



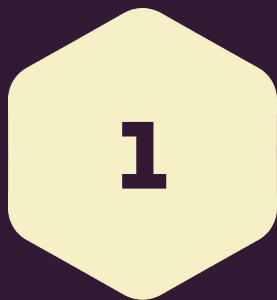
Mire figyelj a sikeres mobil app mérés érdekében?

A tervezéstől a riportolásig

HWSW free!

2020.02.26

Miről fogunk beszélni?



Miért fontos?



Mit mérjünk?



Lépések



Előnyök



Kik vagyunk?



Bemutakozás



Gyöngyösi Balázs

Digital Analytics
Team Lead



Horváth Ádám

Digital Analyst



Hello, we are Mito

Egy full-service digitális
ügynökség, amely rajong
az okos dolgokért.





mito. clever things

Üzletágaink



Mito Digital

Kutatás, tervezés,
UX & UI & Service design,
Fejlesztés



Mito Creative

Full service
kommunikációs kampányok



Mito Performance

PPC, média, programmatic,
SEO, **analitika**, CRO,
kutatás



Mito Next

Chatbotok és marketing
automatizáció



Analitika szolgáltatások



Teljeskörű
weboldal
és app mérés



Konverzió
optimalizálás
(CRO)



Felhasználói
és közönség
elemzések



Site-on kívüli
analitika



Adatvizualizáció
és riportolás



Edukáció



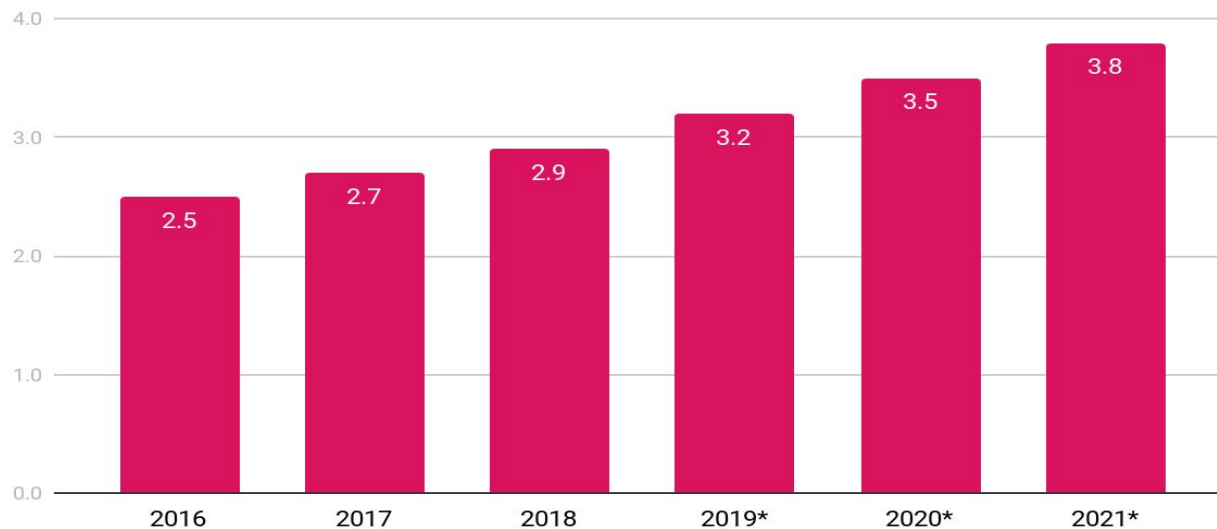
**Miért fontos a
mobil appok
mérése?**



Okostelefon használók számának alakulása

Milliárd fő

Forrás: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>





A mobilunk használatával töltött idő
90%-át applikációkon lógva töltjük.



A **digitális médiahasználat 57%-a**
mobil alkalmazásokból származik.



Egy átlagos okostelefon felhasználó
havonta 30 alkalmazást használ.



További fontos statisztikák

Az appok várhatóan 189 milliárd dolláros bevételt hoznak 2020-ban

Az AppStore-ban 2.2 millió, a Google Play-en 2.8 millió alkalmazás érhető el

A millennialok 21%-a nyit meg egy appot 50-nél is több alkalommal egy nap

Az emberek 49%-a nyit meg egy alkalmazást 11+ alkalommal egy nap

Az alkalmazások száma minden kategóriában folyamatosan nő, **a verseny fokozódik a felhasználók figyelméért** – az applikációk teljesítményének mérése fontosabb, mint valaha.



mito. clever things

Mit mérjünk?



Az alkalmazás teljesen más világ,
mint egy website. Az appok mérése eltérő
módszertant és eltérő **mutatókat** igényel.



Ügyfélszerzés: honnán érkeznek a felhasználóink?

Hogy találják meg az appot a
userek? Letöltés után
használgák azt továbbra is?

Elkötelezettség: meg tudjuk tartani a usereket?

Elértük a felhasználói
bázisunkat. Hogyan tovább?
Az engagement vizsgálata
segít megérteni, hogyan
használgák a userek az
applikációt. Mik az
erősségeink, mik a hátrányok?

Eredmények: elértük az üzleti céljainkat?

Metrikák azonosítása,
amelyekkel monitorozni tudjuk
az üzleti célok elérését.



A mérési tervezés lépései

Mérési tervezés



Üzleti célok
definiálása



Célok, KPI-ok
és eszközök
meghatározása



Mérési stratégia
és terv kialakítása



Implementáció,
fenntartás

Üzleti célok definiálása

Mi az **elsődleges célja** az applikációnak?

- 🔵 **Sales eredményességének növelése**
- 🔵 Márkaismertség növelése
- 🔵 Piaci részesedés növelése
- 🔵 ...



Célok és KPI-ok

Az üzleti célok eléréséhez szükséges stratégia és **KPI-ok meghatározása.**



Célok és KPI-ok

KPIs:

@Performance by travel type:

Purchase behavior when there is a only one person in booking

Purchase behavior when there are multiple traveller

Purchase behavior of families

Purchase behavior of loyalty members

Purchase behavior of credit card holders

% of bookings that make up the classifications above



Mérési stratégia

Nélküle nem csak homályos, hogy milyen stratégiát alkalmazunk és az miként kapcsolódik a célokhoz, de **követhetetlenné** is válnak méréseink.



Mérési stratégia

Table of contents

Table of contents	2
Firebase	4
Key definitions in case of mobile app tracking	5
User	5
Session	5
User engagement	6
Events	6
Conversions	6
Funnels	6
User properties	7
Cohorts	7
Configuration limits	7
Configured item	7
Limit	7
Can we delete items if we are close to the limit?	7
Event tracking	8
Custom event example – Frontier Firebase project use case	9
Phase / screen	9
Event name	9
Event parameters	9
Details	9
Automatically collected events	10
Event name	10
Triggered	10
Events: All apps (general events)	13
Event	13
Triggered...	13
Parameters	13
Recommended events: Travel (Hotel/ Air) by Firebase	14
Event	14
Triggered	14
Parameters	14
Event collection limits	16
Logged item	16
Limit	16
Can we delete items if we are close to the limit?	16



Event metrics	16
Conversions	17
Conversion example – Frontier Firebase project use case	18
Phase	18
Event	18
Parameters	18
Details	18
User segmentation	19
User segments	19
User properties	19
User property example – Frontier Firebase project use case	19
User property	19
Type	19
Details	19
Automatically collected user properties	20
User property	20
Type	20
Description	20
Collection limits	21
Logged item	21
Limit	21
Can we delete items if we are close to the limit?	21
Audiences	21
Audience example – Frontier Firebase project use case	22
Audience name	22
Criteria	22
Details	22
Targeted cloud messaging	22
Cloud message example – Frontier Firebase project use case	23
To (audience)	23
Criteria	23
Details	23
A/B testing	23
User experience customization	24



Tracking methods

Firebase

In the previous years Firebase has stepped up to be one of the most developed marketing tools when it comes to smartphone applications. With the help of Google's very own product it is possible to develop and test our apps, as well as to track and measure the audience and the performance.

Firebase is a constantly evolving analytics (and development) software. There has been a big buzz around this tool since launching Firebase as Google's mobile development platform at I/O 2016.

At Google I/O 2017 several features have been announced which is also become greatly benefit us. Besides renaming its analytics tool to 'Google Analytics for Firebase', event tracking can be customized in a greater extent from now on; custom parameters can also be tracked besides the previous version's built-in events. Furthermore, advanced analytics reporting features and automatic screen tracking became parts of the toolkit, making it easier for businesses to translate user behavior data into business decisions. A deep-dive into this tool is highly recommended in the future.

At Google I/O 2018 Firebase has made a number of announcements. They have introduced the beta version of the ML Kit bringing Google's machine expertise to mobile devs. It was also announced at that time that Firebase Test Lab has expanded to iOS as well. Furthermore than launched into beta the Performance Monitoring, that gives us a bunch of key insights and info to help us keep us App performing optimally.

In May this year we have returned to Google I/O for the 4th year in a row where more news and features have been announced. Features that make the tool more useful for us. The biggest announcements at Google I/O 2019 can be divided into the following categories:

- Simplifying machine learning for every app developer
- Providing deeper insight into speed & performance of web apps
- Enhancing user segmentation capabilities for better personalization & analysis





USER STORY 44653

1 comment

0.4.0 X +

Save
 Follow

State

● Ready For Dev...

 Area
 New Frontend Mobile App DevelopmentMaster Pod

Reason
 Moved out of stat...
 Iteration
 New release branch readyDev Iteration 8

Updated by Patricia Szita: 12 Feb

Details

F9 Middleware

F9 Design UX/UI

(10)

Description

As a user, I want to be able to finish my booking flow by paying the amount in my cart on my provided credit card.

Business Description

This is the step at the end of the booking flow where the user's credit card is actually charged.

This action is triggered after user has provided their billing details (37852) and it's a dependency of 37857 Confirmation Page

In UAT
In Development

Acceptance Criteria

Requirement Approval

Approval State

Approval State Last Modified By
 Unassigned

Technical Approval State

Waiting for approval

Technical Approval Last Modified By

API version
11

Planning

Story Points
2

Wireframes

[Click to add Wireframes](#)

GFX assets

[Click to add GFX assets](#)

Deployment

To track releases associated with this work item, go to [Releases](#) and turn on deployment status reporting for Boards in your pipeline's Options menu. [Learn more](#)



Méresi tervezés

MODAL	MODAL	MODAL	VIARIATION	VIARIATION	MODAL
[WF] Trip Review - bags open < Back Baggage Carry-On Bags Tommy Russell \$10.32 Quantity: 1 x Round-Trip 1 x \$10.32 Bittery Contents No bags added ADD BAG Carry-On Bags Subtotal \$10.32	[WF] Trip Review - checked bag... < Back Baggage Checked Bags Tommy Russell \$45.55 Quantity: 3 x Round-Trip 3 x \$15.18 Bittery Contents No bags added ADD BAG Checked Bags Subtotal \$45.55	[WF] Trip Review - additional op... < Back Discount Den Discount Den Membership Annual Membership Fee \$60.00 Membership Fee \$530.00	[WF] Trip Review - additional op... < Back Discount Den You don't have any additional purchases. Membership Fee \$0.00	[WF] Trip Review - promo applied < Back Trip Review Flights \$800.85 DEN SFO (Round-Trip) Tue 10/22 to Wed 10/23 1 adult, 1 child, 1 lap infant Bundles \$102.14 the WORKS™ bundle Seat Assignments \$124.87 Departing: 4 seats (2 included + 2 added) Returning: 2 seats (2 included) Carry-on Bags \$10.32 Departing: no bags purchased Returning: no bags purchased ⚠️ If you don't purchase a carry-on, you are only allowed a personal item. ADD BAG Checked Bags \$45.55 Departing: 3 bags (2 included + 1 added) Returning: no bags purchased Discount Den Membership \$0.00 Applied Promotion Code -\$65.50 SALE2020 promotion REMOVE Total price \$1018.23 ⌵ \$1018.23 FRESH BOOKING	[WF] Cart (all closed) Cart Flights 2 x Round-Trip \$800.85 Bundles 2 x the Works \$102.14 Seat Assignments 2 x Seats \$124.87 Carry-On Bags 1 x Carry-On Bags \$10.32 Checked Bags 3 x Checked Bags \$45.55 Discount Den Membership 1 x Membership \$55.87 ⌵ \$1018.23 CLOSE CART



Mérési terv

Metrics and sources						
Phase	Sub-phase	Screen	Event name	Parameters	Values	Trigger
Usage	Seat selection	Seat summary	add_to_cart	item_category	Seats	When user add a seat to a passanger, and confirms the selection
				item_name	[Stretch seat Non Stretch Seat]	
				item_id		
				price		
				quantity	[1...n]	
				currency	\$	
				travel_type	[one way return]	
				adult	[0...n]	
				child	[0...n]	
				infant	[0...n]	
				flight_number	e. g.: 1012	
				days_to_go	[0...n]	
				trip_distance	e.g.: 10000	
				trip_duration	e.g.: 6:48	
				outbound	Almost codes e.g.: 1012	
				inbound		
				discount_den_member	[0,1]	
		No seat selected	no_seat_selected			When no seat selected message appears and user taps to "continue" btn
		Seat map - same seat available	same_seat_offer_accepted			When user accept the same seat offer with tapping on "Yes, please" btn
			same_seat_offer_declined			When user decline same seat offer with tapping on "No. thanks" btn
		Seat map info	exit_raw_rule_accepted			When user taps to "All right" btn



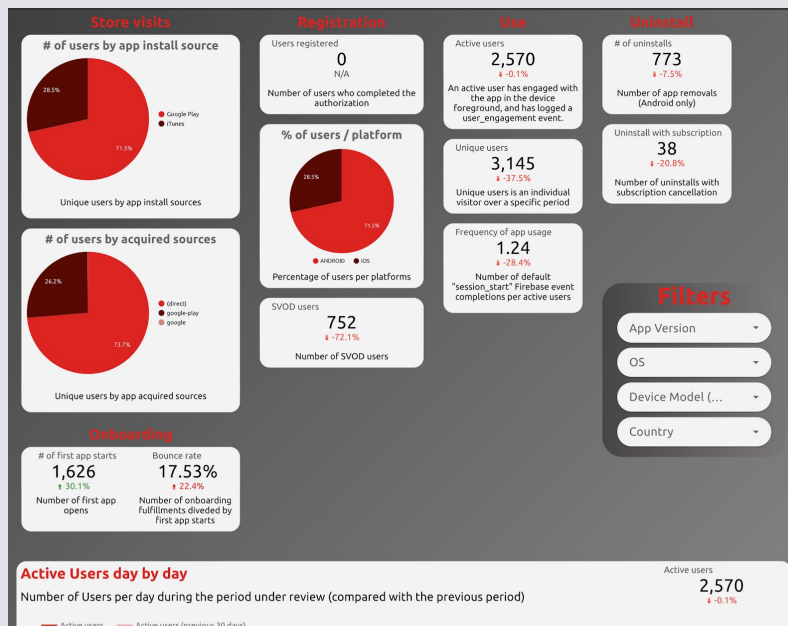
Implementáció, fenntartás

Hogyan tudjuk elérni, hogy minden a tervben meghatározott módon működjön,

a mérési terv fenntartható maradjon?



Implementáció, fenntartás



Implementáció, fenntartás

A mérési terv a kulcs ahhoz, hogy az üzleti stratégia eredményességét nyomonkövethessük.

Az adatok mindig legyenek naprakészek.



Implementáció, fenntartás

Az üzleti igények és a műszaki környezet az idővel változhatnak, a mérési tervnek **alkalmazkodnia** kell ezekhez a változásokhoz.

Tesztelés

Cél: Teljesítmény és stabilitás

- Tesztelési stratégia kialakítása
- Ideális: fejlesztési fázistól való bevonódás
- Teszt release előtt
- Hálózati forgalom figyelése



mito. clever things

Előnyök



A jó mobil app mérés előnyei

ÜZLETI DÖNTÉSEK



Pontos és szegmentált adatok alapján megalapozott üzleti döntéseket hozhatunk.

APP KÖZÖNSÉG



Egy jó méréssel pontosan megismerhetjük az applikációnk felhasználóit, és azok viselkedését.

CROSS PLATFORM



Akár a különböző eszközök teljesítményét is összehasonlíthatjuk (pl. [app+web properties](#))

HIRDETÉSEK



Pontos konverziós adatokat és szegmentált remarketing közösségeket exportálhatunk.

EVENT TRACKING



Teljesen event alapú mérés, jó lehet pl. perszonalizációra, optimalizációra, hibák keresésére is.



Köszönjük a figyelmet!

Gyöngyösi Balázs - b.gyongyosi@mito.hu

Horváth Ádám - a.horvath@mito.hu

