

[View this email in your browser](#)

group^m

GroupM Türkiye DAS Update: Digital Analytics Ekibi Mart Ayı Öne Çıkanlar



× Create calculated metric Save

Name*
Inactive Users

API name* ⓘ
calcMetric:inactive_users

Description
Shows the inactive users after deducting active users from total users.

Formula* ⓘ
{Active users}-{Total users}

Unit of measurement* ⓘ
Standard

GA4 Yeni Özelliği: Calculated Metrics

Yaren Polatcan'a göre;

GA4 yeni özelliği, "Calculated Metrics" ile ihtiyaç duyulan metriklerin hesaplaması GA4 paneli üzerinden sağlanabilmektedir.

Universal Analytics'te yokluğu özellikle hissedilen, GA4 sağlamış olduğu konforlu veri inceleme metotlarına ek yeni özellik olan "Calculated Metrics" Google tarafından hayata geçirildi. Bu geliştirme ile beraber, hali hazırda var olan GA4 metrikleri ile birlikte oluşturulan formüller ile birlikte yeni metriklerin panele eklenmesini sağlamak mümkün. Örneğin web sitelerine veya uygulamalara giriş yapan aktif olmayan kullanıcıları ölçümleme ihtiyacında, GA4'un temel metrikleri olan Aktif Kullanıcılar - Toplam Kullanıcılar olarak oluşturduğumuz formül ile birlikte panel içerisinde otomatik olarak bu ölçülemeyi sağlayacak yeni bir metrik oluşmuş olacaktır. Bu özellik ile beraber, özellikle e-ticaret incelemelerimizde farklı bakış açılarını ele almamızı kolaylaştıracaktır. Birkaç örnek ile ilerlememiz gerekirse;

- "{Promotion Views}/{Transaction}" formülü ile işlem başına promosyon görüntülenmesi
- "{Purchase Revenue}*34.05 (//güncel TL karşılığı Euro döviz kuru)" ile TL

bazında hesaplanan ciro verilerimizi Euro bazında görüntülenmesi
- "{Total revenue}-{Refund amount}" ile iade sonrası gelir verilerinin hesaplanması
gibi seçenekler ile incelemelerimizi çeşitlendirebiliyor olacağız.

Dikkat edilmesi gereken durumlar:

- Bu özellik sadece belirli metrikler için geçerlidir, GA4 içerisinde yer alan her metriği kapsamamaktadır.

Oluşturulan yeni metrikler panel içerisinde kayıtlı kalarak custom raporlarda kullanılabilirken ek olarak Looker Studio raporlarına aktarılabilir olacaktır.

Makale linki için tıklayın:

<https://measureschool.com/calculated-metrics-in-google-analytics-4/>

	URI	Sessions
1	/fold1?ThemeId=8904	2
2	/fold1?ThemeId=8905	2

	URI	Sessions
1	/fold1	4

URL'de Sorgu Parametrelerini Nasıl Hariç Bırakırız?

Kadir Mert Akkan'a Göre;

GA4'da ölçümlene yaparken, kullanıcıların web sitesindeki tüm sayfa ziyaretleri

kayıt altına alınır. Bu sayfa ziyaretleri gerçekleştirilirken, erişilen sayfa URL'inde "?" ile başlayan bazı parametre veya parametreler olabilir. Bu parametreler kullanıcının geldiği kaynakların tespiti veya site içinde bazı sayfaların ayrımının yapılması için sağlanıyor olabilir.

Örnek olarak kullanıcının bulunduğu sayfanın abc.com/fold1 olduğunu varsayalım. Sayfa bilgisini tema olarak ayırmak için sitede "tema id" atandığını farzedelim. Mevcut durumda URL'imiz abc.com/?Themeld=8904 olarak 2 kez görüntülendi. Bununla birlikte farklı bir ziyarette ise temanın diğer varyasyonu olan abc.com/?Themeld=8905 URL'ine ziyaret 2 kez gerçekleşti. Burada 2 linkin de sayfası aynıdır fakat 2 URL farklı olarak sayım sağlamaktadır. Nedeni ise GA4 "Path" kısmını, abc.com'dan sonraki kısmı otomatik toplayacak şekilde geliştirilmiştir ve URL içindeki tüm bilgileri almaktadır. GA4 panelde ise bu durum 2 farklı URL olarak algılanır. Böylelikle toplamda abc.com/fold1 ziyaret sayısı 4 olsa da, paneldeki görüntüsü 2 farklı sayfa şeklinde, 2 ziyaret olarak algılanır. (Görsel 1)

Bu durumda ne yapılmalı?

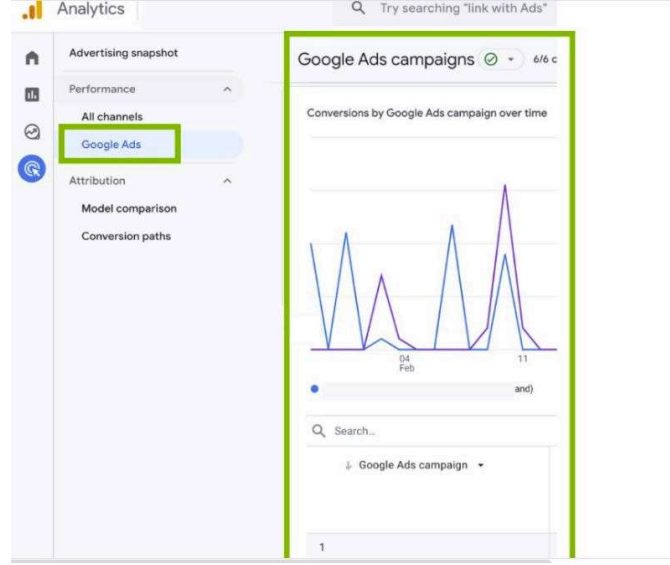
Universal Analytics'de Görünüm altındaki "query" ayarlamalarından bu yapıyı kolayca sağlayabilirken, GA4 için bu yapıyı kaldırmak için GTM'den ayarlama yapılması gerekmektedir.

Amaç: Bir sayfayı birden fazla sayfa gibi saydığı durumda, sayfanın toplam ziyaretinin ölçülmesi zor hale gelmektedir. Buradaki amaç tek sayfanın ölçülmesini tek bir satırda görüp, toplam rakamı doğru bir şekilde görebiliyor olmaktır.

Not: Bu ayarlama site içi ölçülmesi gereken parametreleri engelliyorsa, bu geliştirmenin yapılması tercih edilmemektedir.

Makale linki için tıklayın:

<https://www.optimizesmart.com/how-to-exclude-url-query-parameters-in-google-analytics/>



Google Analytics, Google Ads Verilerinin Bağımsız Bir Şekilde İncelenebilmesi İçin Reklam bölümünde Google Ads'e Özel Yeni Bir Başlık Ekledi.

Erdi Bilal Yeşildal'a Göre;

GA4 kurulumu yapıldığında, etkinlikler ve sitede olan etkileşimler GA4'dan takip edilmeye başlanır. Eğer şirket içi siteyi kullanan kişi sayısı fazlaysa bu verilerin doğruluğunun sekteye düşmesi anlamına gelir.

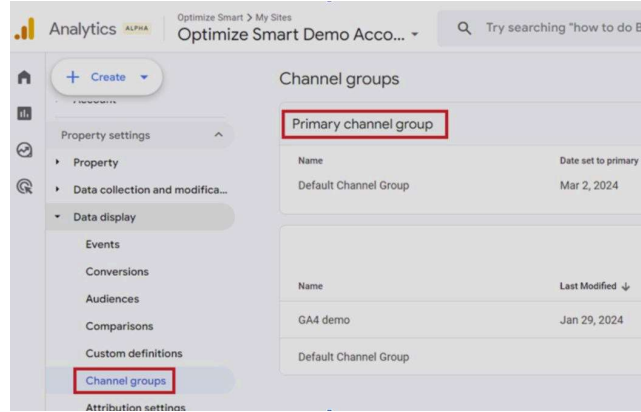
Bunun önüne geçmek için GA4 içerisindeki içerideki trafiğin harici bırakılması gerekmektedir. İçerideki trafiği harici bırakmak için gerekli detaylar;

GA4 "admin" paneline erişildikten sonra, "veri akışı" bölümüne gidilir ve ardından configure tag settings alanına tıklanır. İç trafiği tanımlama kısmında, şirket içinde kullanılan sabit IP adresleri doğrudan hariç bırakılır. Bu işlem, IP adresleri girilerek tamamlanır.

Önemli noktalardan biri, kendi IP adresinin de hariç bırakılması durumunda, GA4'da "hata ayıklama görünümü" sırasında etkileşimin yansımayaabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durumu göz önüne alarak hariç bırakma işlemi tamamlanır.

Makale Detayları İçin;

<https://www.analyticsmania.com/post/how-to-exclude-internal-traffic-in-google-analytics-4/>



GA4 Öncelikli Kanal Gruplaması

Sümeyye Karakoç'a Göre;

GA4'ün yeni özelliklerinden biri olan Öncelikli Kanal Grublaması, Analitik raporlarınızda tercih ettiğiniz kanal grublamasını birincil olarak belirlemenizi sağlar. Bu, raporlarınızda Analitik'in varsayılan kanal grublamasını veya ihtiyaçlarınıza uygun olarak özel olarak oluşturduğunuz kanal grublamasını birincil kanal grup olarak belirlemenize olanak tanır. Bu özellik sayesinde, İlişkilendirme alanında bulunan "Dönüşüm Yolculuğu" raporunda özel kanal gruplamalarınızı kullanabilirsiniz. Bu özelliği etkinleştirmek için yapmanız gereken tek şey, özel kanal gruplamalarınızı Analitik'te "birincil kanal grup" olarak ayarlamaktır. Bu konudaki ayrıntıları makede bulabilirsiniz.

Makale Detayları İçin;

https://www.optimizesmart.com/understanding-channel-groupings-in-google-analytics-4/#GA4_Primary_Channel_Group

Telif hakkı © 2024 GroupM, Bütün hakları saklıdır.

Bu e-postadaki bağlantıya tıklayarak abonelikten çıkabilirsiniz.

Adresimiz:

GroupM

Büyükdere Cd. Astoria AVM No:127 K:2, Esentepe

Istanbul

Tıklayarak kendinizi e-posta listesinden çıkarabilirsiniz.



Copyright © **|CURRENT_YEAR|* *|LIST:COMPANY|**, All rights reserved.
|IFNOT:ARCHIVE_PAGE|* *|LIST:DESCRIPTION|

Our mailing address is:

|HTML:LIST_ADDRESS_HTML|* *|END:IF|

Want to change how you receive these emails?
You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#).

|IF:REWARDS|* *|HTML:REWARDS|* *|END:IF|