Audyt GA4 & GTM

Strona / domena
Data audytu
Wykonanie

Podsumowanie

Ogólna kondycja konfiguracji: Wymaga poprawy

Najważniejsze wnioski:

- reklamy nie działają efektywnie, ponieważ mają ograniczone możliwości optymalizacji i nie mają dostatecznie precyzyjnej konwersji
- w GA4 nie można sprawdzić, które strony prowadza do konwersji, ani jakie kanały ruchu są najbardziej skuteczne

Rekomendacje:

Należy poprawnie skonfigurować GA4 oraz GTM, zastępując nieprecyzyjne śledzenie podstrony /kontakt mierzeniem twardych konwersji (połączenia telefoniczne, e-maile, formularze).

Kluczowe jest również naprawienie baneru cookies i wdrożenie integracji zgód, co przywróci stabilne zbieranie danych i poprawi wyniki kampanii reklamowych.

Audyt GA4

Strumienie danych

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
Uwaga	Strumień danych	Działa tylko dlatego, że Google kiedyś połączyło wszystkie tagi, ale wywołuje się uzależniony od tagu Google Ads
OK	Pomiar zaawansowany	
Krytyczne	Wykorzystywanie danych przekazywanych przez użytkowników	Dane takie tak numer telefonu, mail, imię i nazwisko oraz adres są przekazywane do GA4 choć użytkownicy nie mają możliwości wyrazić zgody lub niezgody na takie działanie, ponieważ baner cookies nie wysyła prawidłowych sygnałów do Google dla użytkowników, którzy już raz zaakceptowali ciasteczka na banerze.

Ustawienia

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
OK	Ignorowanie duplikatów	
Uwaga	Domyślne ustawienia plików cookie	Nie ustawione. Zalecane przedłużenie do maksymalnego, tj 25 miesięcy
Uwaga	Google Signals	Brak wdrożenia. Zalecane włączenie – poprawi śledzenie demografii użytkowników oraz konwersji.
Uwaga	Zarządzanie przesyłaniem danych	Jest włączone ograniczenie przesyłania danych reklamowych, ale jednocześnie są włączone jest wykorzystywanie danych personalnych użytkowników.
Uwaga	Zbieranie danych przekazywanych przez użytkowników	Jest wyłączone, choć jest włączone wykorzystywanie tych danych przez użytkowników, więc prawdopodobnie to nie działa.
Krytyczne	Potwierdzenie uzyskiwania zgody na zbieranie danych	Niepotwierdzone.
Krytyczne	Przechowywanie danych	Nieustawione – tylko do 2 miesięcy. Zalecane jest do 14.
Krytyczne	Połączenie z Google Search Console	Konieczne do połączenia.
OK	Połączenie z Google Ads	
Krytyczne	Połączenie z Profilem Firmowym / Wizytówką	Konieczne do połączenia.

Kluczowe zdarzenia

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
Krytyczne	Wdrożone kluczowe zdarzenia	Brak skonfigurowanych zdarzeń kluczowych. Brak tych zdarzeń powoduje brak informacji o konwersjach zarówno dla systemu reklamowego, który uczy się także użytkowników z innych kanałów pozyskiwania ruchu oraz dla nas do analizy skuteczności strony i działań reklamowych,
Krytyczne	Zdefiniowane zdarzenia odzwierciedlają cele	Jedyne zdarzenie niestandardowe jest skonstruowane błędnie i prawdopodobnie nigdy nie działało. Patrz zakładka: GA4_zdarzenia

Audyt GA4 – zdarzenie niestandardowe

Raport w Eksploracjach		
Status	**Element weryfikowany**	**Notatki / Uwagi**
Krytyczne	Zdarzenie niestandardowe „page_view”	Niestandardowe zdarzenie wdrożone o tej samej nazwie co domyślne zdarzenie wyświetlenia strony jest nie tylko błędnie skonstruowane, ale także w teorii może zaburzać statystyki Wyświetleń strony. Zdarzenie to prawdopodobnie nie działa (jest błędnie skonstuowane), ponieważ warunek jest nie do spełnienia. page_title to jest tytuł strony, który wyświetla się na karcie przeglądarki, a nie url. **Należy je usunąć.**

Audyt GA4 – użytkownicy mobile

Raport w Eksploracjach

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
Uwaga	Użytkownicy według kategorii urządzeń	Prawie 90% użytkowników to osoby wchodzące na stronę na telefonie. Konieczne jest dostosowanie maksymalnie strony pod przeglądanie na telefonie. **Warto przeprowadzić badanie pod kątem UX w przyszłości.**
Krytyczne	Baner cookies	Na smartfonach przyciski nachodzą na siebie, co sprawia, że użytkownik nie może zaakceptować lub odrzucić ciasteczek na banerze. **Do pilnej zmiany.**

Audyt GTM

Struktura kontenera

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
OK	Czytelna organizacja i nazewnictwo	Mogłoby być lepiej, ale jest zrozumiale
OK	Spójna konwencja	
OK	Brak osieroconych elementów	

Tagi i reguły

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
OK	Duplikaty tagów	
OK	Tag łączący konwersje	
Krytyczne	Tag GA4	Źle wdrożony, działa tylko dlatego, że Google automatycznie łączy tagi Gads/GA4
OK	Tag GAds	
Krytyczne	Zdarzenia GA4: Interakcja z telefonem	brak
Krytyczne	Zdarzenia GA4: Interakcja z mailem	brak
Krytyczne	Zdarzenia GA4: Interakcja z formularzem	Kliknięcie w przycisk, które uruchamia się nawet, gdy użytkownik nie wyśle formularza. Do tego uruchamia się podwójnie.
Krytyczne	Analogiczne tagi konwersji Gads	Tylko Gads, nie ma zdarzeń do GA4
Krytyczne	Dodatkowe zdarzenia	brak

Audyt GTM – konwersja na kliknięcie przekierowujące na podstronę /kontakt

Raport w Eksploracjach		
Status	**Element weryfikowany**	**Notatki / Uwagi**
Krytyczne	Konwersja ustawiona w GTM na kliknięcia w linki i przyciski kierujące na podstronę /kontakt	

Poniższa tabela pokazuje dane z GA4. Badany okres: od 1 do 31 lipca – analogiczny do raportu działań reklamowych – screen obok.

Audyt Banera Cookies

Działanie widżetu

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
Krytyczne	Blokowanie tła	Stronę można przeglądać bez interakcji z banerem, co sprawia, że część użytkowników nie jest w ogóle rejestrowana ani przez GA4, ani przez GTM
Krytyczne	Dostosowanie mobilne	Przyciski na dole ekranu blokują interakcję z banerem (patrz zadkładka: GA4_mobile)
OK	Dostęp do zmiany ustawień / zmiany zdania	

Zgodność z RODO

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
Uwaga	Domyślny brak zgody	Podczas pierwszego wejścia baner wysyła prawidłowe zgody. Niestety podczas kolejnych interakcji już nie, ponieważ brakuje domyślnej niezgody.
OK	Blokowanie skryptów przed zgodą	

Weryfikacja techniczna

Status	Element weryfikowany	Notatki / Uwagi
OK	Brak konieczności odświeżania	
Krytyczne	Integracja z GTM	Brak
Krytyczne	Poprawność sygnałów zgody	Niepoprawne. Po akceptacji ciastek sygnały są niepoprawne → pojawia się literka „n”, zamiast „r”
OK	Consent Mode v2	
Uwaga	Tagi respektują zgody/niezgody użytkowników	GTM nie jest zintegrowany z banerem, stąd niepoprawne sygnały, więc gdyby były inne tagi niż Googla, które mają to wbudowane to nie byłyby respektowane.

Plan Działań i Rekomendacje

Lp.	Priorytet	Opis problemu	Rekomendacja	Wykonanie
1	Średni			
2	Średni			
3	Krytyczny			
4	Wysoki			
5	Wysoki			
6	Krytyczny			
7	Średni			