

Особенности новой версии Google Analytics и план перехода на GA4

Прекращается поддержка Universal Analytics

02

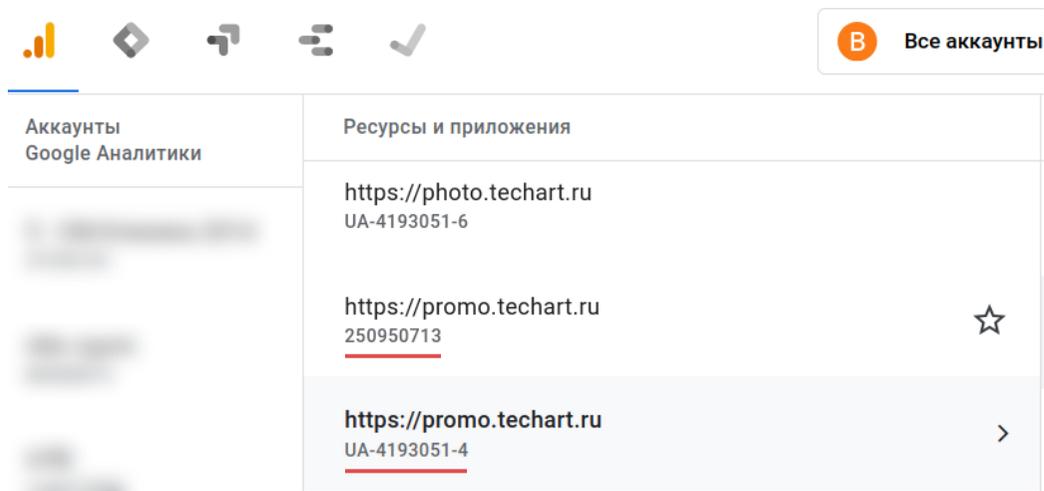
1 июля 2023 года ресурсы Universal Analytics прекратят обрабатывать новые обращения.

- После этой даты уже имеющиеся данные Universal Analytics будут доступны в течение как минимум шести месяцев.
- В ближайшие месяцы мы дополнительно сообщим, когда поддержка ресурсов Universal Analytics будет прекращена окончательно.
- Вы получите электронное письмо с подробной информацией незадолго до того, как ресурс Universal Analytics станет полностью недоступен.
- После этой даты вы больше не сможете просматривать отчеты Universal Analytics в интерфейсе Аналитики или получать доступ к данным Universal Analytics через API.
- Если до начала 2023 года вы не создадите новый ресурс Google Аналитики 4, то Ассистент настройки создаст его для вас. **(Нет)**

Как определить версию Google Analytics

По идентификатору ресурса в интерфейсе:

- UA-XXXXXXXX-1 — Universal Analytics
- XXXXXXXXXXX — GA4



Если ресурс создан после октября 2020, то это Universal.

Как определить версию Google Analytics

04

По идентификатору ресурса в коде:

```
<!-- Google Analytics -->
<script>
  (function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
    (i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
    m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
  })(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');
  ga('create', 'UA-XXXXX-Y', 'auto');
  ga('send', 'pageview');
</script>
```



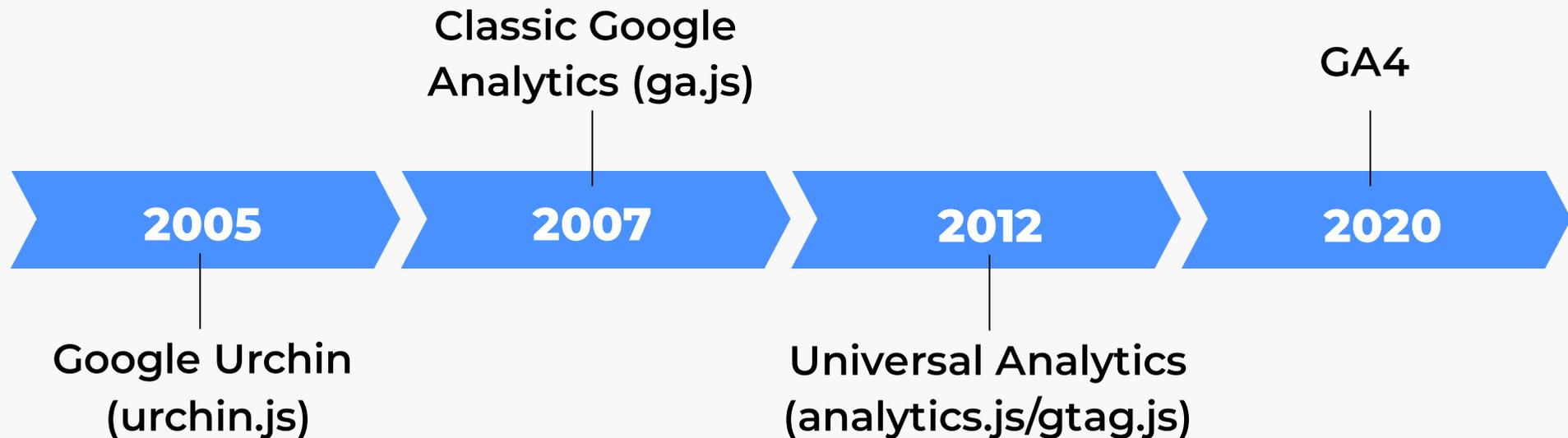
Universal Analytics

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

Немного истории

05

Это не первая смена методики отслеживания в Google Analytics.



Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4

06

1. В Universal Analytics выделено 7 типов взаимодействий (хиты, hits).

Universal Analytics

Просмотр страницы (page view)

Событие (event)

Эл. коммерция (ecommerce)

Социальное (social)

Таймеры (user timing)

Исключение (exception)

Страница приложения (screen view)

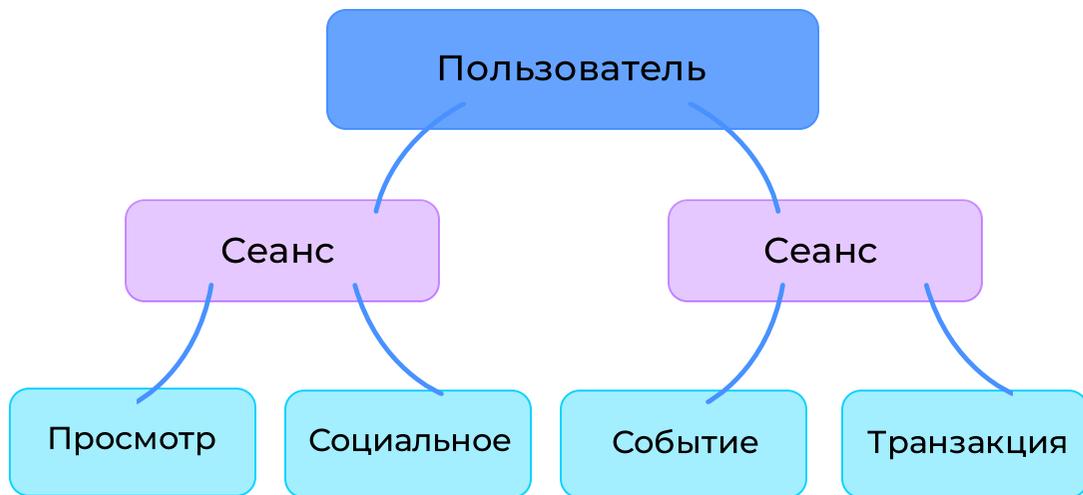
GA4

Событие (event)

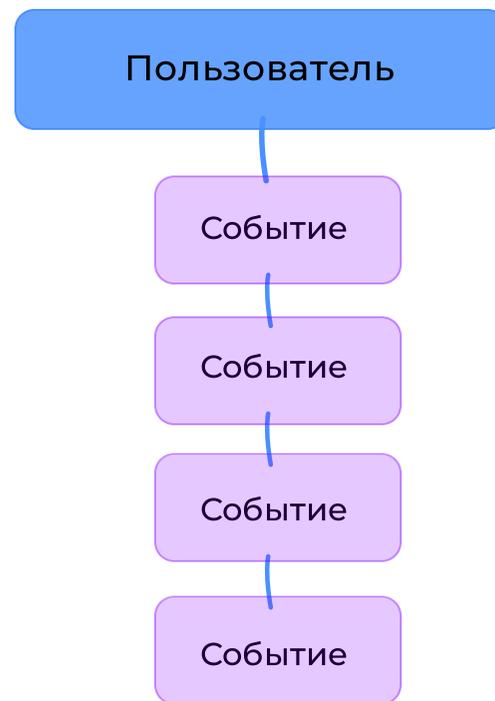
Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4

2. Разные модели отслеживания

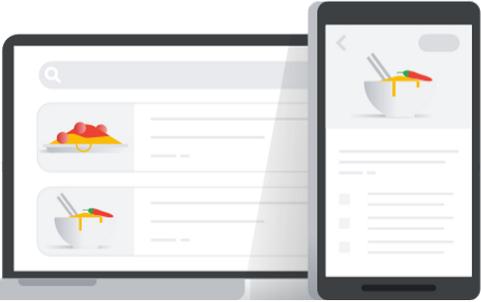
Сеансо-ориентированная модель



Событийно-ориентированная модель



Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: события



Автоматически собираемые:

- Первый визит (first_visit)
- Начало сеанса (session_start)
- Активность (user_engagement)

[Подробнее](#)

Расширенные события:

- Клики по ссылке (click)
- Скачивание файлов (file_download)
- Отправка форм (form_submit)

[Подробнее](#)

ⓘ Не требуют добавления кода на сайт/приложение

Рекомендуемые события:

- Покупка (purchase)
- Авторизация (login)
- Просмотр товара (view_item)

[Подробнее](#)

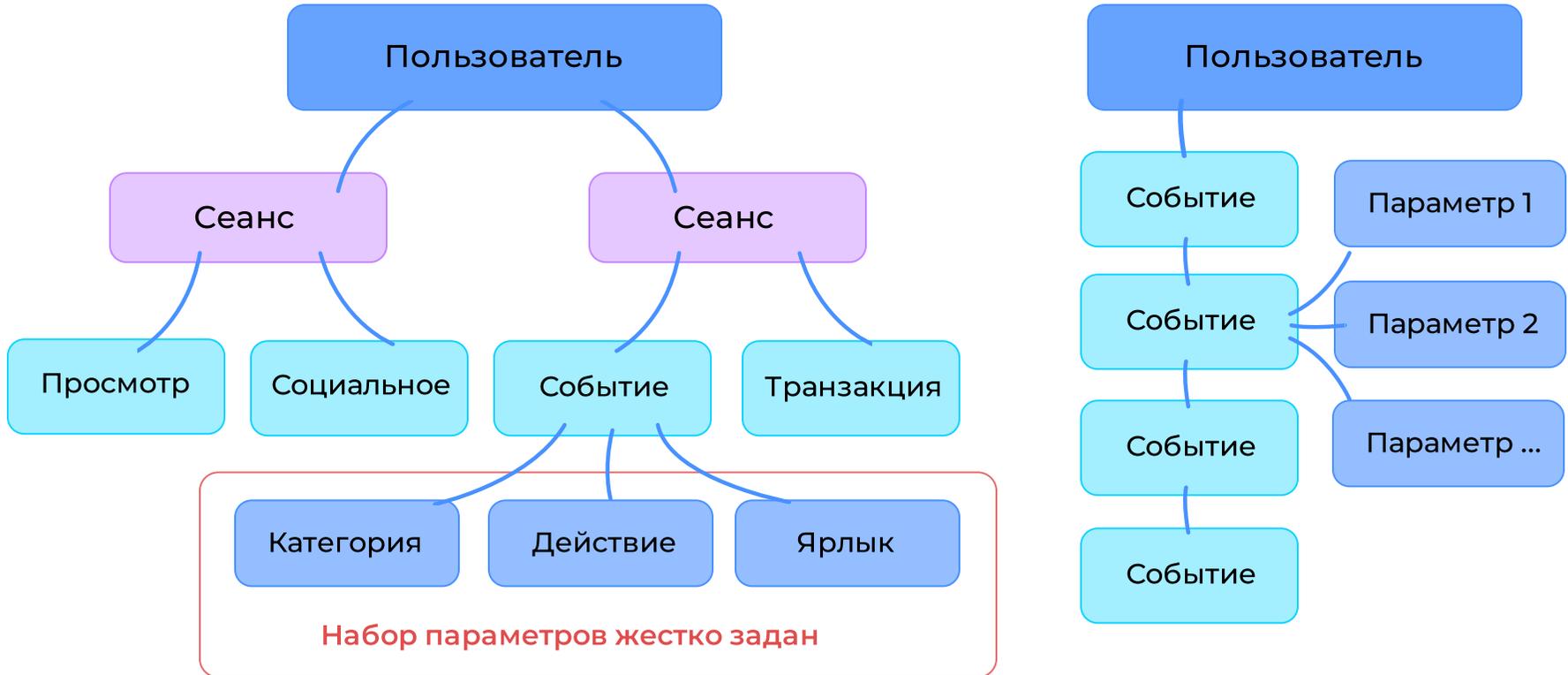
Произвольные события:

- Сравнение товаров
- Нажатие на элемент интерфейса
- Нестандартный функционал

[Подробнее](#)

ⓘ Требуют добавления кода на сайт/приложение

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: события



⚠ Заполнение формы обратного звонка:
`ga(send, event, forms, send, callback)`

⚠ Заполнение формы обратного звонка:
`gtag('event', 'send', {
 'form': 'callback',
 'placement': 'header'
});`

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: показатели в отчетах

3. Различия в метриках и параметрах отчетов

Пользователи

Название метрики	Universal Analytics	GA4
Всего пользователей	Общее количество пользователей	Общее количество пользователей
Новые пользователи	Впервые взаимодействовали с сайтом	У которых ранее не было сеансов
Активные пользователи	-	Количество уникальных пользователей, у которых был зафиксирован сеанс с взаимодействием*

* Сеансом с взаимодействием считается сеанс, продлившийся как минимум 10 секунд или принесший хотя бы одну конверсию или два просмотра страницы или экрана.

ⓘ Допустимы расхождения.

В интерфейсе UA «Пользователи» = «Всего пользователей».

В интерфейсе GA4 «Пользователи» = «Активные пользователи».

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: показатели в отчетах

Сеансы

Название метрики	Universal Analytics	GA4
Сеанс	<p>Период активного взаимодействия пользователя с сайтом или приложением.</p> <p>Ограничивается:</p> <ul style="list-style-type: none">• отсутствием активности 30 мин.;• сменой источника/ПК;• наступлением полуночи;• закрытием браузера.	<p>Срабатывание события 'session_start', которое создает идентификатор сеанса.</p> <p>Связывается со всеми последующими событиями этого сеанса.</p> <p>Ограничивается:</p> <ul style="list-style-type: none">• отсутствием активности 30 мин.;• закрытием браузера.

- ⓘ Допустимы расхождения.
В GA4 количество сеансов = количеству уникальных идентификаторов сеансов.

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: показатели в отчетах

Просмотры страниц

Название метрики	Universal Analytics	GA4
Просмотр страницы	Количество просмотренных страниц, включая повторяющиеся.	Просмотры Количество просмотренных экранов приложений и/или веб-страниц.
Уникальный просмотр страницы	Количество просмотренных страниц без учета повторных.	-

- ⓘ Допустимы расхождения.
GA4 суммирует просмотры в вебе и приложениях.

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: показатели в отчетах

Показатель отказов

Название метрики	Universal Analytics	GA4
Показатель отказов	Доля сеансов на сайте, когда пользователь просмотрел только одну страницу и сервер Аналитики получил только один запрос.	Доля сеансов без взаимодействий*.

*Сеансом с взаимодействием считается сеанс, продлившийся как минимум 10 секунд или принесший хотя бы одну конверсию или два просмотра страницы или экрана.

ⓘ Допустимы расхождения.

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: показатели в отчетах

Конверсии

Название метрики	Universal Analytics	GA4
Конверсия	<p>Действие пользователей, определенное как «Цель».</p> <p>В рамках одного сеанса может быть засчитана только одна конверсия для определенной цели.</p>	<p>Действие пользователей, отмеченное как событие-конверсия.</p> <p>GA4 учитывает каждое событие-конверсию, даже если оно регистрируется несколько раз в течение одного сеанса.</p>

ⓘ Допустимы расхождения.

В GA4 нет целей типа «Просмотр страницы», «Время на сайте», «Умная цель», «Страниц/сеанс».

В GA4 данные по конверсиям обрабатываются дольше.

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: показатели в отчетах

Количество событий

Название метрики	Universal Analytics	GA4
Всего событий	Активация события с параметрами «Категория», «Действие» и «Ярлык».	-
Количество событий	-	Суммарное количество действий пользователей на сайте, вкл. просмотры страниц и пр.

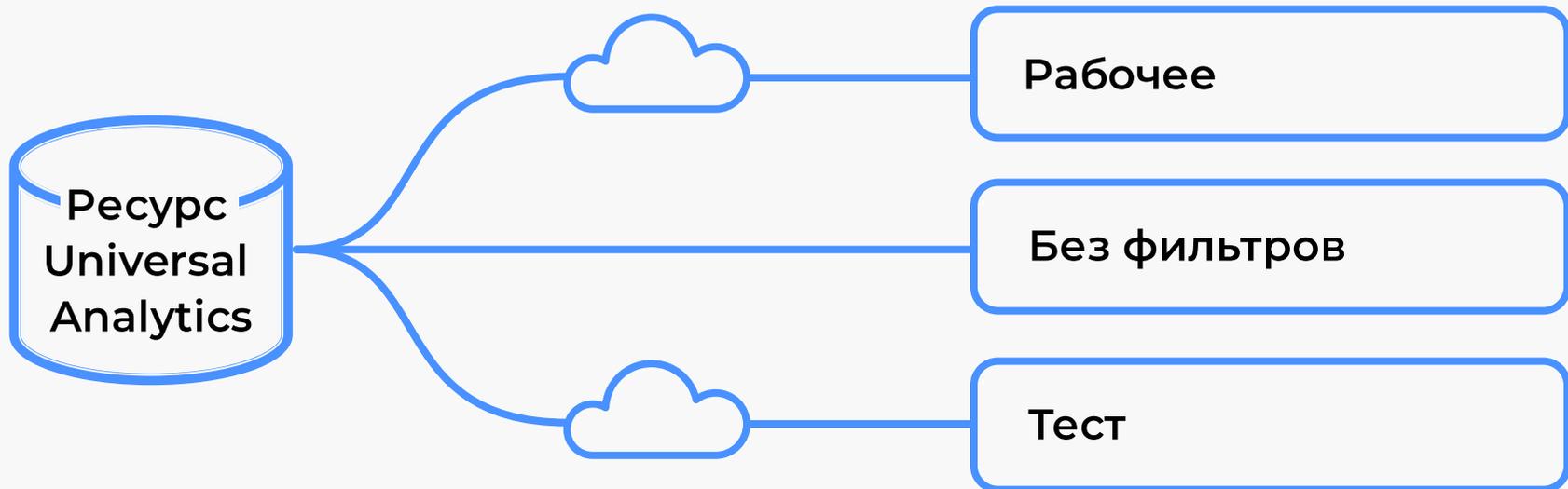
ⓘ Допустимы расхождения.

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: представления, фильтры

4. В GA4 нет представлений и некоторых фильтров Universal Analytics

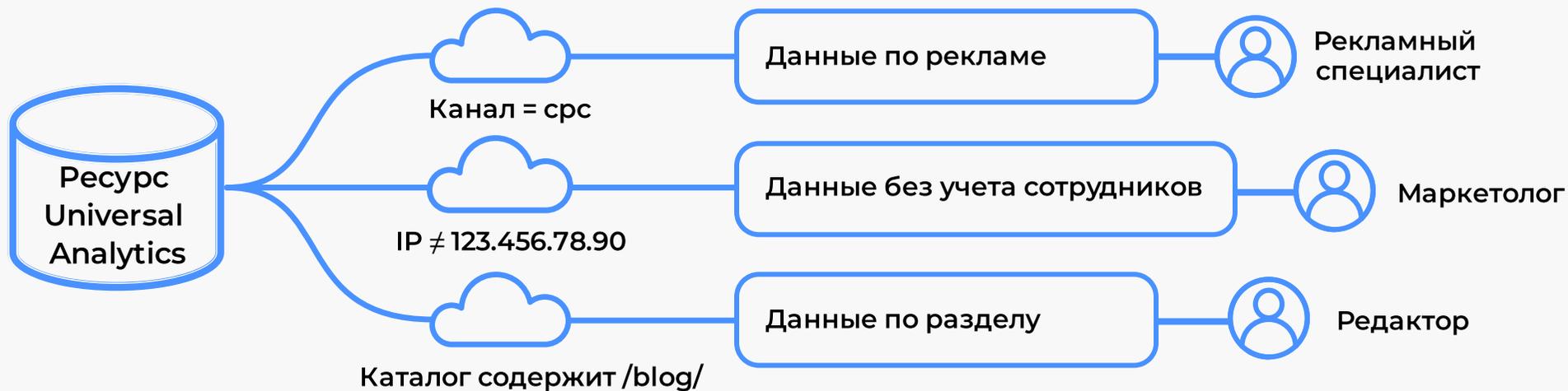
По рекомендации Google для ресурса Universal должно было использоваться 3 представления:

- без фильтров;
- рабочее (со всеми фильтрами);
- тестовое (для экспериментов с фильтрами).



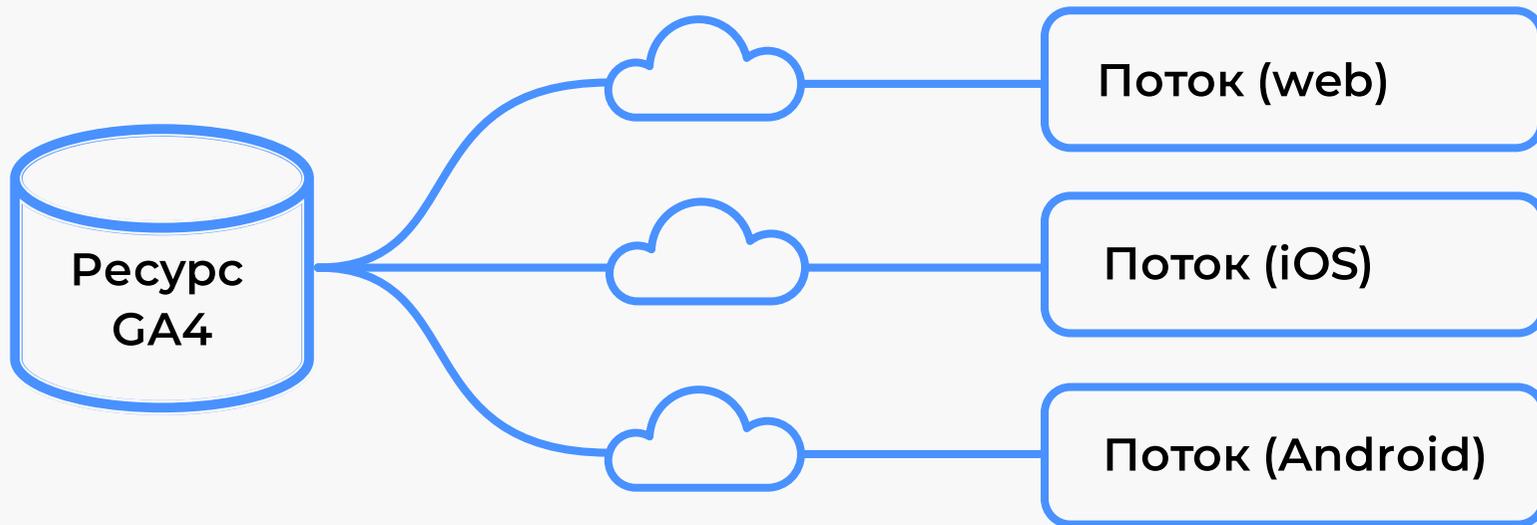
Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: представления, фильтры

Фильтры — набор правил, которые определяют набор данных, попадающих в представление.



Пример настройки ресурса в Universal Analytics

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: представления, фильтры



- ⓘ Каждый новый поток в GA4 = уникальный идентификатор, т.е. код отслеживания. В GA4 можно фильтровать трафик по [IP-адресам](#) и [источникам перехода \(referrer\)](#). Понятия «представление» в GA4 нет.

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: спец. определения

5. В GA4 отличаются уровни действия («области» в Universal Analytics) спец. параметров и показателей

Специальные параметры и показатели позволяют сопоставлять данные из Google Аналитики с информацией, полученной из других источников:

- Параметры: id пользователя (из CRM), его роль, логин, тип страницы/контента и пр.
- Показатели: время чтения статьи, отображаемая цена, скидка и пр.

Universal Analytics (область действия)	GA4 (уровень)
Обращение	Событие
Пользователь	Пользователь
Сеанс	—
Товар	Параметры эл. торговли

GA4 по умолчанию отслеживает ряд [показателей и метрик пользователей](#).

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: код отслеживания

6. В GA4 изменился «синтаксис» кодов событий, спец. определений и ЭТ

События

```
ga(send, event, forms, send, callback);
```

```
gtag('event', 'send', {  
  'form': 'callback',  
  'placement': 'header'  
});
```

Специальные параметры и метрики

```
ga('set', {  
  'dimension1': '12345'  
});
```

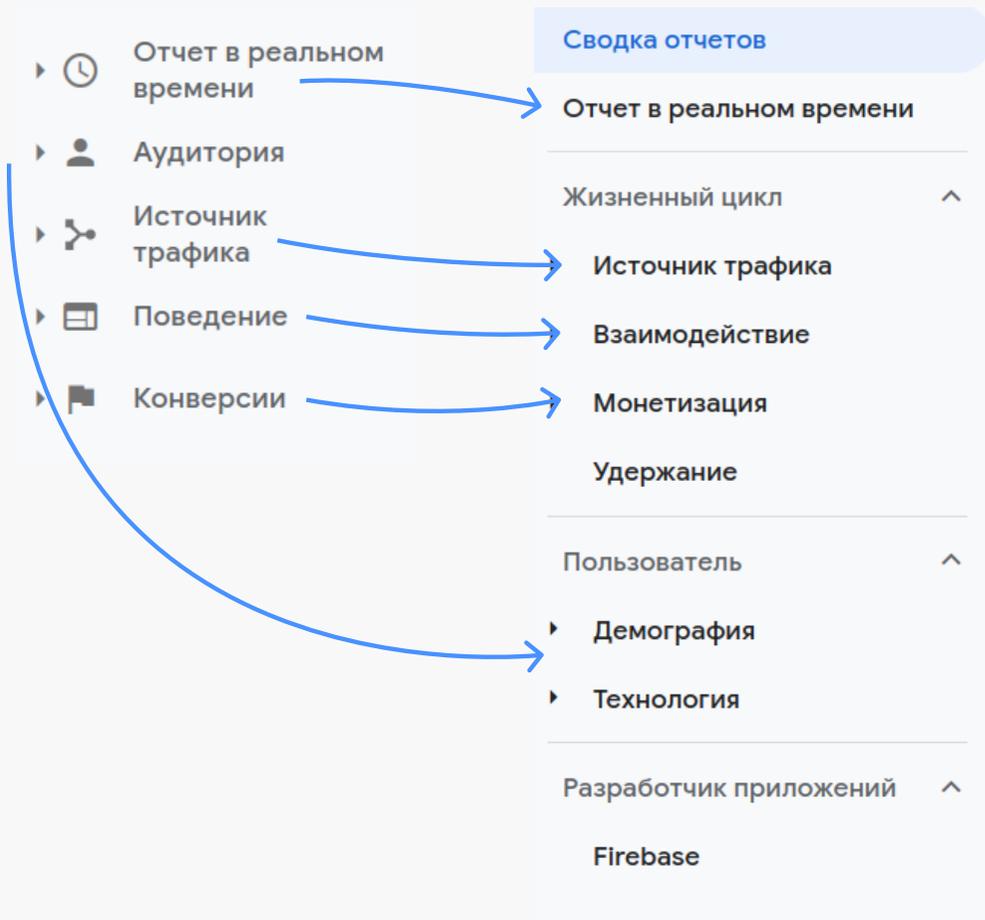
```
gtag('set', 'user_properties', {  
  userID: '12345'  
});
```

Электронная торговля

```
'event': 'addToCart',  
'ecommerce': {  
  'currencyCode': 'EUR',  
  'add': {  
    'products': [{  
      'name': 'T-Shirt',  
      'id': '12345',
```

```
gtag("event", "add_to_cart", {  
  currency: "USD",  
  value: 7.77,  
  items: [  
    {  
      item_id: "12345",  
      item_name: "T-Shirt",
```

Ключевые отличия Universal Analytics vs GA4: отчеты



Отчеты Universal Analytics, которых нет в стандартных GA4 (создаются в конструкторе):

1. [Просмотры](#)
2. [Конверсии по страницам](#)
3. [Страницы выхода](#)
4. [Путь к покупке \(воронка\)](#)
5. [Обратный путь к цели](#)

План перехода на GA4

1. [Проверьте](#) идентификатор ресурсов в Google Analytics
2. Если ресурс GA4 еще не создан, то [создайте его](#).
 - Можно кликнуть по баннеру в представлении Universal и воспользоваться [ассистентом настройки](#).
3. Проверьте используемый код отслеживания на сайте:
 - если установлен gtag.js, то изменять его не придется
 - если установлен analytics.js, то его придется [заменить на новый](#)
4. Перенесите [настройки целей](#) из Universal Analytics > GA4.
5. Если в Universal Analytics передавались события, то попытайтесь найти их аналог среди [преднастроенных событий GA4](#).
 - чтобы старые коды событий продолжали работать в GA4, нужно включить их поддержку:
Администратор > Поток данных > Настройка тега > Показать все > Сбор событий Universal Analytics
 - если аналогов найти не удалось, то [настройте передачу данных о новых событиях](#).

План перехода на GA4

6. Если в Universal Analytics передавались пользовательские параметры и показатели, то попытайтесь найти их аналоги среди [метрик по умолчанию](#).
 - если не удалось, то настройте передачу, используя [синтаксис GA4](#).
7. При необходимости включите [междоменное отслеживание](#) — тогда переходы с одного сайта на другой не будут считаться внешними.
8. Настройте фильтры для потока: [исключение источников перехода](#) и [IP-адресов](#).
9. Если в Universal Analytics передавались сведения по электронной торговле, то настройте их передачу в GA4
 - если используется версия analytics.js, то надо [мигрировать на gtag.js](#)
 - если используется gtag.js, то у него есть совместимость (обратная в т.ч.) с GA4, но с [некоторыми ограничениями](#), с ними надо ознакомиться и принять решение о необходимости миграции.
10. Проверьте корректность передачи данных через [DebugView](#).

План перехода на GA4

11. Экспортируйте исторические данные из Universal Analytics через [csv/xls](#), [API](#) или через [Google Sheets](#).

Полезные ссылки

- [Полное справочное руководство по переносу данных](#)
- [Функции Universal Analytics в GA4](#)
- [Плагин для переноса большого числа пользователей Google Analytics \(через Google Sheets\)](#)
- [Отчеты Google Analytics 4](#)



Консалтинг, цифровая трансформация,
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития



Андрей Титенко

Зам. директора по маркетингу,
руководитель практики технологического маркетинга

titenko@techart.ru

+7 495 790 75 91

techart.ru

info@techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование
research.techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR
promo.techart.ru

Дизайн-бюро
design.techart.ru

IT-решения и веб-разработка
web.techart.ru

Фотоагентство
photo.techart.ru

Работа в «Текарт»
hr.techart.ru

Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса» t.me/techart_ru