

Co je Google Analytics

Poslední aktualizace 25 března, 2025

Google Analytics (GA) je **platforma pro sledování a vyhodnocování návštěvnosti webových stránek nebo mobilních aplikací**. Funguje na principu sběru dat pomocí **měřicího kódu**, který se vkládá na web.

Nástroj GA poskytuje informace ohledně:

- Počtu návštěvníků a jejich chování
- Zdroji návštěvnosti (organické vyhledávání, placená reklama, sociální sítě atd.)
- Výkonnosti jednotlivých stránek a [konverzí](#)
- Demografických údajích a zájmech uživatelů

Jak Google Analytics funguje?

Google Analytics shromažďuje data prostřednictvím **sledovacího kódu (Google Tag)**, který je umístěn na webu. Data jsou následně analyzována a zobrazována v přehledech. Aby bylo možné uživatele sledovat napříč stránkami a relacemi, využívá Google Analytics [soubory cookies](#). Ty ukládají informace o návštěvníkovi, například anonymní identifikátor, čas návštěvy nebo zdroj přístupu. Bez cookies by nebylo možné přesně měřit chování uživatelů ani vyhodnocovat výkonnost webu.

1. Měření návštěvnosti

System sleduje každého uživatele, který navštíví web, a zaznamenává:

- Unikátní návštěvníky a relace
- Délku pobytu na webu a počet zobrazených stránek
- Míru okamžitého opuštění ([bounce rate](#))

2. Sledování zdrojů návštěvnosti

Google Analytics rozděluje zdroje návštěvnosti do několika kategorií:

- **Organické vyhledávání** – návštěvy z Google a jiných vyhledávačů
- **PPC reklamy** – návštěvy z [Google Ads](#) a jiných reklamních systémů
- **Sociální sítě** – Facebook, Instagram, LinkedIn apod.
- **Odkazující stránky** – jiné weby, které odkazují na váš web
- **Přímé návštěvy** – uživatelé, kteří zadali adresu webu přímo

3. Sledování konverzí a cílených akcí

Pomocí **cílových událostí (events)** a **konverzních cílů** lze měřit konkrétní akce uživatelů, jako jsou:

- Vyplnění kontaktního formuláře
- Kliknutí na tlačítko (např. objednávka)
- Stažení souboru
- Dokončení nákupu v e-shopu

Google Analytics 4 vs. Universal Analytics

V roce 2023 Google ukončil podporu **Universal Analytics (UA)** a přešel na **Google Analytics 4 (GA4)**.

Funkce	Universal Analytics	Google Analytics 4
Model měření	Sledování relací	Sledování událostí (event-based)
Zpracování dat	Cookie-based (závislé na cookies)	Machine learning a prediktivní analytika
Zaměření na konverze	Cíle (goals)	Flexibilní eventy a konverze
Podpora mobilních aplikací	Omezená	Plná integrace s aplikacemi

GA4 je zaměřeno na **cross-device tracking**, lepší ochranu soukromí a pokročilou analytiku s využitím AI.

Výhody a nevýhody Google Analytics

Výhody:

- ✓ Zdarma a dostupné pro všechny weby

- ✓ Přesné měření návštěvnosti a chování uživatelů
- ✓ Možnost sledovat konverze a výkon kampaní
- ✓ Integrace s dalšími Google službami ([Google Ads](#), [Search Console](#))

Nevýhody:

- ✗ Složitější nastavení pokročilých funkcí (eventy, filtry)
- ✗ Vyžaduje znalosti pro správnou interpretaci dat
- ✗ GA4 se výrazně liší od předchozí verze, což znamená potřebu přeučení

Jak začít s Google Analytics?

1. Vytvořit účet na [Google Analytics](#)
2. Nastavit měřicí kód (Google Tag Manager doporučen)
3. Definovat konverze a sledované akce
4. Propojit s dalšími Google službami (Google Ads, Search Console)
5. Analyzovat a optimalizovat na základě získaných dat