

Spis treści

O autorce (9)

1. Wprowadzenie, czyli o co tak naprawdę chodzi w analityce? (11)

2. Google Analytics - witaj w krainie czarów (17)

Zalety i ograniczenia (19)

Dużo, szybko i tanio, czyli przepis na międzynarodowy sukces (19)

Google Analytics 4 a Universal Analytics (20)

Kilka słów o wadach i ograniczeniach (23)

Google Analytics 360 (25)

Jak działa Google Analytics? (25)

Twoje centrum dowodzenia - kilka słów o interfejsie (27)

Struktura Google Analytics (27)

Interfejs (30)

Podstawowe metryki (34)

Sesje (odwiedziny) (35)

Wyświetlenia (35)

Użytkownicy (36)

Zaangażowanie (37)

Raporty standardowe (38)

Czas rzeczywisty (38)

Pozyskiwanie (41)

Zaangażowanie (43)

Generowanie przychodu (45)

Utrzymanie (47)

Użytkownik (48)

Reklamy (49)

Ścieżki konwersji (49)

Porównanie modeli (51)

3. Zbuduj swój plan analityczny (55)

KROK 1. Poznaj swój cel! (57)

Dlaczego cel jest kluczem do sukcesu? (57)

Jaki cel ma Twoja witryna? (60)

Jak wybrać wskaźniki sukcesu? (61)

Zweryfikuj swoje KPI (67)

KROK 2. Wdrażaj! (68)

Dlaczego instalacja to jeszcze nie wdrożenie, czyli: "śmieci na wejściu - śmieci na wyjściu" (68)

Kod śledzenia (71)

Śledzenie celów (konwersji) (74)

- Zdarzenia niestandardowe (77)
- Konfiguracja śledzenia e-commerce (80)
- Integracja z Google Ads (85)
- Wdrożenia niestandardowe (90)
- Google Tag Manager (99)
- KROK 3. Zbieraj dane! (102)
 - Dlaczego im więcej danych, tym mniej wniosków? (102)
 - Jak wybrać najważniejsze dane? (103)
 - Actionable data dla różnych witryn (105)
- KROK 4. Raportuj! (107)
 - Eksplorowanie (107)
 - Biblioteka (113)
 - Zdarzenia inteligentne (115)
 - Eksport, udostępnianie i wysyłka raportów (120)
- KROK 5. Analizuj! (121)
 - Kiedy przystąpić do analizy? (121)
 - Czy warto analizować wartości średnie? (122)
 - Analiza liczb vs analiza trendów (122)
 - Segmentacja (124)
 - Rola kontekstu (129)
- KROK 6. Działaj! (131)
 - Czy Twoja strona realizuje cel? (131)
 - Pola optymalizacji (131)
 - Jak wprowadzać zmiany? (140)
 - Wyznaczanie kolejnych KPI (144)
- 4. Podsumowanie (145)
 - 10 przykazań analityka internetowego (147)
 - Co poza Google Analytics? (150)
 - Kultura analityczna w firmie (152)
 - Pokaż możliwości (152)
 - Pomóż innym osiągnąć sukces (154)
 - Zaskocz przełożonych (155)
- 5. Słownik analityka internetowego (157)
- 6. Skąd czerpać wiedzę? (163)
 - Z internetu (165)
 - Po polsku (165)
 - Po angielsku (167)
 - Z księgarni (170)
 - Po polsku (170)
 - Po angielsku (171)