



---

# MIGRACIJA S GOOGLE UNIVERSAL ANALYTICS-A NA GOOGLE ANALYTICS 4

---

Priručnik za članove Hrvatske udruge digitalnih izdavača

## Sadržaj

|  |    |
|--|----|
| Koje su osnovne razlike između Universal Analyticsa i GA4? ..... | 3  |
| Struktura računa .....   | 4  |
| Organizacija i format podataka .....                             | 4  |
| Privatnost podataka .....  | 6  |
| Kontrola podataka.....   | 6  |
| Nove značajke .....  | 7  |
| Više opcija za integraciju .....                                 | 7  |
| Praćenje korisnika.....  | 8  |
| Pregled podataka.....  | 8  |
| Upute za prebacivanje sa Universal Analyticsa na GA4 .....       | 10 |
| Izrada GA4 propertyja .....                                      | 10 |
| Ili.....   | 11 |
| Implementacija GA4 preko Google Tag Manager-a.....               | 13 |
| Korisni linkovi .....  | 17 |

Google Analytics 4 (GA4) je nova verzija Google Analytics platforme koja je predstavljena kao zamjena za prethodnu verziju, poznatu kao Universal Analytics (UA). GA4 pruža napredne mogućnosti praćenja i analize korisničkog ponašanja na web stranicama i mobilnim aplikacijama. Nova verzija donosi promjene u načinu prikupljanja i organizacije podataka, pružajući veću fleksibilnost i detaljne uvide u korisničke interakcije. S osnovom temeljenom na događajima, GA4 omogućava učinkovnije praćenje pojedinačnih akcija korisnika, kontinuirano praćenje preko različitih uređaja i platformi te bolje razumijevanje cjelokupnog korisničkog putovanja.

## Koje su osnovne razlike između Universal Analyticsa i GA4?

UA i GA4 su dvije verzije Google Analyticsa s različitim pristupima u praćenju podataka i analitici. Razlike između UA i GA4 su u strukturi računa, organizaciji i formatu podataka, privatnosti podataka te razini kontrole koju korisnici imaju nad podacima. UA se temelji na hijerarhijskoj strukturi računa, entiteta i prikaza, dok GA4 uvodi fleksibilniju organizaciju podataka putem "Tokova podataka". GA4 također donosi promjenu u formatu podataka fokusirajući se na događaje i parametre umjesto fokusa na preglede stranica i sesije. Što se tiče privatnosti podataka, GA4 naglašava anonimnost i agregaciju podataka kako bi se bolje zaštitila privatnost korisnika. Kontrola podataka je također drugačija u GA4, pružajući korisnicima veću fleksibilnost u odabiru podataka koje žele pratiti i dijeliti.

## **Struktura računa**

Google Analytics 4 uvodi promjene u strukturi računa u usporedbi s Universal Analyticsom kako bi pružio poboljšane mogućnosti praćenja i analize.

U Universal Analyticsu struktura računa sadrži 3 elementa:

Account - Property-View

GA4 struktura računa sadrži slijedeće elemente:

Account - Property - Data streams

U GA4, račun je skup entiteta kojima su podaci često u vlasništvu jedne organizacije i podliježu specifičnim uvjetima pružanja usluge za određenu regiju. Entitet je unutar računa i predstavlja podatke za jednu korisničku bazu. Ako se općenito podaci trebaju analizirati zajedno (kao što su linija proizvoda, marka ili aplikacija) preporučljivo je da ti podaci budu unutar jednog entiteta. Stream podataka (Data-stream) se nalazi unutar entiteta i predstavlja izvor podataka iz aplikacije ili web stranice. Najbolja praksa je koristiti najviše tri streama podataka po webu npr. jedan pojedinačni tok podataka za mjerenje korisničkog putovanja na webu i jedan tok podataka za aplikacije za iOS i Android.

## **Organizacija i format podataka**

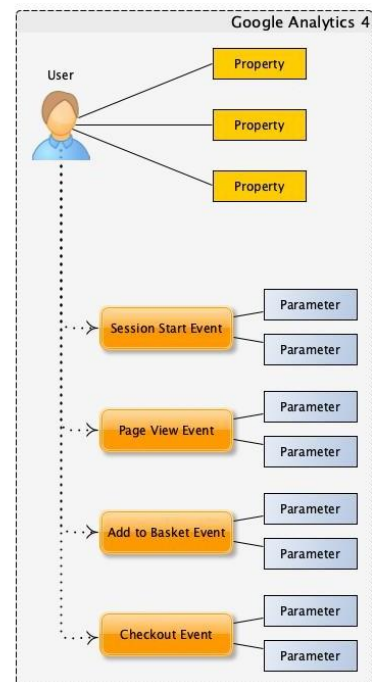
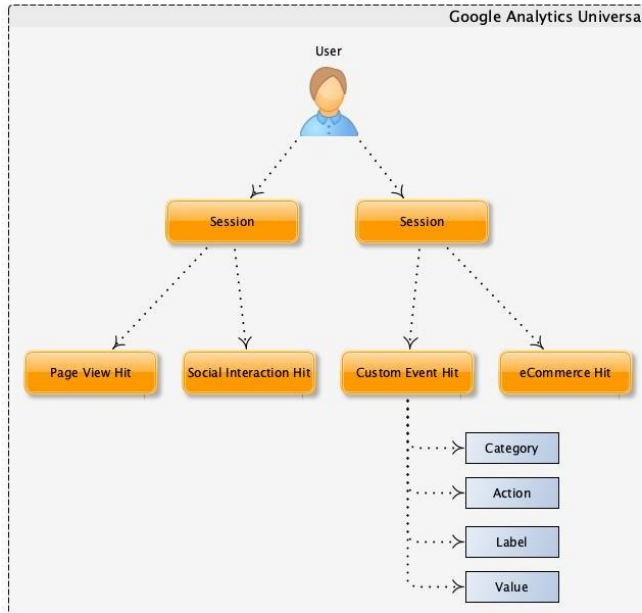
Jedna od ključnih razlika između UA i GA4 je način na koji su podaci organizirani. Organizacija podataka u GA4 fokusira se na "event", odnosno na događaj kao osnovni blok modela za razliku od sesija u UA. Struktura podataka u GA4 sastoji se od događaja, parametra događaja i svojstvo korisnika ("event", "parameter" i "user property");

- Događaj: Događaj predstavlja pojedinačnu radnju ili interakciju korisnika s web stranicom ili aplikacijom. To može biti klik na gumb, pregled stranice, dodavanje proizvoda u košaricu ili bilo koja druga akcija koju želite pratiti.
- Parametar događaja: Parametri događaja su dodatne informacije povezane s događajem. Oni pružaju detalje o samom događaju, kao što su identifikator proizvoda, vrijednost transakcije ili vrsta korisničke radnje. Parametri pomažu u

razumijevanju konteksta događaja i omogućuju detaljniju analizu.

- Svojstvo korisnika: Svojstvo korisnika je atribut koji pruža dodatne informacije o korisniku. To mogu biti demografski podaci, interesi, vrsta korisničkog računa ili bilo koja druga karakteristika. Svojstvo korisnika omogućuje segmentaciju korisnika i pruža dodatne informacije o njihovim osobinama i preferencijama.

Dakle, ranije se Google Analytics fokusirao na sesije korisnika dok GA4, s druge strane, analizira ponašanje korisnika s fokusom na događaje poput toga je li korisnik pogledao barem pola stranice. Na temelju ovog događaja, digitalni izdavač može izvesti obrazložena nagađanja o korisnikovom ponašanju, poput onoga što korisnika navodi da čita vijesti umjesto da odlazi s web stranice. Prema tome, model podataka stavlja korisnika odnosno korisnikove akcije u centar organizacije web analitike, što znači da se organizacija podataka događa na razini korisnika odnosno događaja kojeg je aktivirao, a ne na razini sesije korisnika.



Prikaz modela podataka u UA i GA4

Također, korištenje GA4 traži veće oslanjanje korisnika na upotrebu Google Tag Managera zbog definiranja tagova događaja koje je potrebno mjeriti. Na taj način izdavačima kontrolu i fleksibilnost određivanja parametara koji su mu od značaja.

Osim drugačije organizacije podataka, GA4 je redefinirao, izbacio i definirao nove dimenzije i metrike, prema čemu treba biti oprezan pri izjednačavanju metrijskih koncepata između dva Analyticsa.

### ***Privatnost podataka***

GA4 omogućuje izdavačima jednostavniju integraciju upravljanja pristankom korisnika i obavještanje o korištenju kolačića. Također, GA4 pruža veću fleksibilnost i kontrolu nad prikupljanjem podataka što omogućuje izdavačima da se prilagode svojim internim politikama privatnosti i zahtjevima korisnika.

### ***Kontrola podataka***

Promjena u politici zadržavanja podataka između Google Analyticsa 4 i Universal Analyticsa odnosi se na pristup i trajanje zadržavanja podataka. UA je omogućavao duže razdoblje zadržavanja podataka kao zadane postavke, često godinama ili čak neograničeno. S druge strane, GA4 je postavio zadano razdoblje zadržavanja podataka na maksimalno 14 mjeseci. Ovo kraće razdoblje zadržavanja podataka u GA4 ima za cilj smanjenje količine prikupljenih podataka i bolje usklađivanje s praksama zaštite privatnosti.

Također, važna stavka je to da korisnici ne mogu jednostavno uvesti svoje povijesne podatke iz UA u GA4. To je zbog toga što podatkovne tablice u GA4 nisu shematski kompatibilne s onim u UA. Ovaj novi način organiziranja podataka u GA4 zahtijeva prilagodbu i restrukturiranje postojećih podataka kako bi bili kompatibilni s novim formatom.

To znači da korisnici trebaju koristiti treću platformu za integraciju povijesnih podataka (npr. korisnik može izvesti povijesne podatke u BigQuery).

GA4 donosi ažurirano i intuitivno sučelje koje je optimizirano za jednostavan prikaz podataka. U usporedbi s Universal Analyticsom koje je imalo nešto složenije sučelje, GA4 nudi preglednije izvještaje i grafičke prikaze. Ovo čini prikaz podataka lakšim i razumljivijim za izdavače što im omogućuje brzo pronalaženje ključnih informacija i brzu analizu performansi.

Također, napredna tražilica omogućuje izdavačima da brzo dobiju odgovore na pitanjavezana uz njihove podatke. Izdavači mogu postavljati pitanja na prirodnom jeziku, poput "Koje su najposjećenije stranice?" ili "Koliko korisnika dolazi s društvenih mreža?", a tražilica će generirati odgovore temeljene na dostupnim podacima.

## Nove značajke

Google Analytics 4, donosi niz novih značajki koje su od posebnog interesa za izdavače. Nova verzija Google Analyticsa pruža napredne mogućnosti praćenja i analize koje omogućuju izdavačima da dublje razumiju svoju publiku, optimiziraju sadržaj i poboljšaju angažman korisnika. Nove značajke u GA4 nude bolju vidljivost u stvarnom vremenu, detaljnije izvještavanje o događajima i napredne analitičke metode što pomaže izdavačima da ostvare svoje poslovne ciljeve i prilagode se dinamičnom online okruženju. U nastavku su istaknute neke od ključnih značajki koje izdavači mogu iskoristiti u GA4 radi poboljšanja svojih marketinških strategija i rezultata.

### ***Više opcija za integraciju***

GA4 je dizajniran tako da se lakše integrira s drugim Google proizvodima, poput BigQuery ili Google Ad Manager (ali i s Google Ads te Google Search Consolom).

- Integracija s BigQuery:

GA4 se lako integrira s BigQuery platformom za analizu podataka. BigQuery je moćan alat za skladištenje i analizu velikih količina podataka. Integracija omogućuje automatsko prenošenje podataka iz GA4 u BigQuery radi daljnje dubinske analize, izrade prilagođenih izvještaja i povezivanja s drugim izvorima podataka. To omogućuje naprednu analizu podataka i dobivanje dubljih uvida u korisničko ponašanje, trendove i učinkovitost marketinških kampanja.

- Integracija s Google Ad Managerom:

GA4 nudi integraciju s Google Ad Managerom, platformom za upravljanje digitalnim oglašavanjem. Ova integracija omogućuje praćenje i analizu prihoda od oglasa, performanse oglasa i monetizaciju sadržaja na web stranicama i mobilnim aplikacijama. Integracija s Google Ad Managerom pruža sveobuhvatan pregled oglašivačkog sadržaja i omogućava donošenje informiranih odluka za poboljšanje monetizacije i rezultata oglašavanja.

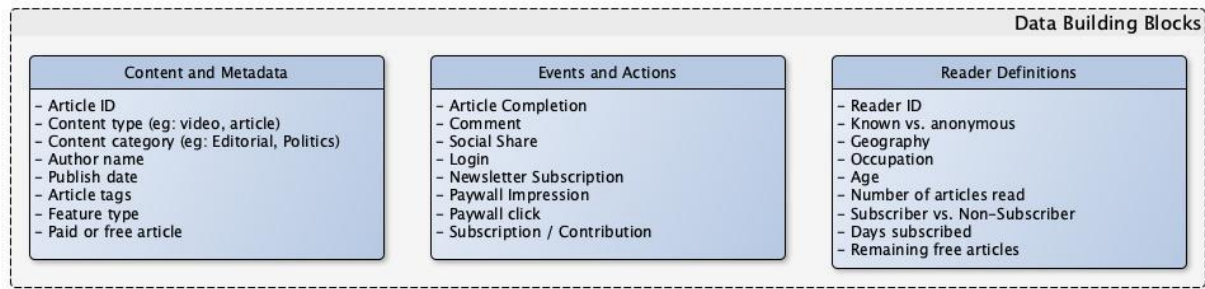
### ***Praćenje korisnika***

GA4 uključuje napredne *Audience* funkcionalnosti koje olakšavaju izgradnju ciljanih skupina korisnika za marketinške kampanje. Ovo se postiže primjenom tehnika strojnog učenja na dostupne podatke kako bi se identificirali korisnici sličnih karakteristika i ponašanja te prognoziralo njihovo ponašanje.

### ***Pregled podataka***

Izdavači imaju na raspolaganju sveobuhvatan prikaz relevantnih podataka koristeći prilagođeno prikupljanje podataka koje im omogućuje detaljnu analizu i praćenje učinka njihovih oglasa. Ova sekcija obuhvaća različite parametre događaja koji pružaju dublji uvid u performanse oglasa.





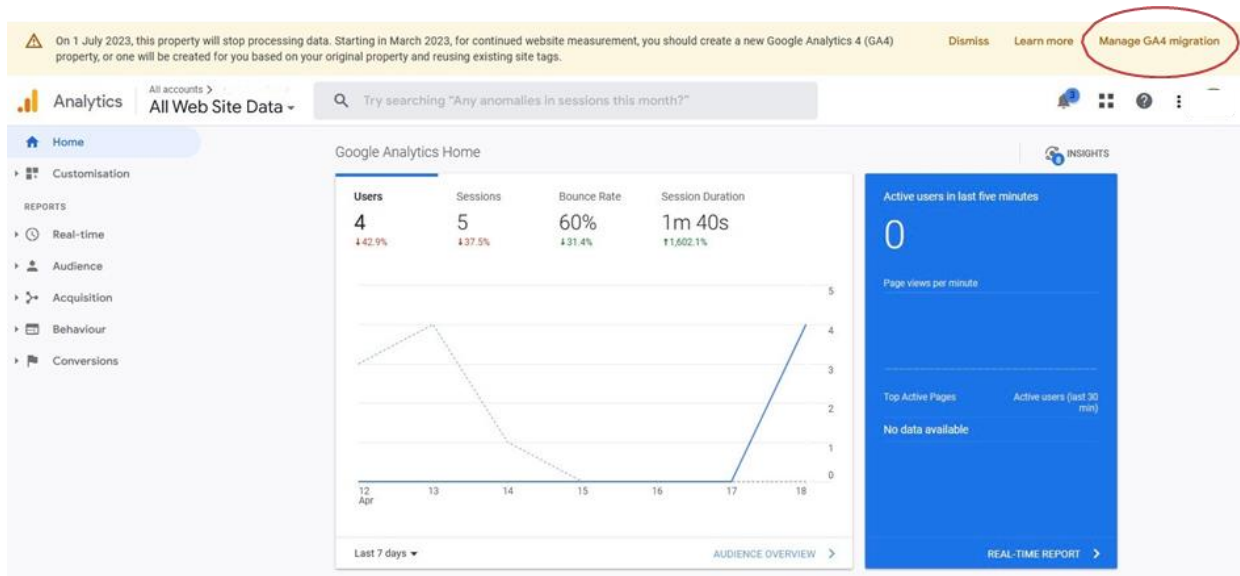
Slika 2. Prikaz potencijalnog podatkovnog modela za izdavače

GA4 uvodi moćne značajke strojnog učenja koje pružaju dublje uvide u podatke o korisničkom angažmanu i ponašanju. Ove značajke koriste napredne algoritme kako bi automatski analizirale podatke i otkrile skrivene uzorke i trendove. Za razliku od Universal Analyticsa koji se uglavnom oslanjao na ručnu analizu podataka, GA4 koristi strojno učenje kako bi pružio relevantne uvide. Ovo je posebice korisno za izdavače jer im omogućuje brže otkrivanje prilika za optimizaciju sadržaja, marketinških kampanja i monetizacije. Primjerice, GA4 koristi korisničke podatke s weba i aplikacije da predvidi ponašanje korisnika tako što ih grupira u publike prema obrascima ponašanja i predviđa ciljano ponašanje te publike. Također, sustav može detektirati anomalije u trendovima, kao što je odstupanje u broju konverzija od očekivanog, odnosno neočekivanog ponašanja korisnika.

# Upute za prebacivanje sa Universal Analyticsa na GA4

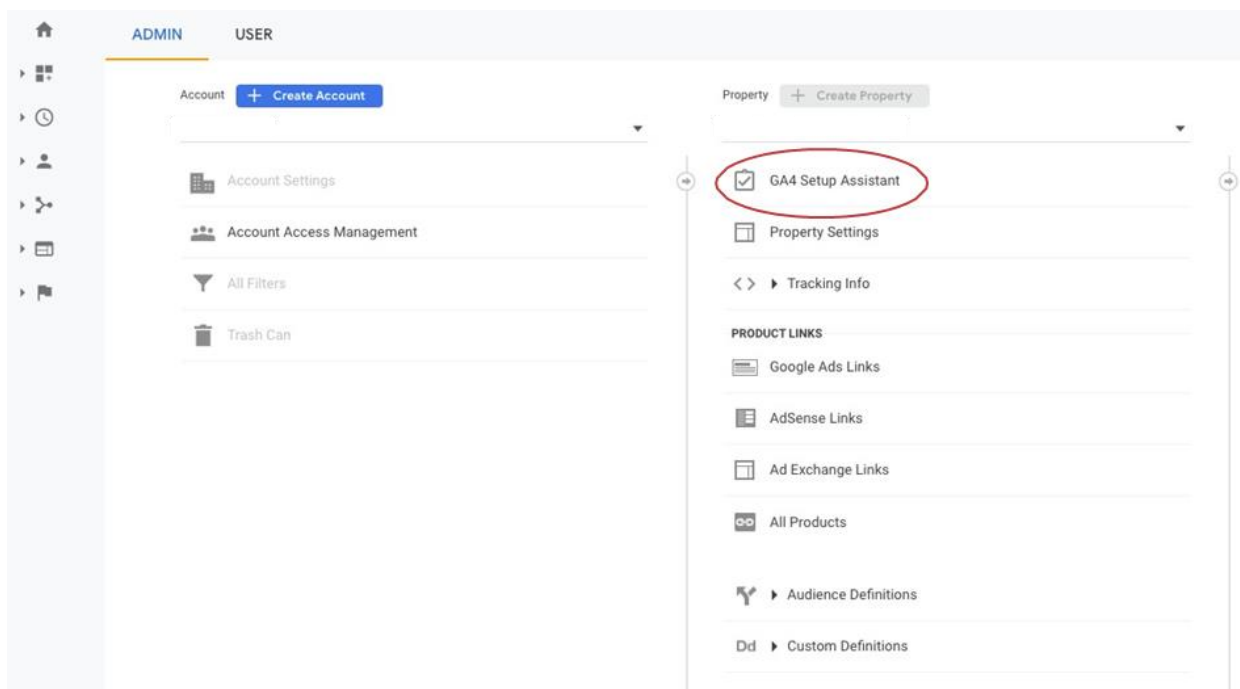
## Izrada GA4 propertyja

1a. Unutar UA kliknuti na "Manage GA4 migration".



lli

1b. Kliknuti na Admin-Account Access Management-GA4 Setup Assistant.



2. Kliknuti "Get Started". Paziti da je označeno „Automatically set up a basic GoogleAnalytics 4 property“.

The screenshot shows the Google Analytics 4 Property Setup Assistant interface. The left sidebar contains navigation options like 'GA4 Setup Assistant', 'Property Settings', and 'Property Access Management'. The main content area has three options:

- I want to create a new Google Analytics 4 property:** This option is selected. A blue 'Get Started' button is circled in red.
- I want to connect to an existing Google Analytics 4 property:** This option is not selected. A 'Connect Properties' button is visible.
- Automatically set up a basic Google Analytics 4 property:** This option is selected, indicated by a blue checkmark icon circled in red.

Below the third option, there is explanatory text: "Universal Analytics will stop collecting data in this property on 1 July 2023 (1 July 2024 for 360 properties). To ensure continuous measurement and customise your data, you'll need to create and configure a GA4 property before then." and "When you select this option, if a new GA4 property isn't created before early 2023, a new one will automatically be created for you. It will include basic configurations based on your current settings and, when possible, it will reuse existing site tags. If you've already created a new GA4 property, it will be automatically updated with basic configuration details. [Learn more](#)"

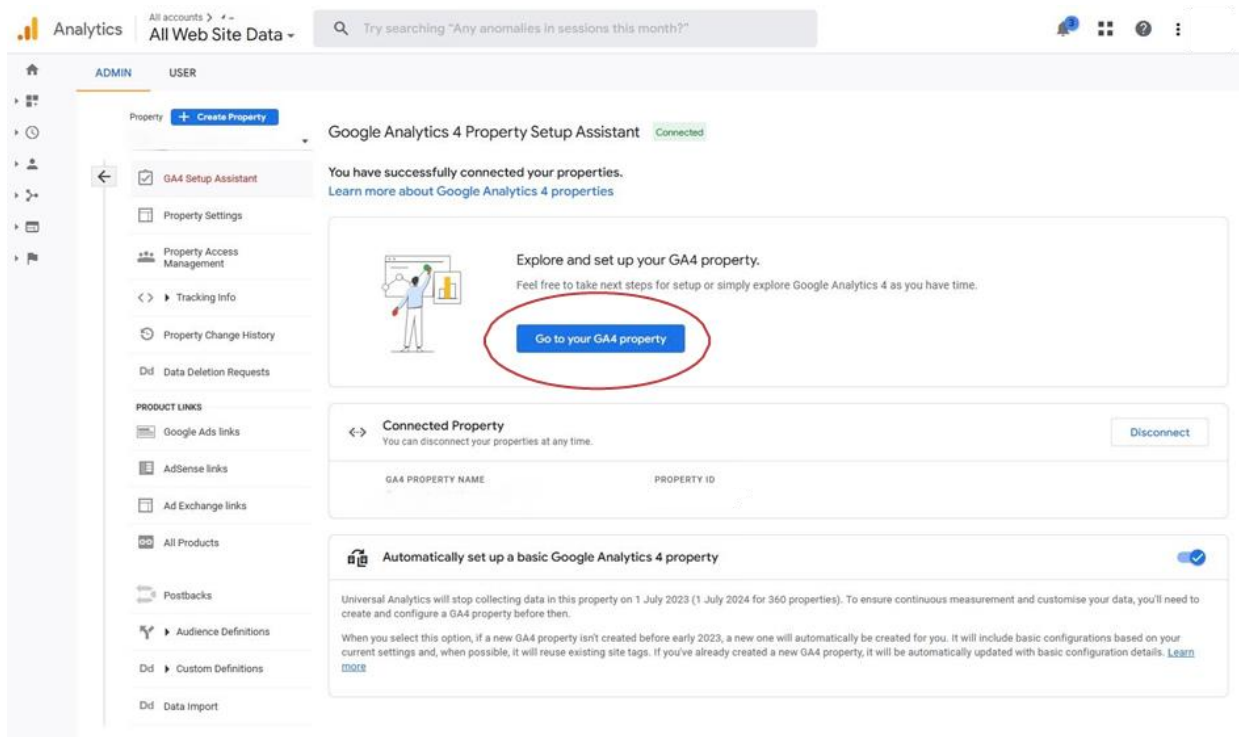
3. Kliknuti "Create property".

The screenshot shows a dialog box titled "Create a new Google Analytics 4 property". On the left, there is an illustration of a person standing in front of a screen displaying a bar chart and a pie chart. The main text reads "This setup assistant will:" followed by a list of three bullet points:

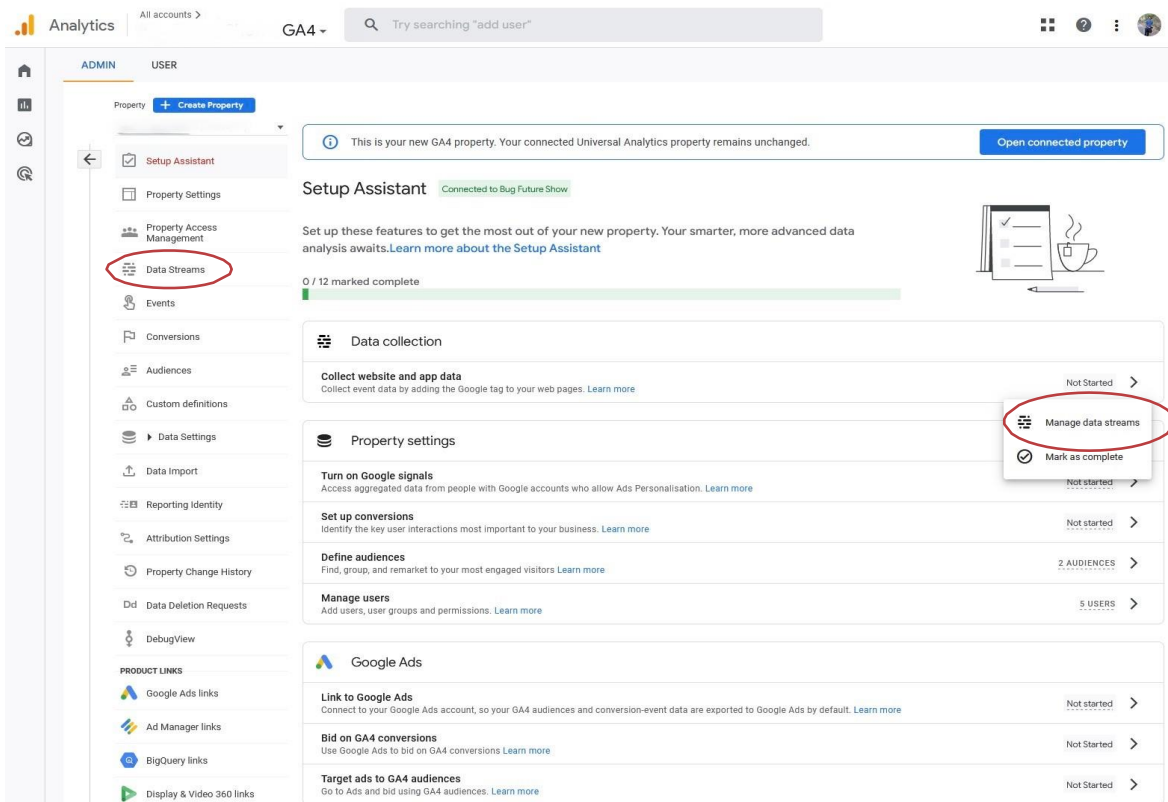
- Create a GA4 property.** This will keep your original Universal Analytics property unchanged.
- Copy basic settings from your UA property.** You can then configure additional settings in your GA4 property as needed.
- Collect data in your new property** using your existing site tag.

At the bottom right, there are two buttons: "No, thanks" and "Create property". The "Create property" button is circled in red.

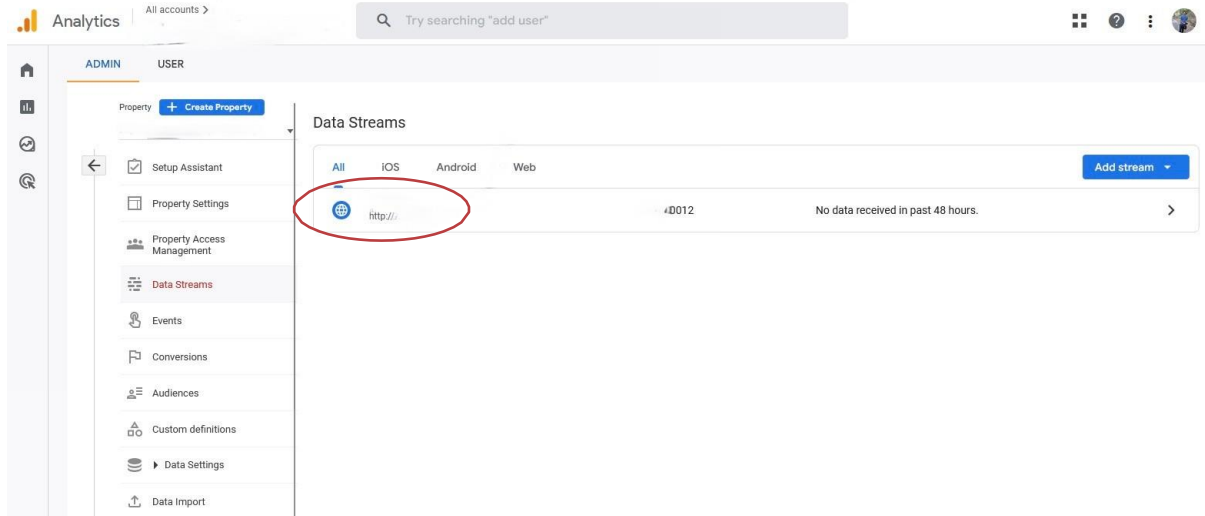
## 4. Kliknuti "Go to your GA4 property".



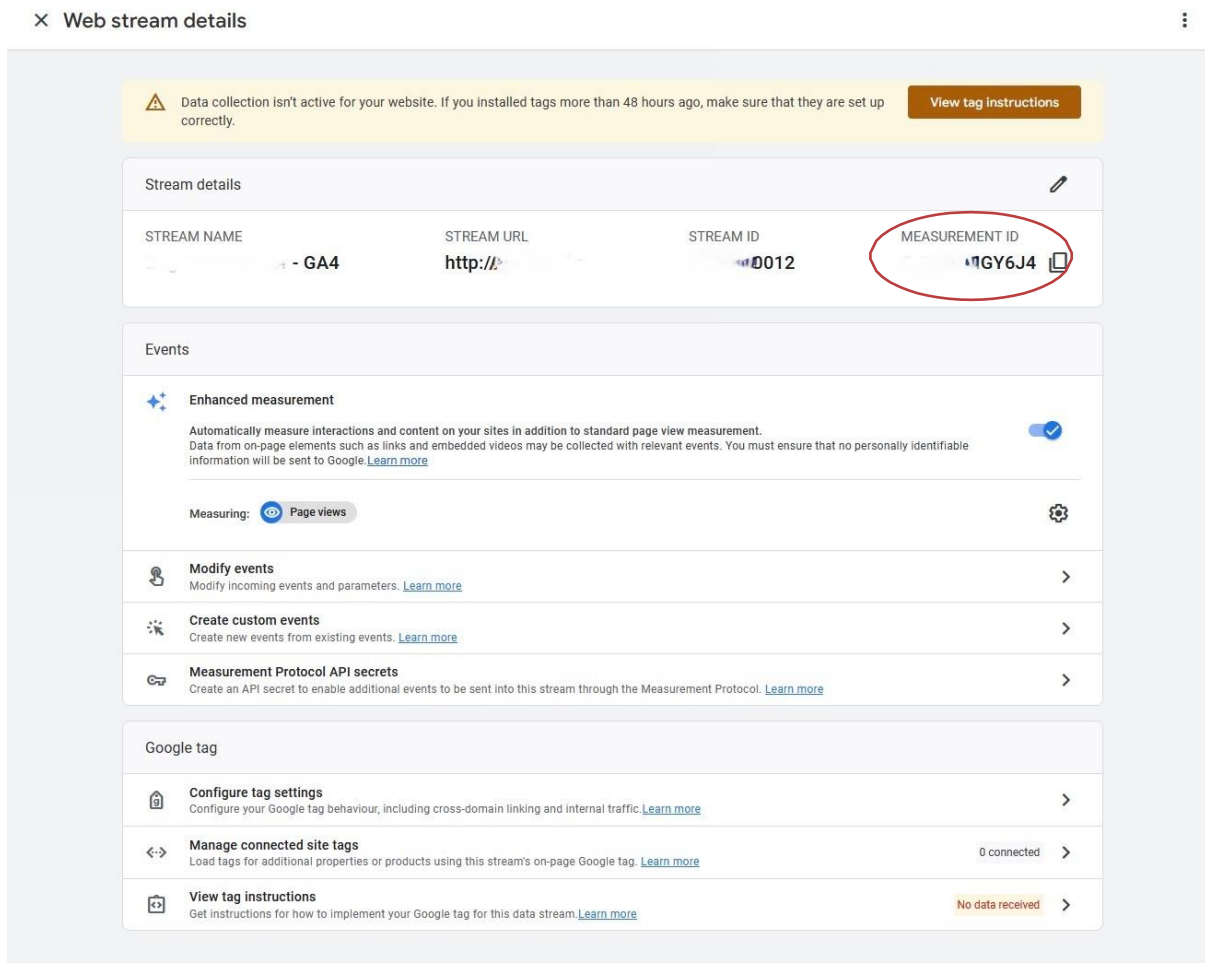
## 5. Kliknuti na "Collect website and app data" i odabrali "Manage data streams" ili na "DataStreams".



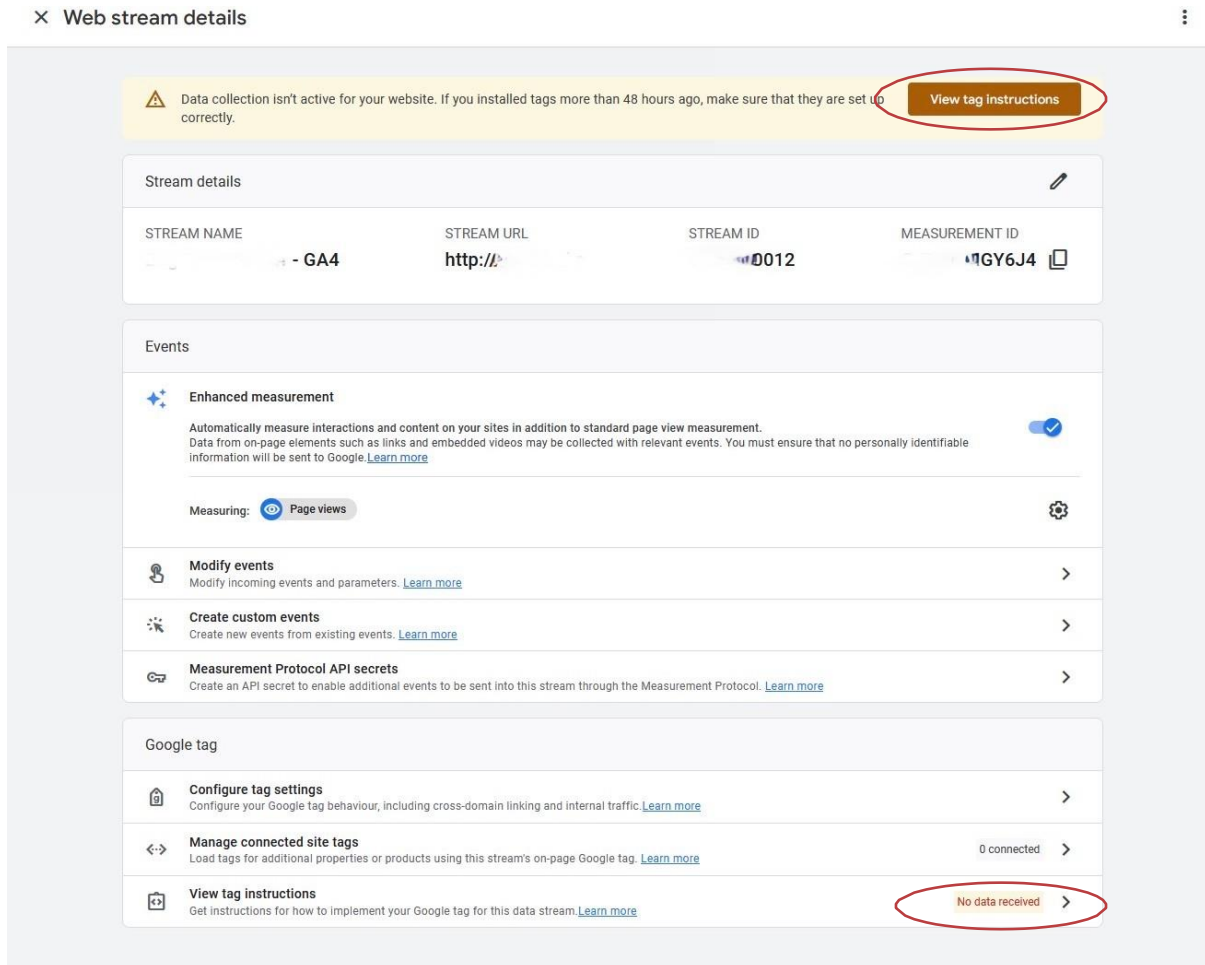
## 6. Kliknuti na stvoreni Data Stream



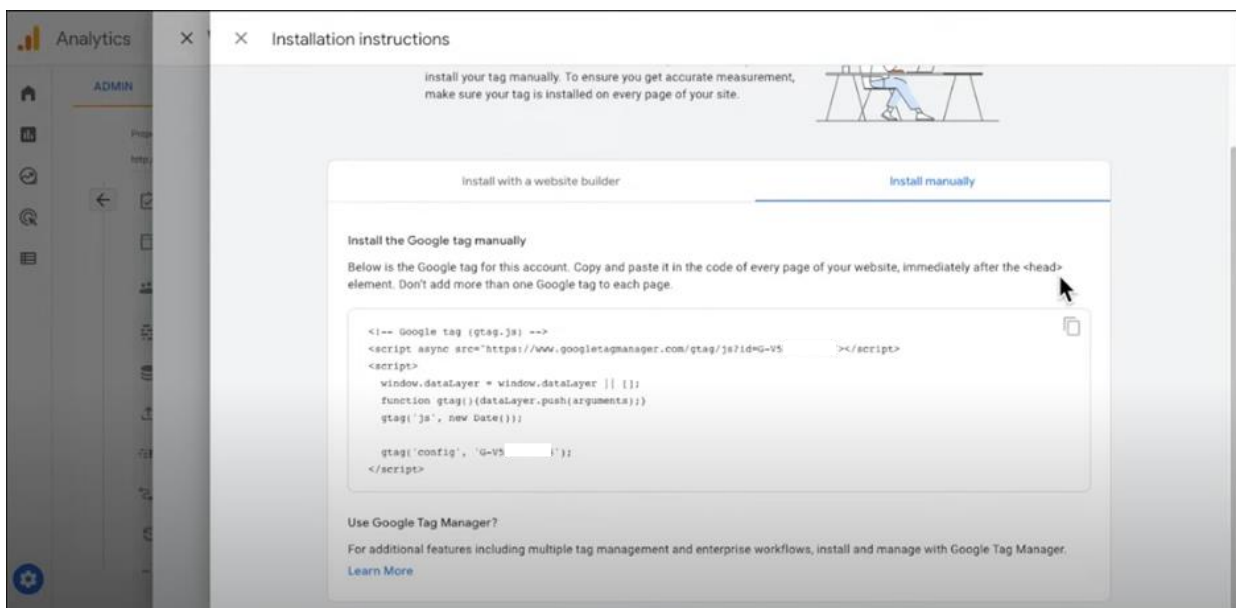
## 7a. Kopirati "MEASUREMENT ID" koji će biti potreban za povezivanje Propertyja unutar Tag Managera.



7b. Kliknuti na "View tag instructions" za ručnu promjenu koda na stranici.



7b. Kopirati kod na svaku stranicu web domene.

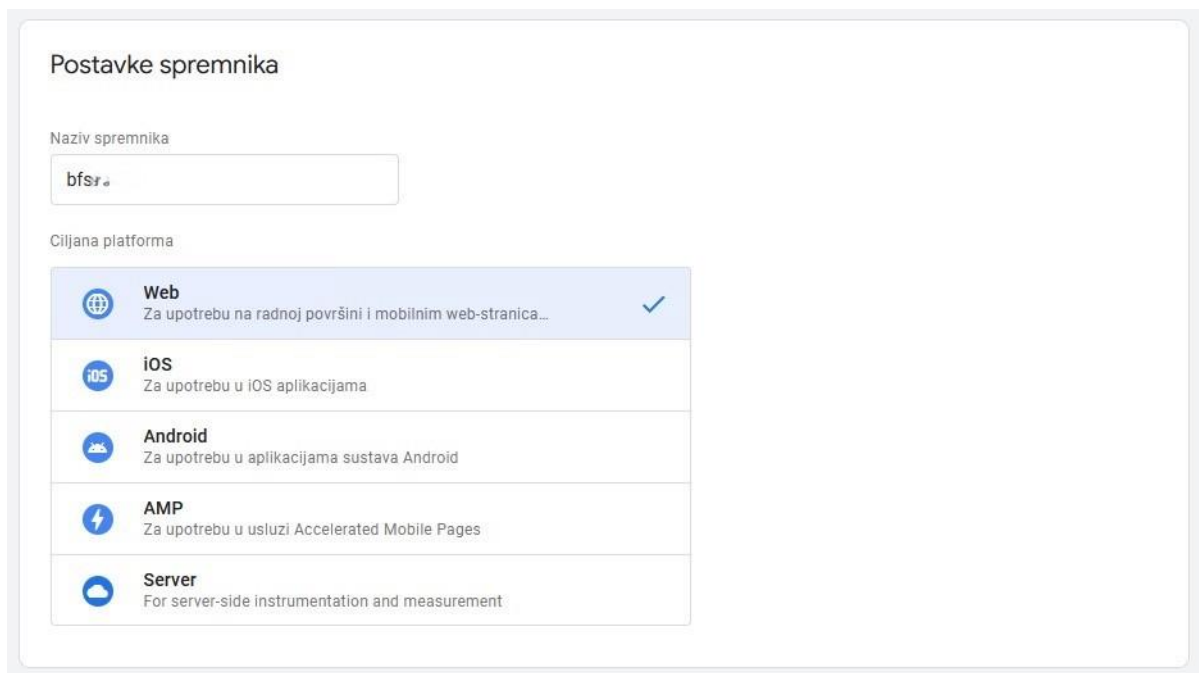


## Implementacija GA4 preko Google Tag Manager-a

### Preduvjet

#### Izrada Google Tag Managera

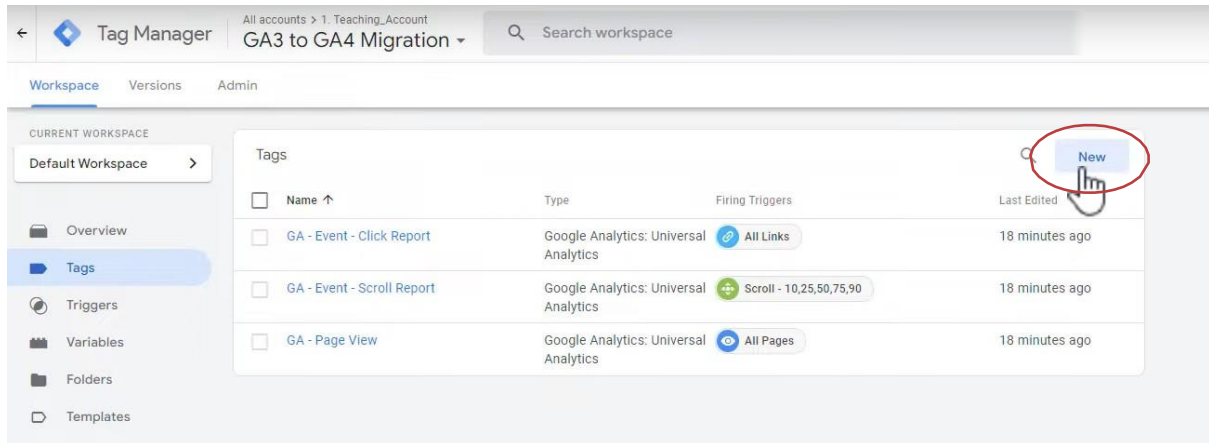
- A) Posjetiti <https://tagmanager.google.com/>
- B) Izraditi novi račun (ako nemate od ranije)
- C) U postavke spremnika upisati Naziv spremnika te kao Ciljanu platformu odabrati Web.



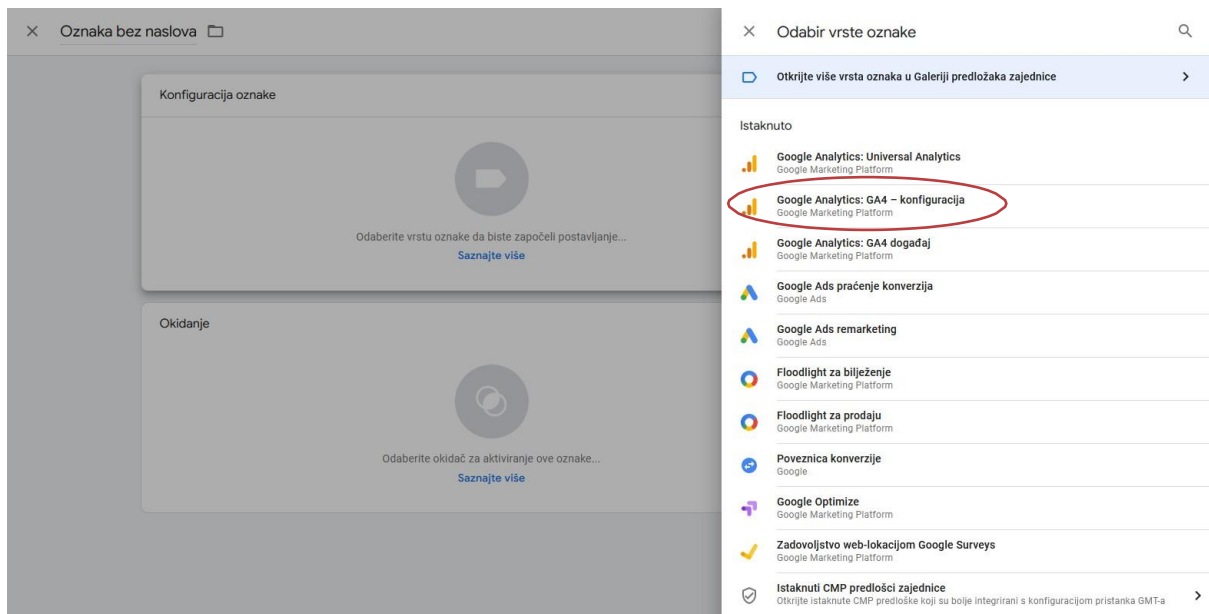
- D) Upisati URL stranice te prihvatiti uvjete korištenja.
- E) Postaviti GTM kod na stranicu prema uputama koje će se pojaviti nakon izradespremnika.

## Unutar GTM-a

### 1. Kreirati novu oznaku (tag) za GA4.

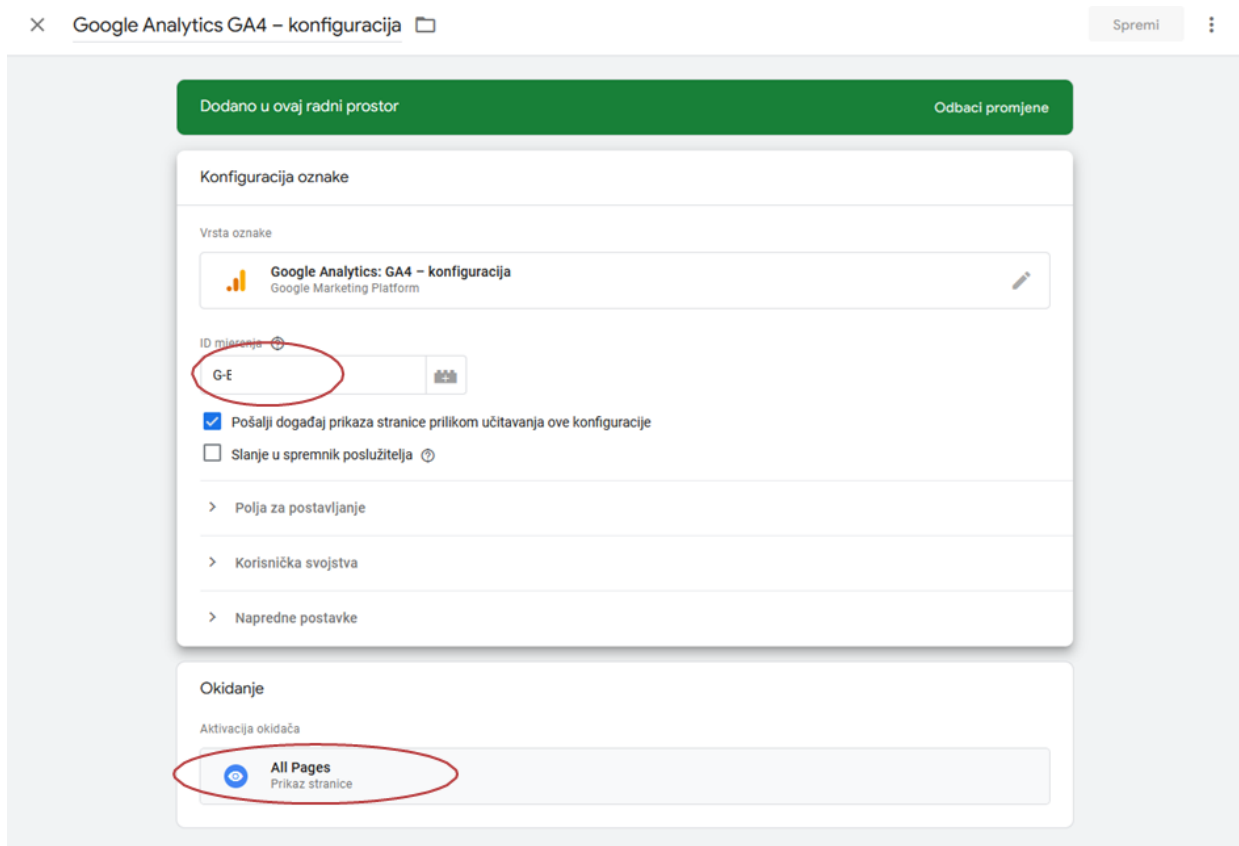


### 2. Odabrati Google Analytics: GA4 - konfiguracija

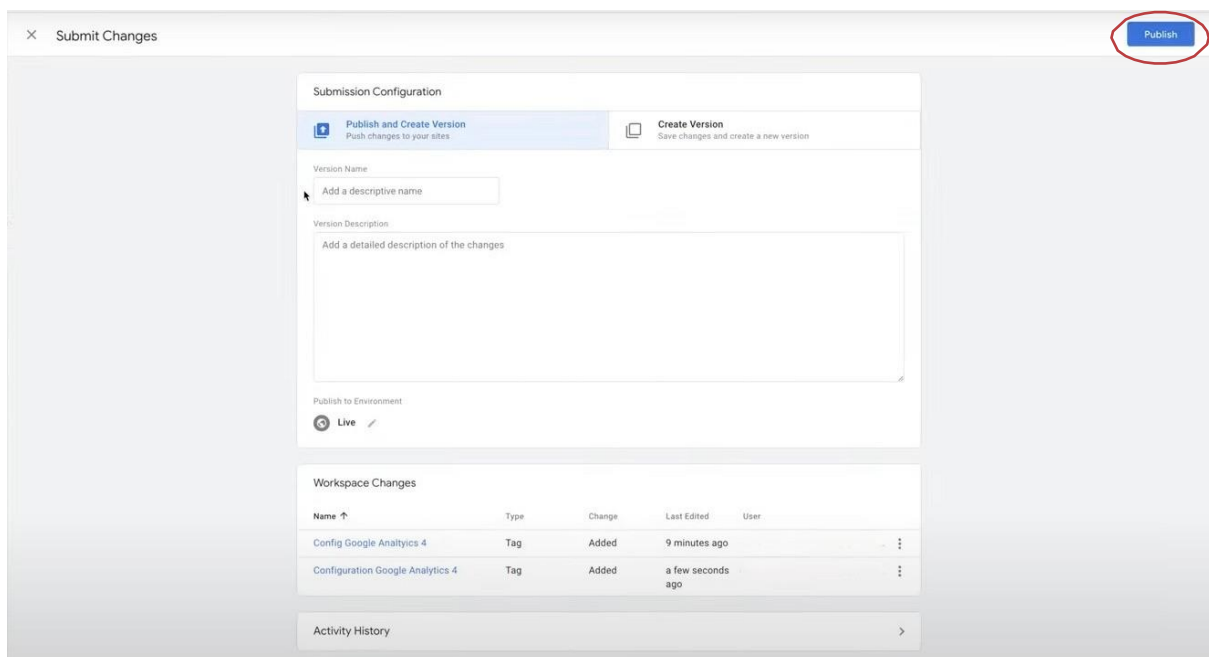




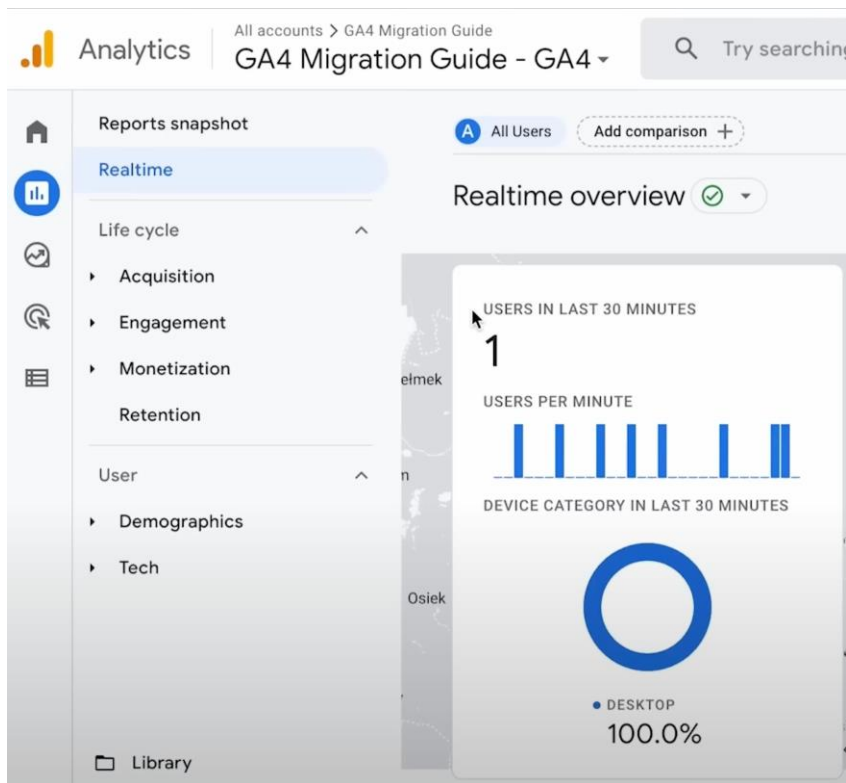
3. Upisati ID mjerenja (kopiran iz kreiranog Data Streama unutar GA4 Propertyja) i postaviti okidanje All Pages.



4. Objaviti sve promjene unutar Google Tag Managera klikom na Pošalji > Objavi



5. U GA4 reportu možete provjeriti je li sve uredno povezano (unutar 30 minuta bi se trebali početi prikazivati *realtime* podaci)



## Korisni linkovi

Korisni linkovi vezani za migraciju iz Universal Analytics u Google Analytics 4:

- Google Analytics 4 Migration Guide: Ovaj vodič pruža detaljan pregled koraka potrebnih za uspješnu migraciju s UA na GA4, uključujući informacije o konfiguraciji, praćenju događaja, e-commerceu i drugim značajkama, može se pronaći na sljedećem linku:  
[https://support.google.com/analytics/topic/9303319?hl=en&ref\\_topic=9143232](https://support.google.com/analytics/topic/9303319?hl=en&ref_topic=9143232).
- GA4 Property Setup Guide: Ako je potrebna pomoć pri postavljanju GA4 Property-a unutar Google Analyticsa, ovaj vodič pruža detaljne upute i korake:  
<https://support.google.com/analytics/answer/10110290?hl=en>.
- Uređivanje GA4 događaja koristeći Google Tag Manager:  
<https://support.google.com/tagmanager/answer/13034206?hl=en>.
- Detaljne informacije o vrsti podataka koje GA4 može prikupljati:  
<https://support.google.com/analytics/answer/9143382?hl=en#zippy=%2Cpage-screen>.
- Usporedbe između metrika UA i GA4:  
<https://support.google.com/analytics/answer/11986666?hl=en#zippy=%2Cin-this-article>.
- Mogućnost prebacivanja povijesnih podataka iz UA:  
<https://support.google.com/analytics/answer/11583528?hl=en&sjid=11147735126526280041-EU#zippy=%2Cchow-can-i-export-data-from-my-universal-analytics-property>.
- Google Analytics Help Center: Google Analytics Help Center nudi širok raspon članaka i uputa o različitim aspektima korištenja GA4. Tu se mogu pronaći odgovori na čestopostavljena pitanja, informacije o praćenju događaja, integracijama i još mnogo toga:  
<https://support.google.com/analytics#topic=10737980>.
- Google Analytics Community: Ako imate specifična pitanja ili želite razgovarati s drugim korisnicima GA4, možete se pridružiti Google Analytics zajednici. Tamo možete pronaći korisne savjete, rasprave i podrške od strane drugih korisnika i stručnjaka. Na linku  
<https://support.google.com/analytics/community>.