

Hova tart a cross platform mérés?

MIK A LEGFRISSEBB TRENDEK?



GEIGER TAMÁS



@duracelltomi



linkedin.com/in/duracelltomi



www.jabjab.hu



Agenda

- ▶ Picit bemutatkozok
- ▶ Define: platform
- ▶ Népszerű(bb) eszközök
- ▶ Konverzió mérés: platform attribúció
- ▶ Safari: aki beletenyeret az eddigi status quo-ba

JabJab dióhéjban



- ▶ 2006-ban kezdtük
- ▶ Magyarországon az elsők között szereztük **Google AdWords minősítést**
- ▶ A Google **kiemelt ügynökségi partnere** vagyunk
- ▶ Minőségi PPC és Analytics szolgáltatást nyújtunk
- ▶ Nemzetközi piacokra is dolgozunk.
- ▶ **Minősített Google Analytics ügynökség** vagyunk (GACP)
- ▶ **Google Analytics 360 viszonteladók** vagyunk (GACP Sales Partner)

Rólam dióhéjban



- ▶ 2007 óta foglalkozok (web)analitikával
- ▶ 2008 óta foglalkozok PPC kampányokkal
- ▶ AdWords és Analytics minősített szakértő
- ▶ Google Partner Akadémiák egyik hivatalos trénerre
- ▶ Kiemelt Közreműködő a hivatalos magyar AdWords termékfórumon
- ▶ PPC Pro Facebook csoport adminja

Define: platform

- ▶ CPU
- ▶ Egyéb hardware
- ▶ Operációs rendszer
- ▶ Desktop/Android+iOS(mobile)/Tablet
(aka. cross device)



Mi a gond?

- ▶ A "hőskor" → weboldalak, desktop only
- ▶ iPhone → mobil appok, mobil böngésző (kis felbontás)
 - ▶ És aztán az Androidos eszközök
- ▶ iPad → tablet kategória, "mobil" appok, desktophoz közelítő böngésző jellegek
 - ▶ És persze az Android-os tabletek

A probléma

- ▶ A mobil "éve"
- ▶ Sok országban és iparágban a mobil átvette volumenben a desktop elsőségét
- ▶ m-commerce-ben (is) folyamatos kérdés: mobil web vagy mobil app (*amúgy mindkettő*)
- ▶ Egy felhasználó sok eszközön
- ▶ A mérések (analitika és hirdetési rendszerek) többnyire cookie alapúak
- ▶ Cookie jellemzően egy eszközhöz kapcsolódik → hol van a user?

Cross platform analitika

EGY ÁTTEKINTÉS

Google Analytics

- ▶ Web tracking
- ▶ Mobile app tracking
- ▶ Közös nevező: User-ID
 - ▶ Mi adjuk meg a bejelentkezett felhasználó azonosítóját a saját adatázisunkban
 - ▶ Ez tudja összekötni a mozgását az eszközök és platformok között
 - ▶ Gond: mindenhol be kell legyen jelentkezve (*mobil weben és desktopon lehet problémás*)

Google Attribution

- ▶ Várhatóan 2018Q1-re jön
- ▶ Önálló termék, de nem önálló adatgyűjtő eszköz
- ▶ Google Analytics, AdWords és DoubleClick adatokból
- ▶ Cross device adatok a Google saját device graph-ja alapján

Firebase

- ▶ Aka. Firebase Analytics, aka. Google Analytics for Firebase
- ▶ Első sorban mobil appokra
 - ▶ Maga a Firebase SDK elérhető web appokhoz is, de nincs külön Firebase Analytics mérőkód web appokhoz (oda sima Google Analytics "jár")
- ▶ Nincs mintavételezés
- ▶ Van Google Big Query export
- ▶ Bővebben UX és analitika szekció (Kupolaterem) – 16:00
Mivel mérjem a mobil appom? Google Analytics vs. Firebase

Piwik

- ▶ Ingyenes "community" verzió (piwik.org)
- ▶ Fizetős cloud és on-premise verzió (piwik.pro)
- ▶ Weboldalakhoz, web appokhoz
- ▶ iOS SDK (Swift and Objective-C)
- ▶ Android SDK
- ▶ Itt is saját user ID-val lehet kapcsolt elemzéseket készíteni
 - ▶ De a reporting felület erre nem ad külön riportot
 - ▶ Nyers adatok elemzésével lehet cross device riportokat készíteni
- ▶ Sok tekintetben a Google Analytics volt a minta
- ▶ Nincs mintavétel, hozzáférés nyers adatokhoz

Customer Engage Pro

- ▶ <http://www.customerengagepro.com/>
- ▶ Cloud és on-premise megoldások
- ▶ Tulajdonképpen egy white label Piwik

Count.ly

- ▶ <https://count.ly/>
- ▶ Desktop tracking
- ▶ iOS SDK (objective-C)
- ▶ Android SDK
- ▶ Saját user adatokon alapuló azonosítás

Kissmetrics

- ▶ <https://www.kissmetrics.com/>
- ▶ Desktop tracking
- ▶ iOS SDK (Swift)
- ▶ Android SDK
- ▶ Saját user adatokon alapuló azonosítás
- ▶ Nincs mintavétel
- ▶ Első sorban cohort alapú elemzésekhez
- ▶ Viselkedés alapú email küldés

Facebook Analytics

- ▶ Van már Facebook pixel a weboldalon?
- ▶ Van már Facebook SDK az appban? Méri az eseményeket? (pl purchase)
- ▶ Akkor a Facebook Analytics máris elérhető
- ▶ <https://www.facebook.com/analytics/>
- ▶ A kulcs: Event Source Group
 - ▶ Egybe vonható a Facebook Pixel, egy App, egy Page és Offline események adata egy reporting alá
- ▶ Automatikusan cross device a Facebook alap működése miatt (be vagy jelentkezve)

Egy szubjektív sorrend

- ▶ Google Analytics for Firebase
 - ▶ Fallback: Classic Google Analytics mobil app tracking
- ▶ Kissmetrics
- ▶ Facebook Analytics: mert hogy sok cégnél már részben működik
- ▶ Count.ly
- ▶ Piwik: GA mellé, illetve olyan helyeken, ahol adat érzékenység miatt GA nem jöhet szóba

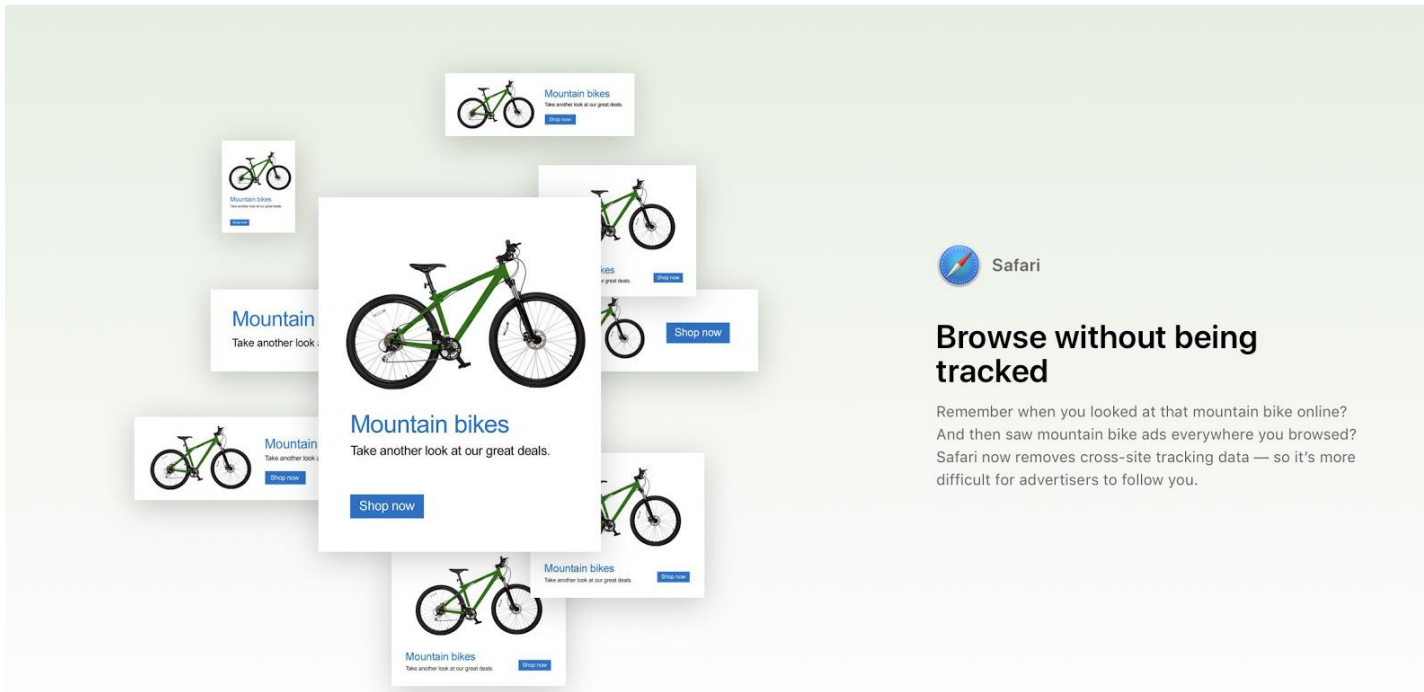
További gond: konverzió mérés

- ▶ Az általános analitikai rendszerek jelenleg nem igazán látják a mozgást az eszközök, böngészők és platform-ok között
- ▶ Emiatt pl egy Facebook vagy más hirdetési rendszer sokkal több konverziót kapcsol magához
 - ▶ Ez részben helyes, részben nem feltétlen indokolt (view-through esetek)
- ▶ Attribúció 2.0: platformok között (Google Attribution)
- ▶ Ultimate megoldás? → Nincs, az eszközök egymást egészítik ki

És jött az Apple (megint)

... ÉS BORÍTOTT

Safari parák



Első sorban webes problémakör:

- Safarin
- Desktop
- iOS 11-től mobil web

Safari parák

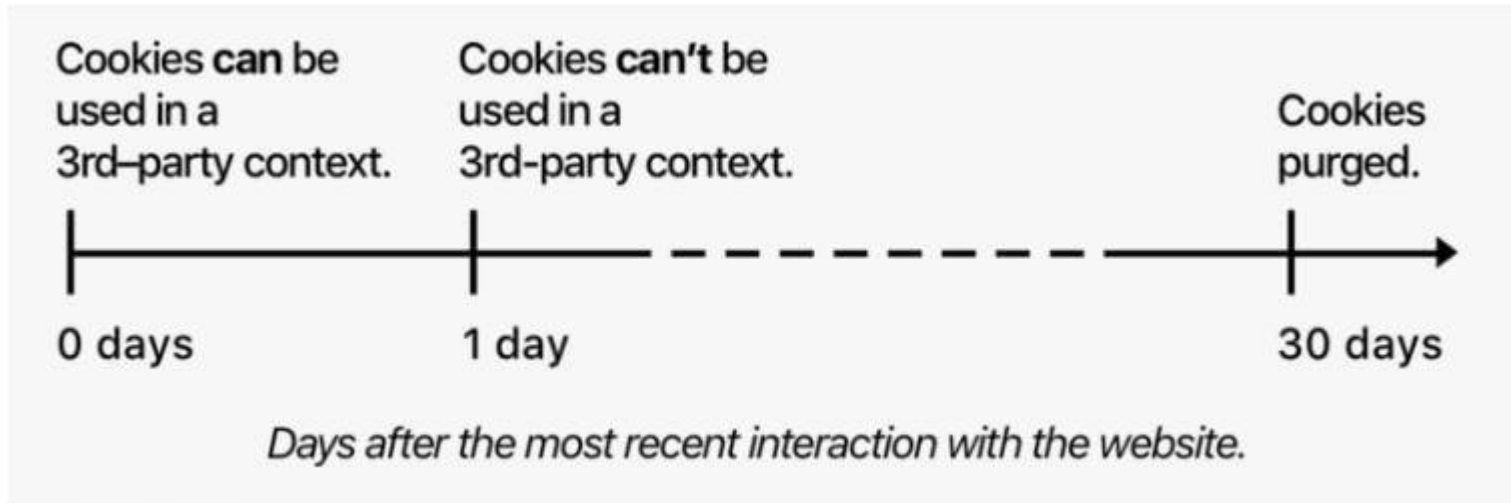


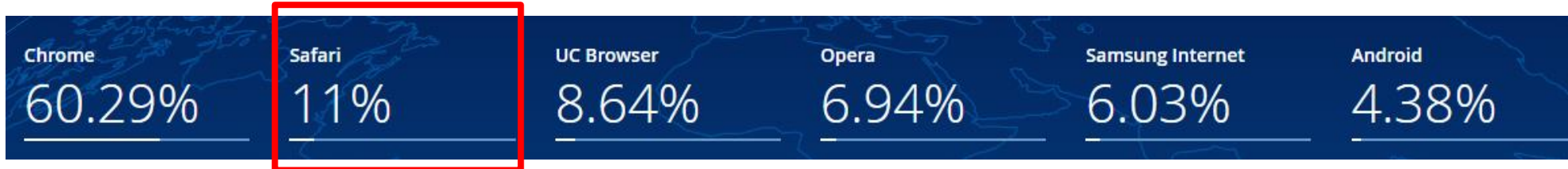
Image: Screenshot/Apple

Hol gond?

- ▶ Google és Facebook: kevésbé, mert ott jellemzőbb a napi szintű bejelentkezés
 - ▶ Ráadásul Facebook mobilon erős, a Facebook app-ban pedig nem zavar be ez a korlátozás
- ▶ Google Analytics: eleve 1st party cookie-kat használ
- ▶ AdWords: átállnak 1st party cookie-kra
 - ▶ Konverzió mérés OK, remarketing itt is korlátozott
- ▶ DoubleClick: hasonló lépés várható
- ▶ És a többiek? 😊

Mennyire gond?

► Mobil



► Desktop



► Tablet



Köszönöm a figyelmet!

- ▶ Google Analytics (standard)
 - ▶ Google Attribution
- ▶ Google Analytics for Firebase
- ▶ Piwik Analytics
- ▶ Customer Engage Pro
- ▶ Count.ly
- ▶ Facebook Analytics
- ▶ Kissmetrics
- ▶ Konverzió mérés: attribúció 2.0
- ▶ Safari: aki beletenyeret az eddigi status quo-ba