

GOOGLE ADSENSE

Tomasz Topa



Darmowy fragment eBooka polecony przez
www.eBookInfo.pl

EBook bezpłatny. Handlowanie publikacją zabronione. Tekst może być kopiowany i powielany w istniejącym układzie strukturalnym i graficznym. Na inny sposób wykorzystania eBooka wymagana jest pisemna zgoda administratora serwisu Dobry eBook.

Wszelkie prawa zastrzeżone © 2006 ARDEO

ARDEO
ul. Konecznego 6/58, 31-216 Kraków
tel./fax (12) 353 04 05
e-mail: i.kielar@dobryebook.pl
WWW: www.DobryeBook.pl

Spis treści pełnej wersji eBooka

Kolorem czerwonym wyróżnione są dostępne darmowe fragmenty

1	Od Autora	5
2	Zaczynamy przygodę z Google AdSense™	6
	I. Reklamy w Internecie	6–7
	II. Czym jest reklama kontekstowa?	7
	III. Czym jest program Google AdSense™	8
	IV. Ile mogę zarobić dzięki Google AdSense™	8–10
	V. Dlaczego wybraliśmy właśnie Google AdSense™	10–11
3	Zasady programu Google AdSense™	12
	I. <i>Kto może przystąpić do programu?</i>	12
	II. <i>Na jakich stronach mogę umieszczać reklamy?</i>	13
	III. Zachęcanie do klikania w reklamy	13–16
	IV. Nabijanie kliknięć	16–17
	V. Modyfikowanie kodu reklam	18
	VI. Google AdSense™ a inne reklamy	18–19
	VII. Podsumowanie	19
4	Zgłaszamy się do programu Google AdSense™	20–23
	I. Kod PIN	23–24
5	Formaty reklam w Google AdSense™	25
	I. AdSense dla treści – jednostki reklam	25–26
	A. Długi baner (728 × 90)	26–27
	B. Baner (468 × 60)	27–28
	C. Półbaner (234 × 60)	28–29
	D. Przycisk (125 × 125)	29–30
	E. Wieżowiec (120 × 600) i szeroki wieżowiec (160 × 600)	30–32

F.	Pionowy baner (120 × 240)	32
G.	Średni prostokąt (300 × 250), duży prostokąt (336 × 280), kwadrat (250 × 250)	33–34
H.	Kwadrat (200 × 200)	34–35
II.	Jednostki linków	35–36
III.	Skierowania	36
A.	Google AdSense™	37–38
B.	Google AdWords™	38
C.	Google Picasa	38–39
D.	Mozilla Firefox z dodatkiem Google Toolbar	39–40
IV.	AdSense dla wyszukiwania	40–41
6	Tworzenie reklam w Google AdSense™	42
I.	Pierwsza wizyta w panelu Google AdSense™	42–43
II.	Instalator Adsense	43
III.	Tworzenie jednostek reklam i jednostek linków	44–46
IV.	Tworzenie skierowań	47
V.	Tworzenie wyszukiwarek	48–51
7	Kanały	52
I.	Kanały URL	52
II.	Kanały spersonalizowane	53–54
III.	Zarządzanie kanałami	54–55
8	Filtr reklam konkurencyjnych	56–57
9	Raporty	58
I.	Przegląd	58–60
II.	Zaawansowane Raporty	60–61
III.	Raporty Dostosowane	62
IV.	Interpretowanie raportów	62
A.	Wyświetlenia	62
B.	Kliknięcia	62
C.	CTR (<i>Click-Through Rate</i>)	63–65
D.	CPM (<i>Cost Per Mille</i>)	65
10	Płatności	66
I.	Formy płatności	66
A.	Czeki	66–67
B.	EFT – Elektroniczny transfer środków	67

II.	Ustalenie formy płatności	68–69
III.	Kiedy dostanę pieniądze?	69–70
11	Jak zwiększyć zarobki?	71–72
I.	Optymalizacja kodu strony	72
	A. Wyrzuć niepotrzebne tagi	72
	B. Używaj adekwatnych tagów	73
II.	Zadbaj o odpowiedni adres	73
III.	Dużo często aktualizowanej treści	73–74
IV.	Newslettery	74
	A. Jak zapewnić dodatkową treść dla naszej strony?	74
V.	Wysoki PageRank strony	75
VI.	Dobre umiejscowienie reklam	75
12	Praktyczne porady	76
I.	Przyciąganie uwagi do jednostek reklam	76–79
II.	Wyszukiwarka	80
III.	Reklama pod grafiką	80–81
IV.	Reklama na forum	81–83
V.	Ciekawe wkomponowanie reklam Google AdSense	84–85
VI.	Pomocne narzędzie – AdSense Notifier	86–87
VII.	Śledzenie kliknięć w Google AdSense przy pomocy Google Analytics	87–88
	A. Instalacja statystyk	88
	B. Edycja kodu naszej strony	89
	C. Konfigurowanie Google Analytics	89–90
	D. Jak to działa?	90–91
	E. Odczytywanie raportów	91
	F. Ilość kliknięć w reklamy	91
	G. W które reklamy klikano	92
	H. Podsumowanie	92
13	Wiedzieć więcej	93
I.	Centrum Pomocy AdSense	93–94
II.	Kontakt z Google	94

1 Od Autora

W Twoje ręce trafia właśnie publikacja poświęcona w całości systemowi reklam kontekstowych Google AdSense. W ramach tych kilkudziesięciu stron przedstawione i opisane zostały najważniejsze aspekty funkcjonowania programu oraz przydatne techniki i triki pozwalające na osiągnięcie wysokich zarobków. Omówiłem praktycznie wszystkie formy reklamy, starając się dobrać do nich – jako przykłady – strony, na których można się wzorować. Na nich reklamy AdSense zostały bardzo dobrze wkomponowane i z pewnością osiągają wysokie zyski.

Nie ma sprawdzonych recept na osiągnięcie sukcesu, ale z pewnością z wiedzą nabytą po lekturze tego eBooka, oraz po pewnym czasie eksperymentowania z układem reklam, Twoje dochody zaczną błyskawicznie wzrastać.

Chciałbym podziękować autorom przytoczonych postów, które w większości zostały zaczerpnięte z forum <http://forum.optymalizacja.com/>. Posty te stanowią ciekawe uzupełnienie niektórych rozdziałów.

Tomasz Topa

Autor publikacji studiuje biznes elektroniczny na Wydziale Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa Akademii Morskiej w Gdyni, pracując jako webmaster projektuje strony www i wdraża różne systemy e-commerce. Od kilku lat z wielkim zainteresowaniem śledzi i testuje kolejne usługi firmy Google.

3 Zasady programu Google AdSense™

Program AdSense™ przynosi firmie Google olbrzymie zyski, nic więc dziwnego, że bardzo dbają o dobrą reputację systemu. **Każdy wydawca jest zobowiązany** do zapoznania się i **przestrzegania zasad** zawartych w dwóch dokumentach:

- **Polityka Programowa** (<https://www.google.com/adsense/policies>),
- **Zasady i Warunki** (<https://www.google.com/adsense/localized-terms?hl=pl>).

Przestrzeganie tych zasad jest **bardzo ważne**, ponieważ serwisy biorące udział w programie są wybiórczo sprawdzane przez pracowników firmy Google. Niezgodności z regulaminem mogą się skończyć upomnieniami, **zawieszeniem lub usunięciem naszego konta**. Naprawdę nie warto próbować obchodzić zasad, ponieważ od decyzji o usunięciu konta bardzo trudno się odwołać, a jego zamknięcie oznacza **utrata zarobionych przez nas pieniędzy!**

Najczęściej osoby żalące się na usunięcie ich konta **same są sobie winne**. Nie czytały zasad, umieszczały reklamy w niedozwolonych miejscach, manipulowały przy skryptach, nachalnie zachęcały do klikania w reklamy lub stosowały inne niedozwolone praktyki. Osoby te **wyleciały z programu na własne życzenie**. Warto się więc zapoznać z zasadami, żeby nie przeżyć niemiłych chwil otrzymując e-mail z informacją o zablokowaniu konta. Zwłaszcza, że **przestrzegając zasad też możemy dobrze zarobić**.

Przyjrzyjmy się zatem najważniejszym punktom regulaminów.

I. Kto może przystąpić do programu?

Do programu może przystąpić **osoba prywatna**, która ukończyła 18 lat lub **firma**. Ważne jest, abyśmy byli świadomi, że **nasz wybór jest ostateczny**. Jeśli raz się zdecydujemy na typ konta, nie możemy już go zmienić, podobnie nie będziemy w stanie zmienić nazwiska widniejącego na czeku. Przykładowo, jeśli założyliśmy rok temu konto na nasze nazwisko jako osobę prywatną, a teraz założyliśmy działalność gospodarczą i chcielibyśmy rozliczać się w programie jako firma, **będziemy musieli założyć nowe konto**. Nie będziemy też mogli przekazać lub odsprzedać naszego konta innej osobie lub firmie.

II. Na jakich stronach mogę umieszczać reklamy?

Regulamin programu Google AdSense™ wskazuje strony, na których **nie można** umieszczać reklam. Warto się zapoznać z tymi punktami i sprawdzić naszą stronę pod kątem tych wytycznych. Jeśli nie zawiera ona treści sprzecznych z poniższymi punktami, możemy ją śmiało zgłosić do programu. Co więc spowoduje, że nasza strona z góry zostanie odrzucona?

Jeśli chodzi o **zawartość**, nie może zawierać treści:

- nawołujących do nienawiści, przemocy, nietolerancji na tle rasowym, przeciwko konkretnym osobom, grupom osób bądź organizacjom,
- pornograficznej,
- z poradami dotyczącymi hackingu, crackingu,
- propagujących narkotyki, związanych z akcesoriami do nich,
- propagujących hazard (np. wirtualne kasyna),
- chronionych prawami autorskimi – skopiowane treści eBooków, nielegalne pliki mp3, filmy,
- wszelkich innych, zachęcających do działań niezgodnych z prawem.

Regulaminy zawierają również wytyczne co do **funkcjonalności stron** biorących udział w programie. Nie wolno nam umieszczać reklam Google AdSense™:

- w pop-upach,
- na stronach wymagających dostępu poprzez dialery,
- na stronach typu strony wejściowe (ang. *gateways*), czyli generowanych dynamicznie stron o nieistotnej treści, tworzonych w celu sztucznego zawyżania ilości odwiedzin,
- na stronach, gdzie jedyną lub przeważającą treścią są reklamy,
- na stronach parkowania domen,
- w kodzie e-maili w formacie HTML,
- na stronach o nie działającej nawigacji, zepsutych linkach (ang. *broken links*).

[...]

Cały rozdział dostępny jest w pełnej wersji eBooka

Google AdSense

11 Jak zwiększyć zarobki?

Wiemy już, jak zacząć zarabiać, czas teraz zabrać się za **zwiększanie zysków**. Przy pomocy kilku prostych zabiegów postaramy się **zwiększyć atrakcyjność strony** dla systemu reklam i reklamodawców.

Warto powiedzieć sobie, skąd biorą się zarobki w AdSense, tzn. jak one powstają. Zarobki powstają przez przemnożenie:

$$\text{ilość gości} \times \text{eCPM} = \text{ilość gości} \times \text{CTR} \times \text{CPC}$$

Zwiększyć eCPM można więc tylko przez zwiększenie CTR albo CPC. Zwiększenie klikalności w reklamy można osiągnąć jedynie dopasowując je lepiej do strony – mam tu na myśli zarówno ich dopasowanie tematyczne jak i wizualne. Na CPC praktycznie nie mamy wpływu. Możemy jedynie obserwować statystyki i w razie potrzeby rozbudowywać te fragmenty strony, które mają wyższy CPC (jeśli mamy stronę na kilka związanych ze sobą tematów).

Poniżej przedstawiam tabelę z realnymi do osiągnięcia wartościami CTR i eCPC (nie za niskie i nie za wysokie).

[...]

Cały rozdział dostępny jest w pełnej wersji eBooka

Google AdSense

12 Praktyczne porady

I. Przyciąganie uwagi do jednostek reklam

Reklamy powinny być dopasowane do strony tak, by ludzie nie traktowali ich jak reklamy, a jako normalne linki umieszczone w treści artykułu lub w menu.

Podstawowym działaniem do osiągnięcia tego celu jest przystosowanie kolorów poszczególnych elementów jednostki reklamowej. I teraz zależnie od tego, jaka przyjęta jest na witrynie zasada tworzenia linków, można zaznaczać kolorem adres URL reklamodawcy albo tytuł reklamy. Drugie podejście wydaje się bardziej logiczne – odwiedzający widzi wtedy wyróżniony tytuł reklamy i na nim się koncentruje. Gdy wyróżnisz adres URL, zwiększasz szansę na to, że gość przepisze link ręcznie.

Kolor tła, obramowania, tekstu, powinien być dopasowany do kolorystyki witryny. Zwłaszcza tło powinno być takie samo jak tło reszty strony, bo tylko wtedy reklama wtapia się w otoczenie. Tło odróżniające się zwraca uwagę i przyciąga wzrok, ale jednocześnie działa jak neon z napisem „uważaj, tu jest reklama!”. Z tego względu tło musi być dopasowane do tła strony, lub nieznacznie się od niego różnić.

Niestety, nie ma możliwości ustawienia obrazka zamiast tła reklamy AdSense. Z tego względu warto rozważyć wyrzucenie tła strony, jeśli jest ono zrobione z obrazka. W przeciwnym wypadku reklama będzie się tak samo odróżniać, jak gdyby była w innym kolorze niż reszta strony.

[»Mapa witryny](#)

[»Wyszukiwarka](#)

Gaz drzewny

[»co to jest?](#)

[»produkcja](#)

[»z drewna](#)

[»z innych paliw](#)

[»wykorzystanie](#)

[»FAQ](#)

[»ekologia](#)

[»holzgas a LPG](#)

[»budowa](#)

[gazo-generatora](#)

Inne biopaliwa

[»biodiesel](#)

[»produkcja](#)

[»olej roślinny](#)

[»instalacja](#)

Jakie drewno zamiast benzyny?

[Reklamy Google](#)

[Zareklamuj się na tej stronie](#)

1/2 kosztów ogrzewania

O połowę tańsze koszty ogrzewania z pompą ciepła firmy OCHSNER!
www.ochsner.pl

Ulrich - kotły

gazowe i olejowe wg japońskich technologii
www.ulrich.com.pl/promocje

Promienniki gazowe

Jedyny producent w kraju, tanio i skutecznie - oszczędzaj!
www.solgaz.com.pl

Ogrzewanie Nadmuchowe

Projektowanie, Instalacja, Serwis, Autoryzacja firmy Carrier, ISO 9001
www.polskikomfort.pl

albo tylko za koszt transportu), często jest już też pokawałkowane (szczegóły niżej).

Skoro ustaliliśmy już, że można do zasilania silników spalinowych stosować drewno (a dokładniej wyprodukowany z niego gaz generatorowy), czas na kilka słów na temat tego, jakie drewno nadaje się najlepiej do produkcji gazu drzewnego.

Skąd brać to drewno?

Możliwości wbrew pozorom jest sporo. Najlepsze do produkcji holzgasu zdaje się być drewno odpadowe. Przede wszystkim dlatego, że jest dużo tańsze (czasem można otrzymać je za darmo,

Powyższa jednostka reklamowa jest dopasowana do witryny, bo ma ten sam kolor tła co artykuł i ten sam kolor linków.

Warto zauważyć, że jednostki reklamowe mają różne wielkości czcionek używanych do prezentacji reklam. Żeby było trudniej, wielkość czcionki zmienia się również w zależności od tego, ile reklam wyświetlanych jest w jednej jednostce – jeśli w prostokącie 336×280 wyświetla się akurat tylko jedna reklama, będzie znacznie większa niż cztery reklamy, które się tam normalnie mieszczą.

Ponieważ nie ma możliwości zmienić czcionki tekstu reklamowego, a zależy nam na dopasowaniu reklam do witryny, trzeba podejść do sprawy z drugiej strony i zmienić czcionkę, którą pisane są artykuły. W reklamach używane są czcionki bezszeryfowe, więc ustawienie Timesa jako podstawowej czcionki w artykułach mija się z celem. Nawet niewprawne oko zauważy, że „coś jest nie tak...”.

Ponoć dobrym sposobem na ściągnięcie uwagi gościa na reklamę jest umieszczenie jej w bliskim otoczeniu jakiegoś obrazka, koniecznie tematycznie dopasowanego do treści strony. Wtedy jest szansa, że reklama będzie zbliżona tematycznie do treści obrazka co zachęci do jej kliknięcia i „uśpi” czujność oglądającej ją osoby.

<u>Reklamy Goooooogle</u>	<u>Zareklamuj się na tej stronie</u>
	<u>Blog - szybko i za darmo</u> Założ bloga. Zaczynij pisać. Zdobądź czytelników i popularność! www.blox.pl
	<u>Zdjęcia przez internet</u> 15 odbitek Kodak gratis! odbitki za 0,34zł, wysyłka 3,90zł www.foteria.pl
	<u>Jak płacić niskie podatki</u> Sprawdzone sposoby, porady. Zobacz jakie to proste! www.money.pl
	<u>Free Domain names</u> Examine many reputable registrars Find suitable one for your needs GeneralDomains.net

Te cztery ikonki stwarzają wrażenie, że są częścią reklamy i z tego powodu ściągają na nią wzrok. Gdy jednostka wyświetla cztery linki...

[...]

IV. Reklama na forum

Wstawiając reklamę na forum (np. najlepiej pod pierwszym postem), nie możesz się spodziewać zbyt dużego CTR. Na 1000 wyświetleń reklamy możesz liczyć średnio co najwyżej na kilka kliknięć.

Elann
Zaawansowany

Wysłany: Czw Sie 31, 2006 1:22 pm Temat postu: przymus? [cytuj](#) [edytuj](#) [IP](#)

Witam:)
i jak zwykle mam pytanie: czy pracodawca może ZMUSIĆ pracownika do pracy w sobotę, przy 5 dniowym tygodniu pracy oraz wolnej sobocie i niedzieli?
Taka sytuacja była u nas, pracownik został przymuszony do przyjscia do pracy, mimo, że miał zajęcia w innej dodatkowej pracy i o konieczności przyjscia w sobotę został powiadomiony w piątek.
pozdrawiam

[Powrót do góry](#) [profil](#) [pw](#) [email](#)

Kodeks Pracy
Sprawdź teraz swoje prawa i obowiązki.
Darmowy Kodeks Pracy
msp.money.pl

Za darmo
130 wzorów dokumentów kadrowych i umów pracowniczych
www.personelodadodz.pl

Rozliczanie czasu pracy
Programy i urządzenia Synel Control System FMN
www.cs.pl

Reklamy Goooooogle [Zareklamuj się na tej stronie](#)

paulo
Doradca

Wysłany: Pią Wrz 01, 2006 12:12 am Temat postu: [cytuj](#) [edytuj](#) [IP](#)

Nie spotkałem się w Kodeksie Pracy ze sformułowaniem "przymus".
Pracownik swoje 40 godz. przepracował i zgodnie z art.129par.1 ma prawo do wolnej soboty.Pracodawca może poprosić pracownika o podjęcie pracy w wolną sobotę a pracownik wyrazić na to zgodę z jednoczesnym wyznaczeniem dnia wolnego wzamian.Informowanie pracownika w piątek o pracy w sobotę moim zdaniem jest dalece nie na miejscu.
Pozdrawiam Paulo.

[Powrót do góry](#) [profil](#) [pw](#) [email](#)

Dyskusje na forach

„Google AdSense mam już od kilku miesięcy. Prowadzę **forum**, które cieszy się dość dużym zainteresowaniem i ruchem w sieci. Jednak po kilku miesiącach stan konta wynosi dopiero kilkanaście dolarów. Dlaczego strona nie zarabia? Co robię źle?”

„Na forach nigdy za wiele nie zarobisz, cały czas wchodzi ci sami ludzie i po jakimś czasie po prostu w ogóle nie zauważają reklam.

Choć muszę przyznać, że prowadzę forum motocyklowe (2350 userów i ponad 15 000 odślon) i choć klików mam mało to są one po wysokich stawkach (a nawet bardzo wysokich).

Popróbuj może z umieszczeniem i dopasowaniem reklamy – ja zmieniam np. kolor co jakiś czas – może to coś pomoże.”

„Co do tematu, to też mam AdSense na forum i na CTR nie narzekam. Reklamy wyświetlają się tylko gościom – bo tak jak ktoś wspomniał, stali, zarejestrowani użytkownicy i tak nie zwracają na nie uwagi. Według mnie odpada reklama po pierwszym poście, na zbyt wielu forach się to przyjęło i klikalność malutka, przynajmniej u mnie. Popróbuj dać reklamę w różnych miejscach, np. w okolicach miejsc, gdzie na forum się najczęściej klika. Ja znalazłem kilka takich. Oczywiście ma to na celu tylko przyciągnięcie uwagi na reklamę, a nie przypadkowe kliknięcia, więc nie należy przesadzać.”

„Z różnych tekstów i opinii dla mnie wniosek jest jeden: nadal najskuteczniejszy sposób umieszczania reklam na forum to **między postami**, najlepiej po pierwszym i gdzieś pod koniec jeszcze. Tak dobrać layout, aby wzrok naturalnie przechodził z treści postu na treść reklamy.”

„Chciałem Was (przede wszystkim administratorów) zapytać, jak wygląda skuteczność takiej reklamy między postami na forum?

Czy reklama jest dosyć skuteczna? CTR w jakich przedziałach? Ewentualnie PW, jeśli można?”

„Nie wiem, ale z doświadczenia powiem, że każde nietypowe rozwiązanie reklamowe najbardziej skuteczne jest na początku.

Tak jak reklamy pomiędzy postami. Później user już się do tego przyzwyczaja i przelatuje wzrokiem nawet nie czytając, więc klikalność spada.

To oczywiście moje zdanie.”

„CTR jest niższy niż możesz sobie wyobrazić w najbardziej pesymistycznych wizjach, więcej szczegółów nie podam.

Jedyne co jeszcze ratuje, to reklamy skierowane na stronę, które są płatne za ilość wyświetleń.”

„Najlepiej klikalna jest reklama na samej górze, po pierwszym poście różnie bywa, mam dwa fora gdzie „użytkownicy” potrafią na 10 000 wizyt nie kliknąć na żadną z reklam.

[...]

VII. Śledzenie kliknięć w Google AdSense przy pomocy Google Analytics

Raporty Google AdSense pokazują nam tylko **sumaryczną ilość wyświetleń, kliknięć w reklamy i zarobione pieniądze**. Mało. Gdy zaprzęgniemy do pracy kanały URL i kanały spersonalizowane, możemy się też dowiedzieć mniej więcej **na których stronach ludzie klikają w reklamy**. Dalej mało. Ja bym chciał wiedzieć: **reklamy których reklamodawców cieszą się największą popularnością?**

Sam AdSense nam tu nie pomoże, ale wiadomo przecież, że gdzie diabeł nie może, tam programistę pośle. Powstały wszelkiej maści **skrypty śledzące kliknięcia** typu AdSense Tracking czy w skrócie AsTracking. Dla skryptów obsługujących różne systemy reklam używa się też określenia AdTracking. Skrypty te zwykle wykorzystują JavaScript do wylapania kliknięcia, a następnie PHP lub ASP jako interface do zapisania tych danych w bazie MySQL.

Ja opiszę znaną przeze mnie niedawno metodę, której **autorem jest Dolly**. Czym wyróżnia się spośród innych? **Ten darmowy skrypt używa systemu Google Analytics do zbierania i prezentowania danych**. Potrafi też śledzić kliknięcia użytkowników, którzy używają Firefoksa (utrudnieniem są kwestie techniczne – IE pozwala na wyciągnięcie informacji o danych pochodzących z innej domeny znajdujących się w naszym IFRAME, Firefox nie). No i najważniejsze: **Poniższy skrypt nie narusza Terms Of Service usługi Google AdSense**.

Trzeba oczywiście pamiętać, że skrypt nie zawsze może zadziałać (np. nietypowa konfiguracja przeglądarki użytkownika). Nie będziemy również w stanie śledzić dokładnie kliknięć w jednostki linków, ponieważ kliknięcie we właściwą reklamę odbywa się już na stronie Google, nie naszej. **Dane zebrane przez Analytics należy więc traktować jako orientacyjne!**

A. Instalacja statystyk

Ponieważ skrypt bazuje na Google Analytics, będziemy potrzebowali aktywnego konta. Jeśli jeszcze nie używaliśmy Google Analytics, powinniśmy się zarejestrować http://www.google.com/analytics/sign_up.html.

Drugą rzeczą, która będzie nam potrzebna, jest odpowiedni plik z kodem JavaScript (<http://tomasz.topa.pl/astracker.js>), który należy uploadować na nasz serwer, najlepiej do głównego katalogu naszego serwisu.

B. Edycja kodu naszej strony

Teraz zaczynamy właściwą instalację. Google zaleca, aby kod aktywujący Analytics był umieszczany przed samym `</body>` (zakładam, że mamy już ustawiony profil dla naszej strony, jeśli nie, to powinniśmy to zrobić wybierając **Analytics Settings » Add Website Profile**). Plik `astracker.js` należy umieścić **na samym końcu strony, za kodem Analytics!** Tego skryptu NIE umieszczamy w sekcji `<head>`. Czyli ostatnie linijki naszej strony powinny wyglądać tak:

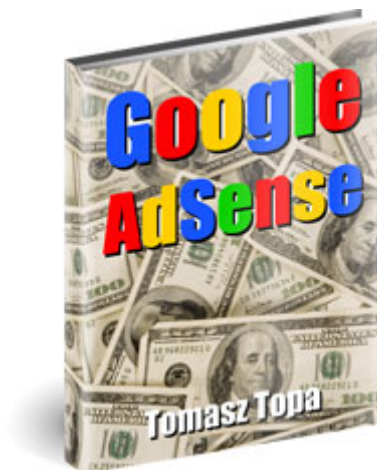
```
<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript">
</script>
<script type="text/javascript">
  _uacct = "UA-xxxxxx-y";
  urchinTracker();
</script>
<script src="/astracker.js" type="text/javascript"> </script>
</body>
</html>
```

Gdzie "UA-xxxxx-y" to oczywiście numer przyznany nam przez Google.

[...]

Cały rozdział dostępny jest w pełnej wersji eBooka

Google AdSense



Jeśli zainteresował Cię darmowy fragment, przeczytaj
informacje o pełnej wersji eBooka

Google AdSense