



HAPPY education
academy

> ÖLÇÜMLEME

GOOGLE ANALYTICS:

TEMEL VE ÜST DÜZEY
EĞİTİM

• KAAAN ERDOĞDU



GOOGLE ANALYTICS NEDİR?

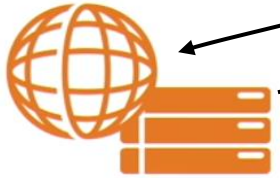
- Sitenize gelen ziyaretçilerin sitedeki etkileşimlerinden bir şeyler öğrenerek çıkarımlar yapabilmenizi sağlayacak verileri toplayarak size sunan bir araçtır.
- Örnek olarak hangi sayfaların ziyaret edildiği, ne kadar kalındığı, hangi cihazların ve tarayıcıların kullanıldığı, sitede hangi yolları izlendiği, hangi hedeflerin gerçekleştirildiğini, hatta hangi ürünlerin alınıp ne kadar ciro toplandığı gibi temel bilgileri sunabilir.
- Google Analytics'i ilgili sitenin iş hedeflerini göz önünde bulundurarak düşünmek gerekir. Bunları genel olarak 5 kategoriye ayırabiliriz.
 - **Eticaret:** Ürün veya hizmet satmak.
 - **Lead toplama:** Potansiyel müşteri bilgisi toplamak.
 - **İçerik yayını:** Tekrarlı ziyaretleri ve site içi etkileşimi arttırmak.
 - **Online bilgilendirme:** Ziyaretçilerin aradıkları bilgiye ulaşabilmelerini sağlamak.
 - **Branding:** Marka farkındalığı ve sadakati yaratmak.

NASIL ÇALIŞIR ?

- Oluşabilecek veri anomalilerini anlayabilmek ve çözüm bulabilmek için Google Analytics'in çalışma mantığını bilmek önemlidir.



Analytics Library



Sunucu



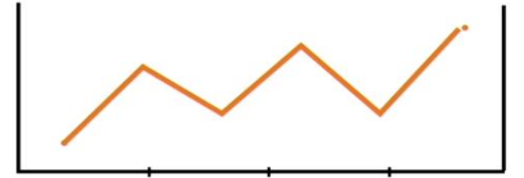
İşleme



Düzenleme



Veritabanında Saklama



GA Arayüzü

```
urchin.js
<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript">
</script>
<script type="text/javascript">
_uacct = "UA-16633-3";
urchinTracker0;
</script>

ga.js
<script type="text/javascript">
var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-XXXXX-X']);
_gaq.push(['_trackPageview']);

(function() {
var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
})();
</script>

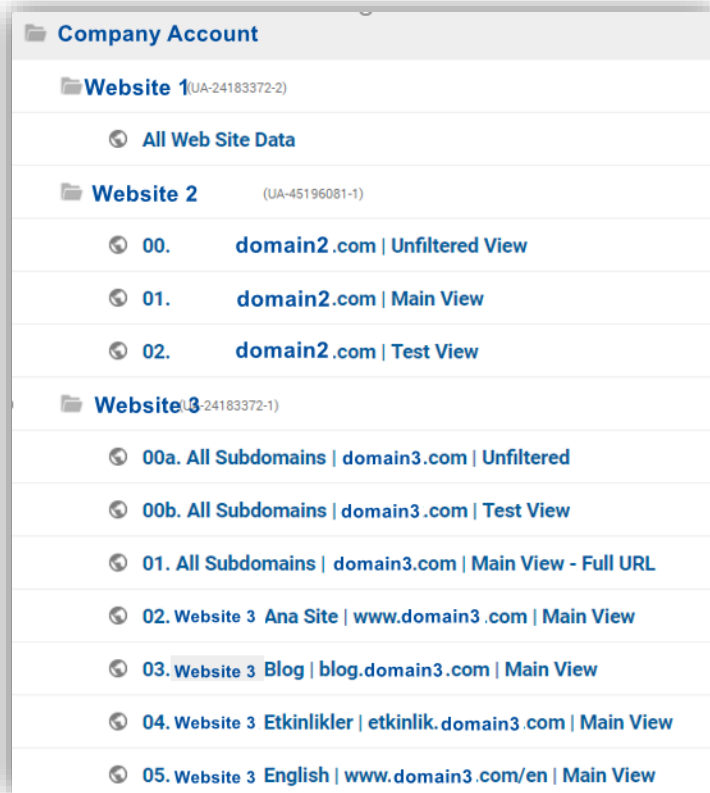
analytics.js
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*'new Date()';a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create', 'UA-16633-3', 'auto');
ga('send', 'pageview');
</script>

gtag
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-50453599-18"></script>
<script>
window.dataLayer = window.dataLayer || [];
function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
gtag('js', new Date());

gtag('config', 'UA-50453599-18');
</script>
```

GOOGLE ANALYTICS NEDİR?



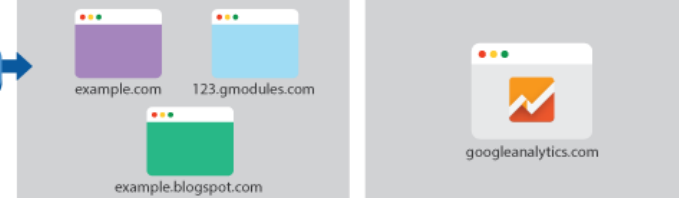
Google account users



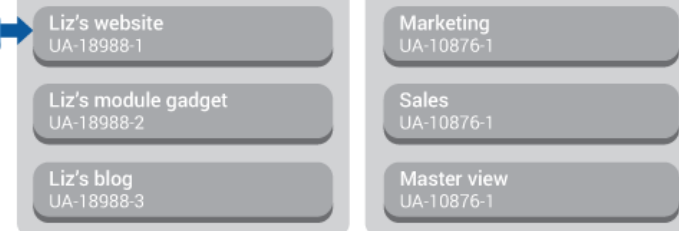
Analytics accounts



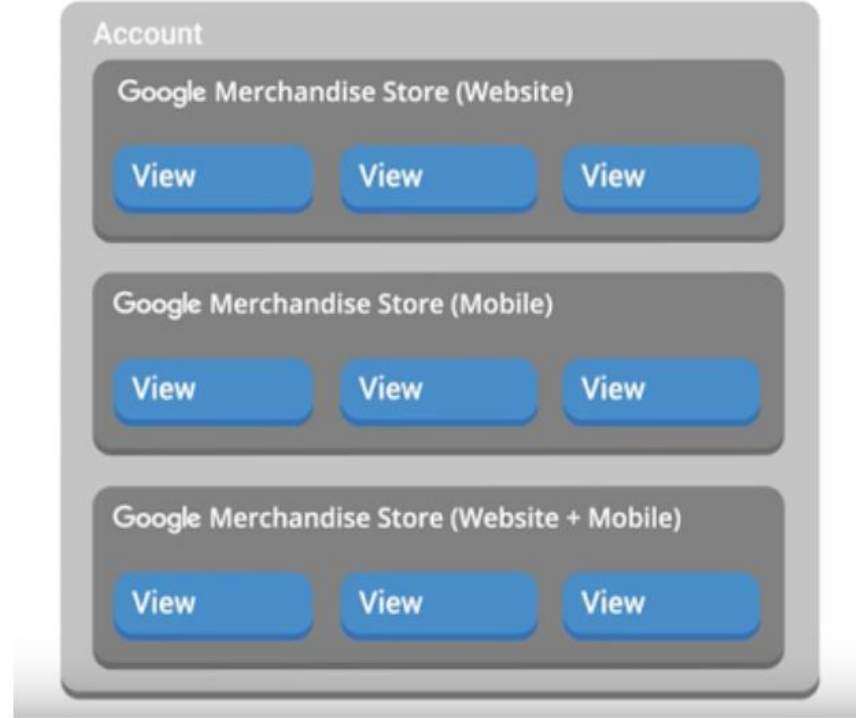
Properties



Views



Kuruluş/Hesap/mülk/görünüm yönetimi



- Her bir veri kümesini analiz edebilmek için web sitelerinden ve mobil uygulamalarından gelen verileri ayrı mülklerde, tek bir hesap altında görebilirsiniz.

HESAP OLUŞTURMA

The image shows a screenshot of the Google Analytics 'New Account' setup form. The form is titled 'New Account' and has several sections. Arrows point from various fields to labels in Turkish:

- Mülk Tipi** (Property Type) points to the 'Website' and 'Mobile app' buttons under 'What would you like to track?'.
- Site Adı (Mülk)** (Property Name) points to the 'Account Name' field.
- Websitesi Sektörü** (Website Sector) points to the 'Industry Category' dropdown.
- Hesap Adı** (Account Name) points to the 'Account Name' field.
- Websitesi URL'i** (Website URL) points to the 'Website URL' field.
- Zaman Dilimi** (Time Zone) points to the 'Reporting Time Zone' dropdown.

The form fields and their values are:

- What would you like to track?**: Website (selected), Mobile app
- Account Name**: My New Account Name
- Website Name**: My New Website
- Website URL**: http:// Example: http://www.mywebsite.com
- Industry Category**: Select One
- Reporting Time Zone**: United States (GMT-07:00) Pacific Time

Data Sharing Settings (with a help icon):

Data you collect, process, and store using Google Analytics ("Google Analytics data") is secure, but there are rare exceptions for legal reasons as described in our [privacy policy](#).

The data sharing options give you more control over sharing your Google Analytics data. [Learn more](#)

Google products & services **RECOMMENDED**

Share Google Analytics data with Google to help improve Google's products and services.

İZLEME KODU

- Veri toplamaya başlamak için hesap oluşturma sürecinden sonra GA'in bize verdiği kodun siteye yerleştirilmesi gerekiyor.
- Ayarlar > Yönetici > Mülk > İzleme Bilgisi > İzleme Kodu

Tracking ID	Status
UA- [REDACTED]	Receiving traffic in past 48 hours. 59 active users right now. See details in real-time traffic reports .

[Send test traffic](#) ?

Website Tracking

Global Site Tag (gtag.js)

This is the Global Site Tag (gtag.js) tracking code for this property. Copy and paste this code as the first item in Tag on your page, simply add the **config** line from the snippet below to your existing Global Site Tag.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-[REDACTED]"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-[REDACTED]');
</script>
```

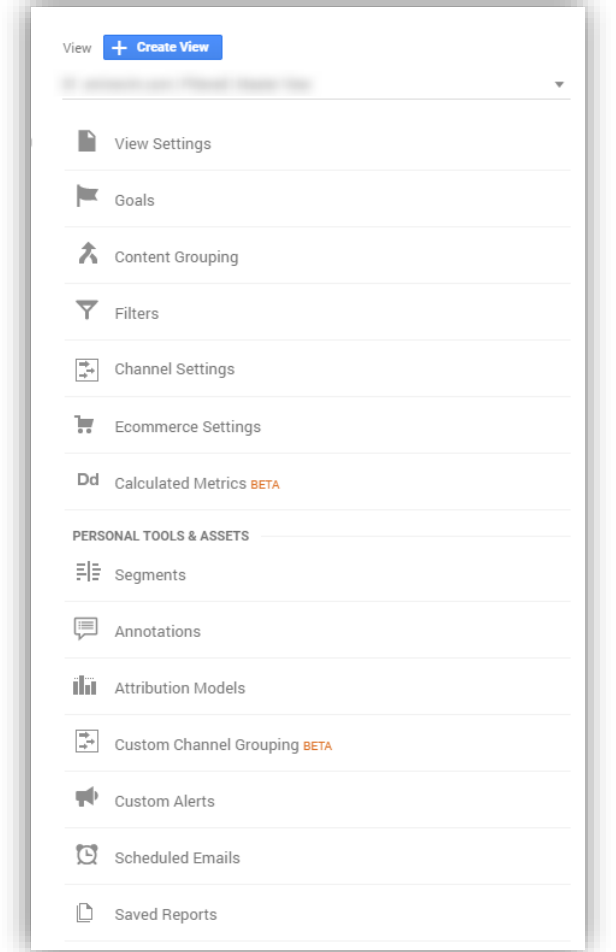

GÖRÜNÜM OLUŞTURMA

Yeni bir GA hesabı/mülkü oluşturduktan sonraki önemli adımlardan biri mutlaka filtrelenmemiş/kısıtlanmamış bir görünüm oluşturmaktır.

Ayarlar > Yönetici > (İlgili Mülkteki) Görünüm > «Görünüm Oluştur»

[Best Practice] Bir mülkün altında en az üç adet görünüm oluşturulması tavsiye edilir:

- **Master View:** Ana görünüm
- **Unfiltered View:** Hiçbir filtre ve ayar değişikliği uygulanmamış yedek görünüm
- **Test View:** Master View'a filtre uygulanırken veya yeni görünümler oluşturulurken yapılacak değişikliklerin önce test edilmesi gerekir. **Görünümlere uygulanan filtreler geçmişe dönük değildir ve etkileri kalıcıdır.** Yani hatalı bir filtrelemeden sonra filtre silinse bile filtre uygulanan veri kurtarılamaz.



GÖRÜNÜM FİLTRELERİ

Sitenin GA hesabına eklenmesi gereken filtreler sitenin ihtiyaçlarına ve yapısına göre değişebilir.

Örnek filtreler:

- IP adresini hariç tutma
- URL/kampanya/arama-terimi küçük harfe dönüştürme
- Subdomain için ayrı görünüm oluşturma
- «Sayfa» boyutunda hostname'i de gösterme
- vb..

Rank	Filter Name	Filter Type	
1	RND Exclude	Exclude	remove
2	Combine Instagram Referrals	Search and Replace	remove
3	Combine Facebook Referrals	Search and Replace	remove
4	Exclude testchakra.iyimarkalar.com	Exclude	remove
5	Exclude groupmtest	Exclude	remove
6	Exclude GroupM Office IPs	Exclude	remove
7	Medium as Lowecase	Lowercase	remove
8	Source to Lowercase	Lowercase	remove

Edit Filter

Filter Information

Filter Name
domain3.com Ofis Statik IP Adresi

Filter Type
Predefined Custom

Exclude traffic from the IP addresses that are equal to

IP address
195.155.97.70

Filter Verification ?
Analytics cannot provide a preview for this filter. previews for advanced filt

[Save](#) [Cancel](#)

YETKİ SINIRLANDIRMALARI

- **Kullanıcıları Yönetme (Manage Users)** :Hesap kullanıcılarını yönetebilir (kullanıcıları ekleme/silme, herhangi bir izin atama). Düzenleme veya Ortak Çalışma'yı içermez. Bu izne sahip olduğu her türlü hesap, mülk veya görünüm için kendisi dahil herhangi bir kullanıcıya tüm izinleri verebilir.
- **Düzenleme (Edit)**: Görünümler, filtreler, hedefler vb. oluşturabilir ve düzenleyebilir. Kullanıcıları yönetemez.Yönetim ve raporlarla ilgili işlevleri yerine getirebilir (ör. hesapları, mülkleri, görünümleri, filtreleri, hedefleri vb. ekleme/düzenleme/silme, ancak kullanıcıları yönetme hariç).
- **Ortak Çalışma (Collaborate)**: Dashboard'lar ve ek açıklamalar gibi paylaşılan varlıklar oluşturabilir ve düzenleyebilir. (İlişkilendirme modelleri,kanal gruplamaları,dönüşüm segmentleri,özel raporlar,segmentler,vb.)
- **Okuma & Analiz (Read & Analyse)**: Rapor ve yapılandırma verilerini görebilir, raporlardaki verilerle oynayabilir (ör. tablo filtreleme, ikincil boyut ekleme, segment oluşturma).

× Add permissions Add

Email addresses

Enter email addresses

Notify new users by email

Permissions

Edit
Can create and edit views, filters, goals, etc. Cannot manage users. [Learn more](#)

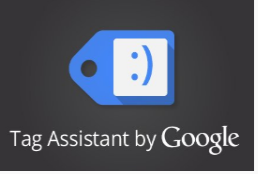
Collaborate
Can create and edit shared assets, like dashboards or annotations. [Learn more](#)

Read & Analyse
Can view report and configuration data. [Learn more](#)

Manage Users
Can add users, delete users and change user permissions. [Learn more](#)

CHROME UZANTILARI

ERKEN



Tag Assistant (by Google)


Sunan: Google

Tag Assistant helps to troubleshoot installation of various Google tags including C

★★★★★ 1.123 Geliştirici Araçları

Oyla

ERKEN




Facebook Pixel Helper

Sunan: Facebook

The Facebook Pixel Helper is a troubleshooting tool that helps you validate your p

★★★★★ 1.000 Geliştirici Araçları

Oyla



Google Analytics Debugger


Offered by: Google Analytics

★★★★★ 600 | [Developer Tools](#) | 384,996 users

G By Google

Remove from Chrome

ERKEN



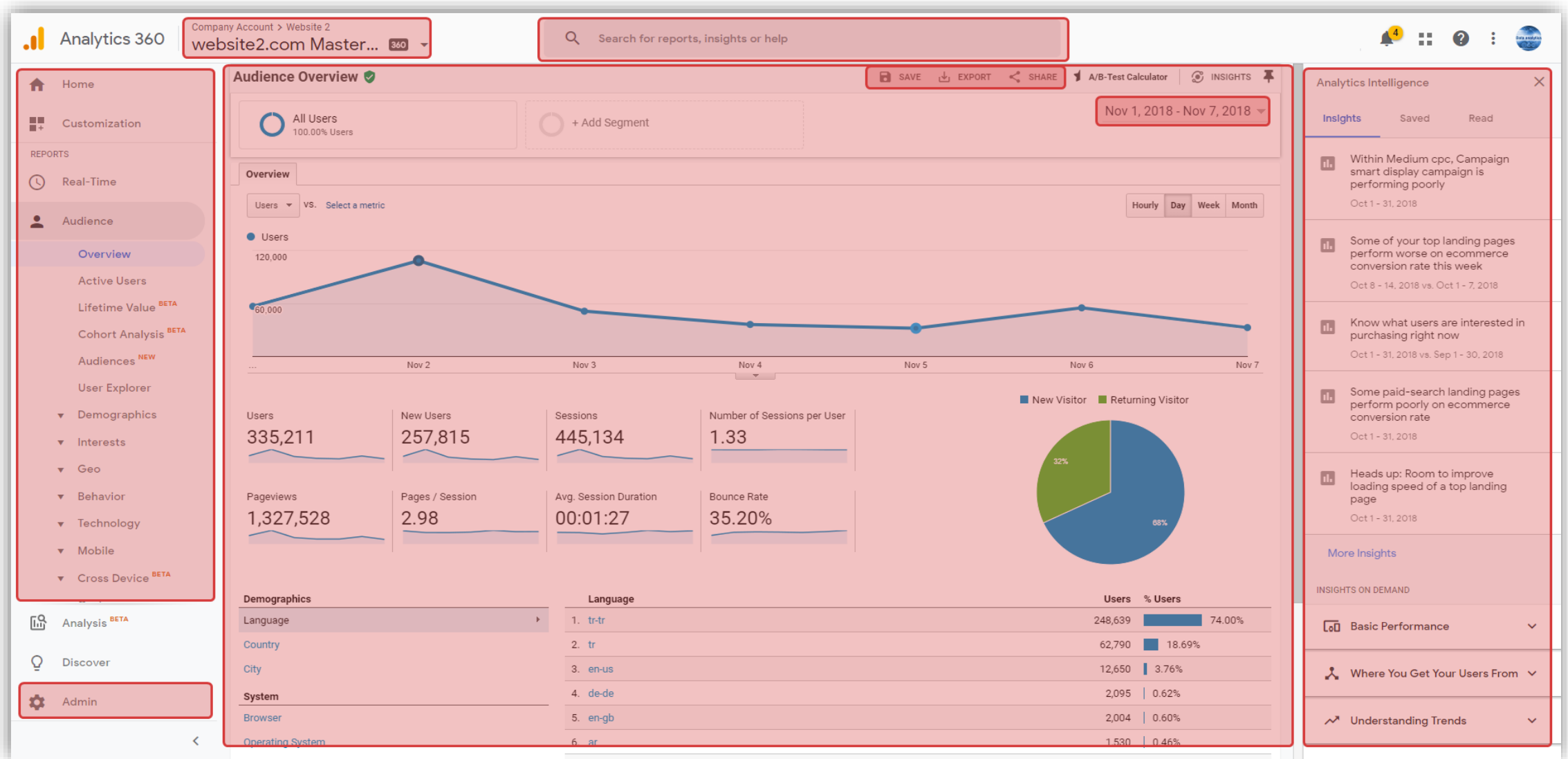
dataslayer

Sunan: [bearla.ws](#)

Debug and test tag management (Google Tag Manager, DTM, Tealium) and anal

★★★★★ 65 Geliştirici Araçları

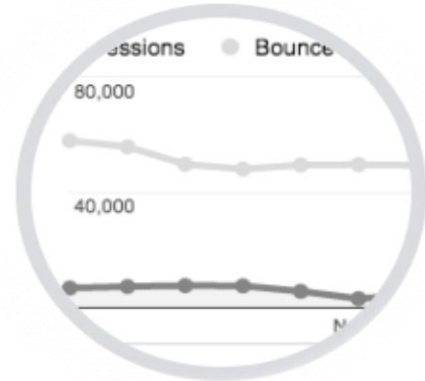
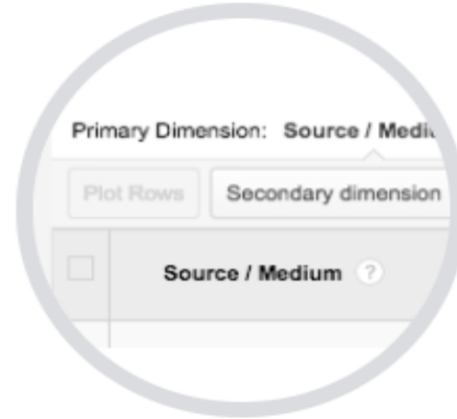
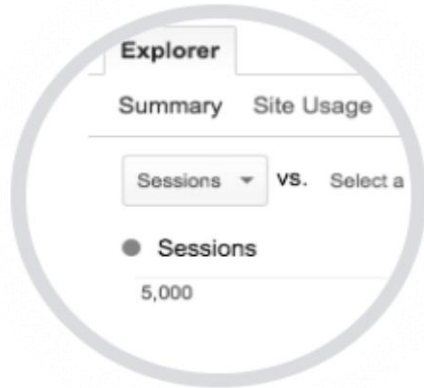
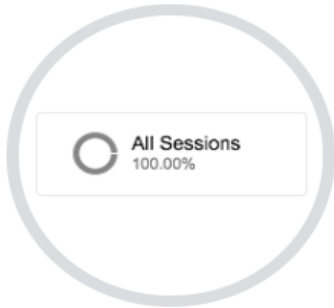
Oyla



TERİMLER

İlişkilendirme:	Attribution	Hedeflere giden yollardaki adımlara değer atama işlemi
İlişkilendirme Modeli:	Attribution Model	Değer atama işleminin nasıl ve neye göre ayarlandığı
Dönüşüm:	Conversion	İşletmenin başarısı için önemli olan bir aktivite. Satış, form doldurma, video izleme vb.
Boyut:	Dimension	Verinin tanımlayıcı bir özelliği. Tarayıcı, şehir, trafik kaynağı vb.
Etkinlik:	Event	Site içeriğiyle olan kullanıcı etkileşimlerini tanımlayan bir tür «hit». Dosya indirme, reklam tıklama vb
Hedef:	Goal	İş hedeflerini ne kadar gerçekleştirebildiğimizi gösteren sitede gerçekleşen önemli aksiyonlar
İsabet:	Hit	GA'e veri gönderilmesiyle sonuçlanan her etkileşim. Sayfa yüklemesi, event gerçekleşmesi vb
Metrik:	Metric	Nicel değer veren veriler. Toplam ya da oran olarak olabilir. Ort. Oturum Süresi, Sayfa Görüntüleme vb
Sayfa Görüntüleme:	Pageview	Websitesindeki sayfaların yüklenmesi/yenilenmesi işlemleri.
Segment:	Segment	Benzer özellikler taşıyan oturum veya ziyaretçilerden oluşan alt gruplar.
Oturum:	Session	Kullanıcının sitede aktif olduğu zaman dilimi. 30 dakikalık eylemsizlikten sonra biter.*
Kaynak:	Source	Trafiğin kaynağıdır. Örneğin «google», «facebook.com» gibi
Aracı (Araç):	Medium	Trafik kaynağının kategorisidir. Örneğin reklam trafiği için «cpc», organik trafik için «organic» gibi.

ARAYÜZ KULLANIMI



ARAYÜZ

Birincil Boyut: Default Channel Grouping Kaynak / Araç Kaynak Aracı Diğer ▾

Satırların Grafiğini Çiz İkincil boyut Sıralama Türü: Varsayılan ▾

gelişmiş

Default Channel Grouping	Edinme			Davranış			Dönüşümler E-ticaret ▾		
	Kullanıcılar ? ↓	Yeni Kullanıcılar ?	Oturum ?	Hemen Çıkma Oranı ?	Sayfa / Oturum ?	Ort. Oturum Süresi ?	E-ticaret Dönüşüm Oranı ?	İşlem Sayısı ?	Gelir ?
	116.598 Toplam Yüzde: %100,00 (116.598)	99.492 Toplam Yüzde: %100,14 (99.356)	191.734 Toplam Yüzde: %100,00 (191.734)	%71,68 Görüntüleme İçin Ortalama Metrik Değeri: %71,68 (%0,00)	2,48 Görüntüleme İçin Ortalama Metrik Değeri: 2,48 (%0,00)	00:01:51 Görüntüleme İçin Ortalama Metrik Değeri: 00:01:51 (%0,00)	%0,52 Görüntüleme İçin Ortalama Metrik Değeri: %0,52 (%0,00)	992 Toplam Yüzde: %100,00 (992)	₺307.693,31 Toplam Yüzde: %100,00 (₺307.693,31)
1. Paid Search	39.422 (%30,90)	29.805 (%29,96)	57.961 (%30,23)	%69,30	2,91	00:01:59	%0,43	250 (%25,20)	₺84.745,11 (%27,54)
2. Display	34.843 (%27,31)	31.732 (%31,89)	51.077 (%26,64)	%87,19	1,30	00:00:34	%0,03	15 (%1,51)	₺3.288,25 (%1,07)
3. Organic Search	28.008 (%21,96)	17.414 (%17,50)	47.286 (%24,66)	%61,08	3,15	00:02:54	%0,53	250 (%25,20)	₺67.038,24 (%21,79)
4. Direct	13.507 (%10,59)	11.461 (%11,52)	20.395 (%10,64)	%68,98	2,60	00:02:12	%0,37	76 (%7,66)	₺23.474,17 (%7,63)



Veri: Verileri tablo biçiminde gösterir.



Yüzde: Seçili metriğin toplam değere katkısını gösteren pasta grafik görüntüler.



Performans: Seçili metrikler için görece performansı gösteren yatay bir çubuk grafik görüntüler.



Karşılaştırma: Seçili metriklerin site ortalamasına göre performansını gösteren bir çubuk grafik görüntüler.



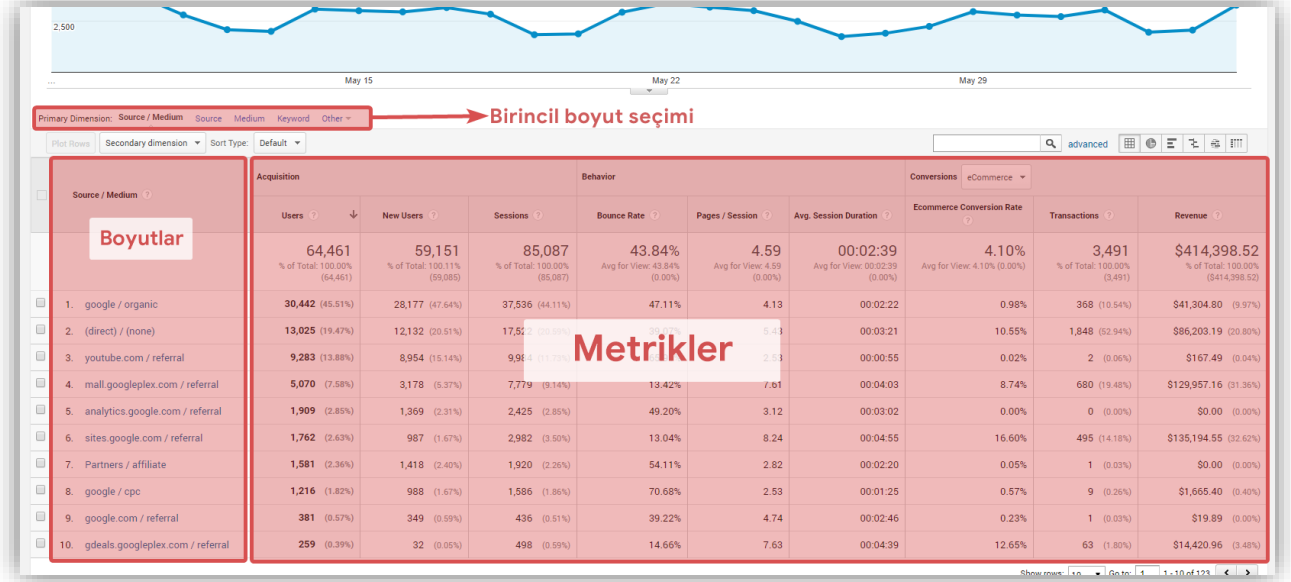
Terim Bulutu: Anahtar kelime performansının görsel bir temsilini gösterir.



Pivot: Verilerinizi ikinci bir boyut eksenine yerleştirerek belirli raporlar için tablolardaki bilgileri yeniden düzenler.

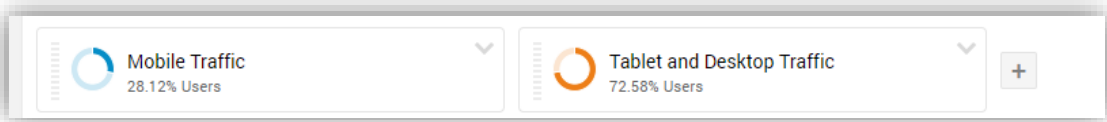
METRİKLER VE BOYUTLAR

- Bütün raporlar boyutlar ve metriklerin üzerine inşa edilmiştir.
- Herhangi bir veri tablosundaki veriler
 - seçili tarihe,
 - bulunduğumuz görünüme ve
 - uyguladığımız segmente bağlıdır.
- Sunulan veride bir sorun olduğunı düşünüyorsanız her şeyden bu üçünü kontrol etmek gerekir.
- Bakılan bir varsayılan rapordaki birincil boyut değiştirilebilir, ikincil boyut eklenebilir.
- Raporlara farklı kombinasyonlarda filtreler eklenebilir.



SEGMENTLER

- Segmentasyon her analizin en önemli ilk adımlarındandır.
- Özet olarak segmentler bir analitik verisini farklı kriterlerle tanımlanmış alt gruplara bölerek analiz etmeyi sağlar.
- Esasında segmentler, verinizden iyi tanımlanmış alt gruplar (subset) oluşturmaya yarayan filtreler bütünüdür.
- Segmentler sayesinde kurallarımıza uyan kullanıcıları bir araya toplayarak beraber analiz edebilir, böylece benzer kullanıcıların davranış pattern'larını daha iyi görebiliriz.
- GA'de önceden tanımlanmış segmentler olduğu gibi kendi segmentlerimizi yaratma imkanı da vardır. Bazı öntanımlı segmentler olarak:
 - Mobil Trafik
 - Masaüstü Trafik
 - Yeni Kullanıcılar
 - Tekrar Kullanıcıları gibi örnekler verilebilir.



The screenshot shows the Google Analytics segment creation interface. The 'Segment Name' field is at the top, followed by 'Save', 'Cancel', and 'Preview' buttons. The 'Demographics' tab is selected, and the 'Demographics' section is expanded. The 'Demographics' section includes the following filters:

- Age: 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65+
- Gender: Female, Male, Unknown
- Language: contains [text box]
- Affinity Category (reach): contains [text box]
- In-Market Segment: contains [text box]
- Other Category: contains [text box]
- Location: Continent, contains [text box]

SEGMENTLER

Kaydet İptal Özisleme Segment, herhangi bir Görünümde görünür durumda [Değiştir](#)

Demografi

Teknoloji

Davranış

İlk Oturumun Tarihi

Trafik Kaynakları

Geliştirilmiş E-ticaret

Gelişmiş

Koşullar

Diziler

Demografi

Kullanıcılarınızı demografik bilgilere göre bölümlere ayırın.

Yaş ? 18-24 25-34 35-44 45-54 55-64 65+

Cinsiyet ? Female Male Unknown

Dil ?

Yakın İlgili Alanı Kategorisi (erişim) ?

Pazardaki Segment ?

Diğer Kategorisi ?

Yer ?

Özet

Kullanıcıların **%100,00** kadarı

Kullanıcılar -

Oturumlar -

Oturumların %100,00 kadarı

Filtre Yok

KİTLE OLUŞTURMA

YÖNETİCİ KULLANICI

Mülk [+ Mülk Oluştur](#)

www.chakra.com.tr

Mülk Ayarları

User Management

İzleme Bilgileri

ÜRÜN BAĞLANTISI

Google Ads Bağlantısı

AdSense Bağlantısı

Ad Exchange Bağlantısı

Tüm Ürünler

İşlem Bildirimleri

Kitle Tanımları

Kitleler

Dinamik Özellikler

Özel Tanımlar

Verileri İçer Aktarma

Kitleler

Kullanıcılarınızla Google'ın Kitle pazarlama entegrasyonları (ör. Arama Ağı Reklamlarına Yönelik Yeniden Pazarlama Listeleri ve Google Görüntülü Reklam Ağı'nda Yeniden Pazarlama) yoluyla veya sitenize geri dönen kullanıcılarla Google Optimize 360'ı kullanarak etkileşimde bulunmak için kitleler oluşturun. [Daha Fazla Bilgi](#)

Kitle kaynağı Düzenle
Görünüm: *Chakra [Master View]*

Kitle tanımlama

[Yeni Oluştur](#) [Segmenti İçer Aktar](#)

Önerilen Kitleler

- [Akıllı Liste](#)
- [Tüm Kullanıcılar](#)
- [Yeni Kullanıcılar](#)
- [Geri Gelen Kullanıcılar](#)
- [Sitemin belirli bir bölümünü ziyaret eden kullanıcılar \(ör. /index.html, gömlekler, /alisverispeti/\)](#)
- [Bir hedef dönüşümü tamamlayan kullanıcılar](#)
- [Bir işlemi tamamlayan kullanıcılar](#)

Kitle adı

[Sonraki adım](#) [İptal](#)

© 2019 Google | [Analytics ana sayfası](#) | [Hizmet Şartları](#) | [Gizlilik Politikası](#) | [Geri bildirim gönder](#)

Yönetici>Mülk>Kitle Tanımları>Kitleler altından hedefleme alanında aktif olarak kullanılacak kitle tanımlamaları yapılabilir.

FİLTRELER

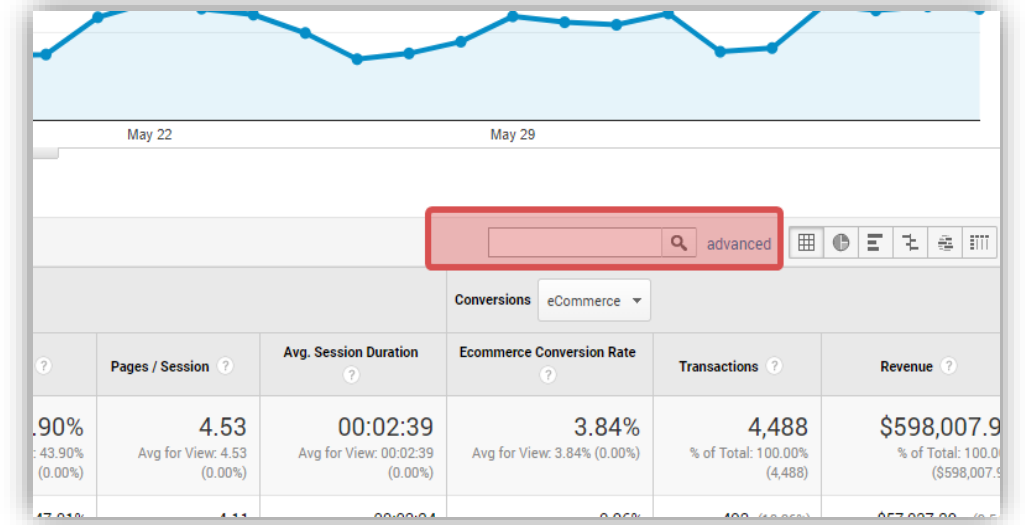
Filtreler verilerimizi organize ederek daha derinlemesine bakabilmemizi sağlar.

Temel düzeyde veya gelişmiş olarka uygulanabilir.

Gelişmiş filtrelerde boyutlar

- İçerir
- Şununla başlar
- Şununla biter
- Tam olarak eşleşir
- ve regex eşleşmesi olarak sıralanır.

Filtrelerde ilave kıstaslar otomatik olarak «AND» (ve) operatörüyle eklenir. «OR» (veya) operatörünü kullanmak için basit düzeyde regex eşleşmesi kullanmak gerekir.

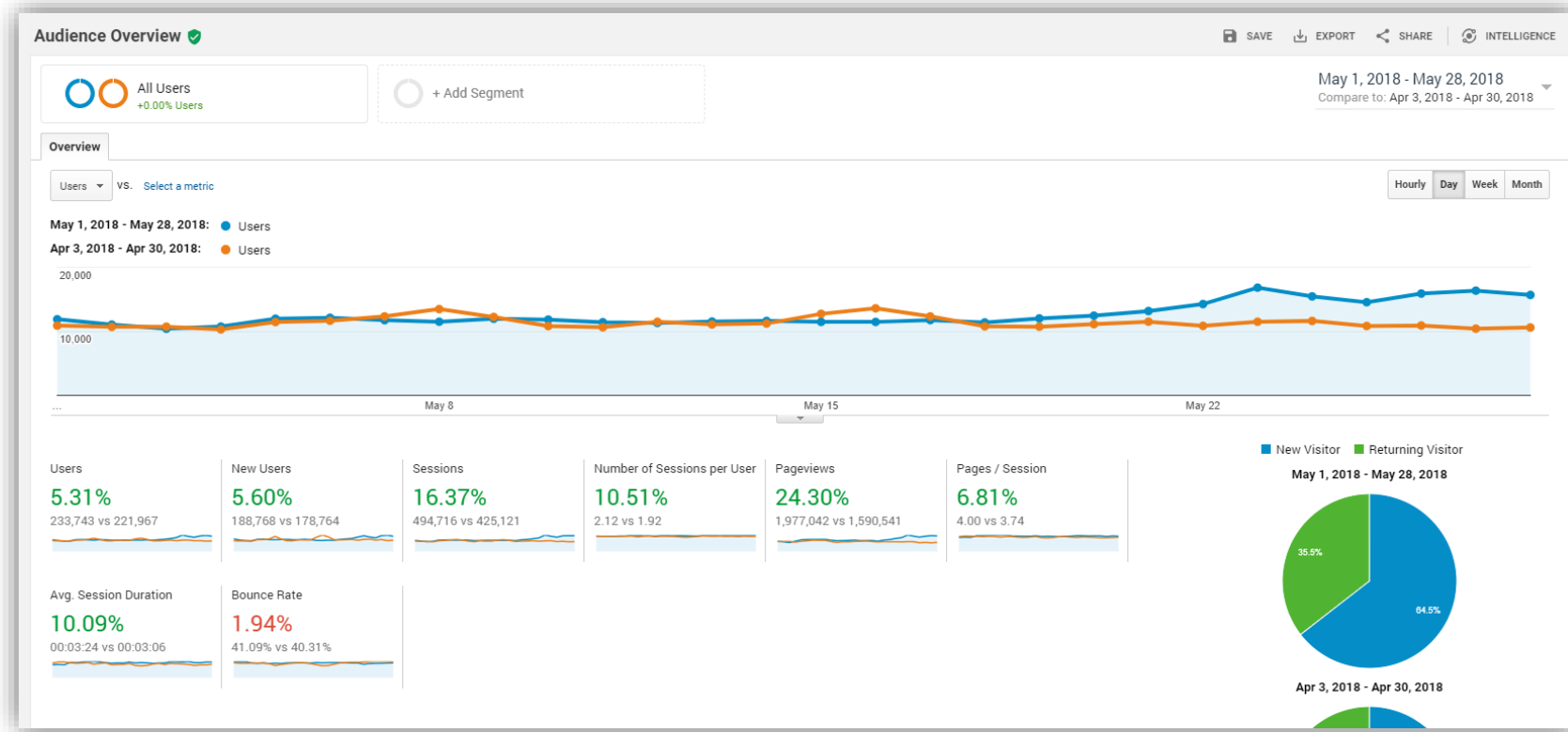


The screenshot shows a filter configuration interface. It includes a Primary Dimension dropdown set to 'Source / Medium', a Secondary dimension dropdown, and a Sort Type dropdown set to 'Default'. There are two filter rules defined: one including 'referral' and another excluding 'googleplex'. A '+ Add a dimension or metric' button is visible at the bottom.

KİTLE RAPORLARINA GENEL BAKIŞ

Kuş bakışı bir görünüm verir ve basit düzeyde bir dashboard gibidir.

Genel olarak trendleri görmemizi sağlayabilir ancak tarihsel karşılaştırma şeklinde baktığımızda daha çok veri sunabilir.



KİTLE RAPORLARINA GENEL BAKIŞ

Raporlarda ve yardımda ara

Gerçek zamanlı

Kitle

- Genel Bakış
- Etkin Kullanıcılar
- Yaşam Boyu Değer BETA
- Kohort Analizi BETA
- Kitleler
- Kullanıcı Gezgini
- Demografi
- İlgi Alanları
- Coğrafi
- Davranış
- Teknoloji
- Mobil
- Cihazlar Arası BETA
- Özel
- Karşılaştırma
- Kullanıcı Akışı

Edinme

Keşfet

Yönetici

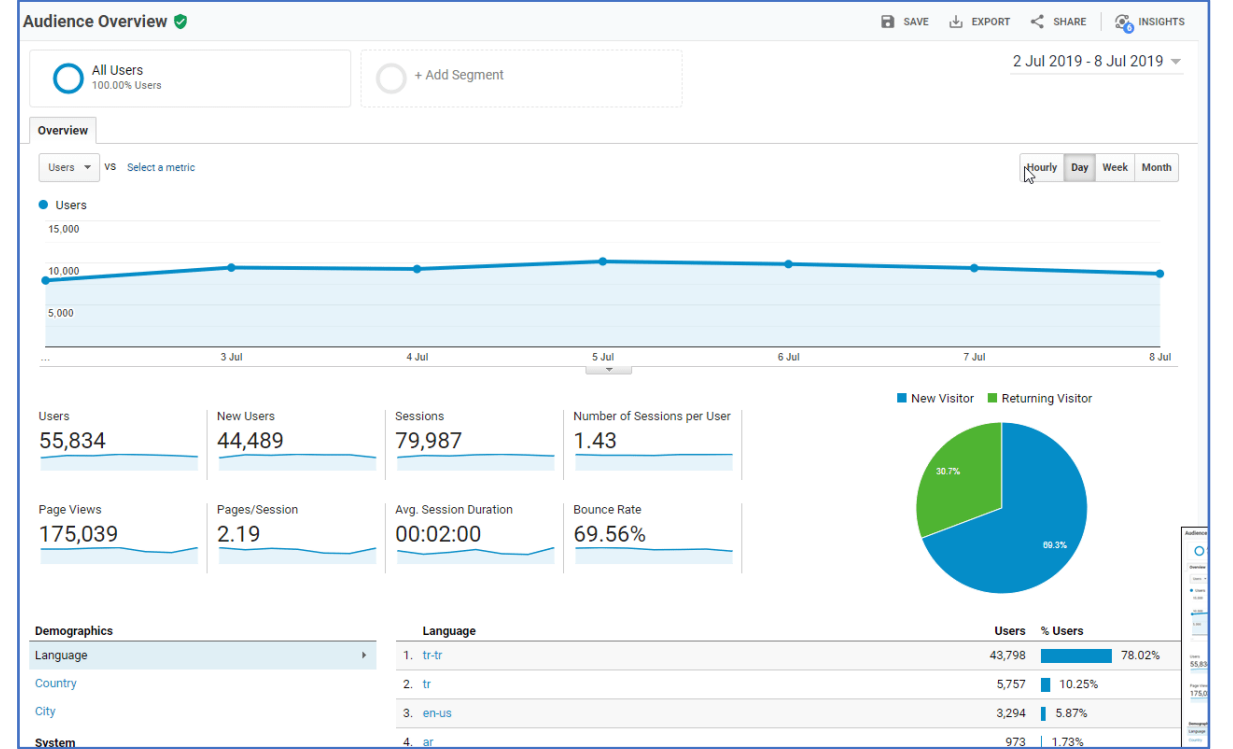
Demografik : Yaş, Cinsiyet

Coğrafi : Dil, Lokasyon

Davranış: Yeni Kullanıcılar, Geri Gelen Kullanıcılar

Teknoloji: Tarayıcı, Ağ

Mobil: Cihaz kırılımı



KİTLE: YENİLER – GERİ GELENLER

Siteye ilk defa gelenlerle, daha sonra geri gelen ziyaretçilerin davranışları birbirinden farklı olacaktır. Bu nedenle Yeniler – Geri Gelenler (New vs Returning) önemli raporlardan biridir.

Primary Dimension: User Type

Plot Rows Secondary dimension Sort Type: Default

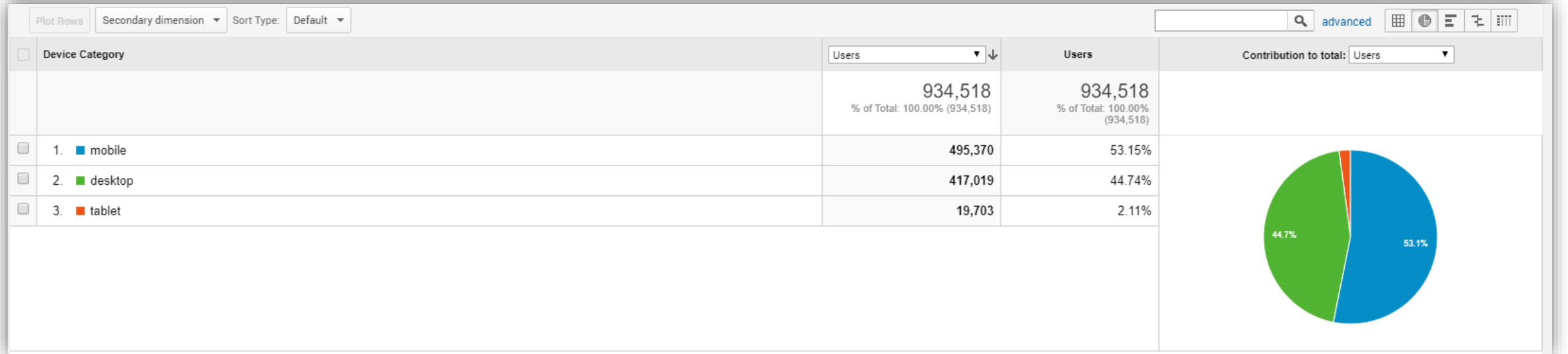
advanced

User Type ?	Acquisition			Behavior			Conversions eCommerce		
	Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?	Transactions ?	Revenue ?	Ecommerce Conversion Rate ?
	934,518 % of Total: 100.00% (934,518)	845,004 % of Total: 100.26% (842,836)	2,128,633 % of Total: 100.00% (2,128,633)	41.01% Avg for View: 41.01% (0.00%)	3.90 Avg for View: 3.90 (0.00%)	00:03:22 Avg for View: 00:03:22 (0.00%)	6,656 % of Total: 100.00% (6,656)	TRY 29,921,765.51 % of Total: 100.00% (TRY 29,921,765.51)	0.31% Avg for View: 0.31% (0.00%)
1. New Visitor	855,734 (70.34%)	845,004(100.00%)	844,999 (39.70%)	40.14%	3.72	00:02:47	1,394 (20.94%)	TRY 6,251,133.12 (20.89%)	0.16%
2. Returning Visitor	360,771 (29.66%)	0 (0.00%)	1,283,634 (60.30%)	41.59%	4.02	00:03:45	5,262 (79.06%)	TRY 23,670,632.39 (79.11%)	0.41%

Show rows: 10 of 10. Page: 1 of 1

KİTLE: MOBİL

Mobil altında Genel Bakış raporunda 3 cihaz kategorisine göre (mobil, pc ve tablet) performans metrikleri sunulur. Cihazlar raporunda ise detaylı olarak cihaz bazında segmente edilmiş veriler vardır.



EDİNME RAPORLARINA GENEL BAKIŞ

Raporlarda ve yardımda ara

Ana Sayfa

Özelleştirme

RAPORLAR

Gerçek zamanlı

Kitle

Edinme

- Genel Bakış
- Tüm Trafik
 - Kanallar
 - Treemap
 - Kaynak/Aracı
 - Yönlendirmeler
- Google Ads
- Search Console
- Sosyal
- Kampanyalar

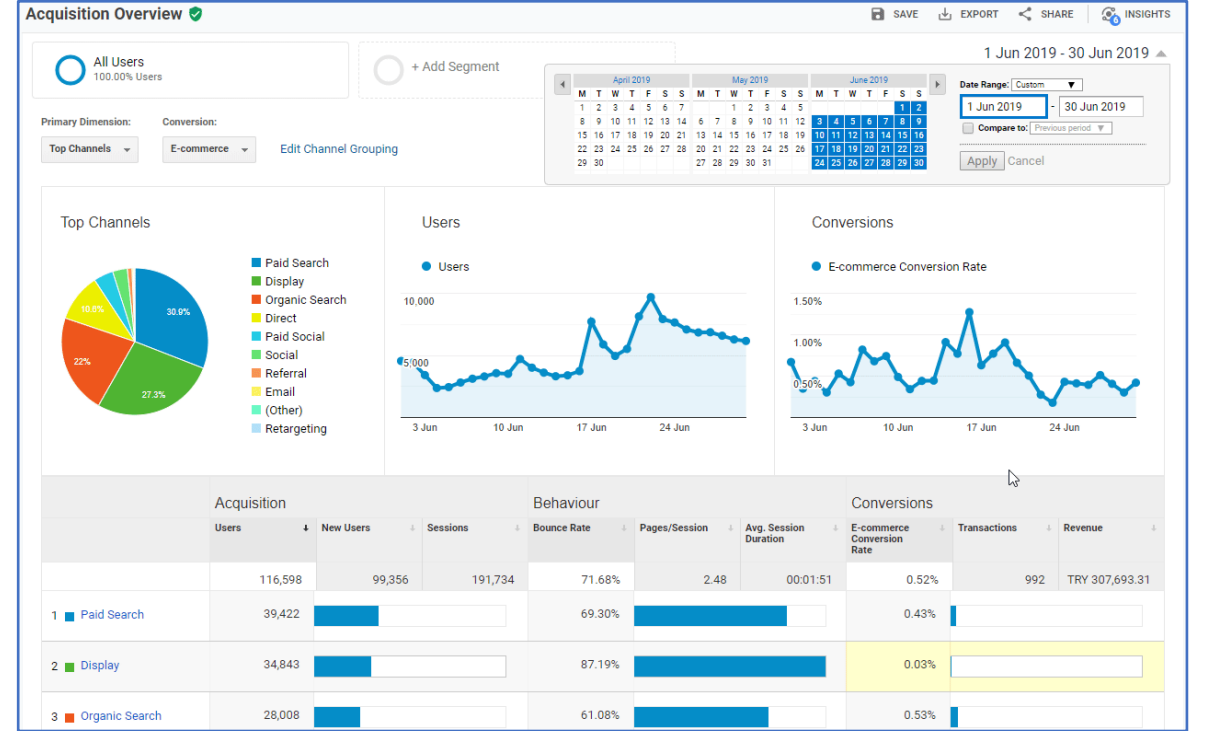
Davranış

Dönüşümler

Keşfet

Yönetici

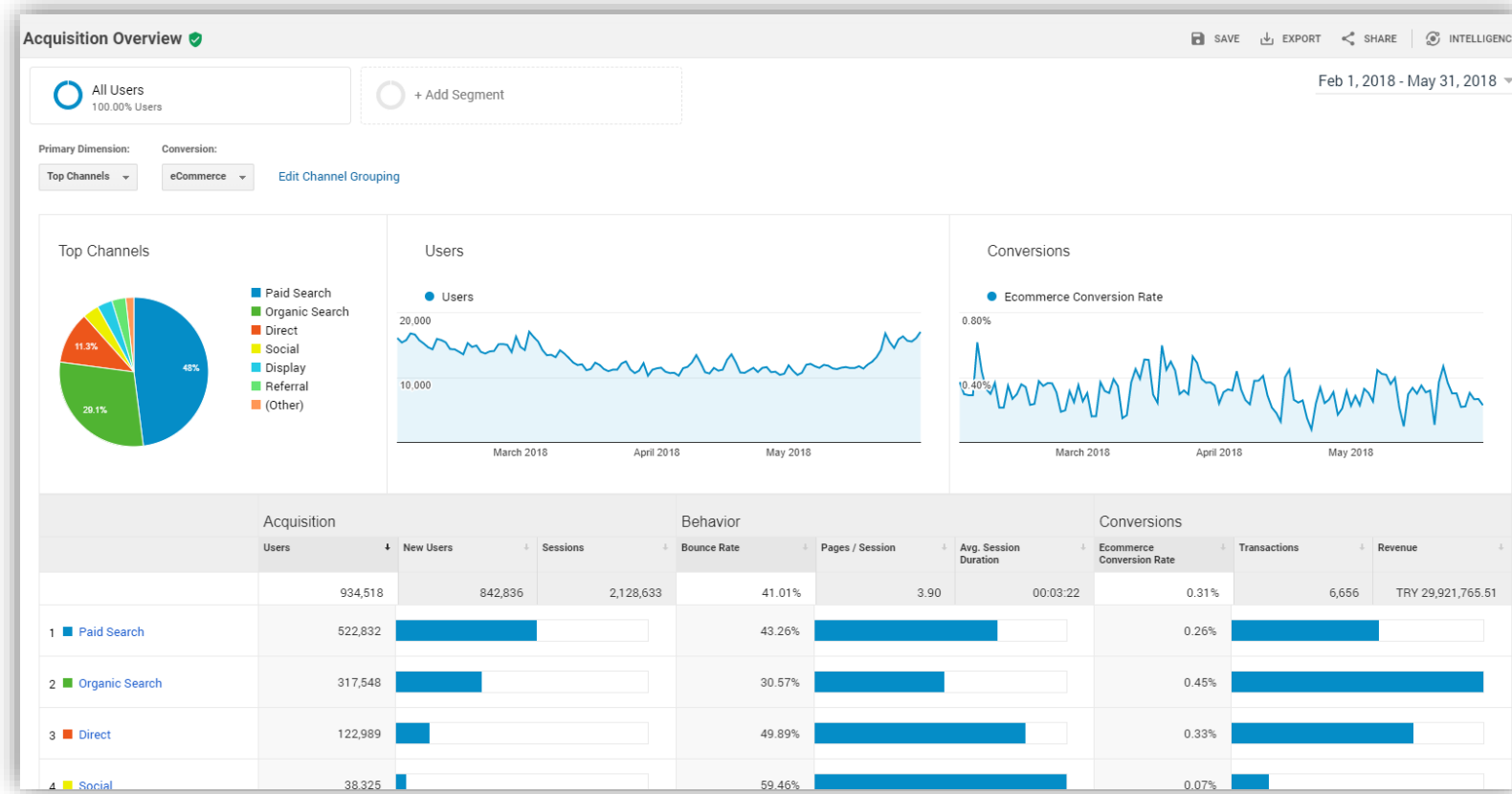
- **Tüm Trafik:** Kanallar, Kaynak/Aracı
- **Google Ads:** Kampanyalar, Kelimeler
- **Search Console:** İnış Sayfaları
- **Kampanyalar:** Tüm Kampanyalar, Organik Kelimeler



EDİNME RAPORLARI NEDİR?

Edinme raporları gelen kullanıcıları hangi yolda elde ettiğimize dair bilgiler verir.

Bu raporlar genel olarak kanal, kaynak, araç, anahtar kelime ve kampanya olarak bölünür.



EDİNME: KAMPANYALAR

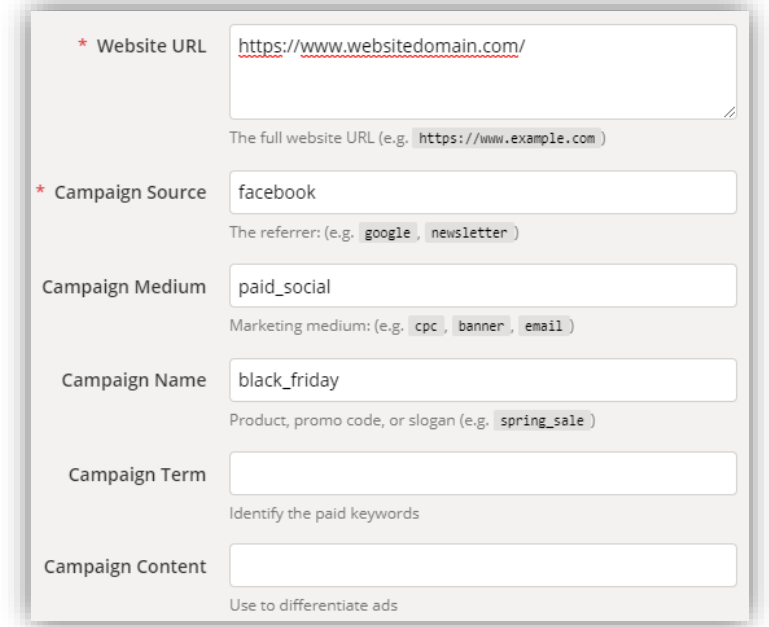
Kampanyalar (Campaigns) raporunda pazarlama kanallarından siteye çektığımız kullanıcıların gelirken kullandıkları terimleri ve reklam / organik kampanyalarımızın performansına dair veriler bulunur.

Buradaki kampanya adı ve ücretli anahtar kelimeler reklam kampanyaları sırasında kullanılan UTM parametrelili url'lerden gelir.

[**Best Practice**] Site dışında paylaşılan her URL'e tutarlı şekilde utm etiketlemesi eklemek son derece önemlidir.

UTM etiketlemesi Google Campaign URL Builder üzerinden yapılabilir.

- **utm_source**: «Kaynak» boyutunda
- **utm_medium**: «Aracı» boyutunda
- **utm_campaign**: «Kampanya» boyutunda
- **utm_term**: «Anahtar Kelime» boyutunda
- **utm_content**: «Reklam İçeriği» boyutunda görünür.



The screenshot shows the Google Campaign URL Builder interface with the following fields and values:

- * Website URL**:
The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)
- * Campaign Source**:
The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)
- Campaign Medium**:
Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)
- Campaign Name**:
Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)
- Campaign Term**:
Identify the paid keywords
- Campaign Content**:
Use to differentiate ads

EDİNME: KAYNAK/ARACI

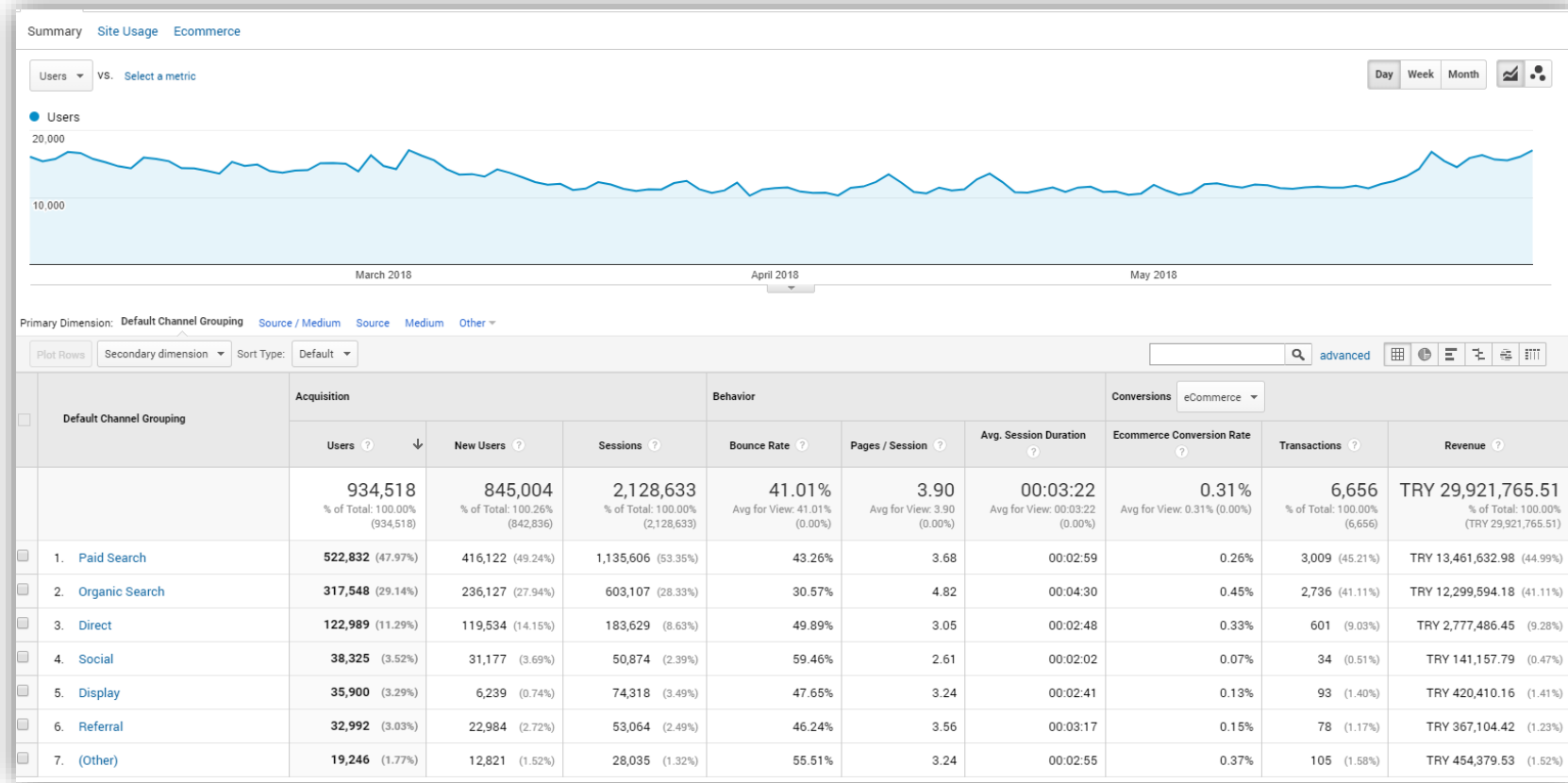
Kaynak/aracı (source/medium) raporunu siteye gelen trafiğin kaynağını daha detaylı incelemek için kullanabiliriz.

Primary Dimension: Source / Medium										
Secondary dimension										
Sort Type: Default										
Advanced										
Source / Medium	Acquisition			Behavior			Conversions eCommerce			
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Ecommerce Conversion Rate	Transactions	Revenue	
	934,518	845,004	2,128,633	41.01%	3.90	00:03:22	0.31%	6,656	TRY 29,921,765.51	
	% of Total: 100.00% (934,518)	% of Total: 100.26% (842,836)	% of Total: 100.00% (2,128,633)	Avg for View: 41.01% (0.00%)	Avg for View: 3.90 (0.00%)	Avg for View: 00:03:22 (0.00%)	Avg for View: 0.31% (0.00%)	% of Total: 100.00% (6,656)	% of Total: 100.00% (TRY 29,921,765.51)	
1. google / cpc	436,776 (38.53%)	344,524 (40.77%)	937,600 (44.05%)	39.88%	3.90	00:03:13	0.29%	2,727 (40.97%)	TRY 12,065,241.96 (40.32%)	
2. google / organic	307,021 (27.08%)	225,443 (26.68%)	584,131 (27.44%)	30.86%	4.81	00:04:29	0.44%	2,549 (38.30%)	TRY 11,396,333.15 (38.09%)	
3. (direct) / (none)	122,989 (10.85%)	119,534 (14.15%)	183,629 (8.63%)	49.89%	3.05	00:02:48	0.33%	601 (9.03%)	TRY 2,777,486.45 (9.28%)	
4. criteo- / cpc	58,911 (5.20%)	12,603 (1.49%)	116,633 (5.48%)	54.87%	3.06	00:02:38	0.19%	225 (3.38%)	TRY 1,097,682.18 (3.67%)	
5. facebook / cpc	45,589 (4.02%)	32,049 (3.79%)	71,215 (3.35%)	54.86%	2.61	00:01:33	0.07%	51 (0.77%)	TRY 237,790.12 (0.79%)	
6. rtbhouse / cpc	30,506 (2.69%)	9,276 (1.10%)	52,687 (2.48%)	58.65%	2.78	00:02:17	0.18%	97 (1.46%)	TRY 471,668.42 (1.58%)	
7. instagram / cpc	25,380 (2.24%)	22,584 (2.67%)	29,665 (1.39%)	57.72%	2.24	00:01:02	<0.01%	1 (0.02%)	TRY 3,999.00 (0.01%)	
8. m.facebook.com / referral	11,929 (1.05%)	10,778 (1.28%)	14,185 (0.67%)	67.47%	1.92	00:01:04	0.04%	6 (0.09%)	TRY 26,880.84 (0.09%)	
9. yandex / organic	10,416 (0.92%)	9,188 (1.09%)	16,672 (0.78%)	21.44%	5.36	00:05:19	1.01%	169 (2.54%)	TRY 819,050.47 (2.74%)	
10. youtube.com / referral	10,211 (0.90%)	6,727 (0.80%)	17,362 (0.82%)	53.51%	3.16	00:03:11	0.05%	8 (0.12%)	TRY 38,528.73 (0.13%)	

EDİNME: KANALLAR

Kanallar raporu trafik kaynakları ve bunların kalitesine genel bir bakışta bulunmak için önemlidir.

Burada baktığımız rakamlara göre hızlı kararlar vermek yerine buradaki verinin bizi daha detaylı incelemeler yapacağımız raporlara ve segmentlere yönlendirmesine izin vermek daha sağlıklıdır.



KİTLE RAPORLARINA GENEL BAKIŞ

Raporlarda ve yardımda ara

Ana Sayfa

Özelleştirme

RAPORLAR

Gerçek zamanlı

Kitle

Edinme

Davranış

- Genel Bakış
- Davranış Akışı
- Site İçeriği
- Site Hızı
- Site Arama
- Etkinlikler
- Yayıncı
- Denemeler

Dönüşümler

Keşfet

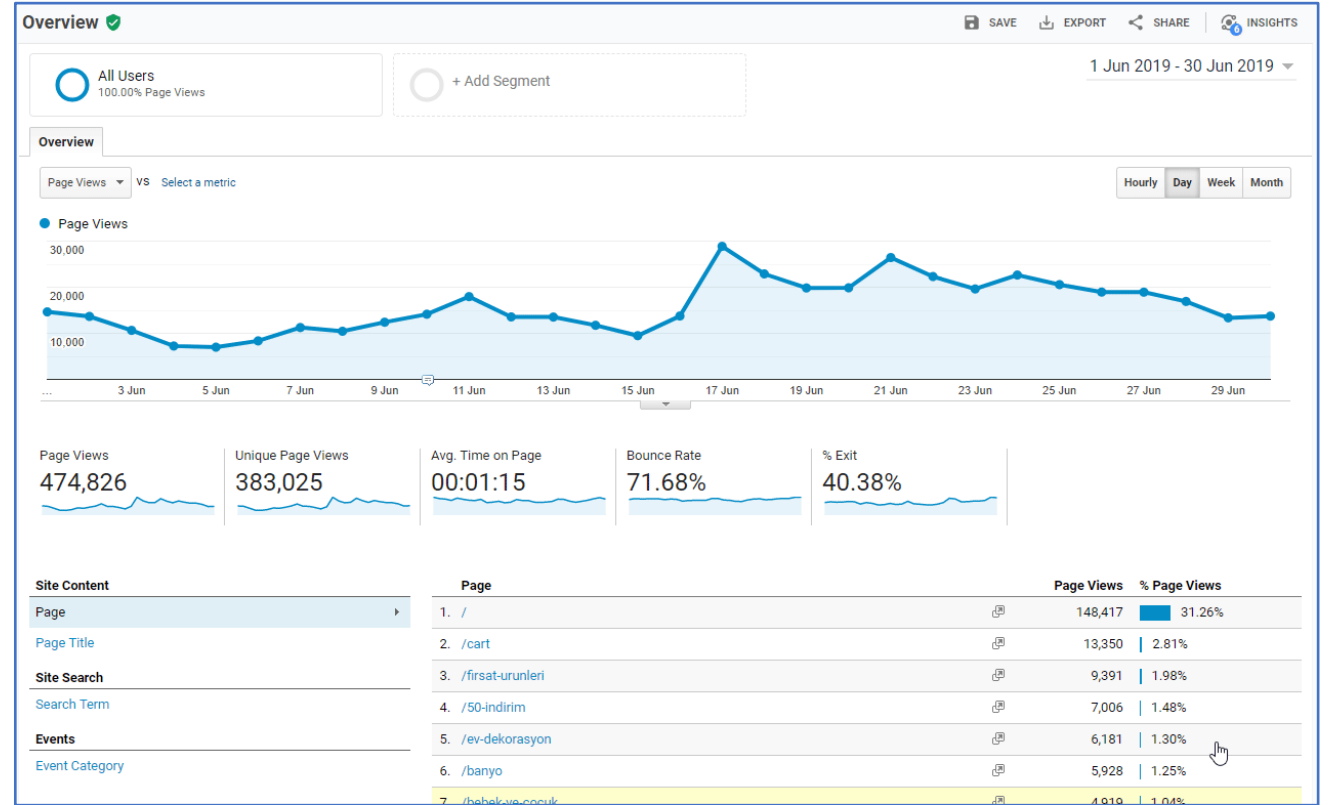
Yönetici

Sayfa İçeriği: Tüm Sayfalar,Ayrıntılı İçerik İncelemesi,Açılış Sayfaları,Çıkış Sayfaları

Sayfa Hızı: Sayfa yüklenme,indirilme hızları

Site Arama: Site içi aranan kelimeler

Etkinlikler: Sayfa raporu,En Popüler Etkinlikler,Genel Bakış



DAVRANIŞ: SİTE ARAMASI

Site içi arama kullanıcı intent'ine (niyet) dair en net ipuçlarını veren davranışlardan biridir.

Sitede arama yapan kullanıcıların dönüşüm oranları çok büyük oranda arama yapmayanlara göre daha yüksek olur.

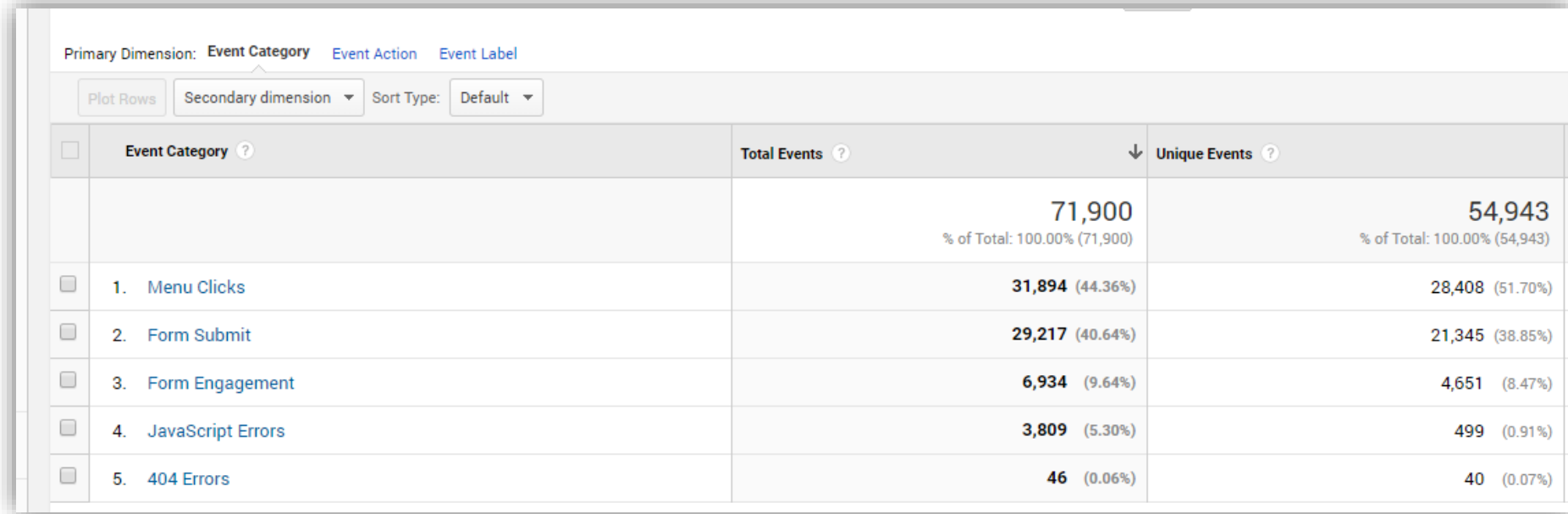
Site araması takibi [Yönetici > Görünüm > Görünüm Ayarları > Site Arama Ayarları](#) bölümünden kurulabilir.

Search Term ?	Total Unique Searches ? ↓	Results Pageviews / Search ?	% Search Exits ?
	28,903 % of Total: 100.00% (28,903)	1.47 Avg for View: 1.47 (0.00%)	25.30% Avg for View: 25.30% (0.00%)
1. sepet	1,184 (4.10%)	2.57	43.41%
2. Sepet	1,092 (3.78%)	1.27	20.70%
3. Koku	357 (1.24%)	1.39	36.69%
4. Oda kokusu	310 (1.07%)	1.36	36.77%
5. tepsi	293 (1.01%)	1.83	34.47%
6. Tepsi	292 (1.01%)	1.35	14.04%
7. Paspas	256 (0.89%)	1.40	26.56%
8. vazoz	254 (0.88%)	2.38	37.80%
9. Vazo	238 (0.82%)	1.40	15.55%
10. Mum	233 (0.81%)	1.36	21.89%

DAVRANIŞ: ETKİNLİKLER

Etkinlikler (event) GA'in kendisinde hazır olarak bulunmayan ancak bizim takip etmek istediğimiz önemli eylemler olarak değerlendirilebilir.

Bir event'in 4 parametresi vardır. **Kategori**, **Eylem**, **Etiket** ve **Değer**. Bunlardan sadece Kategori ve Eylem zorunludur.



The screenshot shows the Google Analytics interface for event data. The primary dimension is set to 'Event Category'. The table displays the following data:

Event Category	Total Events	Unique Events
	71,900 % of Total: 100.00% (71,900)	54,943 % of Total: 100.00% (54,943)
1. Menu Clicks	31,894 (44.36%)	28,408 (51.70%)
2. Form Submit	29,217 (40.64%)	21,345 (38.85%)
3. Form Engagement	6,934 (9.64%)	4,651 (8.47%)
4. JavaScript Errors	3,809 (5.30%)	499 (0.91%)
5. 404 Errors	46 (0.06%)	40 (0.07%)

DÖNÜŞÜM RAPORLARI

Raporlarda ve yardımda ara

Ana Sayfa

Özelleştirme

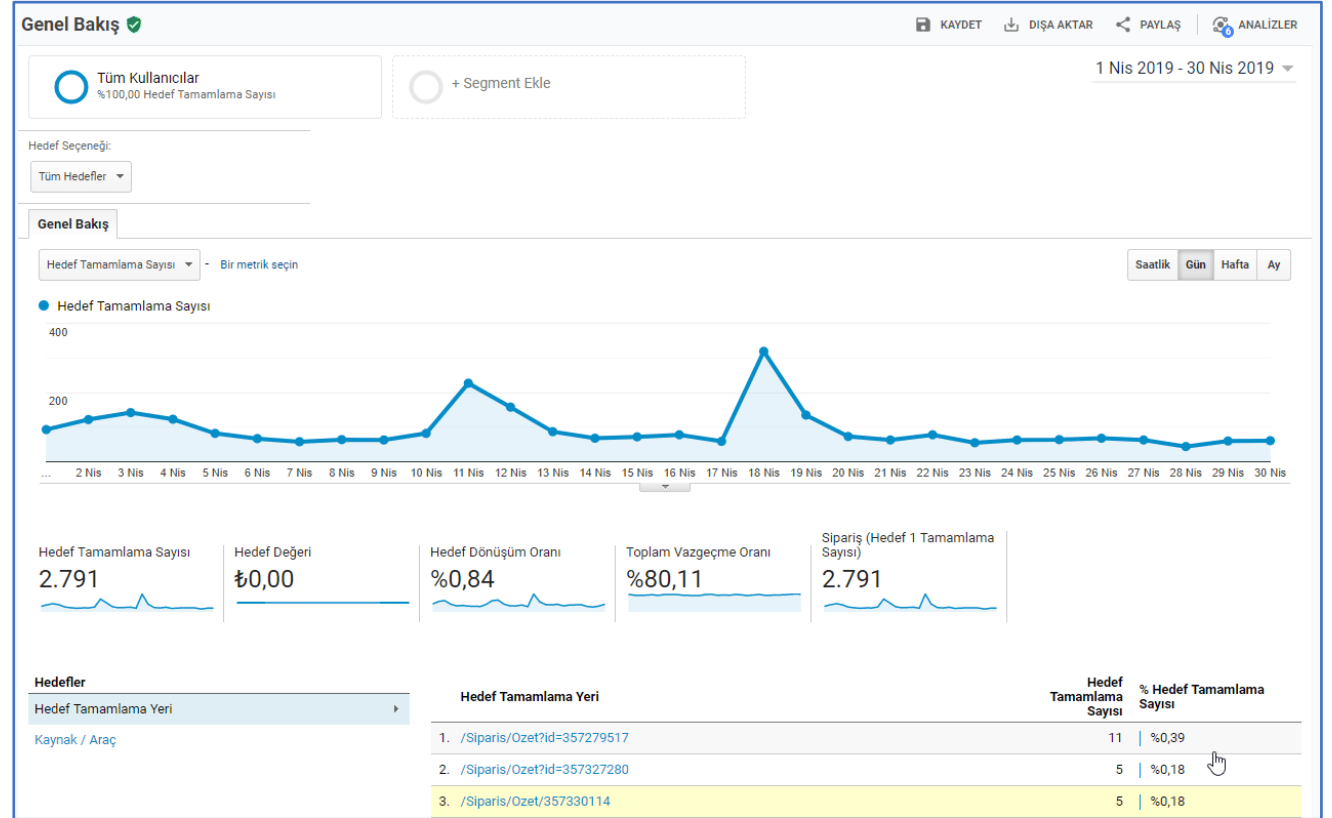
RAPORLAR

- Gerçek zamanlı
- Kitle
- Edinme
- Davranış
- Dönüşümler**
 - Hedefler
 - E-ticaret
 - Genel Bakış
 - Alışveriş Davranışı
 - Ödeme Davranışı
 - Ürün Performansı
 - Satış Performansı
 - Ürün Listesi Performansı
 - Pazarlama
 - Çok Kanallı Huniler
 - İlişkilendirme
- Keşfet
- Yönetici

Hedefler: Tanımlanmış olan hedeflerin performansı, Hedef Akışı, Huni Görselleştirme

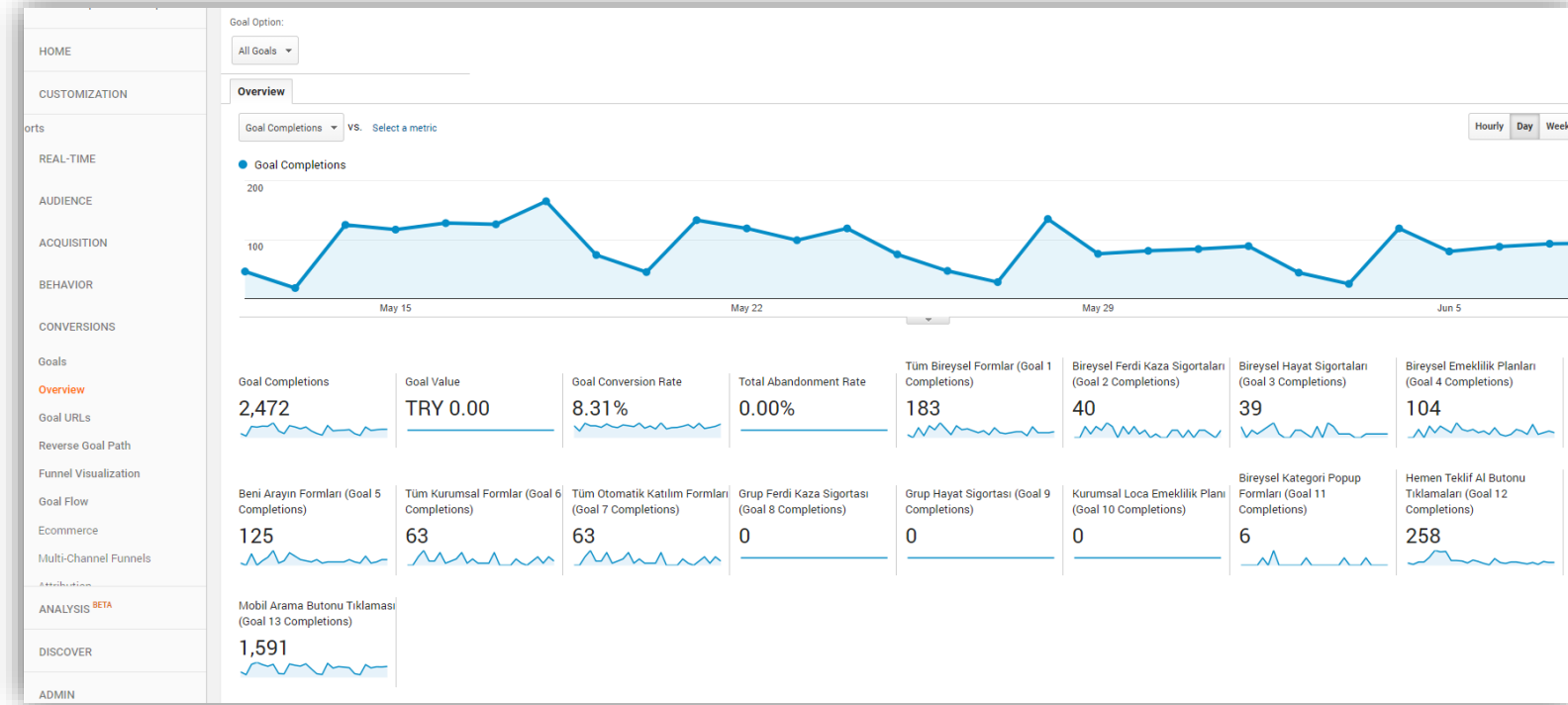
E-ticaret: Ürün ve satış performansı

İlişkilendirme: Model Karşılaştırma Aracı



DÖNÜŞÜMLER: HEDEFLER

Hedefler Google Analytics'in en önemli noktalarından biridir. Hedef kurulmadığında siteyi ve site trafiğini neye göre optimize edeceğimizi ve yaptığımız pazarlama çalışmalarının başarılı olup olmadıklarını bilemeyiz.



DÖNÜŞÜMLER: HEDEFLER

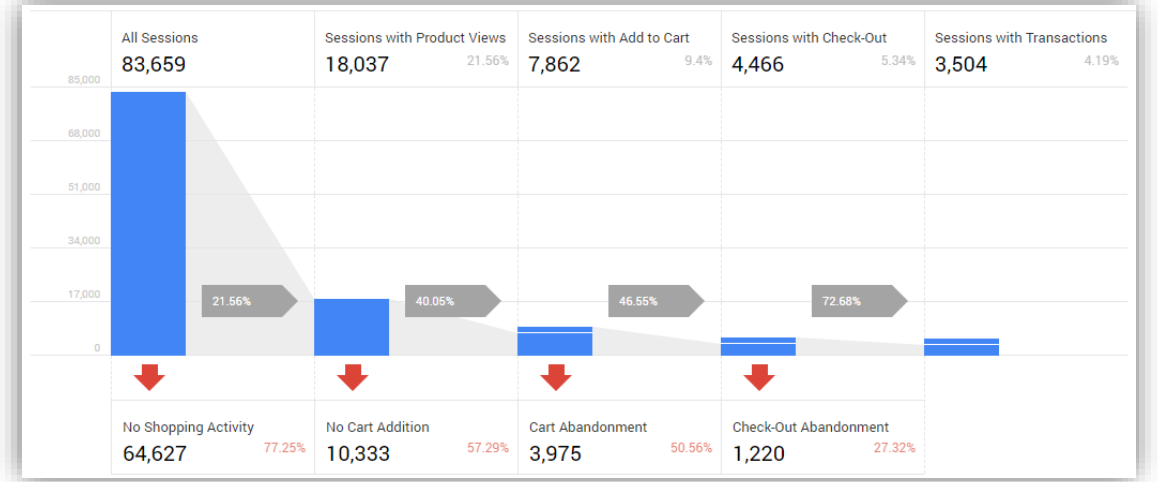
- Hedefler sitenin iş modeline göre değişecektir. Örneğin bunlar üyelik/irtibat formu doldurma, içeriği sonuna kadar okuma, bir videoyu izleme veya bir e-ticaret sitesinde satış aksiyonu olabilir.

DÖNÜŞÜMLER: ETİCARET

Eticaret siteleri için kesinlikle gerekli olan bir rapor türüdür.

Altında,

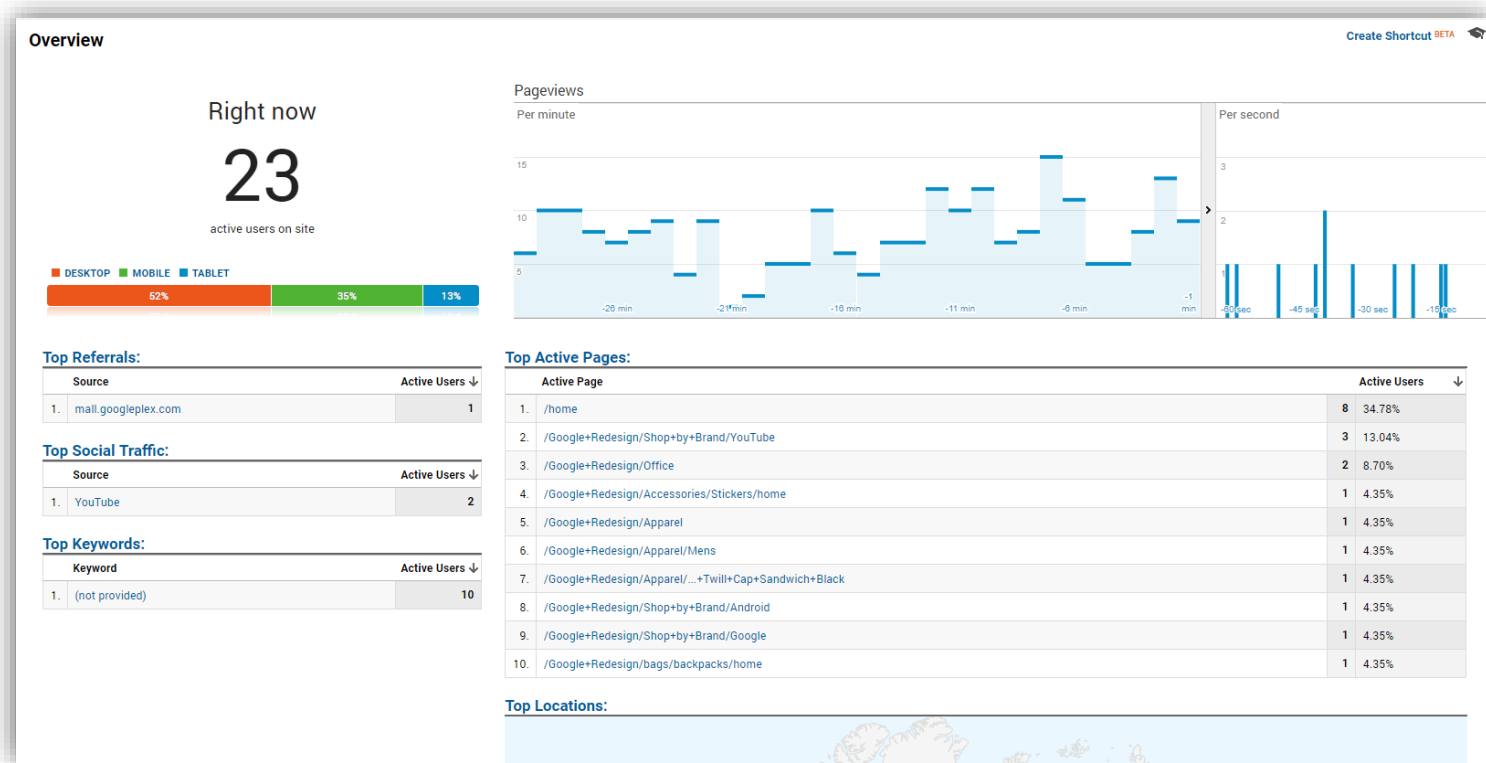
- Alışveriş davranışı raporu
- Satış performans raporu
- Ürün performans raporu
- Ödeme davranışı raporu
- Sipariş kuponu raporu
- Ürün kuponu raporu gibi raporlar bulunur.



Product	Sales Performance					Shopping Behavior			
	Product Revenue	Unique Purchases	Quantity	Avg. Price	Avg. QTY	Product Refund Amount	Cart-to-Detail Rate	Buy-to-Detail Rate	
	\$397,786.59 % of Total: 100.00% (\$397,786.59)	5,497 % of Total: 100.00% (5,497)	14,095 % of Total: 100.00% (14,095)	\$28.22 Avg for View: \$28.22 (0.00%)	2.56 Avg for View: 2.56 (0.00%)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)	32.74% Avg for View: 32.74% (0.00%)	11.58% Avg for View: 11.58% (0.00%)	
1. Nest Hello Doorbell - USA	\$54,418.00 (13.68%)	294 (5.35%)	322 (2.28%)	\$169.00	1.10	\$0.00 (0.00%)	60.23%	30.85%	
2. NestÅ® Cam IQ Outdoor - USA	\$32,364.00 (8.14%)	79 (1.44%)	116 (0.82%)	\$279.00	1.47	\$0.00 (0.00%)	42.54%	19.65%	
3. NestÅ® Learning Thermostat 3rd Gen-USA - Stainless Steel	\$23,691.00 (5.96%)	116 (2.11%)	159 (1.13%)	\$149.00	1.37	\$0.00 (0.00%)	76.50%	53.46%	
4. NestÅ® Secure Alarm System Starter Pack - USA	\$20,591.00 (5.18%)	59 (1.07%)	59 (0.42%)	\$349.00	1.00	\$0.00 (0.00%)	38.12%	16.30%	
5. NestÅ® Cam Outdoor Security Camera - USA	\$20,349.00 (5.12%)	122 (2.22%)	171 (1.21%)	\$119.00	1.40	\$0.00 (0.00%)	57.80%	24.40%	
6. NestÅ® Cam IQ - USA	\$19,701.00 (4.95%)	78 (1.42%)	99 (0.70%)	\$199.00	1.27	\$0.00 (0.00%)	43.40%	19.80%	
7. NestÅ® Cam Indoor Security Camera - USA	\$18,921.00 (4.76%)	122 (2.22%)	159 (1.13%)	\$119.00	1.30	\$0.00 (0.00%)	42.45%	28.77%	
8. NestÅ® Learning Thermostat 3rd Gen-USA - White	\$15,943.00 (4.01%)	87 (1.58%)	107 (0.76%)	\$149.00	1.23	\$0.00 (0.00%)	54.60%	24.23%	
9. NestÅ® Protect Smoke + CO White Battery Alarm-USA	\$11,060.00 (2.78%)	67 (1.22%)	140 (0.99%)	\$79.00	2.09	\$0.00 (0.00%)	228.00%	268.00%	
10. NestÅ® Protect Smoke + CO White Wired Alarm-USA	\$10,902.00 (2.74%)	56 (1.02%)	138 (0.98%)	\$79.00	2.46	\$0.00 (0.00%)	175.00%	200.00%	

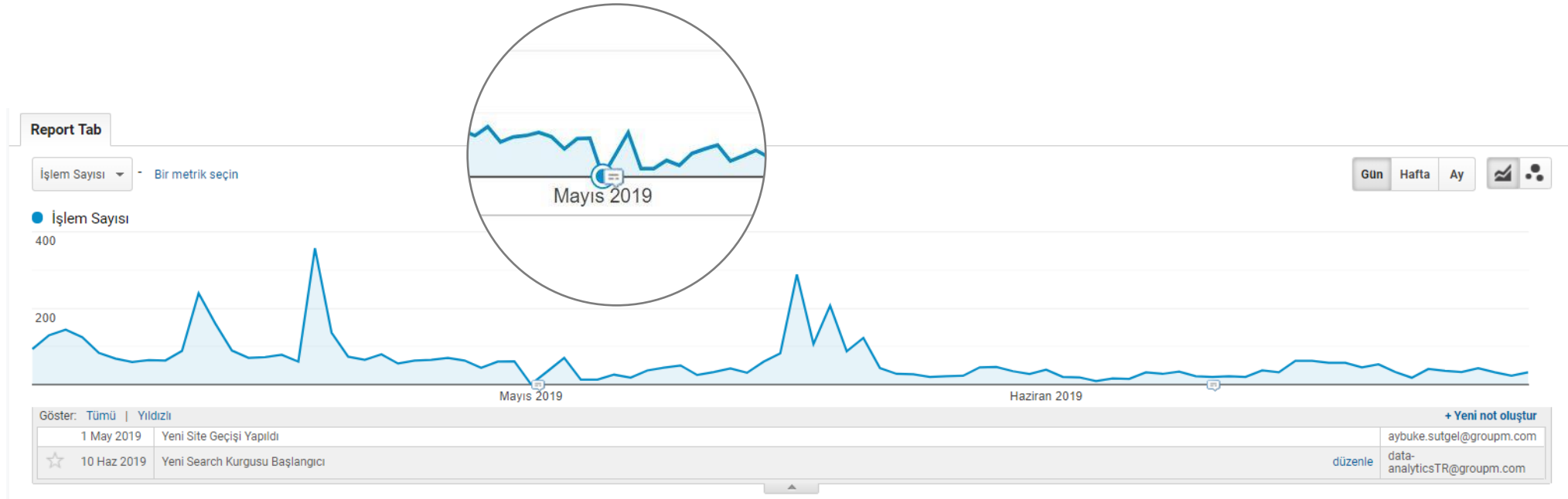
GERÇEK ZAMANLI RAPOR

Sitenin ziyaretçilerini ve davranışlarına dair bazı temel bilgileri anlık olarak sunan bir rapor türüdür.



ÖZEL NOT EKLEME

Belirli tarihlere herkesin görebileceği bir not ekleme:



ÖZEL RAPORLAR

Raporlarda ve yardımda ara

Ana Sayfa

Özelleştirme

Gösterge Tabloları

Özel Raporlar

Kayıtlı Raporlar

Özel Uyarılar

RAPORLAR

Gerçek zamanlı

Kitle

Edinme

Davranış

Dönüşümler

⚙️ <

- **Gezgin**, bir çizgi grafik ile veri tablosunun yanı sıra arama/sıralama seçenekleri ve ikincil boyutlar içeren standart Analytics raporudur.
- **Düz Tablo**, verileri satırlarla gösteren statik ve sıralanabilir bir tablodur.
- **Harita Yerleşimi**, trafik ve etkileşim hacmini göstermek için farklı bölgelerin ve ülkelerin koyu renklerle görüntülendiği bir dünya haritasıdır

Create Custom Report

General Information

Title: New Custom Report

Report Content

Report Tab x + add report tab

Name: Report Tab

Type: Explorer Flat Table Map Overlay

Metric Groups

Metric Group

+ add metric

+ add metric group

Dimension Drilldowns

+ add dimension

Filters - optional

+ add filter

Views - optional

All views associated with this account

1 view selected

Save Cancel

Google ads & Analytics ölçümleme farkı

Google Analytics üzerinde Source/Medium ve Kampanya performansları, Multi Channel Funnel haricinde Non-direct Click Attribution modelini kullanırken Multi Channel Funnel raporlarında Last Click modelini kullanmaktadır.

Google Ads ise Last Adwords Click ilişkilendirme modelini kullanmaktadır. Yani dönüşümü tamamlayan kullanıcıların kullandığı son google ads kanalı dönüşüm değerini almaktadır.

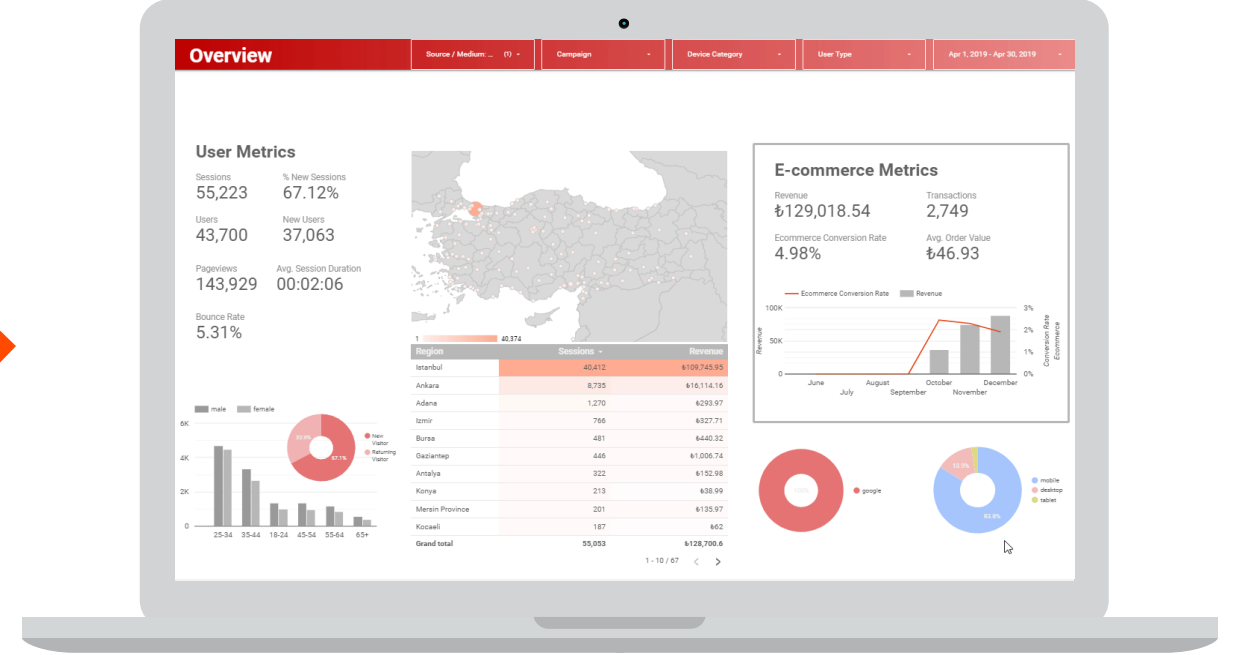
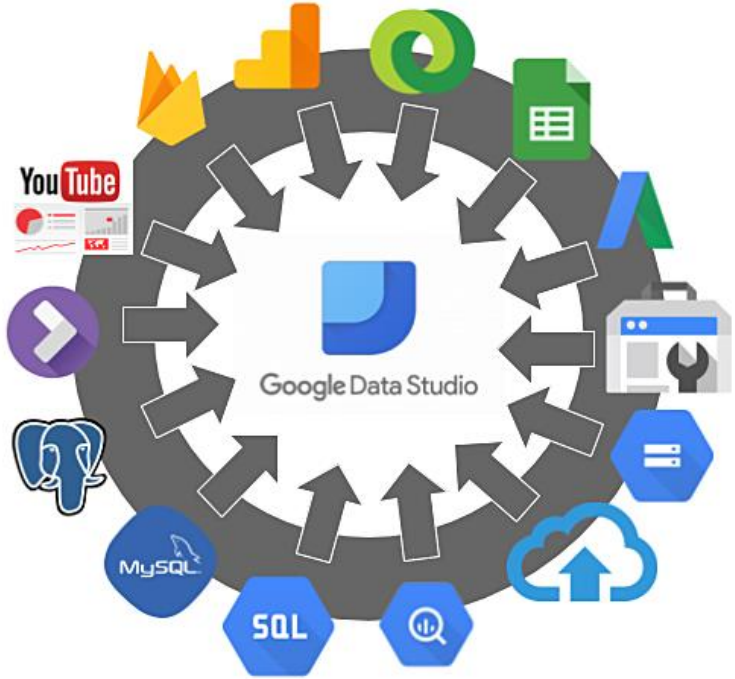


GA Multi Channel Olmayan Raporlar: Dönüşüm Değerini **Paid Search**'e yazılır
GA Multi Channel Raporu: Dönüşüm **Direct** Altına yazılır.
Google Ads Raporu: Dönüşüm **Paid Search**'e yazılır



GA Multi Channel Olmayan Raporlar: Dönüşüm **Organic Search**'e yazılır.
GA Multi Channel Raporu: Dönüşüm **Direct** altına yazılır.
Google Ads Raporu: Dönüşüm **Paid Search**'e yazılır.

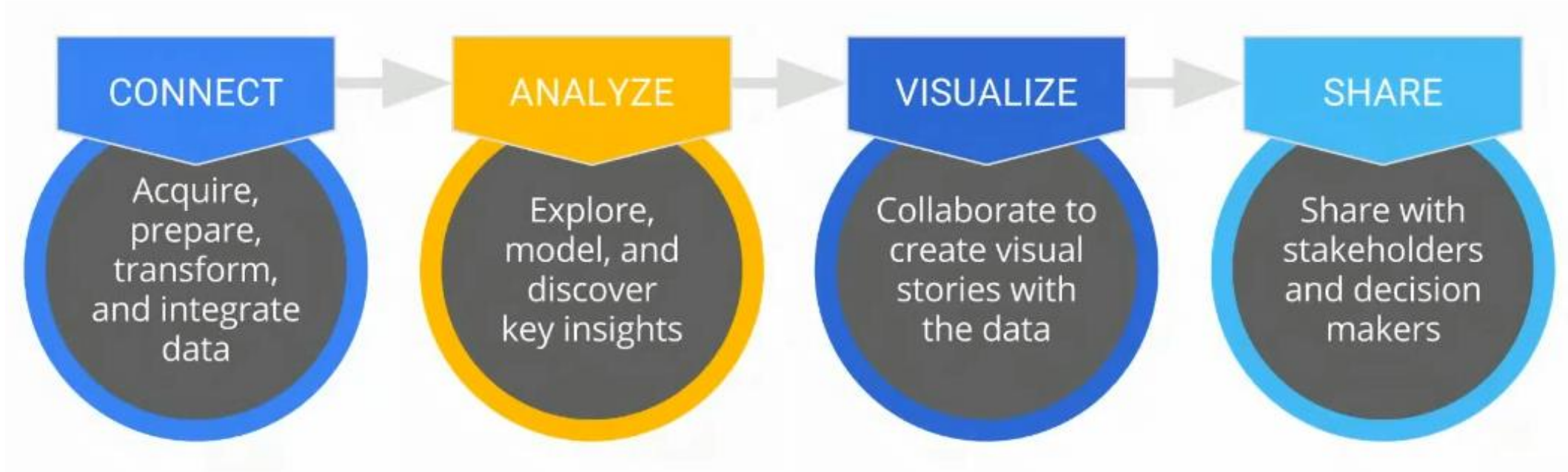
GOOGLE DATA STUDIO NEDİR ?



Google Data Studio Google'ın pazarlama hizmetlerinden ve farklı kaynaklardan yararlanarak özel raporların oluşturulmasına olanak sağlayan ücretsiz bir Google aracıdır.

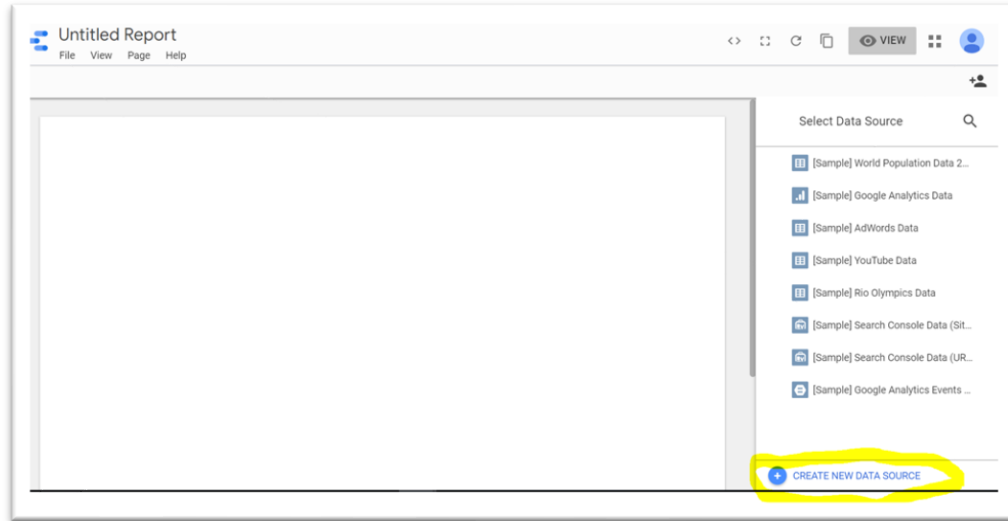
Analytics, AdWords, Search Console, Google Sheet, YouTube gibi platformlarda bulunan data'nın dinamik olarak görselleştirilmesini sağlayan raporlama aracıdır.

GOOGLE DATA STUDIO NEDİR ?

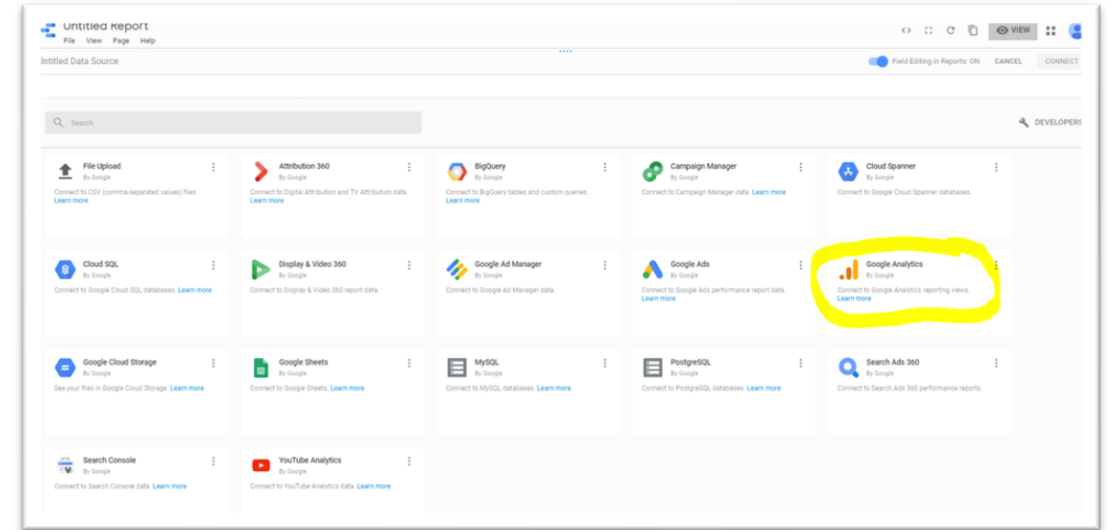


CONNECT

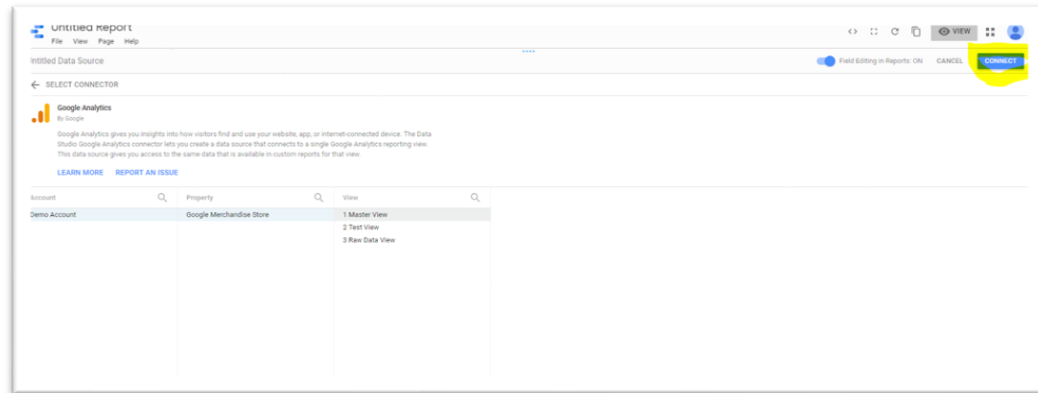
1



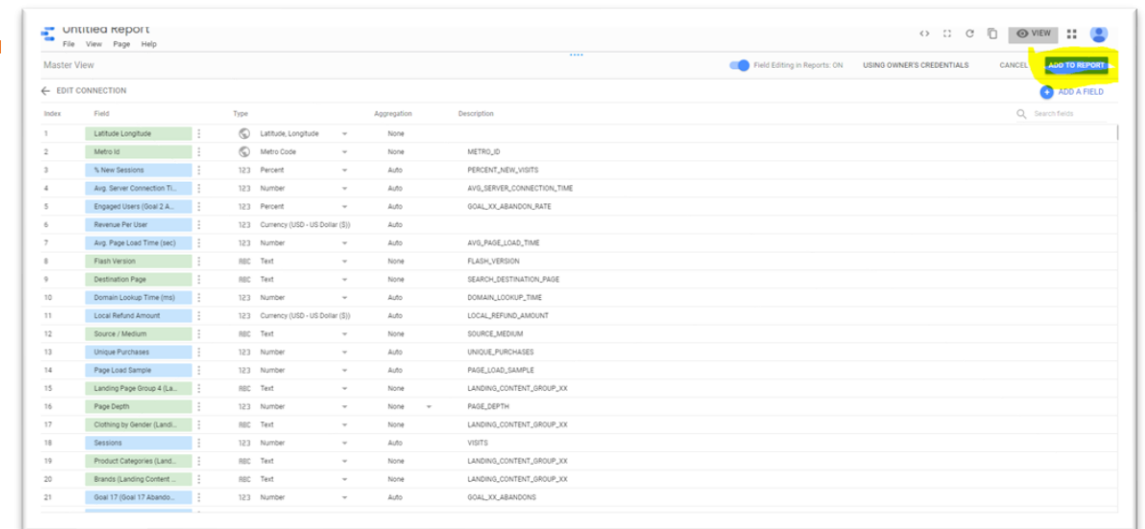
2



3



4

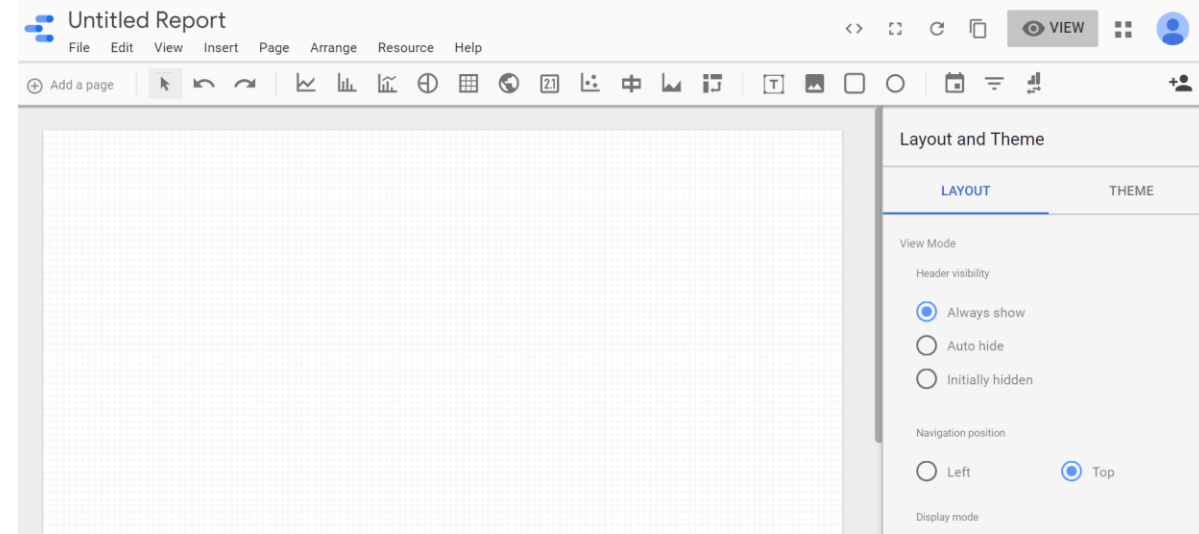


GOOGLE DATA STUDIO NEDİR ?

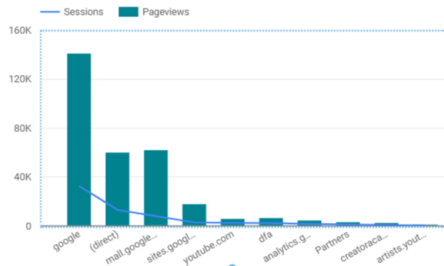
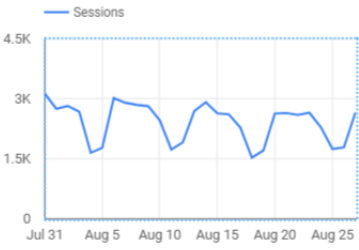
Use Template



Create your own Template

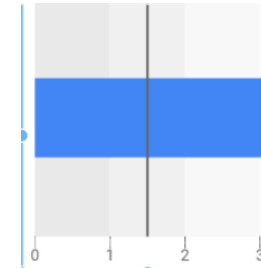


VISUALIZE

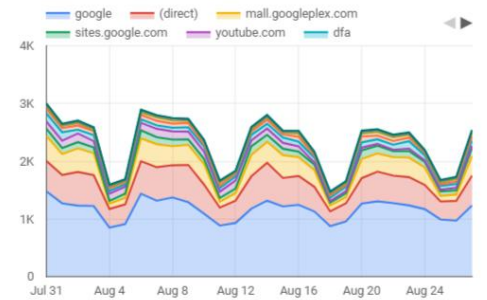
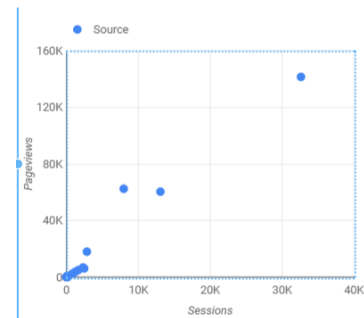
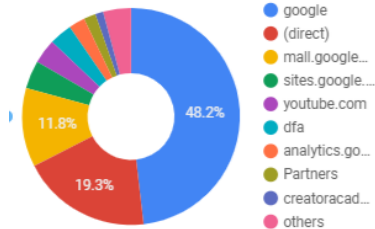
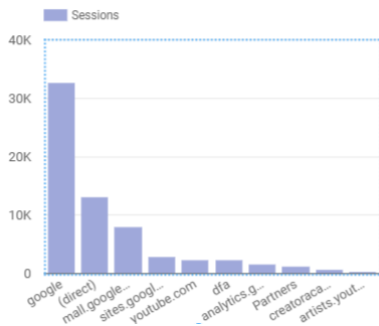


	Source	User Type	Sessions
1.	google	New Visitor	23,698
2.	(direct)	New Visitor	9,541
3.	google	Returning Visitor	8,703
4.	mall.googleplex.com	Returning Visitor	5,025
5.	(direct)	Returning Visitor	3,761
6.	mall.googleplex.com	New Visitor	2,942
7.	youtube.com	New Visitor	2,163

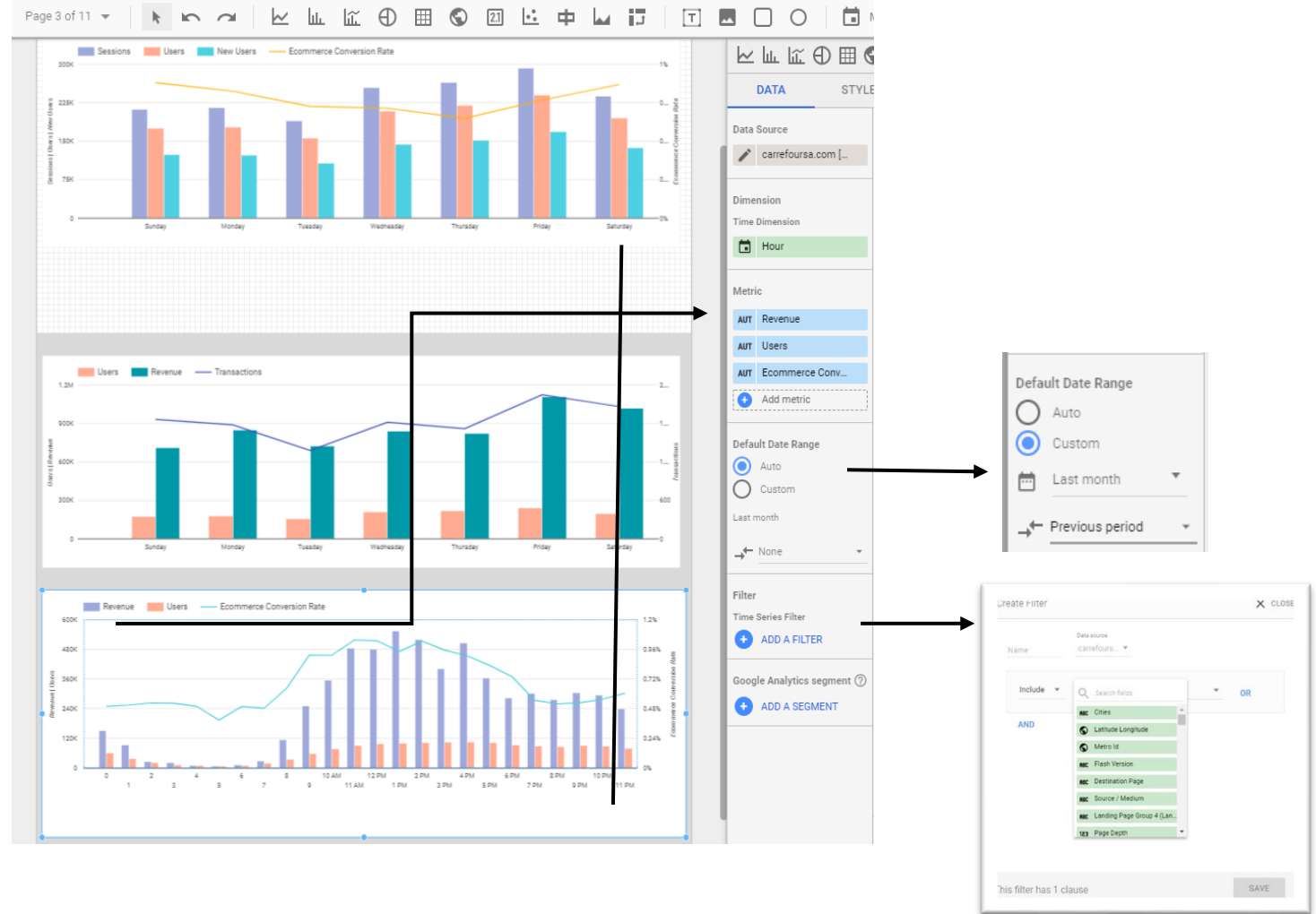
Product Revenue
\$95,763.75



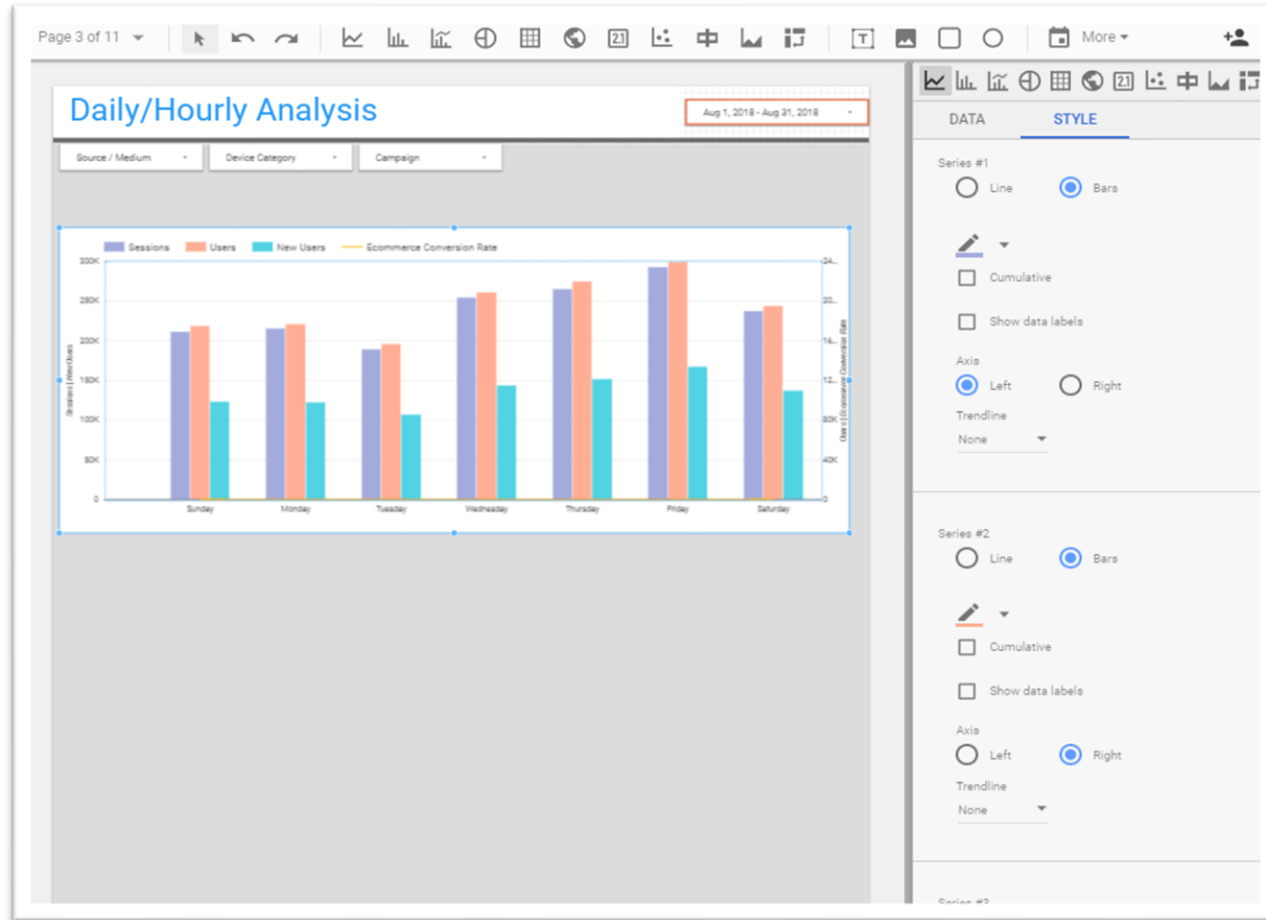
Source	Medium / Sessions			
	organic	referral	(none)	cpc
google	28,807	-	-	3,824
(direct)	-	-	13,070	-
mall.googlepl...	-	7,967	-	-
sites.google.c...	-	2,842	-	-
youtube.com	-	2,465	-	-
dfa	-	-	-	-
analytics.goo...	-	1,639	-	-
Partners	-	-	-	-
creatoracade...	-	802	-	-



VISUALIZE (DATA)



VISUALIZE (STYLE)



AXES

- Show axes
- Reverse Y-axis direction
- Reverse X-axis direction

Left Y-Axis

- Show axis title
- Axis Min: 0
- Axis Max: (auto)
- Custom Tick Interval: (auto)
- Log scale

Right Y-Axis

- Show axis title
- Axis Min: 0
- Axis Max: (auto)
- Custom Tick Interval: (auto)
- Log scale

GRID

- Grid: [Grid icon]
- Font: Roboto

BACKGROUND AND BORDER

- Background: [Color swatch]
- Border: [Border icon]
- Stroke Width: 0
- Opacity: 100%
- Stroke Style: None
- Stroke Dash: Solid
- Add Border Shadow

LEGEND

- Font: Roboto
- Alignment: Left
- Max Lines: 2

LOWER&CONCAT FORMÜLLERİ

- **LOWER Formülü**

Data Studio'da ki Lower formülü herhangi bir dimension'daki metni küçük harfe dönüştürmenizi sağlar. Dimension'da ki harf olmayan karakterlere etki etmez.

Formül: LOWER(Dimension1)

- **CONCAT Formülü**

Birleştirmek yada bir araya getirmek için kullanılan formüle denir. Farklı dimension'daki verileri birleştirmemizi sağlar. Örneğin bir den fazla domain'i yada subdomaini olan sitelerin page raporunu incelemek için örnekteki gibi kullanılabilir.

Formül: CONCAT(Dimension1,Dimension2)

CASE WHEN FORMÜLÜ

- **Case Formülü**

Data Studio'daki Case ifadesi dimensionları belirli bir kurala göre gruplandırmamızı ve metrik değerlerinin bu gruplandırmaya göre verilmesini sağlar. Örneğin beinsport üzerinden izlenen maç özetlerini url'lerindeki takım isimlerine göre gruplandırıp takım bazlı raporlamalar yapılmasını sağlayabilir.

Örnek Formül:

CASE

WHEN REGEX_MATCH (Dimension1, "Regex ifadesi ") THEN "İstenilen Grup İsmi"

WHEN REGEX_MATCH (Dimension1, "Regex ifadesi2 ") THEN "İstenilen Grup İsmi"

ELSE "Others "

END

BLENDED DATA

- **Blended Data Source:** Google Data Studio'da blended data özelliği, birden fazla kaynağa(max=5) dayalı grafikler oluşturmanıza olanak sağlar. Bunun için iki kaynak arasında mutlaka ortak olan bir dimension gerekmektedir. Bu dimension, iki kaynağın join key'i olarak adlandırılır.



TEŞEKKÜRLER

