GOOGLE ANALYTICS for bloggere

Sådan kan du skabe trafik



Nicolaj Nielsen v. Unitate.dk

Indhold

GRUNDLÆGGENDE #1	
GRUNDLÆGGENDE #2 (OVERBLIK OVER BESØGENDE)	5
KOMMER BESØGENDE FRA TABLET-, PC- ELLER MOBIL-ENHEDER?	5
HVILKEN BROWSER BENYTTER DINE BESØGENDE?	6
Hvilke indlæg læser din besøgende	7
Besøgende fra søgemaskinerne	7
HER ER DINE BESØGENDE NU	8
FIND, FORSTÅ & OPTIMERE	9
Her afslutter dine besøgende	9
Steder hvorfra folk forlader din blog	9
Disse løsninger kan du implementere	
Eksempel fra din virkelige verden	
Søgninger på din blog	
Benyt informationer fra søgende	
BRUGERFLOWET PÅ BLOGGEN	
Sådan benytter du brugerflow	
Forsvinder folk fra din blog?	
Er den næste side relevant?	
Udforsk de forskellige kilders brugeradfærd	
Specifikke indlæg/sider du ønsker informationer omkring	
DINE VIGTIGSTE BLOGINDLÆG	
Optimering: Interne links	
Optimering: Den rette sidebar	
Optimering: Tid på siden	
Optimering: Andre indlæg	
Ekstra: Sociale medier	
Ekstra: Vigtighed ift. trafikmængde	
Ekstra: Links til din blog	
OPSÆTNING AF MÅL	
Opsætning af mål i GA	
DIN BLOG OG SØGEMASKINERNE	
Forbedringer overfor søgemaskinerne	
LOYALITET	

Introduktion

Google Analytics (GA) er enhver bloggers vigtigste værktøj, da GA giver dig alle tænkelige informationer omkring dine besøgende. Jo mere information du har omkring dine læsere, jo tættere kommer du på en succesfuld blog. I denne e-bog vil vi fremvise dig, hvordan du som blogger kan bruge GA som et værktøj til, at gøre din blog endnu mere succesfuld ved, at forstå den data som de efterlader.

Du vil med denne e-bog få fremvist, hvordan du udtrækker den korrekte data fra GA samt hvorledes, du anvender netop denne data til at optimere din blog. Selvom der er tale om analyse af data, så skal dette ikke afskrække dig, da vi i denne e-bog fremviser præcis hvordan du finder datene, analyser dem samt optimerer på baggrund af resultaterne.

Grundlæggende #1

Når først du har fået opsat <u>GA på din blog</u> og du er begyndt at indsamle data, så vil du møde følgende skærmbillede når du logger ind på din GA-konto. På dit dashboard vil du få fremvist udviklingen i trafik de seneste 30 dage, hvor mange sider der er blevet besøgt, hvor lang tid de besøgende har brugt på din blog samt meget andet.



Dette er således de grundlæggende data, som du fra dag til dag, måned til måned eller år til år kan bruge til, at danne et overblik over din blogs nuværende position.

Det første tal du støder på er "Sessioner", som er antallet af totale sessioner på din blog. Dette betyder, at alle besøg tæller med, også folk som 2 sekunder forinden har besøgt din blog. Tallet under "Brugere" er det faktiske antal besøgende, også kaldet unikke brugere. Grunden til at dette tal er mindre er, at en person som besøger bloggen to gangen på en dag, kun tælles med én gang heri.

På et hvert givent tidspunkt, kan du fra dit dashboard se udviklingen de sidste 30 dage for, at se udviklingen i antal besøgende. Er du så uheldig, at have en meget sæsonpræget trafik, så vil du have fordel af, at mål udviklingen op imod samme periode sidste år (øverst højre hjørne).

Grundlæggende #2 (Overblik over besøgende)

GA giver dig en masse grundlæggende informationer omkring dine besøgende, som strækker sig lige fra geografisk placering til hvilken type computer der benyttes. Eksempelvis kan du med GA få følgende oplysninger omkring dine besøgende:

- Hvilket land kommer de fra?
- Hvilket sprog benytter de?
- Hvilken browser benytter de?
- Hvilket operativsystem benytter de?
- Hvilken internetudbyder benytter de?
- Hvilken skærmopløsning benytter de?
- Hvor de besøger fra (mobil, tablet eller pc)?
- Nye ift. tilbagevendende besøgende?
- Tid brugt på bloggen?

På denne måde har GA indsamlet en masse informationer til dig, som du kan bruge til at finde ud af hvem dine besøgende er og hvordan de færdes på din blog. Herunder kigger vi på enkelte af dem, og hvordan du bruger dataene.

Kommer besøgende fra tablet-, pc- eller mobil-enheder?

Under *Målgruppe -> Mobil -> Oversigt* giver GA dig et overblik over, hvor stor en del af din trafik der kommer fra de enkelte enheder.

<u>ن</u>	Magruppe		50.000									
	Oversigt	Par	sar örransten. Enhadskalager									
	Demografi		Deturcher dire	an + bringing Bard	ei i		Q.	-	0 F 2	12		
	+ Interesser			Anakaffelas			Adard			Kates		
	+ Geo + Astient		Enhelskalageri	Instant		Nya brugara	Africal opposite	Sider pr.	Gra. excelorerarighed	***		
	+ Talinologi + Mubli Overnigt			1.20	3 77,39 % ⁴ ^{377,39} % ⁵ ^{375,10} % ^{17,30} %	931 54 Mar 100.00 1001	72,73 %	1,82 04.10 101 101 101	00:01:58 Sea for website sector for sector for			
	Enheder	0	t. desktop	773 (14.25	NE 78.07 %	566 (13.16 h)	60.34 %	2.05	00 02 22			
	+ Tipasset	0	2. mobile	293 (24.34	NI 83.62 N	245 (01.11 %)	82,59 %	1,29	00.00.57			
	+ Benchmarking	0	3 sabled	137(11.)6	No 71.53 %	90(03.03 N)	70,80 %	1.06	00.01.53	t l		

Målgruppe -> Mobil -> Oversigt

Ud fra oplysningerne kan følgende spørgsmål fremsættes.

- 1. Er dit blogdesign tilpasset trafik fra mobil-, tablet- og pc-enheder?
- 2. Er der grupper af disse, som tilbringer kortere tid på din blog? Hvorfor?
- 3. Er der grupper af disse, som tilbringer længere tid på din blog? Hvorfor?
- 4. Hvilken kilde bidrager med flest nye besøgende?

Hvilken browser benytter dine besøgende?

Under *Målgruppe -> Teknologi -> Browser og OS* finder du information omkring hvilken browser-software samt styresystem besøgende benytter for, at besøge din blog.

-	Miligruppe				* *		1.0	6			2
	Oversigi • Demografi • Interesser				1.203 5 et hate 10.00 5	77,39 % drs.tr winter 17,01% 0,01%	931 5.4 miles 3.4 miles 3.4 miles	72,73 % 27,12,75%	1,82 (01, 10 (10) (10) (10)	00:01:58 Ora, he weight, alternation of	
	+ Geo	0	٩.	Salat	\$76 (x2.64 %)	81.08 %	407(01.11.5.)	77,08 %	1,62	00.01.37	
	+ Adlant	0	2	Ovone	301(0.01%)	71,53%	271(01.11%)	67,72%	2,05	00:02:25	
	+ Teknologi	9	3,	Internet Explorer	550 (0.00 Nz	78,99 %	\$4(0.05)	73,95 %	1,50	00.01.28	
	Browser og OS	10	4	Firefox	83 (KHI N)	75.90 %	63 (6.71%)	44.27 N	2,57	00.03.10	
	National	0	6.	Saturi (m-acci)	24 (2.00 %)	66.67 %	10 (172%)	62,50 %	1,71	00.00.33	
	+ Mobil	0	6.	Androit Drowser	12 (5.00 %)	100,00 %	12 (1.015)	66.87 %	72,73 % 1,82 00:01:58 07,01 % 0.00 % 0.00 % 0.00 % 07,01 % 0.00 % 0.00 % 0.00 % 77,06 % 1.82 00:01:37 87,72 % 2.05 00:02:25 73,96 % 1.58 00:01:37 87,72 % 2.05 00:02:25 73,96 % 1.58 00:03:10 66,27 % 2.57 00:03:10 62,50 % 1.71 00:00:33 66,87 % 1.87 00:00:47		
	+ Tipeseet			Onen		100.00.0		44.47.5		00.00.02	

Målgruppe -> Teknologi -> Browser og OS

Ud fra oplysningerne kan følgende spørgsmål fremsættes.

- 1. Hvilken browser er mest benyttet? Siger dette noget om din målgruppe?
- 2. Er din blog optimeret til at se godt ud på top 5 mest benyttet browsere?
- 3. Er der en nogle af disse browsere, som bruger mere eller mindre tid end gennemsnittet på din blog?
- 4. Er der en nogle af disse browsere, som besøger mere eller mindre sider end gennemsnittet på din blog?
- 5. Hvilken browser skaffer flest nye besøgende til din blog? Kan denne information benyttes til din fordel?

I de næste 2 af snit, vil vi vise dig hvordan du ser hvilke blogindlæg på din blog, som faktisk tiltrækker læsere. Dette vil vi gøre både fra et overordnet niveau samt ud fra søgemaskinerne.

Hvilke indlæg læser din besøgende

For en given periode har du mulighed for at se, hvilke dele af din blog som modtager flest besøgende. Under *Adfærd -> Websiteindhold -> Alle sider* fremviser GA præcis disse oplysninger.

Afart		Presidences Six Solid Ante									
Lines			Sector Statement + Sec		ton Banant +			۹,	aaroont [II] O	2 2 11	
- Palateta	nduid		-			-	000 10 pt	ndgange -	Abraningagement		
Indhoid I Landing	er Socialjar Saliber				2.189	1.766 5.4 million 1.766 5.4 million 1.766	00:02:24	1.203	72,73 %	54,96 % 0 x 0 10 x 0 10 x 0 10 x 0 10 x 0	
+ Webstecht	helped	0	1. Anter folde du del perfette to graver	.0	322 (14,71.51)	272 (1.45 %)	00.02.59	209 (11, 14 %)	78,44 %	17,85 %	
+ Site Search		0	2. Ann-followers metagrand	0	204 (0.01%)	185(10.40%)	00-03-36	105(12.01%)	67,03%	88.24 %	
a Handatan	8 - C	0	3. /	0	10 (1.01)	100-011-10	00-01-07	-	41,87 %	20.81 %	
+ Addresse		0	4, Independing	,0	111.0.010	26 (4.01%)	00.03.38	49 (S.N.N)	18,42 %	61,26%	

Adfærd -> Websiteindhold -> Alle sider. Se hvilke sider/blogindlæg på din blog som folk besøger. Trykker du på "sidevisninger" får du fremvist de mest besøgte.

Ud fra oplysningerne kan følgende benyttes.

- 1. Opdage hvilke blogindlæg som er "vigtige" for din blog.
- 2. Optimere disse vigtige blogindlæg for at tiltrække flere besøgende.
- 3. Fremvise disse blogindlæg på dine sociale medier.
- 4. Indsæt ekstra opmærksomhed vedr. sociale medier, nyhedsbrev etc. i indlægget.
- 5. Tjek hvilke sider som er mindst "vigtige" og optimere disse.
- 6. Tjek vigtige informationer som antal besøgte sider, gennemsnitlig besøgstid samt meget andet.

Dette kan hurtigt give dig informationer omkring, hvem dine besøgende er samt hvordan de befærder sig på din blog.

Besøgende fra søgemaskinerne

Har du allerede forsøgt en smule med SEO, og har du allerede en ide omkring, at du får en smule besøgende fra søgemaskinerne? Så er det meget simpelt for dig, at få en masse informationer omkring de besøgende du modtager lige netop derfra.

Anskaffelse			Anskaffelse		Adfærd		
Oversigt		Søgeord ?	Landingsside 🕤 🗢	Sessioner 🗸	% nye sessioner ?	Nye brugere	Afvisningsprocent
Kanaler Al trafik Alle henvisninger				974 % af total: 80,96 % (1.203)	82,85 % Gns. for website: 77,39 % (7,06 %)	807 % af total: 86,68 % (931)	74,85 % Gns. for website: 72,73 % (2,90 %)
Kampagnetrafik - Søgeord		1. (not provided)	/sadan-finder-du-det-perfekte-blo	264 (27,10 %)	95,83 %	253 (31,35 %)	78,79 %
Betalt		2. (not provided)	/flere-followers-instagram/	172 (17,66 %)	90,70 %	156 (19,33 %)	87,79 %
Organisk	0	3. (not provided)	/instagram-blog/	68 (6,98 %)	85,29 %	58 (7,19%)	58,82 %

Anskaffelse -> Søgeord -> Organisk (Vælg efterfølgende "Landingsside" i "Sekundærdimension"). Et næsten identisk billede som tidligere blev frembragt, hvis søgemaskinerne er din primære trafikkilde.

Disse informationer kan du bruge til følgende.

- 1. Se hvilken type blogindlæg søgemaskinerne foretrækker på din blog.
- 2. Se hvilken type blogindlæg de ikke foretrække (dem i bunden).
- 3. Se informationer omkring antal besøgte indlæg på bloggen, gennemsnitlig tid brugt på bloggen samt hvor mange af disse der aldrig har besøgt din blog før.
- 4. Udvælge blogindlæg som igennem optimering nemt kan skabe flere besøgende.
- 5. Og meget meget mere

Her er dine besøgende nu

En af de nyere funktioner i GA tillader, at du kan se besøgende som de befærder sig direkte på bloggen, fremfor med 24 timers forsinkelse. På denne måde kan du således se hvor mange besøgende du har på et hvilket som helst tidspunkt, hvilke blogindlæg de læser, hvor de kommer fra samt meget andet.



Disse oplysninger finder du Real Time -> Overview.

Find, forstå & optimere

I dette afsnit af e-bogen vil vi fremvise, hvordan du nemt kan analysere på din data således, du aktivt kan bruge dette til din fordel. Derfor vil vi i de næste afsnit fremvise, hvordan du igennem GA henter den korrekte data samtidig med, at du benytter disse aktivt i optimeringen af bloggen.

Her afslutter dine besøgende

Når man sidder bagved skærmen på sin blog, så kan det være svært at vide, om folk faktisk får det de forventer, når de besøger bloggen. Igennem kommentarsektionen på ens blog, får man en god forståelse af, hvad folk har af holdninger til de omtalte emner (samt i visse situationer er ens blog) – men hvad med alle dem, som ikke udtrykker sig der? I dette afsnit skal vi se på, hvordan du nemt igennem GA kan få (mere) indsigt i dette. Vi skal i denne sektion således kigge på, hvorfra folk forlader din blog.

Steder hvorfra folk forlader din blog

Du kan ikke undgå at folk forlader din blog, da dette selvfølgelig er et naturligt element af det at læse blogs. Men du kan sikre dig, at folk ikke forlader din blog før, du gerne vil have dem til det. Når det omhandler blogs, så vil du gerne have dine besøgende til at blive så længe som muligt og læse så mange indlæg som muligt.



I Google Analytics under Adfærd -> Websiteindhold -> Afslutningssider får du fremvist følgende billede.

Grafen fremviser hvor mange "afslutninger", der har været på din blog i en given periode. Dette er selvfølgelig sammenholdt med antal besøgende i den pågældende

periode. De informationer vi ønsker at kigge på, befinder sig under grafen og fremviser de specifikke sider, som folk afslutter fra (dvs. lukker ned for din blog).

1. /flere-followers-instagram/	8	300 (21,0176)	348(10.70%)	85,96%
2. /sadan-finder-du-det-perfekte-blog-navn/	ø	249(10.1015)	947 (11.01 Te)	71,76%
3. /kob-dig-til-flere-followers-pa-instagram/	0	128 (0.1975)	192 (1.00.11)	82,89%
4. /	ø	91 (6.04.7c)	100 (0.0110)	35,46%
5. /instagram-blog/	ø	88 (NAT 16)	#7 (control)	80.30%

Formålet med dette er at fremvise sider og blogindlæg, hvor (ekstra) mange besøgende forlader din blog. På baggrund af dette kan du stille dig spørgsmålet: *forlader de bloggen fordi de ikke fandt hvad de søgte?* På baggrund af dette, kan du forsøge at gøre oplevelsen bedre. I de fleste tilfælde vil forsiden (fremvist med "/") ligge øverst, hvilket ikke er tegn på, at der er noget galt. I næste afsnit vil vi gennemgå, hvad du skal være opmærksom på.

NB: Der vil aldrig fremgå "0" i denne analyses, da folk altid vil "afslutte" når de går væk fra din blog. Ideen er blot at fremvise, hvor der kan være behov for bekymring og optimeringer.

Disse løsninger kan du implementere

Det kan sagtens være, at der slet ikke er noget problem med de pågældende sider/indlæg. Men der er mange måder hvorpå du kan bruge disse informationer, det handler alt sammen bare om, at forstå hvorfor dine læsere præcist forlader den specifikke side eller indlæg. Start ud med den øverste side/blogindlæg, som ikke er forside, og gennemgå denne ud fra følgende.

- Omhandler indlægget det, som overskriften/page titel antyder?
- Besvarer/afhjælper dette blogindlæg ift. overskriften?
- Giver siden/indlægget besøgende mulighed for, at læse andet på din blog?
- Giver siden/indlægget begrundelse for, at læse med næste gang på din blog?

Kunne der være et problem med den pågældende side/blogindlæg, så kan følgende løsninger være relevante.

- 1. Omskriv blogindlægget og besvare den fremsatte problemstilling bedre.
- 2. Gennemlæs siden/indlægget for stave- og grammatikfejl.
- 3. Skab en bedre intern linkbuilding-struktur (læs mere her).
- Skab en bedre menu-struktur (top eller sidebar) på den pågældende side/blogindlæg*.
- 5. Hvor fra din blog kommer de besøgende til denne specifikke side/indlæg. Er dette link korrekt indsat?

*Det er ikke altid ideen, at ændre på top/sidebar-menuen på alle side, men måske kun på den pågældende side, kategori eller blogindlæg hvor problemet opstår. De fleste temaer tillader ikke at man gør dette, men vi fremviser senere i denne e-bog, hvordan du kommer igennem denne problemstilling.

Eksempel fra din virkelige verden

#1: Sidebar-menu gav overblik til besøgende

På tattoo- & boligbloggen <u>Vinterfryd.dk</u> er der en række blogindlæg med inspiration og ideer til tattoo. En af kategorierne modtog en masse besøgende interne fra bloggen samt fra søgemaskinerne. Men mange af de besøgende afsluttede fra denne kategori, uden at gå videre til side 2 eller til andet indlæg. Vi fandt ud af, at mængden af information simpelthen var for stor. Løsningen blev at indsætte en sidebar-menu, som gav folk mulighed for at vælge præcis hvilken type tattoo inspiration de søgte, hvilket gjorde at folk fandt havde de søgte, før de afsluttede.

Søgninger på din blog

Det er ikke sikkert at denne viden er tilgængelig for din blog, da oplysningerne kun er tilgængelige, hvis du har en søgefunktion tilknyttet din blog. Har du implementeret en søgefunktion på din blog (*f.eks. i dit widget-område*), så giver GA dig relevante informationer herfra.

KATEGORI ARKIV



Således kan en søgefunktion fremgå af din blog. Dette eksempel stammer fra en bloggersdelight blog.

Benyt informationer fra søgende

Dine besøgende benytter søgefunktionen fordi, de er på udkig efter noget på din blog, som de ikke kan finde fra deres nuværende position. Disse informationer kan bruges til rigtig meget – bl.a. hvorvidt dine <u>interne links</u>, menu-struktur eller noget helt tredje er i orden. Herudover kan det også give dig informationer omkring relevante emner, som dine besøgende har været på udkig efter, som ikke har været at finde på din blog.

Adfærd				
Oversigt	Explorer			
Oversigt	Websiteanvendelse	Målsæt 1 E-handel		
Adfærdstlow				
Webstedsindhold	Samlet antal unikke sø	egninger - kontra Vælg metric		
Webstedshastighed	 Samlet antal unil 	ke søgninger		
- Site Search	100			
Oversigt	1			
Anvendelse	50			IN A MM
Søgeudtryk	2 N N N N N N	mmmmm	www.mmmh	WWW V W.V .
Sider		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	W YEAR A CONTRACT	
	januar	april 2014	juli 2014	oktober 2
Hændelser				
▶ AdSense	Primær dimension: Start	side Landingsside Landingsside for seg	ining	

I Google Analytics under Adfærd -> Site Search -> Sider. NB: Hvis site search ikke allerede er sat op i din Google Analytics, så kan du læse hvordan dette her.

Informationerne fremviser, fra hvilken sider folk påbegynder en søgning. Disse informationer kan du bruge til at se, som tidligere nævnt, hvorfra på din blog der er behov for optimeringer (*menu, links eller selve indholdet*). Du har også mulighed for, at tjekke præcise hvilke søgeord som folk benytter. Dette kan være vigtige informationer i en analyse af, hvad folk forventer at finde på din blog.

Adland						
Oversigt						
Adfærdsflow						
Webstedsindhold						
Webstedshastighed						
- Site Search						
Oversigt						
Anvendelse						
Søgeudtryk						
Sider						

I Google Analytics under Adfærd -> Site Search -> Søgeudtryk.

Helt simpelt kan du bruge dette til, at finde ud af hvad dine læsere efterspørger – og efterfølgende give dette til dem. Kan du se at folk søger efter inspiration til sommermoden, og har du endnu ikke skrevet omkring denne, så er der en oplagt ide til næste indlæg.

Brugerflowet på bloggen

I denne sektion vil vi fremvise, hvordan du forbedrer din blog overfor dine læsere ved, at afdække deres færden på din blog

Under *Målgruppe* -> *Brugerflow* giver GA dig et overblik over dine besøgendes brugeradfærd på din blog, hvilket kan vise dig, hvilke indlæg folk lander på samt hvorfra de forlader igen.



Dette er standard vinduet du får fremvist ved at besøge Målgruppe -> Brugerflow i GA.

Sådan benytter du brugerflow

Der findes uendelige måder hvorpå du kan bruge disse informationer, som vil svinge fra blog til blog. I denne sektion vil vi kigge på fire måder, hvorpå den almindelige blogger kan bruge brugerflow.

Forsvinder folk fra din blog?

Vælg den forrige uge ved hjælp af datointervallet øverst for, at se hvordan brugerne navigerer din blog uge efter uge. Hvis du ser en side med et høj drop-off niveau (*de røde pile*), så kan det være en idé at tage et kig på disse indlæg. Er der et dødt link? Giver du

besøgende mulighed for at tage næste skridt? Skaber du interaktion med dine besøgende? Er der reklamer som skræmmer folk væk? etc.

Er den næste side relevant?

Kig hvor de besøgende klikker sig hen, efter de har besøgt den første side på din blog – er dette den korrekte side? Hvad med den efterfølgende side?



De lyseblå/gennemsigtige pile fremviser hvor folk klikker sig hen, efter det forgående indlæg. Er dette det korrekte blogindlæg de klikker sig hen til? Er din navigation god nok (sidebar, topmenu, footer etc.)? Er din <u>intern linkbuilding</u> fordelagtig? etc.

Udforsk de forskellige kilders brugeradfærd

I toppen (hvor der standard står *land/område*) kan du vælge kilde, hvilket giver dig adfærdsmønstret baseret på, hvilken kilde de besøger din blog fra (F.eks. søgemaskinerne, sociale medier, eksterne blogs eller direkte til din blog). Ud fra dette kan du således se på, hvilken gruppe der bevæger sig hvordan på din blog – nogle grupper der falder fra? nogle indlæg som enkelte grupper ikke er på udkig efter? ranker du på de forkerte søgeord på søgemaskinerne? etc.

Specifikke indlæg/sider du ønsker informationer omkring

Har du en specifik side eller indlæg, som du har en følelse af, hele tiden tiltrækker trafik? Så kan du igennem brugerflowet se hvorfra på din blog, denne trafik kommer. Du skal blot trykke på den udvalgte side og vælge "*Fremhæv trafik herfra*".

	III Safar-Int. Suprant	T ¹ _{2/49}	■ ¹ 2125	III (1/22
		finances is a sectory	III Acquiration - staggerst	₩ 17.6rg
	H (1111	E Accentation, Strappend	II (7 top due, 1 on bog)	III horn
G		H Staple render	Inclan-Ind. biog-nevel	III (10000
	Tiere-toil_instagram/	tamarbejde "kaomneder"	Tere-fol_instagram/	III /14
	III STREAM BOOM	(*23 fiere sider)	I (+ to there sider)	III (**4.6 0727

Billedet fremviser således hvilke andre blogindlæg på din blog, som sender trafik til dette specifikke blogindlæg (eller side). Dette benyttes eksempelvis til, at se hvorfra man tiltrækker trafik til ens vigtigste sider (f.eks. salgssider, e-mail signup-sider, sociale medie-sider etc.). På baggrund af dette, vil det også være muligt at udpege andre steder på bloggen, hvor det vil være fordelagtigt at henvise til de vigtigste indlæg.

Dine vigtigste blogindlæg

Vi har allerede fremvist, hvordan du finder informationerne omkring hvad dine besøgende læser. Vi vil i dette afsnit fremvise, hvordan du kan benytte informationerne omkring *de bedste* indlæg til, at optimere din blog.

**	Anskaffelse	Side ?	Sidevisninger	Unikke sidevisninger	Gns. tid på side ?	Indgange	Afvisningsprocent
	Adfærd Oversigt Adfærdsflow		2.624 % af total: 100,00 % (2.624)	2.193 % af total: 100,00 % (2.193)	00:02:54 Gns. for visning: 00:02:54 (0,00 %)	1.654 % af total: 100,00 % (1.654)	78,42 % Gns. for visning: 78,42 % (0,00 %)
	- Websiteindhold	1. /sadan-finder-du-det-perfekte-blo g-navn/	413 (15,74 %)	352 (16,05 %)	00:03:17	345 (20,86 %)	79,42 %
	Alle sider	2. /hvordan-laver-man-en-blog/	262 (9,98 %)	198 (9,03%)	00:03:42	151 (9,13%)	79,47 %
	Indhold i detaljer	3. /flere-followers-instagram/	247 (9,41 %)	237 (10,81 %)	00:03:07	233 (14,09 %)	89,27 %
	Afslutningssider	4. /	159 (6,06 %)	118 (5,38 %)	00:01:49	106 (6,41 %)	56,60 %
	Webstedshastighed	5. /instagram-blog/	90 (3,43 %)	69 (3,15 %)	00:03:45	64 (3,87 %)	68,75 %
	▹ Site Search	6. /den-ultimative-tjeklisten-til-hvord	83 (3,16 %)	73 (3,33 %)	00:07:07	71 (4,29%)	81,69 %
	▶ Hændelser	7. /kob-dig-til-flere-followers-pa-insta gram/	81 (3,09 %)	72 (3,28 %)	00:03:28	58 (3,51 %)	86,21 %

Se hvilke sider/blogindlæg på din blog som folk besøger. Trykker du på "sidevisninger" får du fremvist listen, med mest besøgte blogindlæg øverst.

I efterfølgende har vi udvalgt 7 måder hvorpå, du kan benytte denne viden til at optimere dine blogindlæg. Vi vil således komme med konkrete tiltag, som du kan benytte direkte på din blog.

Optimering: Interne links

Et indlæg som allerede får en masse trafik, vil være oplagt at benytte som "reklame" for andre indlæg på din blog. Dette kan du nemt gøre ved, at indsætte links i selve teksten til et andet sted på din blog.

Jo bedre disse links indsættes, jo mere trafik vil du trække rundt på din blog – og jo længere tid vil dine besøgende blive på bloggen. Konkret kan du gøre dette ved, at opbygge interesse i selve teksten og lade folk vide, at de kan læse mere omkring specifikke underemner et andet sted på bloggen. Nævner du eksempelvis kort et emne, som grundet det overordnet emne ikke vil blive omtalte ydereligere, så er dette en oplagt mulighed.

Vil du lære mere omkring WordPress? Læs med herunder

- Nyt design på WordPress? Tjeliste
- Benyt kategorier og tags i WordPress
- Statisk side fremfor blog i WordPress

En anden mulighed er, at du manuelt indsætter links i bunden af dit indlæg under titlen "*Vil du vide mere omkring...., så læs med her*". (ikke at forveksle med "relaterede indlæg", som ikke har samme effekt, da folk har tendens til at overse disse).

Optimering: Den rette sidebar

Efter afsnittet omkring interne links, så ved du at det kan være fordelagtigt at linke til andre indlæg på din blog for, at henvise dine besøgende dertil. De samme kan være fordelagtigt når det kommer til din sidebar. Kort sagt kan en gennemtænkt sidebar, få brugerne til at læse og tilbringe mere tid på din blog. En måde hvorpå du kan opbygge en specifik sidebar, kan være således:

- 1. Nedskriv dine 10 vigtigste overordnet blogemner.
- 2. Find det mest besøgte blogindlæg(/kategori) indenfor hvert emne.
- Udarbejd og Indsæt specifikke sidebars til disse blogindlæg(/kategorier), alt efter det overordnet emne.

Ideen er således, at du laver en sidebar som er specifik til det overordnet emne. Dette betyder at når folk læser de udvalgte blogindlæg, så vil de få fremvist en kategorispecifik sidebar, fremfor en stationær sidebar. Det er således en måde hvorpå, du kan aktivere dine besøgende med mere indhold.

Skriver du på en livsstilsblog omkring emnerne mode, bolig samt mad, så vil en generel sidebar ikke være særlig hjælpsom for folk, som kun er interesseret i dine blogindlæg omkring mode. Benyt pluginnet <u>Custom Sidebar</u> til at oprette kategorispecifikke sidebars.

Installation af Custom Sidebar

- 1. Download pluginnet og installer det på din blog.
- 2. Under Appearance -> Widget opretter du en specifik sidebar.
- 3. Tilføj herefter elementer til den nye sidebare, som du normalt ville gøre det.
- 4. På de enkelte blogindlæg vælger du din nyoprettede sidebar i højre side (en ny boks ved navn "sidebar" fremtræder efter installation af dette plugin)
- 5. Tilknytning til specifikke kategorier sket direkte fra widget-siden.

Hvad med dine sociale medie-profiler? Er enkelte af disse kun tiltænkt dele af dine blogemner, så kan det være oplagt kun at gøre opmærksom på disse, på indlæg underlagt disse emner.

Optimering: Tid på siden

Selvom et blogindlæg modtager en masse trafik, så er dette ikke ensbetydende med, at de besøgende er tilfredse med blogindlægget. Derfor vil det være fordelagtigt, at du betragter både "*Gns. tid på site*" samt "*Afvisningsprocent*" for at se, om der er plads til forbedringer. Tiden der benyttes på det specifikke indlæg kan du bruge som indikator for, hvorvidt dit indlæg er godt nok, om det er langt nok, eller noget helt tredje.

Når det kommer til afvisningsprocenten, så henviser denne til folk, som besøger det specifikke blogindlæg uden at gå videre på bloggen. I visse tilfælde er det helt fint med indlægget, hvis det læses færdigt. Det vil dog være fordelagtigt at få disse besøgende til, at besøge andre dele af din blog.

Optimering: Andre indlæg

Hvad er det ved disse indlæg, som dine besøgende godt kan lide? Benyt dette til din fordel. Gennemgå alle de indlæg som har modtaget en flot mængde trafik, har en lav afvisningsprocent samtidig med at folk har brugt lang tid på at læse dem. Hvad er det, som har skabt denne forhøjet interesse ved din målgruppe?

Jo mere information du kan få fra disse enkelte indlæg, som du kan bruge på fremtidige indlæg, jo større sandsynlig er der for at modtage flere besøgende og faste læsere i fremtiden.

Udover blot at vide hvilke indlæg der modtager trafikken, så er det også vigtigt at vide hvorfra denne trafik stammer. Denne viden kan nemlig være med til at fremvise, hvilken form for interesse dit indlæg har skabt (er det f.eks. på de sociale medier, andre blogs eller Google som har skabt interessen for det specifikke indlæg).

Adfærd		Side ?	Kilde 😗 \Theta	Sidevisninger 🚽	Unikke sidevisninger	Gns. tid på
Oversigt					?	Side 0
Adfærdsflow				2.624	2.193	00:02:54
- Websiteindhold				% af total: 100,00 % (2.624)	% af total: 100,00 % (2.193)	Gns. for visning: 00:02:54
Alle sider						(0,00 %)
Indhold i detaljer	0	1. /sadan-finder-du-det-perfekte-blo Paravn/	google	396 (15,09 %)	341 (15,55 %)	00:03:31
Landingssider		2. /flere-followers-instagram/	(direct)	234 (8,92 %)	225 (10,26 %)	00:03:19
Afslutningssider		3. /hvordan-laver-man-en-blog/	google	176 (6,71 %)	141 (6,43 %)	00:04:18
Webstedshastighed	0	4. /instagram-blog/	m.facebook.com	85 (3,24 %)	64 (2,92 %)	00:03:52
Site Search		lkoh dia til floro followora po insta				
▶ Hændelser		5. gram/	google	73 (2,78 %)	65 (2,96 %)	00:02:38
▶ AdSense		6. /gratis-fotoredigeringsprogramme Jack Problems Problem	amino.dk	69 (2,63 %)	61 (2,78 %)	00:05:39
Tests		- /den-ultimative-tieklisten-til-hvord	Parken and a set		-	
In-Page Analytics		an-du-blogger/	google	67 (2,55 %)	58 (2,64 %)	00:06:53
		8. /	google	62 (2,36 %)	32 (1,46 %)	00:01:19

Under Adfærd --> Adfærdsflow --> Alle sider (sekundær dimension: Kilde) får du fremvist hvorfra de vigtigste blogindlæg modtager deres trafik. NB: blogindlæg kan blive opdelt fordi, de modtager trafik fra flere kilder.

Ekstra: Sociale medier

Ikke alle dine følgere har læst alle dine blogindlæg, hvilket du kan benytte til din fordel. Har du et vigtigt blogindlæg, som har modtaget meget trafik, men som har en publiceringsdato et par måneder tilbage i tiden, så vil det formentlig være oplagt at dele dette på Facebook eller andre sociale medier igen. Har du forsøgt at få andre til at dele dine gode blogindlæg?

Ekstra: Vigtighed ift. trafikmængde

Har du en ide om, hvilke blogindlæg der er vigtigt for dig – i forhold til at opnå det mål, som du har fastsat for din blog. Er det disse blogindlæg som modtager trafikken? Benyt denne viden til, optimere de vigtige blogindlæg samt sende besøgende dertil.

Ekstra: Links til din blog

Har du allerede en række blogindlæg, som modtager en flot mængde trafik, så kan dette indlæg være omdrejningspunktet for anskaffelsen af ny omtale. Tjek således hvor mange indgående links dine top 10 bedste indlæg har (<u>Ahrefs</u>), tag kontakt til disse blogs, hjemmesider etc. for, at forhøre omkring ny omtale.

Opsætning af mål

GA fremsætter en række vigtige informationer allerede på dit dashboard, men du kan nemt opsætte en række mål således, du nemt kan tracke hvordan din blog faktisk klarer sig på punkter, som er vigtige for dig.

4	Alle websitedata	+ NY	T MÅL Importér fra galleri		Q, Søgning		
	Indstillinger for visning		Mål +	ld	Konverteringer i løbet af de seneste syv dage	Registrerer	
	Brugeradministration		Besøgt om Unitate-siden	Mål-id 1/målsæt 1	0	TL	
	🗮 Mai						

Administrator (top menu) -> Mål (under visninger) -> + Nyt mål.

Som blogger kan du bruge opsætningen af mål til, at tracke hvor mange som besøger vigtige dele af din blog. F.eks. hvis du gerne vil vide, hvor mange som læser et specifikt blogindlæg, besøger din om-side eller besøger din salgsside.

Opsætning af mål i GA

Målsætninger i GA kan opsættes på mange forskellige måder, men for de fleste bloggere vil det være oplagt at måle besøg til enkelte sider/blogindlæg. Dette gøres nemt ved at vælge hvilken side GA skal måle, hvorefter du nemt fra dit dashboard kan se, hvor mange der overordnet har besøgt dine opsatte mål-sider. Herudover kan du også dykke ned i, hvorfra trafikken kommer (som vist tidligere i denne e-bog).

Navn	Destination				
SKRIV NAVN	Du kan f.eks. bruge Mit skærmbillede for en app og /tak.html i stedet for www.example.com/tak.html for en webside				
Målplads-id	Værdi VALGFRI(T)				
Mål-id 2 / Målsæt 1 👻	Fra Tildel konverteringen en pengeværdi.				
Type Destination eksempel: tak.html Varighed eksempel: fem minutter eller længere Sider/skærmbilleder pr. session eksempel: tre sider	Tragt VALGFRI(T) Fra Angiv en sti, som du forventer, at trafikken følger for at nå destinationen. Du kan bruge denne til at analysere de indgangs- og udgangspunkter, der har betydning for dit mål.				
Hændelse eksempel: afspillede en video	Bekræft dette mål Se, hvor mange gange dette mål ville have opnået konverteringer, ud fra dataene fra de seneste syv dage.				

Efterfølgende kan du nemt flere relevante steder i GA vælge, at få fremvist den pågældende data baseret på opsatte mål. Dette gøres nemt ved at vælge "Goal Set" eller "Målsætning" over grafen på den pågældende side (se billedet herunder). Husk at informationerne du får fra dit opsatte mål, kan fremvises i flere af de analyser vi fremviser i denne e-bog.



Vælger du at opsætte flere mål, så kan du under *Konvertering -> Mål -> Oversigt* få et samlet overblik over alle dine opsatte mål.

Din blog og søgemaskinerne

En af de kilder hvorfra din blog kan modtage trafik, er fra søgemaskiner som f.eks. Google. Der er stor forskel på, hvor meget trafik blogs modtager fra disse søgemaskiner, men det er nemt for dig at se, præcis hvor godt din blog klarer sig overfor søgemaskinerne.

Unitate.dk



Anskaffelse -> Oversigt fremviser din samlet trafik fordelt på kilder.

Udover informationer omkring hvor meget trafik du modtager fra søgemaskinerne, så giver GA dig også informationer omkring hvilke søgninger du fremkommer på, hvor mange gange du er blevet eksponeret på disse samt hvor mange der har klikket. Dette giver dig således informationer til at se, hvordan du klarer dig på resultatlisterne, men endnu vigtigere, i hvilke situationer der er plads til forbedringer.

Anskaffelse	Forespørgsel	Eksponeringer ?	Кlik ? ↓	Gennemsnitlig position	CTR ?
Oversigt Al trafik Kanaler Kilde/medium Henvisninger AdWords Søgemaskineoptimering Forespørgsler Landingssider Geografisk oversigt Social Kampagnetrafik		15.509 % af total: 25,85 % (60.000)	817 % af total: 81,70 % (1.000)	24 Gns. for visning: 84 (-72,53 %)	5,27 % Gns. for visning: 1,67 % (216,07 %)
	1. blog navne	70 (0,45 %)	35 (4,28 %)	1,0	50,00 %
	2. blognavn	60 (0,39 %)	35 (4,28 %)	1,0	58,33 %
	3. fotoredigeringsprogram	700 (4,51 %)	30 (3,67 %)	10	4,29 %
	4. blog navn	60 (0,39 %)	22 (2,69 %)	1,0	36,67 %
	5. blog navne ideer	50 (0,32 %)	22 (2,69 %)	1,8	44,00 %
	6. gode blog navne	35 (0,23 %)	22 (2,69 %)	1,5	62,86 %
	7. få flere følgere på instagram	200 (1,29 %)	16 (1,96 %)	5,5	8,00 %
	8. blognavne	22 (0,14 %)	12 (1,47 %)	1,0	54,55 %
	9. fotoredigeringsprogrammer	110 (0,71 %)	12 (1,47 %)	3,6	10,91 %

Disse informationer finder du under Anskaffelse -> Søgemaskineoptimering -> Forespørgsel (NB: kræver opsætning med Google Webmaster Tool).

Forbedringer overfor søgemaskinerne

Herunder har vi samlet et udsnit af de spørgsmål, som du kan stille dig selv på baggrund af informationerne. Der vil i de fleste tilfælde være indlæg, hvor antallet af eksponeringerne (gange indlægget er blevet fremvist på resultatlisterne) og antallet af klik (folk der faktisk har klikket) ikke fremviser et perfekt resultat. I disse situationer er der plads til forbedringer.

Unitate.dk

- 1. Skal jeg forbedre page title på indlægget?
- 2. Skal jeg forbedre meta beskrivelse?
- 3. Skal jeg ændre URL-strukturen? (Husk redirects)
- 4. Skal jeg skaffe flere interne links til indlægget?
- 5. Skal jeg skaffe flere eksterne links til indlægget?

Loyalitet

Læs med i næste e-bog :D