

Recenzja książki „Google Analytics dla Marketingowców”

Książka Martyny Zastrożnej „Google Analytics dla marketingowców” jest jedną z pierwszych polskich publikacji o narzędziu analitycznym Google. Sięgnąłem po nią z zaciekawieniem i nadzieją na w miarę krótką, zwięzłą oraz kompleksową książkę o Google Analytics. Nie zawiodłem się.

Martyna, jako zadeklarowana humanistka, przedstawia bardzo prawidłowe podejście do analityki internetowej. Człowiek, jego historia oraz problemy i cele wizyty na stronie internetowej stanowią dla Martyny punkt wyjścia do analizy danych zbieranych w Google Analytics. Korzystając z tej optyki autorka przedstawia obiektywnie wady i zalety Google Analytics, definicje podstawowych miar i wymiarów oraz opis interfejsu. W dalszej części możemy zapoznać się również z koncepcją planu analityki internetowej, konfiguracją Google Analytics oraz zagadnieniem optymalizacji ruchu na stronie internetowej.

Martyna nie zapomina również o kulturze analitycznej, jako ważnym elemencie budowania środowiska, w którym decyzje są podejmowane w oparciu o dane (z Google Analytics).

Książkę autorstwa Martyny Zastrożnej mogę z pewnością polecić wszystkim osobom zaczynającym przygodę z Google Analytics. Na 170 stronach można zapoznać się ze wszystkimi bieżącymi zagadnieniami dotyczącymi Google Analytics i analityki internetowej. Jako atut można również potraktować bardzo przystępny, zrozumiały i bezpośredni język, jakim książka jest napisana.

Krzysztof Bernacki – specjalista ds. e-marketingu, Future Processing