



Datová revoluce: **Hladký přechod z Universal Analytics** **do Google Analytics 4**

— Antonín Nguyen
Marketing Content Manager

Obsah

Úvod	04
Část 1 – Základy a rozdíly mezi Universal Analytics (UA) a Google Analytics 4 (GA4)	05
Sbohem Universal Analytics. Ahoj Google Analytics 4!	05
Google nebude uchovávat vaše data v UA navždy	06
Zálohování dat: Využijte databázi	06
Pochopení rozdílů mezi UA a GA4	06
Údaje z UA a GA4 se neshodují	07
Část 2 – Přejít z UA na GA 4 krok za krokem (Google Tag Manager)	08
Krok 1 – Konfigurace Google Analytics 4	08
Krok 2 – Nastavení Google Tag Manager	14
Krok 3 – Kontrola měření	21
Krok 4 – Dodatečná konfigurace	23
Úspěšně jste zprovozнили službu GA4 na vašem webu	29
Část 3 – Rozhraní a výchozí přehledy v Google Analytics 4	30
Seznamte se s uživatelským prostředím	30
Hlavní navigační panel	30
Domovská stránka	31
Vyhledávací pole	33
Seznamte se s výchozími přehledy	34

Snímek přehledů	34
Přehledy v reálném čase	37
Life cycle přehledy	37
Přehledy uživatelů	39
Část 4 – Tvorba vlastních přehledů v Google Analytics 4	41
Stavební kostky přehledů v GA 4	41
Segmenty	41
Dimenze	41
Metriky	42
Funkce Explore (Prozkoumat)	42
Tvorba vlastních přehledů v Google Analytics 4	45
Různé typy přehledů v Google Analytics 4	48
Závěr	50

Úvod

Vítejte v našem průvodci přechodem z nástroje Universal Analytics (UA) na Google Analytics 4 (GA4). Náš cíl je jednoduchý - vybavit vás znalostmi a dovednostmi potřebnými k hladkému zvládnutí této významné změny v oblasti datové analytiky.

Uvědomujeme si, že nové technologie mohou někdy působit skličujícím dojmem. Proto jsme pro vás připravili tuto e-knihu, která se stane spolehlivou referencí během tohoto přechodu. Ať už jste zkušený digitální marketér, nebo nováček, který teprve začíná zkoumat Google Analytics, tato příručka vám poskytne důslednou podporu a jasné pokyny na každém kroku.

Tento dokument je odvozen ze série čtyř blogových článků, které jsme původně vytvořili, abychom pronikli do různých aspektů tohoto přechodu.

Pokud dáváte přednost online formátu, můžete se k jednotlivým článkům dostat skrze následující odkazy:

1. [Základy a rozdíly mezi Universal Analytics a Google Analytics 4](#)
2. [Přechod z UA na GA 4 krok za krokem \(Google Tag Manager\)](#)
3. [Rozhraní a výchozí přehledy v Google Analytics 4](#)
4. [Tvorba vlastních přehledů v Google Analytics 4](#)

Případně pokračujte ve čtení této e-knihy, která shromažďuje všechny informace z jednotlivých článků na jednom místě.

V následujících částech probereme hlavní rozdíly mezi Universal Analytics a Google Analytics 4, provedeme vás procesem migrace na novější nástroj krok za krokem, představíme vám uživatelské rozhraní GA4 a ukážeme vám, jak snadno vytvářet vlastní přehledy.

Na konci této knihy budete mít více než jen základní znalosti. Budete plně připraveni efektivně využívat jeho funkce a schopni aplikovat poznatky založené na datech do svých online marketingových strategií.

Pojďme se do toho bez dalších řečí pustit.

Část 1 – Základy a rozdíly mezi Universal Analytics (UA) a Google Analytics 4 (GA4)

Prvním krokem při přechodu z nástroje Universal Analytics na Google Analytics 4 je pochopení základních rozdílů mezi těmito dvěma systémy. Každý z nich má svou jedinečnou sadu funkcí a vlastností. GA4 představuje podstatný posun od známého terénu UA.

V této části se ponoříme do základů obou systémů. Probereme klíčové rozdíly, proč je důležité přejít na novější nástroj, včetně přechodu od sledování na základě relace ke sledování na základě události. Neopomeneme ani nový přístup k ochraně osobních údajů uživatelů.

Na konci této části budete mít jasnou představu o základních rozdílech mezi těmito dvěma nástroji. Také se dozvíte, proč se společnost Google rozhodla přepracovat svůj analytický systém.

Sbohem Universal Analytics. Ahoj Google Analytics 4!

Zpočátku mě oznámení Googlu dost znepokojovalo. Nevěděl jsem, co od toho čekat. Nejprve jsem se obával možného dopadu na sběr a analýzu dat. V neposlední řadě mě děsilo množství času, který si tento přechod vyžádá. Osobně se mi moc ulevilo, když jsem zjistil, že naše firma na GA4 už přešla.

Pro ty z vás, které migrace teprve čeká, **je zásadní jednat rychle**. Proces přechodu může být nepříjemný, ale je to nezbytný krok, se kterým vám pomůžeme.

Událost	Datum
Ohlášení konce Universal Analytics	Květen 2022
UA přestanou procesovat data	1. červenec 2023
Termín migrace pro uživatele placené verze UA	1. leden 2024

Google nebude uchovávat vaše data z UA navždy

Dobrou zprávou je, že vaše **historická data 1. července 2023 jen tak nezmizí**. Místo toho se vaše data z UA přesunou do režimu “pro čtení”.

Musím ale poznamenat, že Google **nebude uchovávat vaše UA data po neomezenou dobu**. V současné době plánuje uchovávat data po dobu nejméně 6 měsíců. To se ale může změnit. Momentálně to znamená, že **od ledna 2024 již nebudou data v UA přístupná**.

Zálohování dat: Využijte databázi

Při přechodu z UA na GA4 je velmi důležité **exportovat data z UA do databáze** (BigQuery, MySQL nebo MS SQL). To vám pomůže uchovat cenná historická data pro budoucí potřeby. Vzhledem k tomu, že při přechodu na GA4 **nemůžete data z UA převést napřímo**, je jejich export do databáze důležitý.

Export vybraných dat do databáze provedete ručně, a to například prostřednictvím **Google Sheets nebo programově přes API**. Lze to také udělat pomocí nástrojů, jako jsou Hevo nebo Dataddo. Pozor, kopírují se pouze vybraná data.

Také **neexistuje žádný způsob, jak kombinovat data UA s daty v GA4**. Obě služby totiž používají zcela odlišné datové modely.

Pochopení rozdílů mezi UA a GA4

Jak se do GA4 prokousávám hlouběji, objevuju další a další **výhody, které nám pomohou lépe porozumět výkonnosti našich webových stránek**. Zcela upřímně, všechny změny jsem ještě nepodchytil.

Čím víc se v tom ale vrtám, tím více jsem nadšený!

GA4 nabízí **intuitivnější a přesnější kontrolu nad sběrem osobních údajů**. Dále také **algoritmy strojového učení, které generují prediktivní metriky**. Sledování dat **na webu i v aplikacích** je s GA4 také jednodušší. Je zde také **více možností segmentace**.

Jednou z klíčových funkcí **je lepší kontrola nad sběrem osobních údajů**. To znamená, že můžeme ještě **přesněji určit, jaká data shromažďujeme** a jak je používáme. Tato funkce respektuje **soukromí uživatelů**.

GA4 navíc usnadňuje sledování dat na webu i v aplikaci. A graf událostí vám poskytne ještě více informací o tom, jak s vaším webem lidé pracují.

Výhody Google Analytics 4

Větší důraz na soukromí uživatelů

Sledování dat na webu i v aplikacích

Více možností segmentace

Prediktivní metriky díky algoritmům strojového učení

Modernější a intuitivnější rozhraní

Pokročilé možnosti analýzy dat

Údaje v UA a GA4 se neshodují

Jedním z hlavních rozdílů mezi UA a GA4 je datový model používaný jednotlivými platformami. V praxi tak spočívá rozdíl mezi uživatelskými metrikami v jejich primárním zaměření. **UA využívá především celkový počet uživatelů, zatímco GA4 využívá aktivní uživatele.**

Aktivní uživatelé jsou definováni jako uživatelé, kteří se zapojili do webové stránky v určitém časovém období a jsou **primární uživatelskou metrikou v GA4**. Metrika se používá také ve výchozích přehledech dostupných v uživatelském rozhraní GA4. Najdete ji pod názvem “uživatelé”.

Proč GA4 upřednostňuje aktivní uživatele před celkovým počtem uživatelů?

Jednoduše proto, že aktivní uživatele lze zjistit automaticky, zatímco celkový počet uživatelů **UA vyžaduje identifikaci pomocí jedinečných identifikátorů**, jako jsou soubory cookies nebo user_ids. Přehledy v UA se proto neshodují s přehledy v GA4.

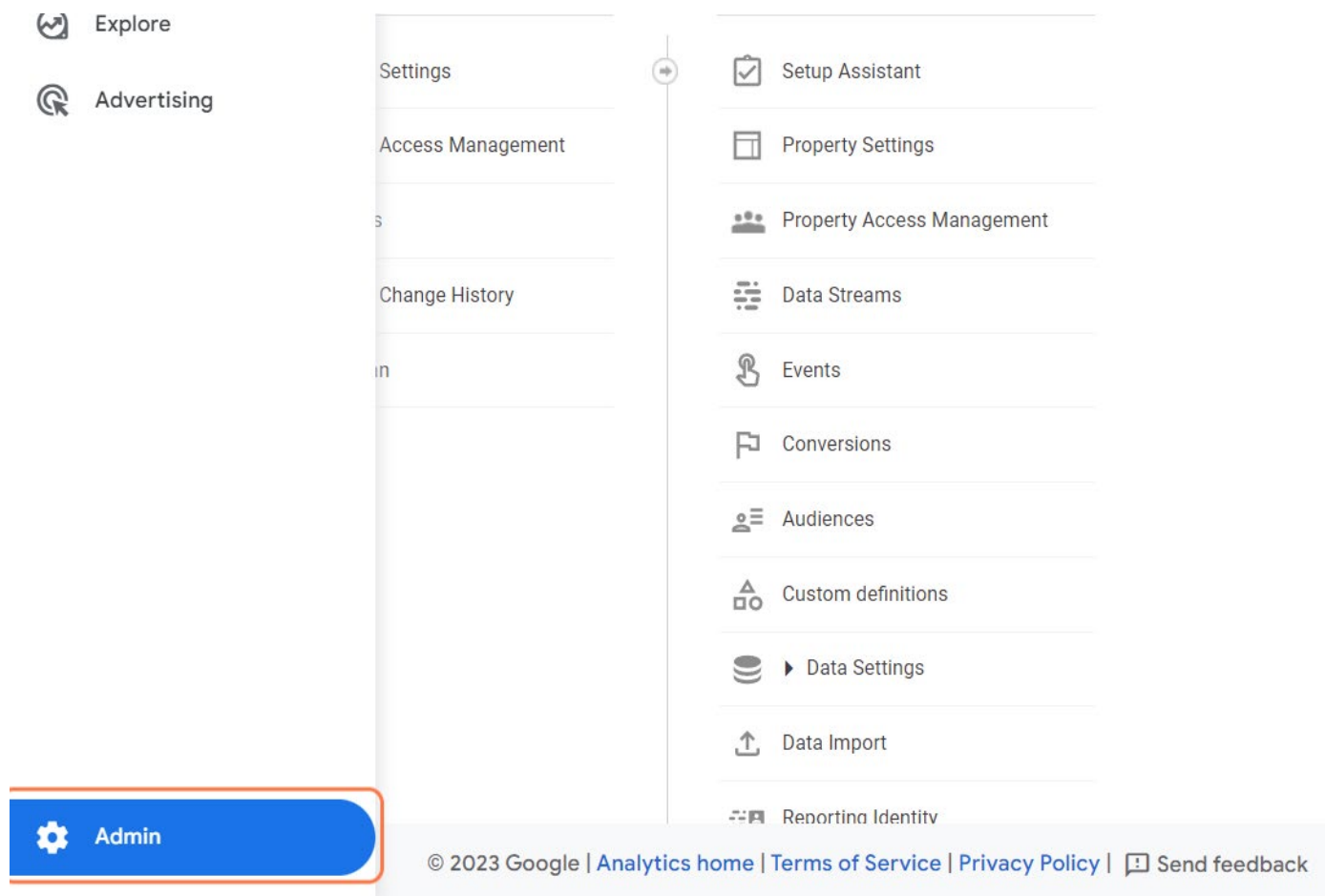
Část 2 – Přejít z UA na GA 4 krok za krokem (Google Tag Manager)

Jakmile pochopíte rozdíly mezi službou Universal Analytics a Google Analytics 4, je čas na samotnou migraci. Přejít z UA na GA4 se může zdát náročný, ale rozdělili jsme ho do zvládnutelných kroků. V této části zaujmeme praktický přístup a provedeme vás celým procesem krok za krokem.

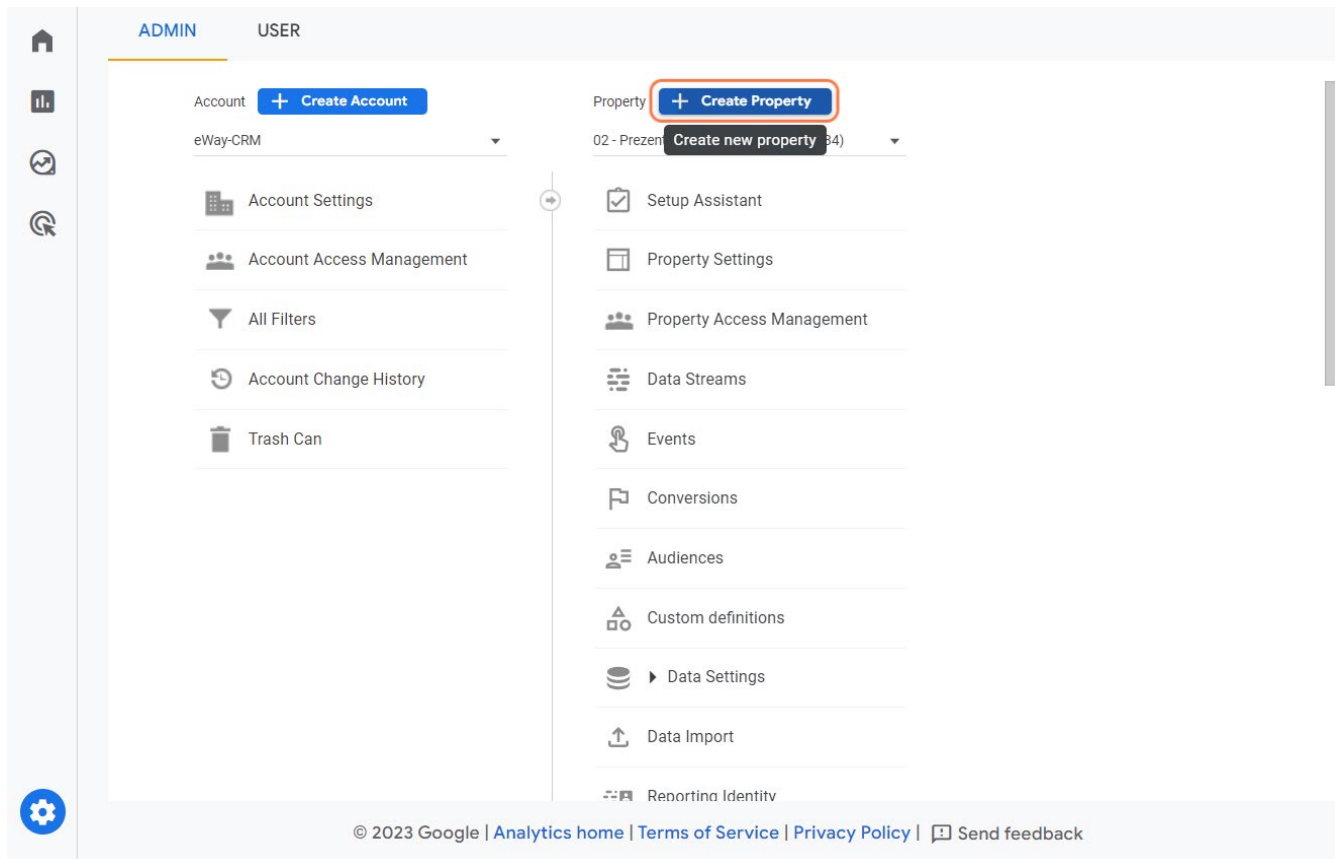
Důležitá poznámka: Tento průvodce je pro ty z vás, kteří používají staré UA a Google Tag Manager.

Krok 1 - Konfigurace Google Analytics 4

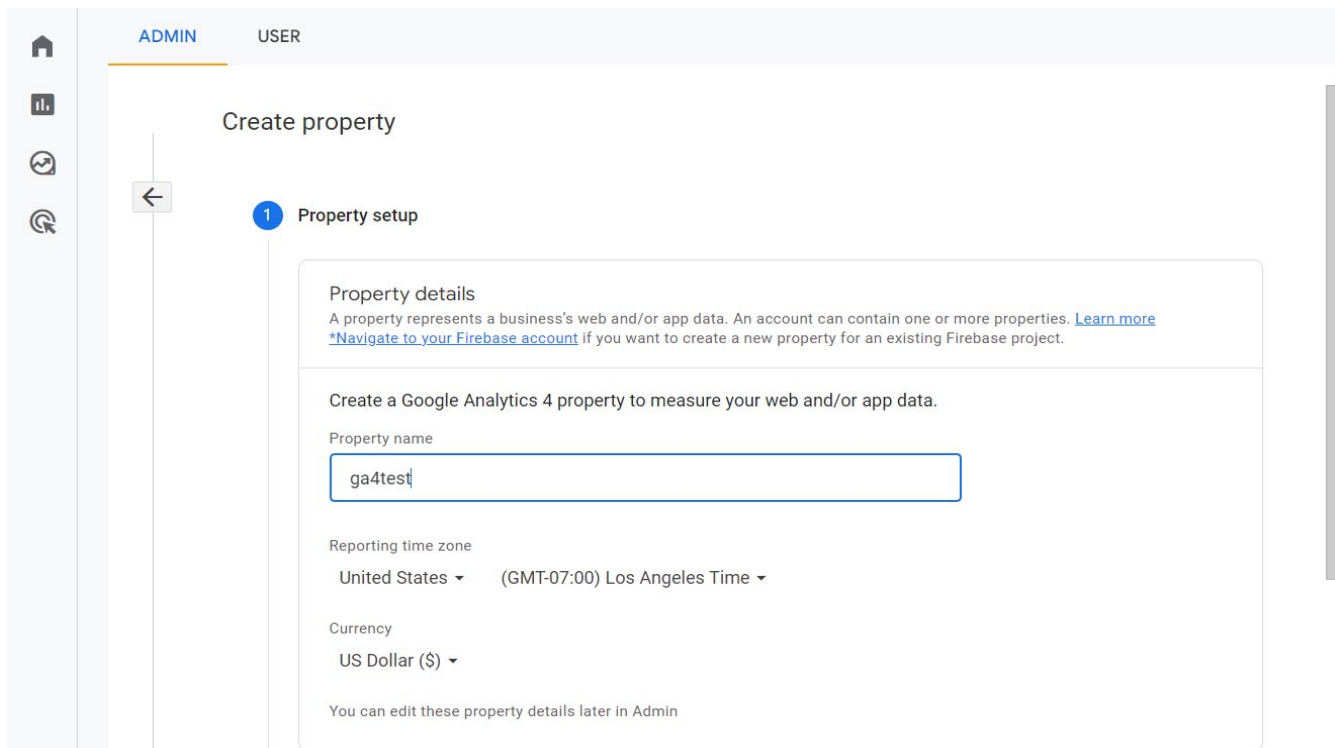
1. Klikněte na Správce (ve svém účtu Google Analytics).



2. Klikněte na Vytvořit službu.



3. Projděte nastavením služby



4. Po vyplnění klikněte na Další.

ADMIN USER

Create a Google Analytics 4 property to measure your web and/or app data.

Property name

ga4test

Reporting time zone

Czechia (GMT+02:00) Czechia Time

Currency

Czech Koruna (Kč)

You can edit these property details later in Admin

[Show advanced options](#)

1,969 more properties can be created on this account.

Next

2 About your business

5. Vyplňte údaje o vašem podnikání.

ADMIN USER

2 About your business

Business information

Help us tailor your experience by answering the following.

Industry category

Select one

Business size

☐ Small - 1 to 10 employees

☐ Medium - 11 to 100 employees

☐ Large - 101 to 500 employees

☐ Very Large - 501+ employees

How do you intend to use Google Analytics with your business? (Check all that apply)

☐ Measure customer engagement with my site or app

☐ Optimize my site or app experience

☐ Measure data across multiple devices or platforms

☐ Optimize my advertising cost

☐ Increase my conversions

© 2023 Google | [Analytics home](#) | [Terms of Service](#) | [Privacy Policy](#) | [Send feedback](#)

6. Zaškrtněte, k čemu chcete GA4 službu využívat a dejte Vytvořit.

The screenshot shows the Google Analytics setup interface. On the left is a sidebar with navigation icons. The main area has two tabs: 'ADMIN' (selected) and 'USER'. Under the 'ADMIN' tab, there are four radio button options for business size: 'Small - 1 to 10 employees', 'Medium - 11 to 100 employees', 'Large - 101 to 500 employees', and 'Very Large - 501+ employees'. Below these is a section titled 'How do you intend to use Google Analytics with your business? (Check all that apply)' with a list of checkboxes: 'Measure customer engagement with my site or app', 'Optimize my site or app experience', 'Measure data across multiple devices or platforms', 'Optimize my advertising cost', 'Increase my conversions', 'Measure content monetization', 'Analyze my online sales', 'Measure app installs', 'Measure lead generation', and 'Other'. At the bottom of the form are two buttons: 'Create' (highlighted with a red box) and 'Previous'. The footer contains the copyright notice '© 2023 Google' and links to 'Analytics home', 'Terms of Service', 'Privacy Policy', and 'Send feedback'.

7. Vyberte platformu.

The screenshot shows the 'Start collecting data' screen in Google Analytics. The top navigation bar includes the 'Analytics' logo, 'All accounts > eWay-CRM', and a search bar with the text 'ga4test'. Below the navigation bar is a sidebar with a list of menu items: 'Property' (with a '+ Create Property' button), 'ga4test (359379179)', 'Setup Assistant', 'Property Settings', 'Property Access Management', 'Data Streams' (highlighted with a red box), 'Events', 'Conversions', 'Audiences', 'Custom definitions', and 'Data Settings'. The main content area has a heading 'Start collecting data' with a subheading 'To set up data collection for your website or app, choose from where you will be collecting data (the Web, an Android app, or an iOS app). Next, you'll get instructions for adding a data collection tag to that source.' Below this is a link 'Learn more about data collection'. At the bottom, there is a section titled 'Choose a platform' with three buttons: 'Web' (highlighted with a red box), 'Android app', and 'iOS app'.

8. Nastavte webový stream: Vyplňte URL adresu.

Set up your web stream

Website URL

Stream name

http... ga4test.cz My Website

Enhanced measurement

Automatically measure interactions and content on your sites in addition to standard page view measurement. ☒

Data from on-page elements such as links and embedded videos may be collected with relevant events. You must ensure that no personally-identifiable information will be sent to Google. [Learn more](#)

Measuring: ☒ Page views ☒ Scrolls ☒ Outbound clicks + 4 more

Create stream

9. Pojmenujte stream.

Set up your web stream

Website URL

Stream name

http... ga4test.cz ga4test

Enhanced measurement

Automatically measure interactions and content on your sites in addition to standard page view measurement. ☒

Data from on-page elements such as links and embedded videos may be collected with relevant events. You must ensure that no personally-identifiable information will be sent to Google. [Learn more](#)

Measuring: ☒ Page views ☒ Scrolls ☒ Outbound clicks + 4 more

Create stream

10. Klikněte na Vytvořit stream.

The screenshot shows the 'Set up data stream' interface. At the top, there's a title 'Set up data stream' with a close button. Below it, the section 'Set up your web stream' contains two input fields: 'Website URL' with a dropdown set to 'http...' and a text field containing 'ga4test.cz', and 'Stream name' with a text field containing 'ga4test'. Below these is the 'Enhanced measurement' section, which includes a description and a toggle switch that is turned on. At the bottom, there's a 'Measuring:' section with icons for 'Page views', 'Scrolls', 'Outbound clicks', and '+ 4 more'. A blue 'Create stream' button is at the bottom left.

Set up your web stream

Website URL http... ga4test.cz

Stream name ga4test

Enhanced measurement

Automatically measure interactions and content on your sites in addition to standard page view measurement. ☒

Data from on-page elements such as links and embedded videos may be collected with relevant events. You must ensure that no personally-identifiable information will be sent to Google. [Learn more](#)

Measuring: Page views Scrolls Outbound clicks + 4 more

Create stream

11. Vyskočí na vás ID MĚŘENÍ. Zkopírujte ho do schránky, budeme ho potřebovat. “Vylepšené měření” ponechte zapnuté

The screenshot shows the 'Web stream details' page. At the top, there's a title 'Web stream details' with a close button. Below it, a yellow warning box states 'Data collection isn't active for your website. If you installed tags more than 48 hours ago, make sure they are set up correctly.' with a 'View tag instructions' button. The 'Stream details' section contains a table with three columns: 'STREAM NAME' (ga4test), 'STREAM URL' (https://ga4test.cz), and 'STREAM ID' (4759136209). Below this, the 'MEASUREMENT ID' (G-NJHYT33DT0) is highlighted with a red box and a copy icon. The 'Events' section at the bottom shows the 'Enhanced measurement' toggle switch turned on.

Web stream details

Warning: Data collection isn't active for your website. If you installed tags more than 48 hours ago, make sure they are set up correctly. [View tag instructions](#)

STREAM NAME	STREAM URL	STREAM ID
ga4test	https://ga4test.cz	4759136209

MEASUREMENT ID
G-NJHYT33DT0

Events

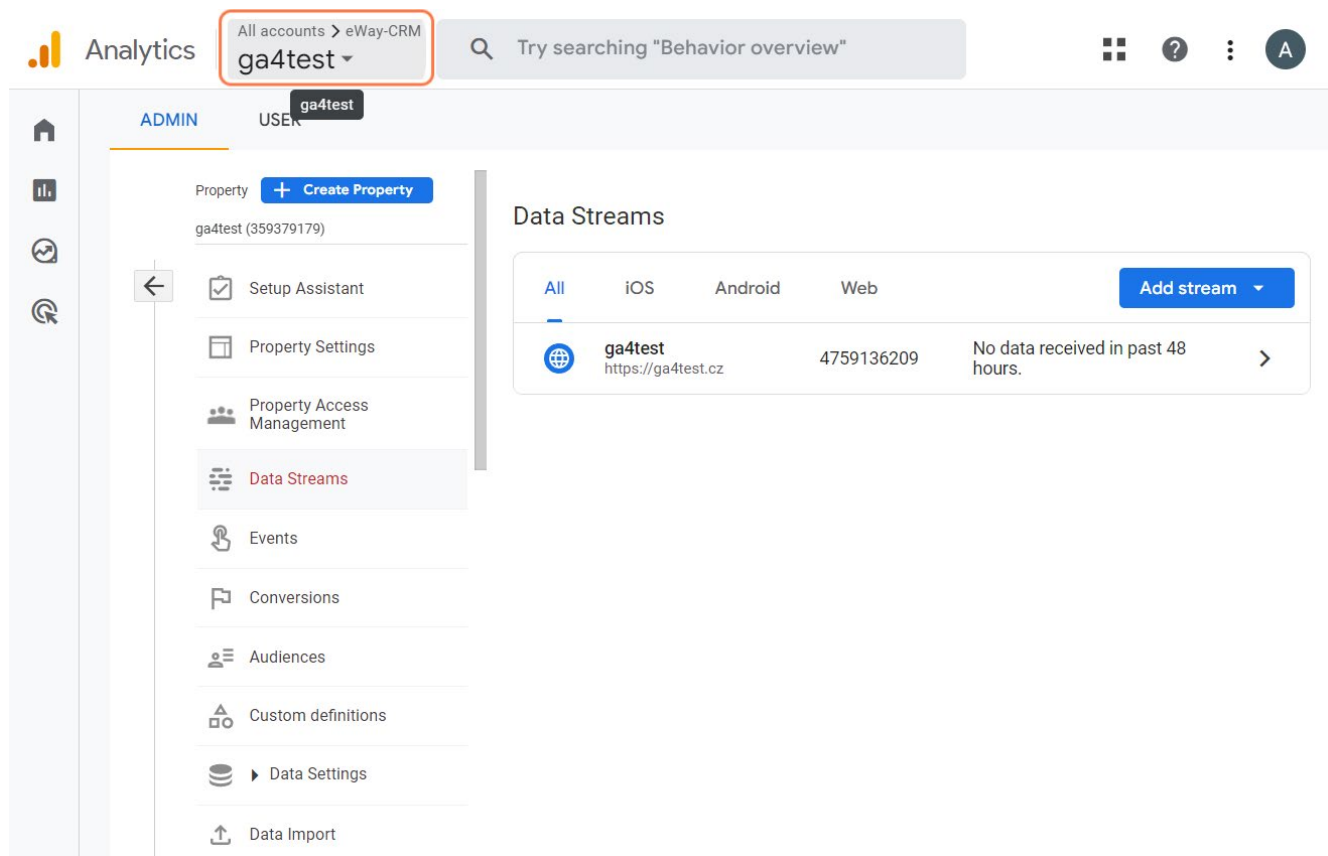
Enhanced measurement

Automatically measure interactions and content on your sites in addition to standard page view measurement. ☒

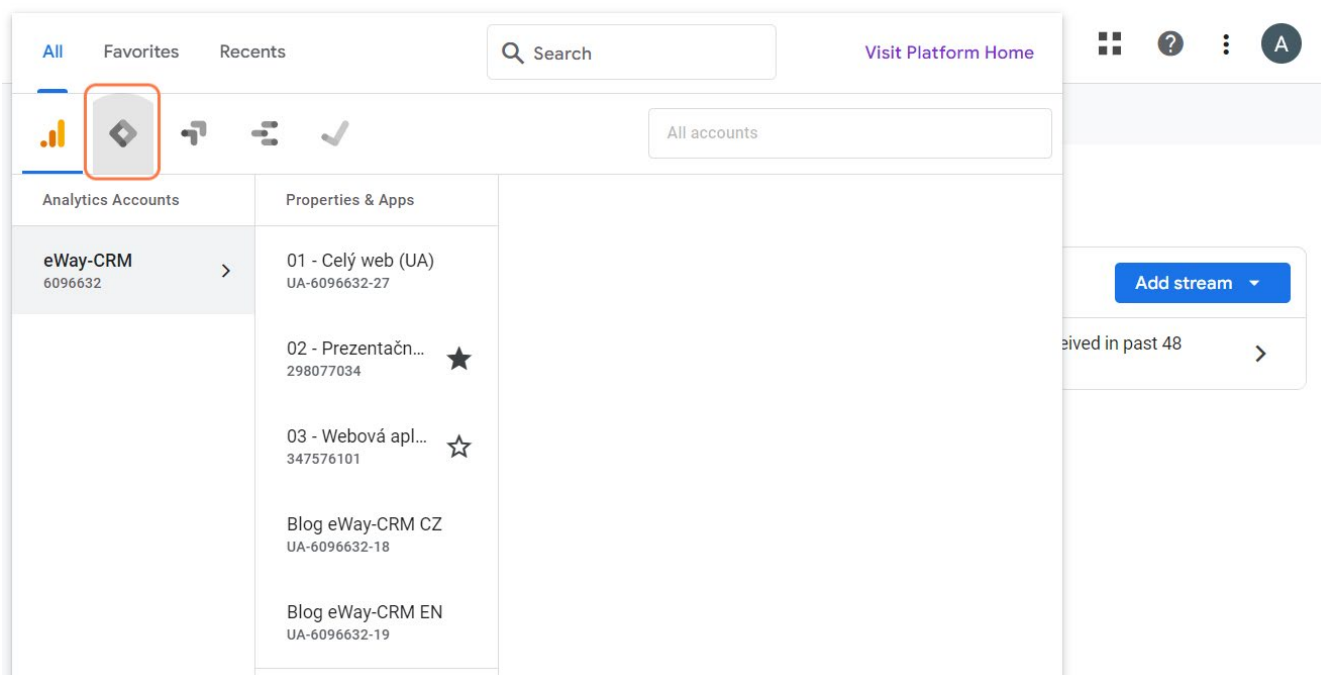
Data from on-page elements such as links and embedded videos may be collected with relevant events. You must ensure that no personally-identifiable information will be sent to Google. [Learn more](#)

Krok 2 - Nastavení Google Tag Manager

12. Přejděte do Google Tag Manager



13. Klikněte na ikonu Google Tag Manager.



14. Přejděte do Značek.

Tag Manager | All accounts > ga4test | www.ga4test.cz

Search workspace

Workspace | Versions | Admin | GTM-5533X5C | Preview | Submit

CURRENT WORKSPACE

Default Workspace >

Overview

Tags

Triggers

Variables

Folders

Templates

Now Editing
Default Workspace

Changes Not Published

Add tags and publish to make your changes live.

Workspace Changes

0 Modified 0 Added 0 Deleted

Manage workspaces >

New Tag

Choose from over 50 tag types

Add a new tag >

Description

Edit description >

Workspace Changes

15. Vytvořte novou značku.

Tag Manager | All accounts > ga4test | www.ga4test.cz

Search workspace

Workspace | Versions | Admin | GTM-5533X5C | Preview | Submit

CURRENT WORKSPACE

Default Workspace >

Overview

Tags

Triggers

Variables

Folders

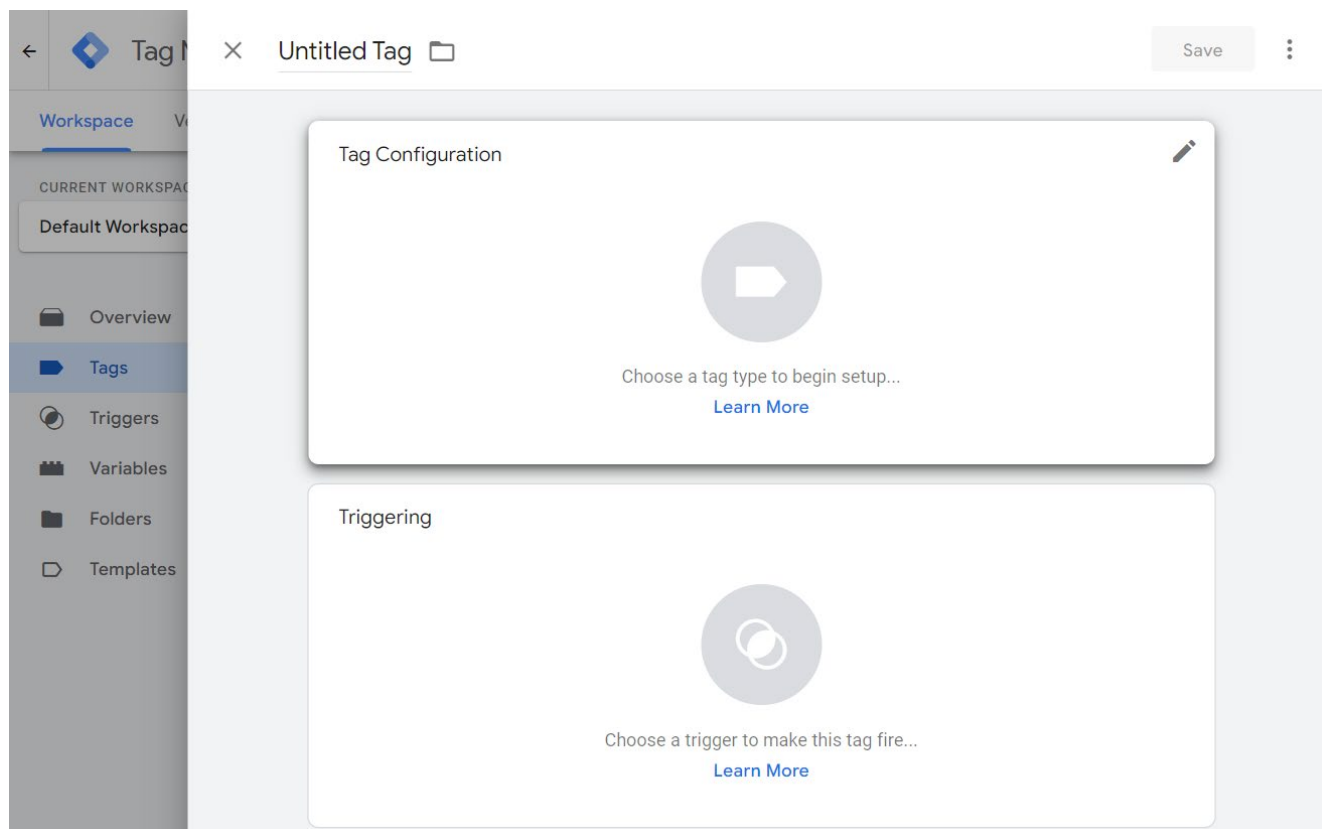
Templates

Tags

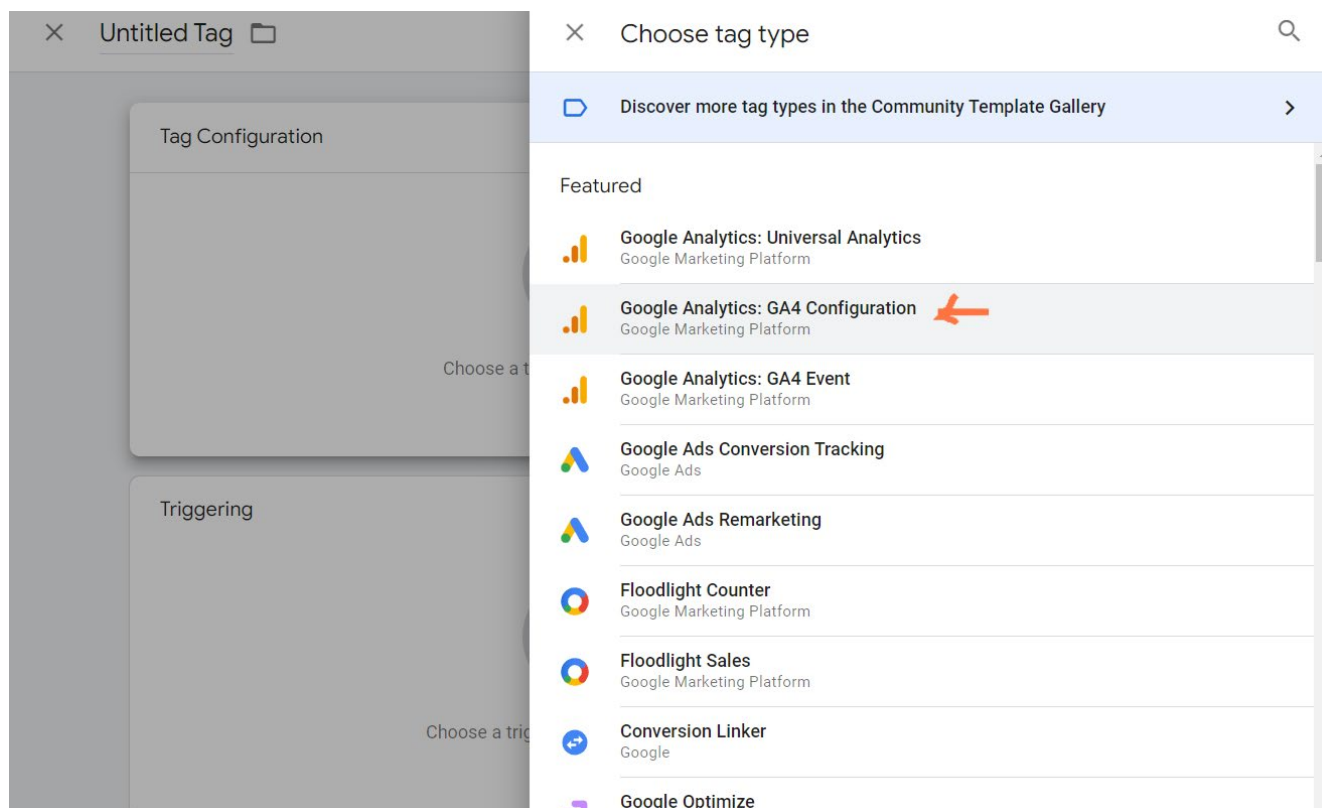
New

This container has no tags, click the "New" button to create one.

16. Klikněte na pole Konfigurace značky.



17. Klikněte na Google Analytics: GA4 konfigurace.



18. Vložte ID měření ze schránky.

Tag Configuration

Tag Type

Google Analytics: GA4 Configuration
Google Marketing Platform

Measurement ID [?](#)

G-NJHYT33DT0

☒ Send a page view event when this configuration loads

☐ Send to server container [?](#)

> Fields to Set

> User Properties

> Advanced Settings

Triggering

19. Uložit.

Tag Configuration

Tag Type

Google Analytics: GA4 Configuration
Google Marketing Platform

Measurement ID [?](#)

4759136209

Triggering

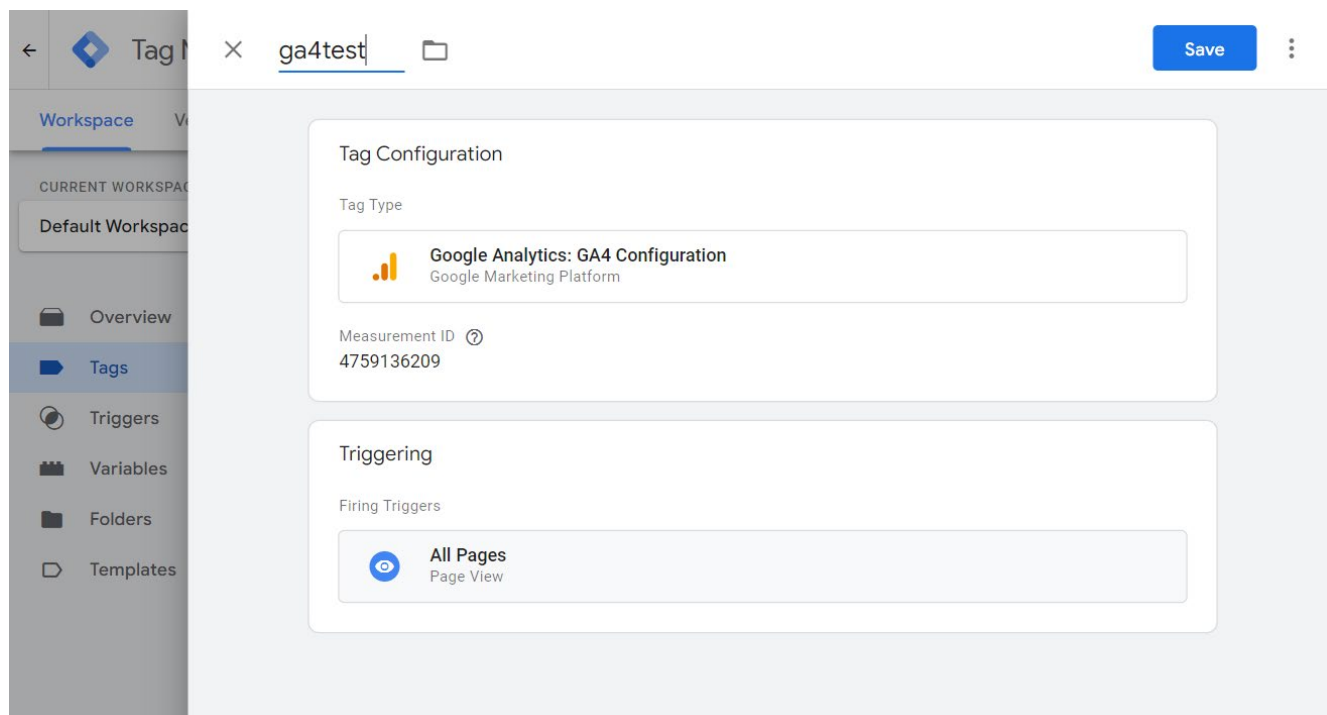
Firing Triggers

All Pages
Page View

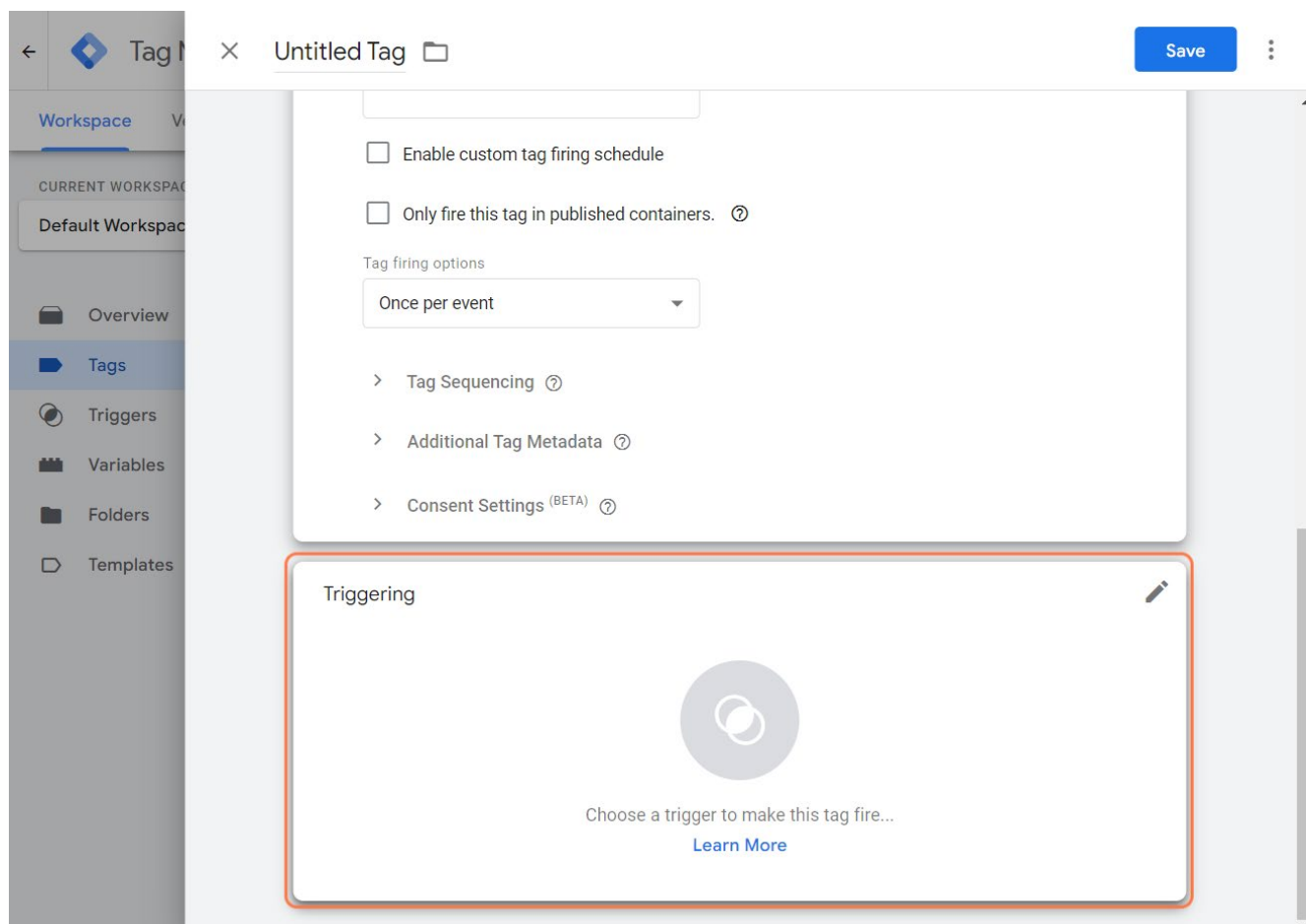
Add Exception

Save

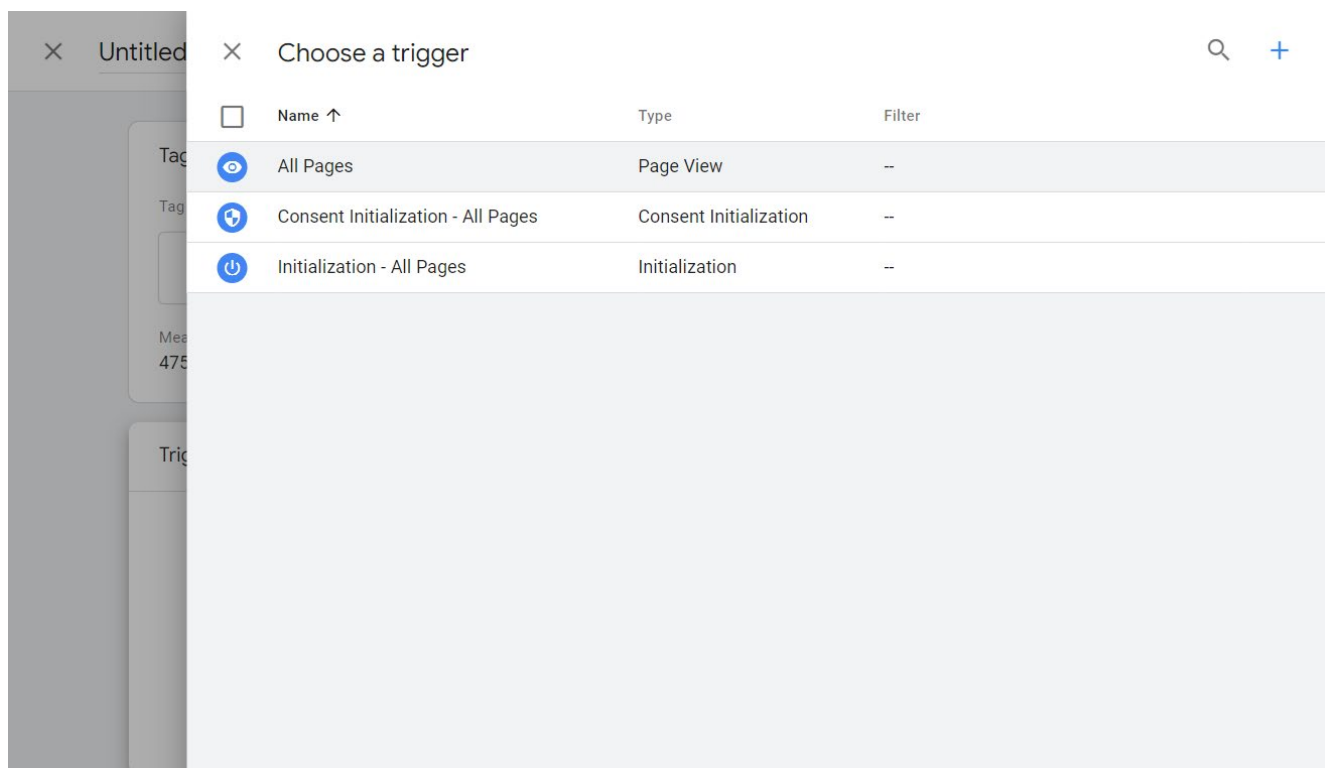
20. Pojmenujte značku.



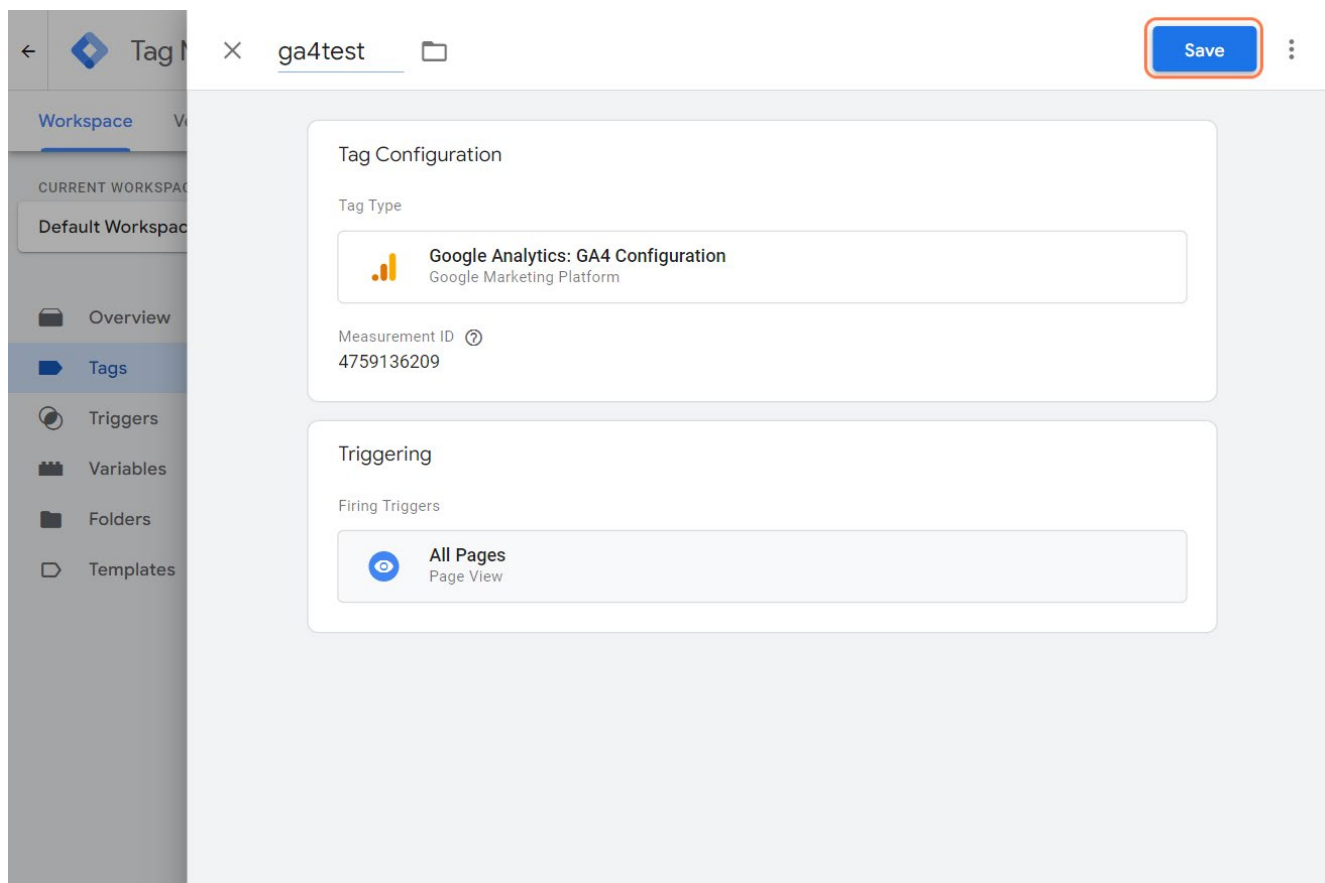
21. Klikněte na pole Spouštění.



22. Zvolte Všechny stránky.



23. Uložit.



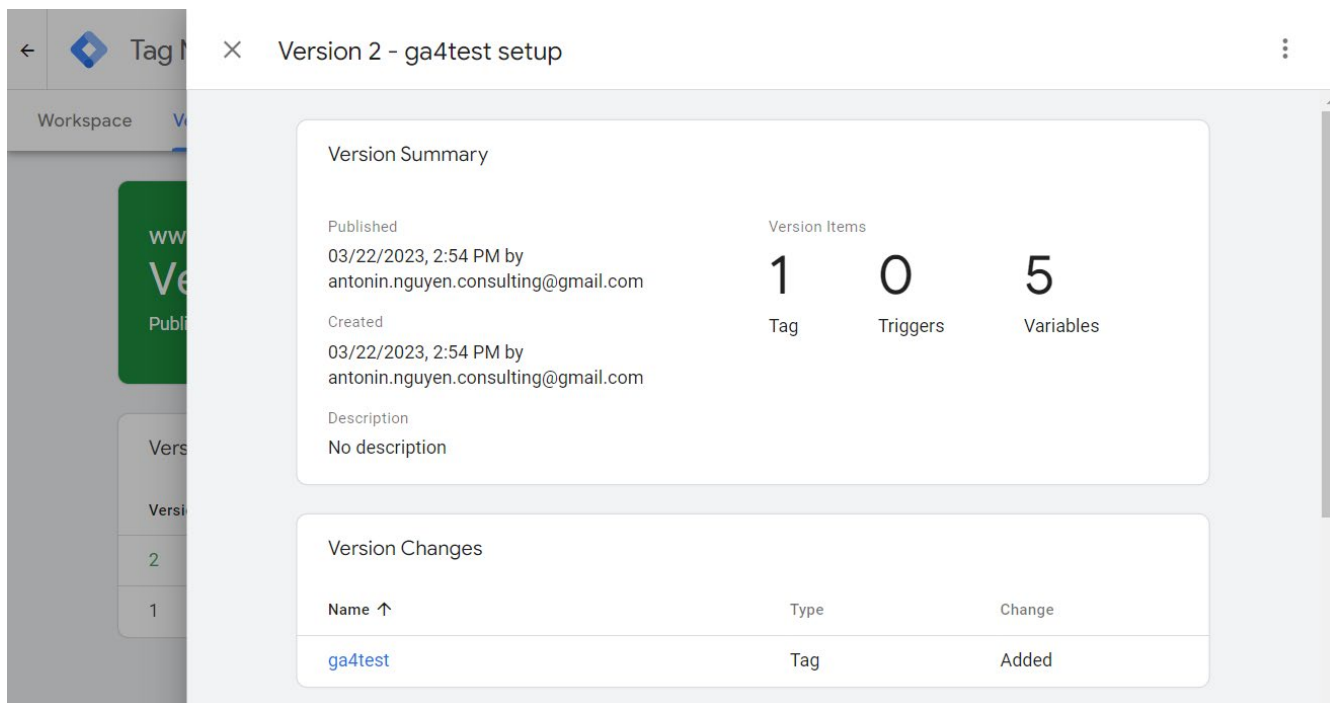
24. Značka je nastavená. Dejte Odeslat.

The screenshot shows the Google Tag Manager interface. At the top, there's a navigation bar with 'Tag Manager' and 'www.ga4test.cz'. Below it, there's a 'Workspace' tab and a 'Submit' button highlighted with a red box. The main area shows a list of tags, including 'ga4test' with the type 'Google Analytics: GA4 Configuration' and the firing trigger 'All Pages'. The 'Submit' button is located at the top right of the interface.

25. Vyskočí “Konfigurace odeslání”. Zvolte název verze a dejte Publikovat.

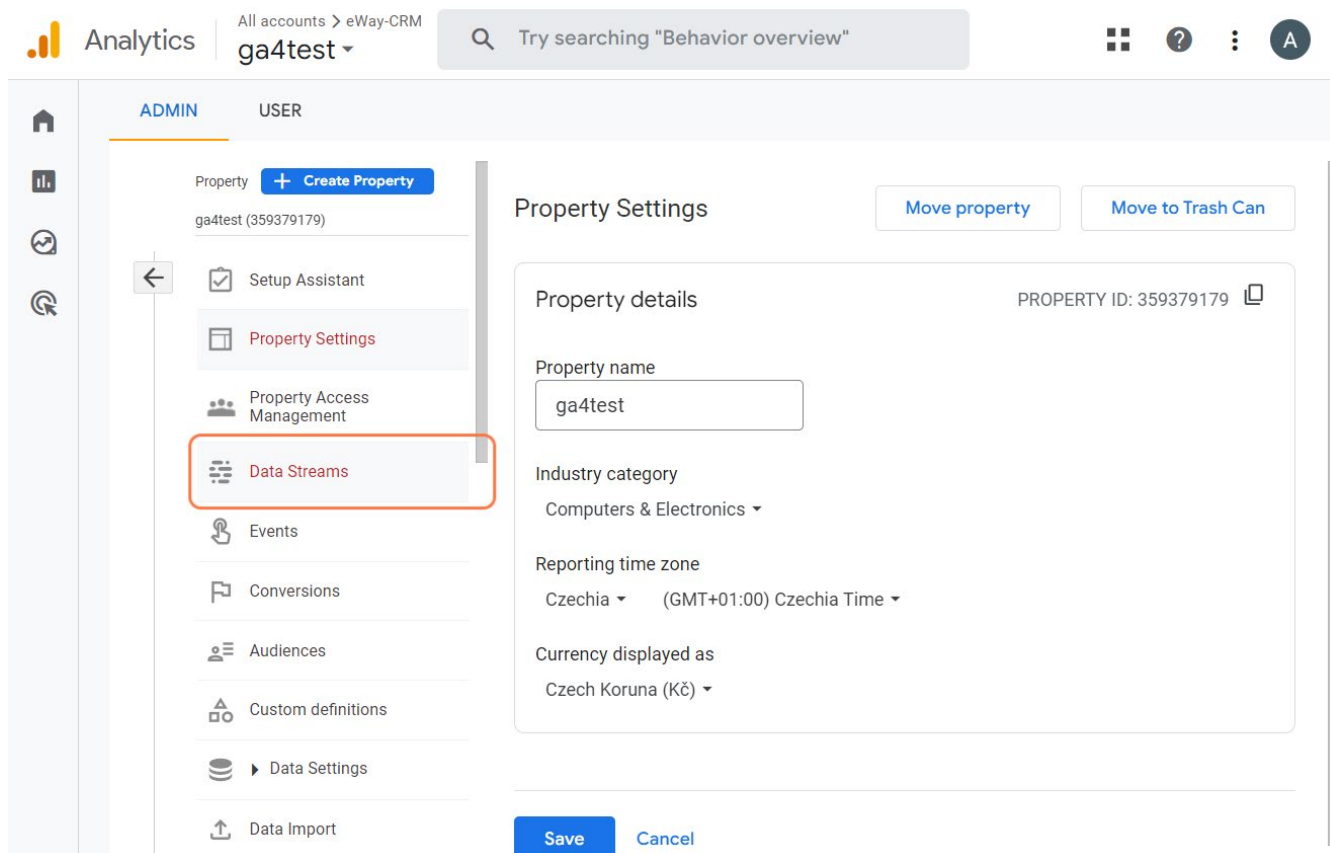
The screenshot shows the 'Submit Changes' dialog in Google Tag Manager. The 'Publish' button is highlighted with a red box. The dialog contains a 'Submission Configuration' section with two tabs: 'Publish and Create Version' (selected) and 'Create Version'. Under 'Publish and Create Version', there's a 'Version Name' field with the text 'ga4test setup' and a 'Version Description' field with the placeholder text 'Add a detailed description of the changes'. Below these fields, there's a 'Publish to Environment' section with a 'Live' button. At the bottom, there's a 'Workspace Changes' table with columns for Name, Type, Change, Last Edited, and User.

26. Hotovo! Váš web odteď bude zaznamenávat důležitá data.

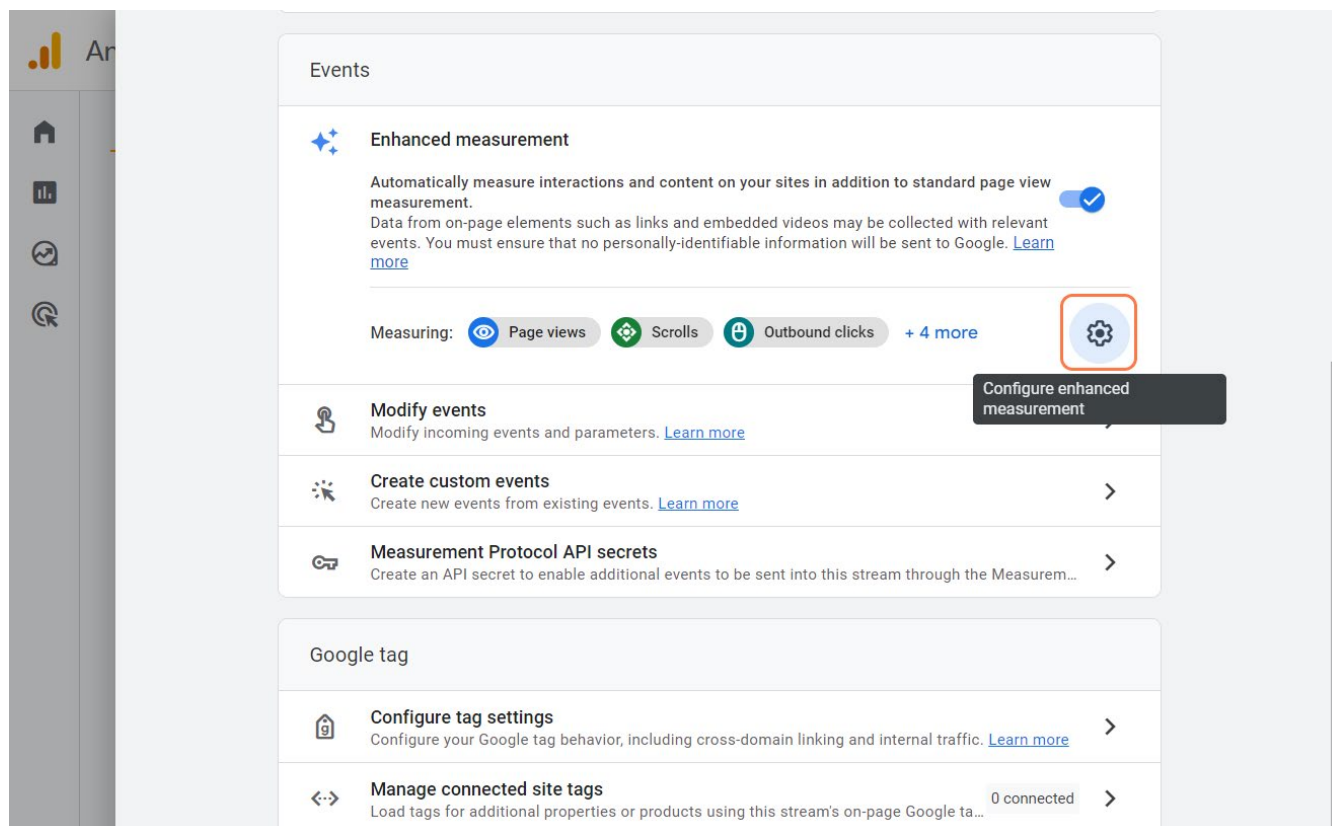


Krok 3 – Kontrola měření

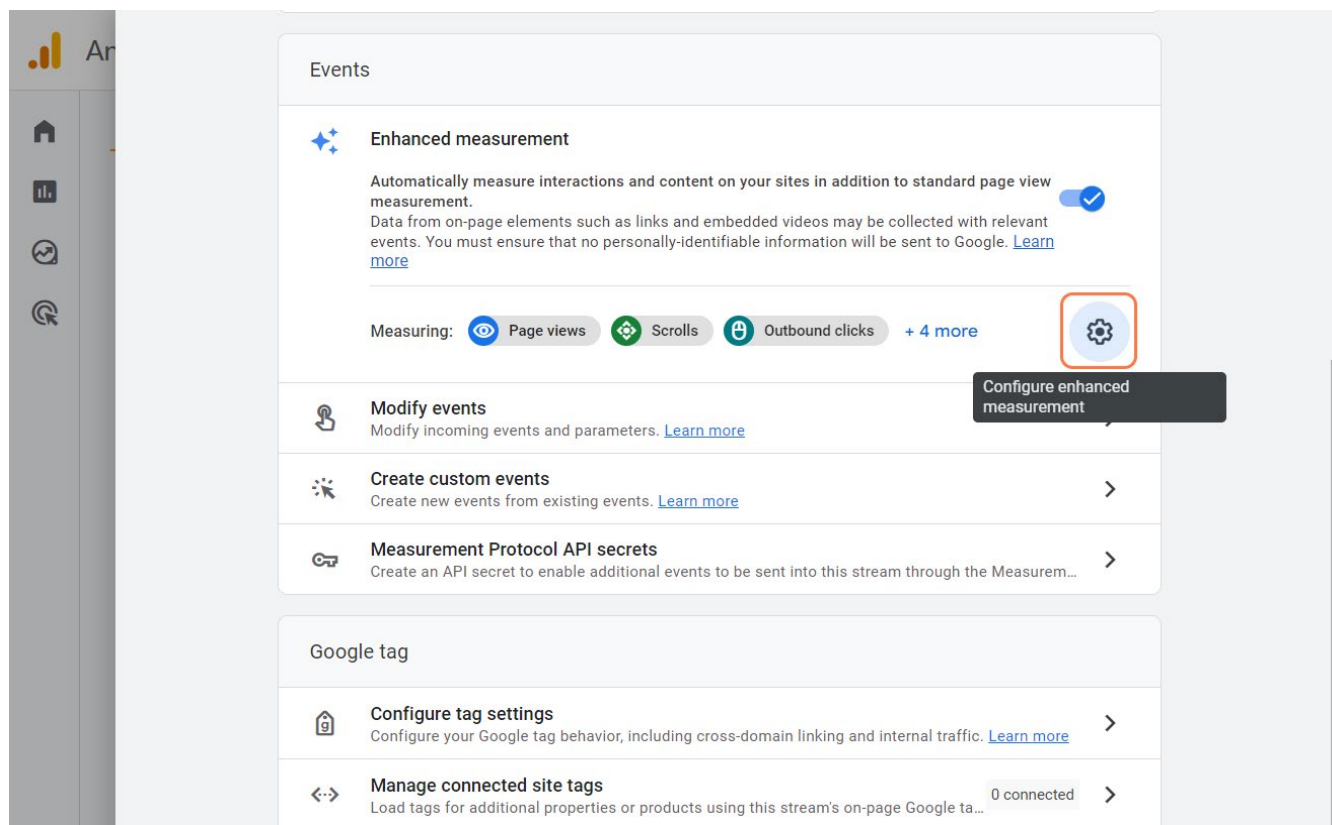
27. Musíme nastavit pár důležitých věcí. Přejděte do rozhraní GA4. Klikněte na Datové streamy.



28. Zvolte svůj datový stream.



29. Klikněte na ozubené kolečko.



30. Zde uvidíte, co všechno bude GA4 zaznamenávat. Jedná se o vylepšené měření.

STREAM NAME: ga4test
STREAM URL: https://ga4test.cz
STREAM ID: 4759136209

Events

Enhanced measurement
Automatically measure interactions and content on your sites in addition to standard page view measurement. Data from on-page elements such as links and embedded videos may be collected with relevant events. You must ensure that no personally-identifiable information will be sent to Google. [Learn more](#)

Measuring: Page views Scrolls Outbound clicks + 4 more

Modify events
Modify incoming events and parameters. [Learn more](#)

Create custom events
Create new events from existing events. [Learn more](#)

Measurement Protocol API secrets
Create an API secret to enable additional events to be sent into this stream through the Measurement Protocol. [Learn more](#)

Google tag

Configure tag settings
Configure your Google tag behavior, including cross-domain linking and internal traffic. [Learn more](#)

Manage connected site tags
Load tags for additional properties or products using this stream's on-page Google tag. [Learn more](#)

Enhanced measurement

Page views
Capture a page view event each time a page loads or the website changes the browser history state. Optionally turn off browser history-based events under advanced settings.

[Show advanced settings](#)

Scrolls
Capture scroll events each time a visitor gets to the bottom of a page.

Outbound clicks
Capture an outbound click event each time a visitor clicks a link that leads them away from your domain(s). By default, outbound click events will occur for all links leading away from the current domain. Links to domains configured for cross-domain measurement (in Tagging Settings) will not trigger outbound click events.

Site search
Capture a view search results event each time a visitor performs a search on your site (based on a query parameter). By default, search results events will be fired any time a page loads with a common search query parameter in the URL. Adjust which parameters to look for under advanced settings.

[Show advanced settings](#)

Form interactions
Capture a form interaction event each time a visitor interacts with a form on your website.

Video engagement
Capture video play, progress, and complete events as visitors view embedded videos on your site. By default, video events will be automatically fired for YouTube videos embedded on your site with [JS API support](#) enabled.

File downloads
Capture a file download event each time a link is clicked with a common document, image, audio, or video extension.

Krok 4 - Dodatečná konfigurace

31. Klikněte na Konfigurace nastavení značky.

Events

Enhanced measurement
Automatically measure interactions and content on your sites in addition to standard page view measurement. Data from on-page elements such as links and embedded videos may be collected with relevant events. You must ensure that no personally-identifiable information will be sent to Google. [Learn more](#)

Measuring: Page views Scrolls Outbound clicks + 4 more

Modify events
Modify incoming events and parameters. [Learn more](#) >

Create custom events
Create new events from existing events. [Learn more](#) >

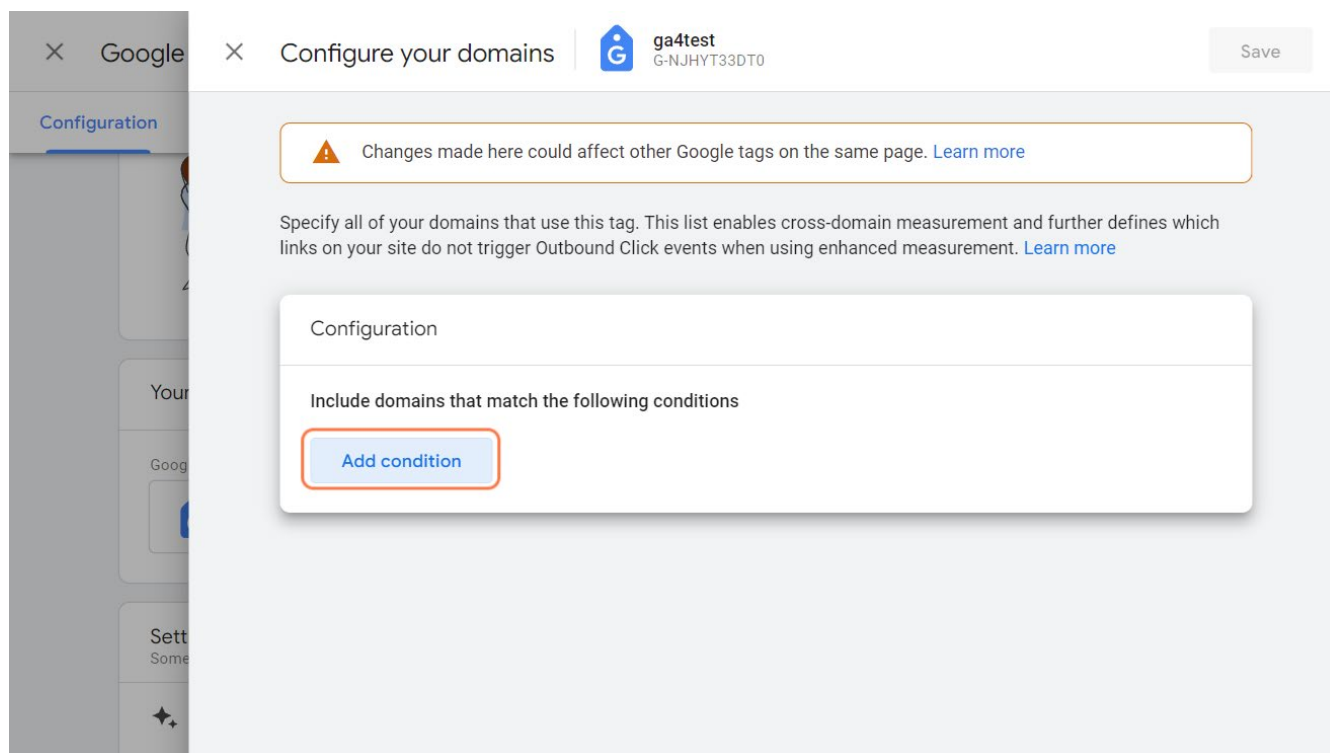
Measurement Protocol API secrets
Create an API secret to enable additional events to be sent into this stream through the Measurement Protocol. [Learn more](#) >

Google tag

Configure tag settings
Configure your Google tag behavior, including cross-domain linking and internal traffic. [Learn more](#) >

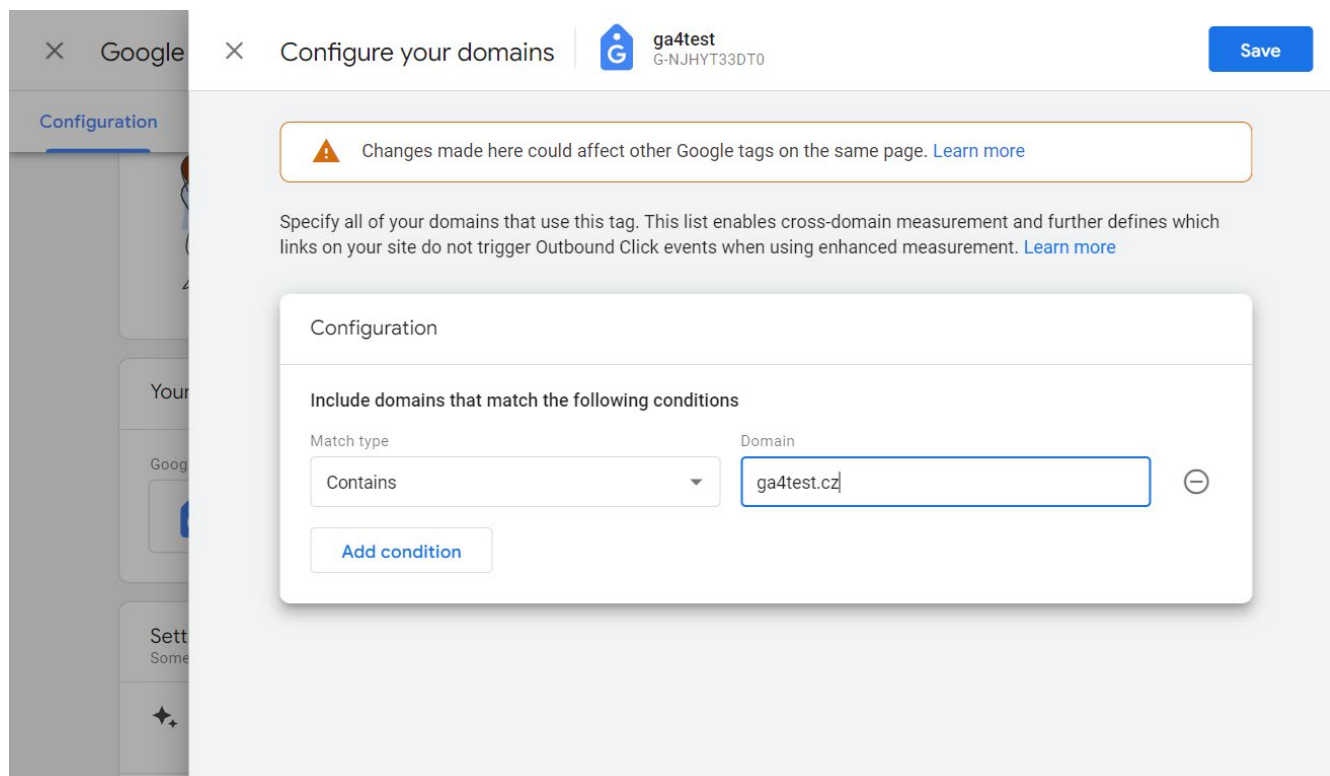
Manage connected site tags
Load tags for additional properties or products using this stream's on-page Google tag. [Learn more](#) >

32. Klikněte na “Konfigurace vašich domén” a přidejte podmínku.



33. Zadejte všechny své domény, které budou používat tuto značku.

Poznámka: Tento seznam umožňuje měření na více doménách a dále definuje, které odkazy na vašem webu nespouští události odchozího kliknutí, když se používá vylepšené měření.



34. Uložit.

Google tag | **ga4test** G-NJHYT33DT0

Configuration

Changes made here could affect other Google tags on the same page. [Learn more](#)

Specify all of your domains that use this tag. This list enables cross-domain measurement and further defines which links on your site do not trigger Outbound Click events when using enhanced measurement. [Learn more](#)

Configuration

Include domains that match the following conditions

Match type: Contains

Domain: ga4test.cz

[Add condition](#)

[Save](#)

35. Přejděte do “Povolení využívat údaje poskytnuté uživatelem”.

Google tag | **ga4test** G-NJHYT33DT0

Configuration | History | Admin

The global site tag (gtag.js) is now the Google tag. With this change, new and existing gtag.js installations will get new capabilities to help you do more, improve data quality, and adopt new features – all without additional code. [Learn more](#)

[Dismiss](#)

Your Google tag [Installation instructions](#)

Google tag **ga4test** IDs: G-NJHYT33DT0, GT-K4ZZWJC

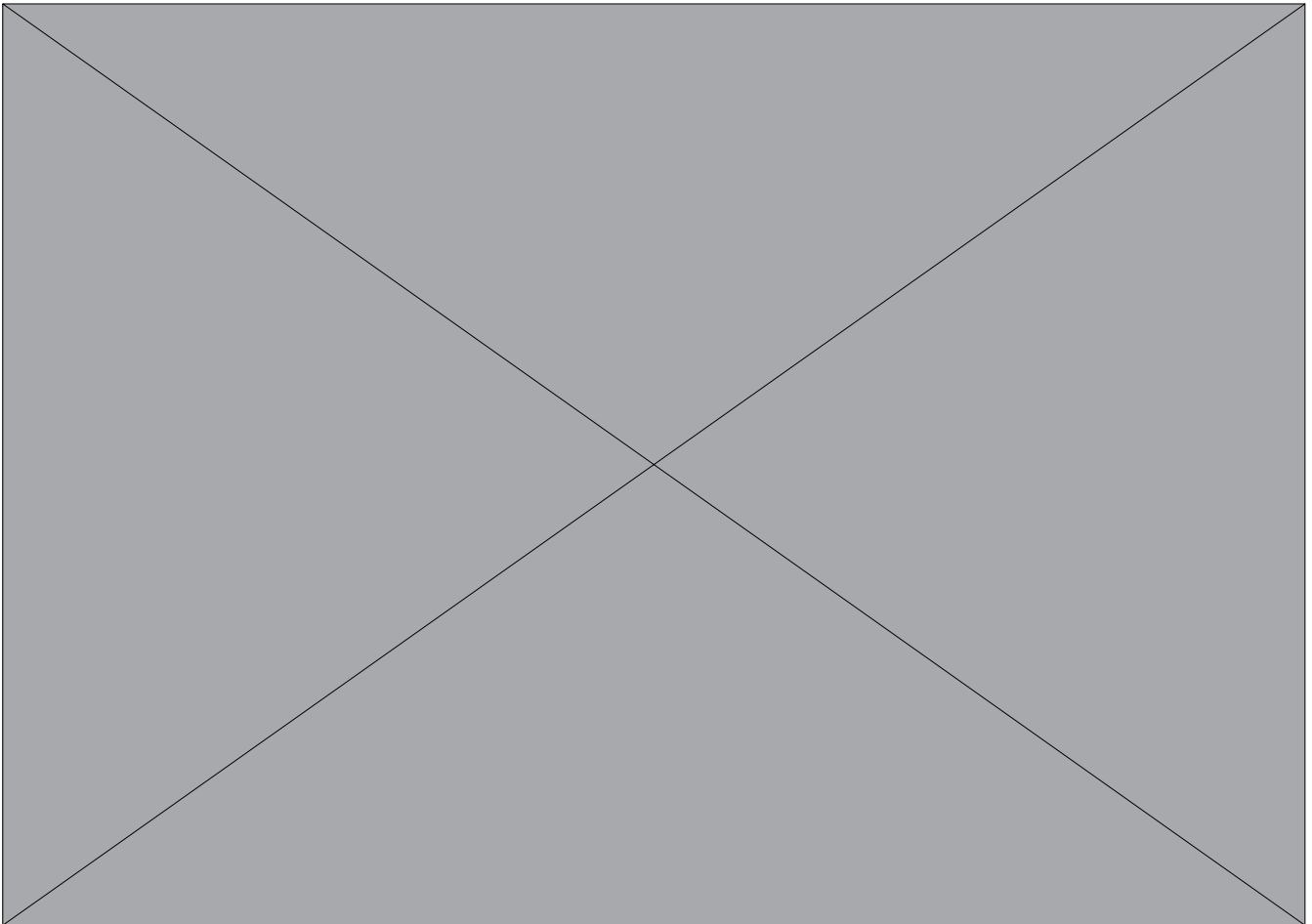
Destinations **ga4test**

Settings [Show all](#)

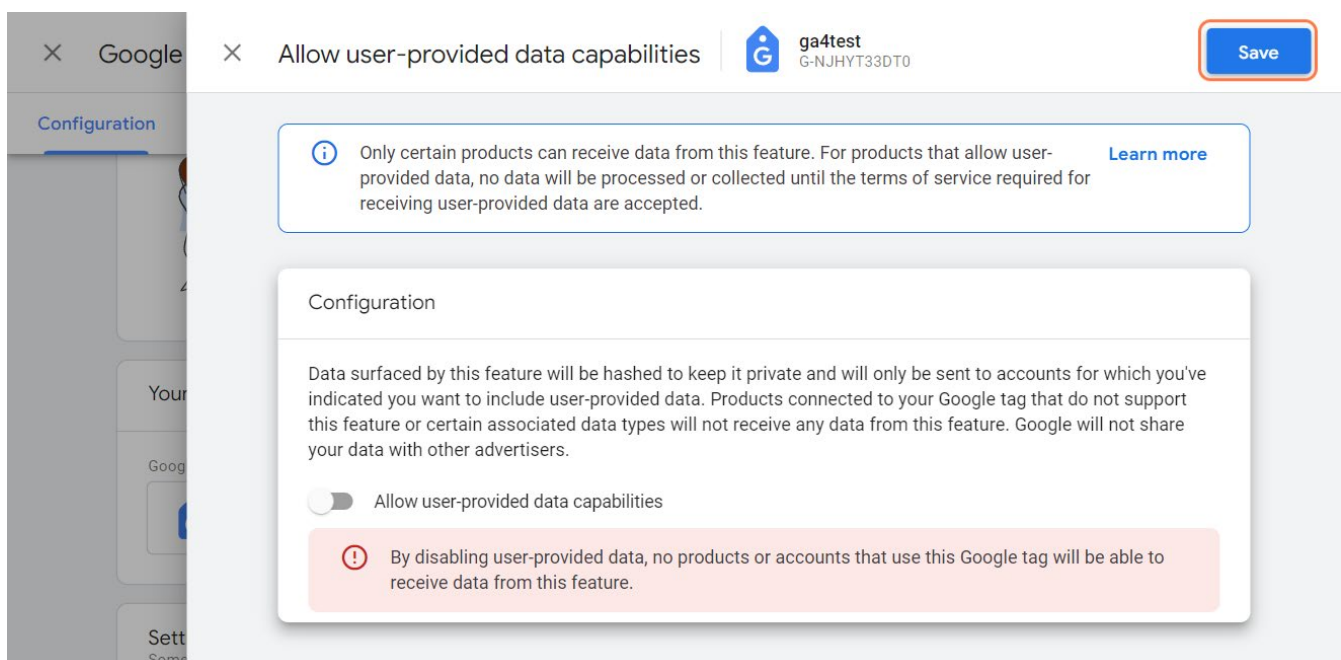
Some tag settings apply only to specific destinations

- Manage automatic event detection**
Configure which types of events your Google tag should automatically detect for measurement in associated destinations
- Configure your domains**
Specify a list of domains for cross-domain measurement
- Allow user-provided data capabilities**
Configure whether your Google tag should allow user-provided data to be included in measurement for destination products that accept such data.

36. Pokud tuto funkci vypnete, žádný z nástrojů, které používáte s Google, nebude moci automaticky získávat vaše soukromé informace.



37. Uložit.



38. Přejděte do Nastavení dat.

The screenshot shows the Google Analytics 'Data Streams' page. In the left-hand navigation menu, the 'Data Settings' option is highlighted with a red rectangular box. The main content area displays a table of data streams for the property 'ga4test' (https://ga4test.cz). The table has columns for platform (All, iOS, Android, Web), stream ID (4759136209), and status (No data received in past 48 hours). A blue 'Add stream' button is visible in the top right of the table area.

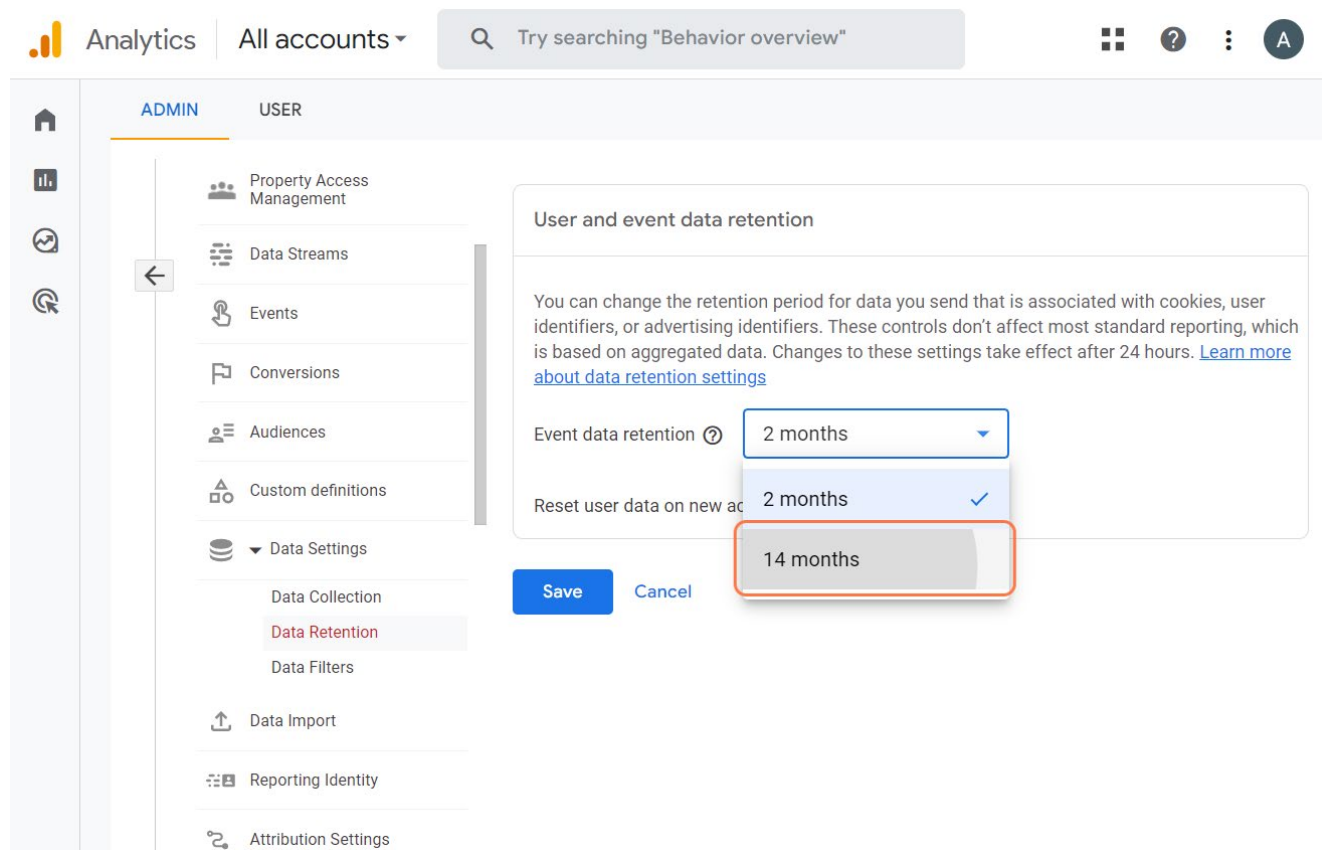
All	iOS	Android	Web	
	ga4test https://ga4test.cz	4759136209	No data received in past 48 hours.	>

39. Klikněte na “Uchovávání dat”.

The screenshot shows the Google Analytics 'Data Settings' page. In the left-hand navigation menu, the 'Data Retention' option is highlighted with a red rectangular box. The main content area displays the 'Data Streams' section, which includes a table of data streams for the property 'ga4test' (https://ga4test.cz). The table has columns for platform (All, iOS, Android, Web), stream ID (4759136209), and status (No data received in past 48 hours). A blue 'Add stream' button is visible in the top right of the table area.

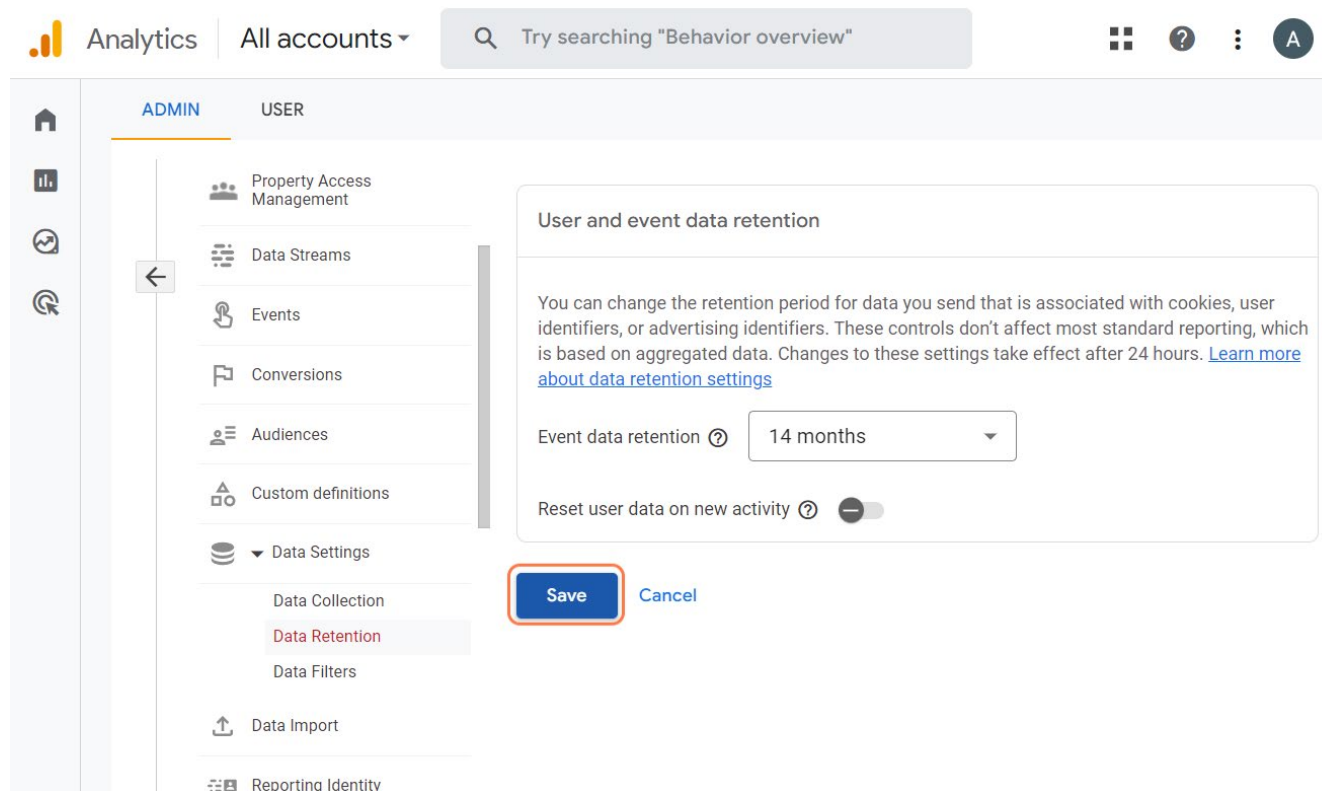
All	iOS	Android	Web	
	ga4test https://ga4test.cz	4759136209	No data received in past 48 hours.	>

40. Prodlužte dobu uchovávání odesílaných dat na 14 měsíců.



The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. On the left, the 'ADMIN' tab is selected, and the 'Data Settings' menu is expanded, with 'Data Retention' highlighted. The main panel displays the 'User and event data retention' settings. A dropdown menu for 'Event data retention' is open, showing three options: '2 months', '14 months' (highlighted with a red box), and '24 months'. Below the dropdown, the 'Reset user data on new activity' toggle is visible. The 'Save' button is highlighted with a red box.

41. Uložit.



The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. On the left, the 'ADMIN' tab is selected, and the 'Data Settings' menu is expanded, with 'Data Retention' highlighted. The main panel displays the 'User and event data retention' settings. The 'Event data retention' dropdown is now set to '14 months'. The 'Reset user data on new activity' toggle is visible. The 'Save' button is highlighted with a red box.

Úspěšně jste zprovozнили službu GA4 na vašem webu!

Váš web bude odteď zaznamenávat důležitá data.

Zobrazení stránek	Započítá zobrazení stránky při jejím načtení nebo když web změní stav historie prohlížení. V rozšířených nastaveních můžete události založené na historii prohlížení vypnout.
Posunutí	Započítá posunutí, když se návštěvník dostane na konec stránky.
Odchozí kliknutí	Zaznamená událost odchozího kliknutí pokaždé, když návštěvník klikne na odkaz, který ho přesměruje pryč z vaší domény. Ve výchozím nastavení se odchozí kliknutí zaznamená u všech odkazů, které přesměrují návštěvníka mimo aktuální doménu.
Vyhledávání na webu	<p>Započítá zobrazení výsledků vyhledávání, když návštěvník na vašem webu něco vyhledá (na základě parametru v URL). Ve výchozím nastavení se tato událost spustí, pokud se stránka načte s obecným parametrem vyhledávání v URL.</p> <p>V rozšířených nastaveních můžete nastavit, kterých parametrů se to bude týkat.</p>
Interakce s formulářem	Započítá interakci s formulářem, když návštěvník ve formuláři na vašem webu provede nějakou akci.
Interakce s videem	Zaznamenává spuštění, průběh i přehrání celého videa, když návštěvníci na vašem webu sledují nějaké vložené video. Ve výchozím nastavení se tyto události započítávají u videí vložených z YouTube s podporou rozhraní JS API.
Stahování souboru	Zaznamenává událost stažení souboru pokaždé, když se klikne na odkaz s běžným dokumentem, komprimovaným souborem, aplikací, videem nebo zvukovým rozšířením.

Část 3 – Rozhraní a výchozí přehledy v Google Analytics 4

Po úspěšném nastavení služby GA4 se musíte seznámit s rozhraním a základními přehledy. V této části se ponoříme do uživatelského rozhraní, prozkoumáme nový ovládací panel a prohlédneme si různé výchozí sestavy, které jsou zde k dispozici.

Seznamte se s uživatelským prostředím

Abychom mohli využít plný potenciál tohoto analytického nástroje, musíme se prvně seznámit s jeho uživatelským rozhraním.

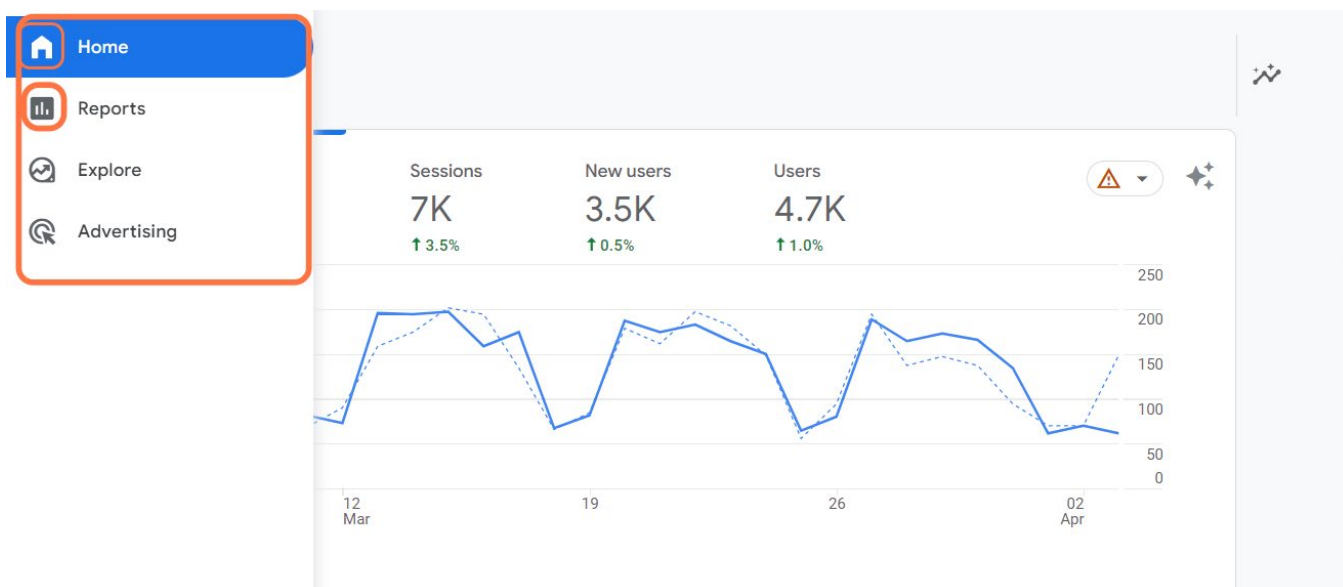


Proč si (ne)oblíbíte Google Analytics 4

GA 4 nabízí přehledné rozvržení a skvělé nástroje. Navíc využívá strojové učení k doplnění chybějících informací.

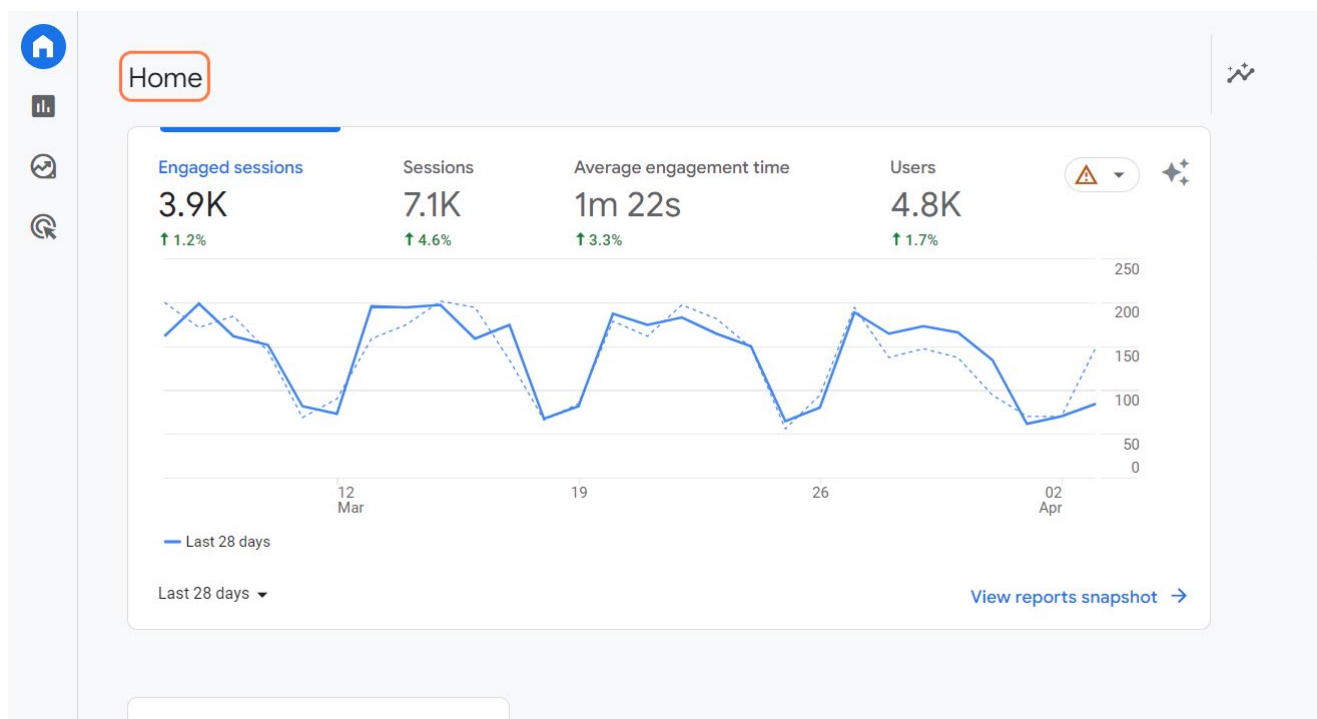
Hlavní navigační panel

Vlevo nahoře najdete hlavní navigační panel, ze kterého se dostanete na domovskou stránku, přehledy, sekci prozkoumat a reklamu.

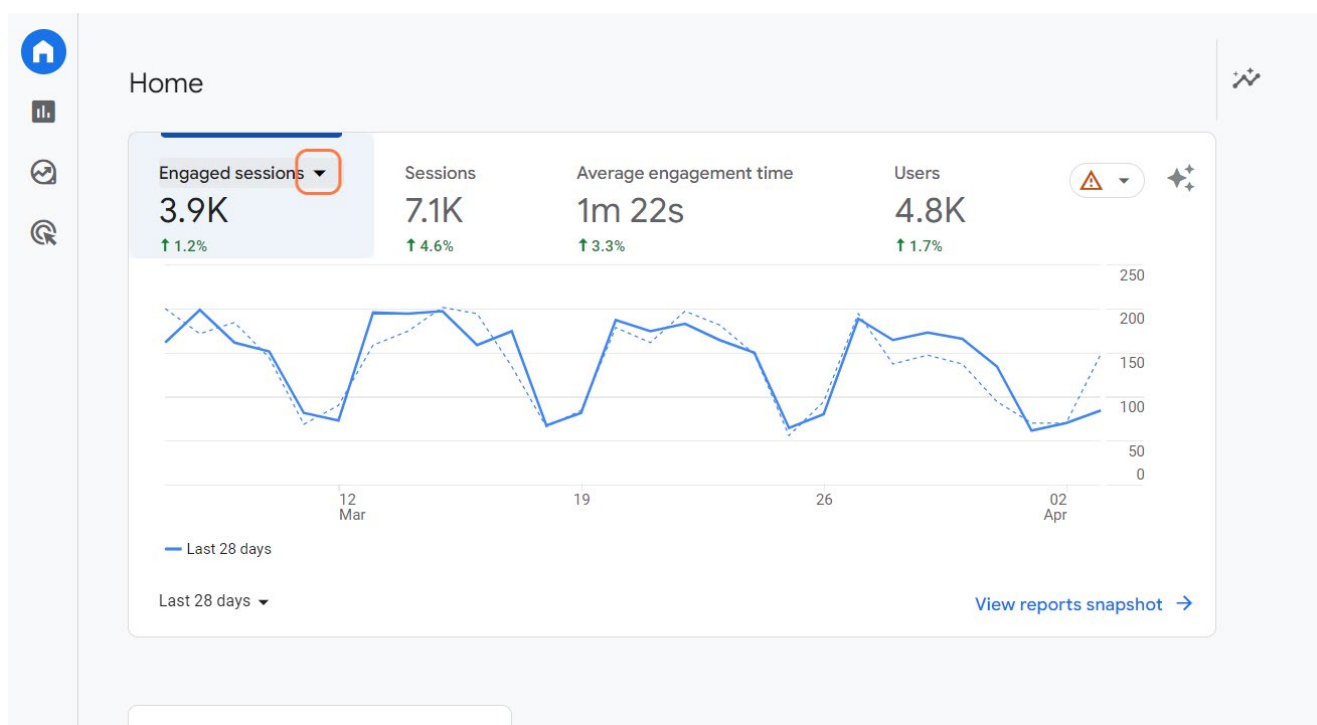


Domovská stránka

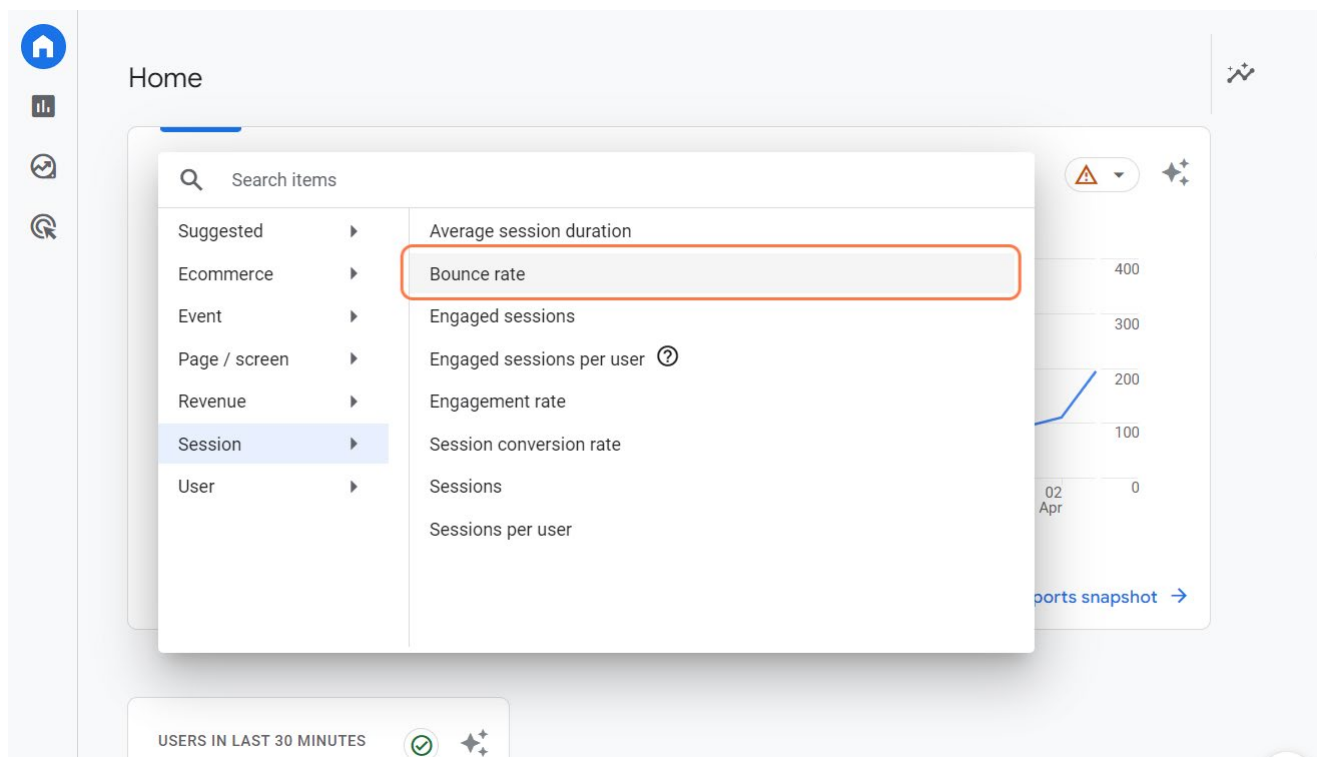
Zde získáte rychlý přehled o výkonu svých webových stránek. Domovská stránka poskytuje přehled ukazatelů, jako je počet uživatelů, průměrnou dobu zapojení uživatelů, a další klíčové údaje.



Narazíte zde i na možnost filtrování. Zobrazené metriky si můžete snadno přizpůsobit a zaměřit se na údaje, které chcete sledovat.



Vyberte si, co vás zajímá.



Jakmile si vyberete metriky, které chcete sledovat, nebudete je už muset znovu nastavovat při každém přihlášení k účtu GA 4.

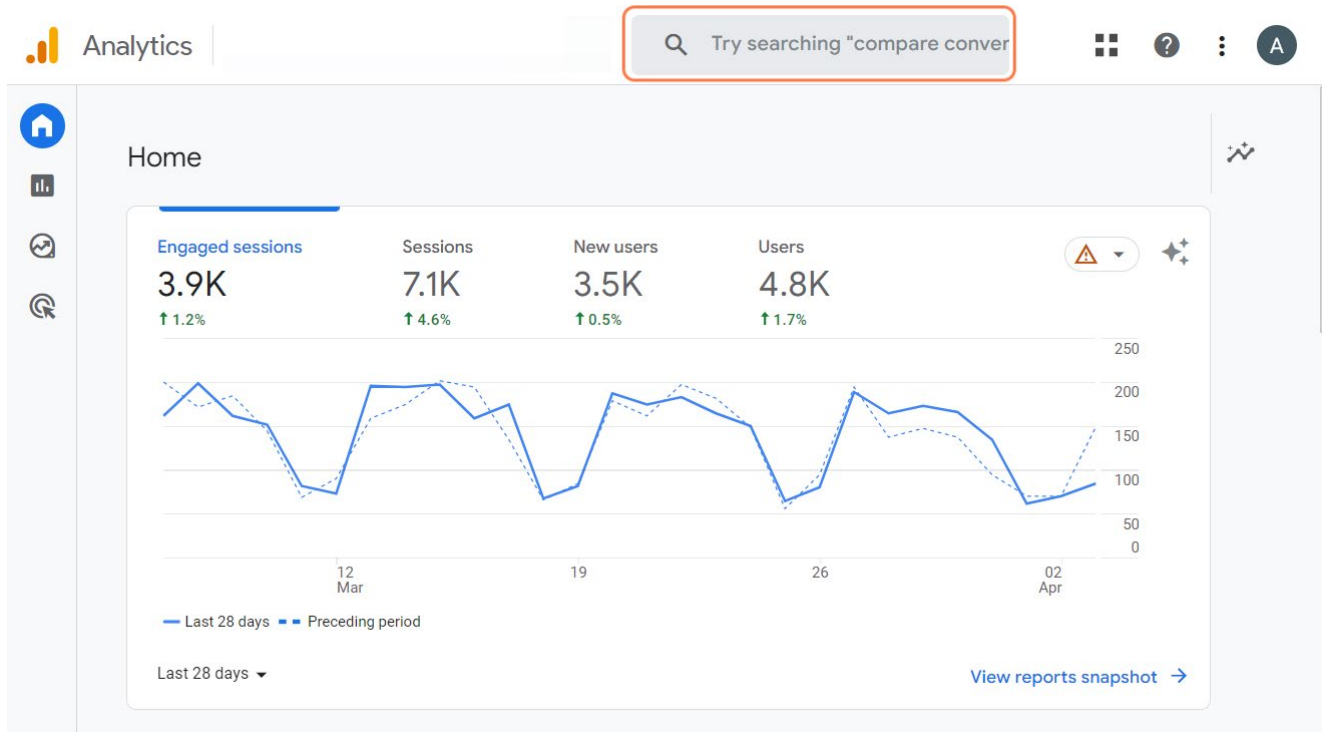


Věděli jste?

GA4 používá ke sledování interakcí uživatelů s vašimi webovými stránkami události (events). Události jsou interakce uživatele s obsahem, které lze měřit nezávisle na načtení webové stránky nebo obrazovky.

Vyhledávací pole

Jedna z věcí, která je v Google Analytics 4 opravdu propracovaná.



Vyhledávací pole v GA4 umožňuje rychlé vyhledávání konkrétních reportů. Můžete do něj klást i otázky. Nezapomínejte tuto funkci využívat.



Věděli jste?

Jednou z klíčových funkcí GA 4 je využití [umělé inteligence](#) (AI). Umělá inteligence v systému GA 4 vám pomůže:

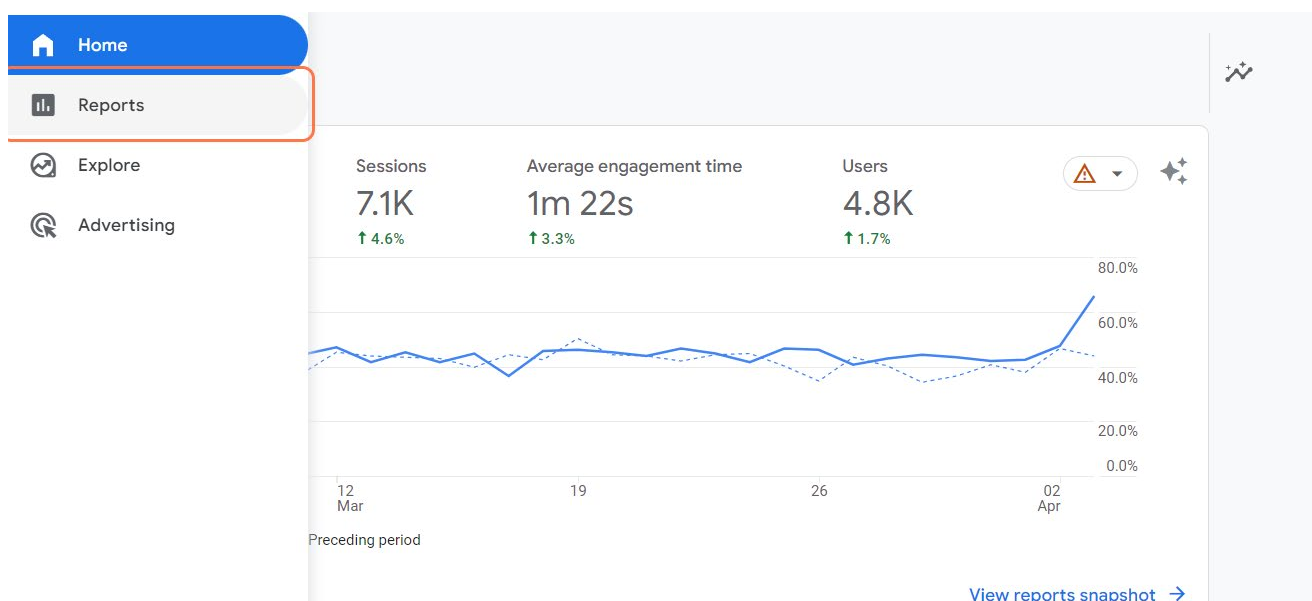
- Pochopit chování uživatelů na různých zařízeních a platformách
- Identifikovat trendy a anomálie v datech
- Předvídat budoucí vývoj

Seznamte se s výchozími přehledy

Ponořme se do jedné z klíčových funkcí Google Analytics 4: přehledů.

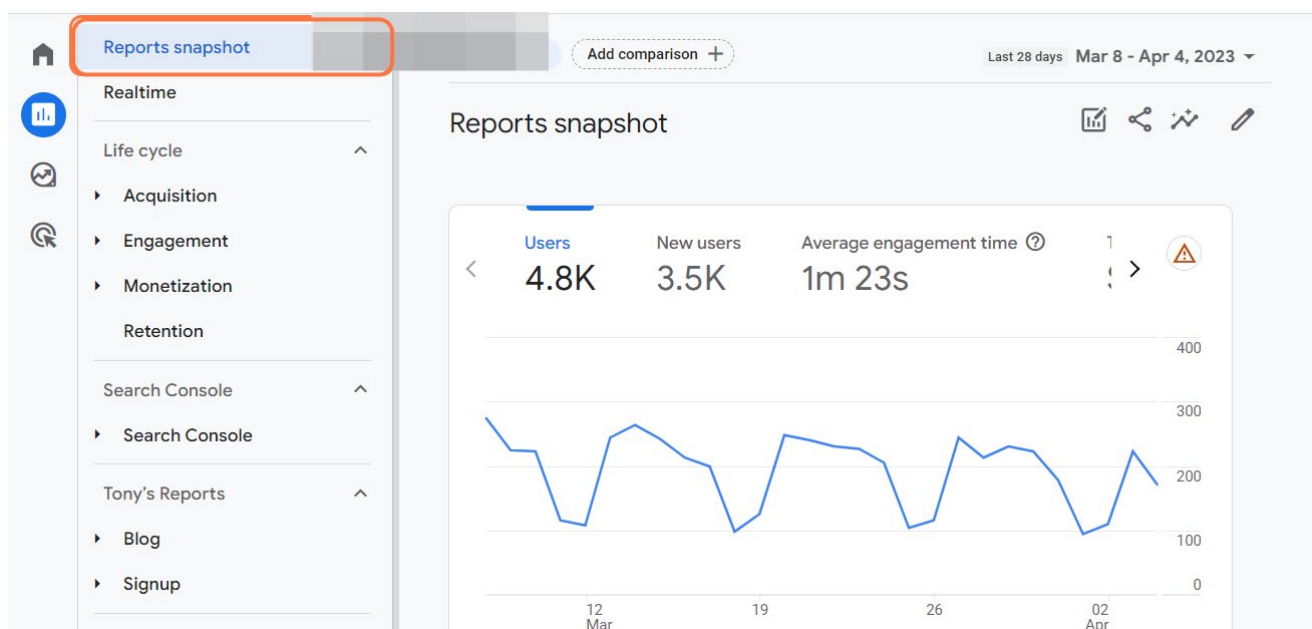
Díky pokročilým možnostem reportů získáte cenné informace o svém publiku a jeho interakcích s vaší platformou.

Přejděte do přehledů:

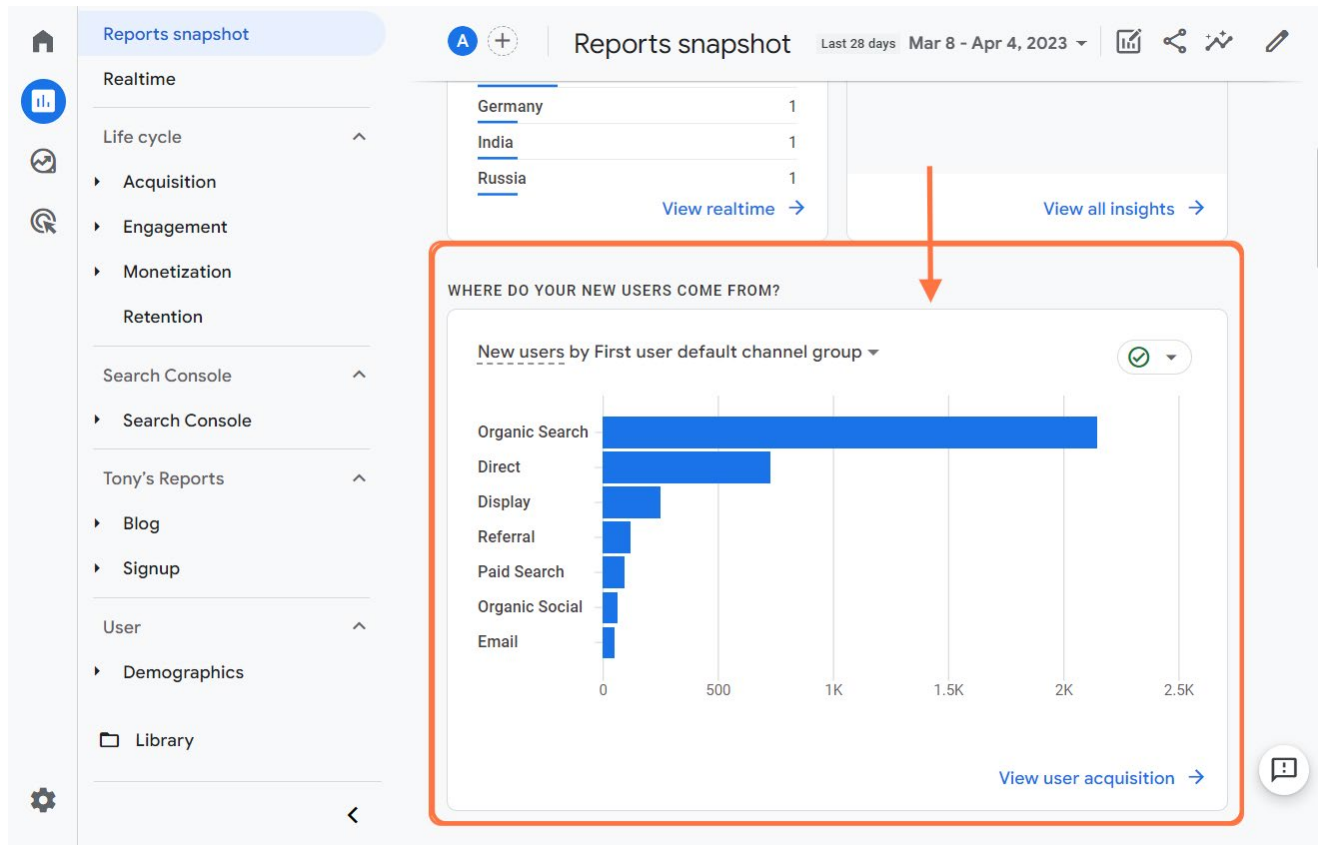


Snímek přehledů

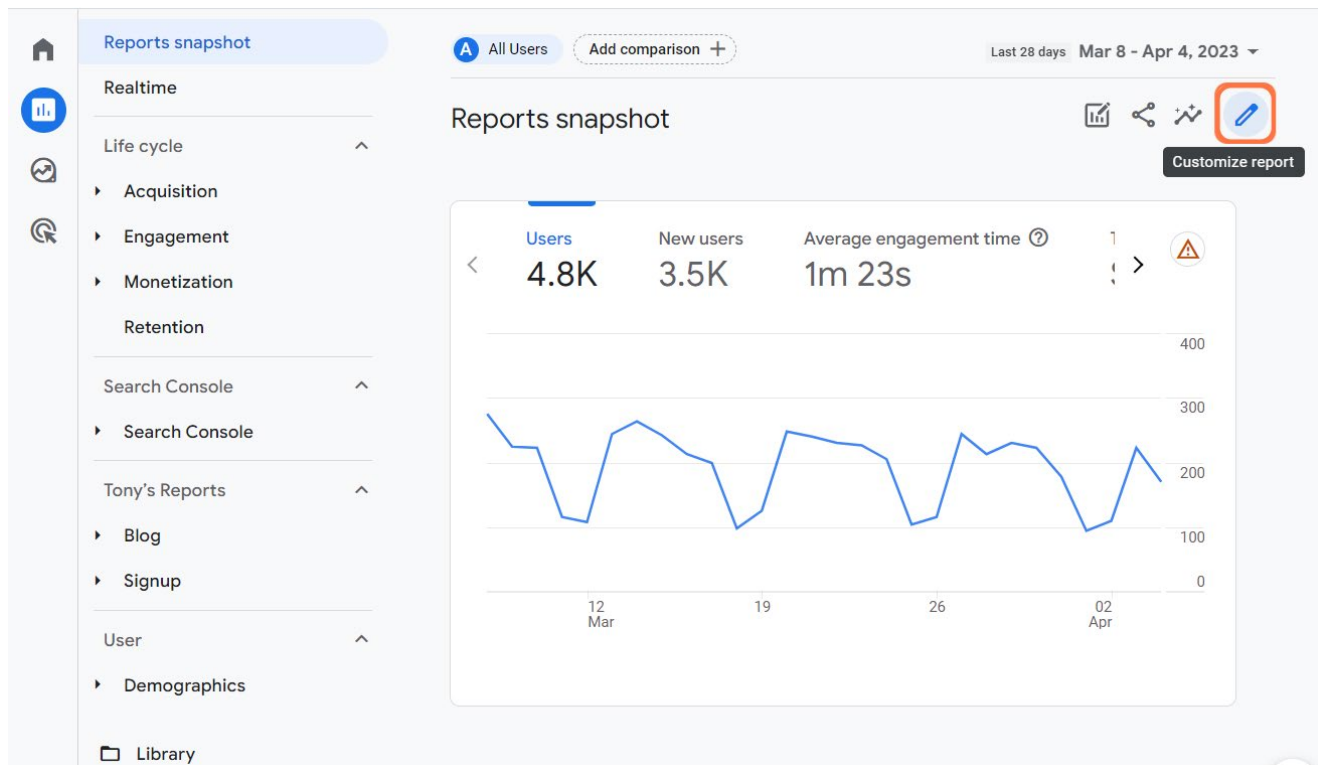
Po kliknutí na položku Přehledy v navigačním menu se dostanete do sekce Snímek přehledů. Je to pohled na výkonost vašeho webu z ptáčí perspektivy.



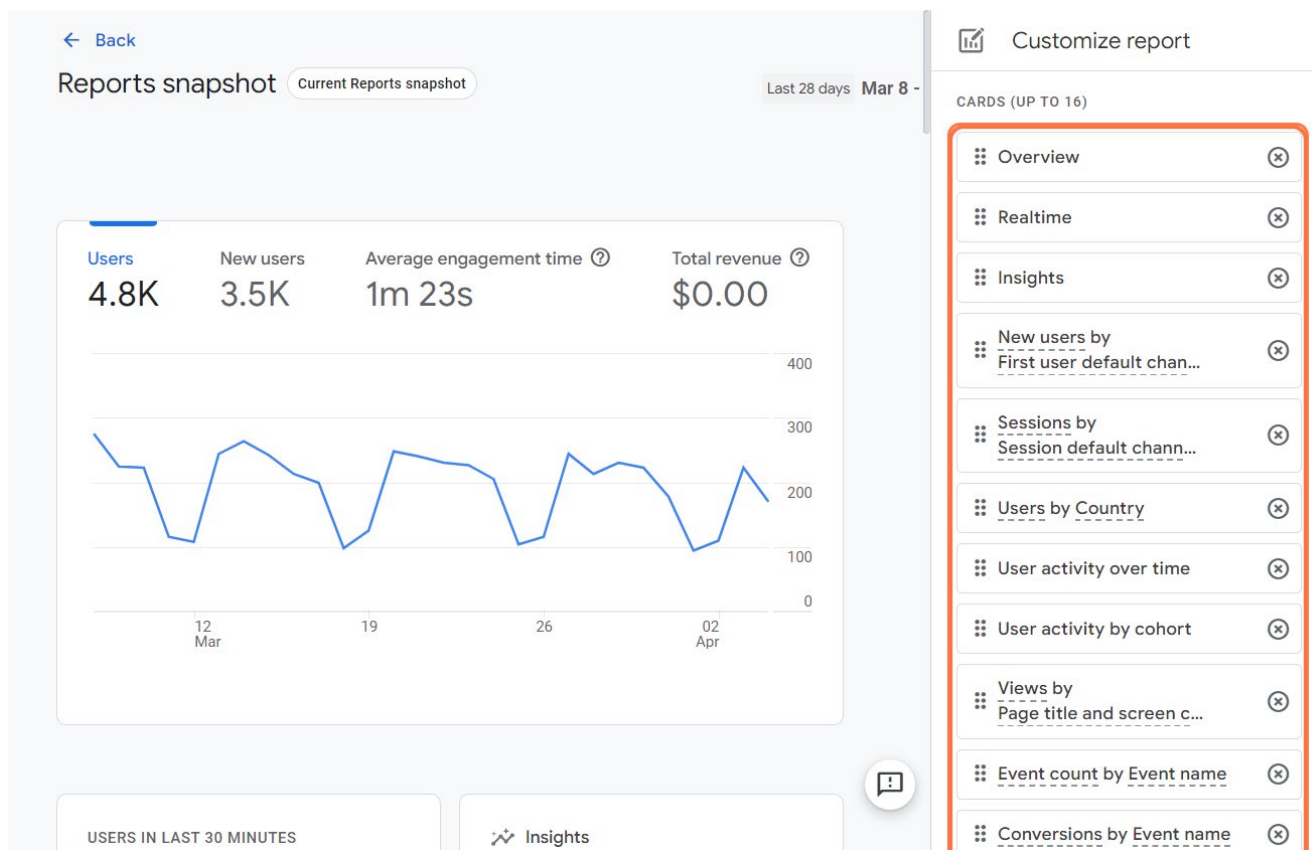
V této sekci najdete předdefinované přehledy, které se nazývají “karty”.



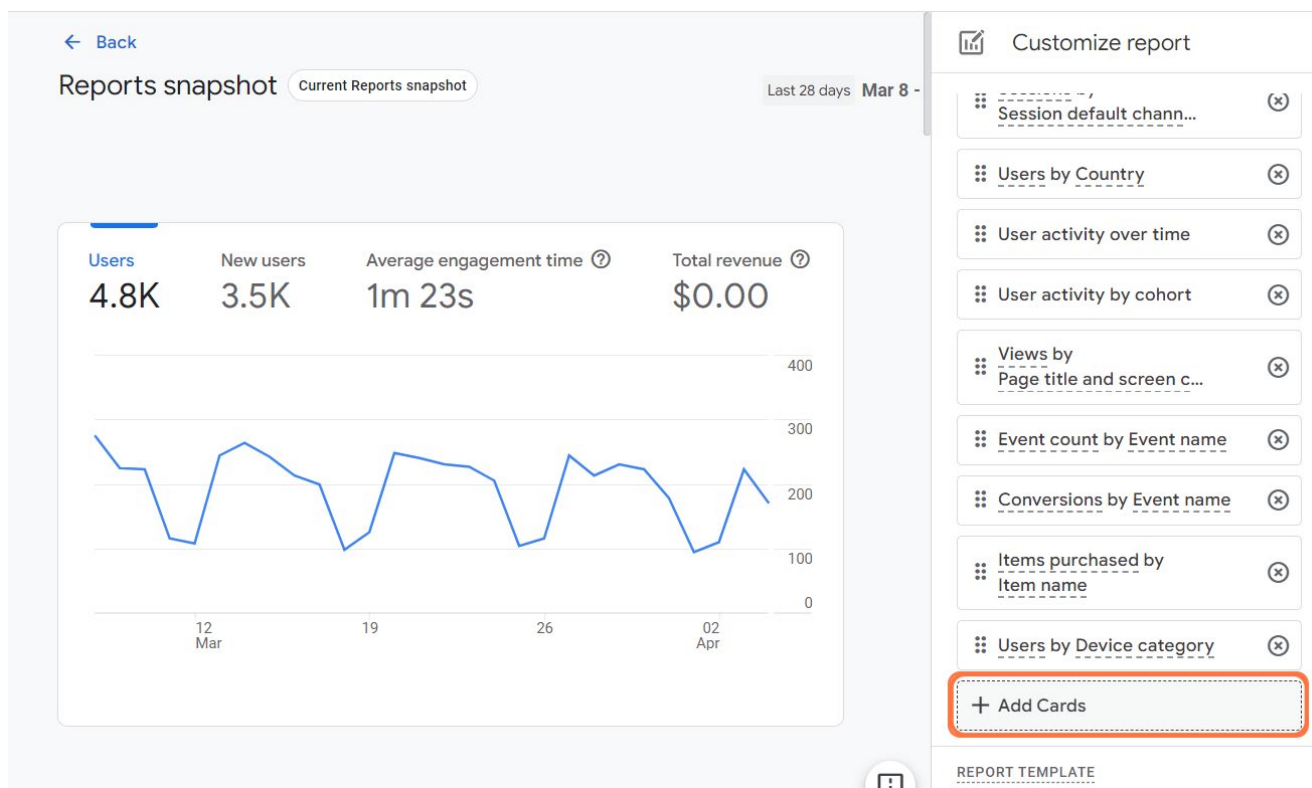
Karty si můžete přizpůsobit.



Můžete je odebírat...

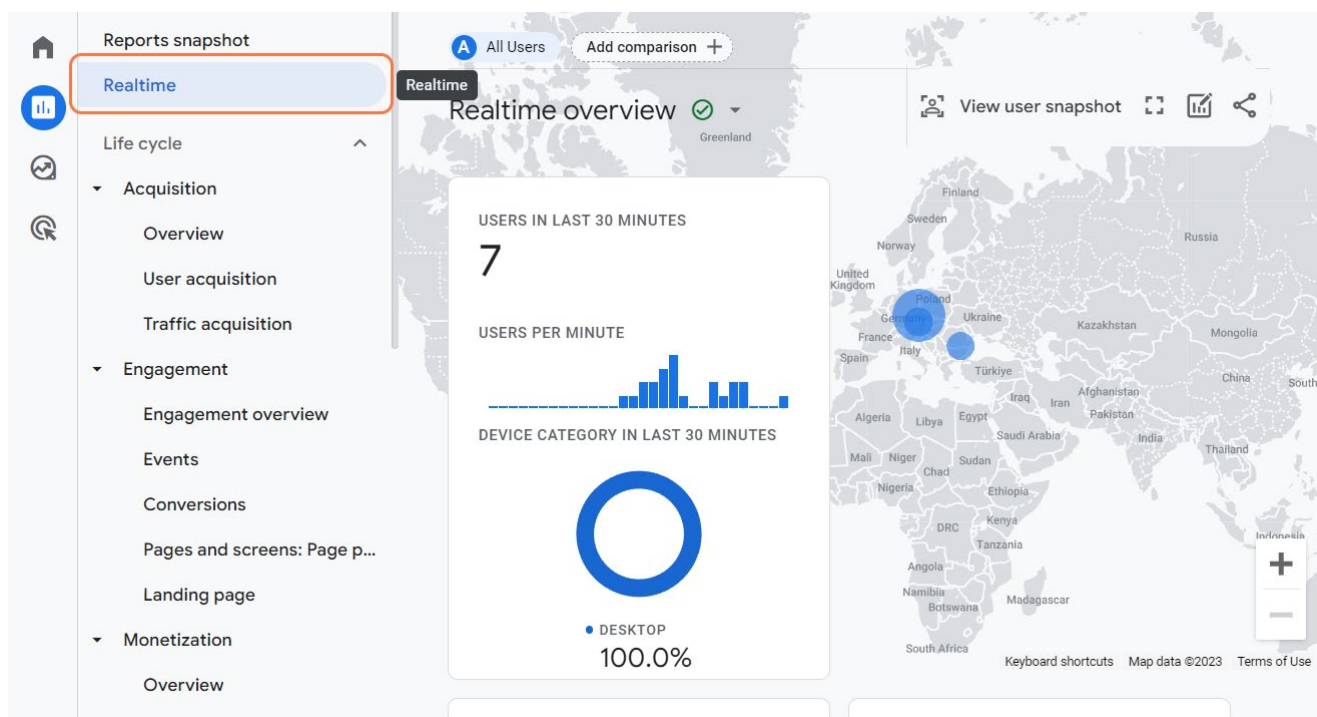


... nebo přidávat.



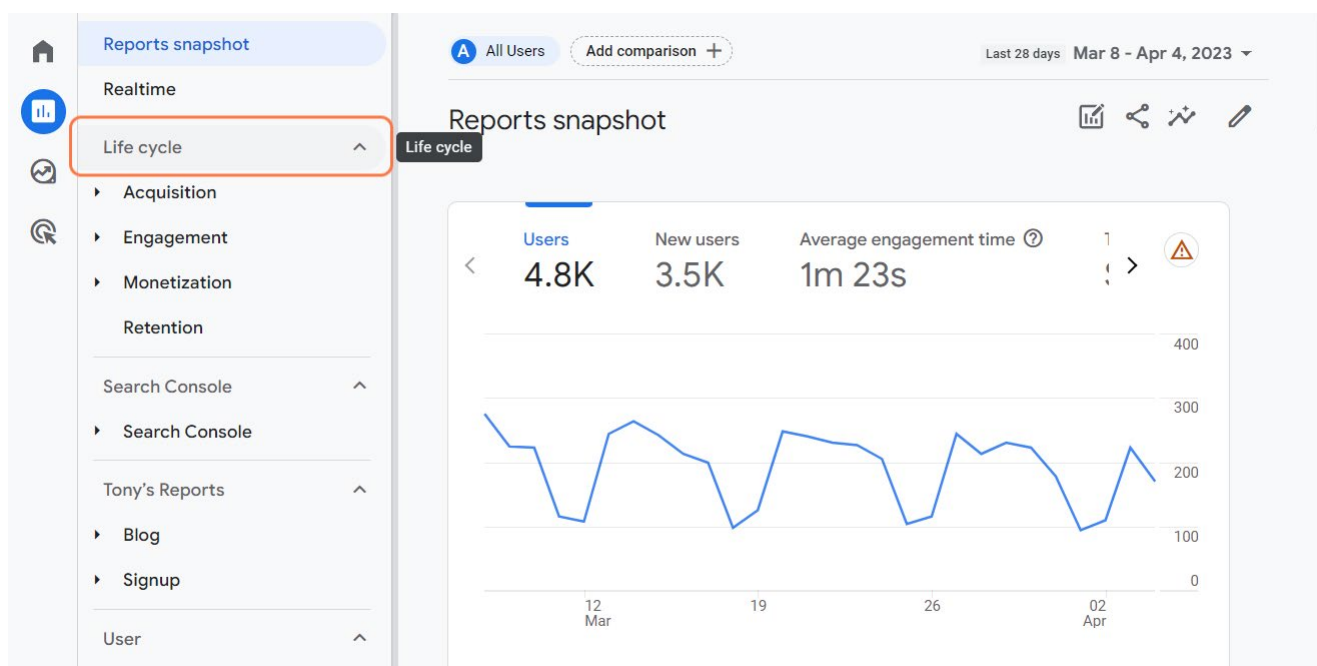
Přehledy v reálném čase

Jak si vaše webové stránky vedou právě teď? Zjistíte to v Realtime přehledu, který zobrazuje počet a chování uživatelů, kteří navštívili vaše webové stránky **za posledních 30 minut**.

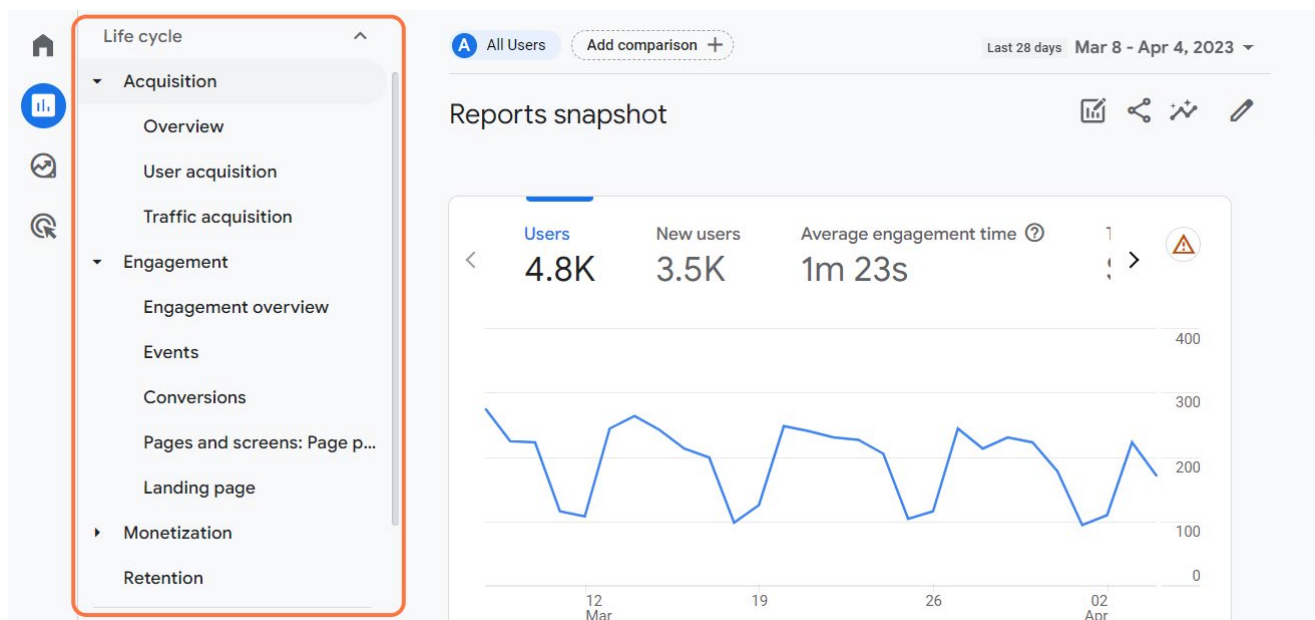


Life cycle přehledy

Přehledy životního cyklu poskytují přehled o tom, jak uživatelé interagují s vašimi webovými stránkami v různých fázích jejich cesty.



Každá fáze v systému GA4 má vlastní sadu podsekcí, které poskytují hlubší vhled do vašich dat. Vyberte si, které metriky jsou pro vaši konkrétní roli ve firmě nebo obchodní cíle nejdůležitější.



Poznátky ze sekce zapojení vám pomohou:

- Vylepšit vaše stránky,
- Vytvořit lepší výzvy k akci (CTA),
- přilákat více návštěvníků a konverzí.

Fáze **Akvizice návštěvnosti** je neméně důležitá.

The screenshot displays the Google Analytics 4 interface, specifically the 'Traffic acquisition' report. The 'Traffic acquisition' menu item is highlighted with a red box. The report shows a table of traffic sources with columns for Session default channel group, Users, and Sessions. The table is filtered for 'Session default channel group' and shows data for various sources like Organic Search, Unassigned, Direct, Display, Referral, Paid Search, Email, and Organic Social.

Session default channel group	Users	Sessions	Er se
1 Organic Search	2,451	3,697	
2 Unassigned	1,078	1,115	
3 Direct	822	1,124	
4 Display	254	263	
5 Referral	167	373	
6 Paid Search	116	158	
7 Email	99	218	
8 Organic Social	71	129	

Akvizice návštěvnosti vám prozradí odkud přichází uživatelé na vaše stránky a v jakém počtu.



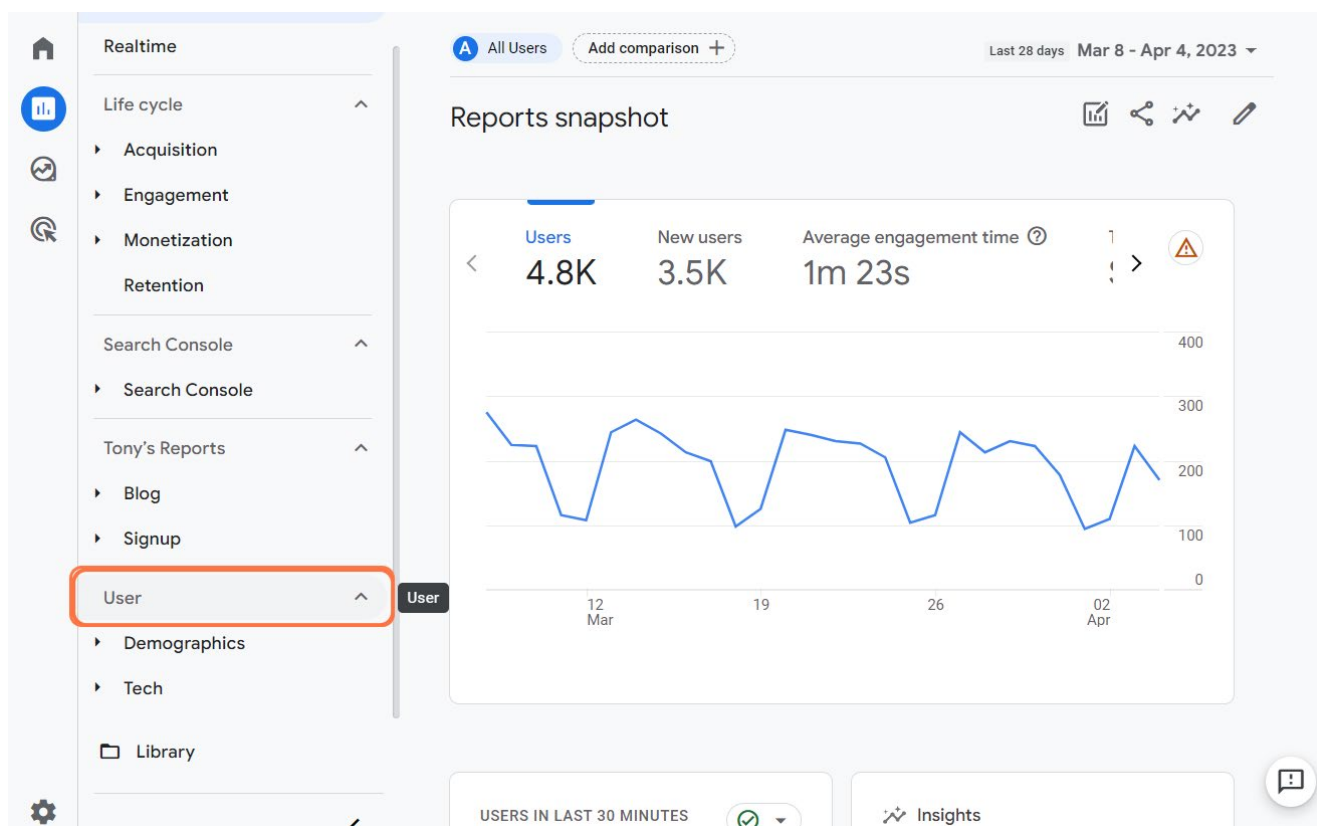
Mohlo by vás zajímat

- **Organic** Search je obvykle největším zdrojem návštěvnosti většiny webových stránek.
- **Referral** je ukazatel, který měří počet návštěvníků, kteří přišli na vaše webové stránky z jiných webových stránek.
- **Direct** ukazuje počet vracejících se uživatelů.

Přehledy uživatelů

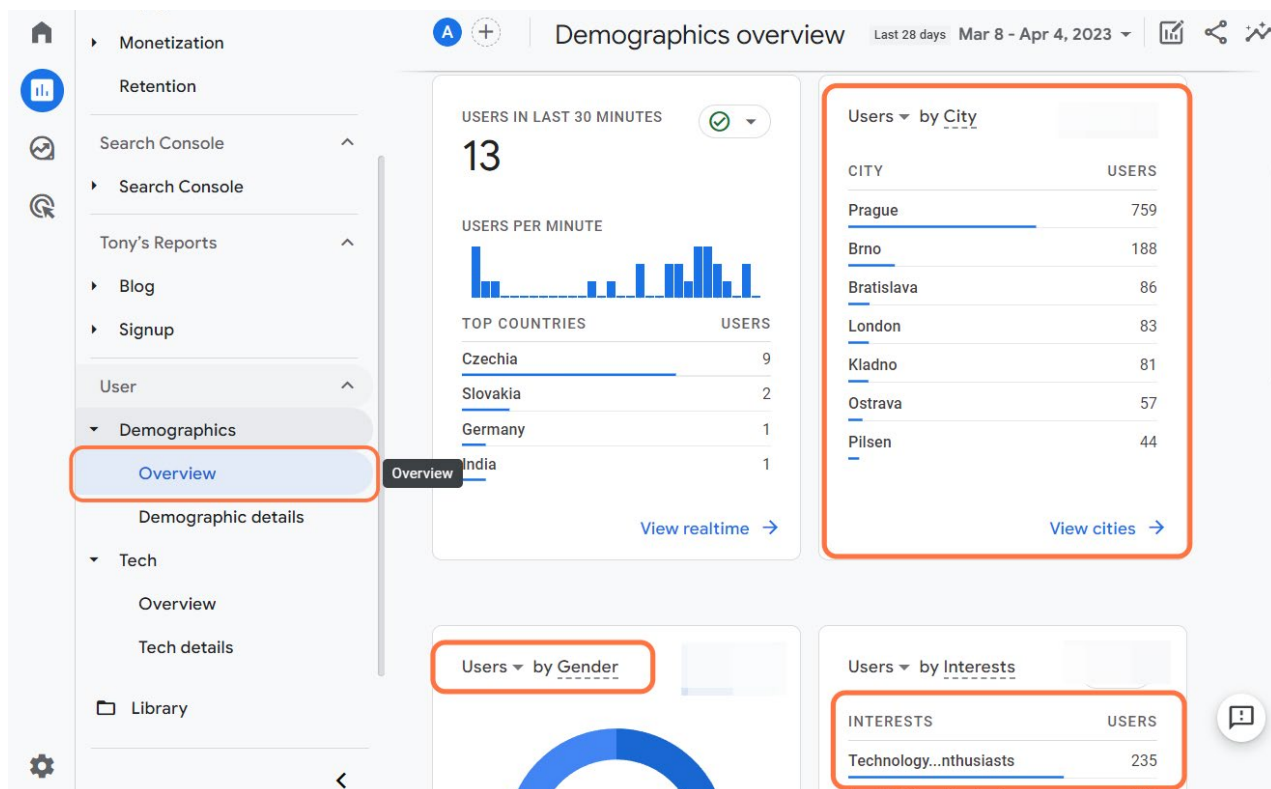
Chcete získat komplexnější informace o svém publiku? Přehledy uživatelů vám umožní zjistit např:

- kdo jsou vaši uživatelé,
- odkud jsou,
- jaké používají zařízení.



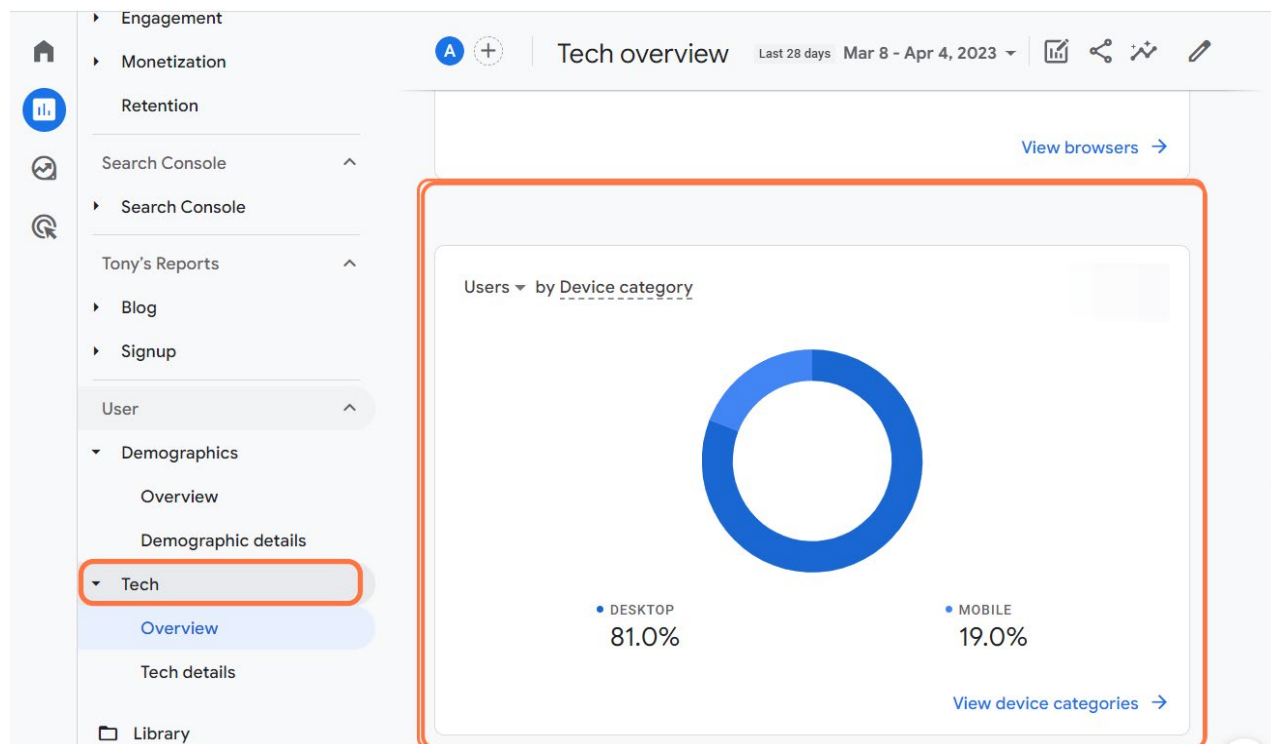
Demografické údaje

Tato sestava zobrazuje věkové a genderové rozložení návštěvníků.



Technologie

Tento report zobrazuje prohlížeč, operační systém a typ zařízení návštěvníků.



Poznámka: Uživatelské přehledy umožňují prozkoumat mnoho dalších zajímavých sestav, jako jsou “Poloha”, “Chování”, “Zájmy” a “Vlastní”. Tyto přehledy vám poskytnou více informací o preferencích, akcích a cílech vašeho publika.

Část 4 – Tvorba vlastních přehledů v Google Analytics 4

V této závěrečné části prozkoumáme základy sestav GA4, včetně segmentů, dimenzí a metrik. Poté vás krok za krokem provedeme procesem vytváření vlastního přehledu. Vytvoříme si dvě běžně používané sestavy: přehled o vstupní stránce a zdroj/médium.

Stavební kostky přehledů v GA 4

Než se ponoříme do vytváření vlastního reportu, věnujme chvíli pochopení základních součástí reportů GA4.

Segmenty

Segmenty jsou podmnožiny vašich dat, které vám **umožňují analyzovat konkrétní skupiny uživatelů** nebo jejich chování. V GA4 můžete definovat segmenty na základě různých kritérií, jako jsou demografické údaje, typ zařízení nebo chování uživatelů (např. návštěvníci, kteří dokončili nákup). Segmentace zkrátka umožňuje hlubší přehled o výkonnosti konkrétních skupin uživatelů.



Příklad

Vytvořte segment pro mobilní uživatele v USA, abyste mohli analyzovat jejich chování a optimalizovat tak své mobilní marketingové strategie.

Dimenze

Dimenze jsou **atributy, které popisují vaše data**, například název stránky, název události nebo zdroj/médium. Poskytují kontext vašim metrikám a umožňují analyzovat data z různých hledisek. V aplikaci GA4 můžete pomocí dimenzí různými způsoby seskupovat, filtrovat nebo rozdělovat data. Získáte tak přehled o konkrétních aspektech výkonu vašich webových stránek nebo aplikací.



Příklad

Pomocí dimenze “zdroj/médium” můžete analyzovat výkonnost různých zdrojů návštěvnosti. Snadno tak určíte vaše nejefektivnější a nejslabší marketingové kanály.

Metriky

Metriky jsou kvantitativní ukazatele, které měří různé aspekty návštěvnosti a chování uživatelů na webu nebo v aplikaci. Od metrik v Universal Analytics se mohou lišit, protože používají jiný způsob shromažďování a zpracovávání dat.



Příklad

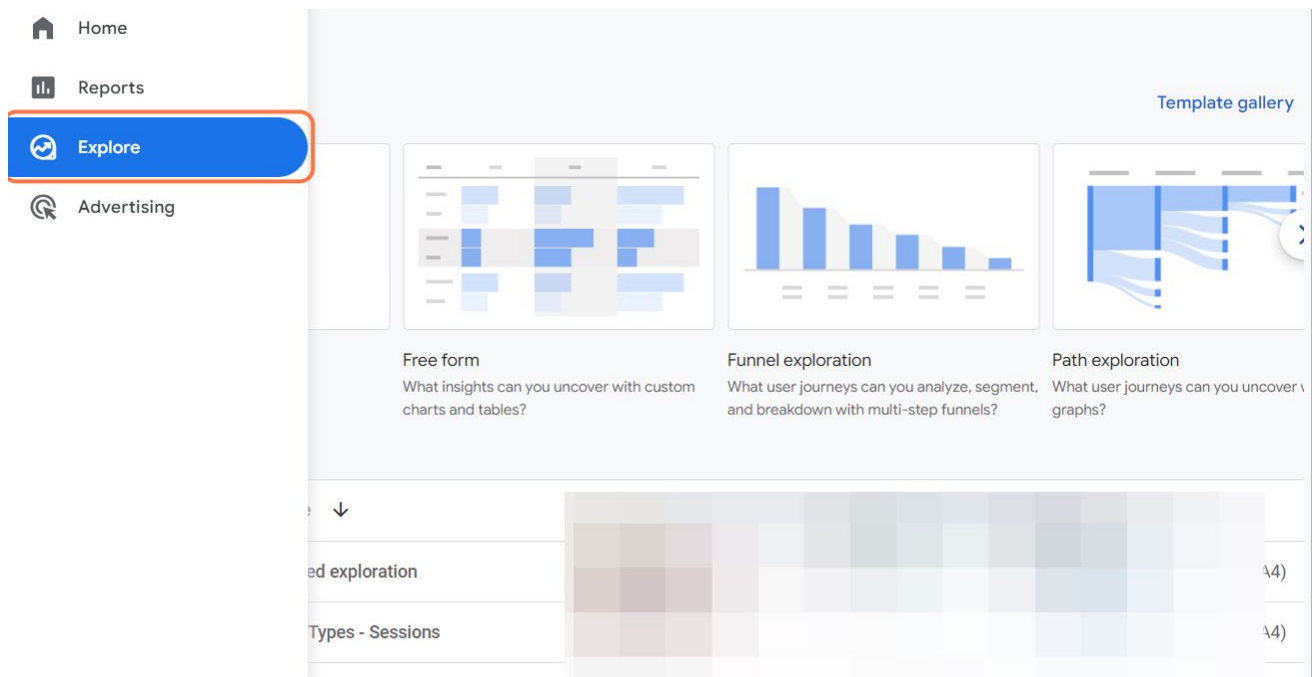
Sledováním metriky "revenue" můžete měřit finanční úspěšnost svého internetového obchodu.

Funkce Explore

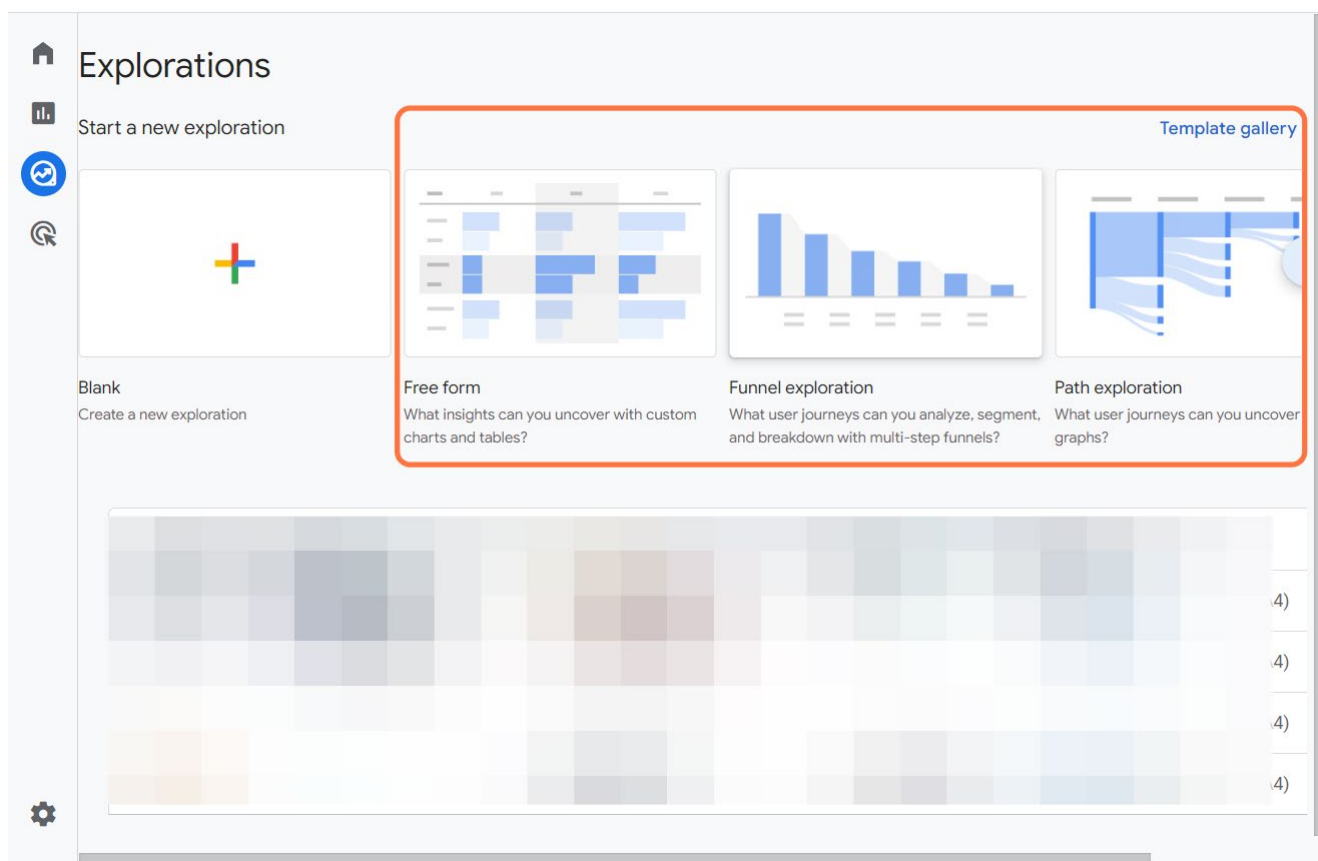
Nyní, když jsme se seznámili se základy, pojďme si konečně vytvořit vlastní report. Docílíme toho přes funkci Explore (Prozkoumat).

Abyste měli přístup k nástroji Explore, musíte mít pro svůj web nebo aplikaci nastavenou GA 4 službu (property). Proces nastavení služby popisujeme ve druhé kapitole.

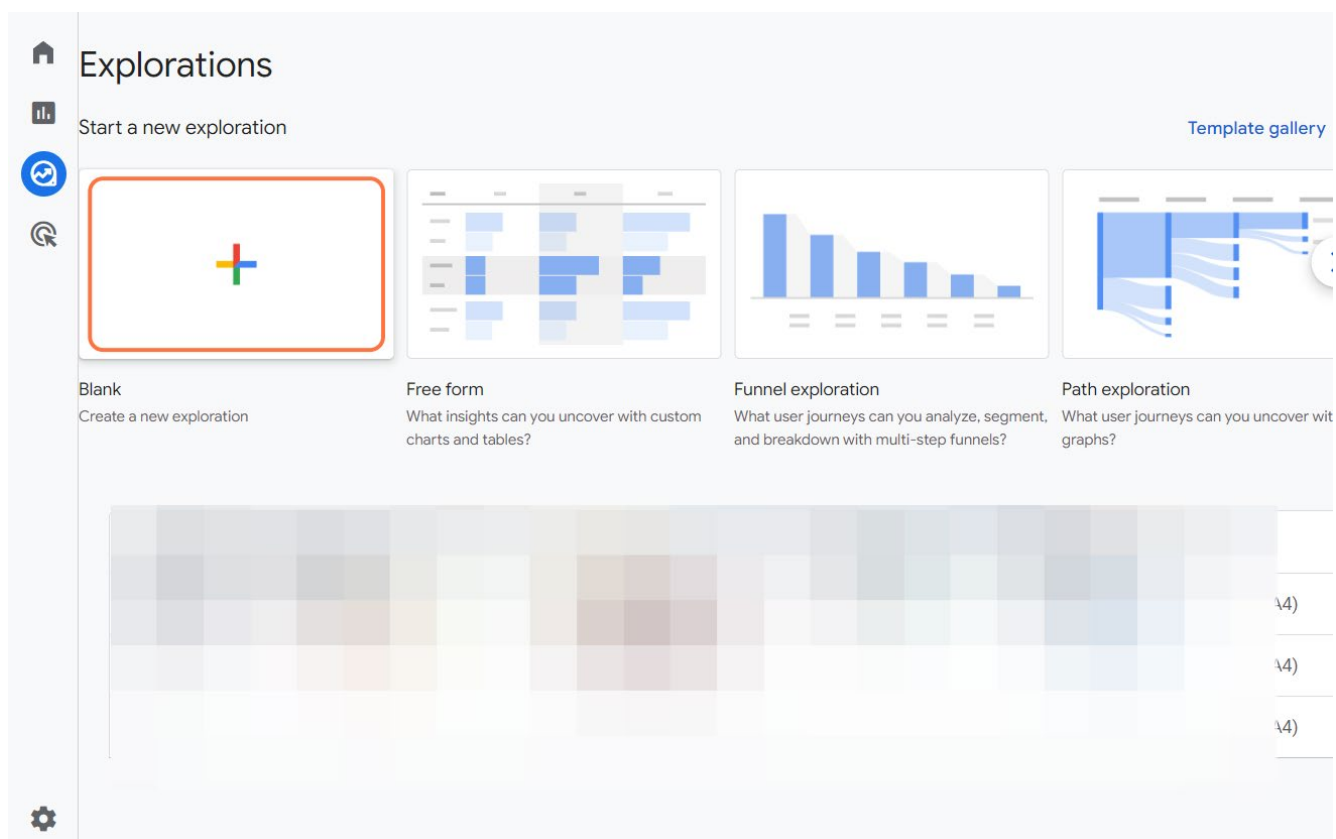
Pokud máte službu GA 4 na vašem webu nastavenou, najdete nástroj Explore v hlavní navigační nabídce vlevo.



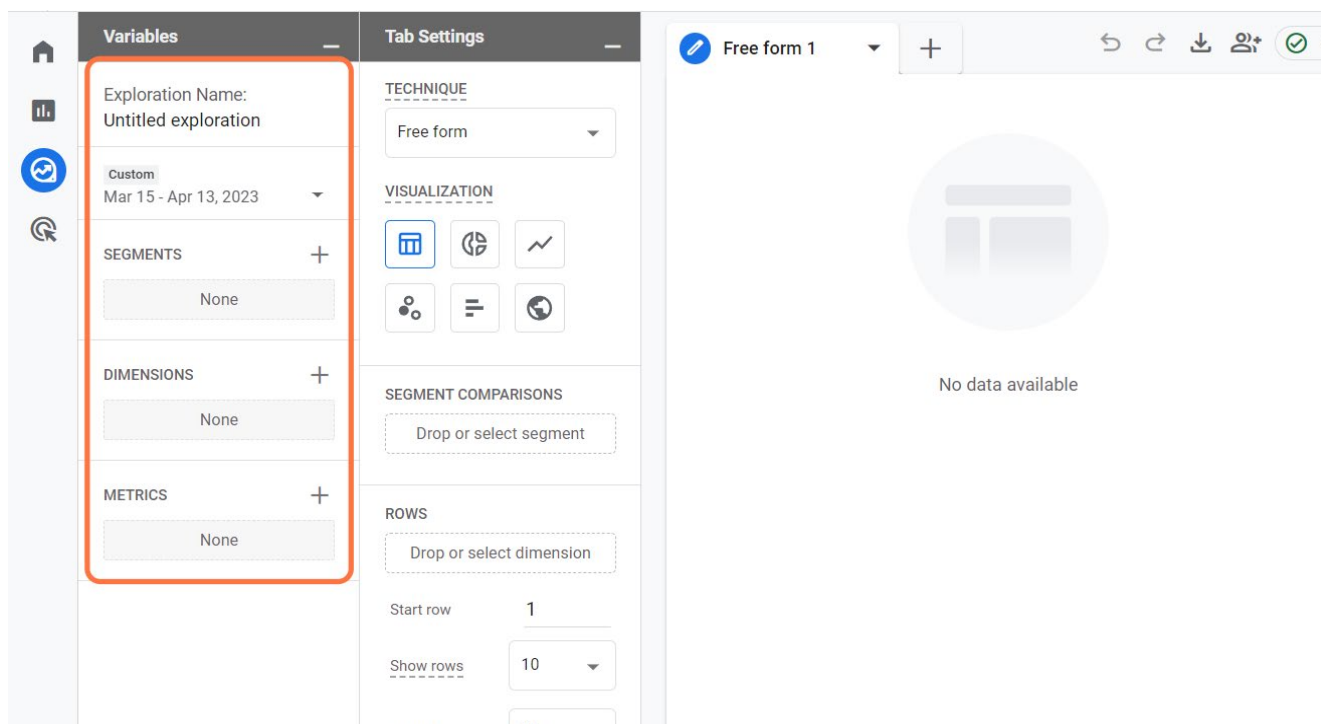
Z galerie si můžete vybrat jednu z přednastavených šablon, například průzkum cesty, průzkum trasy, překryv segmentů nebo průzkum kohorty,



nebo začněte od nuly a **sestavte si vlastní sestavu.**

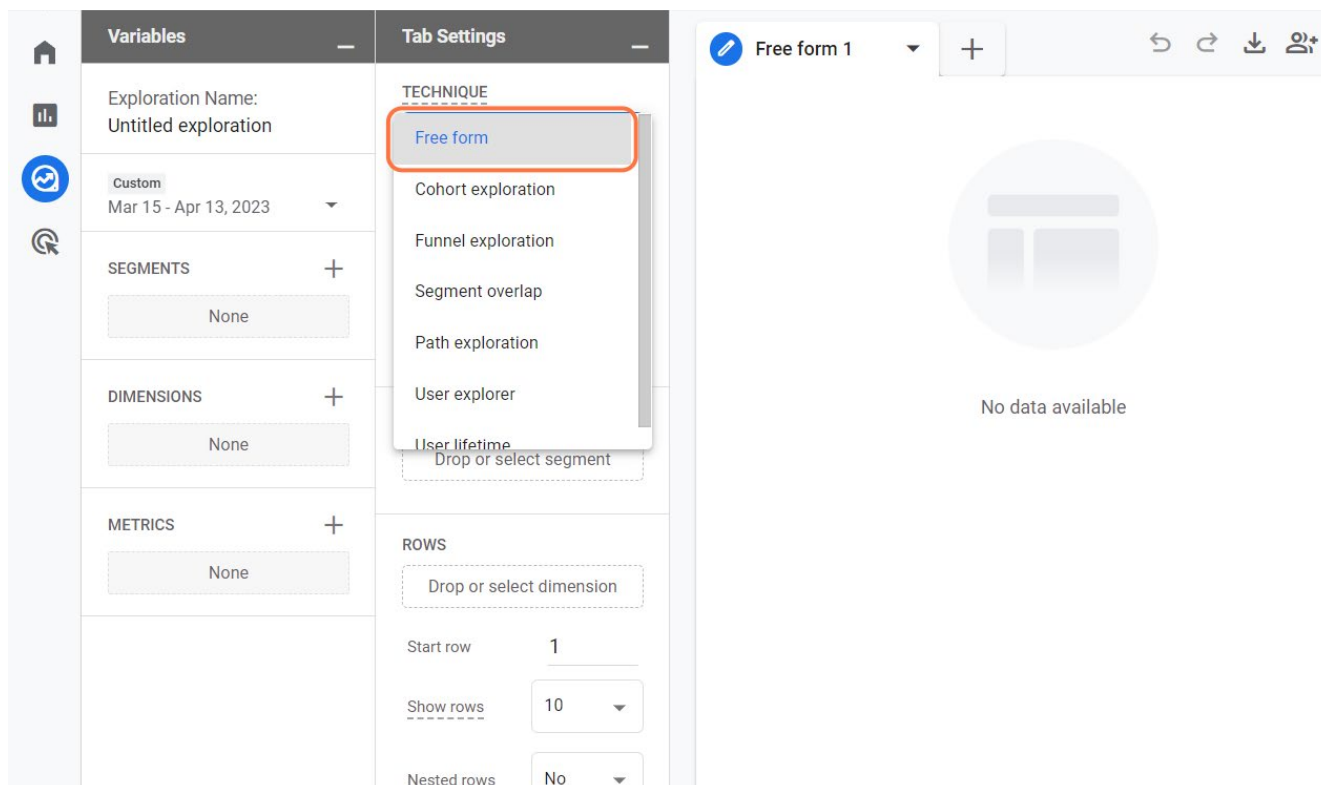


Využijte k tomu panel vlevo, ve kterém si nadefinujete segmenty, dimenze a metriky. Použít můžete i různé filtry.



Create Your Report in Google Analytics 4 step-by-step

1. Zvolte metodu.



2. Nastavte svůj přehled. Pojmenujte ho, zvolte období, přidejte segmenty, dimenze a metriky.

The screenshot displays the Eway CRM interface for configuring a dashboard. On the left, the 'Variables' panel is highlighted with a red box and contains the following sections:

- Exploration Name:** Untitled exploration
- Custom:** Mar 15 - Apr 13, 2023
- SEGMENTS:** None (with a red '+' button)
- DIMENSIONS:** None (with a red '+' button)
- METRICS:** None (with a red '+' button)

The 'Tab Settings' panel on the right includes the following sections:

- TECHNIQUE:** Free form
- VISUALIZATION:** Icons for bar, pie, line, and other chart types.
- SEGMENT COMPARISONS:** Drop or select segment
- ROWS:** Drop or select dimension, Start row: 1, Show rows: 10, Nested rows: No
- COLUMNS:**

The main visualization area on the right shows 'Free form 1' with a 'No data available' message.

3. Přetáhněte jednotlivé komponenty do odpovídajících bloků.

The screenshot displays the Eway CRM interface for configuring a dashboard. On the left, the 'Variables' panel is highlighted with a red box and contains the following sections:

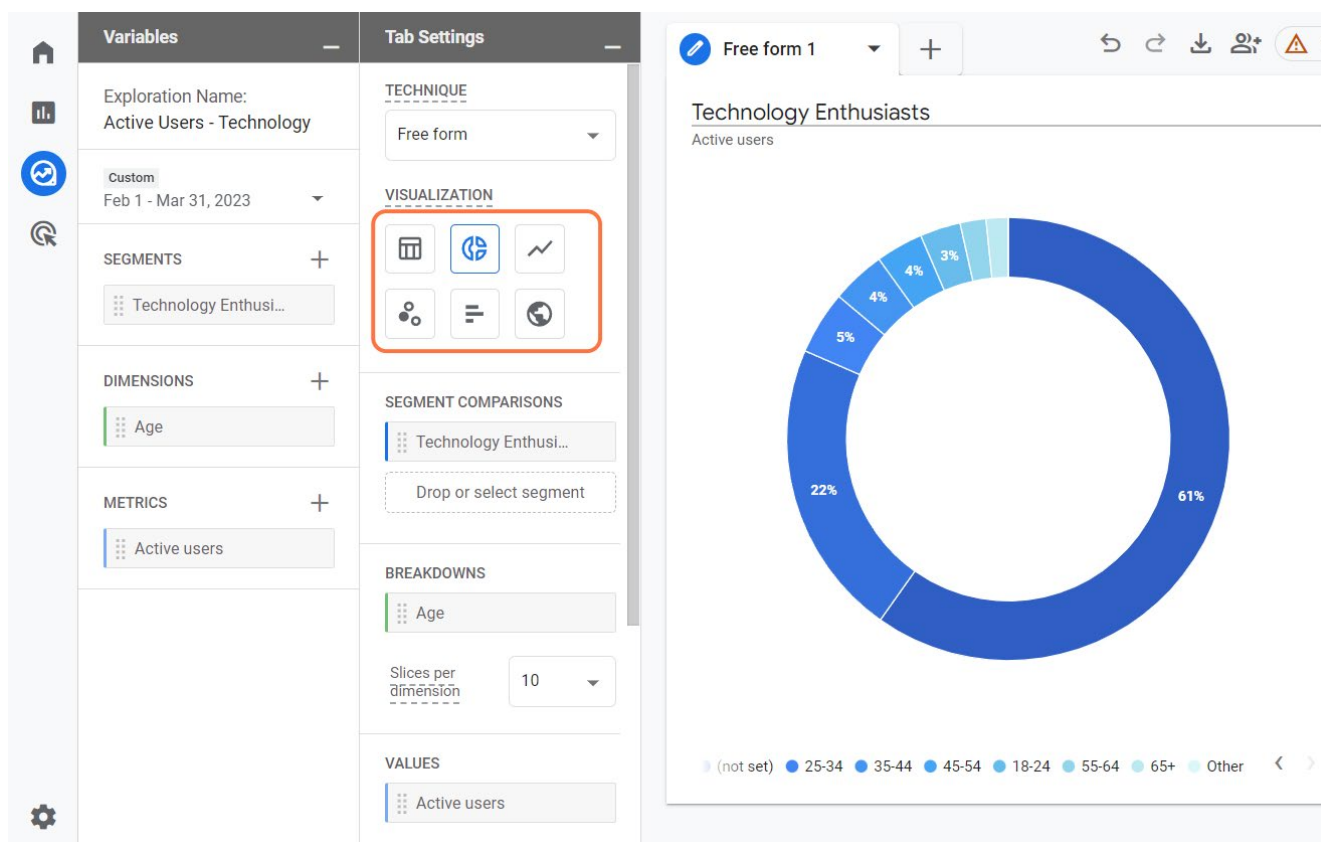
- Exploration Name:** Active Users - Technology
- Custom:** Feb 1 - Mar 31, 2023
- SEGMENTS:** Technology Enthusi... (with a red '+' button)
- DIMENSIONS:** Age (with a red '+' button)
- METRICS:** Active users (with a red '+' button)

The 'Tab Settings' panel on the right includes the following sections:

- SEGMENT COMPARISONS:** Technology Enthusi... (with a red arrow pointing to it from the SEGMENTS section)
- BREAKDOWNS:** Age (with a red arrow pointing to it from the DIMENSIONS section)
- VALUES:** Active users (with a red arrow pointing to it from the METRICS section)

The main visualization area on the right shows 'Free form 1' with a bar chart displaying data for age groups (25-34, 35-44, 45-54, 18-24, 55-64, 65+).

4. Přizpůsobte si rozvržení sestavy a možnosti vizualizace.



5. Sestava se uloží sama. Najdete ji ve svých průzkumech.

Explorations

Start a new exploration

Template gallery

Blank
Create a new exploration

Free form
What insights can you uncover with custom charts and tables?

Funnel exploration
What user journeys can you analyze, segment, and breakdown with multi-step funnels?

Path exploration
What user journeys can you uncover with graphs?

Type	Name ↓	Owner	Last modified ↓	Property
👤	Active Users - Technology	Antonín Nguyen	3:50 PM	(4)
👤	Page Types - Sessions	Antonín Nguyen	Apr 14, 2023	(4)
👤	Page Type - Active Users	Antonín Nguyen	Apr 13, 2023	(4)

Různé typy přehledů v Google Analytics 4

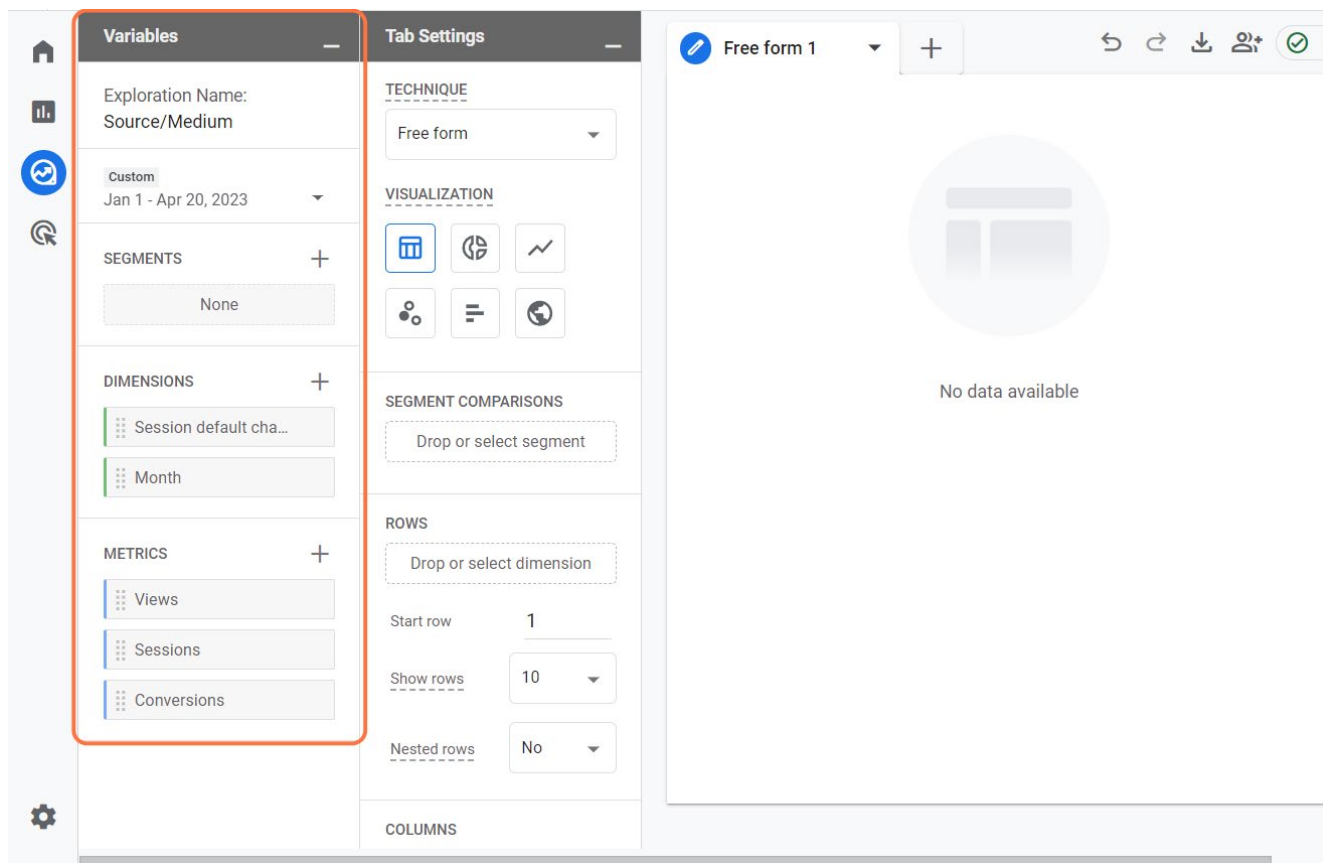
Vytváření přehledů na míru v Google Analytics 4 je klíčem k pochopení výkonnosti vašeho webu a zvýšení jeho úspěšnosti. Nyní vytvořím dva z mnoha přehledů, které budu měsíčně kontrolovat. Doporučuji vám prozkoumat různé typy reportů na vlastní kůži. Přizpůsobte si je svým cílům.

Přehled Zdroj/Médium

Sestava Zdroj/Médium odhaluje **zdroje, které přivádějí návštěvníky na vaše webové stránky**. Pochopíte, který kanál je nejúčinnější, a který naopak potřebuje vylepšit.

Pojmenujte svůj přehled a zvolte **časové období**. Poté **přehled poskládejte** podle obrázku níže.

Note: Celý název dimenze je Relace - výchozí skupina kanálů.



Přetáhněte komponenty do odpovídajících bloků. Pro lepší orientaci ve vašich přehledech vytvořte nový formulář pro každou metriku, kterou jsme definovali (Zobrazení, Relace, Konverze).

Přehled o vstupní stránce

Vstupní stránka je **první stránka, kterou uživatel uvidí**, když navštíví vaše webové stránky. Optimalizujte své vstupní stránky pro konverze. Mohou totiž ovlivnit rozhodnutí uživatele, zda na vašich webových stránkách zůstane, nebo je opustí. Znalost výkonnosti různých vstupních stránek vám napoví, jestli něco nezměnit.

Vyberte stavební prvky pro tento konkrétní přehled (název dimenze je Vstupní stránka + řetězec dotazu). Opět se ujistěte, že jste pro každou metriku vytvořili nový formulář, abyste se mohli lépe orientovat.



Super Tip

Copywriting je speciální způsob psaní, který pomáhá přesvědčit lidi, aby něco udělali - koupili si produkt, přihlásili se k odběru newsletteru... Skvělý copywriting je pro vaše stránky nesmírně důležitý. Vyvolává v lidech touhu dozvědět se více, stáhnout soubor, něco si koupit nebo se dokonce nechat najmout. Ve světě, kde je tolik webových stránek, pomáhá skvělé psaní vašim stránkám vyniknout.

Závěr

Nebudu lhát. Na začátku psaní této série to pro mě nebylo jednoduché. Byl jsem jako detektiv, který se snažil rozlousknout případ, ve kterém figurovalo až příliš mnoho neznámých.

Při nástupu do funkce obsahového manažera ve společnosti eWay-CRM mi hned zkraje do rukou předali Rubikovu kostku s názvem Google Analytics 4. Prostředí Universal Analytics mi v té době bylo známé, ale v GA4 jsem se ještě nikdy nepohyboval. Na mé předchozí pozici to navíc bylo odlišné. V případě potřeby konkrétních reportů jsem měl po ruce celou četu analytiků.

Najednou jsem se ale ocitnul v pozici, na které bude práce s daty a reporty z převážné většiny na mně. Analytici byli pryč, známé rozhraní nástroje Universal Analytics taky. Důvěrně známé prostředí bylo nahrazeno novým a neprobádaným územím.

Psaní každého ze čtyř dílů tohoto seriálu, ze kterého nakonec vznikla tato e-kniha, bylo jako výstup na horu. S každým dalším dílem jsem se učil nástroj nejen používat, ale také se dozvídal spoustu nových věcí.

Tato e-kniha proto není jen příručka. Je to začátek mého cestovního deníku v nové práci. Vznikla nejen proto, aby vám poskytla znalosti a praktické kroky k tomu zvládnout nejrozšířenější analytický nástroj na světě, ale také proto, abyste se nebáli.

Albert Einstein kdysi řekl: "Jediným zdrojem poznání jsou zkušenosti." V mém případě se rozhodně o zkušenost jedná. Proto se stále učte, zkoušejte nové věci a upravujte své strategie na základě toho, co vám říká nejen intuice, ale také data.

Na závěr bych chtěl moc poděkovat Zdeňku Hejlovi, profesionálnímu datovému analytikovi, který mi na této cestě pomáhal. Největší díky ale patří Janu Lalinskému, který mi dal možnost tuto sérii publikovat.

Při vašem pokračování v růstu a vzdělávání taky nezapomeňte prozkoumat náš [eWay blog](#). Doufám, že vám na vaší dráze poznání a úspěchu skvěle poslouží.

**Be
effective.**

