

ONLINE AUDİTORİYANIN TƏHLİLİ

Zəka Quluyev
Təlimçi

TƏLİMİN MƏZMUNU

01

Google analytics

Onlayn auditoriyanın təhlili barədə ümumi məlumat

02

Google: ABC yanaşması

Acquisition, Behavior, Conversion

03

Facebook

FB insights barədə ümumi məlumat

04

FB Page insights

FB üzərindən content və auditoriyanın təhlili

Google Analytics

Bizim saytımızın onlayn performansını ölçmək üçün ən ideal alətləri bizə google analytics təqdim edir:

- Saytımıza neçə insan ziyarət edir ?
- İzləyicilərimiz saytımıza hardan gəlirlər ? FB, google və s.
- Saytınızın ən çox izlənən səhifəsi və ya oxunan xəbəri hansıdır ?

Yuxarda qeyd olunan suallara cavab tapılmasında, eləcə də bizim auditoriyamız barədə daha aydın təsəvvür yaratmaq üçün google analytics platformasının imkanları genişdir

Google analytics



Addım 1

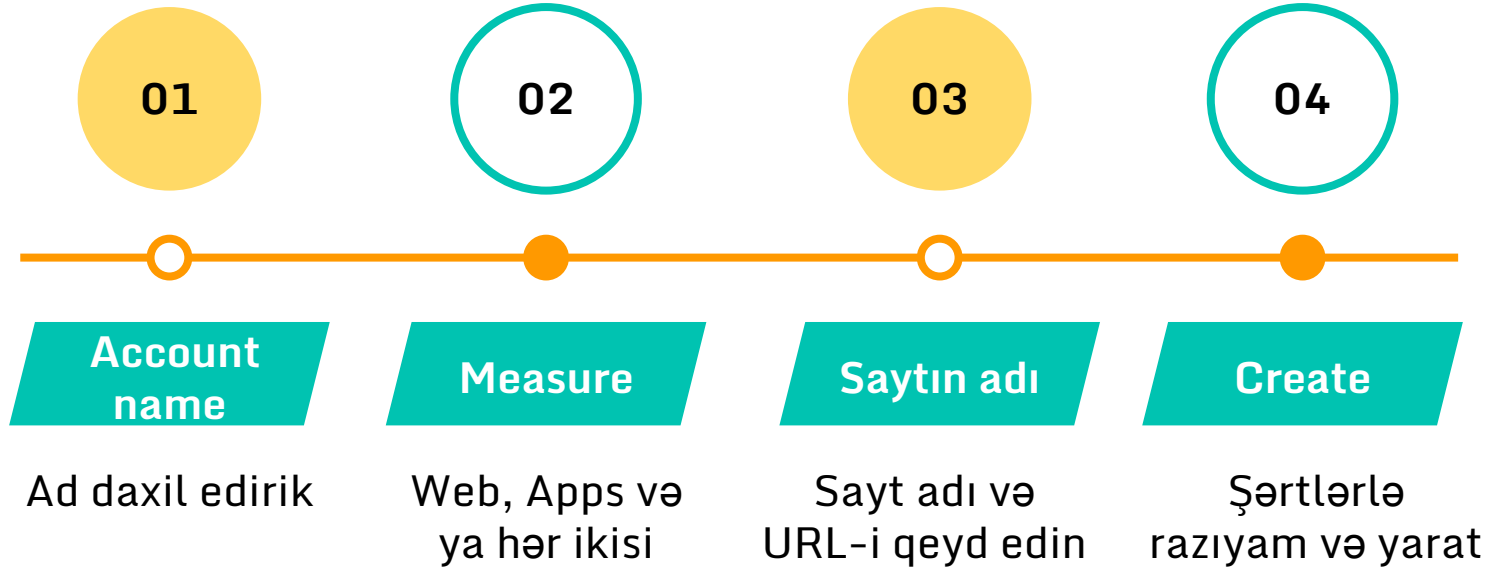


Google analytics hesabını yaratmaq üçün <https://google.com/analytics> linkinə keçid edirsiniz



Start for free hissəyə click edirsiniz.
Google-da hesabınız varsa ondan istifadə edə bilərsiniz, yoxdursa, yenisini yaradın

Google analytics hesabın yaradılması



Addım 2



Tracking cod-un saytınzda yerleşdirilməsi

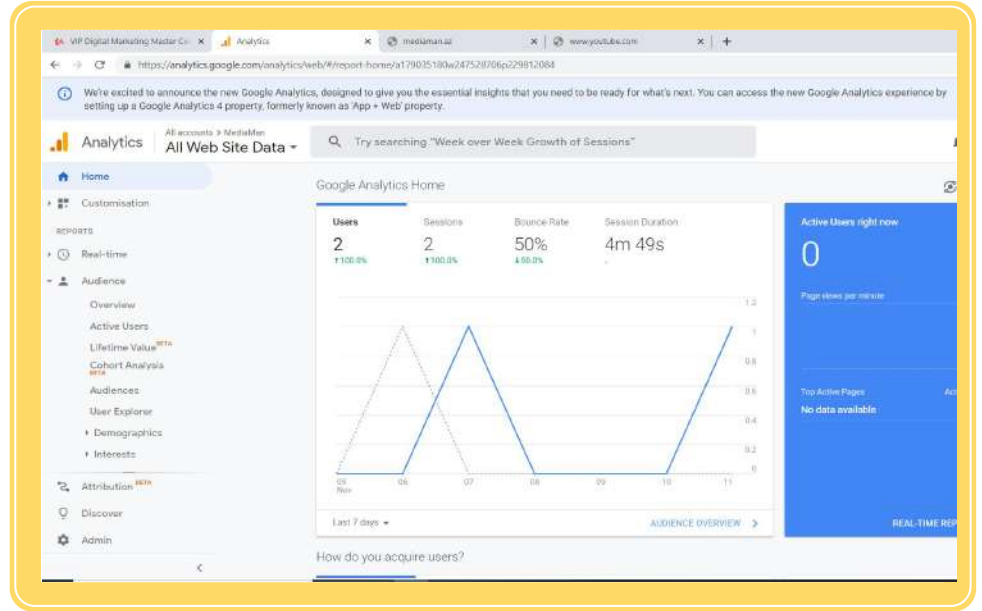


Saytınzdaki məlumatların toplanması üçün mütləq googl-un təqdim etdiyi tracking kod-u saytınzda yerleşdirməlisiniz. Bu kod Siz hesab yaratdıqdan dərhal sonra verilir.

Google analytics

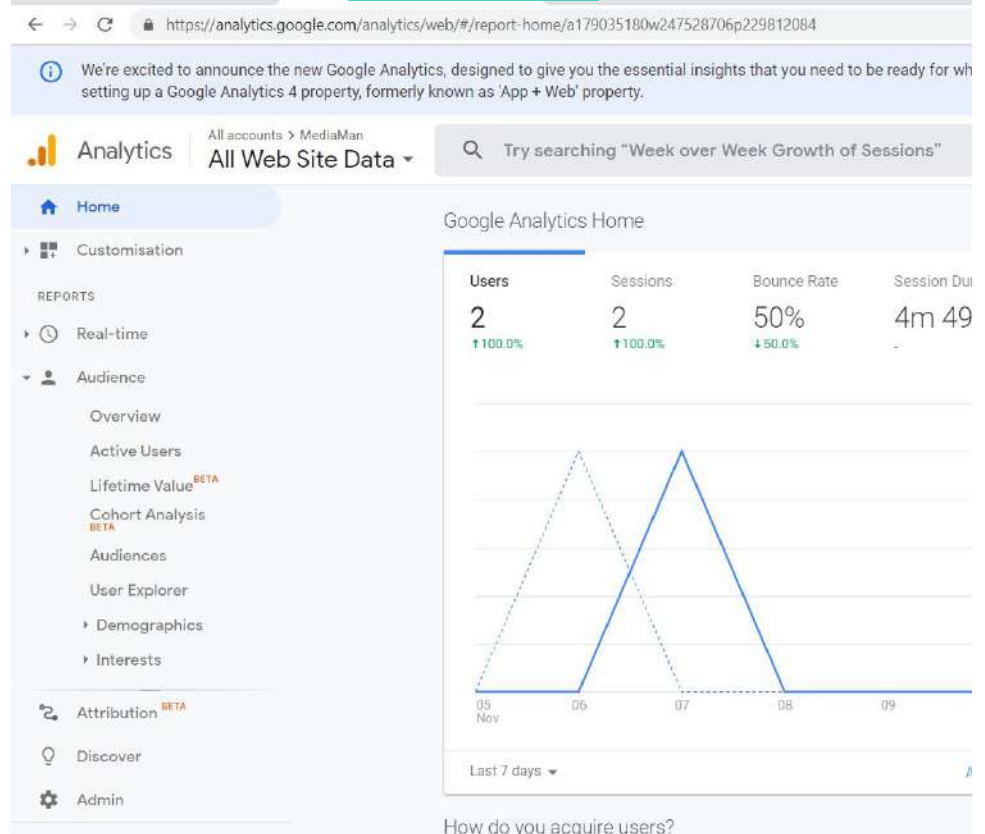


Google analytics-də əsasən bizə lazım olan hissə soldakı menyuda yerləşir: Audience, Acquisition, Behaviour



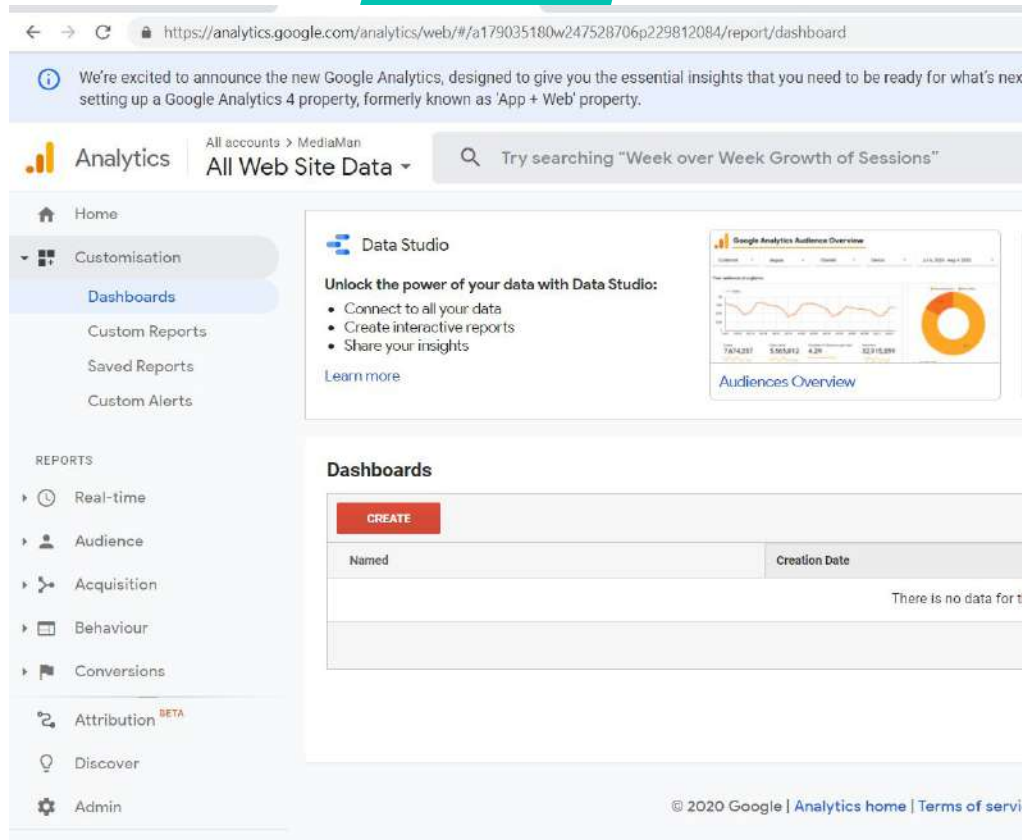
Əsas səhifə

- Home - əsas səhifədə sizin track etdiyiniz və ya izlədiyiniz səhifənin ümumi məlumatları yer alır. Users - son tarix ərzində neçə adam səhifəyə daxil olub, hazırda səhifəmizdə neçə adam var, səhifənin trafik məlumatları, hansı mənbələrdən səhifəmizə daxil olublar, hansı ölkədən səhifəmizə istifadəçilər daxil olub. Bir sözlə bütün ümumi məlumatlar ana səhifədə yer alır və gündəlik olaraq burdan da məlumat almaq olar.



Customization

- Customization - Dashboard, Custom reports, Saved reports, Custom alerts. Bu bölmədən ehtiyacınıza uyğun dashboard yarada bilərsiniz və görmək istədiyiniz və ya istəmədiyiniz istiqamətlər üzrə müəyyən limitlər qoya bilərsiniz. Bu hissə daha çox peşəkar istifadəçilər üçün faydalıdır.



The screenshot displays the Google Analytics dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with the URL <https://analytics.google.com/analytics/web/#/a179035180w247528706p229812084/report/dashboard>. Below the navigation bar, a message states: "We're excited to announce the new Google Analytics, designed to give you the essential insights that you need to be ready for what's next setting up a Google Analytics 4 property, formerly known as 'App + Web' property."

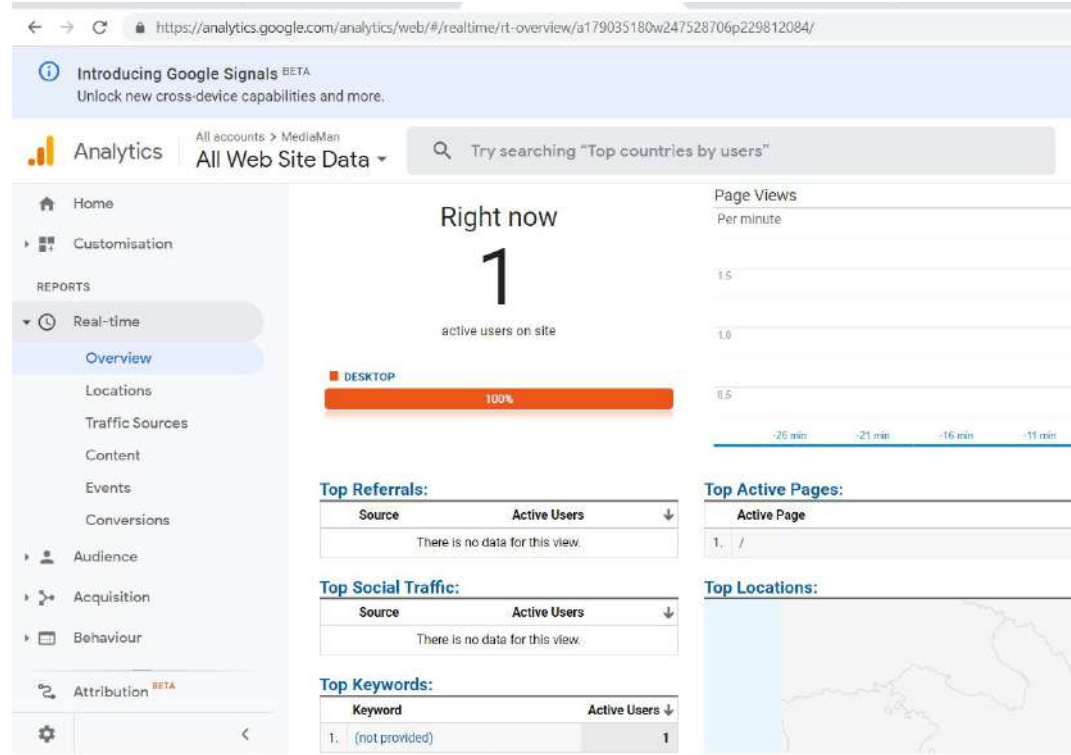
The main content area is divided into several sections:

- Analytics**: Includes "All accounts > MediaMan" and "All Web Site Data". A search bar prompts: "Try searching 'Week over Week Growth of Sessions'".
- Home**: A button to return to the home page.
- Customisation**: A dropdown menu with options: "Dashboards", "Custom Reports", "Saved Reports", and "Custom Alerts".
- REPORTS**: A list of report categories: "Real-time", "Audience", "Acquisition", "Behaviour", "Conversions", "Attribution ^{BETA}", "Discover", and "Admin".
- Data Studio**: A section titled "Unlock the power of your data with Data Studio:" with bullet points: "Connect to all your data", "Create interactive reports", and "Share your insights". A "Learn more" link is provided. To the right, there is a "Google Analytics Audience Overview" chart showing a line graph and a donut chart.
- Dashboards**: A section with a "CREATE" button and a table with columns "Named" and "Creation Date". The table is currently empty, with a message: "There is no data for t".

At the bottom right, there is a copyright notice: "© 2020 Google | Analytics home | Terms of servi".

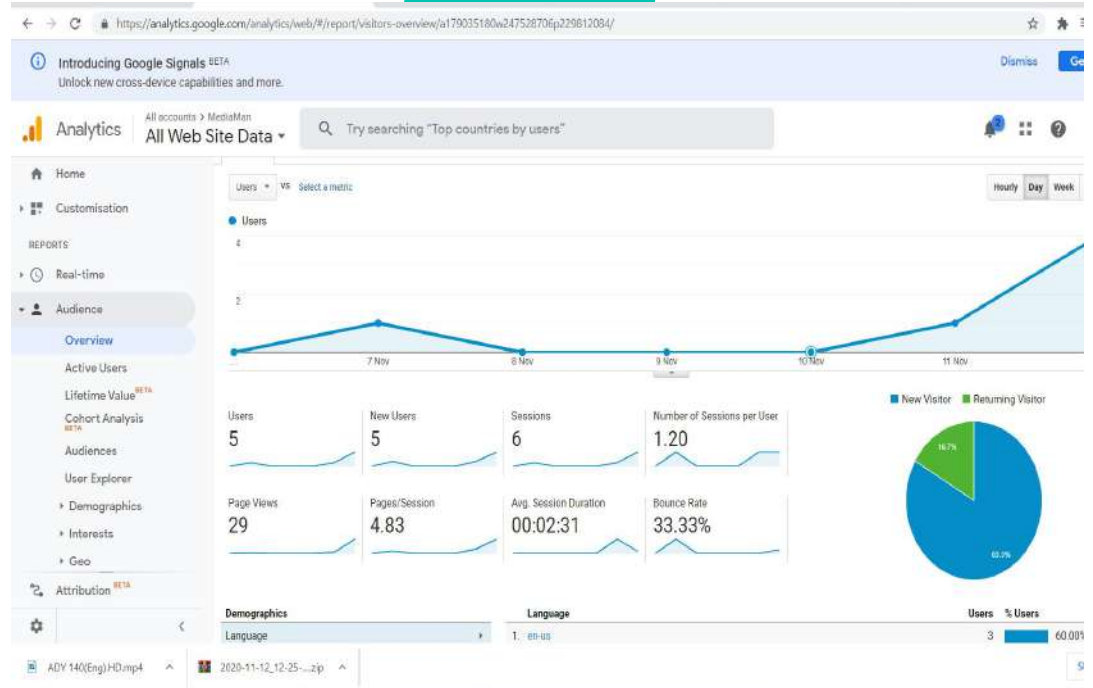
Real time

- Real time - hazırda nə baş verir saytımda onları göstərir. Neçə nəfər, hansı ölkədən daxil olublar, desktop komputerdən və smart phone-dan daxil olub və s. Kimi detallı məlumatlar real time bölməsində yer alır. Bir sözlə, cari olaraq saytımda kimlər varsa onların hamısını real time rejimində görmək olur. Xüsusilə xəbər saytları üçün real time rejimi maraqlı ola bilər və onlar hansı saatda hansı xəbəri dərc etməklə bağlı daha düzgün qərar verə bilərlər.



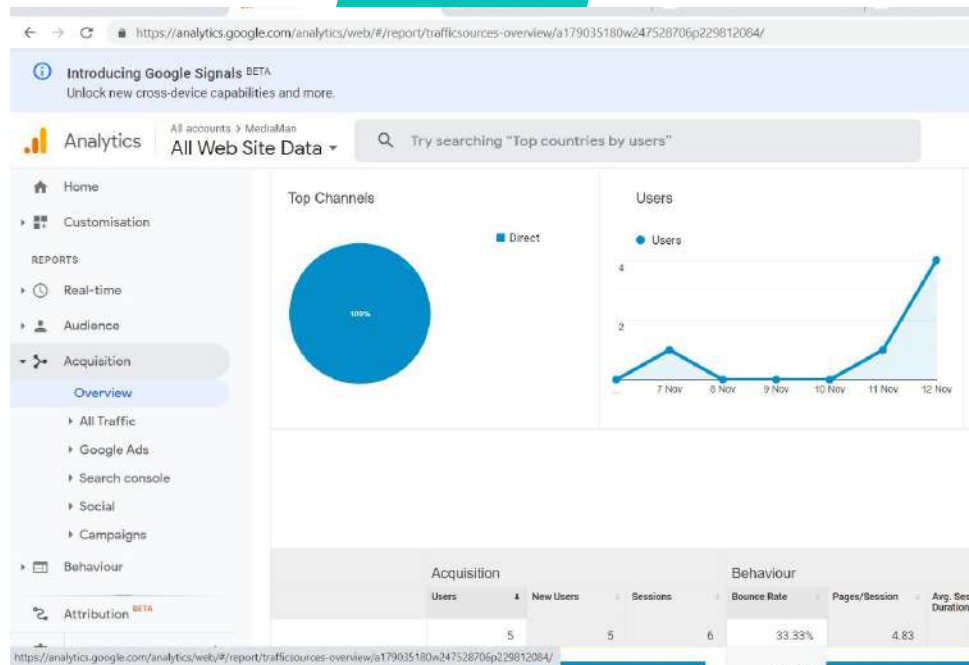
Audience

- Audience - bu bölmədə biz səhifəmizi ziyarət etmiş bütün şəxslər haqqında məlumat əldə edə bilirik. Onlar bizim səhifəmizi necə gəliblər, hardan gəliblər, onların demoqrafik göstəriciləri, maraqları və s. kimi bütün məlumatları bu bölmədən almaq mümkündür.



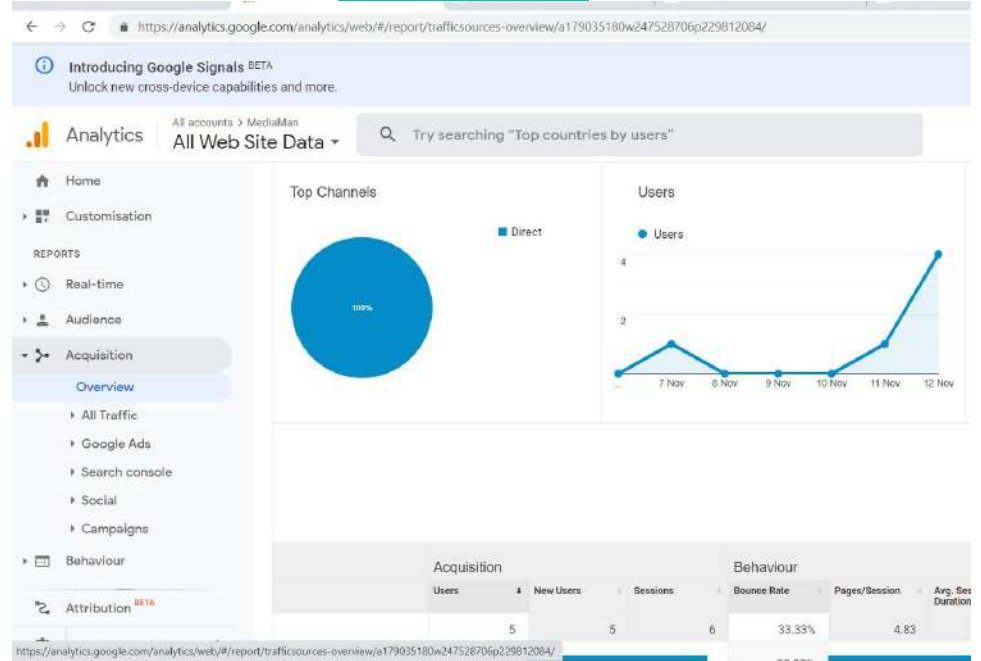
Acquisition

- Acquisition - bu bölmədə biz səhifəmizi ziyarət etmiş bütün istifadəçilərin hardan saytımızı gəlmələri, bizi necə tapmaları barədə daha ətraflı məlumatlar əldə edə bilirik.



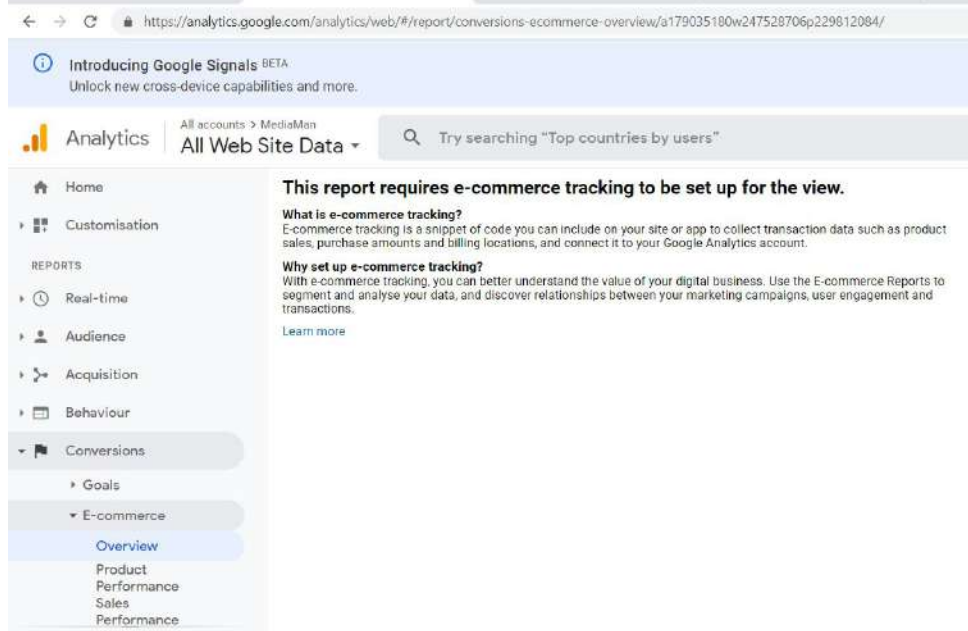
Behaviour

- Behaviour - bu bölmə səhifəmizə ziyarət etmiş istifadəçilərin davranışlarını ölçməyə imkan verir. Hansı səhifədə nə qədər vaxt keçiriblər, yaratdığımız kontentin effektiv olub-olmaması kimi məsələləri ölçməyə imkan verir. Məsələn, saytımızda ən çox oxunan xəbəri öyrənməklə gələcəkdə mövzunun istiqamətlərini də müəyyənləşdirməyə kömək edə bilər.



Conversion

- Conversion - daha çox satışa yönəlik məqsədlər üçündür. Tutaq ki, sizin mağazanız var və hansısa xidmət satırsınız, bu zaman bu bölmədə məqsədlər müəyyənləşdirərək istifadəçilər barədə daha geniş məlumatlar toplaya bilərsiniz. Bir sözlə bu bölmə rəqəmsal bizneslə məşğul olan insanlara tövsiyə olunur.



The screenshot shows the Google Analytics interface for a report titled 'Conversions - e-commerce overview'. The URL is <https://analytics.google.com/analytics/web/#/report/conversions-e-commerce-overview/a179035180w247528706p229812084/>. The interface includes a navigation menu on the left with options like Home, Customisation, Reports, Audience, Acquisition, Behaviour, and Conversions. The 'Conversions' section is expanded, showing 'Goals' and 'E-commerce' sub-sections. The 'E-commerce' section is further expanded to show 'Overview', 'Product Performance', 'Sales', and 'Performance'. The main content area displays a message: 'This report requires e-commerce tracking to be set up for the view.' Below this message, there are two sections: 'What is e-commerce tracking?' and 'Why set up e-commerce tracking?'. The 'What is e-commerce tracking?' section explains that e-commerce tracking is a snippet of code that collects transaction data. The 'Why set up e-commerce tracking?' section explains that e-commerce tracking helps understand the value of the digital business and discover relationships between marketing campaigns, user engagement, and transactions. A 'Learn more' link is provided at the bottom of the 'Why set up e-commerce tracking?' section.



Users

İstifadəçilərin
sayı

New users

Yeni
istifadəçilərin
sayı

Sessions

İstifadəçinin
səhifəyə aktiv
qalma müddəti

Page view

Saytdakı
səhifələrə
baxılma sayı

Page/session

Ortalama hər
sessiyada neçə nəfər
səhifəyə baxıb

Bounce rate

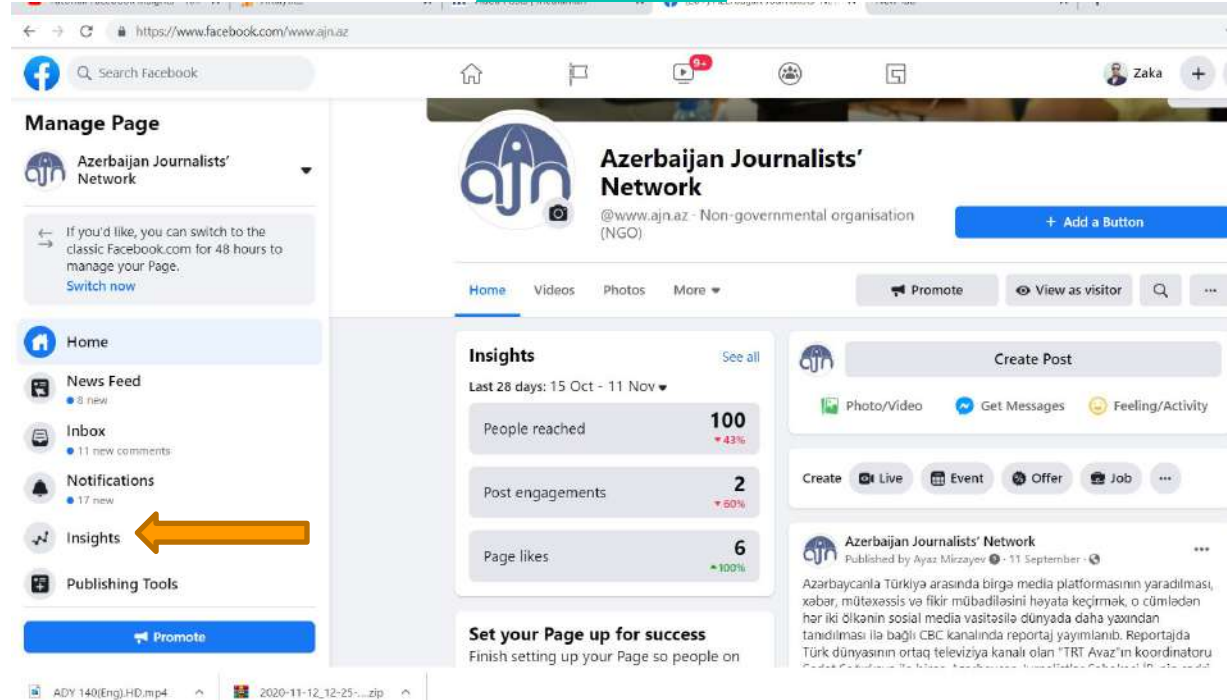
Səhifədə
faydalılıq əmsalı



Facebook insights

Facebook

FB üzərindən auditoriyamız barədə daha ətraflı məlumat əldə etmək üçün insights bölməsinə keçid etmək lazımdır. Bunun üçün sizin səhifəniz olmalıdır.

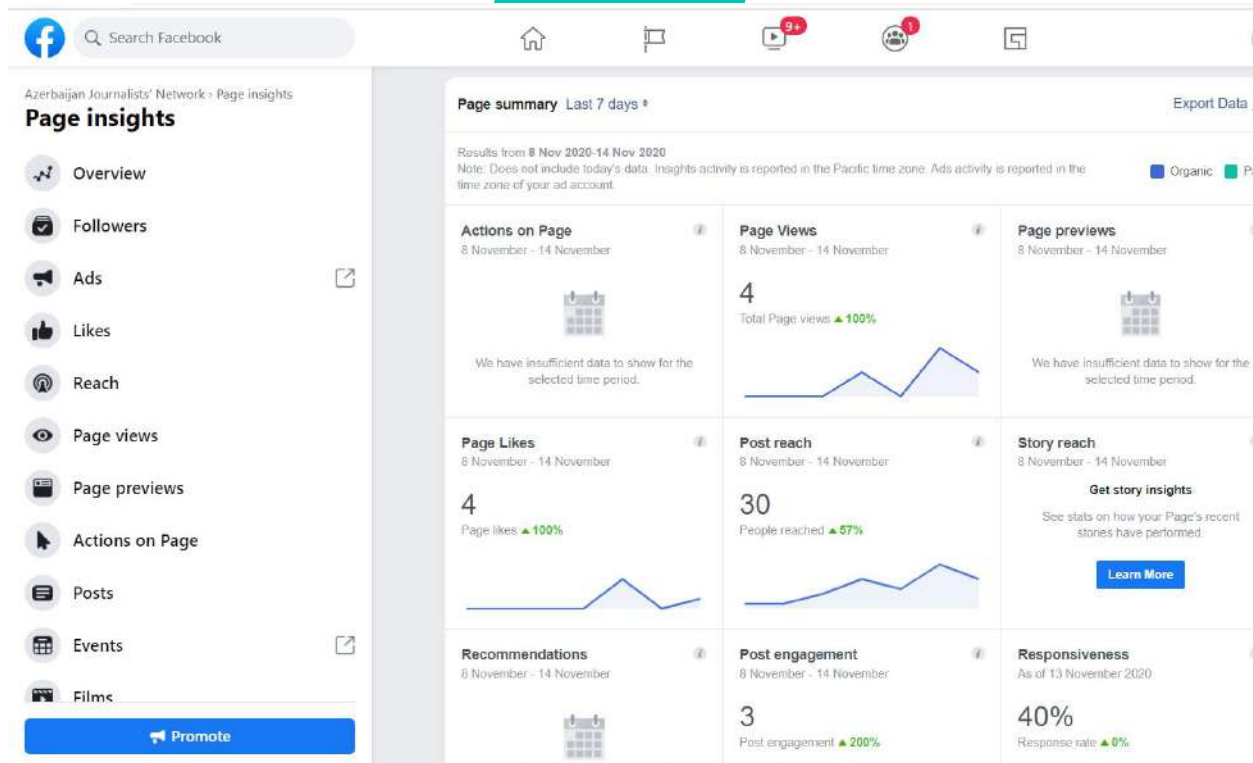


The screenshot shows the Facebook page for the Azerbaijan Journalists' Network. The page is viewed from a desktop browser. The URL in the address bar is <https://www.facebook.com/www.ajn.az>. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation icons for home, messages, and notifications. The main content area is divided into several sections:

- Manage Page:** Includes a dropdown menu for the page name, a notification about switching to the classic Facebook.com interface, and a "Switch now" link.
- Home:** A navigation menu with options for Home, News Feed, Inbox, Notifications, Insights (highlighted with an orange arrow), and Publishing Tools.
- Page Header:** Features the page's profile picture, name "Azerbaijan Journalists' Network", and a bio: "@www.ajn.az · Non-governmental organisation (NGO)". There is also a "+ Add a Button" option.
- Navigation:** Includes tabs for Home, Videos, Photos, and More, along with "Promote" and "View as visitor" buttons.
- Insights:** A section showing analytics for the last 28 days (15 Oct - 11 Nov). It includes a "See all" link and three data points:
 - People reached: 100 (+43%)
 - Post engagements: 2 (+60%)
 - Page likes: 6 (+100%)
- Create Post:** A section with a "Create Post" button and options for Photo/Video, Get Messages, and Feeling/Activity.
- Page Content:** A post from the Azerbaijan Journalists' Network, published by Ayaz Mirzayev on 11 September. The post text discusses the creation of a media platform between Azerbaijan and Turkey.

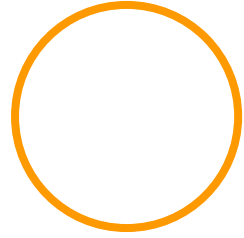
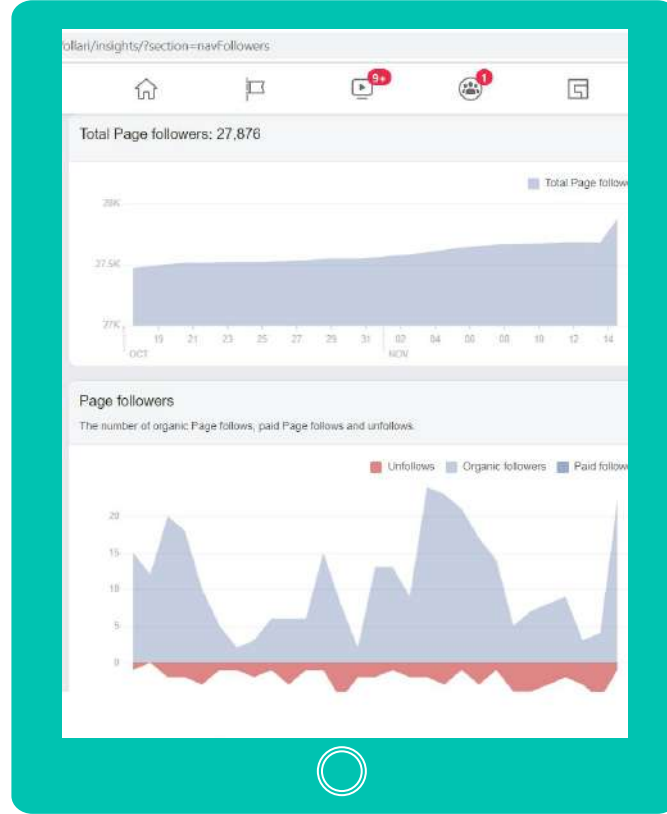
FB menyü

Overview hissədə demək olar ki, bizə lazım olan əksər məlumatlar var. Həmçinin sağ menyuda hər bir verilən bölməyə click edərək daha dərindən məlumat toplamaq mümkündür. Bu hissə səhifədəki məlumatların xülasəsi kimi qəbul etmək olar.



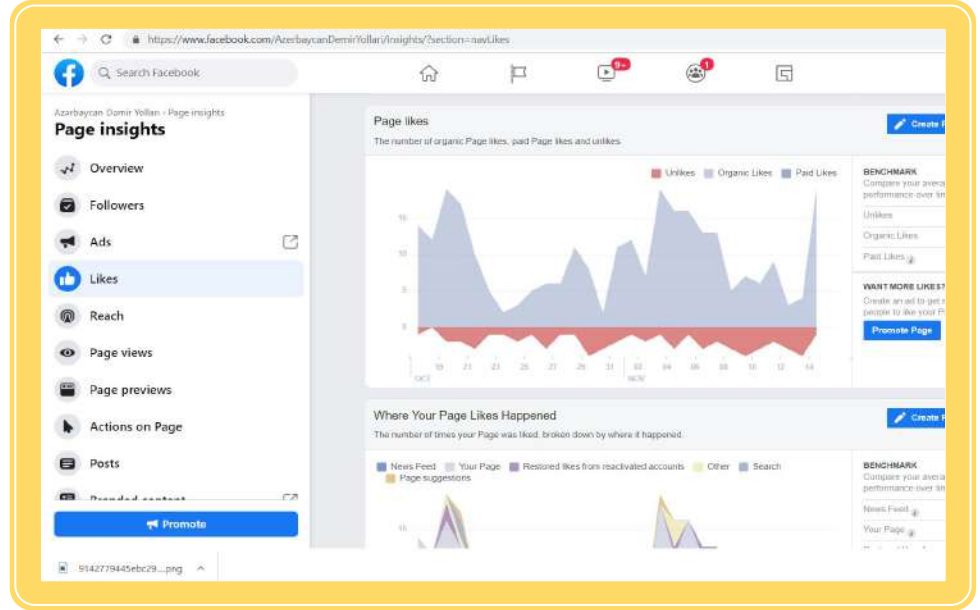
Followers

Səhifənizi izləyənlərin ümumi sayı, onların günlük artma və ya azalma dinamikası, nə qədər organic, nə qədər pulsuz olması barədə məlumatlar toplaya bilərsiniz.

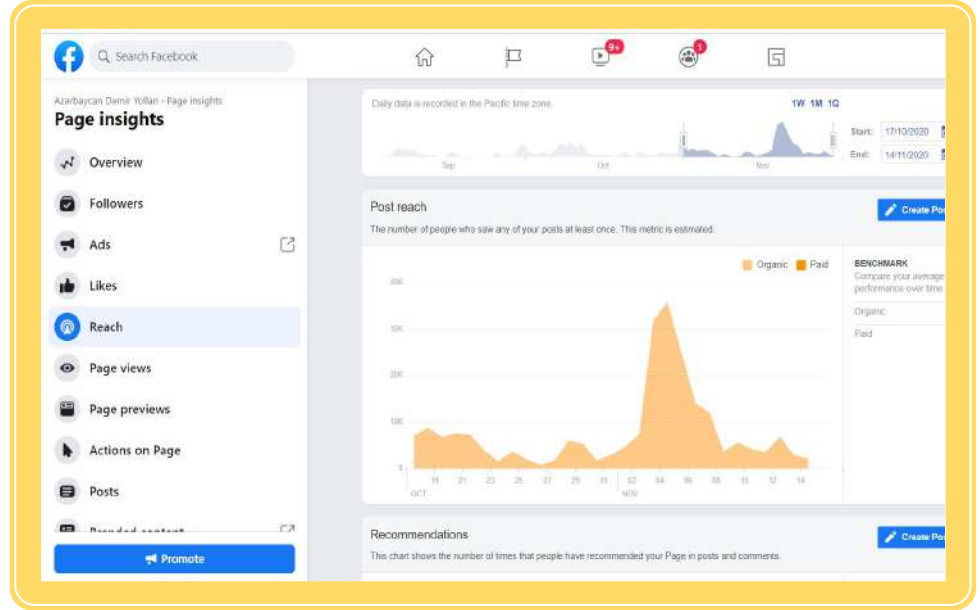


Likes

Bu bölmədə səhifəmizdə olan ümumi bəyənilmə sayı, eləcə də onların azalma və artım dinamikasını görmək mümkündür.

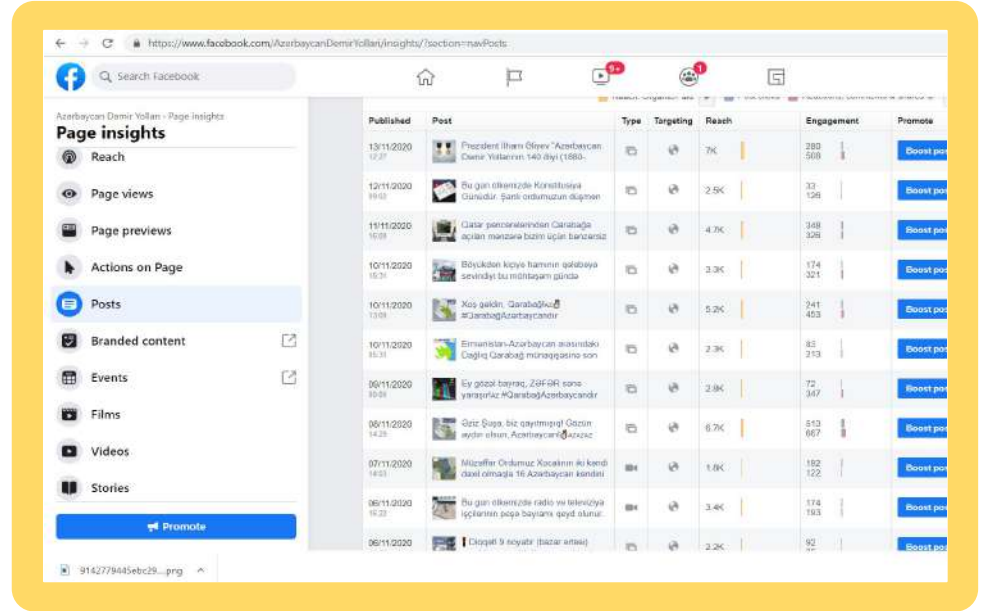


Reach



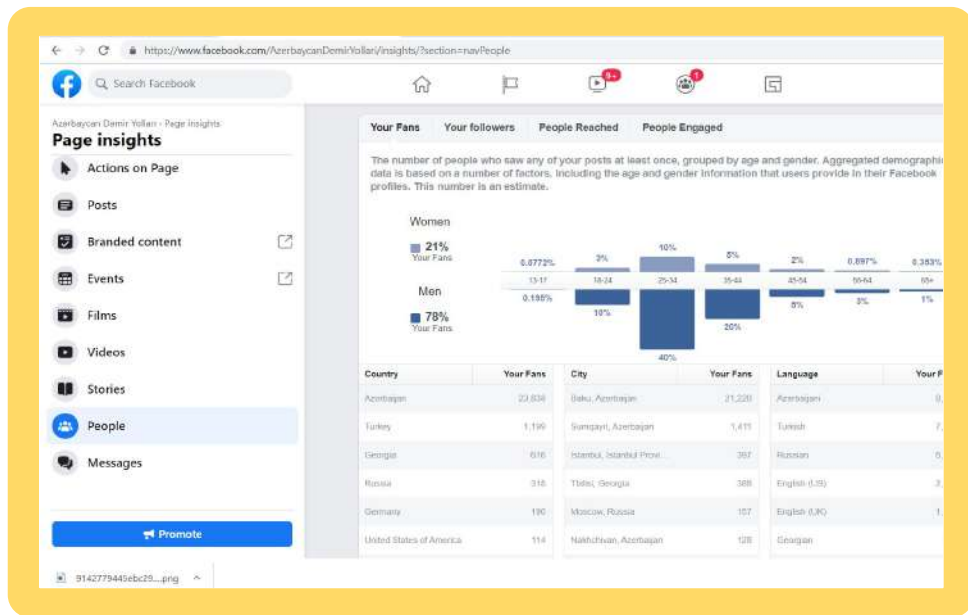
Sizin paylaştığınız postların görünme sayını və istifadəçilərə çatma sayını göstərir.

Posts



Paylaşılmış postların siyahısı yer alır və hər birinin üzərində click etməklə yaratdığımız content-in performansını ölçə bilirik

People



Bu bölmədə səhifəni izləyənlərin cinsi, hansı ölkədən olmaları, dil və s. məlumatlar yer alır.