

# Αναγνωριστικό παρακολούθησης

---

UA-000000000-0

# Κώδικας παρακολούθησης

---

## Καθολική ετικέτα ιστοτόπου (gt ag.js)

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->  
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-000000000-0"></script>  
<script>  
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}  
  gtag('js', new Date());  
  
  gtag('config', 'UA-000000000-0');  
</script>
```

Αντιγράψτε και επικολλήστε αυτόν τον κώδικα ως πρώτο στοιχείο στην ενότητα κάθε ιστοσελίδας που θέλετε να παρακολουθήσετε.

# Εγκατάσταση σε WordPress (1)



**Monster**Insights

<https://www.monsterinsights.com/>

<https://www.wpbeginner.com/beginners-guide/how-to-install-google-analytics-in-wordpress/>

License key to enable automatic updates for monster WordPress site.

License Key Type Your license key type for this site is **pro**. [Refresh](#)  
Your license key type (handles updates and Addons).

Google Authentication [Authenticate with your Google account](#)  
Having issues automatically authenticating? [Click here to authenticate manually.](#)

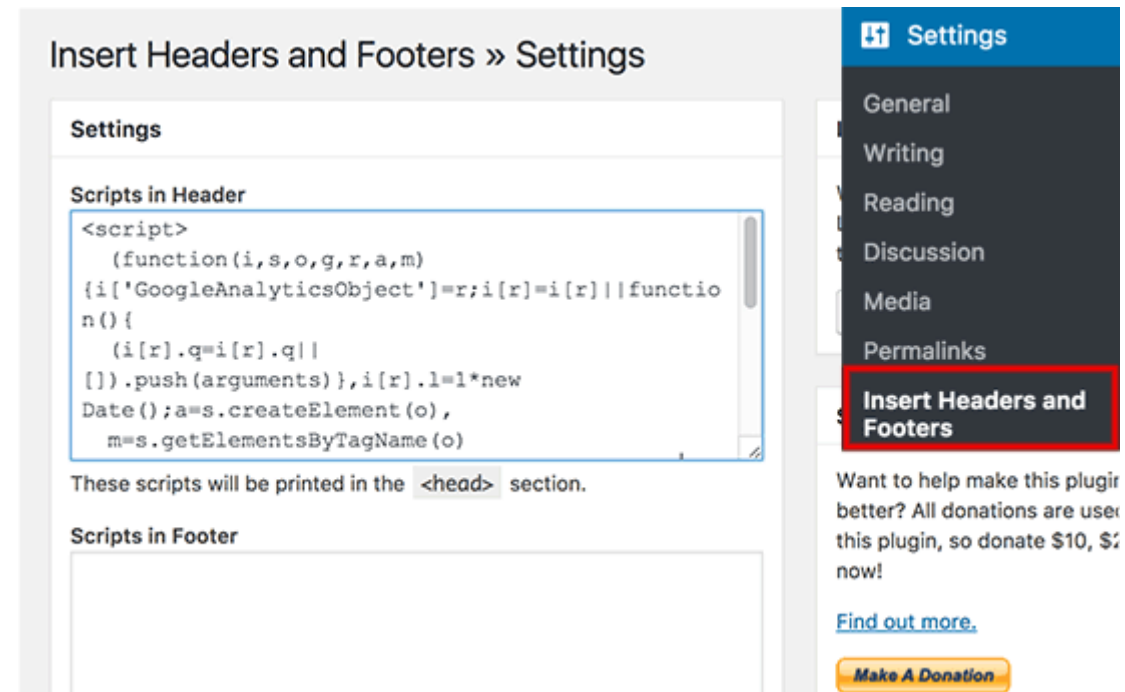
- Insights
- Dashboard
- Settings**
- Reports
- Addons

# Εγκατάσταση σε WordPress (2)

## Insert Headers and Footers Plugin

Link με οδηγίες:

<https://www.wpbeginner.com/beginners-guide/how-to-install-google-analytics-in-wordpress/>



Insert Headers and Footers » Settings

**Settings**

**Scripts in Header**

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m)
{i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function()
{n(){
(i[r].q=i[r].q||
[]).push(arguments)},i[r].l=1*new
Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)
```

These scripts will be printed in the `<head>` section.

**Scripts in Footer**

**Settings**

- General
- Writing
- Reading
- Discussion
- Media
- Permalinks
- Insert Headers and Footers**

Want to help make this plugin better? All donations are used for this plugin, so donate \$10, \$20, or more now!

[Find out more.](#)

[Make A Donation](#)

# Χρόνος παραμονής στην ιστοσελίδα (Time spent on site)

---

Διάρκεια session 30 λεπτά

Καταγραφή φόρτωση σελίδων

Καταγραφή συμβάντων (click - event)

# Προσαρμοσμένες καμπάνιες

---

Προσθέστε παραμέτρους σε URL, για να προσδιορίσετε τις καμπάνιες που παραπέμπουν επισκεψιμότητα.

Όταν ένας χρήστης κάνει κλικ σε έναν σύνδεσμο παραπομπής, οι παράμετροι που προσθέτετε αποστέλλονται στο Analytics και τα σχετικά δεδομένα είναι διαθέσιμα στις αναφορές "Καμπάνιες".

# Παράμετροι

---

Υπάρχουν 5 παράμετροι που μπορείτε να προσθέσετε στα URL:

**utm\_source**: προσδιορισμός του **διαφημιζόμενου, του ιστοτόπου, της δημοσίευσης** κ.λπ, που στέλνει επισκεψιμότητα στην ιδιότητά σας, για παράδειγμα: google, newsletter4, billboard.

**utm\_medium**: το **μέσο διαφήμισης ή μάρκετινγκ**, για παράδειγμα: cpc, banner, ενημερωτικό δελτίο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

**utm\_campaign**: Το **μεμονωμένο όνομα καμπάνιας**, το σλόγκαν, ο κωδικός προώθησης κ.λπ. για ένα προϊόν.

**utm\_term**: Προσδιορισμός λέξεων-κλειδιών πληρωμένης αναζήτησης. Εάν κάνετε μη αυτόματη προσθήκη ετικετών σε καμπάνιες πληρωμένων λέξεων-κλειδιών, θα πρέπει επίσης να χρησιμοποιείτε την παράμετρο **utm\_term** για τον καθορισμό των λέξεων-κλειδιών.

**utm\_content**: Χρησιμοποιείται για τη διαφοροποίηση παρόμοιου περιεχομένου ή συνδέσμων στην ίδια διαφήμιση. Για παράδειγμα, αν έχετε δύο συνδέσμους παρότρυνσης για δράση στο ίδιο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την παράμετρο **utm\_content** και να ορίσετε διαφορετικές τιμές για καθέναν, προκειμένου να μάθετε ποια έκδοση είναι πιο αποτελεσματική.

# Για παράδειγμα, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τα ακόλουθα ζεύγη τιμής παραμέτρου για την καμπάνια **Θερινές Εκπτώσεις**:

---

utm\_source = summer-mailer, για να προσδιορίσετε την επισκεψιμότητα που προκύπτει από την καμπάνια μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου Θερινές εκπτώσεις

utm\_medium = email, για να προσδιορίσετε την επισκεψιμότητα από την καμπάνια μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε σχέση με την καμπάνια εντός εφαρμογής

utm\_campaign = summer-sale, για να προσδιορίσετε τη συνολική καμπάνια

Αν χρησιμοποιήσατε αυτές τις παραμέτρους, το URL της προσαρμοσμένης καμπάνιας θα είναι:

[https://www.example.com/?utm\\_source=summer-mailer&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=summer-sale](https://www.example.com/?utm_source=summer-mailer&utm_medium=email&utm_campaign=summer-sale)

## Campaign URL Builder

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can track **Custom Campaigns** in Google Analytics.

### Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with \*) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

\* Website URL

The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)

\* Campaign Source

The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)

Campaign Medium

Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)

Campaign Name

Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)

Campaign Term

Identify the paid keywords

Campaign Content

Use to differentiate ads

Εργαλείο  
δημιουργίας URL  
καμπάνιας στον  
ιστότοπο  
(Campaign URL  
Builder)



Αναζήτηση



## Google Analytics URL Builder

Create URLs for custom campaigns for website tracking.

### Create Google Analytics URL

Website URL

(απαιτούμενο)

Enter the URL of the web page that you are going to create an ad for.

Campaign Source

(απαιτούμενο)

facebook

Campaign Medium

(απαιτούμενο)

cpc, cpm, ocpm

Όνομα εκστρατείας

(απαιτούμενο)

Type the name of the Facebook ad campaign here.

Campaign Term

Type a descriptive term for your target audience.

Campaign Content

Type the name of the individual ad here.

Δημιουργία διεύθυνσης URL

# Google Analytics URL Builder

<https://www.facebook.com/business/google-analytics/build-your-url>

# Guidelines για να δημιουργείς UTM's

---

Δημιούργησε Tags για όλο το traffic που συγκεντρώνεις.

Όταν δημιουργείς UTM tags να χρησιμοποιείς μια συγκεκριμένη μέθοδο, προσπάθησε να χρησιμοποιείς το ίδιο λεκτικό όταν αναφέρεσαι σε συγκεκριμένα πράγματα.

Ακολουθήσε μια συγκεκριμένη στρατηγική χρησιμοποιώντας ανάλογα κεφαλαία ή πεζά γράμματα.

Βάλε στο UTM ένα tag που θα αναφέρει το μέσο στο οποίο τρέχει η διαφήμιση, μπορείς να χρησιμοποιήσεις το όνομα της πλατφόρμας.

Όρισε στην παράμετρο του campaign το όνομα του campaign

Όρισε την παράμετρο term σε κάτι που να υποδεικνύει το κοινό που στοχεύεις

Όρισε την παράμετρο content σε κάτι που να αφορά τη συγκεκριμένη διαφήμιση πχ image

## Google Analytics UTM parameters cheat sheet

Dimension	Explanation	Recommended use	Example
Source	The referrer of the visits.	Always use the name of the ad platform, affiliate, email service or publisher. For example, if you're running ads on Facebook then utm_source should be "facebook", if you use Mailchimp for sending emails than it should be "mailchimp".	google facebook nytimes
Medium	The marketing medium.	Just be consistent. Google AdWords automatically sets the medium for all paid search to "cpc" so in order to filter out all paid traffic at once a good idea is to always use "cpc". This means that utm_medium should be "cpc" for all your paid traffic, regardless of where it comes from.	cpc cpm email
Campaign	The name of the campaign, if applicable.	This one is simple. Always use the campaign name, and keep utm_campaign identical to the campaign name. This means that if your Twitter campaign is called "Christmas special" then utm_campaign should be exactly "Christmas special" too. The same of course goes for all other campaigns, regardless of them being email campaigns or campaigns on other ad platforms.	Summer special Remarketing cart dropoffs Brand global
Term	Keyword when used for search ads. For other ad platforms it is typically used for identifying the audience or the level below the campaign.	Google AdWords automatically sets this to the keyword (for paid search), provided that you have auto-tagging enabled. Term is thus used to signify how the ad is targeted. Therefore the recommendation is to use it in the same way for all other traffic sources where you have a targeting. For Facebook for instance, this corresponds to the ad set name.	jeans sale US M 20-40
Content	The ad's content. Typically used for identifying individual ads.	The important bit here is for you to be able to understand which ad this corresponds to when going through the data in Google Analytics. Pick a name that describes the creative well.	All jeans 50% blue-banner



# Guidelines για να δημιουργείς UTM's

---

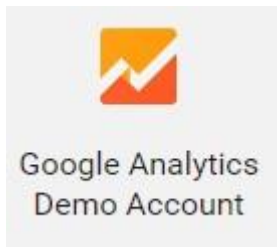
# Google Analytics Demo Account

---

Δοκιμαστικός λογαριασμός

Μάθετε πειραματιζόμενοι με δεδομένα από το Google Merchandise Store.

Ο δοκιμαστικός λογαριασμός Google Analytics είναι ένας πλήρως λειτουργικός λογαριασμός Google Analytics στον οποίο μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση οποιοσδήποτε χρήστης Google. Είναι ένας πολύ καλός τρόπος να δείτε πραγματικά επιχειρηματικά δεδομένα και να πειραματιστείτε με τις δυνατότητες του Google Analytics.



<https://support.google.com/analytics/answer/6367342>



Google Analytics  
Help Center

# Βοήθεια για το Google Analytics



Πώς μπορούμε να σας βοηθήσουμε;



Περιγράψτε το πρόβλημα που αντιμετωπίζετε

<https://support.google.com/analytics?hl=el>

# Google Analytics Academy

---

## Analytics Academy Courses



### Google Analytics for Beginners

Learn the basic features of Google Analytics including how to create an account, implement tracking code, analyze basic reports, and set up goals and campaign tracking.



### Advanced Google Analytics

Learn about advanced Google Analytics features including data collection, processing and configuration, and more complex analysis and marketing tools.



### Google Analytics for Power Users

After you're familiar with the range of features Analytics offers, learn and practice actionable analyses to track business performance and identify areas for business improvement.



### Getting Started With Google Analytics 360

Learn about powerful Google Analytics 360 features that are not available in the standard product, and gain insight into how you can benefit from integrations with BigQuery, Google Marketing Platform products, and Google Ad Manager.



<https://analytics.google.com/analytics/academy/>

# Links

---

Google Analytics Blog

<https://analytics.googleblog.com/>



Google Analytics  
Blog