

INNØRINGSKURS

Google Analytics



Viktig informasjon vedrørende kursmateriell (dette dokumentet)

Kursmateriell skal kun gjøres tilgjengelig for kursdeltakere av kurset:

Innføring i Google Analytics for Helse-Nord
31. okt. 2016

Det er **ikke tillatt** å dele/tilgjengeliggjøre/spre eller på andre måter distribuere kursmateriell på nett eller til personer som ikke har deltatt personlig på dette kurset.

Mål:

- Samling, dele erfaringer
- Runde 1:
 - Grunnleggende innføring
 - Overblikk
 - Diskusjon
 - Pilot
- Runde 2:
 - Dypdykk



Lise Fimreite Simensen

CEO & Founder of Digital Heads AS

Oslo-området, Norge | Elektroniske medier

Nåværende Digital Heads AS

Forrige Opera Software, Google, QXL Nordic

Utdanning HIA

Google - Norway, China
Strategist, Industry Manager Tech and Retail - T1 Global accounts.
Google Analytics, Google AdWords, AdMob, YouTube m.fl.

Opera Software - Global
Global Digital Marketing Manager
20+ markets, digital strategy, mobile marketing, tracking

Digital Heads
Founder & CEO – Lederstøtte og utdanning
Digital strategi og opplæring i digitale emner

Kontakt:
+47 906 30 811
lise@digitalheads.no
www.digitalheads.no



Opera

DIGITAL
HEADS



Hvem er dere? 😊



Spesialisthelsetjenesten i Nord-Norge



[Finnmarkssykehuset](#)



[Universitetssykehuset Nord-Norge \(UNN\)](#)



[Nordlandssykehuset](#)



[Helgelandssykehuset](#)



[Sykehusapotek Nord](#)



[Helse Nord IKT](#)

[UTDANNING](#)

[PASIENTKURS](#)

[Kontakt oss](#)



[Helsefaglig](#)

[Om oss](#)



Hva skjer før, under og etter behandling?

Finn undersøkelse eller behandling



Undersøkelser og behandlinger fra A til Å





Hva skjer før, under og etter behandling?

Finn undersøkelse eller behandling



Utvalgte behandlinger fra A til Å





Hva skjer før, under og etter behandling?

Finn undersøkelse eller behandling



Utvalgte undersøkelser og behandlinger - A til Å





Hva skjer før, under og etter behandling?

Finn undersøkelse eller behandling



Utvalgte behandlinger fra A til Å







Helse og IKT smelter sammen



Handle i apotek på nett

Du kan bestille reseptbelagte og reseptfrie legemidler fra norske nettapotek som er godkjent av Statens legemiddelverk.

Innhold A-Å

Alt A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W X Y

Min helse

Når du logger inn får du tilgang på tjenester som hjelper deg å følge opp egen helse. Flere tjenester er under utvikling. Du ser også tjenester som er under utprøving i utvalgte områder i Norge. Etter hvert kan du benytte flere tjenester på

AGENDA – Innføringskurs (Runde 1)

- Innføring i Google Analytics
 - Bruksområder
 - Ledelse
- Termer og begreper
- Brukergrensesnittet
- Nyttige rapporter
- Events og konverteringssporing
- Segmenter
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

AGENDA – Innføringskurs (Runde 1)

- Innføring i Google Analytics
 - Bruksområder
 - Ledelse
- Termer og begreper
- Brukergrensesnittet
- Nyttige rapporter
- Events og konverteringssporing
- Segmenter
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

Innføring i verktøyet Google Analytics



Google
Analytics

- Google Analytics er enkelt, gratis og et av verdens mest brukte digitale analyseverktøy
- Google Analytics gir oss tilgang til 100+ ferdige rapporter
- Google Analytics samler data som gjør det mulig for oss å utbedre nettsidene våre
- Google Analytics har en rekke bruksområder

Hva kan Google Analytics
brukes til?

Oppgave:

Hva bruker du
Google Analytics til i dag?

Vanlige bruksområder

- Rapportering
- Analyse og optimalisering

Vi ønsker svar på:

- Hva gjør de besøkende på nettsidene våre?
- Hvilke deler av innholdet vårt blir konsumert?
- Hvordan navigerer de besøkende?
- Kan vi optimalisere nettsidene våre for bedre ytelse?
- Hvor kommer de besøkende fra?
- Hvilke markedsaktiviteter leder trafikk til nettsidene?
- ..

Et ønske om å gjøre nettsidene
våre bedre og bedre



Google Analytics måler
aktivitet på nettsidene...

Oppgaver for ledelsen!

Hvilke overordnede
mål har vi?

Hvilke mål har vi?

- Bedre pasientbehandling
- Å sikre likeverdige helsetjenester
- Å styrke omdømmet til helseforetaket
- Økt grad av felles innholdsproduksjon og felles teknisk utvikling

Disse målene er videre brutt ned med delmål og effektmål, og helseforetakene oppfordres til å ta en intern runde for selv lage seg delmål og effektmål på dette.

Hvilke målgrupper har vi?

Heleseforetakene

Hovedmålgruppa for HF-ene sine nettsider er **pasienter** og **pårørende**. **Helsepersonell**, både egne og fra primærhelsetjenesten, er den neste viktige målgruppen. Andre målgrupper er **forskere**, **samfunnsaktører**, **jobbsøkere**, **media**.

Helse-Nord.no

Hovedmålgruppe til Helse-Nord.no er IKKE pasienter, men **politikere**, **media** og **helsepersonell** (eks. **fastleger** som skal henvise til private avtalespesialister/rehabilitering/raskere tilbake, **fagfolk** som er på jakt etter rapporter og utredninger, **forskere** som skal søke om midler)

.

Hvilke oppgaver skal
nettsidene løse for oss?
(Taktikk)

Hva vil vi at de
besøkende skal gjøre på
nettsidene våre?

Hvordan vet vi om de
besøkende gjør det vi vil at de
skal gjøre?

Hvilke hændelser skal vi "telle"?

Må nettsidene våre
justeres/utbedres for å kunne
måle det vi vil måle?

5 Steps of Measurement Planning

Step 1: Document business objectives

Step 2: Identify strategies and tactics

Step 3: Choose KPIs

Step 4: Choose segments

Step 5: Choose targets



Enighet!

Ønsker vi å spore hendelser (events)?

http://www.helgelandssykehuset.no
www.helgelandssykehuset.no

STARTSIDE **RAPPORTERING** TILPASSET ADMINISTRASJON

Søk i rapportene og brukerstøtte

Topphendelser

Tilpass E-post Eksport Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Tabellen er filtrert slik

Alle brukere
0,00 % Unike hendelser

+ Legg til segment

Utforsker

Hendelse Nettstedbruk Netthandel

Alle hendelser kontra Velg en beregning

Alle hendelser

15. aug. 22. aug. 29. aug.

Hoveddimensjon: Kategori for hendelsen Aktivitetshandling Hendelsesetikett

Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard

Kategori for hendelsen ?	Alle hendelser ?	Unike hendelser ?
	0 % av summen: 0,00 % (0)	0 % av summen: 0,00 % (10 929)

Det finnes ingen data for dette datautvalget.

- ← Snarveier
- 💡 Observasjon og overvåkning
- 🕒 Sanntid
- 👤 Målgruppe
- ➡ Trafikk
- 📅 Atferd
 - Oversikt
 - Atferdsflyt
 - Nettstedinnhold
 - Nettstedhastighet
 - Nettstedsøk
 - ▼ Aktiviteter
 - Oversikt
 - Topphendelser**
 - Sider
 - Hendelsesflyt
 - ▶ Publisist

Var denne artikkelen nyttig?

JA

NEI



Egenandeler og frikort

Du får dekket deler av dine utgifter ved behandling hos lege, på poliklinikken eller andre behandlingsinstitusjoner, men du må betale en egenandel. Frikort for helsetjenester får du når du har betalt over et visst beløp i egenandeler. Det er ulike egenandeler avhengig av type helsetjeneste.

Egenandel og tillegg

I noen tilfeller må du betale for bandasje- og forbruksmateriell eller andre tjenester i tillegg til egenandelen.



[Oversikt over egenandeler på helsenorge.no](#)



Publikasjoner

Her finner du en oversikt over vitenskapelige publikasjoner med Finnmarkssykehusets ansatte som forfattere.

2016



1. Sahakyan MA, Yaqub S, **Kazaryan AM**, Villanger O, Berstad AE, Labori KJ, Edwin B, Røsok BI. "Laparoscopic Completion Pancreatectomy for Local Recurrence in the Pancreatic Remnant after Pancreaticoduodenectomy: Case Reports and Review of the Literature." *J Gastrointest Cancer*. 2016 Jan 5. [Epub ahead of print] PubMed PMID: 6732389.
www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26732389?report=docsum
2. **Signe Hjelen Stige** and Per-Einar Binder. "From painstaking work to a new way of meeting the world—Trauma clients' experiences with skill training in a stabilization group approach." *Psychotherapy Research* Published online: 03 Feb 2016. DOI:

Mål / konverteringssporing?

http://www.helgelandssykehuset.no
www.helgelandssykehuset.no ▾

STARTSIDE **RAPPORTERING** TILPASSET ADMINISTRASJON

Søk i rapportene og brukerstøtte

Denne rapporten krever at mål er aktivert for dette datautvalget.

Hva er mål?
Du kan bruke mål på ulike måter for å finne ut i hvilken grad nettstedet ditt eller appen din innfrir målsettingene dine. Målene kan konfigureres individuelt slik at de sporer bestemte handlinger, for eksempel økter til en side for registreringsbekreftelse eller et skjermbilde for fullførte nedlastinger, en minste øktvarighet eller et bestemt kjøpsbeløp.

Hvorfor sette opp mål?
Du kan måle konverteringer, eller gjennomføringsgrad, for hvert mål du angir. Kombiner mål med trakter for å analysere handlingene brukerne utfører som fører frem til et mål. Hvis du angir en pengeverdi for et mål, kan du også se verdien av konverteringene.

Her er noen eksempler på mål:

- Sidene Takk for registreringen
- bekreftelser av reiseruter for flyvninger
- Siden Nedlasting fullført

Ta kontakt med administratoren for datautvalget ditt for å aktivere mål.

[Les mer](#)

© 2016 Google | [Startsiden for Analytics](#) | [Vilkår](#)

Oversiktspaneler

Snarveier

Observasjon og overvåkning

Sanntid

Målgruppe

Trafikk

Atferd

Konverteringer

▼ Mål

Oversikt

Målnettadresser

Omvendt målbane

Traktvisualisering

Målflyt

► Netthandel

Ønsker vi konverteringsdata i alle rapporter?

http://www.helgelandssykehuset.no
www.helgelandssykehuset.no

STARTSIDE **RAPPORTERING** TILPASSET ADMINISTRASJON

15. aug. 22. aug. 29. aug. 5. sep.

Søk i rapportene og brukerstøtte

Hoveddimensjon: **Kilde** Destinasjonsside Andre

Tegn rader Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard

Kilde	Trafikk			Atferd			Gjennomsnittlig øktvarighet	Konverteringer		
	Økter	% nye økter	Nye brukere	Fluktfrekvens	Sider per økt	Målkonverteringsfrekv.		Målfullføringer	Målverdi	
	2 500 % av summen: 22,87 % (10 929)	38,00 % Gj.sn. for datautvalget: 51,83 % (-26,68 %)	950 % av summen: 16,77 % (5 664)	63,22 % Gj.sn. for datautvalget: 54,45 % (15,70 %)	3,19 Gj.sn. for datautvalget: 2,74 (16,65 %)	00:03:01 Gj.sn. for datautvalget: 00:02:03 (47,11 %)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)	0 % av summen: 0,00 % (0)	USD 0,00 % av summen: 0,00 % (USD 0,00)	
1. intranett.helgelandssykehuset.no	1 354 (54,16 %)	20,83 %	282 (29,68 %)	63,22 %	2,46	00:02:29	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
2. site-auditor.online	366 (14,64 %)	77,32 %	283 (29,79 %)	97,27 %	1,03	00:00:27	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
3. helse-nord.no	136 (5,44 %)	57,35 %	78 (8,21 %)	41,18 %	3,11	00:01:09	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
4. monetizationking.net	108 (4,32 %)	77,78 %	84 (8,84 %)	98,15 %	1,02	00:00:03	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
5. fs.nhn.no	88 (3,52 %)	5,68 %	5 (0,53 %)	15,91 %	20,35	00:22:30	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
6. gulesider.no	77 (3,08 %)	42,86 %	33 (3,47 %)	37,66 %	3,83	00:01:43	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
7. 1881.no	73 (2,92 %)	67,12 %	49 (5,16 %)	35,62 %	3,60	00:01:24	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
8. ambulanseforum.no	33 (1,32 %)	66,67 %	22 (2,32 %)	84,85 %	1,55	00:00:13	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
9. intranett.helse-nord.no	27 (1,08 %)	11,11 %	3 (0,32 %)	37,04 %	6,33	00:07:46	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	
10. fs.test.nhn.no	22 (0,88 %)	27,27 %	6 (0,63 %)	4,55 %	21,95	00:45:21	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)	

Vis rader: 10 Gå til: 1 1 – 10 av 76

Denne rapporten ble generert 12.09.2016 kl. 16.38.30 - Oppdater rapport

Ønsker vi å måle effekt fra sosiale medier?

http://www.helgelandsssykehuset.no
www.helgelandsssykehuset.no

STARTSIDE **RAPPORTERING** TILPASSET ADMINISTRASJON

Søk i rapportene og brukerstøtte

Oversikt 12. aug. 2016 - 11. sep. 2016

Legg til i oversiktspanelet Snarvei

I denne rapporten brukes mål

Målkonverteringer er beregningen som er viktigst for å måle i hvilken grad nettstedet ditt oppfyller forretningsmålene dine. En målkonvertering registreres når en bruker fullfører en ønsket handling på nettstedet ditt, for eksempel en registrering eller en nedlasting.

Ta kontakt med administratoren for datautvalget ditt for å aktivere mål.

% av økter: 100,00 %

Oversikt

Sosial verdi

0 (USD 0,00)
Oppnådde sosiale konverteringer

0 (USD 0,00)
Siste konverteringer fra sosiale interaksjoner

0 (USD 0,00)
Oppnådde sosiale konverteringer

Siste konverteringer fra sosiale interaksjoner

Du har ikke definert noen mål, og vi klarer derfor ikke å måle verdien av sosiale henvisninger på nettstedet ditt.
[Opprett et mål](#)

Økter: **10 929**

Økter via sosial anbefaling: **1 223**

Konverteringer: **0**

Oppnådde sosiale konverteringer: **0**

Siste konverteringer fra sosiale interaksjoner: **0**

Ønsker vi egne rapporter for kampanjer? (UTM-sporing)

http://www.helgelandspsykehuset.no
www.helgelandspsykehuset.no

STARTSIDE **RAPPORTERING** TILPASSET ADMINISTRASJON

Søk i rapportene og brukerstøtte

Kampanjer 12. aug. 2016 - 11. sep. 2016

Tilpass E-post Eksport Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
0,00 % Økter

+ Legg til segment

Utforsker

Sammendrag Nettstedbruk Netthandel

Økter kontra Velg en beregning

Dag Uke Måned

Økter

1

0

15. aug. 22. aug. 29. aug. 5. sep.

Hoveddimensjon: Kampanje Kilde Medium Kilde/medium Andre

Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard

Kampanje	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
	Økter	% nye økter	Nye brukere	Fluktfrekvens	Sider per økt	Gjennomsnittlig øktvarighet	Målkonverteringsfrek.	Målfullføringer	Målverdi
?	0 % av summen: 0,00 % (10 929)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 51.83 % (-100,00 %)	0 % av summen: 0,00 % (5 664)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 54.45 % (-100,00 %)	0,00 Gj.sn. for datautvalget: 2.74 (-100,00 %)	00:00:00 Gj.sn. for datautvalget: 00:02:03 (-100,00 %)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)	0 % av summen: 0,00 % (0)	USD 0,00 % av summen: 0,00 % (USD 0,00)

Alle kampanjer

- Betalte søkeord
- Organiske søkeord
- Kostnadsanalyse

Ønsker vi å jobbe med trakter?

Søk i rapportene og brukerstøtte

Oversiktspaneler

Snarveier

Observasjon og overvåking

Sanntid

Målgruppe

Trafikk

Atferd

Konverteringer

▾ Mål

Oversikt

Målnettadresser

Omvendt målbane

Traktvisualisering

Målflyt

▸ Netthandel

Denne rapporten krever at mål er aktivert for dette datautvalget.

Hva er mål?

Du kan bruke mål på ulike måter for å finne ut i hvilken grad nettstedet ditt eller appen din innfrir målsettingene dine. Målene kan konfigureres individuelt slik at de sporer bestemte handlinger, for eksempel øker til en side for registreringsbekreftelse eller et skjermbilde for fullførte nedlastinger, en minste øktvarighet eller et bestemt kjøpsbeløp.

Hvorfor sette opp mål?

Du kan måle konverteringer, eller gjennomføringsgrad, for hvert mål du angir. Kombiner mål med trakter for å analysere handlingene brukerne utfører som fører frem til et mål. Hvis du angir en pengeverdi for et mål, kan du også se verdien av konverteringene.

Her er noen eksempler på mål:

- Sidene Takk for registrering
- bekreftelser av reiseruter for flyvninger
- Siden Nedlastning fullført

Ta kontakt med administratoren for datautvalget ditt for å aktivere mål.

[Les mer](#)

Ønsker vi å linke Google Analytics med Search Console? Google AdWords...



http://www.helgelandssykehuset.no

www.helgelandssykehuset.no ▾

STARTSIDE

RAPPORTERING

TILPASSET

ADMINISTRASJON

Søk i rapportene og brukerstøtte



Du må slå på Search Console-integrering for å kunne se denne rapporten.

Kontakt Analytics-administratoren din for å opprette en tilknytning til et Search Console-nettsted.

Hva er Search Console?

Search Console er en gratis tjeneste der du finner data og analyser som kan gjøre det enklere for deg å forbedre resultatene for nettstedet ditt i Google Søk.

Slik slår du på Search Console-data i Analytics

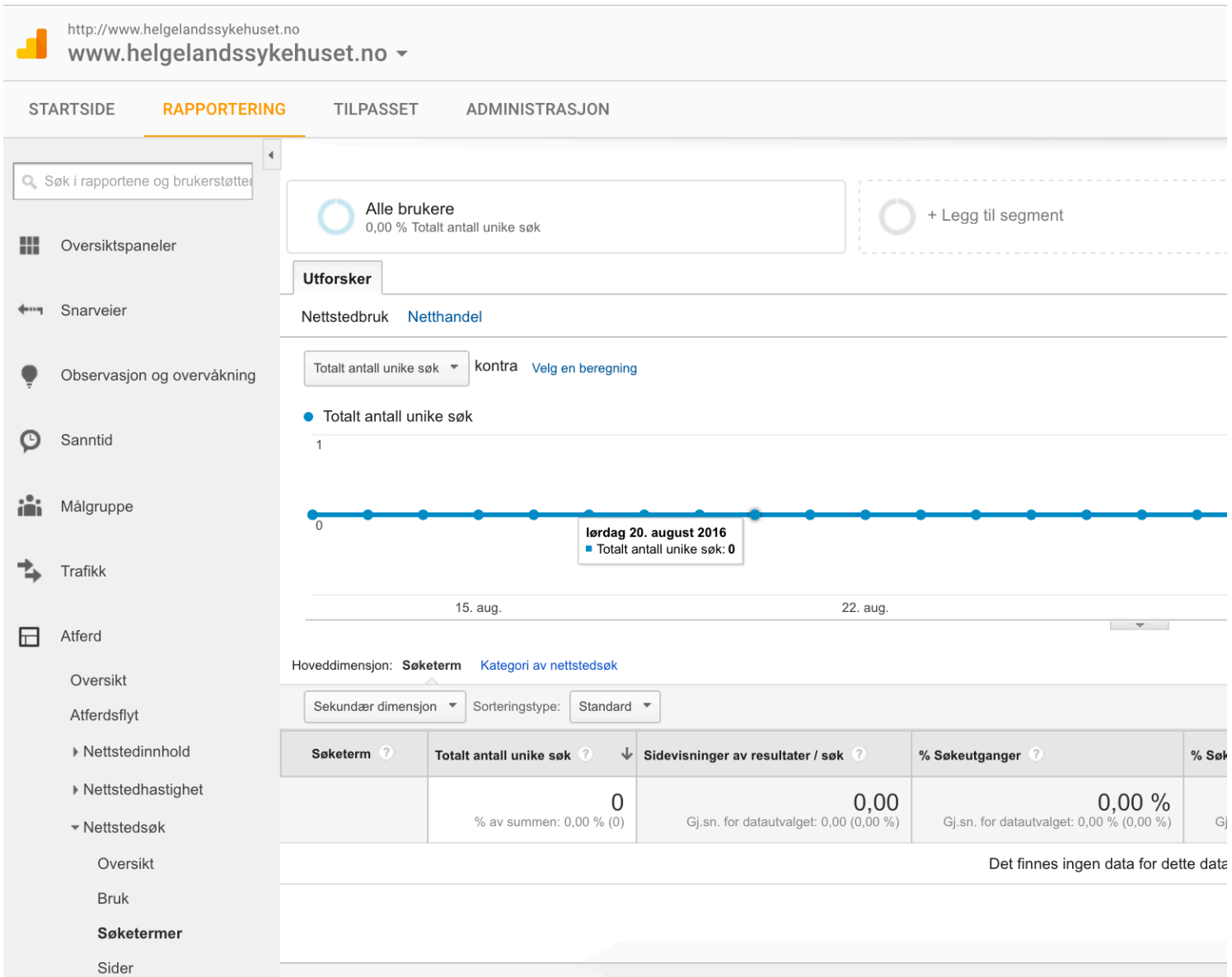
Når du har knyttet et av nettstedene dine i Search Console til Analytics-området ditt, blir dataene fra nettstedet vist i rapportene dine for søkemotoroptimalisering. Du kan gå til Områdeinnstillinger-siden under Kontoadministrasjon i Analytics for å endre hvilke av nettstedene dine i Search Console du ønsker å vise data fra, og kontrollere hvilke av datautvalgene i nettområdet ditt som kan vise dataene.

Slik bruker du Search Console-data i Analytics

Med Search Console får du data om hva brukerne ser i Google-søkeresultatene før de bestemmer seg for å klikke seg til nettstedet ditt (eller et annet nettsted). Du kan bruke disse dataene for å identifisere muligheter og prioritere tiltak som skal øke antallet besøkende til nettstedet. Eksempler:

- Identifiser destinasjonssidene på nettstedet som har gode klikkfrekvenser, men dårlige gjennomsnittlige plasseringer i søkeresultatene. Dette kan være sider som besøkende vil se, men har problemer med å finne.
- Identifiser søk (søkeord) som gir nettstedet ditt gode gjennomsnittlige plasseringer, men har dårlige klikkfrekvenser. Dette er søk som fører til interesse for sidene dine, og bedre innhold kan føre til flere besøkende.

Ønsker vi å måle internsøk?





- Introduction
- Fundamentals
 - Campaigns
 - Custom Variables
 - Ecommerce
 - Event Tracking
 - Experiments
 - Multiple Domains**
 - Search Engines
 - Social Interactions
 - User Timings
- Advanced
 - Standard and Customized Setup
- Resources
 - Migrating to Async Tracking
 - Troubleshooting & Validation
 - Cookie Usage
 - Limits and Quotas

Tracking Multiple Domains - Web Tracking (ga.js)



⚠️ ga.js is a legacy library. If you are starting a new implementation we recommend you use the latest version of this library, analytics.js. For existing implementations, learn how to migrate from ga.js to analytics.js.

This document describes a variety of ways to collect visits to multiple domains in a single view (profile)—as if they were a single site rather than two separate ones. It also covers how to track portions of a website, such as sub-directories and iFramed content. If you are unfamiliar with the general process of cross-domain tracking, see [About cross domain tracking](#).

Introduction

A default setup of Google Analytics is designed to track content and visitor data for a single domain, such as `www.example.com`.

However, suppose you want to use Analytics for more complex situations, such as tracking:

- **Subdomains**—all visitors to *both* `dogs.example.com` and `www.example.com`, with data for both showing in the same report view (profile)
- **Subdirectories**—only visitors to the `www.example.com/dogs` subdirectory in a separate report as if it were a single

Contents

- Introduction
- Tracking Scenarios
 - Tracking Across Multiple Domains and Sub-domains
 - Tracking Across a Domain and Its Subdomains
 - Tracking Between a Domain and a Sub-Directory on Another Domain
 - Tracking Across iFrames
 - Tracking a Single Subdirectory
 - Tracking Across Two Sub-directories on the Same Domain
- Key Components to Cross-Domain Tracking
 - Views (Profiles)
 - Cookies: Necessary to Transferring Visitor Data
 - `_setDomainName('yourDomainName')`

<https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/gajs/gaTrackingSite>

Hierarkiet

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

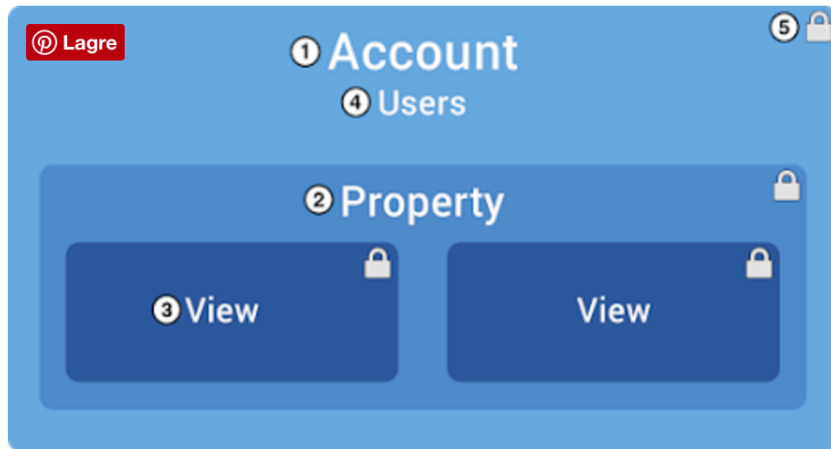
BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

KONVERTERINGER

ADMINISTRATOR

☆	📁 Digital Heads				
☆	📁 Helse Nord RHF				
☆	📁 Helse Nord IKT (UA-15819791-19)				
☆	🔍 Alle nettsteddata	5 965	00:02:08	59,98 %	0,00 %
☆	📁 http://www.helgelandssykehuset.no (UA-15819791-11)				
☆	🔍 www.helgelandssykehuset.no	268 170	00:01:53	53,67 %	0,00 %
☆	🔍 www.helgelandssykehuset.no - alle (interne og eksterne)	268 170	00:01:53	53,67 %	0,00 %
☆	📁 http://www.helse-nord.no (UA-15819791-1)				
☆	🔍 www.helse-nord.no - alle (interne og eksterne)	653 200	00:01:37	65,63 %	0,00 %
☆	🔍 www.helse-nord.no - ekstern	653 199	00:01:37	65,63 %	11,60 %
☆	📁 http://www.nordlandssykehuset.no (UA-15819791-7)				
☆	🔍 www.nordlandssykehuset.no	804 052	00:01:45	58,87 %	0,00 %
☆	🔍 www.nordlandssykehuset.no - alle (interne og eksterne)	804 052	00:01:45	58,87 %	0,00 %
☆	📁 http://www.sykehusapotek-nord.no (UA-15819791-13)				
☆	🔍 www.sykehusapotek-nord.no	35 581	00:00:56	63,66 %	0,00 %
☆	🔍 www.sykehusapotek-nord.no - alle (interne og eksterne)	35 537	00:00:57	63,64 %	0,00 %
☆	📁 http://www.unn.no (UA-15819791-3)				
☆	🔍 www.unn.no	1 990 264	00:01:57	54,51 %	0,00 %
☆	🔍 www.unn.no - alle (interne og eksterne)	1 990 267	00:01:57	54,51 %	0,00 %

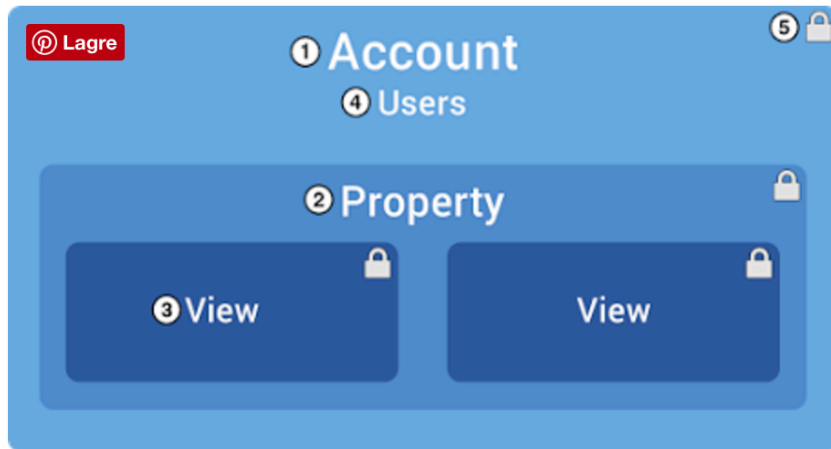


① Accounts

Kontoer

En *konto* er tilgangspunktet ditt for Analytics, og det øverste organisasjonsnivået.

Du trenger minst én konto slik at du kan få tilgang til Analytics, og slik at du kan identifisere områdene du ønsker å spore. Det er opp til deg hvordan du administrerer forholdet mellom kontoer og områder. Du kan bruke en én-til-én-relasjon med *én konto / ett område*, eller en én-til-mange-relasjon med *én konto / mange områder*. Du kan ha flere Analytics-kontoer. Hvis du ikke har noen konto ennå, kan du registrere deg for å få en på www.google.com/analytics.

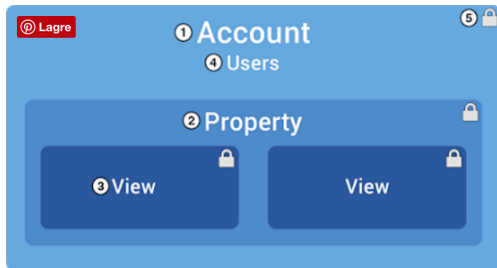


② Properties

Områder

Et *område* er et nettsted, en mobilapp eller en enhet (f.eks. en enhet for en butikk eller et salgssted). En konto kan inneholde ett eller flere områder.

I en Analytics-konto legger du til områdene du ønsker å samle inn data for. Når du legger til et område i en konto, genereres sporingkoden du bruker for å samle inn data fra det aktuelle området. Sporingkoden inneholder en unik ID som identifiserer dataene fra det aktuelle området, slik at det blir enkelt å identifisere disse dataene i rapportene dine. Analytics lager også ett ufiltrert datautvalg for hvert område du legger til.



③ Views

Datautvalg

Et *datautvalg* er tilgangspunktet ditt for rapporter. Et definert utvalg av dataene fra et område. Du gir brukerne tilgang til et datautvalg, slik at de kan se rapportene basert på dataene i det aktuelle datautvalget. Et område kan inneholde ett eller flere datautvalg.

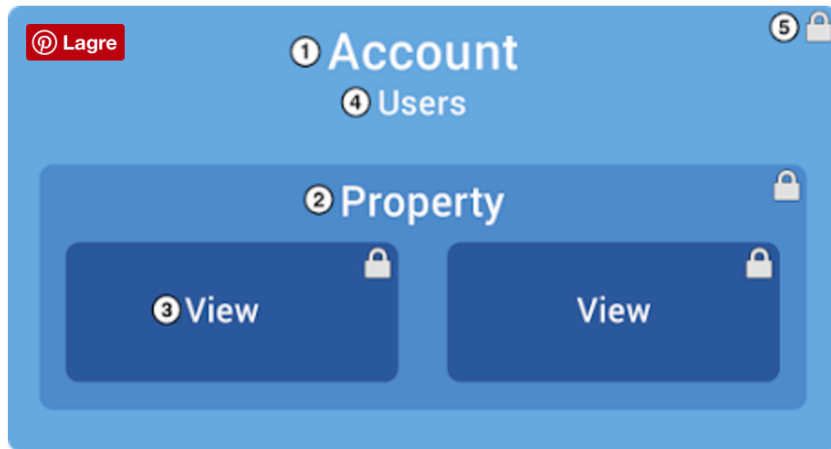
Et område kan for eksempel inneholde følgende:

- ett datautvalg med alle dataene for `www.example.com`
- ett datautvalg med bare AdWords-trafikk til `www.example.com`
- ett datautvalg med bare trafikk til et underdomene som `www.sales.example.com`

Når du legger til et område i en konto, lager Analytics det første datautvalget for det aktuelle området. Det første datautvalget har ingen filtre, så det inneholder alle dataene for det aktuelle området. Dette opprinnelige datautvalget før ikke filtreres, slik at du alltid har et datautvalg der du kan se alle dataene. Du kan lage *flere* datautvalg og bruke [filtre](#) slik at hvert av datautvalgene inneholder det bestemte delsettet med data du er interessert i.

Når du lager et datautvalg, blir det vist data fra datautvalgets opprettelsesdato og fremover i rapportene for dette datautvalget. Hvis du for eksempel lager et datautvalg 1. juni, blir det vist data fra 1. juni og fremover i dette datautvalget, men ikke data som er innsamlet før 1. juni.

Hvis du sletter et datautvalg, er denne bestemte fremstillingen av dataene tapt. Ikke slett et datautvalg hvis du tror du kan få bruk for å rapportere om denne bestemte fremstillingen av dataene ved en senere anledning.

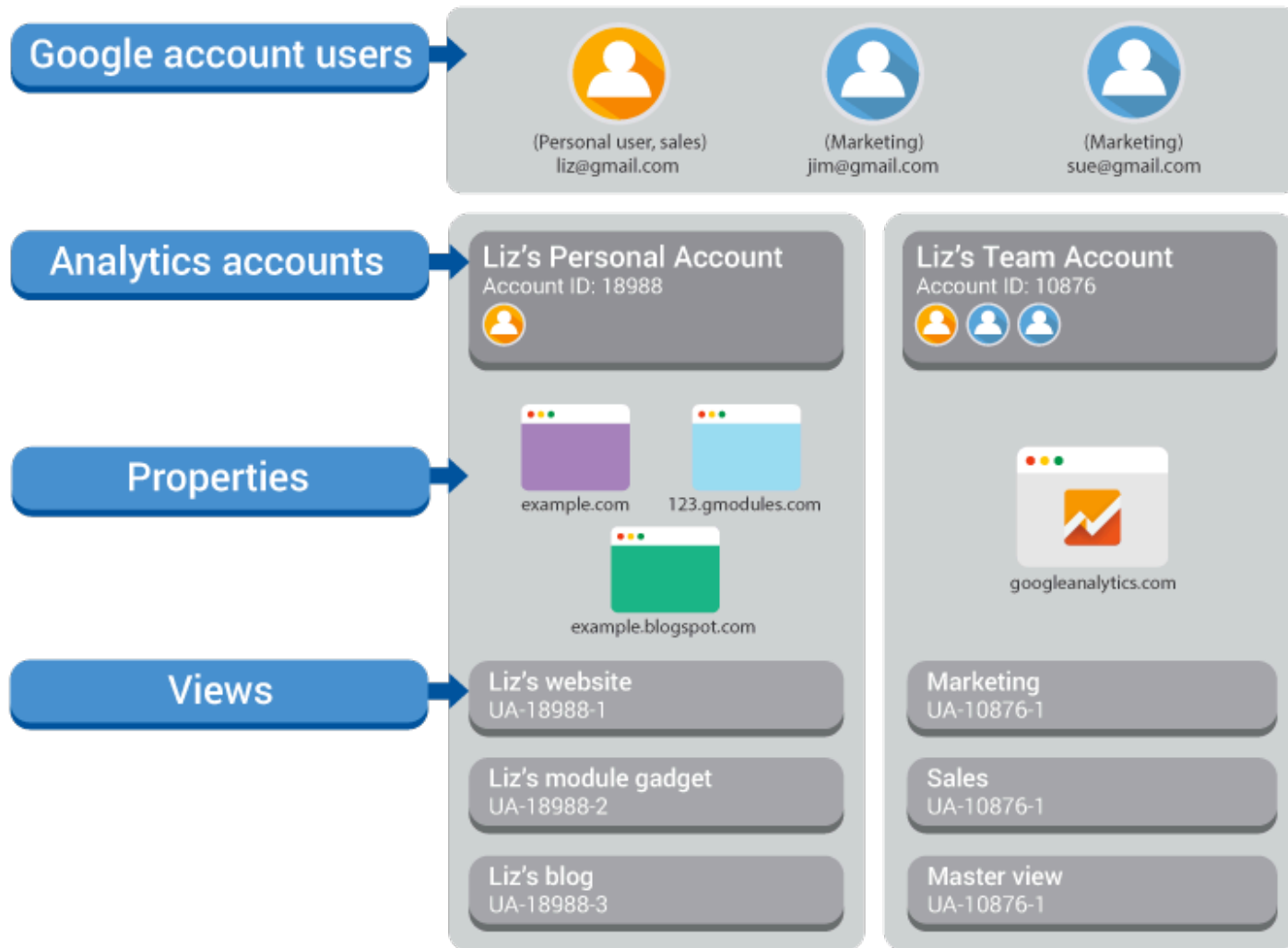


④ Users and ⑤ permissions

Brukere og tillatelser

Du [legger til brukere](#) i en Analytics-konto. Du kan legge til disse brukerne på konto-, område- eller datautvalgsnivå, og du kan begrense tilgangen deres på hvert nivå. Når du legger til en bruker, identifiserer du den aktuelle personen med en e-postadresse som er registrert i Google-kontoene, og du tilordner passende [tillatelser](#). Avhengig av hvilke tillatelser du tilordner, kan den aktuelle brukeren administrere andre brukere, utføre administrative oppgaver som å lage flere datautvalg og filtre, og se rapportdataene.

Eksempel



Filter

Filter

Om datautvalgsfiltre

Filtrér og endre dataene i et datautvalg.

Filtre gir deg muligheten til å lage begrensninger og foreta endringer for hvilke data som skal inkluderes i et datautvalg. Med filtre kan du for eksempel ekskludere trafikk fra bestemte IP-adresser, fokusere på et bestemt underdomene eller en bestemt katalog eller konvertere dynamiske sidenettadresser til lesbare tekststrenger.

Du må ha **redigeringstillatelse** på **kontonivå** for å administrere filtre. Mer informasjon finner du i [Opprett og administrer datautvalgsfiltre](#).

Administrer kontoer og brukere

Om datautvalgsfiltre

Lag og administrer datautvalgsfiltre

Filterbekreftelse

Filtertyper og bruk

Regeluttrykk

Video



Oppgave:

Bør vi ha en felles strategi for filter?

Filter (vær forsiktig!)

http://www.helgelandspsykehuset.no
www.helgelandspsykehuset.no ▾



Administrering

Helse Nord RHF

KONTO

Helse Nord RHF ▾

Kontoinnstillinger

Brukeradministrasjon

Alle filtre

Papirkurv

OMRÅDE

http://www.helgelandspsykehuset.no ▾

Områdeinnstillinger

.js Spøringsinfo

PRODUKTSAMMENKOBLINGER

AdWords-tilknytning

AdSense-tilknytning

Ad Exchange-tilknytning

Alle produktene

Målgruppedefinisjoner

Dd Tilpassede definisjoner

Dd Dataimport

Sosiale innstillinger

VIS

www.helgelandspsykehuset.no ▾

Innstillinger for visning

Mål

Filtre

Innstillinger for netthandel

Dd Anslåtte beregninger BETA

PERSONLIGE VERKTØY OG RESSURSER

Segmenter

Annoteringer

Attribusjonsmodeller

Egendefinerte kanalgrupperinger BETA

Egendefinerte varsler

Planlagte e-poster

Snarveier

Del ressurser



Filter (vær forsiktig!)

http://www.helgelandssykehuset.no
www.helgelandssykehuset.no

Administrering > Datautvalgsfiltre

Helse Nord RHF / http://www.helgelandssykehuset.no / www.helgelandssykehuset.no

VIS
www.helgelandssykehuset.no

Innstillinger for visning

Mål

Filtre

Innstillinger for netthandel

Ansåtte beregninger **BETA**

PERSONLIGE VERKTØY OG RESSURSER

Segmenter

Annoteringer

Attribusjonsmodeller

Egendefinerte kanalgrupperinger **BETA**

Egendefinerte varsler

Planlagte e-poster

Snarveier

Del ressurser

Søk

Rangering	Filtre navn	Filtre type
1	Ekskluder alle ansatte (intern sone + ekstern proxy)	Utelat

AGENDA

- Innføring i Google Analytics
- **Termer og begreper**
- Brukergrensesnittet
- Nyttige rapporter
- Events og konverteringssporing
- Segmenter
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

Termer og begreper

Oversikt

http://www.helgelandspsykehuset.no

www.helgelandspsykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

Økter kontra Velg en beregning

Hver time Dag Uke Måned

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

Oversikt

Aktive brukere

Kohortanalyse **BETAVERSJON**

Brakerinnsikt

Demografisk informasjon

Interesser

Geografi

Atferd

Teknologi

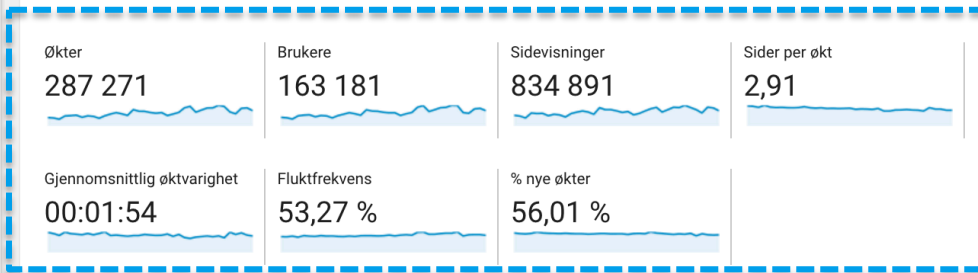
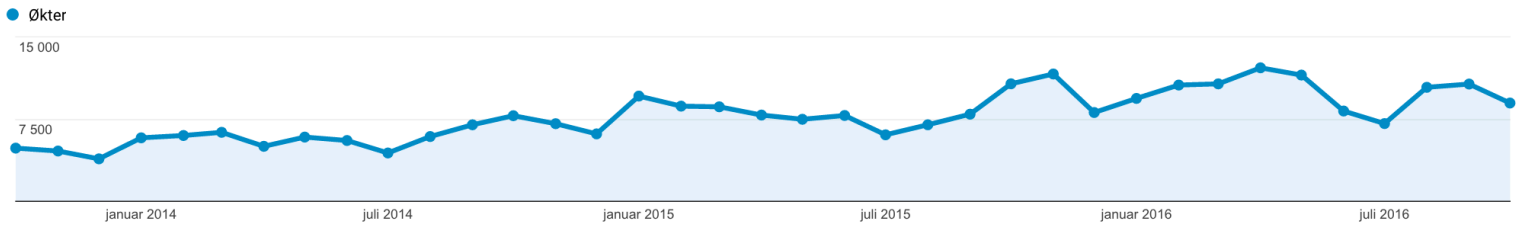
Mobil

Egendefinert

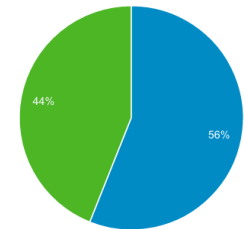
Referansemåling

Brakerflyt

ADMINISTRATOR



New Visitor Returning Visitor



Demografi

Språk

Land

By

System

Nettleser

Operativsystem

Språk

1. nb-no

2. nb

3. no

4. en-us

5. sv-se

6. ru

Økter % Økter

155 476 54,12 %

64 882 22,59 %

25 387 8,84 %

21 980 7,65 %

3 478 1,21 %

2 914 1,01 %

Økt

- En økt er tidsrommet der en bruker benytter for eksempel et nettsted eller en app aktivt.
- Alle bruksdata (skjermvisninger, aktiviteter, netthandel osv.) er knyttet til en økt.

Brukere

- Brukere som har gjennomført minst én økt innenfor den valgte datoperioden.
- Både nye og returnerende brukere telles med.

Slik fungerer Brukere-beregningen

Én av to Brukere-beregninger kan benyttes i rapporter.

Kort innføring

Beregningene *Brukere* og *Aktive brukere* viser hvor mange brukere som har sett på eller samhandlet med nettstedet ditt eller appen din.

I Analytics benyttes to forskjellige teknikker for beregning av *Brukere* for ulike typer rapportforespørsler. Derfor kan du oppleve avvik for *Brukere* i forskjellige rapporter. Informasjonen i denne artikkelen gjelder også beregningen *Aktive brukere*.

Detaljert forklaring

Rapporteringsverktøy

Om tilpassede rapporter

Lag og administrer tilpassede rapporter

Egendefinerte trakter

Hvorfor vises flere brukere enn økter i en tilpasset rapport?

Slik defineres økter i Analytics

Forskjellen mellom *innganger* og *økter*

Slik fungerer Brukere-beregningen



Processing hits into
sessions & users



How Does Google Analytics Collect Data?

The data that Google Analytics uses to provide all the information in your reports comes from these sources:

- The HTTP request of the user
- Browser/system information
- First-party cookies

The HTTP request for any web page contains details about the browser and the computer making the request, such as the hostname, the browser type, referrer, and language. In addition, the DOM of most browsers provides access to more detailed browser and system information, such as Java and Flash support and screen resolution. Analytics uses this information in constructing reports like the *Map Overlay*, *Browser*, and *Referring Sites* reports. Analytics also sets and reads first-party cookies on your users' browsers in order to obtain user session and any ad campaign information from the page request. The Google Analytics Tracking Code also reads the double-click cookie to get information about the [Display Features](#).

When all this information is collected, it is sent to the Analytics servers in the form of a long list of parameters attached to a single-pixel GIF image request. The data contained in the GIF request is the data sent to the Google Analytics servers, which then gets processed and ends up in your reports. Here is an example of only a portion of a GIF request:

```
http://www.google-analytics.com/__utm.gif?utmwv=4&utm=769876874&utmhn=example.com&utmcs=ISO-8859-1&u
```

Contents

[How Does Google Analytics Collect Data?](#)

[How the Tracking Code Works](#)

[How GIF Requests Are Classified](#)

[The GIF Request Parameters](#)

<https://developers.google.com/analytics/resources/concepts/gaConceptsTrackingOverview#gifRequestClassification>

Sidevisninger

- Sidevisninger er det totale antallet sider som har blitt vist.
- Gjentatte visninger av én enkelt side telles med.

Sider per økt

- Sider per økt (gjennomsnittlig sidedybde) er antallet sidevisninger per økt.
- Gjentatte visninger av enkeltsider telles med.

Gjennomsnittlig øktvarighet

- Den gjennomsnittlige lengden av en økt.

Gjennomsnittlig øktvarighet

00:03:47



Fluktfrekvens (bounce rate)

- Fluktfrekvens er prosentandelen enkeltsidebesøk



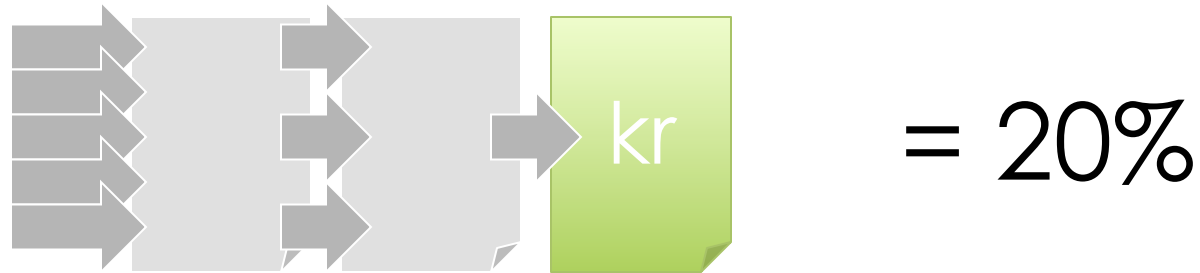
Dvs: besøk der vedkommende forlot nettstedet ditt fra inngangssiden uten å foreta noen handlinger der.

% nye økter

- Et estimat av prosentandelen av førstegangsbesøk.

Konverteringsrate

- Besøk som fører til ønsket handling



Trafikk, Atferd og konverteringer

Trafikk			Atferd			Konverteringer Alle mål ▾		
Økter [?]	% nye økter [?]	Nye brukere [?]	Fluktfrekvens [?]	Sider per økt [?]	Gjennomsnittlig øktvarighet [?]	Målkonverteringsfrekv. [?]	Målfullføringer [?] ↓	Målverdi [?]
1 017 % av summen: 15,51 % (6 559)	78,86 % Gj.sn. for datautvalget: 72,59 % (8,64 %)	802 % av summen: 16,85 % (4 761)	69,71 % Gj.sn. for datautvalget: 58,87 % (18,43 %)	2,11 Gj.sn. for datautvalget: 2,78 (-23,86 %)	00:02:00 Gj.sn. for datautvalget: 00:03:04 (-34,85 %)	16,72 % Gj.sn. for datautvalget: 19,80 % (-15,60 %)	170 % av summen: 13,09 % (1 299)	kr 11 500,00 % av summen: 4,86 % (kr 236 530,00)
233 (22,91 %)	78,11 %	182 (22,69 %)	59,66 %	2,95	00:03:53	24,89 %	58 (34,12 %)	kr 4 180,00 (36,35 %)
303 (29,79 %)	84,82 %	257 (32,04 %)	65,35 %	1,90	00:01:03	9,24 %	28 (16,47 %)	kr 1 420,00 (12,35 %)
20 (1,97 %)	10,00 %	2 (0,25 %)	30,00 %	8,05	00:14:35	130,00 %	26 (15,29 %)	kr 3 590,00 (31,22 %)
67 (6,59 %)	59,70 %	40 (4,99 %)	49,25 %	2,03	00:01:23	37,31 %	25 (14,71 %)	kr 820,00 (7,13 %)
5 (0,49 %)	80,00 %	4 (0,50 %)	60,00 %	1,60	00:00:29	100,00 %	5 (2,94 %)	kr 250,00 (2,17 %)
4 (0,39 %)	25,00 %	1 (0,12 %)	25,00 %	5,25	00:05:02	125,00 %	5 (2,94 %)	kr 250,00 (2,17 %)
2 (0,20 %)	50,00 %	1 (0,12 %)	0,00 %	4,50	00:01:11	200,00 %	4 (2,35 %)	kr 200,00 (1,74 %)
6 (0,59 %)	33,33 %	2 (0,25 %)	16,67 %	3,67	00:01:06	50,00 %	3 (1,76 %)	kr 150,00 (1,30 %)
4 (0,39 %)	50,00 %	2 (0,25 %)	25,00 %	6,25	00:01:03	75,00 %	3 (1,76 %)	kr 150,00 (1,30 %)
134 (13,18 %)	77,61 %	104 (12,97 %)	88,06 %	1,22	00:00:23	2,24 %	3 (1,76 %)	kr 150,00 (1,30 %)

Trafikkilder



About 70,200 results (0.46 seconds)

Helgelandssykehuset: Forside

<https://helgelandssykehuset.no/> Translate this page

Har du vært innlagt ved **Helgelandssykehuset** eller et annet sykehus i Helse Nord? Da vil du finne sykehusjournalen din hvis du logger inn på den nasjonale ...

Helgelandssykehuset Mo i Rana

I Mo i Rana har vi tilbud innen ortopedi og revmatologi for ...

Helgelandssykehuset Mosjøen

Sykehuset i Mosjøen ligger like utenfor sentrum av Mosjøen og ...

Besøktider Sandnessjøen

Sykehuset i Sandnessjøen ligger like utenfor sentrum av ...

[More results from helgelandssykehuset.no »](#)

Jobb i Helgelandssykehuset

Jobb i Helgelandssykehuset ... på intranett. Ledige stillinger i ...

Avdelinger

Behandlingssteder og avdelinger ... <https://helgelandssykehuset.no/>

For ansatte

... Om oss · Jobb i Helgelandssykehuset; For ...

Helgelandssykehuset Mo i Rana, Mo I Rana - Gule Sider

www.gulesider.no > Norge > Nordland > Sykehuset Translate this page

Kontaktinformasjon for **Helgelandssykehuset** Mo i Rana Mo I Rana, telefonnummer, adresse, se informasjonen om firmaer.

Helgelandssykehuset - Facebook

<https://nb-no.facebook.com/helgelandssykehuset/> - Translate this page

Helgelandssykehuset, Brønnøysund, Sandnessjøen, Mosjøen og Mo i Rana. 2477 liker dette · 638 snakker om dette. **Helgelandssykehuset** består av ...

Helgelandssykehuset | Facebook

<https://www.facebook.com/helgelandssykehuset/> Translate this page

75 12 51 00 ... **Helgelandssykehuset**, Brønnøysund, Sandnessjøen, Mosjøen og Mo i Rana. 3642 likes · 571 talking about this. **Helgelandssykehuset** - i Sandnessjøen,...

Helgelands sykehuset mosjøen. – Mosjøen, Norway – Lege | Facebook

Helgelandssykehuset Sandnessjøen ★

Website Directions

4.0 ★★★★★ 7 Google reviews · Sykehus

Address: Prestmarkveien 1, 8800 Sandnessjøen
Phone: 75 12 51 00

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Add missing information
[Add business hours](#)

Reviews Write a review Add a photo
 7 Google reviews

Send to your phone Send

Feedback

Hjem > Sykehus > Sykehus Nordland > Sykehus Mo i Rana > Helgelandssykehuset Mo i Rana

14
AR

SOM SELSKAP

Helgelandssykehuset Mo i Rana – 75 12 51 00

Adresse Sjøforsgata 36, 8613 Mo i Rana

Postadresse Postboks 601, 8607 Mo i Rana

Telefon 75 12 51 00

Telefaks 75 12 51 06

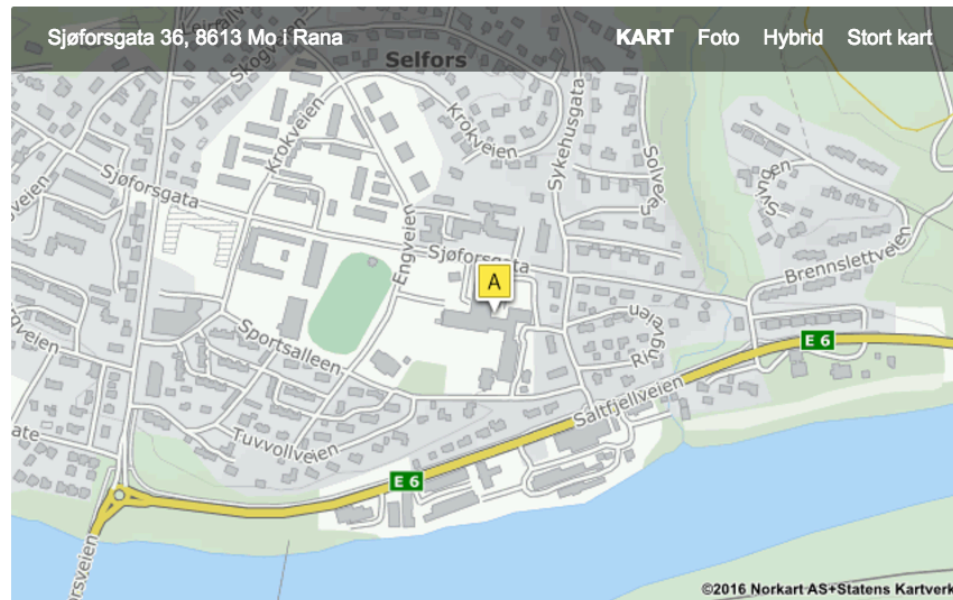
E-post

 postmottak@helgelandssykehuset.no

Hjemmeside  www.helgelandssykehuset.no

Bransje [Sykehus](#)

[Vis mer informasjon fra Regnskapstall.no](#)



Veibeskrivelse

Fra din adresse

Lag veibeskrivelse

Været

1° Klarvær. Svak vind, 2,2 m/s fra Sør. 0 mm nedbør

[Varsel fra yr.no](#)

Andre på samme adresse

[Medisinsk nødtelefon](#)
[Selfors tannklinikk](#)
[Helgelandssykehuset HF Mo i Rana - Rusenhet](#)
[Helgelandssykehuset HF Mo i Rana - Somatikk](#)
[Vis alle...](#)

Helgelandssykehuset Mo i Rana

 [Firmainformasjon](#)

 [Regnskapstall](#)

 [Roller og eiere](#)

 [Kunngjøringer](#)




 [Send flyttemelding](#)

 [Lagre visittkort](#)

 [Skriv ut infoside](#)

 [Send til en venn](#)

 [Send som SMS](#)

 [Send e-post til Helgelandssykehuset Mo i Rana](#)

 [Endre firmaopplysninger](#)



helgelandssykehuset



Helgelandssykehuset, Mo I Rana

sjøforsgata 36, 8613 Mo I Rana, Nordland, Norway · Hospital · 321 like this · 2,367 people ...



Helgelandssykehuset

@helgelandssykehuset · Brønnøysund, Sandnessjøen, Mosjøen og Mo i Rana · Hospital/Cli...



Helgelandssykehuset Sandnessjøen

Prestmarkveien 1, 8800 Sandnessjøen, Nordland, Norway · Hospital · 138 like this · 1,058 p...



Ambulansetjenesten Helgelandssykehuset HF

Closed Group · 167 members



Spinning - Helgelandssykehuset Mo i Rana

Closed Group · 117 members



Venner fra Helgelandssykehuset avd. Sandnessjøen

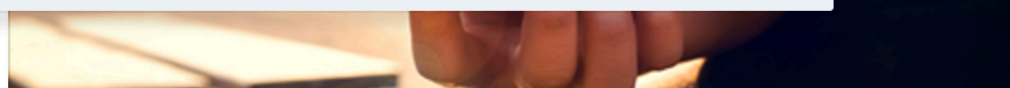
Closed Group · 11 members



See all results for "helgelandssykehuset"

Like Page

guiden vår for



Pressemeldingens Struktur

For å skrive en god pressemelding er du nødt til å forstå tekstens forskjellige elementer. Last ned guiden vår og lær hvordan du strukturerer pressemeldingen for optimale resultater.

PR.MYNEWSDESK.COM/PRESSEMELDINGENS-STRUKTUR

Download

20



Like

Comment

Share

ANNONSE

TAKK OG PRIS
EURONICS
LAMBERTSETER

UKENS DEAL! **KJOP HER**
599,-
STØVSUGER BOSCH BSNC100



MENINGER PÅ EN LØRDAG KRONIKK HELGELANDSSYKEHUSET SYKEHUSSTRUKTUR

Adm. direktør i Helgelandssykehuset: En klar rolleforståelse er nødvendig om vi skal klare å holde prosessen på riktig spor

01. oktober 2016, kl. 09:24

Administrerte direktør i Helgelandssykehuset, Per Martin Knutsen, skriver at de skal snu hver en stein for å finne best mulig løsning på framtidens sykehusstruktur.

DEL PÅ EN LØRDAG Skjult agenda, udemokratisk, med fare for liv og helse... Det er ord vi har hørt i

Kobler til ...

Skriv ditt leserbrev her

DELTA I DEBATTEN! Vi oppfordrer leserne til å bidra med sine meninger, både på nett og i papir



Størst på nett: 8 av 10 vesterålunger leser VOL.

Definisjon
vol.no

Tips oss! E-post: red@vol.no
Tlf: 76 12 02 00

Vi skaper sterke,
lokale merkevarer

Nyheter VOL-TV Meninger Dødsfall Kultur Sport Bilder Kontakt

Skriv søkeord her...

Andøy Bø Hadsel Lødingen Sortland Øksnes Ukas Parkering

▼ Annonse

Glem alt du trodde du visste om skreddersydde kjøkken

-25%
f.o.m. 30.10

Harstad - 46 41 94 00
Sortland - 48 01 92 19

VAB Rørlegger Jonny Valle



FORSIDEN/NYHETER / -GEVINSTEN ER BEDRE OVERSIKT OVER PASIENTFORLØPET



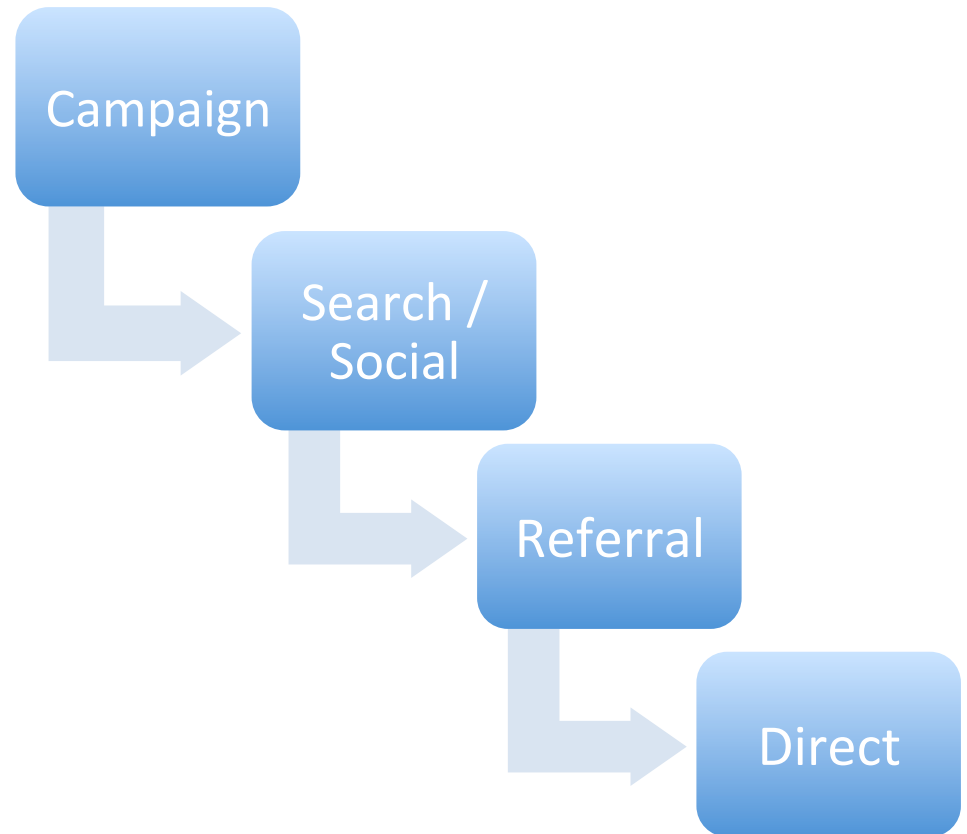
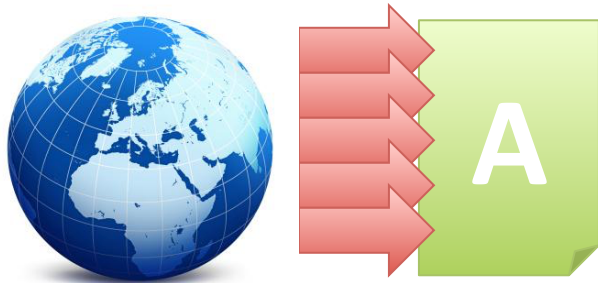
FOTO: SECTRA

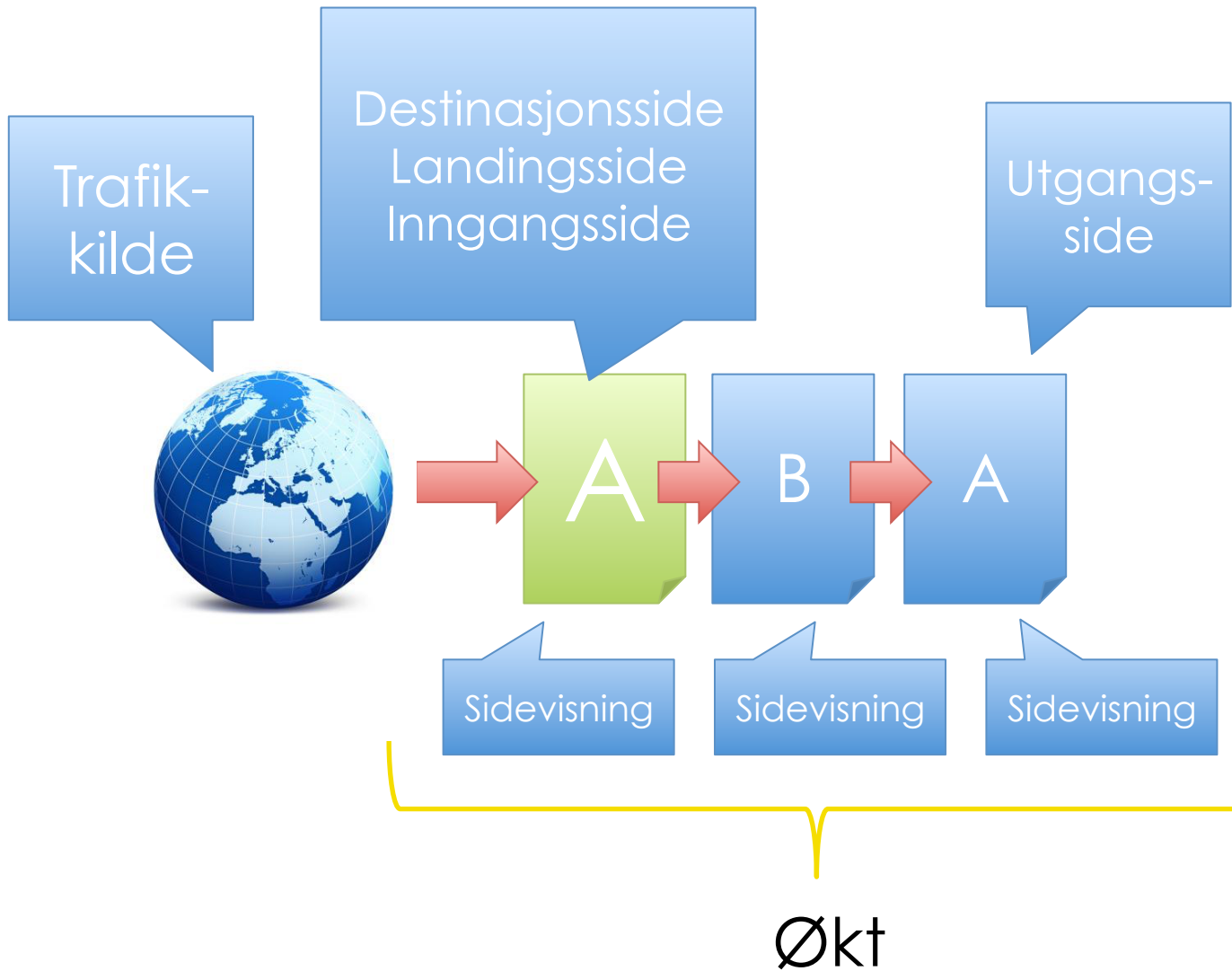
Alle sykehus i Nord-Norge har nå fått felles røntgenjournal: - Gevinsten er bedre oversikt over pasientforløpet

Nå har samtlige elleve sykehus i Nord-Norge én og samme røntgenjournal og ett felles

Kanal	Beskrivelse
Direkte	Kilden samsvarer eksakt med direkte OG Mediet samsvarer eksakt med (not set) ELLER Mediet samsvarer eksakt med (none)
Organiske søk	Mediet samsvarer eksakt med organisk søk
Sosialt	Henvisningen for sosiale kilder samsvarer nøyaktig med ja ELLER Mediet samsvarer med det regulære uttrykket <code>^(social social-network social-media sm social network social media)\$</code>
E-post	Mediet samsvarer eksakt med e-post
Samarbeidspartnere	Mediet samsvarer eksakt med samarbeidspartner
Henvisning	Mediet samsvarer nøyaktig med henvisning
Betalt søk	Mediet samsvarer med det regulære uttrykket <code>^(cpc ppc paidsearch)\$</code> OG Annonsedistribusjonsnettverket samsvarer ikke nøyaktig med innholdet
Annen annonsering	Mediet samsvarer med det regulære uttrykket <code>^(cpv cpa cpp content-text)\$</code>
Bannerannonsering	Mediet samsvarer med regeluttrykket <code>^(display cpm banner)\$</code> ELLER Nettverket for annonsedistribusjon samsvarer eksakt med innhold

Trafikkilde





AGENDA

- Innføring i Google Analytics
- Termer og begreper
- **Brukergrensesnittet**
- Nyttige rapporter
- Events og konverteringssporing
- Segmenter
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

Brukergrensesnittet

Oppgave:

Følg meg...

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandssykehuset.no

www.helgelandssykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

KONVERTERINGER

ADMINISTRATOR

Oversikt over målgrupper

1. okt. 2013 - 28. okt. 2016 ▾

E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
100,00 % Økter

+ Legg til segment

Oversikt

Økter ▾ kontra Velg en beregning

Hver time Dag Uke Måned

Økter

15 000

7 500

januar 2014

juli 2014

januar 2015

juli 2015

januar 2016

juli 2016

Økter

287 271

Brukere

163 181

Sidevisninger

834 891

Sider per økt

2,91

Gjennomsnittlig øktvarighet

00:01:54

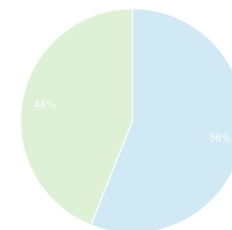
Fluktfrekvens

53,27 %

% nye økter

56,01 %

New Visitor Returning Visitor



Brukergrensesnitt

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

KONVERTERINGER

Oversikt over målgrupper

1. okt. 2013 - 28. okt. 2016 ▾

E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
100,00 % Økter

+ Legg til segment

Oversikt

Økter ▾ kontra Velg en beregning

Hver time Dag Uke Måned

Økter

15 000

7 500

januar 2014

juli 2014

januar 2015

juli 2015

januar 2016

juli 2016

Økter

287 271

Brukere

163 181

Sidevisninger

834 891

Sider per økt

2,91

Gjennomsnittlig øktvarighet

00:01:54

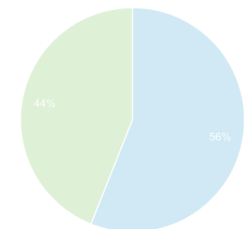
Fluktfrekvens

53,27 %

% nye økter

56,01 %

New Visitor Returning Visitor



ADMINISTRATOR

Brukergrensesnitt

Digital Heads
Main Wiew - Filtered - All goals ▾

KONTO

Digital Heads ▾

- Kontoinnstillinger
- Brukeradministrasjon
- Alle filtre
- Endringslogg
- Papirkurv

OMRÅDE

Digital Heads ▾

- Områdeinnstillinger
- Brukeradministrasjon
- .JS Spningsinfo

PRODUKTSAMMENKBLINGER

- AdWords-tilknytning
- AdSense-tilknytning
- Ad Exchange-tilknytning
- Alle produktene
- Postback
- Målgruppedefinisjoner
- Dd Tilpassede definisjoner
- Dd Dataimport
- Sosiale innstillinger

VIS

Main Wiew - Filtered - All goals ▾

- Innstillinger for visning
- Brukeradministrasjon
- Mål
- Innholdsgruppering
- Filtre
- Kanalinnstillinger
- Innstillinger for netthandel
- Dd Anslåtte beregninger **BETA**

PERSONLIGE VERKTØY OG RESSURSER

- Segmenter
- Annoteringer
- Attribusjonsmodeller
- Egendefinerte kanalgrupperinger **BETA**
- Egendefinerte varsler
- Planlagte e-poster
- Snarveier
- Del ressurser

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandssykehuset.no

www.helgelandssykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

KONVERTERINGER

ADMINISTRATOR

Oversikt over målgrupper

1. okt. 2013 - 28. okt. 2016 ▾

E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
100,00 % Økter

+ Legg til segment

Oversikt

Økter ▾ kontra Velg en beregning

Hver time Dag Uke Måned

Økter

15 000

7 500

januar 2014

juli 2014

januar 2015

juli 2015

januar 2016

juli 2016

Økter

287 271

Brukere

163 181

Sidevisninger

834 891

Sider per økt

2,91

Gjennomsnittlig øktvarighet

00:01:54

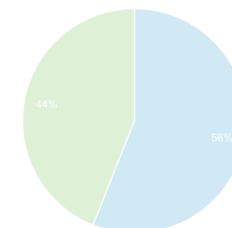
Fluktfrekvens

53,27 %

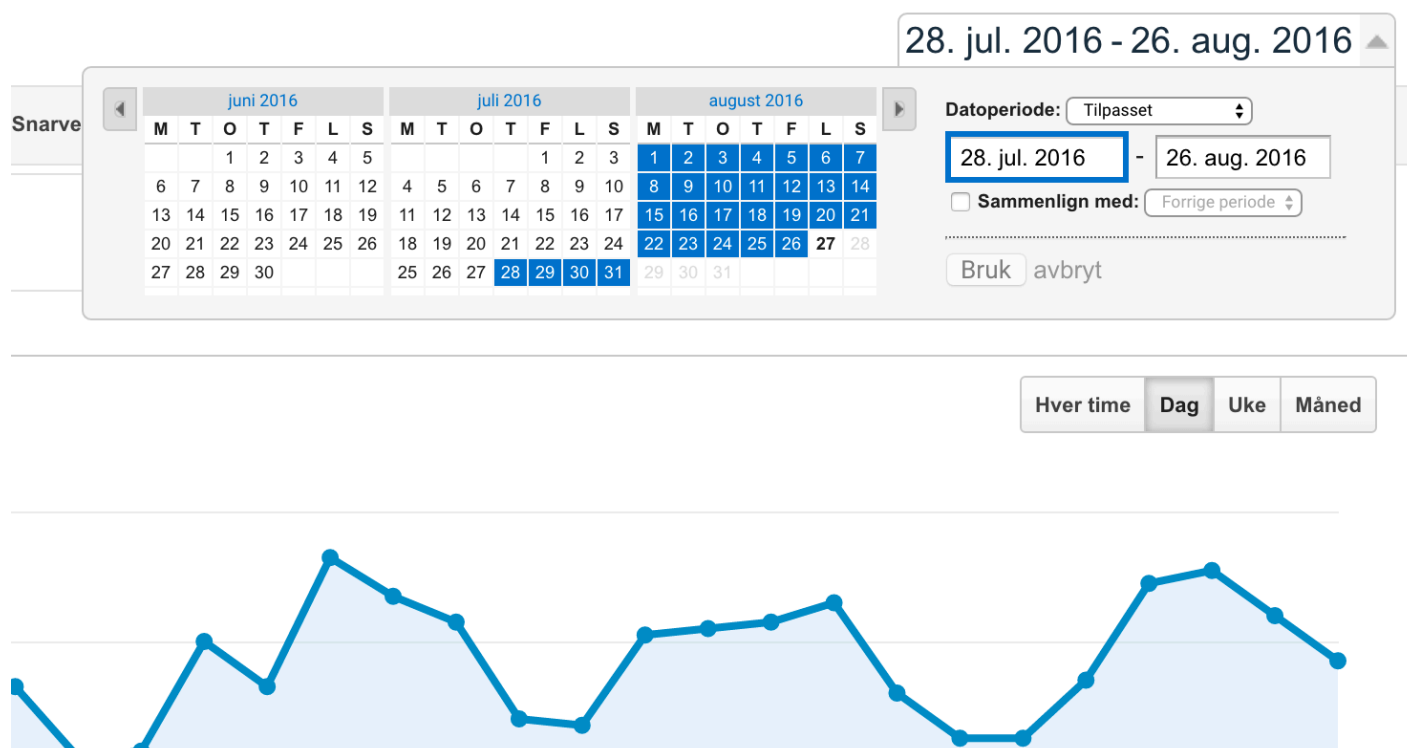
% nye økter

56,01 %

New Visitor Returning Visitor

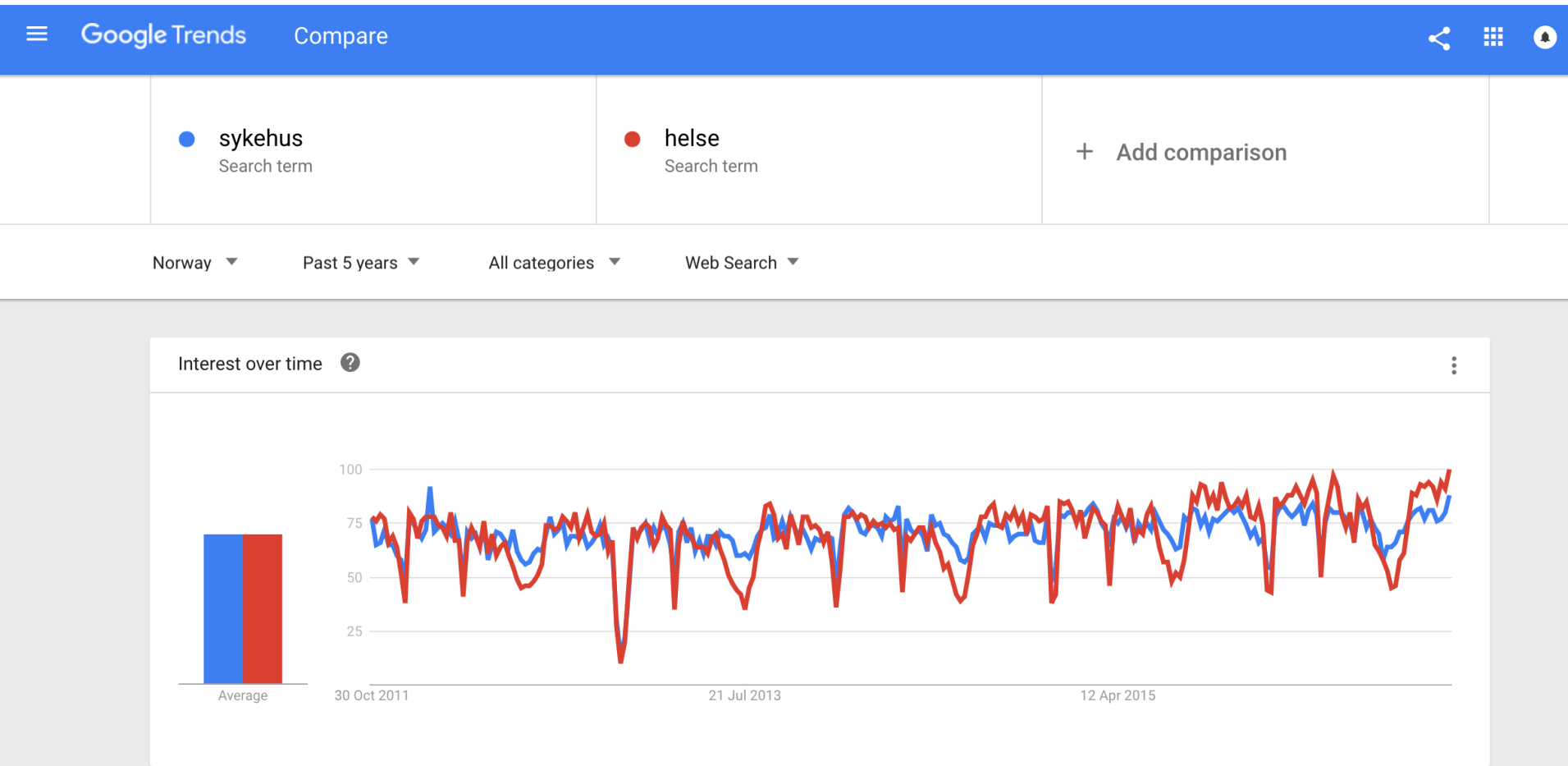


Tidslinjen



- Velg lang nok tidsperiode.

Tips: Sjekk Google Trends



google.com/trends/

Brukergrensesnitt

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

KONVERTERINGER

Oversikt over målgrupper

E-post Eksport



Oversikt

Økter

15 000

7 500

januar 2014

juli 2014

januar 2015

juli 2015

januar 2016

juli 2016

Økter

287 271



Gjennomsnittlig øktvarighet

00:01:54



Brukere

163 181



Fluktfrekvens

53,27 %



Sidevisninger

834 891



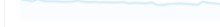
% nye økter

56,01 %



Sider per økt

2,91



Datoperiode: De siste 30 dagene ▾

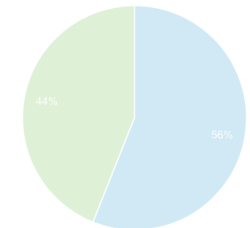
29. sep. 2016 - 28. okt. 2016

Sammenlign med: Forrige periode ▾

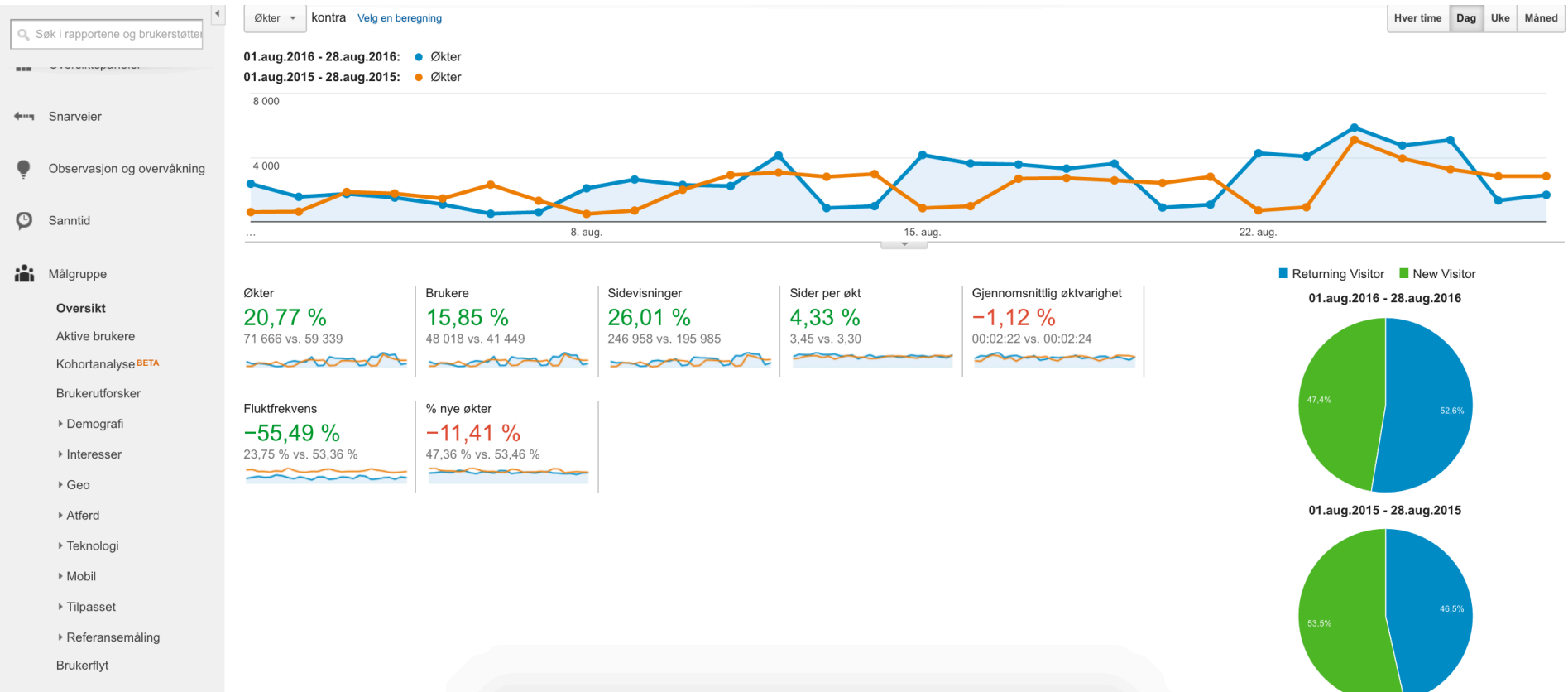
30. aug. 2016 - 28. sep. 2016

Bruk [avbryt](#)

■ New Visitor ■ Returning Visitor



Sammenligning to tidsperioder



Brukergrensesnitt

http://www.helgelandspsykehuset.no

www.helgelandspsykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

AdWords

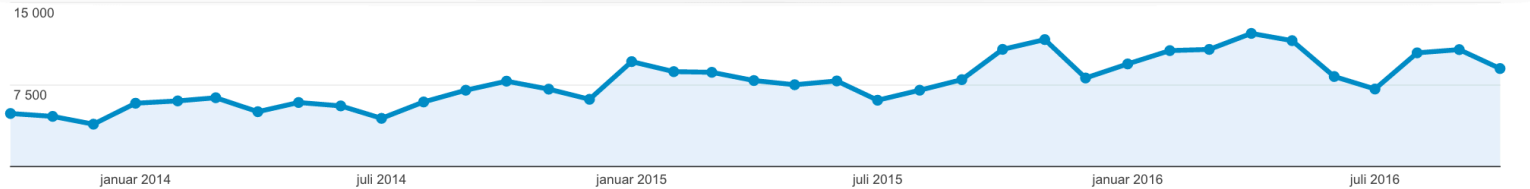
Search Console ^{NEW}

Sosialt

Kampanjer

ATFERD

ADMINISTRATOR



Hoveddimensjon: Default Channel Grouping Kilde/medium Kilde Medium Andre ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard ▾

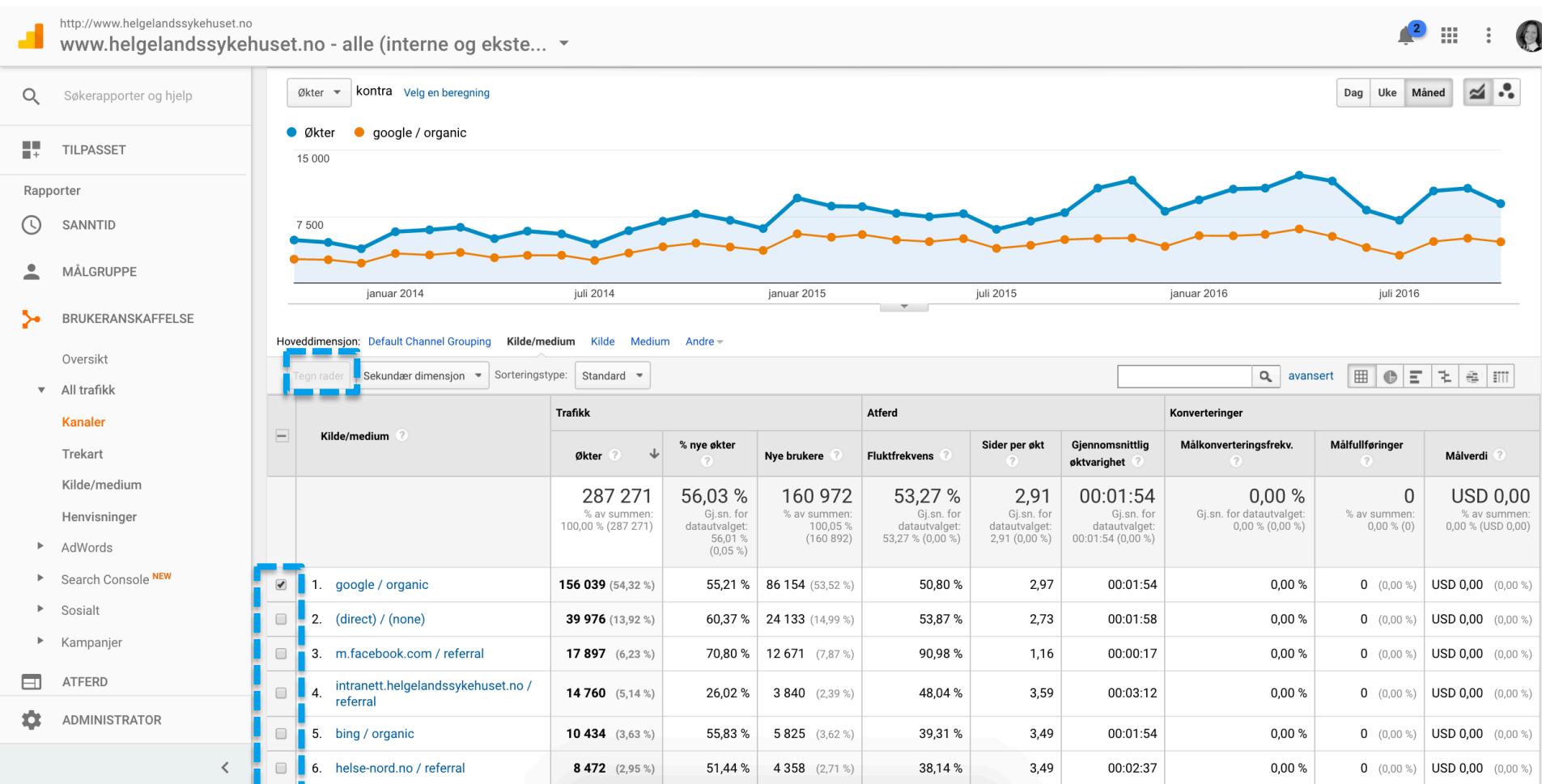
avansert [Grid] [Refresh] [Print] [Export] [Filter]

Default Channel Grouping	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
	Økter ?	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfullføringer ?	Målverdi ?
	287 271 <small>% av summen: 100,00 % (287 271)</small>	56,03 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 56,01 % (0,05 %)</small>	160 972 <small>% av summen: 100,05 % (160 892)</small>	53,27 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (0,00 %)</small>	2,91 <small>Gj.sn. for datautvalget: 2,91 (0,00 %)</small>	00:01:54 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:01:54 (0,00 %)</small>	0,00 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)</small>	0 <small>% av summen: 0,00 % (0)</small>	USD 0,00 <small>% av summen: 0,00 % (USD 0,00)</small>
<input type="checkbox"/> 1. Organic Search	79 704 (62,56 %)	55,57 %	99 854 (62,03 %)	49,94 %	3,02	00:01:54	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 2. Referral	45 431 (15,81 %)	48,02 %	21 818 (13,55 %)	48,98 %	3,37	00:02:30	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 3. Direct	39 976 (13,92 %)	60,37 %	24 133 (14,99 %)	53,87 %	2,73	00:01:58	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 4. Social	22 159 (7,71 %)	68,44 %	15 166 (9,42 %)	87,98 %	1,32	00:00:29	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 5. (Other)	1 (0,00 %)	100,00 %	1 (0,00 %)	0,00 %	2,00	00:00:28	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)

Vis rader: 10 Gå til: 1 1 - 5 av 5

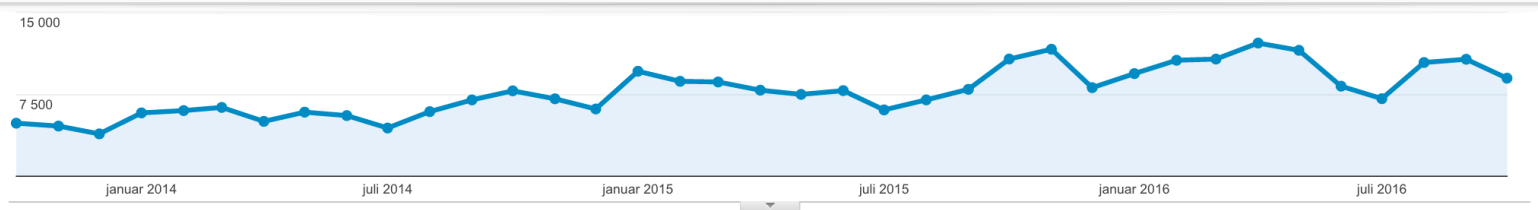
Denne rapporten ble generert 29.10.2016 kl. 22.40.01 - Oppdater rapport

Brukergrensesnitt



Brukergrensesnitt

- 🔍 Søkerapporter og hjelp
- 📄 TILPASSET
- Rapporter
- 🕒 SANNTID
- 👤 MÅLGRUPPE
- 🔗 BRUKERANSKAFFELSE
- Oversikt
- ▾ All trafikk
- Kanaler**
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- ▶ AdWords
- ▶ Search Console **NEW**
- ▶ Sosialt
- ▶ Kampanjer
- 📅 ATFERD
- ⚙️ ADMINISTRATOR



Hoveddimensjon: Default Channel Grouping Kilde/medium Kilde Medium Andre ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard ▾

🔍 avansert [Grid Icon] [Refresh Icon] [Filter Icon] [Print Icon] [List Icon]

Kilde/medium ?	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
	Økter ? ↓	% nye økter ? <small>Gj.sn. for datautvalget: 56,01 % (0,05 %)</small>	Nye brukere ? <small>% av summen: 100,05 % (160 892)</small>	Fluktfrekvens ? <small>Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (0,00 %)</small>	Sider per økt ? <small>Gj.sn. for datautvalget: 2,91 (0,00 %)</small>	Gjennomsnittlig øktvarighet ? <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:01:54 (0,00 %)</small>	Målkonverteringsfrekv. ? <small>Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)</small>	Målfullføringer ? <small>% av summen: 0,00 % (0)</small>	Målverdi ? <small>% av summen: 0,00 % (USD 0,00)</small>
	287 271 <small>% av summen: 100,00 % (287 271)</small>	56,03 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 56,01 % (0,05 %)</small>	160 972 <small>% av summen: 100,05 % (160 892)</small>	53,27 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (0,00 %)</small>	2,91 <small>Gj.sn. for datautvalget: 2,91 (0,00 %)</small>	00:01:54 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:01:54 (0,00 %)</small>	0,00 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)</small>	0 <small>% av summen: 0,00 % (0)</small>	USD 0,00 <small>% av summen: 0,00 % (USD 0,00)</small>
<input type="checkbox"/> 1. google / organic	156 039 (54,32 %)	55,21 %	86 154 (53,52 %)	50,80 %	2,97	00:01:54	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 2. (direct) / (none)	39 976 (13,92 %)	60,37 %	24 133 (14,99 %)	53,87 %	2,73	00:01:58	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 3. m.facebook.com / referral	17 897 (6,23 %)	70,80 %	12 671 (7,87 %)	90,98 %	1,16	00:00:17	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 4. intranett.helgelandssykehuset.no / referral	14 760 (5,14 %)	26,02 %	3 840 (2,39 %)	48,04 %	3,59	00:03:12	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 5. bing / organic	10 434 (3,63 %)	55,83 %	5 825 (3,62 %)	39,31 %	3,49	00:01:54	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 6. helse-nord.no / referral	8 472 (2,95 %)	51,44 %	4 358 (2,71 %)	38,14 %	3,49	00:02:37	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 7. startsiden / organic	6 643 (2,31 %)	61,63 %	4 094 (2,54 %)	47,37 %	3,41	00:01:55	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 8. kvasir / organic	3 380 (1,18 %)	60,09 %	2 031 (1,26 %)	49,56 %	3,47	00:01:49	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)

Brukergrensesnitt

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

AdWords

Search Console **NEW**

Sosialt

Kampanjer

ATFERD

ADMINISTRATOR

Tilpass E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
54,32 % Økter

+ Legg til segment

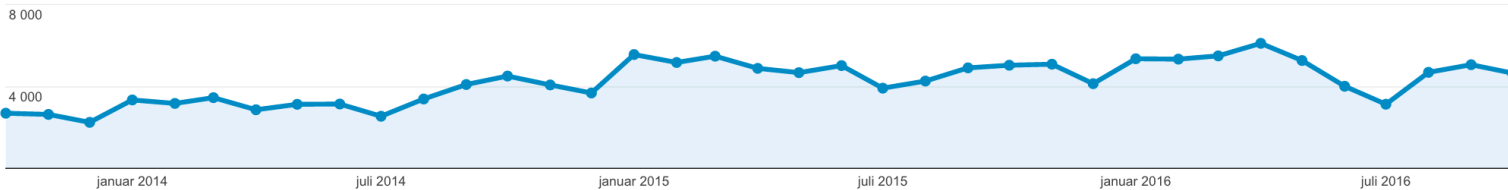
Utforsker

Sammendrag Nettstedbruk Netthandel

Økter kontra Velg en beregning

Dag Uke Måned [Chart Icons]

Økter



Hoveddimensjon: Kilde/medium Andre ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon ▾ Sorteringstype: Standard ▾

[Search] avansert [Table Icons]

Kilde/medium ?	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
	Økter ? ↓	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfullføringer ?	Målverdi ?
	156 039 % av summen: 54,32 % (287 271)	55,21 % Gj.sn. for datautvalget: 56,01 % (-1,42 %)	86 154 % av summen: 53,55 % (160 892)	50,80 % Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (-4,63 %)	2,97 Gj.sn. for datautvalget: 2,91 (2,11 %)	00:01:54 Gj.sn. for datautvalget: 00:01:54 (0,64 %)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)	0 % av summen: 0,00 % (0)	USD 0,00 % av summen: 0,00 % (USD 0,00)
1. google / organic	156 039 (100,00 %)	55,21 %	86 154 (100,00 %)	50,80 %	2,97	00:01:54	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandspsykehuset.no

www.helgelandspsykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

AdWords

Search Console **NEW**

Sosialt

Kampanjer

ATTFERD

ADMINISTRATOR

Tilpass E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
54,32 % økter

+ Legg til segment

Utforsker

Sammendrag Nettstedbruk Netthandel

Økter ▾

kontra_Velg en beregning

Økter

8 000

4 000

- Annonsering
- Atferd
- Brukeranskaffelse
- Brukere
- Egendefinerte variabler
- Netthandel
- Sosialt
- Tidspunkt

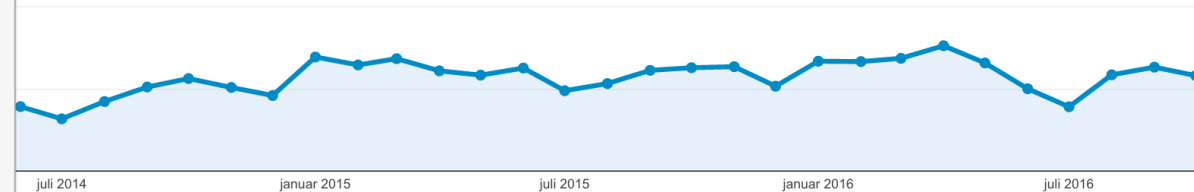
Hoveddimensjon Vis som alfabetisk liste

Tegn rader

Sekundær dimensjon ▾

Sorteringstype: Standard ▾

Dag Uke Måned



	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
	Økter ?	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfullføringer ?	Målverdi ?
Kilde/medium ?	156 039 % av summen: 54,32 % (287 271)	55,21 % Gj.sn. for datautvalget: 56,01 % (-1,42 %)	86 154 % av summen: 53,55 % (160 892)	50,80 % Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (-4,63 %)	2,97 Gj.sn. for datautvalget: 2,91 (2,11 %)	00:01:54 Gj.sn. for datautvalget: 00:01:54 (0,64 %)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)	0 % av summen: 0,00 % (0)	USD 0,00 % av summen: 0,00 % (USD 0,00)
1. google / organic	156 039 (100,00 %)	55,21 %	86 154 (100,00 %)	50,80 %	2,97	00:01:54	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandssykehuset.no

www.helgelandssykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾)

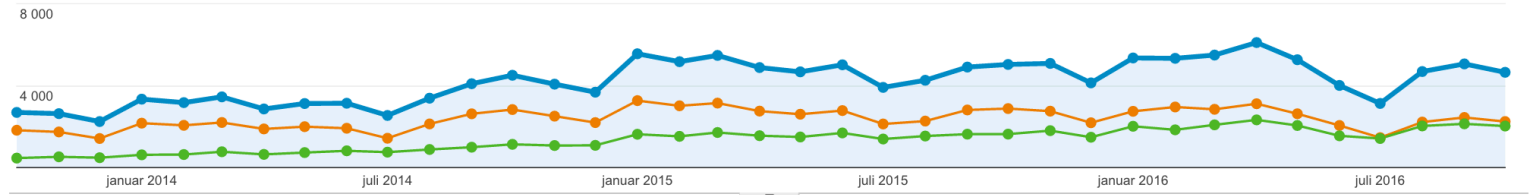


Søkerapporter og hjelp

Økter ▾ kontra Velg en beregning

Dag Uke Måned

● Økter ● google / organic,desktop ● google / organic,mobile



Hoveddimensjon: Kilde/medium Andre ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon: Enhetskategori Sorteringstype: Standard ▾

avansert

Kilde/medium ?	Enhetskategori ?	Trafikk			Atferd			Konverteringer	
		Økter ? ↓	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfulle ?
		156 218 <small>% av summen: 54,38 % (287 271)</small>	55,05 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 56,01 % (-1,72 %)</small>	85 992 <small>% av summen: 53,45 % (160 892)</small>	50,80 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (-4,64 %)</small>	2,96 <small>Gj.sn. for datautvalget: 2,91 (1,95 %)</small>	00:01:55 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:01:54 (0,84 %)</small>	0,00 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)</small>	% av s 0
<input checked="" type="checkbox"/> 1. google / organic	desktop	88 230 (56,48 %)	59,00 %	52 055 (60,53 %)	44,87 %	3,39	00:02:10	0,00 %	0
<input checked="" type="checkbox"/> 2. google / organic	mobile	50 195 (32,13 %)	48,47 %	24 328 (28,29 %)	61,34 %	2,20	00:01:25	0,00 %	0
<input type="checkbox"/> 3. google / organic	tablet	17 793 (11,39 %)	54,00 %	9 609 (11,17 %)	50,46 %	3,01	00:02:02	0,00 %	0

Vis rader: 10 Gå til: 1 1 - 3 av 3 < >

Denne rapporten ble generert 29.10.2016 kl. 22.48.02 - Oppdater rapport

- TILPASSET
- Rapporter
- SANNTID
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE

- Oversikt
- All trafikk
- Kanaler
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- AdWords
- Search Console **NEW**
- Sosialt
- Kampanjer
- ATFERD
- ADMINISTRATOR

Kilde + Destinasjon

http://www.helgelandssykehuset.no
www.helgelandssykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾

Hoveddimensjon: **Kilde/medium** Andre ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon: Destinasjonsside Sorteringstype: Standard ▾

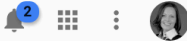
avansert

	Kilde/medium ?	Destinasjonsside ?	Trafikk			Atferd			Konverteringer	
			Økter ?	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfullføring ?
			5 049 % av summen: 51,78 % (9 750)	54,41 % Gj.sn. for datautvalget: 52,53 % (3,57 %)	2 747 % av summen: 53,63 % (5 122)	49,48 % Gj.sn. for datautvalget: 51,62 % (-4,16 %)	2,65 Gj.sn. for datautvalget: 2,69 (-1,81 %)	00:01:50 Gj.sn. for datautvalget: 00:01:52 (-2,48 %)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)	% av sum 0,00
<input type="checkbox"/>	1. google / organic	/	1 641 (32,50 %)	52,29 %	858 (31,23 %)	18,46 %	1,56	00:02:43	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	2. google / organic	/steder/mo-i-rana	295 (5,84 %)	64,75 %	191 (6,95 %)	58,31 %	2,01	00:01:05	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	3. google / organic	/steder/sandnessjoen	246 (4,87 %)	61,38 %	151 (5,50 %)	50,41 %	1,93	00:02:31	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	4. google / organic	/steder/mosjoen	208 (4,12 %)	70,19 %	146 (5,31 %)	55,77 %	2,17	00:01:44	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	5. google / organic	/avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-mo-i-rana	184 (3,64 %)	43,48 %	80 (2,91 %)	72,83 %	1,33	00:01:48	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	6. google / organic	/rettigheter/pasientreiser-pa-helgeland	97 (1,92 %)	59,79 %	58 (2,11 %)	63,92 %	1,91	00:01:43	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	7. google / organic	/avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-mosjoen	84 (1,66 %)	53,57 %	45 (1,64 %)	67,86 %	1,31	00:01:38	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	8. google / organic	/arrangementer/vikarkurs-ambulansetjenesten-2016	53 (1,05 %)	79,25 %	42 (1,53 %)	92,45 %	1,11	00:00:44	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	9. google / organic	/avdelinger/medisinsk/nevrologisk-poliklinikk	47 (0,93 %)	65,96 %	31 (1,13 %)	70,21 %	1,94	00:00:54	0,00 %	0 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	10. google / organic	/avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-bronnosund	63 (1,25 %)	47,62 %	30 (1,09 %)	76,19 %	1,37	00:00:44	0,00 %	0 (0,00 %)

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandssykehuset.no

www.helgelandssykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾

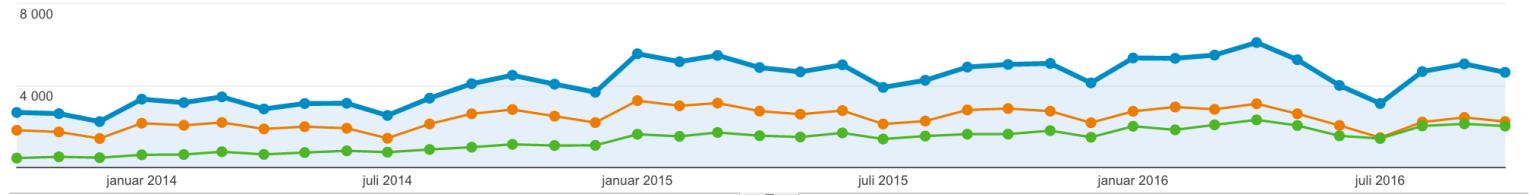


Søkerapporter og hjelp

Økter kontra Velg en beregning

Dag Uke Måned

Økter google / organic,desktop google / organic,mobile



Hoveddimensjon: Kilde/medium Andre ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon: Enhetskategori Sorteringstype: Standard ▾

avansert



Kilde/medium ?	Enhetskategori ?	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
		Økter ? ↓	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfulle ?	
		156 218 % av summen: 54,38 % (287 271)	55,05 % Gj.sn. for datautvalget: 56,01 % (-1,72 %)	85 992 % av summen: 53,45 % (160 892)	50,80 % Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (-4,64 %)	2,96 Gj.sn. for datautvalget: 2,91 (1,95 %)	00:01:55 Gj.sn. for datautvalget: 00:01:54 (0,84 %)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)	% av s 0	
<input checked="" type="checkbox"/>	1. google / organic	desktop	88 230 (56,48 %)	59,00 %	52 055 (60,53 %)	44,87 %	3,39	00:02:10	0,00 %	0
<input checked="" type="checkbox"/>	2. google / organic	mobile	50 195 (32,13 %)	48,47 %	24 328 (28,29 %)	61,34 %	2,20	00:01:25	0,00 %	0
<input type="checkbox"/>	3. google / organic	tablet	17 793 (11,39 %)	54,00 %	9 609 (11,17 %)	50,46 %	3,01	00:02:02	0,00 %	0

Vis rader: 10 Gå til: 1 1 - 3 av 3

Denne rapporten ble generert 29.10.2016 kl. 22.48.02 - Oppdater rapport

- TILPASSET
- Rapporter
- SANNTID
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE

- Oversikt
- All trafikk
- Kanaler
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- AdWords
- Search Console **NEW**
- Sosialt
- Kampanjer
- ATTFERD
- ADMINISTRATOR

Brukergrensesnitt

- 🔍 Søkerapporter og hjelp
- 📊 TILPASSET
- Rapporter
- 🕒 SANNTID
- 👤 MÅLGRUPPE
- 🔗 BRUKERANSKAFFELSE
- Oversikt
- ▾ All trafikk
- Kanaler
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- ▶ AdWords
- ▶ Search Console NEW
- ▶ Sosialt
- ▶ Kampanjer
- 📅 ATFERD
- ⚙️ ADMINISTRATOR

🔄 **Alle brukere**
54,32 % Økter

⊕ Legg til segment

Utforsker

Sammendrag [Nettstedbruk](#) [Netthandel](#)

Økter ▾ kontra [Velg en beregning](#) Dag Uke Måned [Icons]

● Økter
 ● google / organic,desktop
 ● google / organic,mobile

Hoveddimensjon: **Kilde/medium** Andre ▾

Sekundær dimensjon: Enhetskategori ▾ Sorteringstype: Standard ▾ [Search] avansert [Grid] [Refresh] [List] [Compare] [Print] [Full Screen]

Kilde/medium	Enhetskategori	Fluktfrekvens	Fluktfrekvens (sammenlignet med gjennomsnittet for nettstedet)
		50,80 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (-4,64 %)</small>	50,80 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 53,27 % (-4,64 %)</small>
1. google / organic	mobile	61,34 %	20,75 %
2. google / organic	tablet	50,46 %	-0,67 %
3. google / organic	desktop	44,87 %	-11,67 %

Vis rader: 10 ▾ Gå til: 1 1 - 3 av 3 [Left] [Right]

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandspsykehuset.no

www.helgelandspsykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

Alle brukere
54,32 % Økter

+ Legg til segment

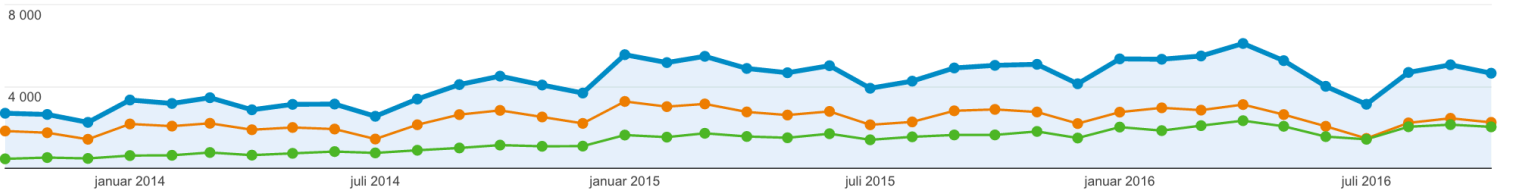
Utforsker

Sammendrag Nettstedbruk Netthandel

Økter kontra Velg en beregning

Dag Uke Måned

Økter google / organic,desktop google / organic,mobile



Hoveddimensjon: Kilde/medium Andre ▾

Sekundær dimensjon: Enhetskategori Sorteringstype: Standard ▾

Kilde/medium	Enhetskategori	Gjennomsnittlig øktvarighet	Sammenlignet med gjennomsnittet for (redet)
1. google / organic	desktop	00:02:10 Gj.sn. for datautvalget: 00:01:54 (0,84 %)	13,27 %
2. google / organic	tablet	00:02:02	6,87 %
3. google / organic	mobile	00:01:25	-25,77 %

- Økter
- % nye økter
- Nye brukere
- Fluktfrekvens
- Sider per økt
- Gjennomsnittlig øktvarighet**
- Målkonverteringsfrekv.
- Målfullføringer
- Målverdi

Vis rader: 10 Gå til: 1 1 - 3 av 3

- TILPASSET
- Rapporter
- SANNTID
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE
- Oversikt
- All trafikk
- Kanaler
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- AdWords
- Search Console **NEW**
- Sosialt
- Kampanjer
- ATFERD
- ADMINISTRATOR



august 2016						
M	T	O	T	F	L	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

september 2016						
M	T	O	T	F	L	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

oktober 2016						
M	T	O	T	F	L	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						



Datoperiode: Tilpasset

29. sep. 2016 - 28. okt. 2016

- Sammenlign med
- Tilpasset
- Forrige periode
- Forrige år

29. sep. 2015

Bruk avbryt

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandsssykehuset.no
 www.helgelandsssykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

- SANNTID
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE
- Oversikt
- All trafikk
- Kanaler
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- AdWords
- Search Console **NEW**
- Sosialt
- Kampanjer

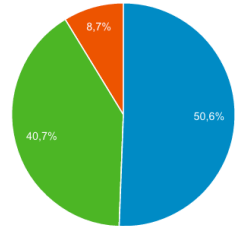
ATFERD

ADMINISTRATOR

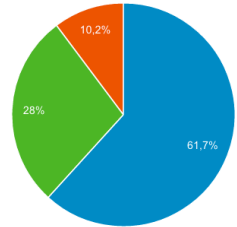
Tegn rader Sekundær dimensjon: Enhetskategori Sorteringstype: Standard

Kilde/medium	Enhetskategori	Nye brukere	Nye brukere	Bidrag til totalen: Nye brukere
		6,85 % 2 747 vs. 2 949	6,85 % 2 747 vs. 2 949	
1. google / organic	desktop			
29.sep.2016 - 28.okt.2016		1 390	50,60 %	
29.sep.2015 - 28.okt.2015		1 821	61,75 %	
2. google / organic	mobile			
29.sep.2016 - 28.okt.2016		1 117	40,66 %	
29.sep.2015 - 28.okt.2015		826	28,01 %	
3. google / organic	tablet			
29.sep.2016 - 28.okt.2016		240	8,74 %	
29.sep.2015 - 28.okt.2015		302	10,24 %	

29.sep.2016 - 28.okt.2016



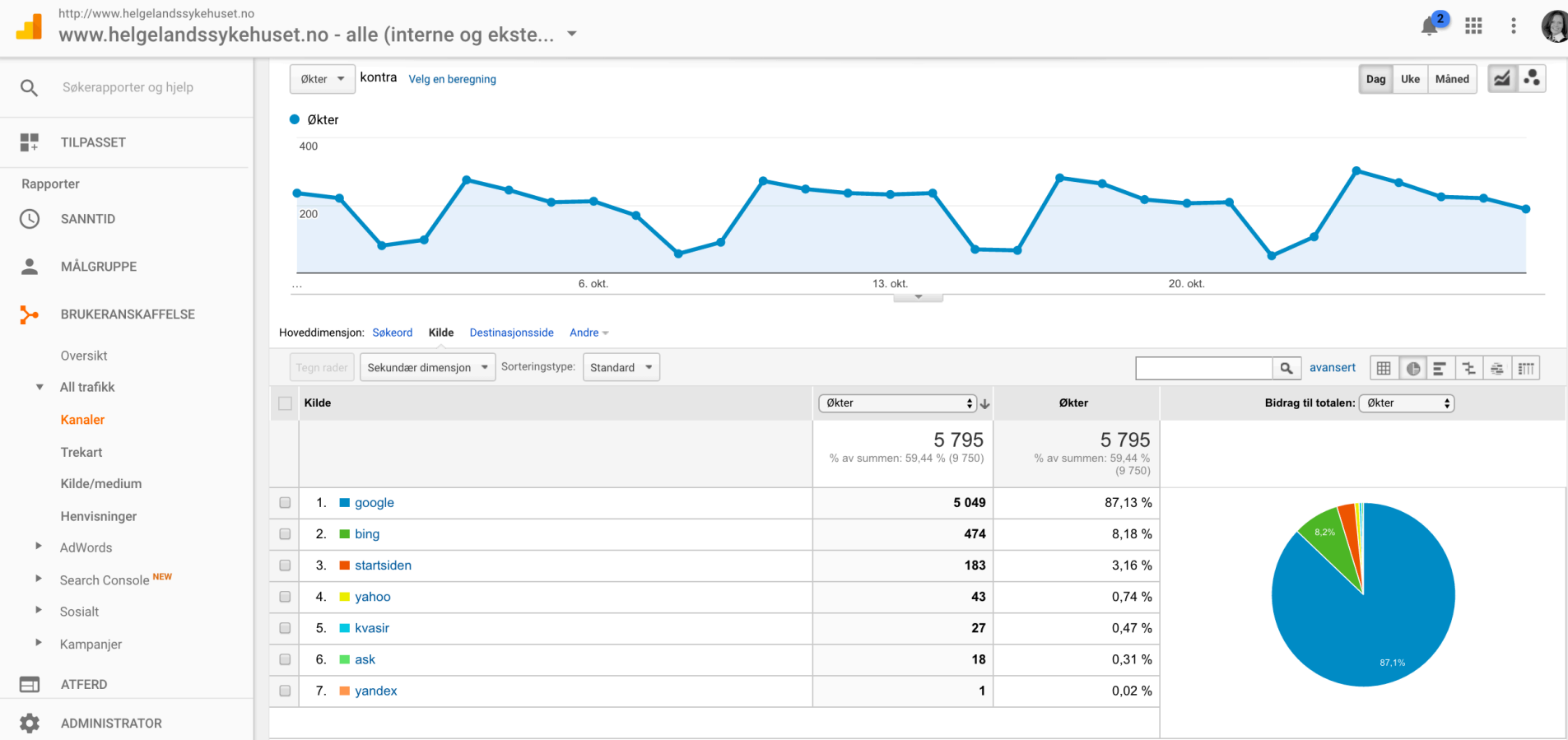
29.sep.2015 - 28.okt.2015



Vis rader: 10 Gå til: 1 1 - 3 av 3

Denne rapporten ble generert 29.10.2016 kl. 22.55.43 - Oppdater rapport

Brukergrensesnitt



Brukergrensesnitt

http://www.helgelandspsykehuset.no

www.helgelandspsykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



🔍 Søkerapporter og hjelp

📄 TILPASSET

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

📊 ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

▶ Nettstedinnhold

▼ Nettstedhastighet

Oversikt

Tidsbruk per side

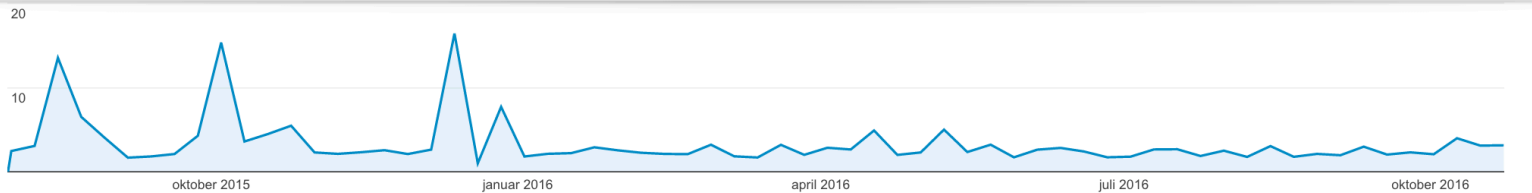
Hastighetsforslag

Brukertiming

▶ Nettstedsøk

▶ Aktiviteter

⚙️ ADMINISTRATOR



Hoveddimensjon: Side Sidetittel Andre ▾

Sekundær dimensjon ▾

Sorteringstype: Standard ▾

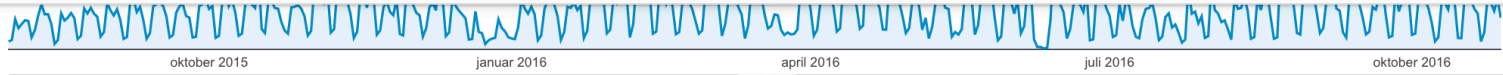
🔍 avansert 📄 🗑️ 📄

Side	Sidevisninger	Gj.sn. innlastingsid for side (sek) (sammenlignet med gjennomsnittet for nettstedet)
	395 824 % av summen: 100,00 % (395 824)	2,95 Gj.sn. for datautvalget: 2,95 (0,00 %)
1. /?lang=no_NO	46 628	11,48 %
2. /	28 907	-13,39 %
3. /kontakt/category164.html	12 265	-42,63 %
4. /jobb/category163.html	9 585	0,38 %
5. /avdelinger/category13440.html	9 427	-45,83 %
6. /ledige-stillinger/category27080.html	8 261	-27,68 %
7. /om-oss/category158.html	6 077	-32,06 %
8. /sandnessjoen-avdelinger/category1494.html	4 978	-40,92 %
9. /mosjoen-avdelinger/category1493.html	4 952	-32,36 %
10. /om-oss/job-i-helgelandspsykehuset	4 758	9,39 %

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandspsykehuset.no

www.helgelandspsykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Hoveddimensjon: Side Sidetittel Andre ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon ▾ Sorteringstype: Standard ▾

avansert [Grid] [Refresh] [Print] [Export] [Filter]

<input type="checkbox"/>	Side ?	Sidevisninger ?	Unike sidevisninger ?	Gj.sn. tid på side ?	Innganger ?	Fluktfrekvens ?	% Utgang ?	Sideverdi ?
		395 824 <small>% av summen: 100,00 % (395 824)</small>	303 769 <small>% av summen: 100,00 % (303 769)</small>	00:01:03 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:01:03 (0,00 %)</small>	145 036 <small>% av summen: 100,00 % (145 036)</small>	56,56 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 56,56 % (0,00 %)</small>	36,64 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 36,64 % (0,00 %)</small>	USD 0,00 <small>% av summen: 0,00 % (USD 0,00)</small>
<input type="checkbox"/>	1. /?lang=no_NO	46 628 (11,78 %)	35 259 (11,61 %)	00:01:02	31 897 (21,99 %)	33,46 %	33,31 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	2. /	28 907 (7,30 %)	20 739 (6,83 %)	00:00:51	19 307 (13,31 %)	34,73 %	31,25 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	3. /kontakt/category164.html	12 265 (3,10 %)	9 323 (3,07 %)	00:00:33	1 860 (1,28 %)	40,81 %	20,43 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	4. /jobb/category163.html	9 585 (2,42 %)	7 531 (2,48 %)	00:00:47	1 712 (1,18 %)	40,01 %	38,25 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	5. /avdelinger/category13440.html	9 427 (2,38 %)	6 915 (2,28 %)	00:00:24	2 554 (1,76 %)	12,76 %	10,27 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	6. /ledige-stillinger/category27080.html	8 261 (2,09 %)	6 106 (2,01 %)	00:01:44	2 811 (1,94 %)	72,36 %	59,51 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	7. /om-oss/category158.html	6 077 (1,54 %)	4 589 (1,51 %)	00:00:22	282 (0,19 %)	37,23 %	9,53 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	8. /sandnessjoen-avdelinger/category1494.html	4 978 (1,26 %)	4 077 (1,34 %)	00:01:49	1 391 (0,96 %)	69,81 %	54,10 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	9. /mosjoen-avdelinger/category1493.html	4 952 (1,25 %)	3 971 (1,31 %)	00:01:21	2 107 (1,45 %)	64,97 %	49,56 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	10. /om-oss/job-i-helgelandspsykehuset	4 758 (1,20 %)	3 727 (1,23 %)	00:01:35	523 (0,36 %)	63,86 %	60,87 %	USD 0,00 (0,00 %)

Vis rader: 10 25 50 100 250 500 1000 5000

1 1 - 10 av 11718 < >

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandssykehuset.no

www.helgelandssykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

Nettstedinnhold

Alle sider

Detaljer om innhold

Landingssider

Utgangssider

Nettstedhastighet

Nettstedsk

Aktiviteter

ADMINISTRATOR

Hoveddimensjon: Side Sidetittel Andre ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon ▾ Sorteringstype: Standard ▾

avdelinger/ 🔍 avansert

Side ?	Sidevisninger ?	Unike sidevisninger ?	Gj.sn. tid på side ?	Innganger ?	Fluktfrekvens ?	% Utgang ?	Sideverdi ?
	5 117 % av summen: 19,48 % (26 267)	4 020 % av summen: 20,57 % (19 546)	00:01:17 Gj.sn. for datautvalget: 00:01:06 (16,69 %)	1 677 % av summen: 17,20 % (9 750)	64,52 % Gj.sn. for datautvalget: 51,62 % (24,99 %)	41,08 % Gj.sn. for datautvalget: 37,12 % (10,67 %)	USD 0,00 % av summen: 0,00 % (USD 0,00)
1. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-mo-i-rana	269 (5,26 %)	225 (5,60 %)	00:02:44	192 (11,45 %)	72,92 %	65,80 %	USD 0,00 (0,00 %)
2. /avdelinger/kirurgi-og-akutt	187 (3,65 %)	127 (3,16 %)	00:00:35	8 (0,48 %)	37,50 %	15,51 %	USD 0,00 (0,00 %)
3. /avdelinger/foretaksledelse	181 (3,54 %)	120 (2,99 %)	00:00:54	23 (1,37 %)	26,09 %	19,89 %	USD 0,00 (0,00 %)
4. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus	172 (3,36 %)	115 (2,86 %)	00:00:42	9 (0,54 %)	66,67 %	16,28 %	USD 0,00 (0,00 %)
5. /avdelinger/medisinsk/fysikalsk-medisin-og-rehabilitering	166 (3,24 %)	111 (2,76 %)	00:02:06	46 (2,74 %)	58,70 %	37,95 %	USD 0,00 (0,00 %)
6. /avdelinger/medisinsk	148 (2,89 %)	110 (2,74 %)	00:01:12	7 (0,42 %)	71,43 %	17,57 %	USD 0,00 (0,00 %)
7. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-mosjoen	140 (2,74 %)	115 (2,86 %)	00:01:56	96 (5,72 %)	65,62 %	55,71 %	USD 0,00 (0,00 %)
8. /avdelinger/kirurgi-og-akutt/fodetilbud/kvinne-og-fodepost-mo-i-rana	125 (2,44 %)	101 (2,51 %)	00:01:34	56 (3,34 %)	83,93 %	60,00 %	USD 0,00 (0,00 %)
9. /avdelinger/kirurgi-og-akutt/ore-nese-hals-sandnessjoen	116 (2,27 %)	93 (2,31 %)	00:01:58	54 (3,22 %)	70,37 %	55,17 %	USD 0,00 (0,00 %)
10. /avdelinger/medisinsk/nevrogisk-poliklinikk	107 (2,09 %)	89 (2,21 %)	00:01:15	48 (2,86 %)	70,83 %	63,55 %	USD 0,00 (0,00 %)
11. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-bronnoysund	105 (2,05 %)	87 (2,16 %)	00:01:25	73 (4,35 %)	73,97 %	64,76 %	USD 0,00 (0,00 %)
12. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/barne-og-ungdomspsykiatrisk-poliklinikk-mosjoen	89 (1,74 %)	64 (1,59 %)	00:01:21	46 (2,74 %)	54,35 %	42,70 %	USD 0,00 (0,00 %)
13. /avdelinger/kirurgi-og-akutt/fodetilbud/svangerskapspoliklinikk-mosjoen	86 (1,68 %)	69 (1,72 %)	00:02:18	32 (1,91 %)	71,88 %	53,49 %	USD 0,00 (0,00 %)
14. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/barne-og-ungdomspsykiatrisk-poliklinikk-sandnessjoen	83 (1,62 %)	61 (1,52 %)	00:01:36	45 (2,68 %)	68,89 %	53,01 %	USD 0,00 (0,00 %)

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandspsykehuset.no

www.helgelandspsykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

Nettstedinnhold

Alle sider

Detaljer om innhold

Landingssider

Utgangssider

Nettstedshastighet

Nettstedstøk

Aktiviteter

ADMINISTRATOR

Hoveddimensjon: Side Sidetittel Andre ▾

Sekundær dimensjon ▾

Sorteringstype: Standard ▾

/avdelinger/



avansert



Side	Sidevisninger	Fluktfrekvens (sammenlignet med gjennomsnittet for nettstedet)
	15 147 % av summen: 18,44 % (82 145)	66,89 % Gj.sn. for datautvalget: 53,54 % (24,92 %)
1. /avdelinger/foretaksledelse	723	-62,62 %
2. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-mo-i-rana	701	10,83 %
3. /avdelinger/kirurgi-og-akutt	560	-40,20 %
4. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus	477	-8,37 %
5. /avdelinger/medisinsk	445	-27,66 %
6. /avdelinger/medisinsk/fysiskalisk-medisin-og-rehabilitering	423	-8,00 %
7. /avdelinger/kirurgi-og-akutt/fodetilbud/kvinne-og-fodepost-mo-i-rana	379	26,23 %
8. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-mosjoen	351	0,91 %
9. /avdelinger/kirurgi-og-akutt/ore-nese-hals-sandnessjoen	316	4,84 %
10. /avdelinger/medisinsk/nevrologisk-poliklinikk	261	4,27 %
11. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/barne-og-ungdomspsykiatrisk-poliklinikk-mosjoen	246	-3,26 %
12. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/ambulant-akutteam-hovedbase-mo-i-rana	235	-4,49 %
13. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-sandnessjoen	228	6,93 %
14. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/rusavdelingen-mo-i-rana	226	-6,94 %
15. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/barne-og-ungdomspsykiatrisk-poliklinikk-mo-i-rana	225	10,22 %
16. /avdelinger/psykisk-helse-og-rus/voksenpsykiatrisk-poliklinikk-bronnoysund	224	14,86 %
17. /avdelinger/kirurgi-og-akutt/kirurgisk-sengepost-mo-i-rana	211	-8,64 %

Kvinne- og fødepost, Mo i Rana

Se mer informasjon, blant annet om sommerstenging og informasjon til gravide og fødende:

Les mer om Kvinne- og fødepost, Mo i Rana

KONTAKT

Oppmøtested
 Du finner oss i tredje etasje.

Besøktider:
 - Pappa og søsken: kl.11.00 -15.00 og 18.00 -21.00
 - Andre besøkende: kl.14.00 -15.00 og 18.00 -19.00
 Fra kl 15.00-18.00 har vi siesta og da er det ikke tillatt med besøk, dette for at mor og barn skal få den nødvendige hvile.

Den første onsdag i hver måned kl 13.00 er det omvisning på fødeposten, da er det bare å møte opp i tredje etasje, og vente utenfor heisen.

Telefonnummer
 75 12 52 00

Telefontider

Sommerstengt 18. juli - 15. august

Helgelandssykehuset Mo i Rana

Besøksadresse
 Sjøforsgata 36
 8613 Mo i Rana

oktober 2016

/avdelinger/ avansert

Fluktfrekvens (sammenlignet med gjennomsnittet for nettstedet)

devisninger	Fluktfrekvens	(sammenlignet med gjennomsnittet for nettstedet)
15 147		66,89 %
% av summen: 18,44 % (82 145)		Gj.sn. for datautvalget: 53,54 % (24,92 %)
723	-62,62 %	
701		10,83 %
560	-40,20 %	
477	-8,37 %	
445	-27,66 %	
423	-8,00 %	
379		26,23 %
351		0,91 %
316		4,84 %
261		4,27 %
246	-3,26 %	
235	-4,49 %	
228		6,93 %
226	-6,94 %	
225		10,22 %

Brukergrensesnitt

http://www.helgelandspsykehuset.no

www.helgelandspsykehuset.no - alle (interne og ekste... ▾



Søkerapporter og hjelp

Oversikt over målgrupper

1. okt. 2013 - 28. okt. 2016 ▾

E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
100,00 % Økter

+ Legg til segment

Oversikt

Økter ▾ kontra Velg en beregning

Hver time Dag Uke Måned

Økter

15 000

7 500

januar 2014

juli 2014

januar 2015

juli 2015

januar 2016

juli 2016

Økter

287 271

Brukere

163 181

Sidevisninger

834 891

Sider per økt

2,91

Gjennomsnittlig øktvarighet

00:01:54

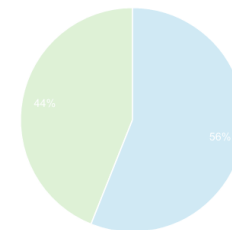
Fluktfrekvens

53,27 %

% nye økter

56,01 %

New Visitor Returning Visitor



TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

KONVERTERINGER

ADMINISTRATOR

AGENDA

- Innføring i Google Analytics
- Termer og begreper
- Brukergrensesnittet
- **Nyttige rapporter**
- Events og konverteringssporing
- Segmenter
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

Nyttige rapporter

Oppgave:

Følg meg...

Sanntid

Sanntid

Oversikt

Akkurat nå

3

aktive brukere på nettstedet



Topp henvisninger

Kilde	Aktive brukere
Det finnes ingen data for dette datautvalget.	

Topp sosial trafikk:

Kilde	Aktive brukere
1. Facebook	1

Topp søkeord:

Søkeord	Aktive brukere
1. (not provided)	2

Sidevisninger

Per minutt
7,5

5,0

2,5



Per sekund

1,5

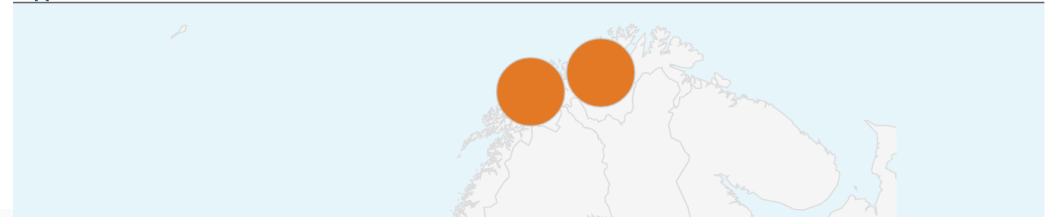
1

0,5

Mest aktive sider:

Aktiv side	Aktive brukere
1. /arrangementer/multipel...rose-a-leve-med-ms-tromso	1 33,33%
2. /avdelinger/kirurgi-kreft...kker/generell-poliklinikk	1 33,33%
3. /rettigheter/rett-til-tolk	1 33,33%

Topp steder:



Sanntid

- Søkerapporter og hjelp
- TILPASSET
- Rapporter
 - SANNTID
 - Oversikt
 - Steder
 - Trafikkilder
 - Atferd
 - Aktiviteter
 - Konverteringer
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE
- ATFERD
- KONVERTERINGER
- ADMINISTRATOR

Trafikkilder

1 søkeord

Lag en snarvei **BETA**

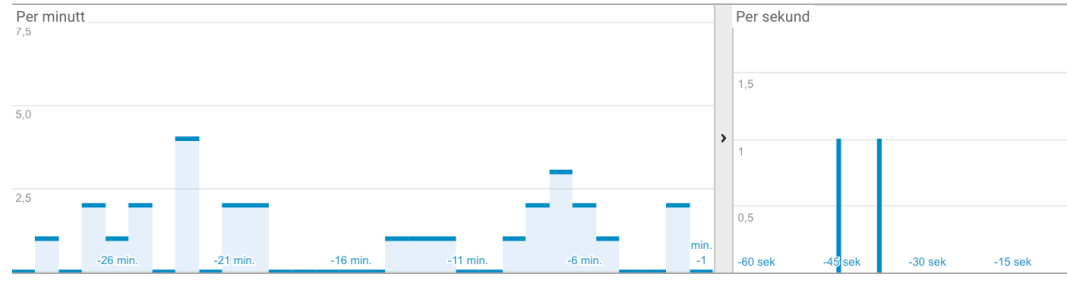
Akkurat nå

4

aktive brukere på nettstedet



Sidevisninger



Visning: **Aktive brukere** Sidevisninger (siste 30 min)

Total beregning: 4

Medium	Kilde	Aktive brukere
1. Organisk	google	2 50,00%
2. (none)	(direct)	1 25,00%
3. Sosial	Facebook	1 25,00%

Sanntid

http://www.unn.no
www.unn.no - alle (interne og eksterne) ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

Oversikt

Steder

Trafikkilder

Atferd

Aktiviteter

Konverteringer

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

KONVERTERINGER

Innhold

4 aktive sider

Akkurat nå

4

aktive brukere på nettstedet



Visning: **Aktive brukere** Sidevisninger (siste 30 min)

Total beregning: **4**

Aktiv side	Sidetittel	Aktive brukere
1. /	Forside - Universitetssykehuset Nord-Norge	1 25,00%
2. /arrangementer/multippel...rose-a-leve-med-ms-tromso	Multippel sklerose. "Å le...itetssykehuset Nord-Norge	1 25,00%
3. /rettigheter/rett-til-tolk	Rett til tolk	1 25,00%
4. /steder/longyearbyen-sykehus	Longyearbyen sykehus - Un...itetssykehuset Nord-Norge	1 25,00%

Sidevisninger

Per minutt
7,5

5,0

2,5



Lag en snarvei BETA

Sanntid

- Søkerapporter og hjelp
- TILPASSET
- Rapporter
 - SANNTID
 - Oversikt
 - Steder
 - Trafikkilder
 - Atferd
 - Aktiviteter
 - Konverteringer
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE
- ATFERD
- KONVERTERINGER

Hendelser

Lag en snarvei BETA

Akkurat nå

3

aktive brukere på nettstedet



Hendelser

Per minutt



Per sekund



Visning: Aktive brukere Hendelser (siste 30 min)

Aktive brukere med arrangementer: 0 (0 % av det totale antallet)

Hendelseskategori	Hendelseshandling	Aktive brukere
Det finnes ingen data for dette datautvalget.		

Målgrupper

Dimensjonene

Dimensjon	Verdier
Aldersgruppe	18–24, 25–34, 35–44, 45–54, 55–64, 65+
Kjønn	Mann, Kvinne
Interessekategorier	Defineres ut fra livsstil på linje med et TV-publikum – for eksempel Teknofile, Sportsinteresserte og Matlagingsentusiaster
Markedsaktuelt	Interessert i å kjøpe et produkt
Andre kategorier	Her er brukerne inndelt mest spesifikt. Under Interessekategorier har du for eksempel Matelskere, mens Andre kategorier omfatter kategorien Oppskrifter/Kjøkken/Øst-Asia.

Standardrapporter

Det finnes sju standardrapporter:

- **Demografi: Oversikt:** Dette er fordelingen av *økter* (eller andre viktige beregninger) etter aldersgruppe og kjønn for området ditt. *Økter* er standard nøkkelberegning. Du kan også bruke *% nye økter*, *Gj.sn. øktvarighet*, *Fluktfrekvens* eller *Sider per økt*.
- **Aldersgruppe:** Dette er Brukeranskaffelse-, Atferd- og Konverteringer-beregningene inndelt etter aldersgruppe. Hvis du viser detaljert informasjon om en aldersgruppe, ser du dataene inndelt etter kjønn og deretter interesser. Aldre under 18 år er ikke tatt med i dataene.
- **Kjønn:** Dette er Brukeranskaffelse-, Atferd- og Konverteringer-beregningene inndelt etter kjønn. Hvis du viser detaljert informasjon om et kjønn, ser du dataene inndelt etter kjønn og deretter interesser.
- **Interesser: Oversikt:** Dette er inndelingen av *økter* (eller andre viktige beregninger) for området ditt etter de ti mest populære interessene i *Interessekategorier*, *Markedsaktuelt* og *Andre kategorier*.
- **Interessekategorier (rekkevidde):** Dette er Brukeranskaffelser-, Atferd- og Konverteringer-beregningene fordelt på *interessekategorier*.
- **Markedsaktuelt:** Dette er Brukeranskaffelser-, Atferd- og Konverteringer-beregningene fordelt på *Markedsaktuelt*.
- **Andre kategorier:** Dette er Brukeranskaffelse-, Atferd- og Konverteringer-beregningene inndelt etter data fra *Andre kategorier*.

Datagrenser

Det brukes bestemte grenser for å hindre den som leser rapporten, i å utlede demografisk informasjon eller interesser for individuelle brukere. Når en rapport inneholder Aldersgruppe, Kjønn eller Interessekategori (som primær eller sekundær dimensjon eller som del av et anvendt segment), kan det hende at en av disse grensene gjelder, og at bestemte data holdes tilbake fra rapporten. Hvis det for eksempel er færre enn N forekomster av Kjønn=mann i en rapport, kan det være at data for verdien mann blir holdt tilbake.

Hvis en av grensene er nådd i en av rapportene, ser du et varsel under tittelen på rapporten.

Om Demografi og Interesser-rapportene

Analysér brukere etter alder, kjønn og interessekategorier.

I demografiske og interessebaserte data finner du informasjon om brukernes aldersgruppe og kjønn samt interesser som kan utledes fra reise- og kjøpsaktivitetene deres på nettet.

Du finner følgende informasjon i denne artikkelen:



- [Konfigurer Analytics slik at det vises demografiske og interessebaserte data](#)
- [Her henter Analytics dataene fra](#)
- [Dimensjonene](#)
- [Standardrapporter](#)
- [Tilpassede rapporter](#)
- [Datataksometri](#)
- [Datagrenser](#)
- [Målretting i Google Displaynettverk](#)

Demografiske rapporter og interesserapporter

Om Demografi og Interesser-rapportene

Slå på rapportene om demografisk informasjon og interesser

Analysér demografi- og interessedata

Her henter Analytics dataene fra

Når du har [oppdatert Analytics slik at funksjonene for annonserapportering støttes](#), samler Analytics inn demografiske og interessebaserte data fra følgende kilder:

Kilde	Gjelder for	Vilkår	Resultat
Tredjeparts DoubleClick-informasjonskapsel	Bare nettleseraktivitet	Informasjonskapselen er til stede	Analytics samler inn eventuell demografisk og interessebasert informasjon som er tilgjengelig i informasjonskapselen
Annonserings-ID for Android	Bare appaktivitet	Du må oppdatere Analytics-sporingskoden i en Android-app slik at annonserings-ID-en samles inn	Analytics genererer en identifikator basert på ID-en som inneholder demografisk og interessebasert informasjon tilknyttet brukernes appaktivitet
iOS-identifikator for annonsører (IDFA)	Bare appaktivitet	Du må oppdatere Analytics-sporingskoden i en iOS-app slik at IDFA-en samles inn	Analytics genererer en identifikator basert på IDFA-en som inneholder demografisk og interessebasert informasjon tilknyttet brukernes appaktivitet

Demografiske rapporter og interesserapporter

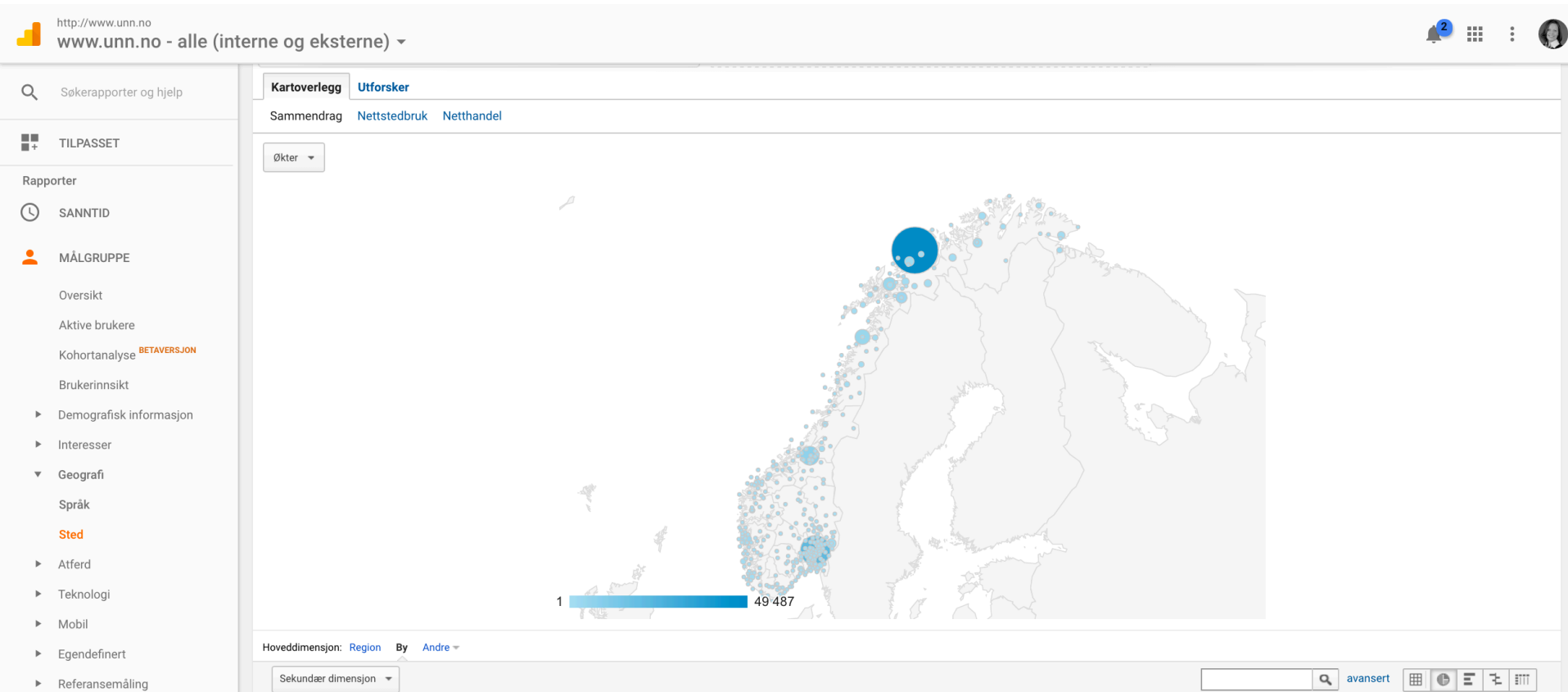
I demografi- og interessedelene finner du oversiktsrapporter samt nye rapporter for alder, kjønn og interessekategorier.

- Med disse rapportene får du en bedre forståelse av hvem brukerne dine er.
 - Du kan segmentere resten av Analytics-dataene dine med de samme egenskapene, slik at du kan forstå forskjellen mellom besøkende som fører til konverteringer, og de som ikke gjør det (og mange andre slike sammenligninger).
 - Dette er de samme demografiske dataene og interessekategoriene som brukes for å målrette annonser i Google Displaynettverk. Bruk denne informasjonen om brukerne dine for å optimalisere strategiene for annonsekampanjene dine.
 - Det kan hende at ikke alle brukerne dine har tilknyttede demografiske data. Dermed er det mulig at disse rapportene bare representerer en undergruppe av brukerne dine og ikke er representative for bredden av brukere på nettstedet ditt.
 - [Finn ut mer](#) om hvordan Google fastslår demografisk informasjon om brukerne.
 - [Finn ut mer](#) om hvordan Google fastslår interessekategorier for brukerne.
 - Før du aktiverer demografiske rapporter og interesserapporter, kan det hende du må oppdatere personvernreglene dine i tråd med [disse retningslinjene](#).
- [Les mer](#) om de nye rapportene.



📌 Hvis du vil aktivere disse demografiske rapportene, kan du ta kontakt med en av Analytics-administratorene dine.

Målgruppe - Geografi



Målgruppe - Geografi

http://www.unn.no
www.unn.no - alle (interne og eksterne) ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

Oversikt

Aktive brukere

Kohortanalyse **BETAVERSJON**

Brakerinnsikt

Demografisk informasjon

Interesser

Geografi

Språk

Sted

Atferd

Teknologi

Mobil

Egdefinert

Referansemåling



Hoveddimensjon: Region By Andre ▾

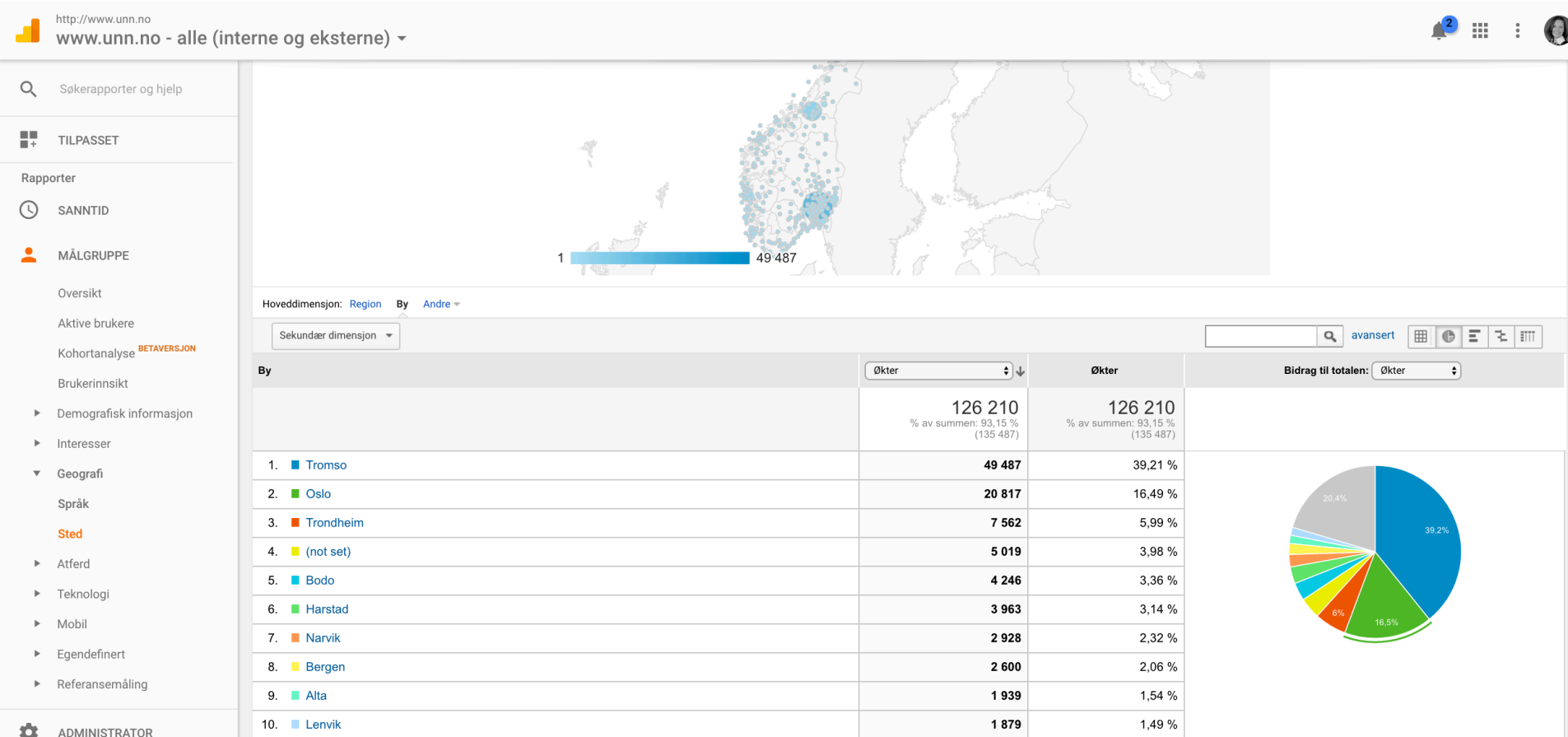
Sekundær dimensjon ▾

avansert

By ?	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
	Økter ? ↓	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfullføringer ?	Målverdi ?
	126 210 % av summen: 93,15 % (135 487)	43,32 % Gj.sn. for datautvalget: 45,00 % (-3,72 %)	54 678 % av summen: 89,69 % (60 965)	45,08 % Gj.sn. for datautvalget: 45,91 % (-1,79 %)	2,94 Gj.sn. for datautvalget: 2,92 (0,80 %)	00:02:14 Gj.sn. for datautvalget: 00:02:13 (1,26 %)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)	0 % av summen: 0,00 % (0)	USD 0,00 % av summen: 0,00 % (USD 0,00)
1. Tromso	49 487 (39,21 %)	32,29 %	15 978 (29,22 %)	41,64 %	3,18	00:02:38	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
2. Oslo	20 817 (16,49 %)	43,68 %	9 092 (16,63 %)	46,33 %	2,74	00:01:56	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
3. Trondheim	7 562 (5,99 %)	53,83 %	4 071 (7,45 %)	54,96 %	2,32	00:01:30	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
4. (not set)	5 019 (3,98 %)	55,37 %	2 779 (5,08 %)	50,91 %	2,74	00:01:58	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
5. Bodo	4 246 (3,36 %)	41,64 %	1 768 (3,23 %)	37,33 %	3,30	00:02:07	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
6. Harstad	3 963 (3,14 %)	45,39 %	1 799 (3,29 %)	43,33 %	2,90	00:02:01	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
7. Narvik	2 928 (2,32 %)	49,52 %	1 450 (2,65 %)	42,28 %	3,05	00:02:13	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
8. Bergen	2 600 (2,06 %)	67,23 %	1 748 (3,20 %)	57,65 %	2,37	00:01:33	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
9. Alta	1 939 (1,54 %)	31,92 %	619 (1,13 %)	40,23 %	3,29	00:02:33	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
10. Lenvik	1 879 (1,49 %)	42,52 %	799 (1,46 %)	43,00 %	3,08	00:02:11	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)

Vis rader: 10 Gå til: 1 1 - 10 av 352 < >

Målgruppe - Geografi



Målgruppe - G

28. jan. 2016 - 27. feb. 2016

desember 2015							januar 2016							februar 2016						
M	T	O	T	F	L	S	M	T	O	T	F	L	S	M	T	O	T	F	L	S
	1	2	3	4	5	6	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7
7	8	9	10	11	12	13	11	12	13	14	15	16	17	8	9	10	11	12	13	14
14	15	16	17	18	19	20	18	19	20	21	22	23	24	15	16	17	18	19	20	21
21	22	23	24	25	26	27	25	26	27	28	29	30	31	22	23	24	25	26	27	28
28	29	30	31				28	29	30	31				29						

Datoperiode: Tilpasset

28. jan. 2016 - 27. feb. 2016

Sammenlign med: Forrige periode

Bruk avbryt

STARTSIDE **RAPPORTERING** TILPASSET ADMINISTRASJON

Søk i rapportene og brukerstøtte

Hoveddimensjon: Region By Andre

Sekundær dimensjon

- Observasjon og overvåkning
- Sanntid
- Målgruppe
 - Oversikt
 - Aktive brukere
 - Kohortanalyse BETA
 - Brukerutforsker
 - Demografi
 - Interesser
 - Geo
 - Språk
 - Sted**
 - Atferd
 - Teknologi
 - Mobil
 - Tilpasset
 - Referansemåling

Region	Trafikk			Atferd			Gjennomsnittlig øktvarighet	Konverteringer		
	Økter	% nye økter	Nye brukere	Fluktfrekvens	Sider per økt	Transaksjoner		Inntekt	Konverteringsfrek. for netthandel	
	68 073 <small>% av summen: 91,40 % (74 477)</small>	47,05 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 47,49 % (-0,91 %)</small>	32 030 <small>% av summen: 90,57 % (35 366)</small>	24,55 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 24,54 % (0,04 %)</small>	3,47 <small>Gj.sn. for datautvalget: 3,44 (0,95 %)</small>	00:02:21 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:02:21 (0,39 %)</small>	1 107 <small>% av summen: 94,94 % (1 166)</small>	kr 742 873,75 <small>% av summen: 85,07 % (kr 873 218,75)</small>	1,63 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 1,57 % (3,87 %)</small>	
1. Oslo	23 540 (34,58 %)	47,20 %	11 110 (34,69 %)	24,26 %	3,26	00:02:11	323 (29,18 %)	kr 201 651,25 (27,14 %)	1,37 %	
2. Sor-Trondelag	9 689 (14,23 %)	44,62 %	4 323 (13,50 %)	23,76 %	4,21	00:02:45	389 (35,14 %)	kr 96 520,00 (12,99 %)	4,01 %	
3. Akershus	7 020 (10,31 %)	44,25 %	3 106 (9,70 %)	22,07 %	3,63	00:02:26	135 (12,20 %)	kr 95 072,50 (12,80 %)	1,92 %	
4. Rogaland	6 621 (9,73 %)	44,65 %	2 956 (9,23 %)	24,39 %	3,53	00:02:28	72 (6,50 %)	kr 39 212,50 (5,28 %)	1,09 %	
5. Hordaland	5 158 (7,58 %)	50,62 %	2 611 (8,15 %)	25,53 %	3,49	00:02:24	52 (4,70 %)	kr 49 260,00 (6,63 %)	1,01 %	
6. Buskerud	2 367 (3,48 %)	44,61 %	1 056 (3,30 %)	22,52 %	3,04	00:02:06	20 (1,81 %)	kr 54 937,50 (7,40 %)	0,84 %	
7. Troms	1 565 (2,30 %)	46,33 %	725 (2,26 %)	23,32 %	3,16	00:02:10	14 (1,26 %)	kr 900,00 (0,12 %)	0,89 %	
8. Vestfold	1 551 (2,28 %)	51,97 %	806 (2,52 %)	27,01 %	2,85	00:01:54	8 (0,72 %)	kr 17 775,00 (2,39 %)	0,52 %	
9. Vest-Agder	1 453 (2,13 %)	48,80 %	709 (2,21 %)	25,33 %	3,23	00:02:13	13 (1,17 %)	kr 14 187,50 (1,91 %)	0,89 %	
10. Ostfold	1 445 (2,12 %)	50,31 %	727 (2,27 %)	26,09 %	3,20	00:02:17	6 (0,54 %)	kr 39 525,00 (5,32 %)	0,42 %	

Vis rader: 10 Gå til: 1 1 - 10 av 20

Brukeranskaffelse (Trafikk)

Trafikk - Kanaler

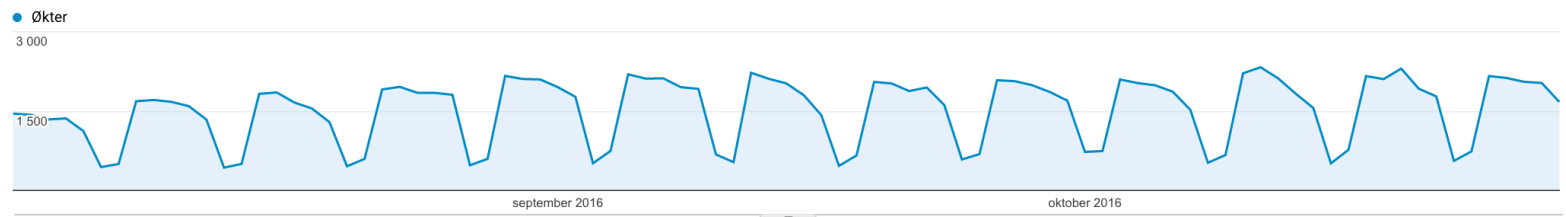
- Søkerapporter og hjelp
- TILPASSET
- Rapporter
- SANNTID
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE
- Oversikt
- All trafikk
- Kanaler**
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- AdWords
- Search Console **NEW**
- Sosialt
- Kampanjer
- ATFERD
- KONVERTERINGER
- ADMINISTRATOR

Utforsker

Sammendrag [Nettstedbruk](#) [Netthandel](#)

Økter kontra [Velg en beregning](#)

Dag Uke Måned [chart icons]



Hoveddimensjon: **Default Channel Grouping** [Kilde/medium](#) [Kilde](#) [Medium](#) [Andre](#) ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard

[search] avansert [grid] [refresh] [filter] [print] [list]

Default Channel Grouping	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
	Økter ? ↓	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfullføringer ?	Målværdi ?
	135 487 <small>% av summen: 100,00 % (135 487)</small>	45,03 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 45,00 % (0,08 %)</small>	61 011 <small>% av summen: 100,08 % (60 965)</small>	45,91 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 45,91 % (0,00 %)</small>	2,92 <small>Gj.sn. for datautvalget: 2,92 (0,00 %)</small>	00:02:13 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:02:13 (0,00 %)</small>	0,00 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)</small>	0 <small>% av summen: 0,00 % (0)</small>	USD 0,00 <small>% av summen: 0,00 % (USD 0,00)</small>
<input type="checkbox"/> 1. Organic Search	81 229 (59,95 %)	44,67 %	36 289 (59,48 %)	48,18 %	2,76	00:02:04	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 2. Direct	30 291 (22,36 %)	60,83 %	18 427 (30,20 %)	41,22 %	2,93	00:01:59	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 3. Referral	21 254 (15,69 %)	22,26 %	4 731 (7,75 %)	39,92 %	3,65	00:03:11	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 4. Social	2 713 (2,00 %)	57,65 %	1 564 (2,56 %)	76,93 %	1,74	00:01:20	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)

Trafikk - Kanaler

- 🔍 Søkerapporter og hjelp
- 📊 TILPASSET
- Rapporter
- 🕒 SANNTID
- 👤 MÅLGRUPPE
- 🔗 BRUKERANSKAFFELSE
- Oversikt
- ▾ All trafikk
- Kanaler**
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- ▶ AdWords
- ▶ Search Console NEW
- ▶ Sosialt
- ▶ Kampanjer
- 📅 ATFERD
- 🚩 KONVERTERINGER
- ⚙️ ADMINISTRATOR



Hoveddimensjon: [Sosiale nettverk](#) [Destinasjonside](#) [Andre](#) ▾

Tegn rader Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard ▾

avansert [Grid Icon] [Refresh Icon] [Filter Icon] [List Icon] [Table Icon]

	Sosiale nettverk ?	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
		Økter ? ↓	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målføllringer ?	Målverdi ?
		2 713 <small>% av summen: 2,00 % (135 487)</small>	57,65 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 45,00 % (28,12 %)</small>	1 564 <small>% av summen: 2,57 % (60 965)</small>	76,93 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 45,91 % (67,57 %)</small>	1,74 <small>Gj.sn. for datautvalget: 2,92 (-40,35 %)</small>	00:01:20 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:02:13 (-39,85 %)</small>	0,00 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)</small>	0 <small>% av summen: 0,00 % (0)</small>	USD 0,00 <small>% av summen: 0,00 % (USD 0,00)</small>
<input type="checkbox"/>	1. Facebook	2 492 (91,85 %)	59,79 %	1 490 (95,27 %)	78,17 %	1,71	00:01:17	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	2. Twitter	196 (7,22 %)	35,71 %	70 (4,48 %)	65,82 %	2,05	00:01:36	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	3. Google+	19 (0,70 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	36,84 %	2,26	00:04:57	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	4. LinkedIn	3 (0,11 %)	66,67 %	2 (0,13 %)	33,33 %	4,33	00:01:16	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	5. WordPress	2 (0,07 %)	50,00 %	1 (0,06 %)	50,00 %	1,50	00:00:44	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	6. Blogger	1 (0,04 %)	100,00 %	1 (0,06 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00 (0,00 %)

Sosialt

http://www.unn.no
www.unn.no - alle (interne og eksterne) ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

All trafikk

AdWords

Search Console **NEW**

Sosialt

Oversikt

Nettverkshenvisninger

Landingssider

Konverteringer

Programtillegg

Brukerflyt

Kampanjer

ATFERD

ADMINISTRATOR

E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

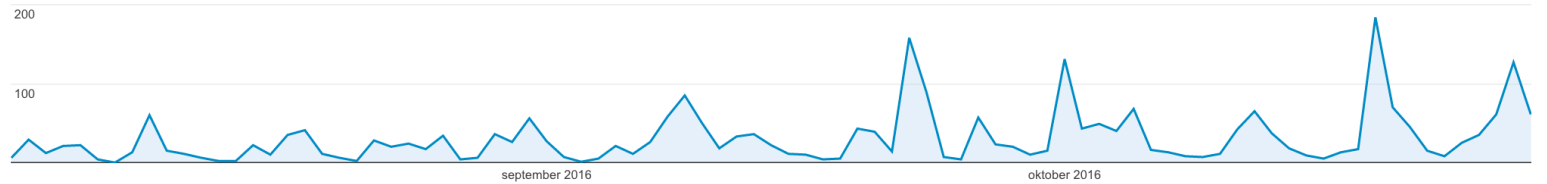
Alle brukere
100,00 % Økter

+ Legg til segment

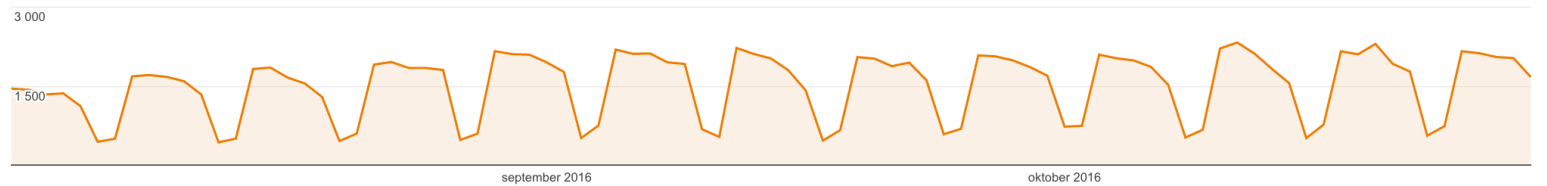
Sosial henvisning

Dag Uke Måned

Økter via sosial anbefaling



Alle øktene



Hoveddimensjon: Sosiale nettverk

Sekundær dimensjon ▾

avansert

Sosiale nettverk ?

Økter ?

↓

Sidevisninger ?

Gjennomsnittlig øktvarighet ?

Sider per økt ?

1. Facebook

2 492 (91,85 %)

4 263 (90,24 %)

00:01:17

1,71

2. Twitter

196 (7,22 %)

401 (8,49 %)

00:01:36

2,05

Sosialt

http://www.unn.no
www.unn.no - alle (interne og eksterne) ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

▶ All trafikk

▶ AdWords

▶ Search Console **NEW**

▼ Sosialt

Oversikt

Nettverkshenvisninger

Landingsider

Konverteringer

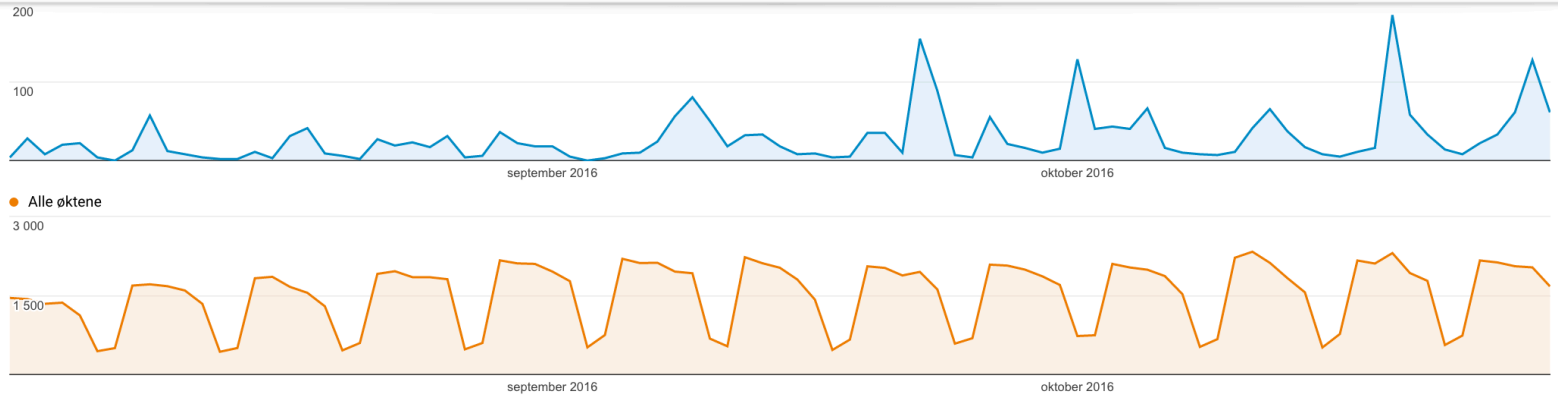
Programtillegg

Brukerflyt

▶ Kampanjer

ATFERD

ADMINISTRATOR



Hoveddimensjon: **Delt nettadresse**

Sekundær dimensjon ▾

avansert

Delt nettadresse ?	Økter ? ↓	Sidevisninger ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Sider per økt ?
1. unn.no/om-oss/nyheter/ny-evaluering-tvunget-psykisk-helsevern-uten-dognopphold-tud	300 (12,04 %)	323 (7,58 %)	00:00:28	1,08
2. unn.no/	249 (9,99 %)	1 044 (24,49 %)	00:04:00	4,19
3. unn.no/arrangementer/jubileumsseminar-fredag-239-50-ar-med-anestesi-og-akuttmedisin	223 (8,95 %)	241 (5,65 %)	00:00:29	1,08
4. unn.no/fag-og-forskning/fastlegenytt/medikamentfritt-behandlingstilbud-oppdatering	183 (7,34 %)	254 (5,96 %)	00:01:01	1,39
5. unn.no/arrangementer/regional-smertekonferanse-10-11-november-2016	156 (6,26 %)	167 (3,92 %)	00:00:07	1,07
6. unn.no/arrangementer/den-kompliserte-bekkenbunnen	150 (6,02 %)	182 (4,27 %)	00:00:50	1,21
7. unn.no/om-oss/nyheter/julemesssa-2016-informasjon-til-deltakere	149 (5,98 %)	165 (3,87 %)	00:00:18	1,11
8. unn.no/arrangementer/psykisk-helse-og-rusklubben-inviterer-til-apent-informasjonsmote-for-pasienter-og-parorende	118 (4,74 %)	135 (3,17 %)	00:00:26	1,14
9. unn.no/fag-og-forskning/kompetansetjenester-og-sentre/nevromuskulert-kompetansesenter/nyheter-nmk/strategisk-satsing-pa-fysioterapeuter	112 (4,49 %)	123 (2,89 %)	00:00:04	1,10

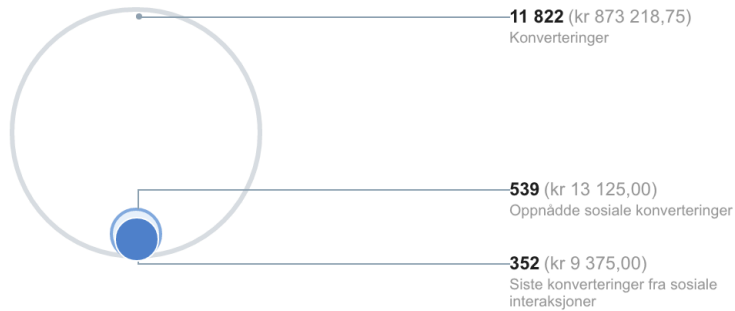
Sosialt - konverteringer

STARTSIDE **RAPPORTERING** TILPASSET ADMINISTRASJON

Søk i rapportene og brukerstøtte

Sosialt verdi

- Sanntid
- Målgruppe
- Trafikk
 - Oversikt
 - All trafikk
 - AdWords
 - Search Console **NYHET**
 - Sosialt
 - Oversikt**
 - Nettverkshensvisni...
 - Destinasjonssider
 - Konverteringer
 - Programtillegg
 - Brukerflyt
 - Kampanjer
 - Alle kampanjer
 - Betalte søkeord
 - Organiske søkeord
 - Kostnadsanalyse



Sosiale kilder

Sosiale nettverk

Sider

Delt nettadresse

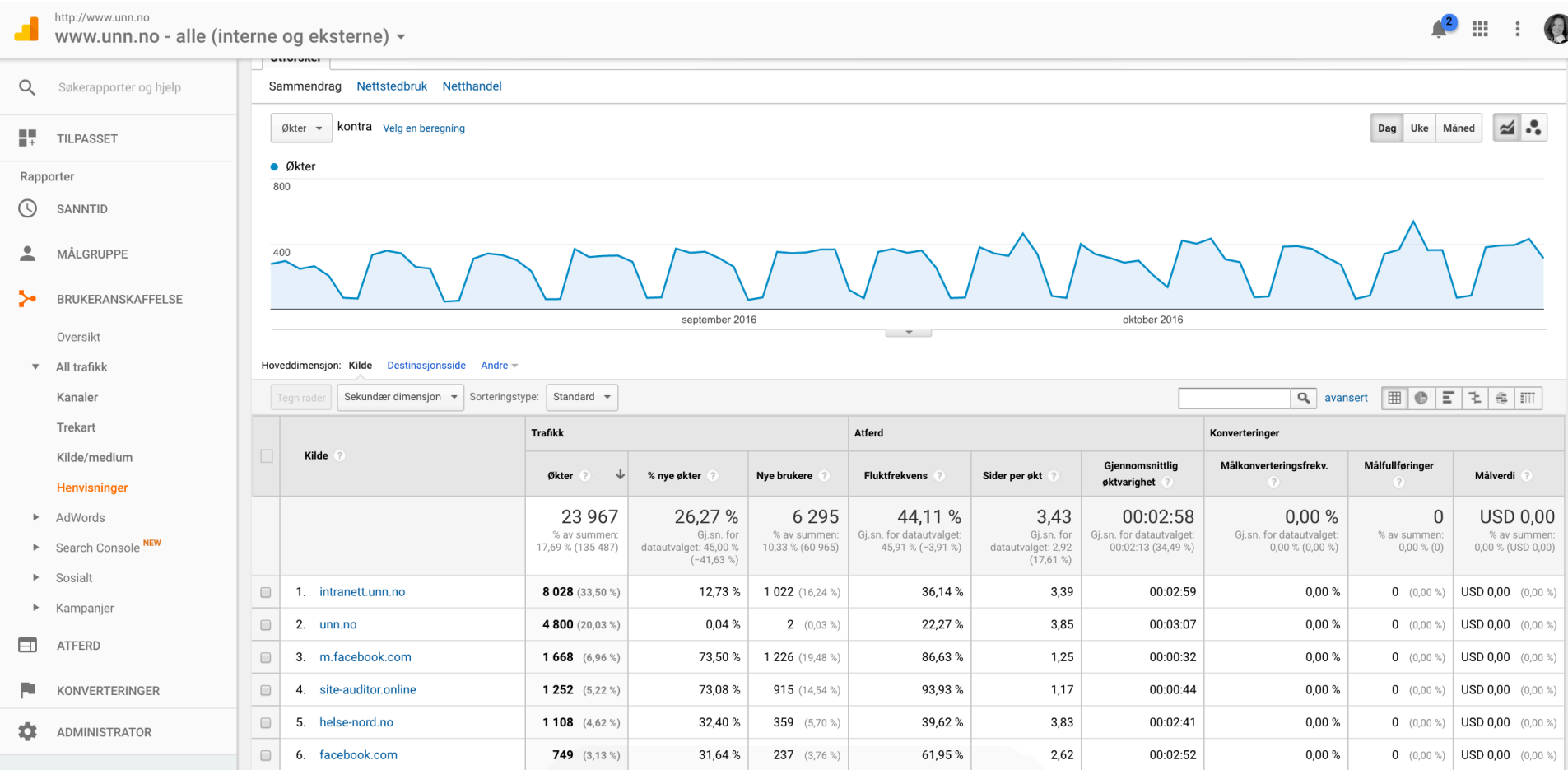
Sosiale programtillegg

Sosiale nettverk

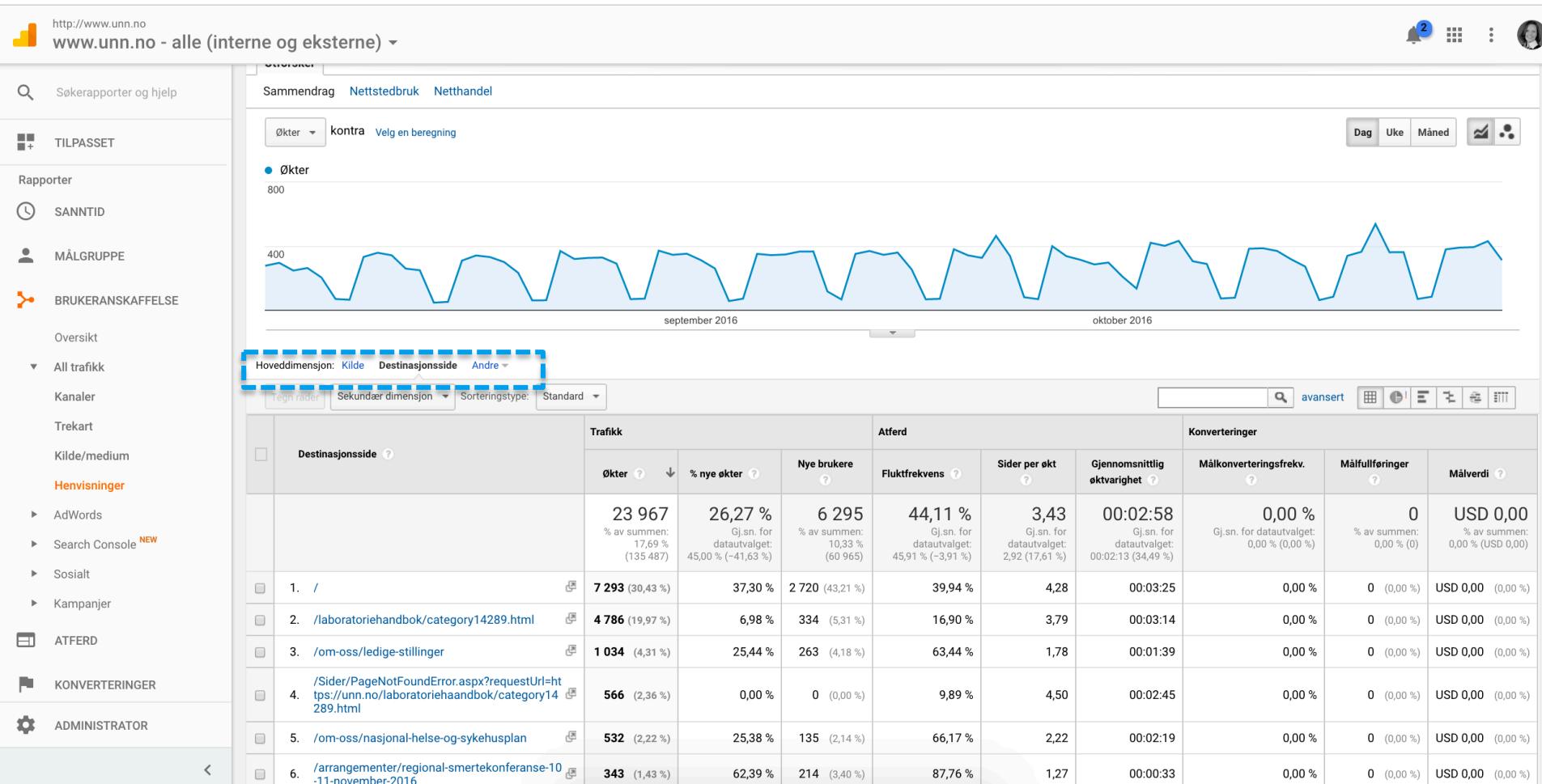
Sosiale nettverk

	Økter	% Økter
1. Facebook	2 897	87,89 %
2. LinkedIn	289	8,77 %
3. Twitter	83	2,52 %
4. reddit	8	0,24 %
5. Instagram	5	0,15 %
6. Vimeo	5	0,15 %
7. Yammer	4	0,12 %
8. Google+	2	0,06 %
9. Pocket	1	0,03 %

Trafikk - Henvisninger



Trafikk - Henvisninger



Trafikk - Henvisninger

http://www.unn.no
www.unn.no - alle (interne og eksterne) ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

AdWords

Search Console **NEW**

Sosialt

Kampanjer

ATFERD

KONVERTERINGER

ADMINISTRATOR

Hoveddimensjon: Kilde Destinasjonsside Andre ▾

Tegn rader

Sekundær dimensjon: Destinasjonsside ▾

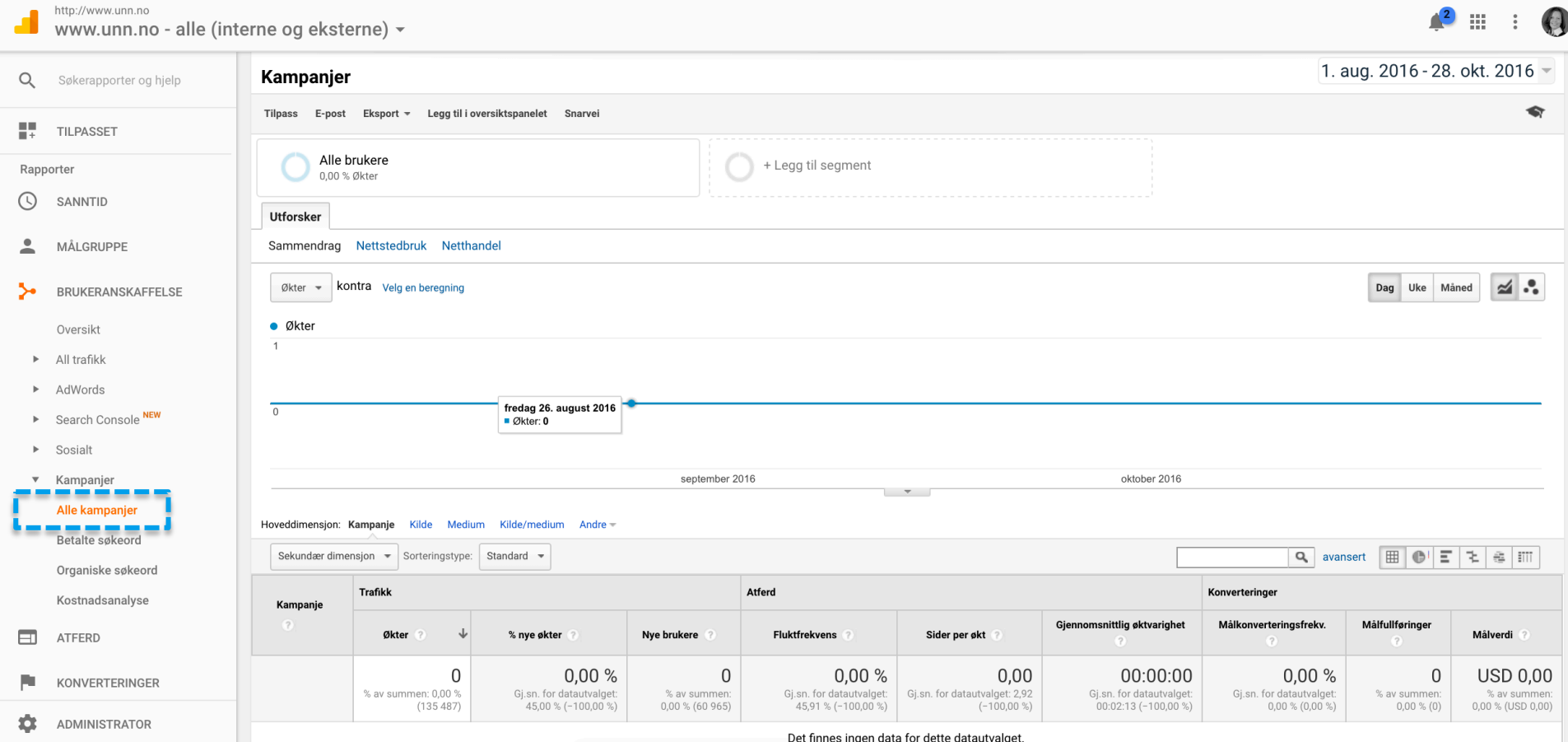
Sorteringstype: Standard ▾

avansert

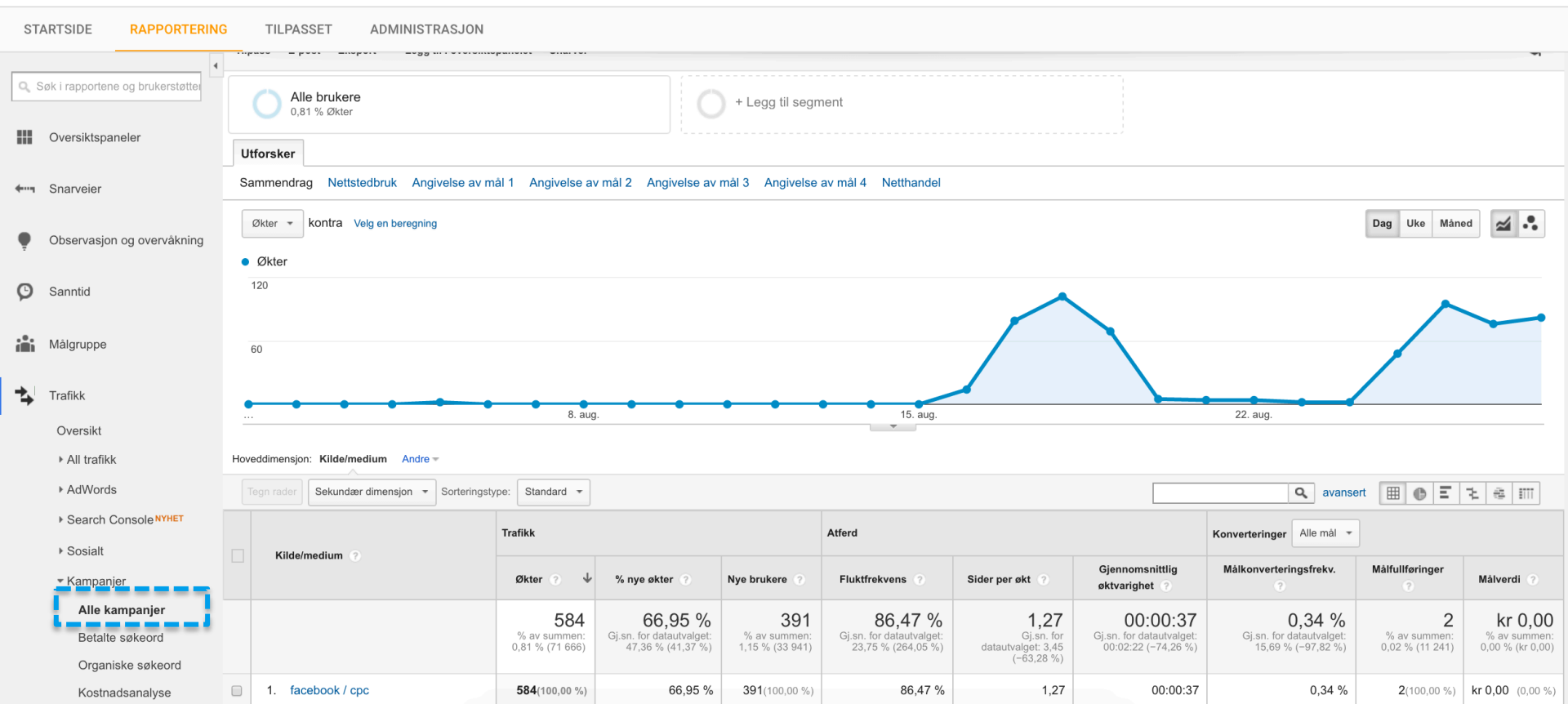
Kilde ?	Destinasjonsside ?	Trafikk			Atferd			Konverteringer			
		Økter ? ↓	% nye økter ?	Nye brukere ?	Fluktfrekvens ?	Sider per økt ?	Gjennomsnittlig øktvarighet ?	Målkonverteringsfrekv. ?	Målfullføringer ?	Målverdi ?	
		23 964 % av summen: 17,69 % (135 487)	26,27 % Gj.sn. for datautvalget: 45,00 % (-41,62 %)	6 295 % av summen: 10,33 % (60 965)	44,12 % Gj.sn. for datautvalget: 45,91 % (-3,90 %)	3,43 Gj.sn. for datautvalget: 2,92 (17,63 %)	00:02:58 Gj.sn. for datautvalget: 00:02:13 (34,49 %)	0,00 % Gj.sn. for datautvalget: 0,00 % (0,00 %)	0 % av summen: 0,00 % (0)	USD 0,00 % av summen: 0,00 % (0)	
<input type="checkbox"/>	1. unn.no	/laboratoriehandbok/category14289.html	2 359 (9,84 %)	0,04 %	1 (0,02 %)	21,45 %	2,39	00:02:53	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	2. intranett.unn.no	/laboratoriehandbok/category14289.html	2 090 (8,72 %)	14,98 %	313 (4,97 %)	12,49 %	1,99	00:03:23	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	3. intranett.unn.no	/	1 810 (7,55 %)	13,98 %	253 (4,02 %)	24,31 %	1,67	00:03:18	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	4. site-auditor.online	/	1 252 (5,22 %)	73,08 %	915 (14,54 %)	93,93 %	1,17	00:00:44	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	5. intranett.unn.no	/om-oss/ledige-stillinger	892 (3,72 %)	21,97 %	196 (3,11 %)	61,55 %	2,11	00:01:37	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	6. helse-nord.no	/	615 (2,57 %)	37,40 %	230 (3,65 %)	19,84 %	1,71	00:03:28	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	7. unn.no	/Sider/PageNotFoundError.aspx?requestUri=https://unn.no/laboratoriehandbok/category14289.html	548 (2,29 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	8,21 %	1,64	00:02:48	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	8. intranett.unn.no	/om-oss/nasjonal-helse-og-sykehusplan	507 (2,12 %)	26,43 %	134 (2,13 %)	68,05 %	1,60	00:01:30	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	9. unn.no	/	467 (1,95 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	13,06 %	1,73	00:03:20	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00
<input type="checkbox"/>	10. monetizationking.net	/	411 (1,72 %)	72,51 %	298 (4,73 %)	94,89 %	2,26	00:00:37	0,00 %	0 (0,00 %)	USD 0,00

Vis rader: 10 ↓ Gå til: 1 1 - 10 av 2682 < >

Trafikk – Kampanjer



Trafikk – Kampanjer



Atferd

Atferd

Søkerapporter og hjelp

Atferdsflyt

1. aug. 2016 - 28. okt. 2016 ▾

Automatisk grupperte sider ▾ Detaljnivå ▾ Eksport ▾

Alle brukere
100,00 % økter

+ Legg til segment

Denne rapporten er basert på 100 K økter (73.8 % av øktene). Finn ut mer

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

Nettstedinnhold

Nettstedshastighet

Nettstedsøk

Aktiviteter

Publisist

Eksperimenter

KONVERTERINGER

ADMINISTRATOR

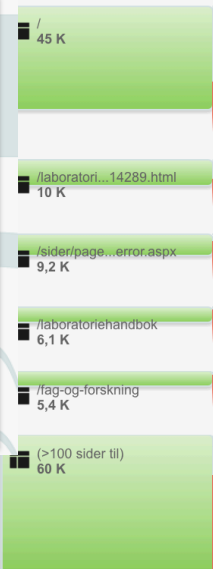
Destinasjonsside

- Brukerdefinert verdi
- Destinasjonsside
- Hendelseetikett
- Kategori for hendelsen

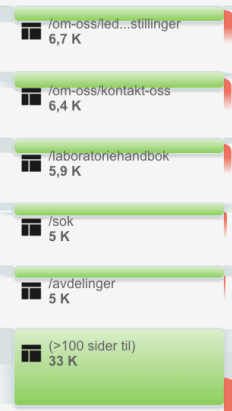
- Brukeranskaffelse
- Brukere
- Egendefinerte variabler
- Sosialt

Vis som alfabetisk liste

Startsider
5 K økter, 73 K frafall



Første interaksjon
62 K økter, 26 K frafall



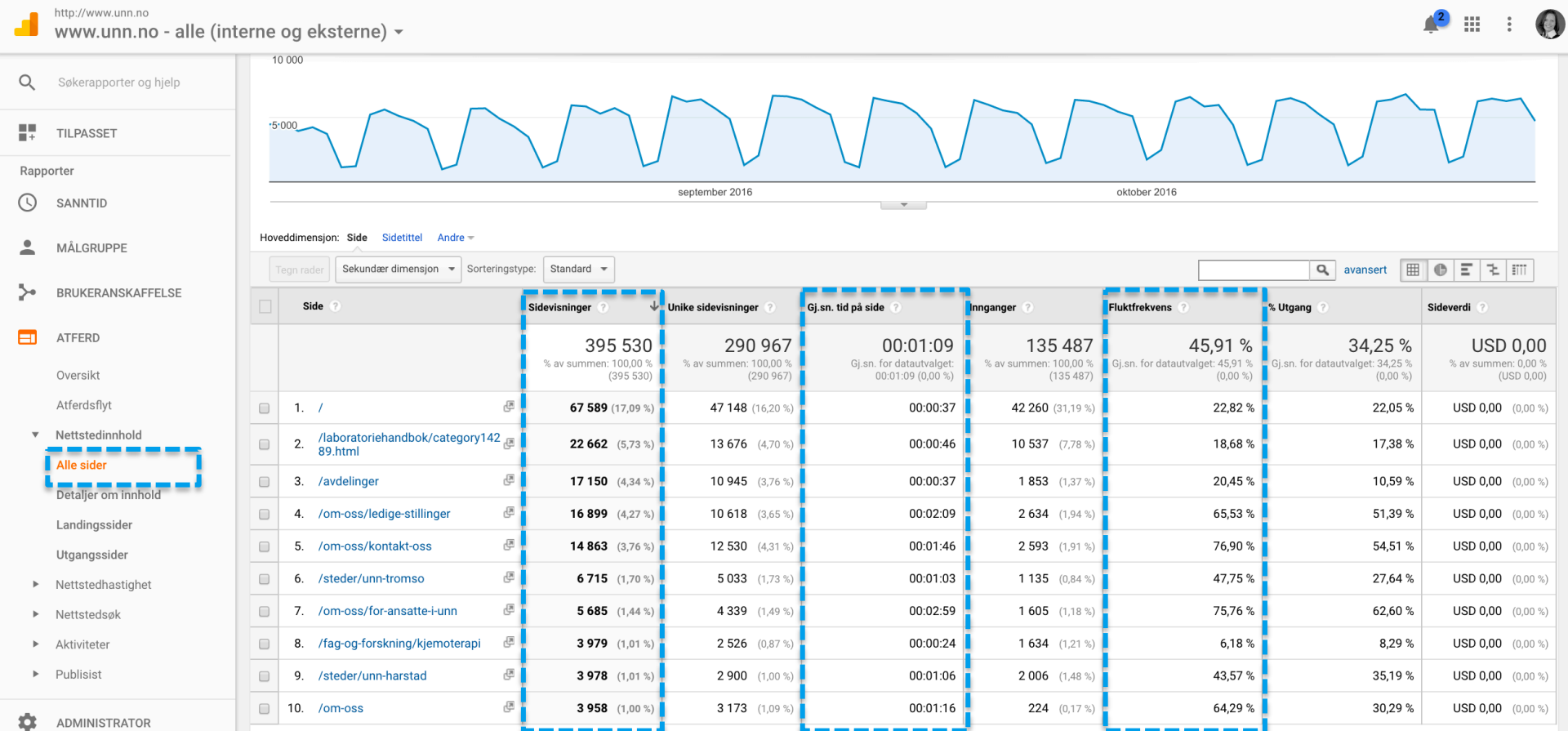
Andre interaksjon
37 K økter, 13 K frafall



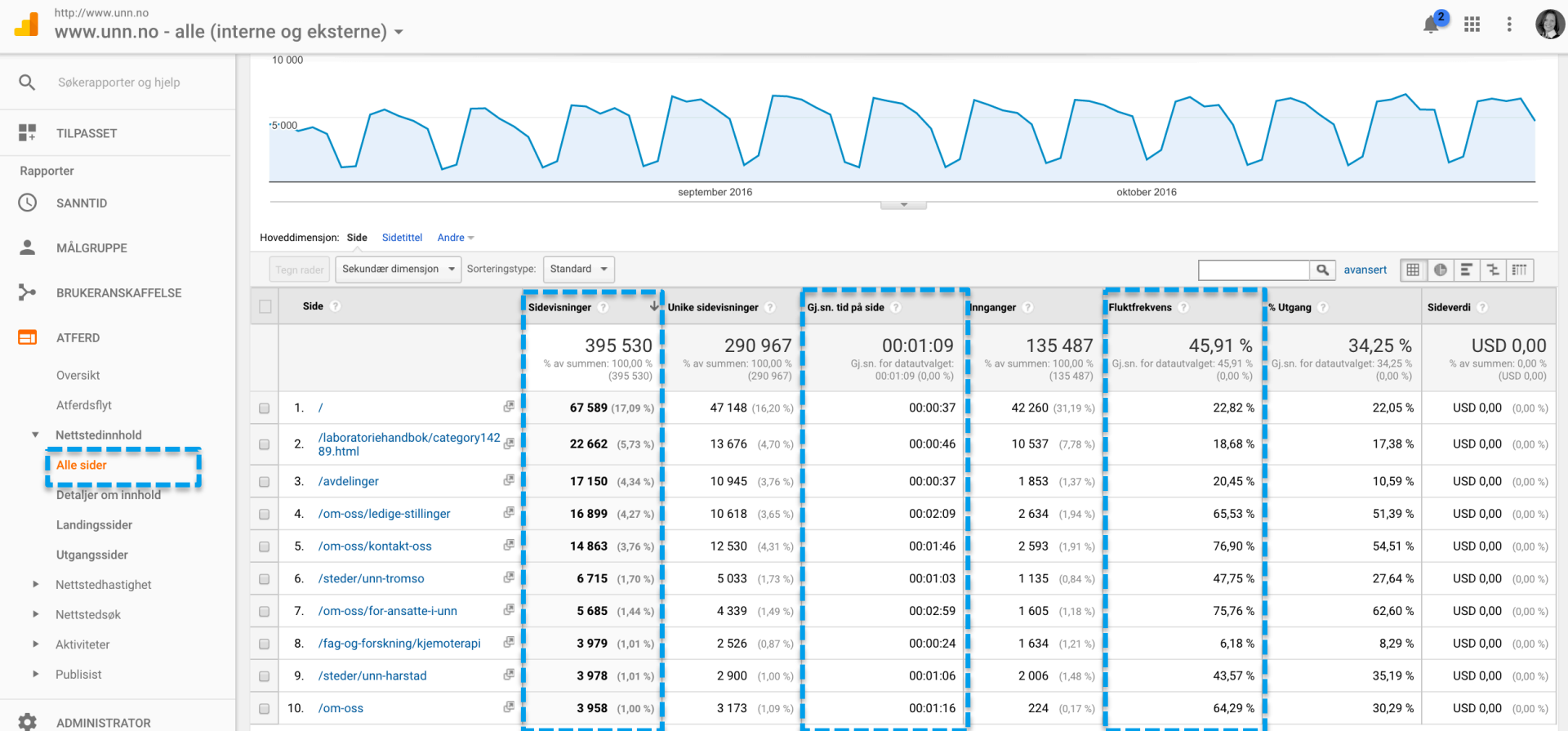
Tredje interaksjon
24 K økter, 7,6 K frafall




Atferd - Nettstedsinnhold




Atferd - Nettstedsinnhold







Atferd

 Søkerapporter og hjelp

 TILPASSET


Rapporter

-  SANNTID
-  MÅLGRUPPE
-  BRUKERANSKAFFELSE
-  ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt


- ▾ Nettstedinnhold
 - Alle sider
 - Detaljer om innhold
 - Landingssider
 - Utgangssider
 - ▶ Nettstedshastighet
 - ▶ Nettstedsøk
 - ▶ Aktiviteter
 - ▶ Publisist


 ADMINISTRATOR



Hoveddimensjon: [Side](#) [Andre](#) ▾

Tegn rader
 Sekundær dimensjon: [Kilde/medium](#) ▾
 Sorteringstype: [Standard](#) ▾







<input type="checkbox"/>	Side ?	Kilde/medium ?	Sidevisninger ?	Unike sidevisninger ?	Gj.sn. tid på side ?	Innganger ?	Fluktfrekvens ?	% Utgang ?	Sideverdi ?
			22 662 <small>% av summen: 5,73 % (395 530)</small>	13 676 <small>% av summen: 4,70 % (290 967)</small>	00:00:46 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:01:09 (-33,94 %)</small>	10 537 <small>% av summen: 7,78 % (135 487)</small>	18,68 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 45,91 % (-59,31 %)</small>	17,38 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 34,25 % (-49,27 %)</small>	USD 0,00 <small>% av summen: 0,00 % (USD 0,00)</small>
<input type="checkbox"/>	1. /labororiehandbok/category14289.html	google / organic	6 911 (30,50 %)	4 269 (31,22 %)	00:00:44	3 521 (33,42 %)	17,84 %	17,20 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	2. /labororiehandbok/category14289.html	unn.no / referral	5 628 (24,83 %)	3 395 (24,82 %)	00:00:43	2 360 (22,40 %)	21,44 %	18,05 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	3. /labororiehandbok/category14289.html	intranett.unn.no / referral	4 166 (18,38 %)	2 440 (17,84 %)	00:00:39	2 090 (19,83 %)	12,49 %	13,92 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	4. /labororiehandbok/category14289.html	(direct) / (none)	3 075 (13,57 %)	1 891 (13,83 %)	00:00:44	1 291 (12,25 %)	20,29 %	17,72 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	5. /labororiehandbok/category14289.html	bing / organic	1 917 (8,46 %)	1 156 (8,45 %)	00:01:21	876 (8,31 %)	29,11 %	24,67 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	6. /labororiehandbok/category14289.html	intranett.finnmarkssykehuset.no / referral	503 (2,22 %)	241 (1,76 %)	00:00:45	220 (2,09 %)	7,73 %	8,75 %	USD 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	7. /labororiehandbok/category14289.html	startsiden / organic	95 (0,42 %)	62 (0,45 %)	00:00:35	48 (0,46 %)	25,00 %	29,47 %	USD 0,00 (0,00 %)

Atferd

http://www.unn.no
www.unn.no - alle (interne og eksterne) ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

Nettstedinnhold

Alle sider

Detaljer om innhold

Landingssider

Utgangssider

Nettstedshastighet

Nettstedsök

Aktiviteter

Publisist

Ekspirerenter

KONVERTERINGER

ADMINISTRATOR

1. aug. 2016 - 28. okt. 2016 ▾

Sider

ALLE ▾ SIDE /laboratoriehdbok/category14289.html ▾

E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
5,73 % Sidevisninger

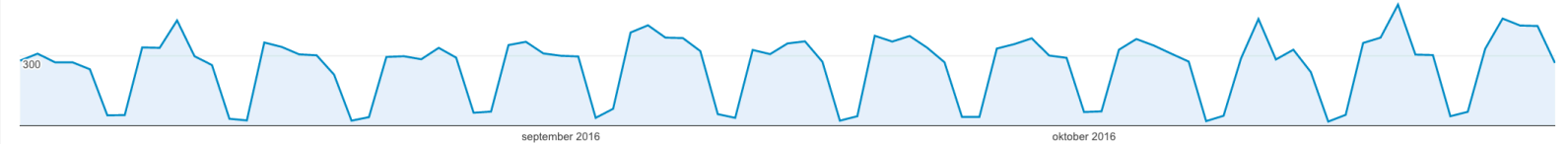
+ Legg til segment

Utforsker Navigasjonsammendrag

Sidevisninger - kontra Velg en beregning

Dag Uke Måned

Sidevisninger
600



Grupper sider etter: Ugrupperte ▾ Gjeldende valg: /laboratoriehdbok/category14289.html Vis rader: 10 ▾

Innganger 01.aug.2016 - 28.okt.2016: 46,50 %

Utganger 01.aug.2016 - 28.okt.2016: 17,38 %

Forrige sider 01.aug.2016 - 28.okt.2016: 53,50 %

Neste sider 01.aug.2016 - 28.okt.2016: 82,62 %

Bane til forrige side	Sidevisninger	% Sidevisninger
/fag-og-forskning/laborarietjenester	1 656	15,25 %
/Sider/PageNotFoundError.aspx?requestUrl=https://unn.no/laboratoriehaan/dbok/category14289.html	522	4,81 %
/laboratoriehdbok/hemoglobin-article14938-14289.html	195	1,80 %
/analyser-utenfor-unn/category11196.html	135	1,24 %
/laboratoriehdbok/pth-article15047-14289.html	108	0,99 %
/laboratoriehdbok/homocystein-article14943-14289.html	94	0,87 %
/Sider/PaneNotFoundErroe.aspx?requestUrl=https://unn.no/article15072-11	94	0,87 %

Bane til neste side	Sidevisninger	% Sidevisninger
/mikrobiologi/category7184.html	430	2,46 %
/analyser-utenfor-unn/category11196.html	384	2,20 %
/laboratoriehdbok/pth-article15047-14289.html	293	1,68 %
/laboratoriehdbok/homocystein-article14943-14289.html	236	1,35 %
/rekvisisjoner/category28132.html	234	1,34 %
/fag-og-forskning/laborarietjenester	221	1,27 %
/laboratoriehdbok/hemoglobin-article14938-14289.html	207	1,19 %



[Forside >](#)

Finner ikke siden

Leter du etter en analyse i Laboratoriehåndboka?

Vi har et arkiv av Laboratoriehåndboka hvor du finner alle analysene.



[Gå til Laboratoriehåndboka \(arkiv.www.unn.no\)](http://arkiv.www.unn.no)

Tips: Sjekk ut Plugin for Chrome

chrome web store

lisefims@gmail.com

Page Analytics (by Google)

offered by google.com

★★★★☆ (609) | [Productivity](#) | 778,554 users

ADDED TO CHROME

OVERVIEW REVIEWS SUPPORT RELATED

G+1 1.5k

By Google

Compatible with your device

The Page Analytics Chrome Extension allows you to see how customers interact with your web pages.

The Page Analytics Chrome Extension allows you to see how customers interact with your web pages, including what they click and don't click. Use these insights to optimize your website layout, improve user experience, and increase conversions. When you view a web page for which you have Google Analytics access, you'll see:

- Website
- Report Abuse

Additional Information

Version: 1.7.7
Updated: June 7, 2016
Size: 416KIB
Language: English

<https://chrome.google.com/webstore/detail/page-analytics-by-google/fnbdnhhicmebfgdggglcdacdapkcihcoh>

Atferd

http://www.unn.no
www.unn.no - alle (interne og eksterne) ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

▶ Nettstedinnhold

▼ Nettstedshastighet

Oversikt

Tidsbruk per side

Hastighetsforslag

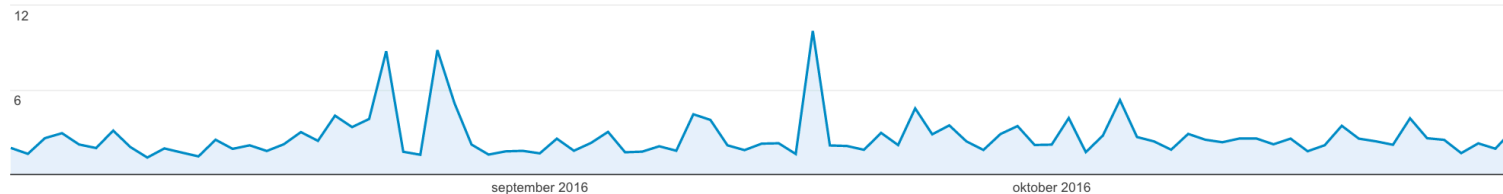
Brukertiming

▶ Nettstedsek

▶ Aktiviteter

ADMINISTRATOR

● Gj.sn. innlastings tid for side (sek)



4 028 sidevisninger sendt til sideinnlastingsprøve

Gj.sn. innlastings tid for side (sek)

2,36



Gjennomsnittlig omdirigeringstid (sek)

0,08



Gj.sn. tid for domeneoppslag (sek)

0,01



Gj.sn. tilkoblingstid for tjener (sek)

0,06



Gj.sn. responstid for tjener (sek)

0,29



Gj.sn. nedlastings tid for side (sek)

0,15



Nettstedshastighet

Nettleser

Land

Side

Nettleser

1. Internet Explorer
2. Safari
3. Chrome
4. UC Browser
5. Firefox
6. Edge
7. Opera
8. Android Browser
9. Safari (in-app)

Gj.sn. innlastings tid for side (sek)

1,76
2,64
2,65
3,20
3,25
3,38
3,50
6,10
15,41

Om nettstedshastighet

Nettstedshastighet-rapporten viser hvor raskt brukerne kan se og samhandle med innhold. Du kan identifisere områder som må forbedres, og deretter spore omfanget av disse forbedringene.

I Nettstedshastighet-rapportene måles tre typer tidsforsinkelser:

- Sideinnlastingstid for et utvalg av sidevisninger på nettstedet ditt. Du kan se dataene i ulike dimensjoner for å finne ut hvor raskt sidene dine lastes inn, sett fra en rekke perspektiver (f.eks. i forskjellige nettlesere og i forskjellige land). Dataene er tilgjengelige i *Tidsbruk per side*-rapporten.
- Kjørehastigheten eller innlastingstiden for individuelle treff, hendelser eller brukerinteraksjoner du ønsker å spore (f.eks. hvor raskt bilder lastes inn, eller responstiden for knappklikk). Dataene er tilgjengelige i *Brukertiming*-rapporten.
- Hvor raskt dokumentet parses og gjøres tilgjengelig for brukerinteraksjon i nettleseren. Det kreves ikke ytterligere konfigurering for å se disse dataene. Dataene er tilgjengelige på *DOM-tidsrammer*-underfanene i *Tidsbruk per side*-rapporten.

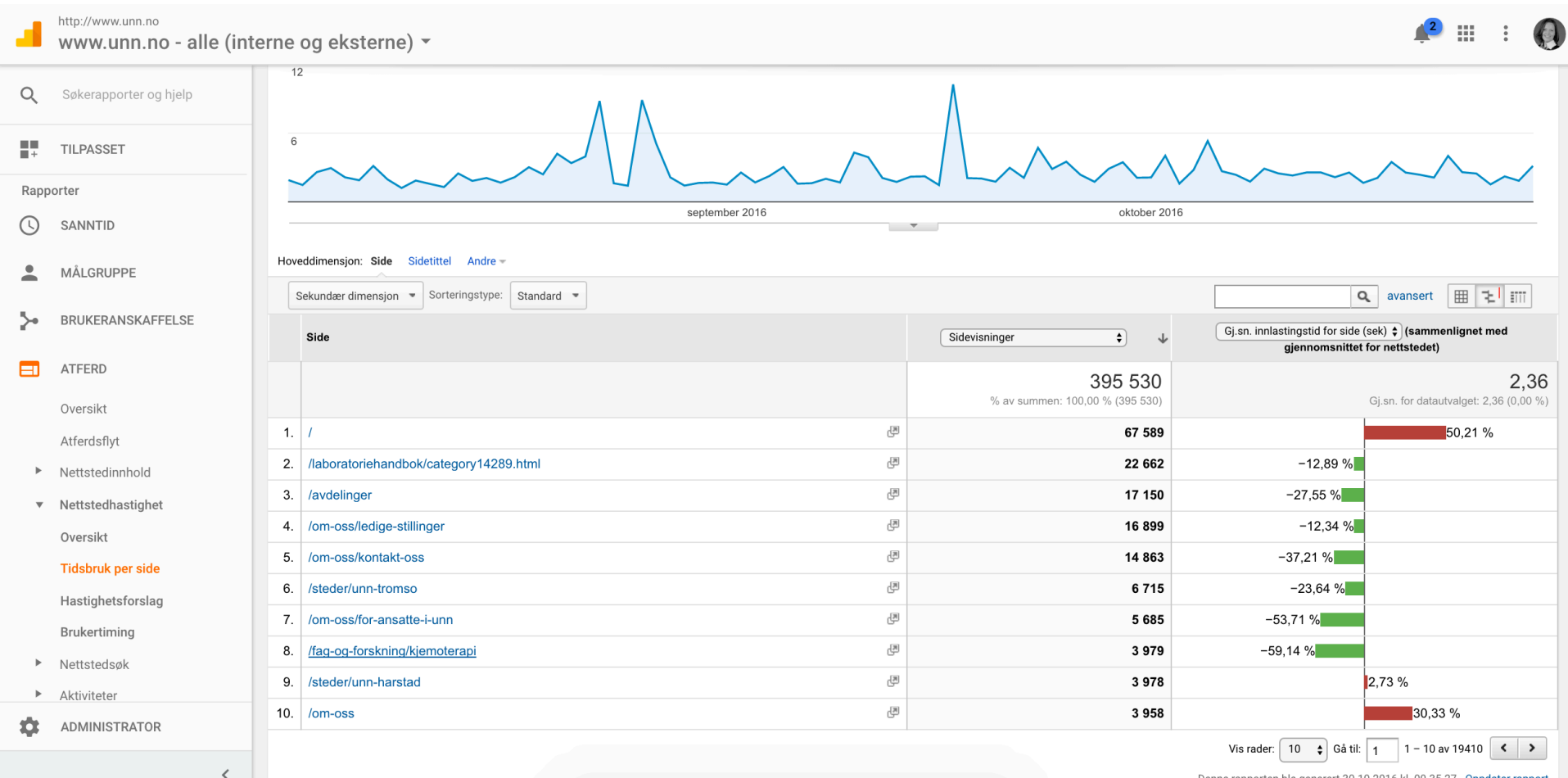
Atferd

Om nettstedshastighet

Talking av nettstedshastighet

<https://support.google.com/analytics/answer/1205784?hl=no>

Tidsbruk per side



Tidsbruk per side

Med **Tidsbruk per side**-rapporten kan du foreta detaljert analyse av resultatene for enkeltsider. Rapporten inneholder følgende faner og underfaner:

- Utforsker: sidedata i sammenheng med forskjellige primære og sekundære dimensjoner
 - Nettstedbruk: grunnleggende interaksjonsberegninger som sidevisninger og fluktfrekvens
 - Teknisk: nettverks- og tjenerberegninger
 - DOM-tidsrammer: beregninger for dokumentanalyse
- Distribusjon: timing-områder for ulike beregninger
- Kartoverlegg: geografiske data i sammenheng med forskjellige primære og sekundære dimensjoner
 - Nettstedbruk: grunnleggende interaksjonsberegninger som sidevisninger og fluktfrekvens
 - Teknisk: nettverks- og tjenerberegninger
 - DOM-tidsrammer: beregninger for dokumentparsing

Hastighetsforslag

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

Nettstedinnhold

Nettstedhastighet

Oversikt

Tidsbruk per side

Hastighetsforslag

Brukertiming

Nettstedsøk

Aktiviteter

ADMINISTRATOR

Gj.sn. innlastingsid for side (sek) kontra [Velg en beregning](#)

Dag Uke Måned

Gj.sn. innlastingsid for side (sek)

12

6

september 2016

oktober 2016

Side ?	Sidevisninger ?	Gj.sn. innlastingsid for side (sek) ?	Hastighetsforslag for side ?	PageSpeed-resultat ?
1. /	67 589	3,54	7 totalt	75
2. /laboratoriehandbok/category14289.html	22 662	2,06	6 totalt	76
3. /avdelinger	17 150	1,71	7 totalt	80
4. /om-oss/ledige-stillinger	16 899	2,07	5 totalt	83
5. /om-oss/kontakt-oss	14 863	1,48	7 totalt	82
6. /steder/unn-tromso	6 715	1,80	6 totalt	82
7. /om-oss/for-ansatte-i-unn	5 685	1,09	4 totalt	85
8. /fag-og-forskning/kjemoterapi	3 979	0,96	6 totalt	78
9. /steder/unn-harstad	3 978	2,42	6 totalt	83
10. /om-oss	3 958	3,08	7 totalt	41

[Finn ut mer](#) om PageSpeed-verktøyene for analysering og optimalisering, innbefattet teknikker for å implementere forslagene som er angitt i rapporten.

PageSpeed-poengsummen angir i hvilken grad du kan forbedre innlastingstiden for en side. En høy poengsum indikerer mindre rom for forbedring. En lav poengsum indikerer større rom for forbedring. Poengsummen er ikke en hastighetsmåling, men angir bare i hvilken grad hastigheten kan forbedres.

En poengsum på *100* angir at Analytics har analysert siden, men har ingen anbefalinger for hvordan siden kan forbedres. *Ingen* i poengsumkolonnen angir at det oppsto en feil under analyseringen av siden. Du kan kjøre rapporten på nytt senere for å se om analysen fullføres. Hvis alle radene inneholder verdien *Ingen*, eller hvis bare noen få rader inneholder data i tilfeller der du hadde forventet mer data, kan dette tyde på at det er oppstått et tidsavbrudd.

PageSpeed Insights

https://helgelandssykehuset.no/

ANALYZE

- Mobile
- Desktop

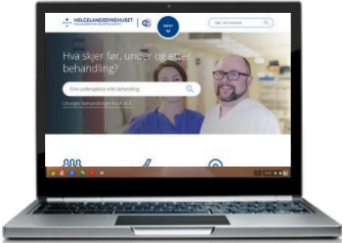
61 / 100 Suggestions Summary

! Should Fix:

- Enable compression
 - ▶ [Show how to fix](#)
- Eliminate render-blocking JavaScript and CSS in above-the-fold content
 - ▶ [Show how to fix](#)

! Consider Fixing:

- Leverage browser caching
 - ▶ [Show how to fix](#)
- Prioritize visible content
 - ▶ [Show how to fix](#)
- Reduce server response time
 - ▶ [Show how to fix](#)
- Optimize images
 - ▶ [Show how to fix](#)
- Minify CSS
 - ▶ [Show how to fix](#)
- Minify JavaScript





🔍 Søkerapporter og hjelp

📊 TILPASSET

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

📅 ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

▶ Nettstedinnhold

▶ Nettstedhastighet

▾ Nettstedsøk

Oversikt

Bruk

Søketermer

Søkesider

▶ Aktiviteter

⚙️ ADMINISTRATOR

Oversikt over nettstedsøk

E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

🔄 Alle brukere
100,00 % Sidevisninger

🔄 + Legg til segment

Oversikt

Økter med søk ▾ kontra Velg en beregning

● Økter med søk

1

0

september 2016

oktober 2016

I 0,00 % av besøkene ble det brukt nettstedsøk

Økter med søk 0	Totalt antall unike søk 0	Sidevisninger av resultater / søk 0,00	% Søkeutganger 0,00 %
% Søkeforbedringer 0,00 %	Tid etter søk 00:00:00	Gjennomsnittlig søkedybde 0,00	

Nettstedsøk



Søk Google Custom Search hjelp



Google Custom Search Hjelp

GOOGLE CUSTOM S

Konfigurering av Google Analytics Nettstedssøk

Hvis du allerede har en [Google Analytics-konto](#), kan du konfigurere Analytics Nettstedssøk-rapporter fra Tilpasset søk.



For å aktivere Google Analytics Nettstedssøk må du [legge til Google Analytics-sporingskoden](#) på nettstedet ditt.

Slik konfigurerer du Google Analytics Nettstedssøk-rapporter:

1. I [Tilpasset søk-kontrollpanelet](#), til venstre, klikker du på **Statistikk og historikk** og deretter på **Google Analytics**. På denne siden ser du eventuelle Google Analytics-profiler som er knyttet til Google-kontoen din. (Har du ikke en Google Analytics-konto? [Få en her](#).) Hvis du ikke ser en profil du leter etter, kan du hende at administratoren av profilen ikke har gitt deg administratortilgang til den.
2. Klikk på **Rediger** ved siden av profilen du vil bruke.
3. Pass på at **Aktiver Google Analytics Nettstedssøk**-feltet er merket av.
4. I parameterfeltet **Søk** skriver du inn søkeparameterne du vil bruke. Skriv inn bare ord som viser til interne

Administrering

Statistikk

AdSense-sporing

Konfigurering av Google Analytics Nettstedssøk

Annonser

<https://support.google.com/customsearch/answer/1321536?hl=no>



VIS



www.unn.no - alle (interne ... ▾

Innstillinger for visning

Mål

Filtre

Innstillinger for netthandel

Dd Anslåtte beregninger **BETA**

PERSONLIGE VERKTØY OG RESSURSER

Segementer

Annoteringer

Attribusjonsmodeller

Egendefinerte kanalgrupperinger **BETA**

Egendefinerte varsler

Planlagte e-poster

Snarveier

Del ressurser

Innstillinger for datautvalg

Grunnleggende innstillinger

Datautvalgs-ID

59498387

Navn på datautvalg

www.unn.no - alle (interne og eksterne)

Nettadressen til nettstedet

http:// ▾ www.unn.no

Land eller territorium for tidssone

Norge ▾ (GMT +02:00) Oslo

Standardside ? valgfritt

Utelat parametere for nettadressessøk valgfritt

Valuta vist som ?

amerikanske dollar (USD USD) ▾

Søkerobotfiltrering

Utelat alle treff fra kjente søkeroboter

Innstillinger for nettstedssøk

Spring av nettstedssøk ? valgfritt

AV

Nettstedsøk - søketermer

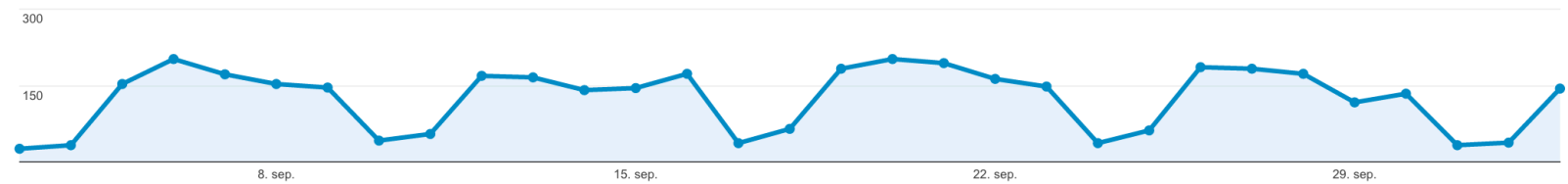
STARTSIDE **RAPPORTERING** TILPASSET ADMINISTRASJON

Søk i rapportene og brukerstøtte

Totalt antall unike søk kontra [Velg en beregning](#)

Dag Uke Måned 

Totalt antall unike søk



Hoveddimensjon: **Søketerm** Kategori av nettstedsek

Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard

Søketerm	Totalt antall unike søk	Sidevisninger av resultater / søk	% Søkeutganger	% Søkeforbedringer	Tid etter søk	Gjennomsnittlig søkedybde
	3 875 <small>% av summen: 100,00 % (3 875)</small>	1,29 <small>Gj.sn. for datautvalget: 1,29 (0,00 %)</small>	21,29 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 21,29 % (0,00 %)</small>	20,28 % <small>Gj.sn. for datautvalget: 20,28 % (0,00 %)</small>	00:02:56 <small>Gj.sn. for datautvalget: 00:02:56 (0,00 %)</small>	2,90 <small>Gj.sn. for datautvalget: 2,90 (0,00 %)</small>
1. excel	131 (3,38 %)	1,53	78,63 %	1,00 %	00:00:59	1,03
2. cv	56 (1,45 %)	1,12	82,14 %	4,76 %	00:02:19	1,05
3. forsikring	52 (1,34 %)	1,12	5,77 %	15,52 %	00:02:45	3,29
4. "Forsikringstilbud for studenter"	46 (1,19 %)	1,24	2,17 %	3,51 %	00:04:22	4,93
5. "Teknas lønnsstatistikk"	42 (1,08 %)	1,29	9,52 %	5,56 %	00:01:47	2,64
6. lønn	33 (0,85 %)	1,33	3,03 %	20,45 %	00:02:04	3,94
7. Prince2	33 (0,85 %)	1,36	69,70 %	4,44 %	00:00:55	1,30

← Snarveier

💡 Observasjon og overvåking

🕒 Sanntid

👤 Målgruppe

🚀 Trafikk

📄 Atferd

Oversikt

Atferdsflyt

▶ Nettstedinnhold

▶ Nettstedhastighet

▼ Nettstedsøk

Oversikt

Bruk

Søketermer

Sider

AGENDA

- Innføring i Google Analytics
- Termer og begreper
- Brukergrensesnittet
- Nyttige rapporter
- Events og konverteringssporing
- Segmenter
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

Events og konverteringssporing

Hendelser (events)

http://www.unn.no
www.unn.no - alle (interne og eksterne) ▾

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

- SANNTID
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE
- ATFERD
 - Oversikt
 - Atferdsflyt
 - Nettstedinnhold
 - Nettstedhastighet
 - Nettstedsøk
 - Aktiviteter
 - Oversikt
 - Topphendelser**
 - Sider
 - Hendelsesflyt
 - Publisist
- ADMINISTRATOR

Topphendelser 1. aug. 2016 - 28. okt. 2016

Tilpass E-post Eksport ▾ Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Tabellen er filtrert slik at den bare inneholder data for «Kategori for hendelsen». Kurven inneholder fortsatt alle dataene.

Alle brukere
0,00 % Unike hendelser

+ Legg til segment

Utforsker

Hendelse Nettstedbruk Netthandel

Alle hendelser ▾ kontra Velg en beregning

Dag Uke Måned

Alle hendelser
1

0

september 2016 oktober 2016

Hoveddimensjon: Kategori for hendelsen Aktivitetshandling Hendelsesetikett

Sekundær dimensjon ▾ Sorteringstype: Standard ▾

Kategori for hendelsen ?	Alle hendelser ?	Unike hendelser ?	Hendelsesverdi ?	Gjennomsnittsverdi ?
	0 % av summen: 0,00 % (0)	0 % av summen: 0,00 % (0)	0 % av summen: 0,00 % (0)	0,00 Gj.sn. for datautvalget: 0,00 (0,00 %)

Det finnes ingen data for dette datautvalget.

Hendelser

Digital Heads
Main Wiew - Filtered - All goals ▾



Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

Oversikt

Atferdsflyt

▶ Nettstedinnhold

▶ Nettstedhastighet

▶ Nettstedsøk

▼ Aktiviteter

Oversikt

Tophendelser

Sider

Hendelsesflyt

▶ Publisist

ADMINISTRATOR

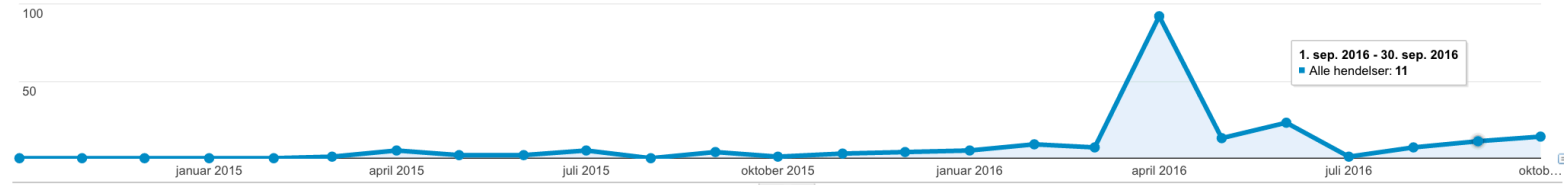
Utforsker

Hendelse [Nettstedbruk](#) [Netthandel](#)

Alle hendelser ▾ kontra Velg en beregning

Dag Uke Måned

● Alle hendelser



Hoveddimensjon: [Kategori for hendelsen](#) [Aktivitetshandling](#) **Hendelsestikett**

Tegn rader Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard

avansert

<input type="checkbox"/>	Hendelsestikett ?	Alle hendelser ?	Unike hendelser ?	Hendelsesverdi ?	Gjennomsnittsverdi ?
		209 % av summen: 100,00 % (209)	145 % av summen: 100,00 % (145)	0 % av summen: 0,00 % (0)	0,00 Gj.sn. for datautvalget: 0,00 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	1. footer contact email	71 (33,97 %)	50 (34,48 %)	0 (0,00 %)	0,00
<input type="checkbox"/>	2. footer contact mobil	47 (22,49 %)	31 (21,38 %)	0 (0,00 %)	0,00
<input type="checkbox"/>	3. Frontpage email	22 (10,53 %)	18 (12,41 %)	0 (0,00 %)	0,00
<input type="checkbox"/>	4. Frontpage phone	18 (8,61 %)	9 (6,21 %)	0 (0,00 %)	0,00
<input type="checkbox"/>	5. Contact page contact email	8 (3,83 %)	7 (4,83 %)	0 (0,00 %)	0,00
<input type="checkbox"/>	6. Sidebar email	8 (3,83 %)	8 (5,52 %)	0 (0,00 %)	0,00
<input type="checkbox"/>	7. kontaktskjema email	6 (2,87 %)	3 (2,07 %)	0 (0,00 %)	0,00
<input type="checkbox"/>	8. Kurskalender - jeg vil pa kurs	5 (2,39 %)	2 (1,38 %)	0 (0,00 %)	0,00

AGENDA

- Innføring i Google Analytics
- Termer og begreper
- Brukergrensesnittet
- Nyttige rapporter
- Events og konverteringssporing
- **Segmenter**
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

Segmenter

Analytics Hjelp

Rapporteringsverktøy > Segmenter

Eksempler på segmentanalyse

Bruk og lag segmenter for analyse og remarketing.

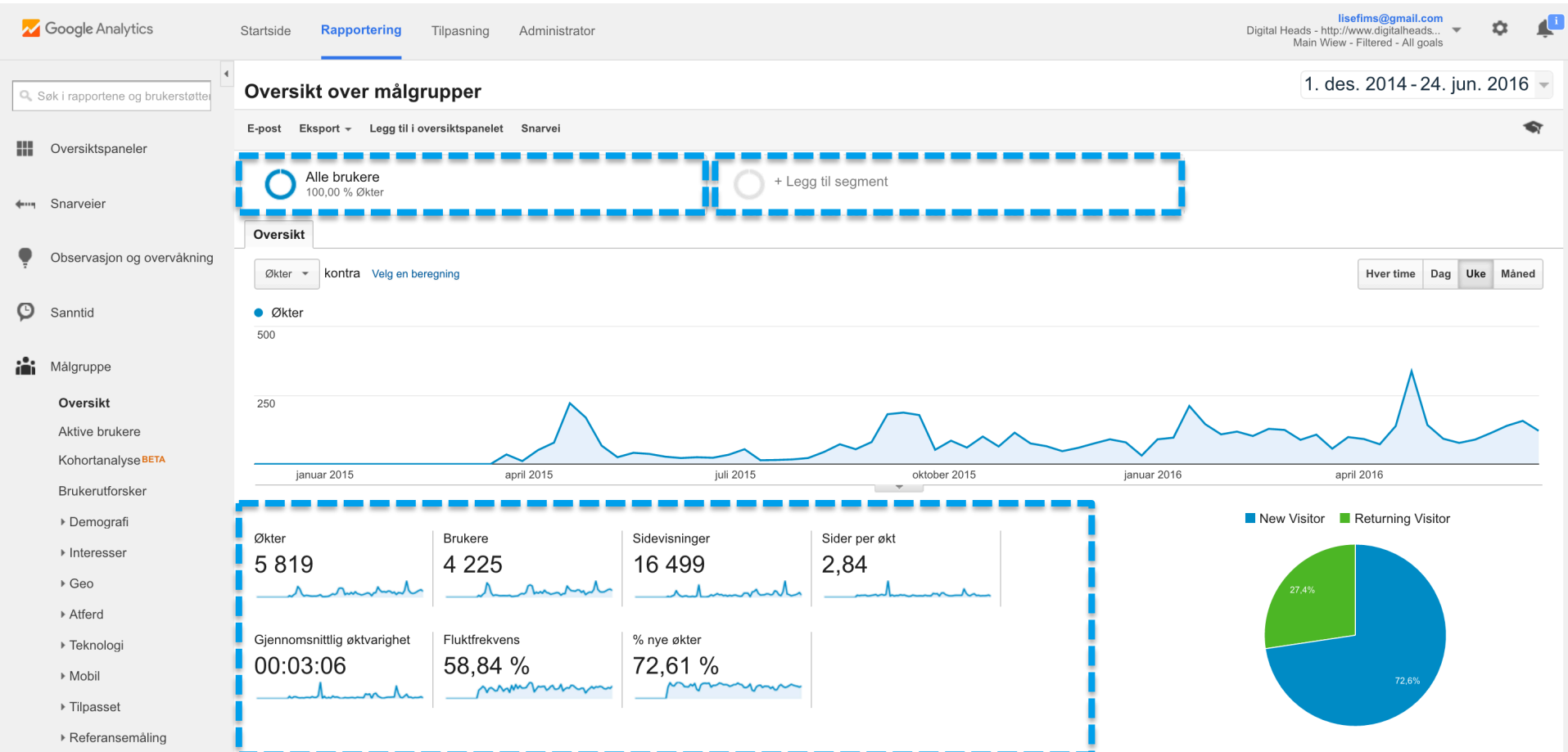
I denne artikkelen finner du informasjon om hvordan du bruker, endrer og lager nye segmenter for å analysere dataene dine.

Du finner følgende informasjon i denne artikkelen:



- [Sammenlign *besøkende som har fullført konverteringer*, og *besøkende som ikke har fullført konverteringer*](#)
- [Analysér *økter med konverteringer* fra et bestemt geografisk område](#)
- [Lag et segment for verdifulle brukere](#)
- [Lag et gruppesegment](#)
- [Lag et segment for potensielle kjøpere](#)
- [Beslektede ressurser](#)

Segmenter



Segmenter

Google Analytics Startside **Rapportering** Tilpasning Administrator

liefims@gmail.com Digital Heads - http://www.digitalheads... Main View - Filtered - All goals

1. jul. 2014 - 24. jun. 2016

Demografi: alder

Enkelte data i denne rapporten kan ha blitt fjernet når en grense ble benyttet. [Les mer](#)

Tilpass E-post Eksport Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Målgruppe

- Oversikt
- Aktive brukere
- Kohortanalyse **BETA**
- Brukerutforsker
- Demografi
 - Oversikt
 - Alder**
 - Kjønn
- Interesser
- Geo
- Atferd
- Teknologi
- Mobil
- Tilpasset
- Referansemåling
- Brukerflyt
- Trafikk
 - Oversikt
 - All trafikk

Målfullføringer per økt er 1 eller større 20,26 % Økter

+ Legg til segment

Målfullføringer per økt er 1 eller større Lagre Avbryt Forhåndsvisning Segmentet er synlig i alle datautvalg Endring

Demografi

Vilkår

Segmentér brukerne og/eller øktene deres i henhold til betingelser for en eller flere økter.

Filter Økter Inkluder

Målfullføringer per økt ≥ 1

+ Legg til filter

Sammendrag

17,80 % av brukerne

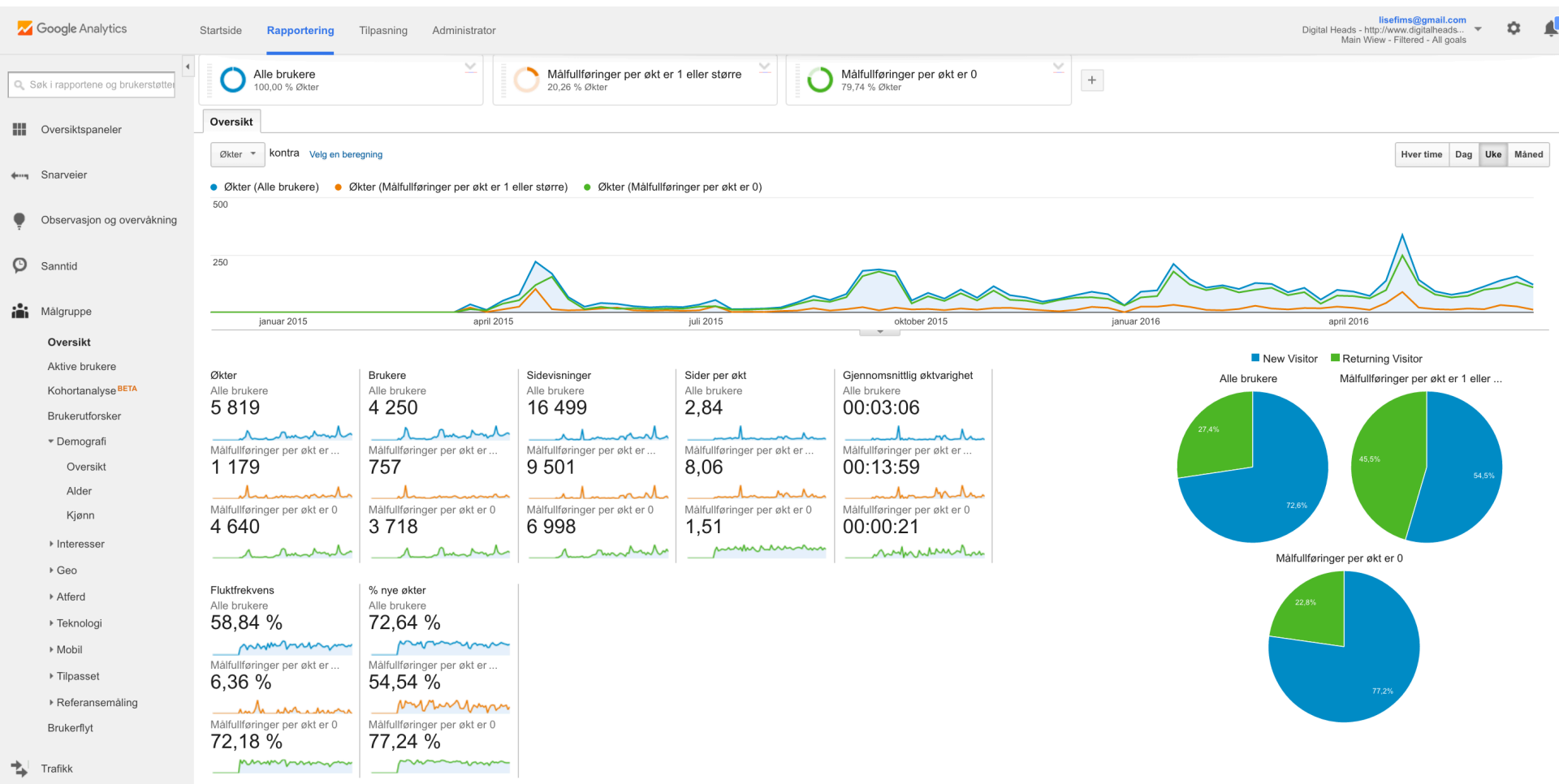
Brukere 756

Økter 1 177 20,24 % av øktene

Vilkår

Målfullføringer ≥ 1

Segmenter



Segmenter

Google Analytics Startside **Rapportering** Tilpasning Administrator

lusefims@gmail.com Digital Heads - http://www.digitalheads... Main View - Filtered - All goals

Søk i rapportene og brukerstøtte

Alle brukere 100,00 % Målfullføringer

Filter Brukere Kilde inneholder Facebook 50,79 % Målfullføringer

Segment Brukere Kilde inneholder Facebook Lagre Avbryt Forhåndsvisning Segmentet er synlig i alle datautvalg Endring

Demografi

Teknologi

Atferd

Dato for første økt

Trafikkilder

Avansert

Vilkår 1

Sekvenser

Vilkår
Segmentér brukerne og/eller øktene deres i henhold til betingelser for en eller flere økter.

Filter Brukere Inkluder

Kilde inneholder facebook

+ Legg til filter

Målalternativ:
Alle mål

Sammendrag

16,32 % av brukerne

Brukere 175

Økter 444
29,02 % av øktene

Vilkår
Kilde: inneholder «facebook»

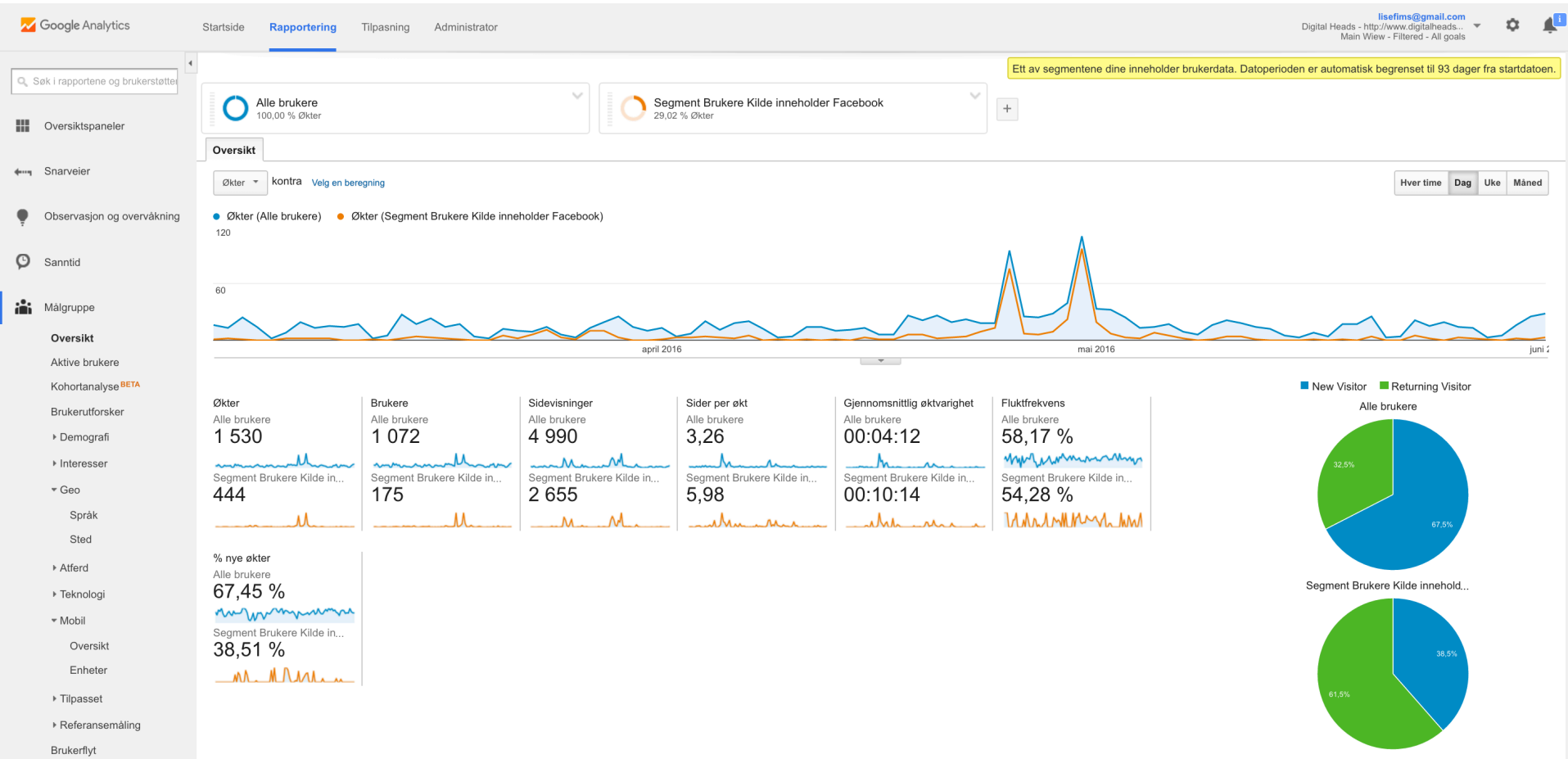
- Netthandel
- Flerkanalstrakter
- Attribusjon

▼ Mål

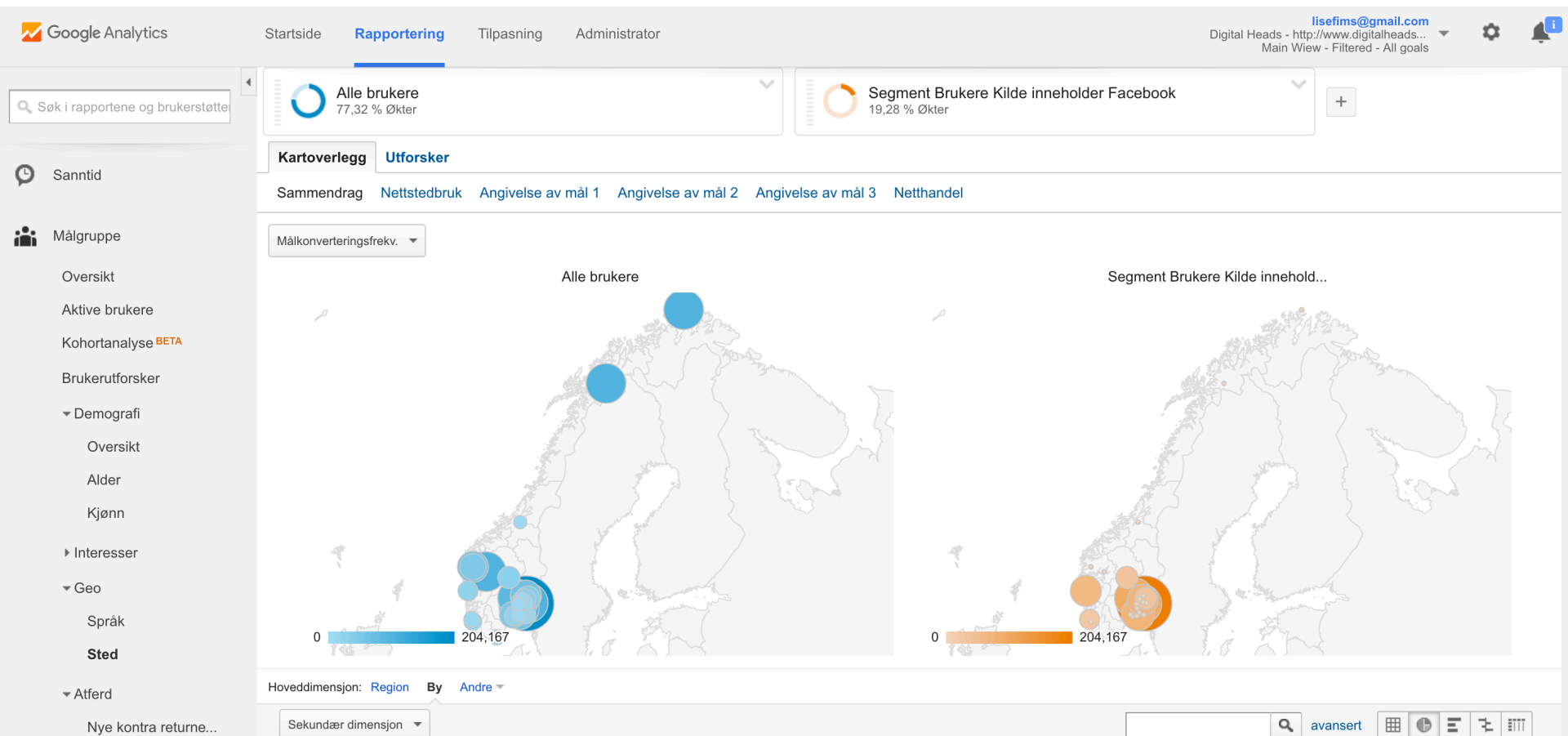
Oversikt

- Målnettadresser
- Omvendt målbane
- Traktvisualisering
- Målflyt

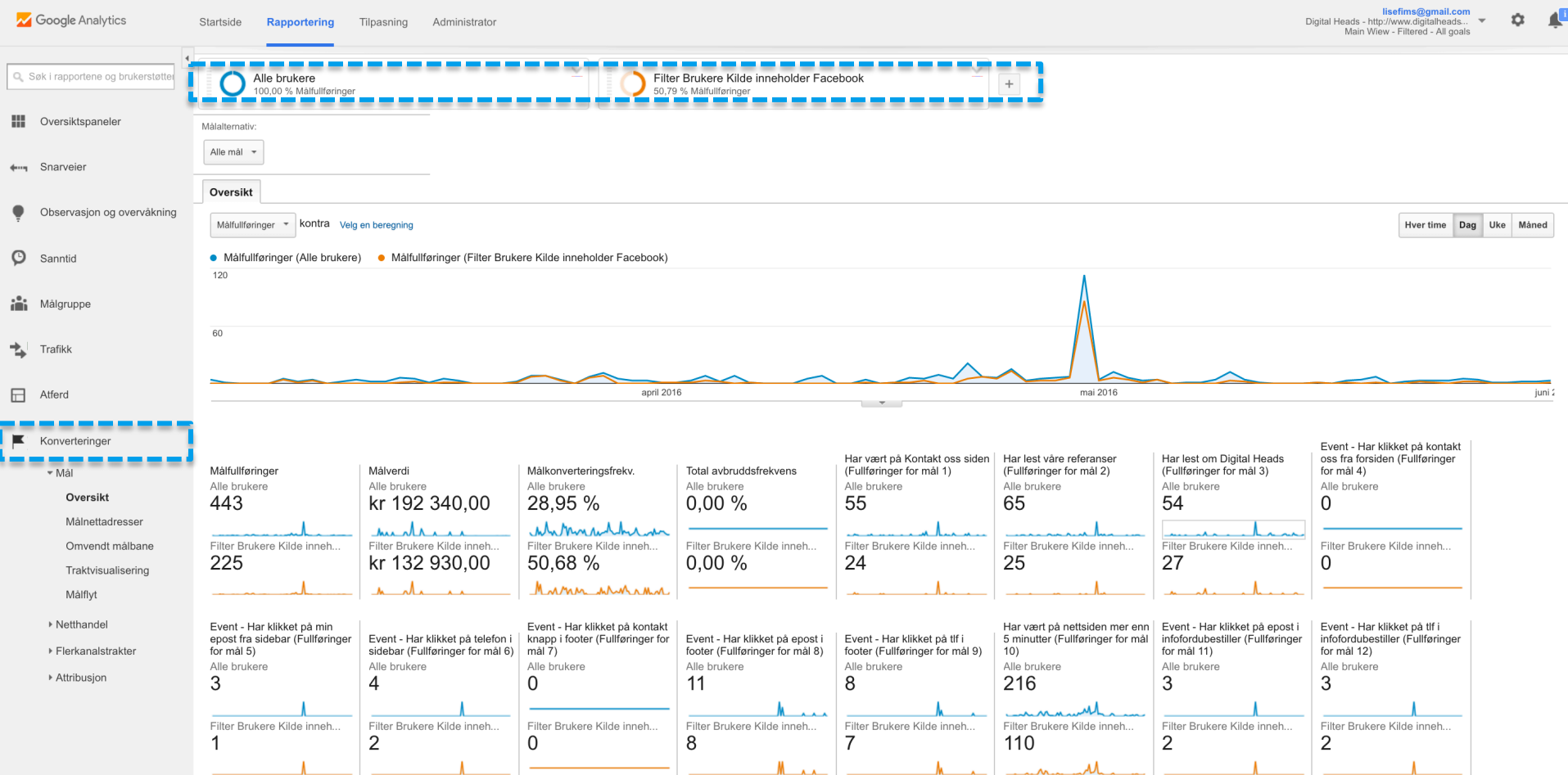
Segmenter



Segmenter



Segmenter



Om segmenter

Isoler og undersøk delsett av dataene dine.

Du finner følgende informasjon i denne artikkelen.

- [Introduksjon](#)
- [Segmentér filtre](#)
- [Bruk av segmenter](#)
- [Segmentdefinisjon og -omfang](#)
- [Begrensninger](#)
- [Fremgangsmåten videre](#)

Introduksjon

Et segment er et delsett av Analytics-dataene dine. Ut av alle brukerne kan det for eksempel hende at ett segment er brukerne fra et bestemt land eller en bestemt by. Et annet segment kan være brukerne som har kjøpt en bestemt produktserie, eller som har besøkt en bestemt del av nettstedet ditt.

Med segmenter kan du isolere og analysere disse delsettene med data, slik at du kan undersøke og reagere på trendkomponentene i bedriften din. Hvis du for eksempel ser at brukerne fra et bestemt geografisk område ikke lenger kjøper en produktserie i samme grad som de har gjort tidligere, kan du sjekke om en konkurrerende bedrift tilbyr de samme produkttypene til lavere priser. Hvis dette er tilfellet, kan du svare med å tilby en lojalitetsrabatt til disse brukerne, slik at du legger deg på et lavere prisnivå enn den aktuelle konkurrenten.

Segmenter

Om segmenter

[Bruk og fjerning av segmenter](#)

[Bygging av segmenter](#)

[Administrasjon av segmenter](#)

[Eksempler på segmentanalyse](#)

[Remarketing med segmenter](#)

Segmenttyper

Et segment består av ett eller flere ikke-destruktive filtre (filtre som ikke endrer de underliggende dataene). Disse filtrene isolerer undersett av brukere, økter og treff:

- **Delsett av brukere:** Det kan for eksempel være brukere som har kjøpt varer tidligere, eller brukere som la varer i handlekurven, men som ikke fullførte noe kjøp.
- **Delsett av økter:** Det kan for eksempel være alle øktene som stammer fra kampanje A, eller alle øktene der et kjøp ble gjennomført.
- **Delsett av treff:** Det kan for eksempel være alle treff med en inntekt på over NOK 100.

Du kan ta med filtre for brukere, økter og treff i det samme segmentet.

Analytics-brukermodellen illustrerer hvordan segmenter tilskrives datahierarkiet i Analytics:

- **Brukere:** Dette er folk som har interaksjoner med området ditt (f.eks. appen din eller nettstedet ditt).
- **Økter:** Dette er interaksjoner fra én enkelt bruker som grupperes i økter.
- **Treff:** Interaksjoner under en økt refereres til som treff. Med treff sikter vi til interaksjoner som sidevisninger, hendelser og transaksjoner.

Oppgave:

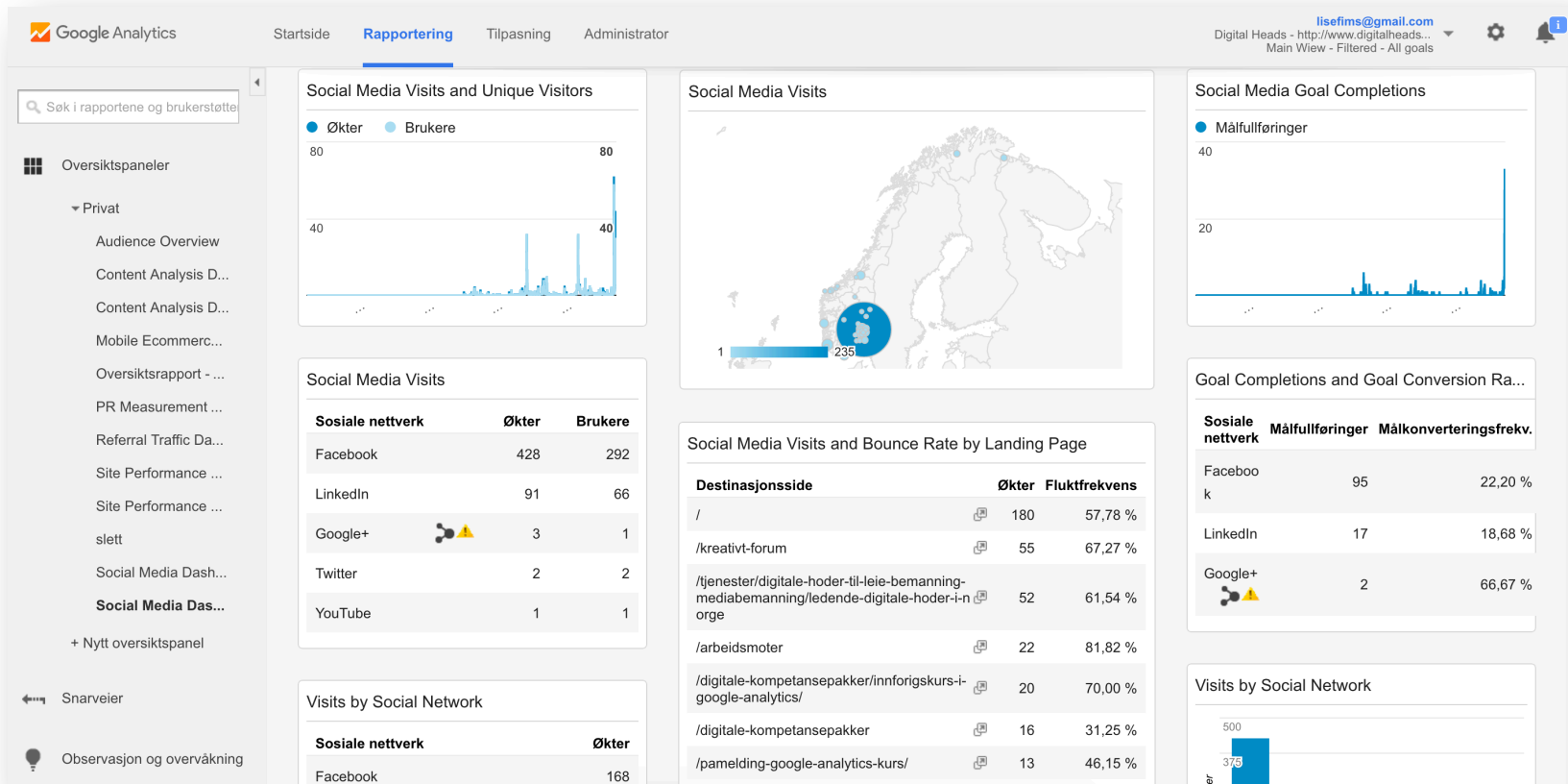
Lek med segmentene.

AGENDA

- Innføring i Google Analytics
- Termer og begreper
- Brukergrensesnittet
- Nyttige rapporter
- Events og konverteringssporing
- Segmenter
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

Dashboards og hurtiglenker

Lag dashboards



- Et dashboard består av utdrag fra mange ulike rapporter.
- Disse små rapportene kalles "Moduler"

🔍 Søkerapporter og hjelp

- TILPASSET
- Oversikter
- Egendefinerte rapporter
- Snarveier
- Egendefinerte varsler

- Rapporter
- SANNTID
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE
- ATFERD
- KONVERTERINGER
- ADMINISTRATOR

Oversiktsrapport - Jørgen

2. okt. 2014 - 28. okt. 2016 ▾

+ Legg til modul | Del ▾ | E-post | Eksport ▾

Tilpass panelet | Slett panelet

🔄 Alle brukere
100,00 % Økter

🔄 + Legg til segment

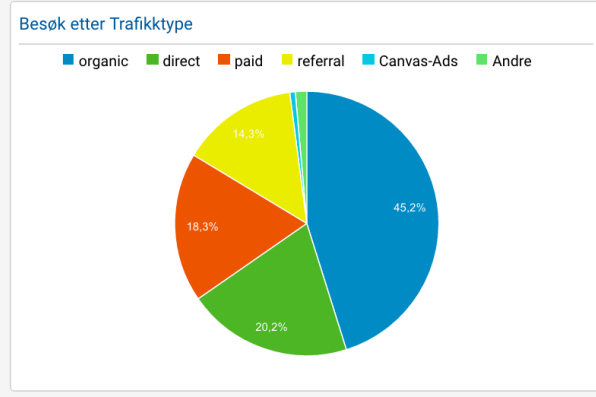
Besøk
7 671
% av summen: 100,00 % (7 671)

Sidevisninger
20 512
% av summen: 100,00 % (20 512)

Sider pr besøk
2,67
Gj.sn. for datautvalget: 2,67 (0,00 %)

Tid pr besøk
00:02:55
Gj.sn. for datautvalget: 00:02:55 (0,00 %)

Fluktfrekvens
59,61 %
Gj.sn. for datautvalget: 59,61 % (0,00 %)



Mest brukte søkeord

Søkeord	Økter
(not provided)	3 385
markedsføring	163
digital heads	93
(not set)	87

Besøk etter Kilde/medium

Kilde/medium	Tid på side
google / organic	200:10:42
(direct) / (none)	67:36:15
facebook.com / referral	33:49:10
google / cpc	32:05:35
linkedin.com / referral	06:32:26
m.facebook.com / referral	06:17:54
kursguiden / link	06:10:19
Social-Facebook / Canvas-Ads	04:51:39
Finn / Banner	02:23:56
free-share-buttons.com / referral	02:04:17

Mest besøkte sider

Side	Sidevisninger
/	7 038
/referanser	427

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

AdWords

Search Console **NEW**

Sosialt

Kampanjer

ATFERD

ADMINISTRATOR

Kanaler

Tilpass E-post Eksport **Legg til i oversiktspanelet** Snarvei

Alle brukere
100,00 % Økter

+ Legg til segment

Utforsker

Sammendrag Nettstedbruk

Økter kontra Velg en beregning

Økter

800

400

Legg til i oversiktspanelet



Velg oversiktspanel

Merk av for å legge til

Modultittel

Tidslinje

Økter

Tabell:

Økter og % nye økter etter Default Channel Grouping

Legg til i oversiktspanelet Avbryt

januar 2016

april 2016

juli 2016

oktob...

Hoveddimensjon: Default Channel Grouping Kilde/medium Kilde Medium Andre

Tegn rader

Sekundær dimensjon

Sorteringstype: Standard



avansert



Default Channel Grouping

Økter

Økter

Bidrag til totalen:

Økter

5 531

% av summen: 100,00 % (5 531)

5 531

% av summen: 100,00 % (5 531)

2 554

47,08 %

- Søkerapporter og hjelp
- TILPASSET
- Rapporter
- SANNTID
- MÅLGRUPPE
- BRUKERANSKAFFELSE
- Oversikt
- All trafikk
- Kanaler**
- Trekart
- Kilde/medium
- Henvisninger
- AdWords
- Search Console ^{NEW}
- Sosialt
- Kampanjer
- ATFERD
- ADMINISTRATOR

Kanaler

Tilpass E-post Eksport Legg til i oversiktspanelet Snarvei

Alle brukere
100,00 % Økter

+ Legg til segment

Utforsker

Sammendrag Nettstedbruk



Legg til i oversiktspanelet

- Velg oversiktspanel
- Social media... (10 moduler)
- Oversiktsrap... (12 moduler)
- Content Anal... (6 moduler)
- Audience Ov... (12 moduler)
- Nytt oversiktspanel

Legg til i oversiktspanelet Avbryt

Dag Uke Måned

Hoveddimensjon: Default Channel Grouping Kilde/medium Kilde Medium Andre

Tegn rader Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard

	Økter	Økter	Bidrag til totalen:
Default Channel Grouping	5 531 % av summen: 100,00 % (5 531)	5 531 % av summen: 100,00 % (5 531)	

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

AdWords

Search Console **NEW**

Sosialt

Kampanjer

ATFERD

ADMINISTRATOR

Kanaler

Tilpass E-post Eksport Legg til i oversiktspanelet Snarvei

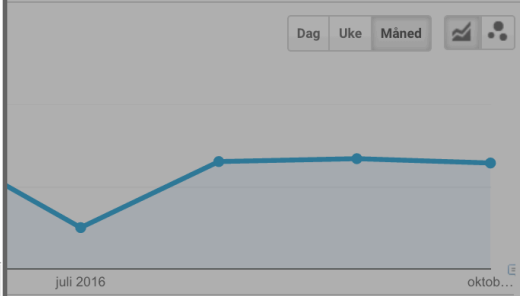
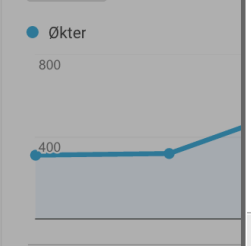
Alle brukere
100,00 % Økter

+ Legg til segment

Utforsker

Sammendrag Nettstedbruk

Økter kontra Velg en beregning



Legg til i oversiktspanelet

Nytt oversiktspanel Velg inntil 1 ytterligere modul

Merk av for å legge til	Modultittel
<input type="checkbox"/> Tidslinje	Økter
<input checked="" type="checkbox"/> Tabell:	Økter og % nye økter etter Default Channel Grouping

Legg til i oversiktspanelet Avbryt

Hoveddimensjon: Default Channel Grouping Kilde/medium Kilde Medium Andre

Tegn rader Sekundær dimensjon Sorteringstype: Standard

	Økter	Økter	Bidrag til totalen:
<input type="checkbox"/> Default Channel Grouping	5 531 % av summen: 100,00 % (5 531)	5 531 % av summen: 100,00 % (5 531)	Økter
<input type="checkbox"/> 1. Organic Search	2 654	47,98 %	

🔍 Søkerapporter og hjelp

🗪+ TILPASSET

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

▾ All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

▶ AdWords

▶ Search Console **NEW**

▶ Sosialt

▶ Kampanjer

📅 ATFERD

⚙️ ADMINISTRATOR

Trafikk - Kanaler

1. nov. 2015 - 29. okt. 2016 ▾

+ Legg til modul | Del ▾ | E-post | Eksport ▾

Tilpass panelet | Slett panelet

🕒 Alle brukere
100,00 % økter

🕒 + Legg til segment

Økter og % nye økter etter Default Channel Grou...

Default Channel Grouping (Standard kanalgruppering)	Økter	% nye økter
Organic Search	2 654	65,37 %
Paid Search	1 048	79,01 %
Direct	1 012	74,70 %
Social	446	62,33 %
Referral	249	85,14 %
(Other)	122	41,80 %

Økter og % nye økter etter Default Cha...



Default Channel Grouping (Standard kanalgruppering)	Økter	% nye økter
Organic Search	2 654	65,37 %
Paid Search	1 048	79,01 %
Direct	1 012	74,70 %
Social	446	62,33 %
Referral	249	85,14 %
(Other)	122	41,80 %

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

AdWords

Search Console **NEW**

Sosialt

Kampanjer

ATFERD

ADMINISTRATOR

Trafikk - Kanaler

+ Legg til modul



Økter og % n

Default Chan
kanalgrupper

Organic Search

Paid Search

Direct

Social

Referral

(Other)

Modulinnstillinger

Modultittel:
Økter per kanal

Standard:

2.1 MÅLEVERDI	TIDSLINJE	GEOKART	TABELL	SEKTORDIAGRAM
STOLPER				

Sanntid:

2.1 TELLER	TIDSLINJE	GEOKART	TABELL
---------------	-----------	---------	--------

Opprett et kakediagram som viser:
Økter

gruppert etter
Default Channel Grouping (Standard kanalgruppering)

Lagre Avbryt

Klon modul Slett modul

🔍 Søkerapporter og hjelp

🗪 TILPASSET

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

▾ All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

▶ AdWords

▶ Search Console **NEW**

▶ Sosialt

▶ Kampanjer

📅 ATFERD

⚙️ ADMINISTRATOR

Trafikk - Kanaler

1. nov. 2015 - 29. okt. 2016 ▾

+ Legg til modul | Del ▾ | E-post | Eksport ▾

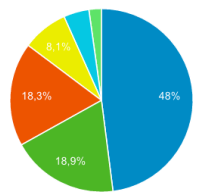
Tilpass panelet | Slett panelet

🕒 Alle brukere
100,00 % Økter

🕒 + Legg til segment

Økter per kanal

■ Organic Search ■ Paid Search ■ Direct
■ Social ■ Referral ■ Andre



🔍 Søkerapporter og hjelp

🗃️ TILPASSET

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

▾ All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

▶ AdWords

▶ Search Console **NEW**

▶ Sosialt

▶ Kampanjer

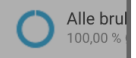
📄 ATFERD

⚙️ ADMINISTRATOR

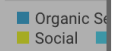
Trafikk - Kanaler

1. nov. 2015 - 29. okt. 2016 ▾

+ Legg til modul



Økter per kanal



Legg til en modul

Modultittel:
Ny modul

Standard:

2.1 MÅLEVERDI	TIDSLINJE	GEOKART	TABELL	SEKTORDIAGRAM
STOLPER				

Sanntid:

2.1 TELLER	TIDSLINJE	GEOKART	TABELL
---------------	-----------	---------	--------

Vis følgende beregning:
Legg til en beregning

Filter disse dataene:
Legg til et filter

Lagre Avbryt Klon modul

Tilpass panelet Slett panelet

🔍 Søkerapporter og hjelp

🗪+ TILPASSET

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

▾ All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

▶ AdWords

▶ Search Console **NEW**

▶ Sosialt

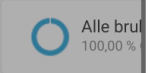
▶ Kampanjer

📄 ATFERD

⚙️ ADMINISTRATOR

Trafikk - Kanaler

+ Legg til modul



1. nov. 2015 - 29. okt. 2016 ▾

Tilpass panelet Slett panelet

Legg til en modul

Modultittel:

Standard:

2.1 MÅLEVERDI	📈 TIDSLINJE	🌐 GEOKART	📄 TABELL	📊 SEKTORDIAGRAM
📊 STOLPER				

Sanntid:

🌐 GEOKART	📄 TABELL
--------------	-------------

[Klon modul](#)

🔍 økter

- AdSense-inntekter per 1000 økter
- AdX-inntekter per tusen økter
- Antall økter per bruker
- Inntekter per tusen økter for publisisten
- Økter
- Økter med hendelser
- Økter med hendelser

Vis som alfabetisk liste

🔍 Søkerapporter og hjelp

🗃️ TILPASSET

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

▼ All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

▶ AdWords

▶ Search Console **NEW**

▶ Sosialt

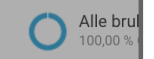
▶ Kampanjer

📅 ATFERD

⚙️ ADMINISTRATOR

Trafikk - Kanaler

+ Legg til modul



Økter per kanal



1. nov. 2015 - 29. okt. 2016

Tilpass panelet Slett panelet

Legg til en modul

Modultittel:

Standard:

2.1 MÅLEVERDI	 TIDSLINJE	 GEOKART	 TABELL	 SEKTORDIAGRAM
 STOLPER				

Sanntid:

2.1 TELLER	 TIDSLINJE	 GEOKART	 TABELL
----------------------	---------------	-------------	------------

Vis følgende beregning:

Filter disse dataene:
[Legg til et filter](#)

🔍 Søkerapporter og hjelp

🗪 TILPASSET

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

Oversikt

▾ All trafikk

Kanaler

Trekart

Kilde/medium

Henvisninger

▶ AdWords

▶ Search Console **NEW**

▶ Sosialt

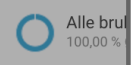
▶ Kampanjer

📅 ATFERD

⚙️ ADMINISTRATOR

Trafikk - Kanaler

+ Legg til modul



Økter per kanal



1. nov. 2015 - 29. okt. 2016 ▾

Tilpass panelet Slett panelet

Modulinstillinger

Modultittel:
Økter

Standard:

2.1 MÅLEVERDI	 TIDSLINJE	 GEOKART	 TABELL	 SEKTORDIAGRAM
 STOLPER				

Sanntid:

2.1 TELLER	 TIDSLINJE	 GEOKART	 TABELL
---------------	---------------	-------------	------------

Lag diagram for følgende verdi over tid:
Økter

Sammenligne med (valgfritt):
Legg til en beregning

Lagre Avbryt Klon modul Slett modul

- 🔍 Søkerapporter og hjelp
- 📊 TILPASSET
- Rapporter
 - 🕒 SANNTID
 - 👤 MÅLGRUPPE
 - 🔗 BRUKERANSKAFFELSE
 - Oversikt
 - ▼ All trafikk
 - Kanaler**
 - Trekart
 - Kilde/medium
 - Henvisninger
 - ▶ AdWords
 - ▶ Search Console **NEW**
 - ▶ Sosialt
 - ▶ Kampanjer
- 📅 ATFERD
- ⚙️ ADMINISTRATOR

Trafikk - Kanaler

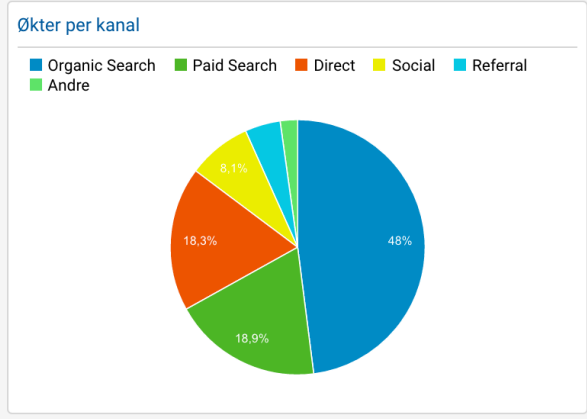
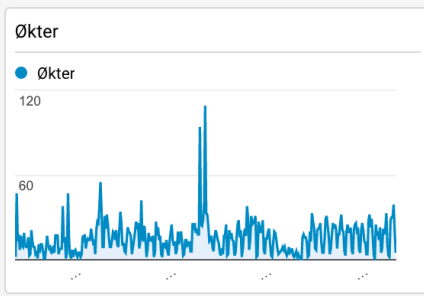
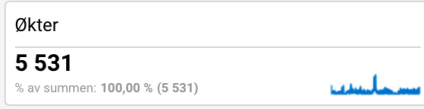
1. nov. 2015 - 29. okt. 2016

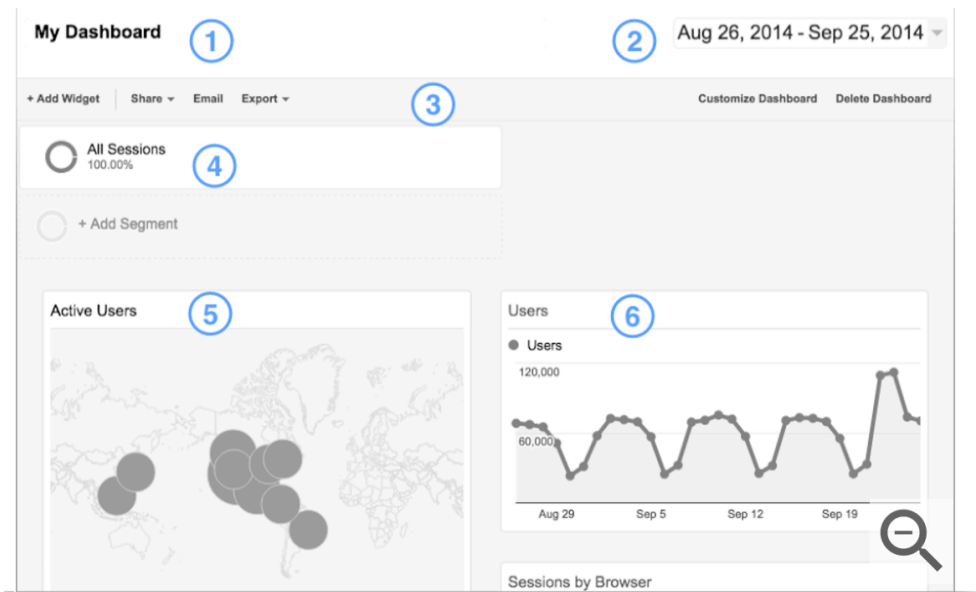
+ Legg til modul | Del ▼ | E-post | Eksport ▼

Tilpass panelet | Slett panelet

🕒 Alle brukere
100,00 % Økter

🕒 + Legg til segment





- ① endre navnet på en oversikt ved å klikke på oversiktstittelen
- ② justere datoperioden eller sammenligne to datoperioder ved å bruke datovelgeren
- ③ legge til moduler, dele, tilpasse eller fjerne oversikten ved å bruke handlingsfeltet
- ④ legge til eller fjerne segmenter
- ⑤ flytte rundt moduler på siden ved å dra dem til nye plasseringer etter tittellinjen. Dessuten kan du redigere eller slette moduler ved å bruke kontrollene du ser når du holder markøren over tittellinjen for modulen.
- ⑥ åpne en koblet rapport ved å klikke på modulens tittel. (Dette fungerer bare for koblede rapportmoduler, ikke for moduler du lager i selve oversikten.)

Tidsperioder

🔍 Søkerapporter og hjelp

🏠 TILPASSET

Oversikter

Egendefinerte rapporter

Snarveier

Egendefinerte varsler

Rapporter

🕒 SANNTID

👤 MÅLGRUPPE

🔗 BRUKERANSKAFFELSE

📅 ATTFERD

🚩 KONVERTERINGER

⚙️ ADMINISTRATOR

Oversiktsrapport - Jørgen

+ Legg til modul | Del ▾ | E-post | Eksport ▾

👤 **Alle brukere**
+ 0,00 % Økter

👤 + Legg til segment

Besøk

30.sep.2016 - 29.okt.2016

527

% av summen: 100,00 % (527)



31.aug.2016 - 29.sep.2016

546

% av summen: 100,00 % (546)



Sidevisninger

30.sep.2016 - 29.okt.2016

1 080

% av summen: 100,00 % (1 080)



31.aug.2016 - 29.sep.2016

1 154

% av summen: 100,00 % (1 154)



Sider pr besøk

30.sep.2016 - 29.okt.2016

2,05

Gj.sn. for datautvalget: 2,05 (0,00 %)



31.aug.2016 - 29.sep.2016

2,11

Gj.sn. for datautvalget: 2,11 (0,00 %)

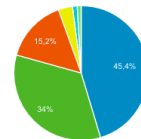


Tid pr besøk

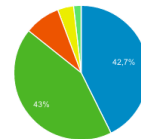
Besøk etter Trafikktype

🟦 organic 🟩 paid 🟥 direct 🟨 referral 🟩 kursnyhet 🟩 Andre

30.sep.2016 - 29.okt.2016



31.aug.2016 - 29.sep.2016



Mest brukte søkeord

Søkeord	Økter
(not provided)	
30.sep.2016 - 29.okt.2016	238
31.aug.2016 - 29.sep.2016	227
% Endring	4,85 %

30. sep. 2016 - 29. okt. 2016

Sammenlign med: 31. aug. 2016 - 29. sep. 2016



Datoperiode: Tilpasset

30. sep. 2016 - 29. okt. 2016

☑️ Sammenlign med: Tilpasset

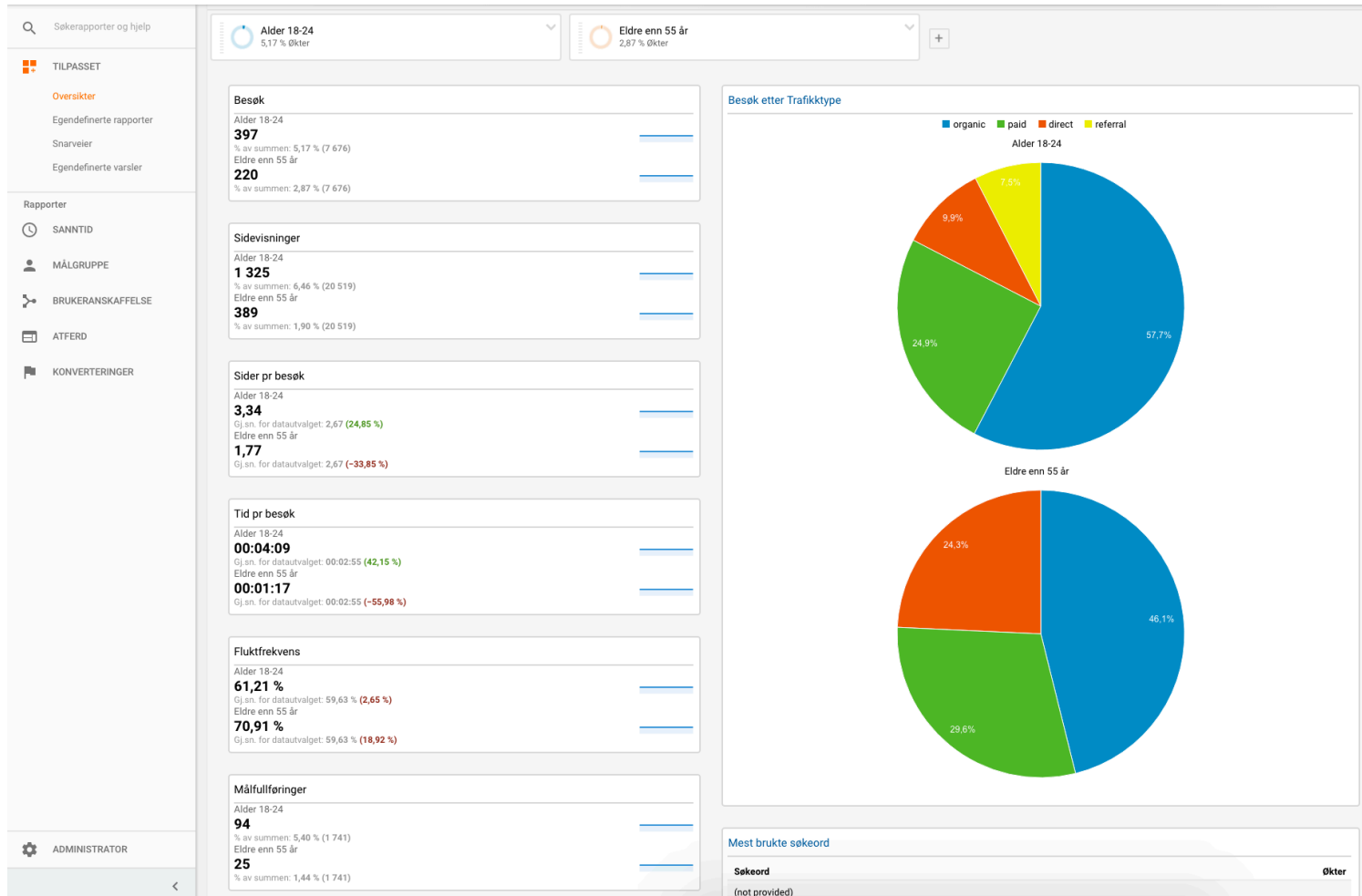
31. aug. 2016 - 29. sep. 2016

Bruk | avbryt

Besøk etter Tid/medium

Kilde/medium	Tid på side
google / organic	
30.sep.2016 - 29.okt.2016	08:41:24
31.aug.2016 - 29.sep.2016	09:15:38
% Endring	-6,16 %
google / cpc	
30.sep.2016 - 29.okt.2016	04:39:53
31.aug.2016 - 29.sep.2016	03:52:24
% Endring	20,43 %
(direct) / (none)	
30.sep.2016 - 29.okt.2016	03:04:15
31.aug.2016 - 29.sep.2016	00:48:42
% Endring	278,34 %
kursguiden / link	
30.sep.2016 - 29.okt.2016	02:34:06
31.aug.2016 - 29.sep.2016	03:36:13
% Endring	-28,73 %
facebook.com / referral	
30.sep.2016 - 29.okt.2016	00:01:40
31.aug.2016 - 29.sep.2016	00:00:00
% Endring	100,00 %

Segmenter



Deling av oversiktspaneler

Alle oversiktspanelene du lager, er i utgangspunktet private. Det vil si at det er bare du som kan se dem. Du kan dele oversiktspanelene med andre brukere via **Del**-menyen. Du kan også dele oversiktspanelene via e-post eller eksportere dem til PDF-format ved å bruke **Eksport**- og **E-post**-menyalternativene.

The screenshot shows the Digital Heads dashboard interface. At the top, it displays 'Digital Heads' and 'Main Wiew - Filtered - All goals'. A search bar contains 'Søkerapporter og hjelp'. The left sidebar lists navigation options: 'TILPASSET', 'Rapporter', 'SANNTID', 'MÅLGRUPPE', 'BRUKERANSKAFFELSE', 'Oversikt', 'All trafikk', 'Kanaler', 'Trekart', 'Kilde/medium', 'Henvisninger', 'AdWords', 'Search Console', 'Sosialt', 'Kampanjer', 'ATFERD', and 'ADMINISTRATOR'. The main content area is titled 'Trafikk - Kanaler' and shows data for the period '1. nov. 2015 - 29. okt. 2016'. A 'Del' menu is open, showing options: 'Del objektet', 'Del linken til malen', and 'Del i løsningsgalleriet'. The dashboard includes several charts: a summary card for 'Økter' (5 531), a line chart for 'Økter' over time, and a pie chart for 'Økter per kanal' showing the distribution of traffic sources.

Kanal	Prosent
Organic Search	48%
Paid Search	18,9%
Direct	18,3%
Social	8,1%
Referral	-
Andre	-

Oppgave:

Bør vi ha noen felles dashboards?

Digital Heads
Main Wiew - Filtere

Søkerapporter og hjelp

TILPASSET

Oversikter

Egendefinerte rapporter

Snarveier

Egendefinerte varsler

Rapporter

SANNTID

MÅLGRUPPE

BRUKERANSKAFFELSE

ATFERD

ADMINISTRATOR

Alle løsninger Type: Dashboard X

Sortér etter

- Mest populære
- Siste
- Høyest vurdering

Filtrer etter vurdering

1 2 3 4 5

Vis ikke-vurderte

Filtrer etter kategori

- Vis alle kategorier
- Acquisition
- Analytics Academy
- Branding
- Campaign
- Conversion
- Display Advertising
- Ecommerce
- Engagement
- Enhanced Ecommerce
- Lead Generation
- Mobile
- Organic Search
- Paid Search

Occam's Razor Awesomeness

Av Avinash Kaushik Aug 20, 2013

★★★★☆ (261) +185,567

A collection of my top Segments, custom reports and dashboards critical for any Analytics user.

[Mer fra Avinash Kaushik](#)

Importér

New Google Analytics User Starter Bundle

Av The Google Analytics Team Sep 20, 2013

★★★★☆ (129) +173,851

A bundle of the must-have dashboards, custom reports and segments for any new Google Analytics user. Includes: Really Engaged Traffic segmentation analysis, Visitor Acquisition Efficiency analysis, Mobile metrics by hour segment, SEO: Referring Pages custom...

[Mer fra The Google Analytics Team](#)

Importér

Content Analysis Dashboard

Av Vagelis Varfis | Nudge Digital Mar 14, 2014

★★★★☆ (64) +72,015

This Content Analysis Dashboard is all about analysing and providing insightful data that will help you evaluate the efficiency of the content in your website. Based on these widgets you will be able to see which one of the pages are underperforming/overper...

[Mer fra Vagelis Varfis | Nudge Digital](#)

Gå til galleriet Lukk

Oppgave:

Lag deg et dashboard

AGENDA

- Innføring i Google Analytics
- Termer og begreper
- Brukergrensesnittet
- Nyttige rapporter
- Events og konverteringssporing
- Segmenter
- Dashboards og hurtiglenker
- Annet

Import



<https://www.youtube.com/watch?v=MnXYCLVaAw0&feature=youtu.be>

Sporing av flere domener



Søk Analytics hjelp



Analytics Hjelp

ANALYTICS

HJELPEFORUM

KONTAKT OSS

Konfigurasjon (nett) > Sporing av flere domener

Konfigurering av sporing av flere domener

Med sporing av flere domener kan Analytics anse økter på to ulike nettsteder som er forbundet med hverandre (f.eks. en nettbutikk og et eget nettsted som drifter handlekurven), som én enkelt økt. Dette omtales gjerne som *nettstedskobling*.

Innholdet i denne artikkelen:

- [Oversikt over sporing av flere domener](#)
- [Konfigurer sporing av flere domener med Google Tag Manager](#)
- [Konfigurer sporing av flere domener ved å endre sporingskoden](#)
- [Konfigurering av rapporteringsvisninger og implementering av filtre](#)
- [Legg til domener på utelukkingslisten for henvisninger](#)
- [Kontroller at sporing av flere domener fungerer](#)
- [Beslektede ressurser](#)

Sporing av flere domener

[Om sporing av flere domener](#)

[Vanlige bruksområder for sporing av flere domener](#)

[Konfigurering av sporing av flere domener](#)

[Slik fungerer Autolink-programtillegget](#)

[Domener og kataloger](#)

<https://support.google.com/analytics/answer/1034342?hl=no>

Viktig informasjon vedrørende kursmateriell (dette dokumentet)

Kursmateriell skal kun gjøres tilgjengelig for kursdeltakere av kurset:

Innføring i Google Analytics for Helse-Nord
31. okt. 2016

Det er **ikke tillatt** å dele/tilgjengeliggjøre/spre eller på andre måter distribuere kursmateriell på nett eller til personer som ikke har deltatt personlig på dette kurset.

Takk!

Google Analytics

A decorative graphic at the bottom of the slide consists of a thick orange line with five circular markers of the same color. The line starts at the left edge, dips down, rises up, dips down, and then rises up again towards the right edge. The background below this line is a solid orange color.