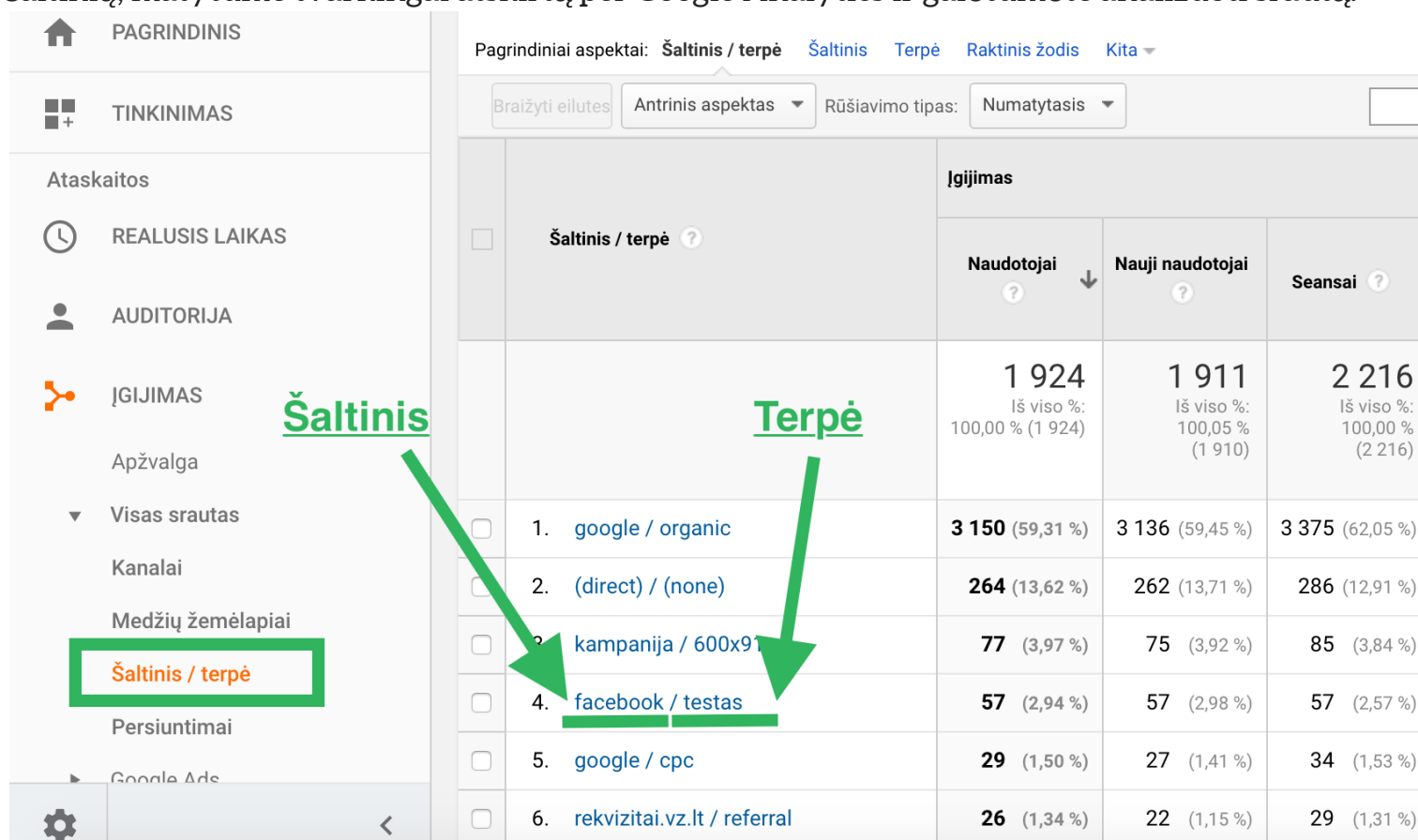


Kam naudojami UTM?

UTM reikalingi, jeigu naudojate reklamos kanalą pvz. FaceBook ir taikote mokamą reklamą. Nenaudojant UTM kodų, jūs nematysite iš kurios kampanijos atėjo srautas ir kuris reklaminis skydelis suteikė daugiau užklausų. Tačiau naudojant UTM nuorodų parametrus, galite labai tiksliai susekti srautą, jo kokybę ir rezultatus.

Paprastais žodžiais tariant, UTM naudojami tam, jog atvedamą lankytojų srautą iš įvairių šaltinių, matytume tvarkingai atskirtą per Google Analytics ir galėtumėte analizuoti srautą:



Pagrindiniai aspektai: Šaltinis / terpė	Įgijimas		
	Naudotojai	Nauji naudotojai	Seansai
Šaltinis / terpė	1 924 Iš viso %: 100,00 % (1 924)	1 911 Iš viso %: 100,05 % (1 910)	2 216 Iš viso %: 100,00 % (2 216)
1. google / organic	3 150 (59,31 %)	3 136 (59,45 %)	3 375 (62,05 %)
2. (direct) / (none)	264 (13,62 %)	262 (13,71 %)	286 (12,91 %)
3. kampanija / 600x900	77 (3,97 %)	75 (3,92 %)	85 (3,84 %)
4. facebook / testas	57 (2,94 %)	57 (2,98 %)	57 (2,57 %)
5. google / cpc	29 (1,50 %)	27 (1,41 %)	34 (1,53 %)
6. rekvizitai.vz.lt / referral	26 (1,34 %)	22 (1,15 %)	29 (1,31 %)

Kur naudojami UTM parametrai:

UTM naudojami - FaceBook reklamoje, naujienlaiškiuose, Instagram, įvairių portalų ir svetainių reklamose, CPC ar CPM modeliu pagrįstose reklamos sistemose ir kt.

Kaip atrodo UTM nuoroda?

https://www.fortema.lt/?utm_source=pdf-failas&utm_medium=kampanija&utm_campaign=produktas

Kaip sukurti nuorodą su UTM parametrais?

<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/> - privalomi laukeliai „Website URL“, „Campaign Source“, „Campaign Name“, „Campaign Content“.