



Jak řešit výpadek dat (nejen) po nasazení cookies lišty

Pavel Tlapák

@ info@paveltlapak.cz

+420 777 450 300

www.paveltlapak.cz

twitter.com/PavelTlapak

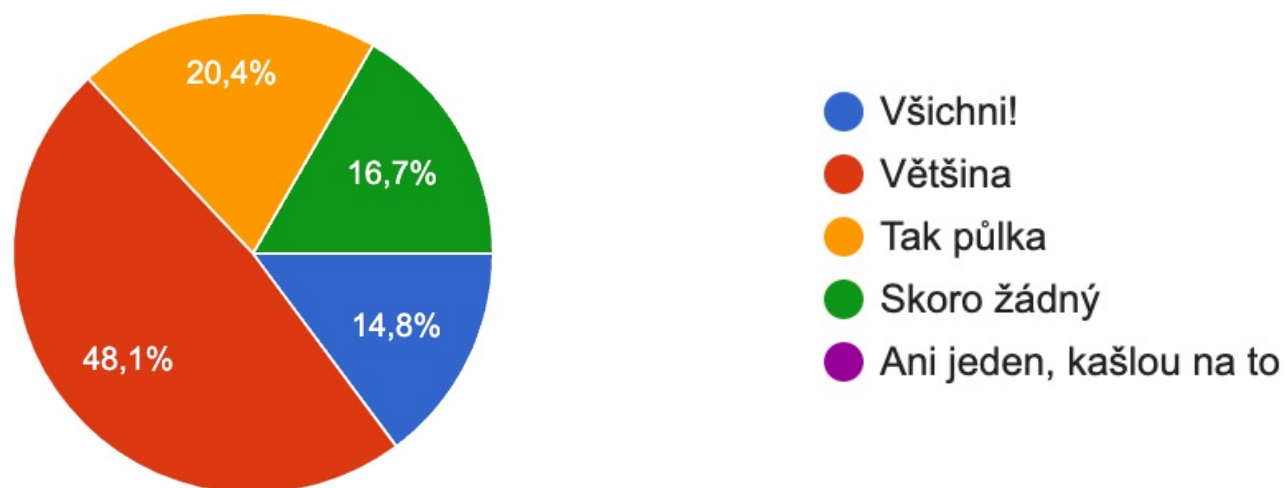
linkedin.com/in/PavelTlapak

facebook.com/PavelTlapak.cz

Data o ztrátě dat



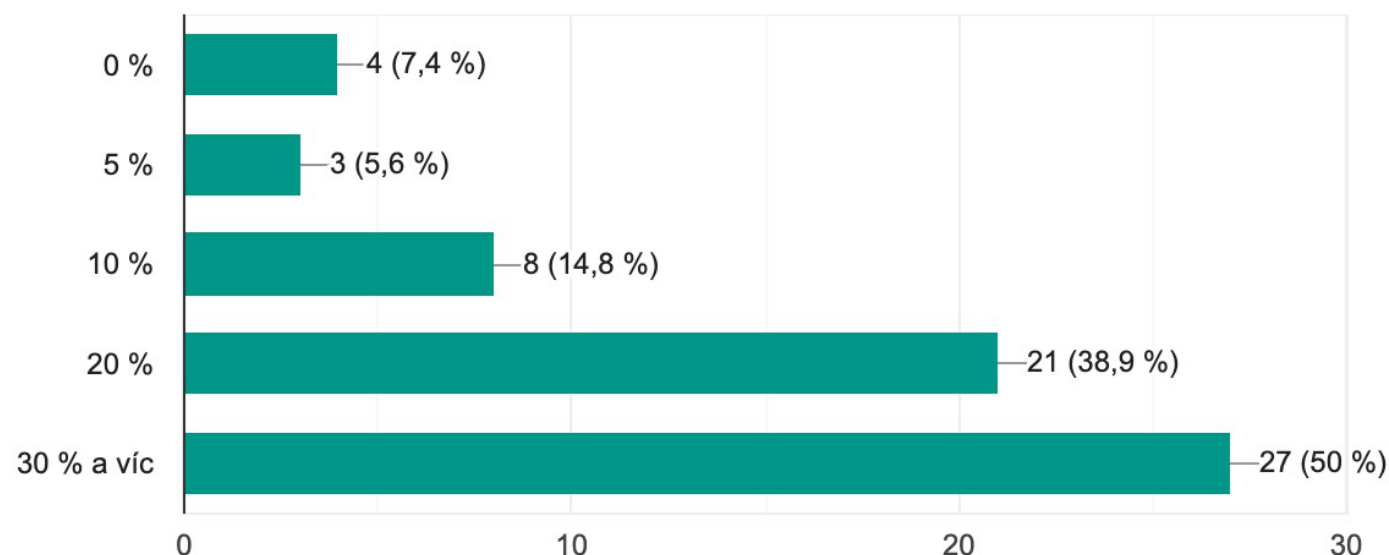
Kolik vašich klientů má novou cookies lištu nasazenou?



Řešili jste, jaké má cookies lišta klientů UX a implementaci, aby došlo k co nejmenší ztrátě dat?



O kolik dat jste u klientů vlivem cookies lišty přišli?



Jak ztráta dat ovlivnila vaši práci a její výsledky?

*„**Nijak zásadně**, Jen jsme upravil PNO či CPA a hlídal automatické strategie.“*

*„**někde zásadní** - například ztráta 90% = nedá se dělat skoro nic“*

*„Přijde mi, že je to vlastně pro vyhodnocování a celkově online marketing **pozitivum**.
Snažím se klienty učit, aby se na náklady na online marketing dívali komplexně
a ideálně to házeli do jedné škatulky.“*

*„opakovaná komunikace s klienty, **vysvětlování** ...“*

*„U malých klientů jsem **zavelel zpět**.“*

„redefinování KPI s klientem, slepota při optimalizaci, rozkolísání výsledků u automatických strategií“



Důsledky výpadku dat v PPC

Zvýšení PNO a snížení výsledků v analytických nástrojích

Optimalizace - automatizované kampaně

Optimalizace – granulizované entinty s málo daty



Řešení důsledků



Jak to řeší někteří z nás

„nijak“

*„téměř **na úrovni odhadu**“*

„vypnutí lišty“

*„**"rozbitím"** lišty :-) “*

*„**jsem pro petici** za zařazení analytických cookies do funkčních*



Jak se data ztrácí?

Do GA nejde nic

X

Do GA jde “něco”



1. Měřicí kód se nespustí vůbec

Porovnat tržby v GA vs. 1st party data
nyní vs. předchozí období



Domovská stránka

Přizpůsobení

LEDY

V reálném čase

Publikum

Akvizice

Přehled

Veškerá
návštěvnost

Kanály

Stromové mapy

Zdroj / médium

Odkazy

► Google Ads

► Search Console.

► Sociální sítě

► Kampaně

Atribuce BETA

Objevit

Správce



Všichni uživatelé
100,00 % Uživatelé



+ Přidat segment

18. 1. 2022 - 6. 2. 2022 ▼

Průzkumník

Souhrn Používání webu Elektronický obchod

Uživatelé vs. Vybrat metriku

Den Týden Měsíc



● Uživatelé

4 000

2 000

... 19. 1. 20. 1. 21. 1. 22. 1. 23. 1. 24. 1. 25. 1. 26. 1. 27. 1. 28. 1. 29. 1. 30. 1. 31. 1. 1. 2. 2. 2. 3. 2. 4. 2. 5. 2. 6. 2.

Primární dimenze: Zdroj / médium Zdroj Médium Klíčové slovo Další ▼

Zobrazit řádky v grafu

Sekundární dimenze ▼

Typ řazení: Výchozí ▼



rozšířený



Zdroj / médium ?	Akvizice			Chování			Konverze Elektronický obchod ▼		
	Uživatelé ? ↓	Noví uživatelé ?	Návštěvy ?	Míra okamžitého opuštění ?	Počet stránek na 1 relaci ?	Prům. doba trvání relace ?	Konverzní poměr elektronického obchodu ?	Transakce ?	Tržby ?
	30 065 Podíl z celku v %: 100,00 % (30 065)	23 401 Podíl z celku v %: 100,05 % (23 390)	54 738 Podíl z celku v %: 100,00 % (54 738)	61,16 % Prům. pro výběr dat: 61,16 % (0,00 %)	3,27 Prům. pro výběr dat: 3,27 (0,00 %)	00:02:15 Prům. pro výběr dat: 00:02:15 (0,00 %)	1,13 % Prům. pro výběr dat: 1,13 % (0,00 %)	616 Podíl z celku v %: 100,00 % (616)	2 646 802,10 Kč Podíl z celku v %: 100,00 % (2 646 802,10 Kč)



info@paveltlapak.cz
www.paveltlapak.cz

Jak řešit výpadek dat (nejen) po nasazení cookies lišty

 PRODUKTY

 ZÁKAZNÍCI

 POKLADNA

 SHOPTET PAY

 VZHLED A OBSAH

 MARKETING

 PROPOJENÍ

 STATISTIKY

Návštěvnost

Objednávky a obraty

Pokladna

Stránky

Objednávky a obraty

Všechny státy

Česká republika

Filtr

Datum od

18.01.2022

Datum do

6.02.2022

Způsob dopravy

Název platby

Stav objednávky

Zdroj

Skupina

Časové období

Vlastní

FILTROVAT

X

Období ⓘ	Počet objednávek ⓘ	Celkový obrat ⓘ	Obrat doprav a plateb ⓘ	Obrat ⓘ	Zisková marže ⓘ
	666	2 941 221,70 Kč	45 855 Kč	2 895 366,70 Kč	-845,22 Kč
6.02.	36	211 709,60 Kč	2 037 Kč	209 672,60 Kč	0 Kč
5.02.	20	85 049,50 Kč	1 470 Kč	83 579,50 Kč	0 Kč
4.02.	38	102 850,10 Kč	2 045 Kč	101 814,10 Kč	0 Kč



1. Měřicí kód se nespustí vůbec

18.1.– 6.2.

GA: 2 646 802 Kč; 1st party: 2 941 221,70 Kč

→ 89.9% dat

18.11.– 7.12.

GA: 5 347 947,30 Kč; 1st party: 5 542 063,90 Kč

→ 96.4 % dat



1. Měřicí kód se nespustí vůbec

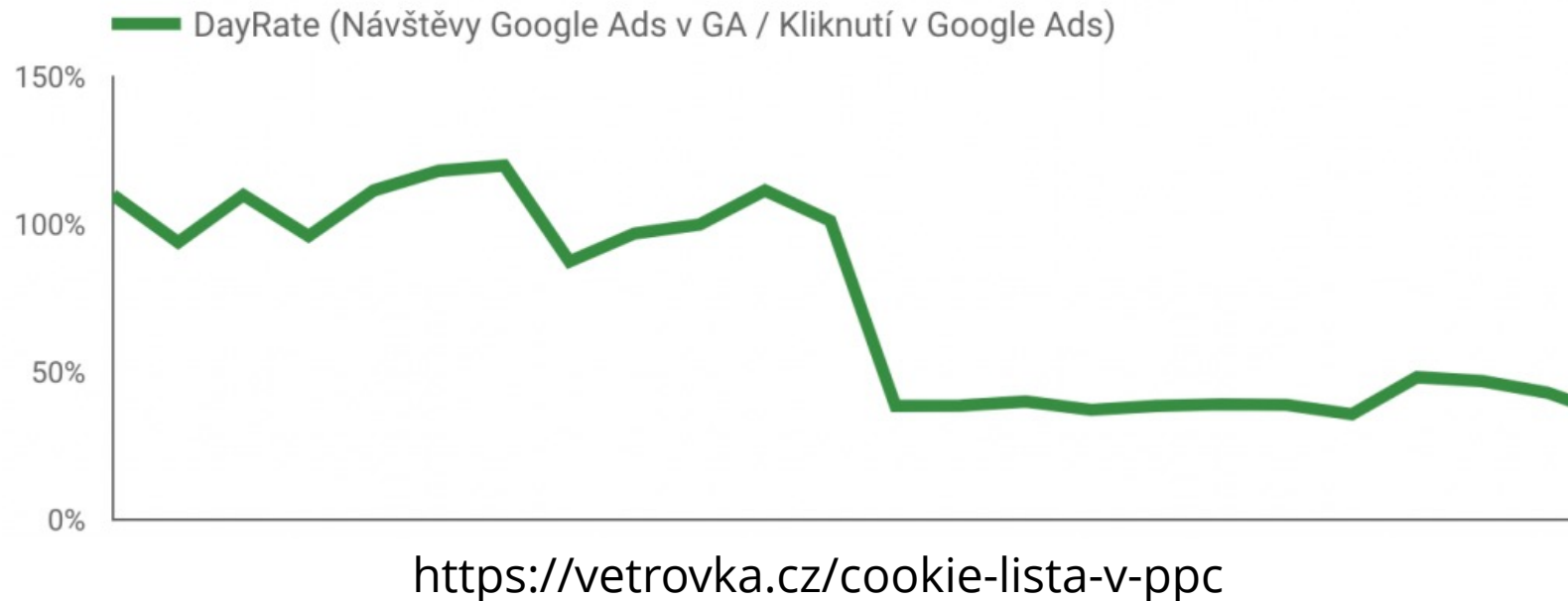
$$96.4 / 89.9 = \mathbf{1,072}$$

Koeficient pro dopočítání ztracených dat napříč kanály



1. Měřicí kód se nespustí vůbec

Alternativa: podíl prokliků z PPC a návštěv ze zdroje v GA



2. Měřicí kód se spouští s novou cookie nebo bez cookie

Porovnat % podíl transakcí jednotlivých kanálů vs. Direct
teď a v předchozích obdobích (případně v atribuci)



2. Měřicí kód se spouští s novou cookie nebo bez cookie

google / cpc								
18.1.2022 - 6.2.2022	42 974 (41,44 %)	39 722 (43,05 %)	56 063 (44,10 %)	68,69 %	2,50	00:01:25	0,62 %	345 (37,06 %)
29.12.2021 - 17.1.2022	38 948 (51,63 %)	32 334 (57,85 %)	57 808 (55,09 %)	63,40 %	2,71	00:01:42	0,76 %	440 (49,61 %)
Změněno v procentech	10,34 %	22,85 %	-3,02 %	8,35 %	-7,45 %	-17,08 %	-19,15 %	-21,59 %
(direct) / (none)								
18.1.2022 - 6.2.2022	21 315 (20,56 %)	21 163 (22,93 %)	23 817 (18,73 %)	79,30 %	2,25	00:01:31	1,07 %	254 (27,28 %)
29.12.2021 - 17.1.2022	2 887 (3,83 %)	2 671 (4,78 %)	3 857 (3,68 %)	56,55 %	4,06	00:03:18	1,69 %	65 (7,33 %)
Změněno v procentech	638,31 %	692,32 %	517,50 %	40,25 %	-44,63 %	-54,01 %	-36,72 %	290,77 %



2. Měřicí kód se spouští s novou cookie nebo bez cookie

Direct: 1-65/254

74% objednávek directu patří jiným kanálům

G Ads dříve tvořilo 49,61 % podílu tržeb

$0,49 * 0,74$

→ 36% objednávek/tržeb directu může patřit Google Ads



Pokročilé a poloautomatizované dopočítávání

<https://www.rujzl.cz/cookie-lista-v-ppc-jak-jsme-se-poprali-s-vypadkem-dat-po-nasazeni-cookie-listy/>



Další nápady

*"Posílám si data o transakcích přímo **do ga pomocí measurement protokolu** a taky ručně dopocitavam data do tabulek."*

*"**Server side measurement**, import dat z CRM."*

*"Nechali jsme u klientů, kteří mají námi vytvořený web, nastavit interní statistiky v rámci administrace, které pracují i s UTM parametry. Tyto UTM parametry pak, v případě potřeby, doplňujeme i do URL adres reklamních inzerátů, apod. Tím pádem máme alespoň data ze vstupu, odkud nám uživatelé přišli a zda nakoupili a za kolik už **na základě cookies první strany**."*



Další nápady

"Odesílání anonymizovaných informací skrze gtag službám Google, logování serverových anonymních dat pro domodelování chybějících údajů"

"ML Inkrementální analýza, propojení GA dat, CRM dat a dat z marketingových platforem"



Řešení příčiny



Právní, implementační a UX aspekty cookies

bit.ly/cookielista

[https://www.pavelungr.cz/
jak-na-cookie-listu-v-roce-2022-prace-s-cookies-v-roce-2022-saga-pokracuje-petra-dolejsova/](https://www.pavelungr.cz/jak-na-cookie-listu-v-roce-2022-prace-s-cookies-v-roce-2022-saga-pokracuje-petra-dolejsova/)



Právní, implementační a UX aspekty cookies

*„Ztráta 20, 30 a víc procent dat z KPI může být pro e-shop likvidační.
Bud' riskuju likvidaci přesným posloucháním nařízení ÚOOÚ
nebo riskuju, že když mě někdo udá, tak mě ÚOOÚ
vyzve k nápravě nebo dostanu nějakou pokutu“*



Čekat

ePrivacy (2025?)

Co uživatelé

Co prohlížeče

Co měřící nástroje (např. consent mode v GA4)



Implementace

Consent mode měření vs. vůbec žádné

Cookieless měřící nástroje (např. Plausible)
alternativa k měření bez cookies - hodně jednoduché



Jak to vojebem?!

Nemám lištu

Mám na oko

Mám ideálně pro UX

Mám podle právníků



Příklady

00 m² dřevomateriálu na 1 místo, barvy i montážní materiál

Aby web fungoval, jak má (souhlas s cookies)

Pro co nejlepší zážitek z nakupování - aby fungovalo vyhledávání, abychom si pamatovali, co máte v košíku, abyste jednoduše zjistili stav vaší objednávky, abychom vás neobtěžovali nevhodnou reklamou a abyste se nemuseli pokaždé přihlašovat. Proto od vás potřebujeme souhlas se zpracováním souborů cookies. [Více informací](#)

PŘIJMOUT VŠE

⚙️ **PODROBNÉ NASTAVENÍ**

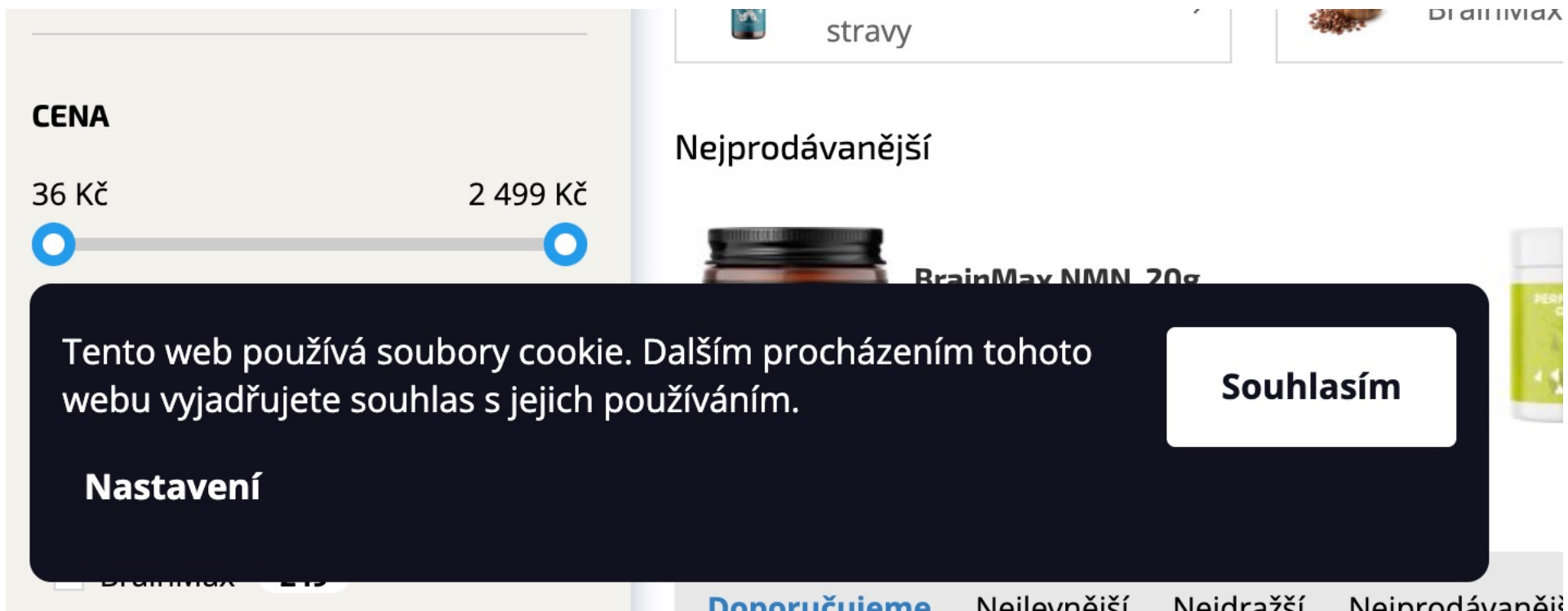
[asádní obklady \(9\)](#) [Dřevoplastové ploty \(211\)](#) [KVH hranoly \(50\)](#)

[SB desky \(17\)](#) [Plastové ploty \(35\)](#) [Prkna na lavičku \(50\)](#)

MATERIÁL DLE POUŽITÍ



Příklady



The screenshot shows a website interface with a price slider on the left and a product listing on the right. The slider is labeled 'CENA' and ranges from 36 Kč to 2 499 Kč. The product listing includes a category 'stravy', a sub-category 'BrainMax', and a product name 'BrainMax NMN 20g'. A dark blue cookie consent banner is overlaid on the bottom half of the image, containing the text: 'Tento web používá soubory cookie. Dalším procházením tohoto webu vyjadřujete souhlas s jejich používáním.' and a 'Souhlasím' button. Below the banner, the text 'Nastavení' is visible. At the bottom of the page, there are navigation links: 'Doporučujeme', 'Nejlevnější', 'Nejdražší', and 'Nejprodávanejší'.

CENA

36 Kč 2 499 Kč

stravy

BrainMax

BrainMax NMN 20g

Tento web používá soubory cookie. Dalším procházením tohoto webu vyjadřujete souhlas s jejich používáním.

Souhlasím

Nastavení

Doporučujeme Nejlevnější Nejdražší Nejprodávanejší



Příklady

6 hodin 42 minut 36 sekund

Souhlas s cookies

Na stránkách používáme soubory cookies (a podobné technologie), abychom mohli sledovat preference návštěvníků těchto stránek a podle toho webové stránky optimalizovali a zlepšovali.

[podrobné nastavení](#)

Odmítnout vše

Přijmout vše

UX

<https://www.ilincev.com/cookies-2022>

<https://www.youtube.com/watch?v=1uggefhhxkUI>

<https://www.marketup.cz/cs/blog/cookie-lista-2022>

<https://analytics.dhl.com/despite-gdpr-up-to-70-analytics-opt-in-rates-why-extensive-testing-is-worth-every-minute-of-effort/>



Ztráta dat tu s námi byla už před cookies lištou



Analytické nástroje podměřují (5-10%)

Prohlížeče blokující měřící nástroje (Firefox, Safari, Edge)

Operační systémy blokující tracking (iOS)

Implicitní zákaz cookies

Ad Blockery



Analytické nástroje podměřují (5-10%)

Chybné filtry v nastavení GA

Chyby v UTM, interní UTM

Chyby v implementaci měření

ID objednávky a příslušné hodnoty se vygenerují až po spuštění GA scriptu

Uživatelé odejdou ještě před načtením scriptu

Část konverzí mimo web (platba kartou a zavření okna)

Násobné spouštění na 1 stránce



Proč se (ne)bát budoucnosti?

ePrivacy (2025?)

Konec 3rd party cookies

Souhlas na úrovni prohlížeče

Privacy Sandbox (FLoC) / Google Topics (místo FLoC)

1st party data

Machine learning a inkrementální analýza



Závěrem

Nejste v tom sami

Startovací čáru, možnosti i rizika mají všichni stejné





<https://www.paveltlapak.cz/cookies-2022/>





Pavel Tlapák



@ info@paveltlapak.cz

+420 777 450 300

www.paveltlapak.cz

twitter.com/PavelTlapak

linkedin.com/in/PavelTlapak

facebook.com/PavelTlapak.cz



IČO: 74115367

Jsem na volné noze a nejsem plátce DPH.