. Abonarea la Feeds
7. Descarcare fisiere
8. Call Back Requests
9. Leads
10. Vanzari

Urmarirea conversiilor offline

Google Analytics ne ofera o solutie : Vanity URLs

- se folosesc mai ales pentru print
- utilizeaza url-uri scurte, usor de retinut :

*http://exemplu.ro/ad ,http://ad.exemplu.ro sau si mai simplu
http://promotiamea.ro*

Alte metode:

- Chestionare
- Campanii test
- Cupoane si coduri speciale
- „Customer tagging”
- Numere de telefon unice in functie de referrers
- „Pay-per-call” - plata la apel

Va multumesc!