

Tworzenie zdarzeń konwersji

SPIS TREŚCI

01.

Usługi Google Tag Manager

02.

Konwersja Google Ads

03.

Integracje E-Commerce

04.

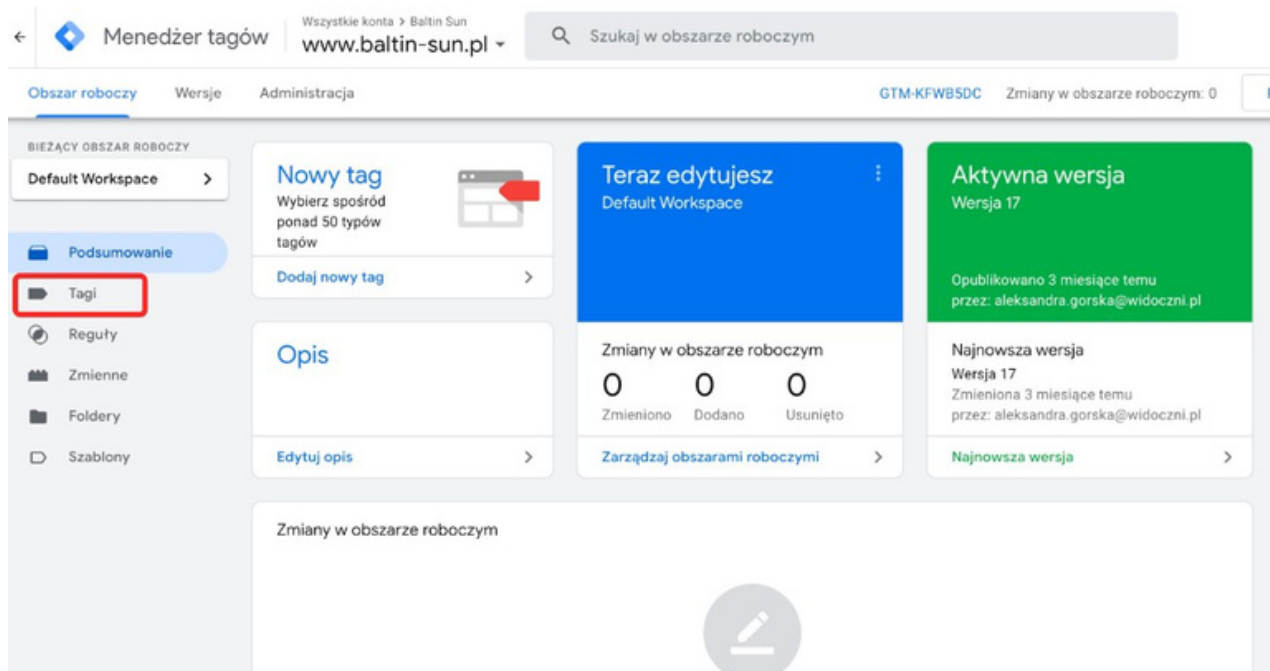
Konwersja sprzedażowa /
Zakup

1. USŁUGI GOOGLE TAG MANAGER

➔ Telefon

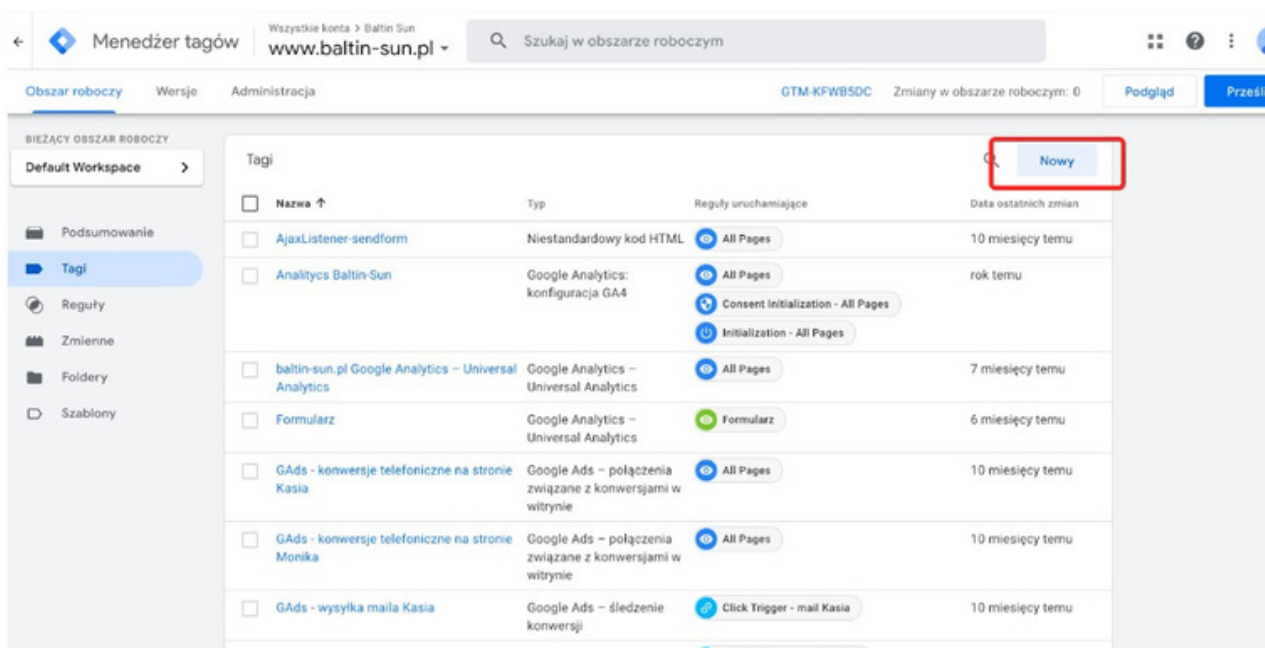
1. Wchodzimy na serwis i sprawdzamy, czy numer telefonu jest podlinkowany. Gdy nie jest podlinkowany na komputerze, sprawdzamy, czy wersja mobilna jest podlinkowana - to wystarczy do śledzenie konwersji telefonicznej.

2. Logujemy się do konta Google Tag Manager i klikamy **Tagi**.

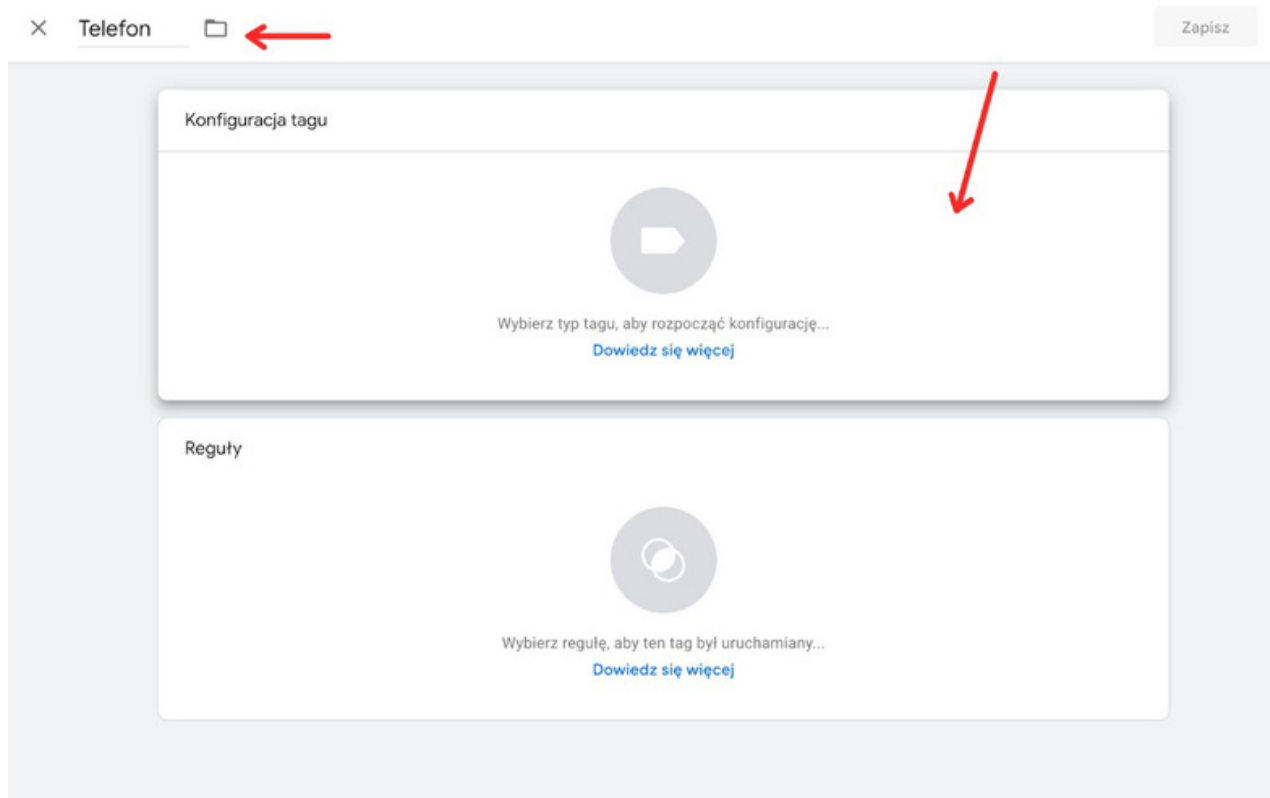


The screenshot shows the Google Tag Manager interface. At the top, there is a navigation bar with 'Menedżer tagów' and the account name 'Baltin Sun'. Below this, there are tabs for 'Obszar roboczy', 'Wersje', and 'Administracja'. The main content area is divided into several sections: 'BIEŻĄCY OBSZAR ROBOCZY' with a 'Default Workspace' dropdown, a 'Nowy tag' section with a 'Dodaj nowy tag' button, an 'Opis' section with an 'Edytuj opis' button, and a 'Teraz edytujesz' section showing 'Zmiany w obszarze roboczym' with three counters for 'Zmieniono', 'Dodano', and 'Usunięto'. On the right, there is an 'Aktywna wersja' section showing 'Wersja 17' and a 'Najnowsza wersja' section showing 'Wersja 17'. The left sidebar contains a list of items: 'Podsumowanie', 'Tagi' (highlighted with a red box), 'Reguły', 'Zmienne', 'Foldery', and 'Szablony'.

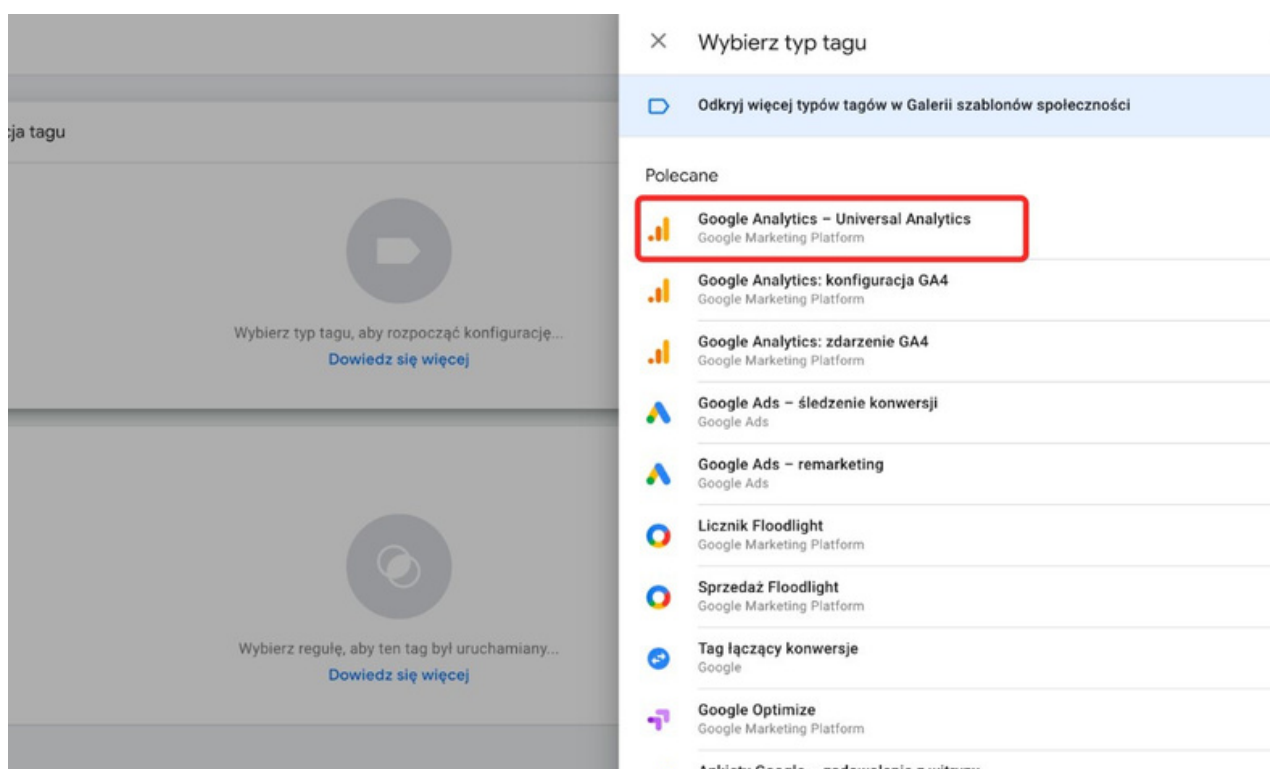
3. Następnie klikamy **Nowy**.



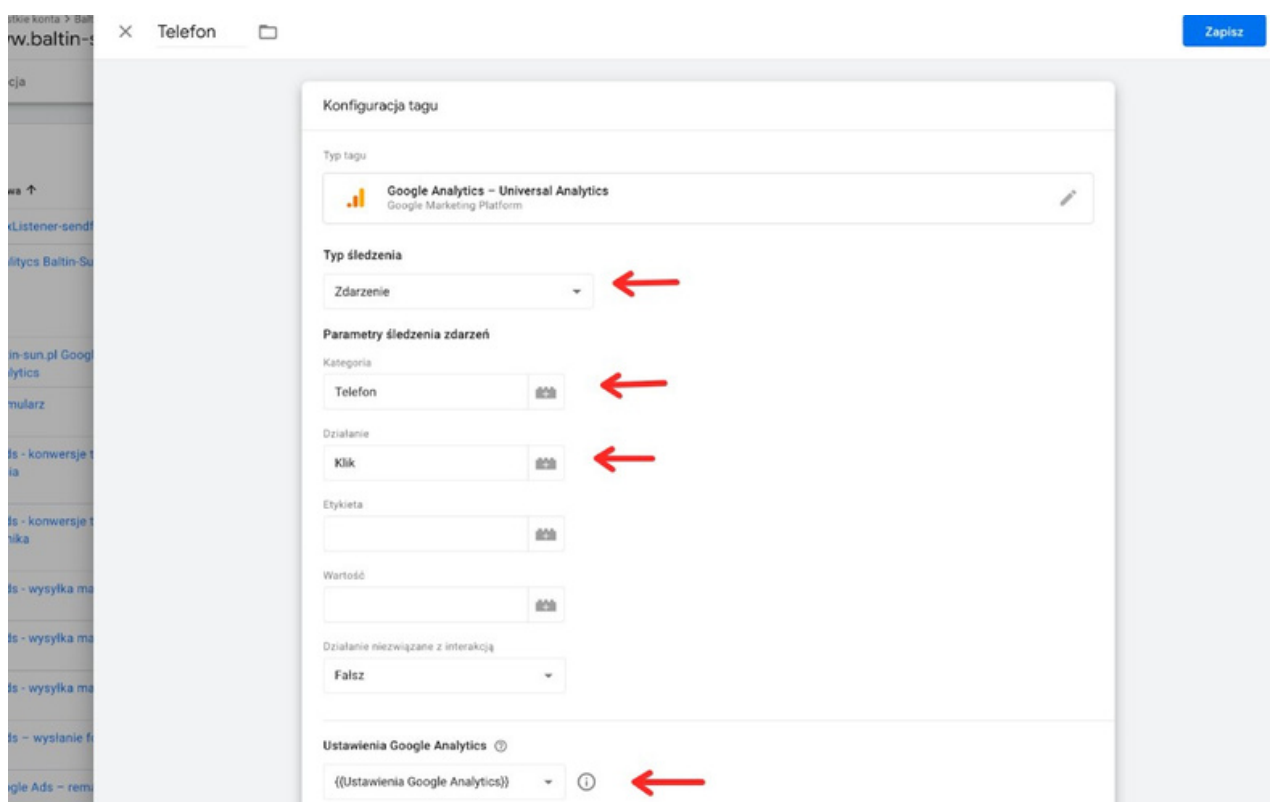
4. W otwartym oknie ustawiamy nazwę konwersji i klikamy w pole **Konfiguracja tagu**.



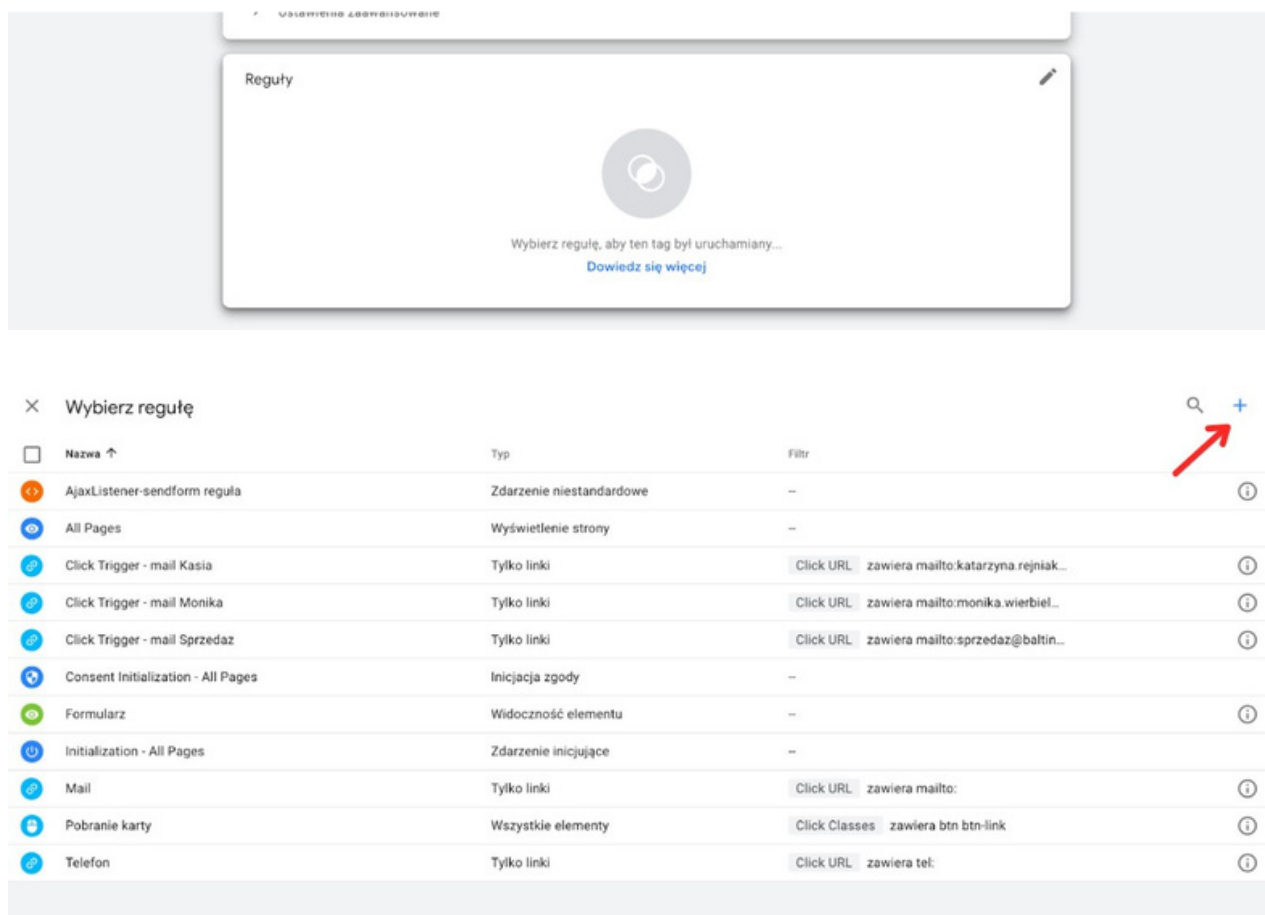
5. Wybieramy **Google Analytics - Universal Analytics**.



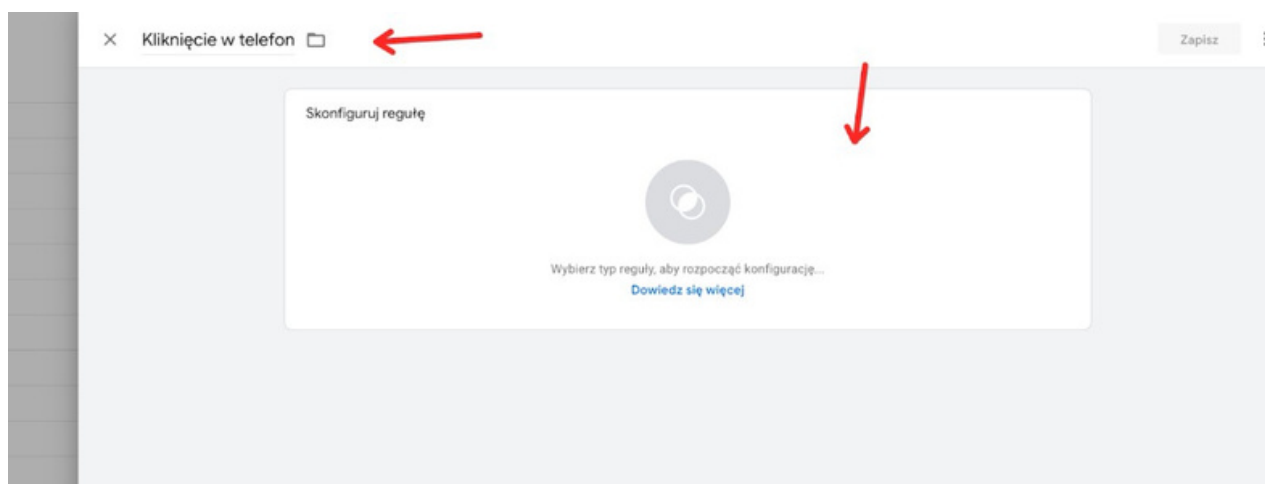
6. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu:



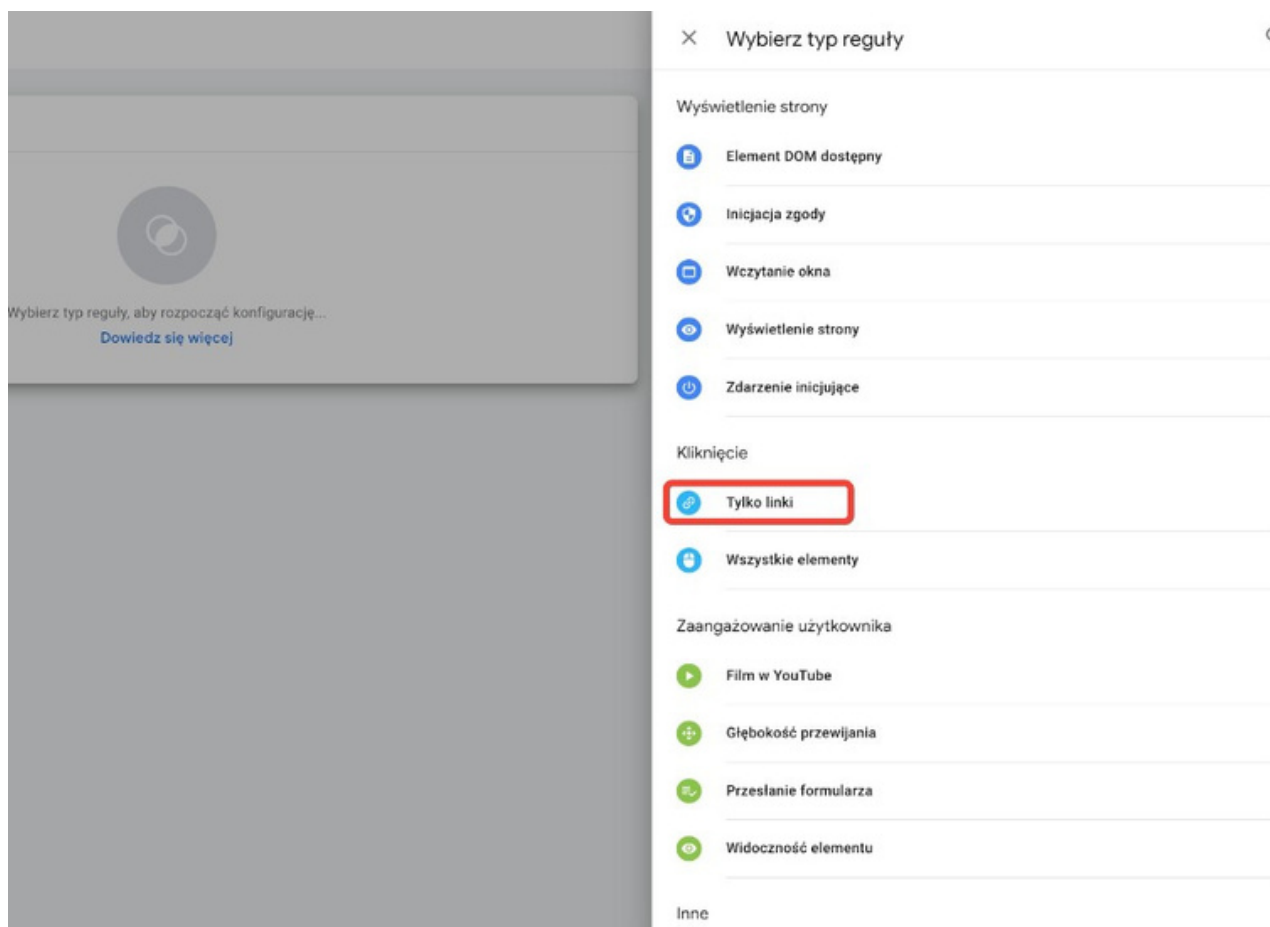
7. Przechodzimy do konfiguracji reguły klikając w ołówkę, a następnie w otwartej karcie klikamy **niebieski plus** w prawym rogu:



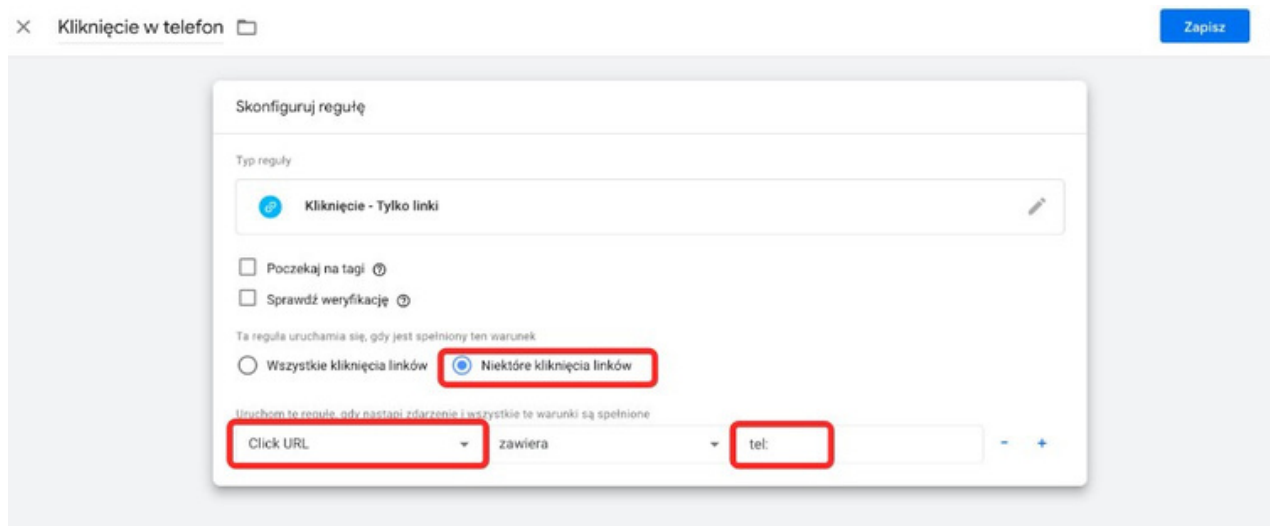
8. Nazywamy regułę i klikamy w pole **Skonfiguruj regułę**.



9. W sekcji **Kliknięcia** wybieramy **Tylko linki**.

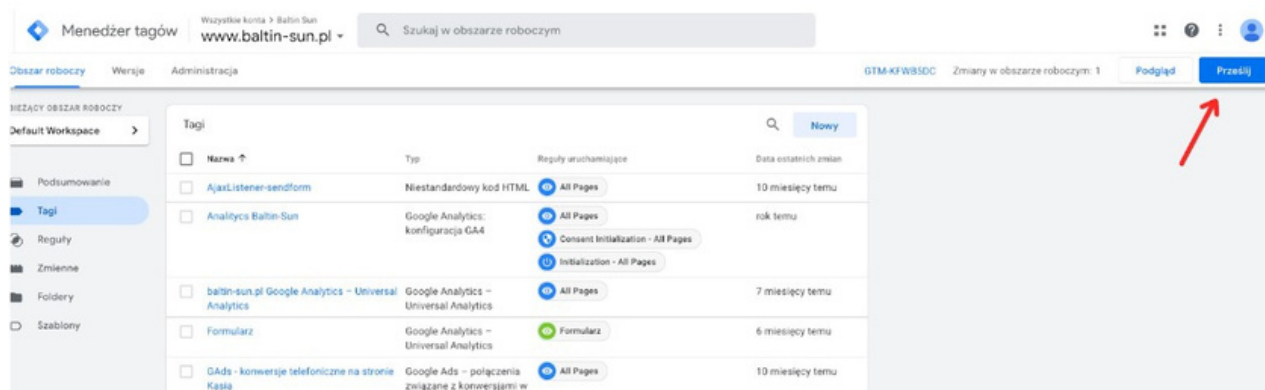


10. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu. UWAGA: Jeżeli chcemy śledzić kliknięcia w konkretny numer telefonu po regule tel: wpisujemy dany numer np. **tel:123456789**

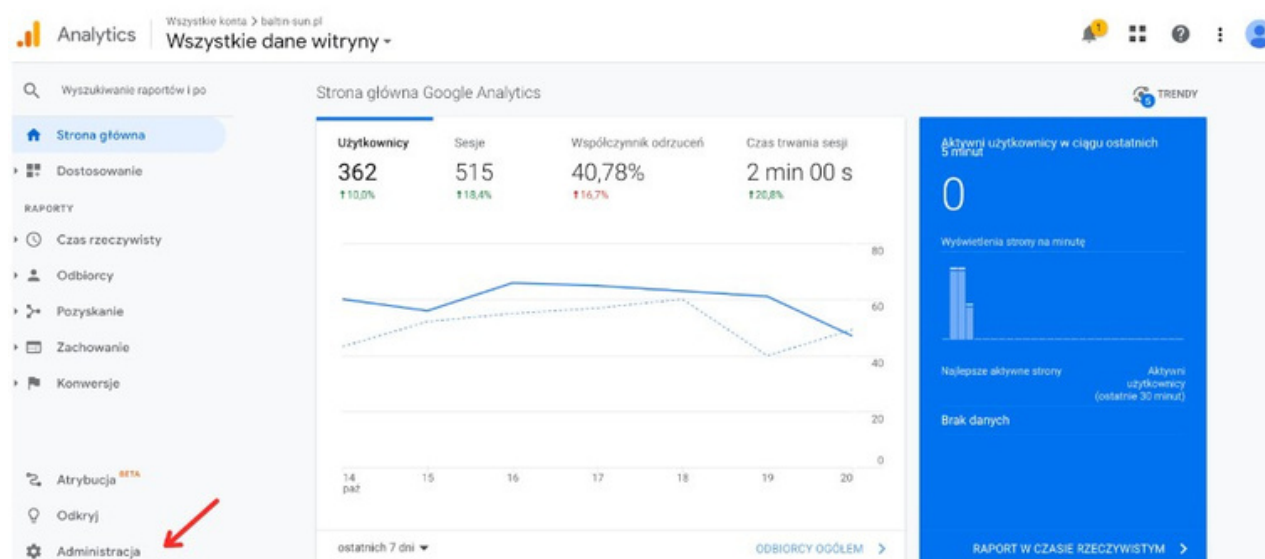


11. Klikamy **Zapisz** zarówno przy regule jak i przy całym tagu.

12. Klikamy **Prześlij** w głównym panelu w prawym górnym rogu, w celu opublikowania tagu.



13. Przechodzimy do Google Analytics i tworzymy cel. Wchodzimy w **Administracja** w lewym dolnym rogu.



14. Następnie wybieramy **Cele** i klikamy czerwony przycisk **+Cel**

The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. The top navigation bar includes 'Wszystkie dane witryny' and a user profile icon. Below the navigation bar, there are three main sections: 'Konto', 'Usługa', and 'Widok danych'. The 'Widok danych' section is expanded, and the 'Cele' (Goals) option is highlighted with a red box. The 'Cele' option is located in the 'Wszystkie dane witryny' dropdown menu.

The screenshot shows the 'Goals' table in the Google Analytics Admin interface. The table has columns for 'Cel', 'Identyfikator', 'Typ', 'Konwersje z ostatnich 7 dni', and 'Rejestracja'. The '+ CEL' button is highlighted with a red box. The table contains four rows of goal data.

Cel	Identyfikator	Typ	Konwersje z ostatnich 7 dni	Rejestracja
<input type="checkbox"/> Formularz	Identyfikator celu 3 / zestaw celów 1	Zdarzenie	0	<input type="checkbox"/> WL
<input type="checkbox"/> Mail	Identyfikator celu 2 / zestaw celów 1	Zdarzenie	0	<input type="checkbox"/> WL
<input type="checkbox"/> Pobranie karty	Identyfikator celu 4 / zestaw celów 1	Zdarzenie	68	<input type="checkbox"/> WL
<input type="checkbox"/> Telefon	Identyfikator celu 1 / zestaw celów 1	Zdarzenie	0	<input type="checkbox"/> WL

15. Wybieramy sekcji **Konfiguracja celu** wybieramy na samym dole **niestandardowe**, a w sekcji **Opis celu** wpisujemy w wierszach **Kategoria i Działanie identyczne** wartości, które wpisaliśmy przy konfiguracji tagu w Google Tag Manager.

3 Szczegóły celu

Warunki zdarzenia

Ustaw co najmniej jeden warunek. Konwersja zostanie zarejestrowana, jeśli przy wystąpieniu zdarzenia będą spełnione wszystkie warunki. Aby utworzyć ten typ celu, musisz mieć skonfigurowane co najmniej jedno zdarzenie. [Więcej informacji](#)

Kategoria	Równa się ▾	Telefon
Działanie	Równa się ▾	Klik
Etykieta	Równa się ▾	Etykieta
Wartość	Większe niż ▾	Wartość

Użyj wartości zdarzenia jako wartości celu podczas konwersji

Jeśli w warunku powyżej nie określisz wartości, która odpowiada kodowi śledzenia zdarzeń, wartość celu pozostanie pusta.

[Zweryfikuj ten cel](#) Na podstawie danych z ostatnich 7 dni sprawdź, ile razy ten cel mógłby zostać zrealizowany.

16. Klikamy Zapisz i importujemy konwersję w panelu Google Ads. W prawym górnym rogu konta klikamy ikonę **Narzędzia i ustawienia**.

17. W sekcji „**Pomiar skuteczności**” klikamy **Konwersje**.

18. Klikamy **przycisk plusa**.

19. Klikamy kolejno **Importuj i Google Analytics (UA)**.

20. Klikamy **Dalej**.

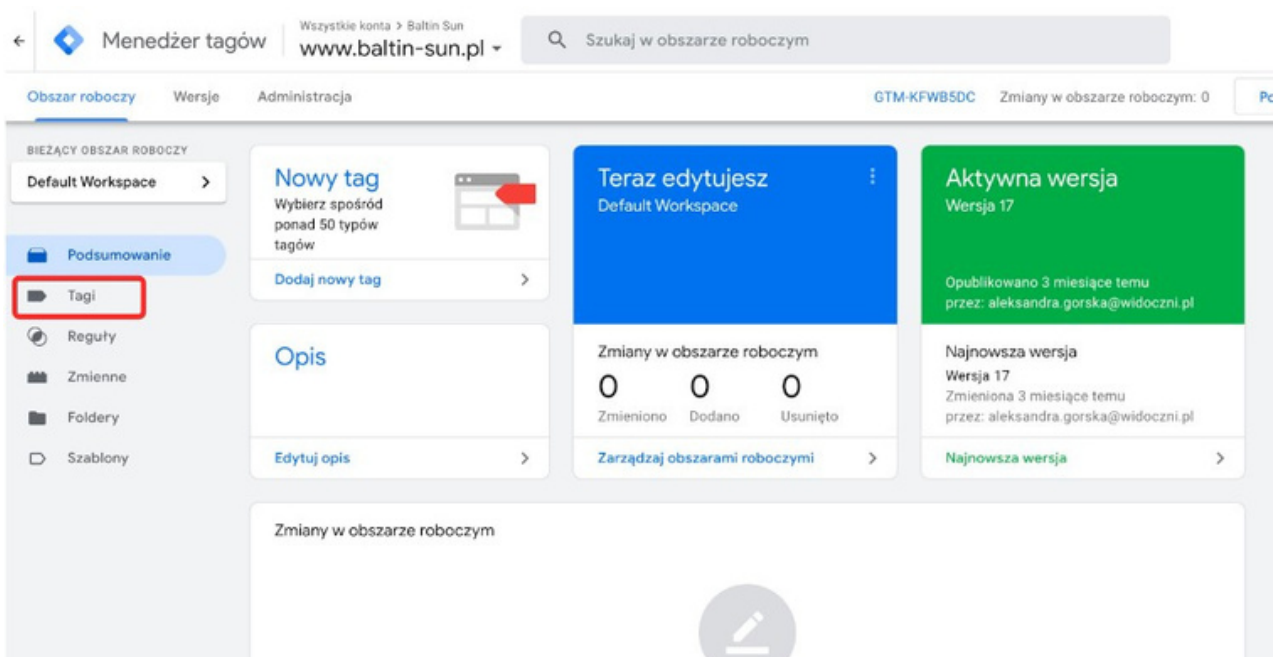
21. Na następnej stronie wybieramy konwersje, które chcemy zaimportować, a potem klikamy **Importuj i kontynuuj**.

22. Klikamy **Gotowe**.

➔ Mail

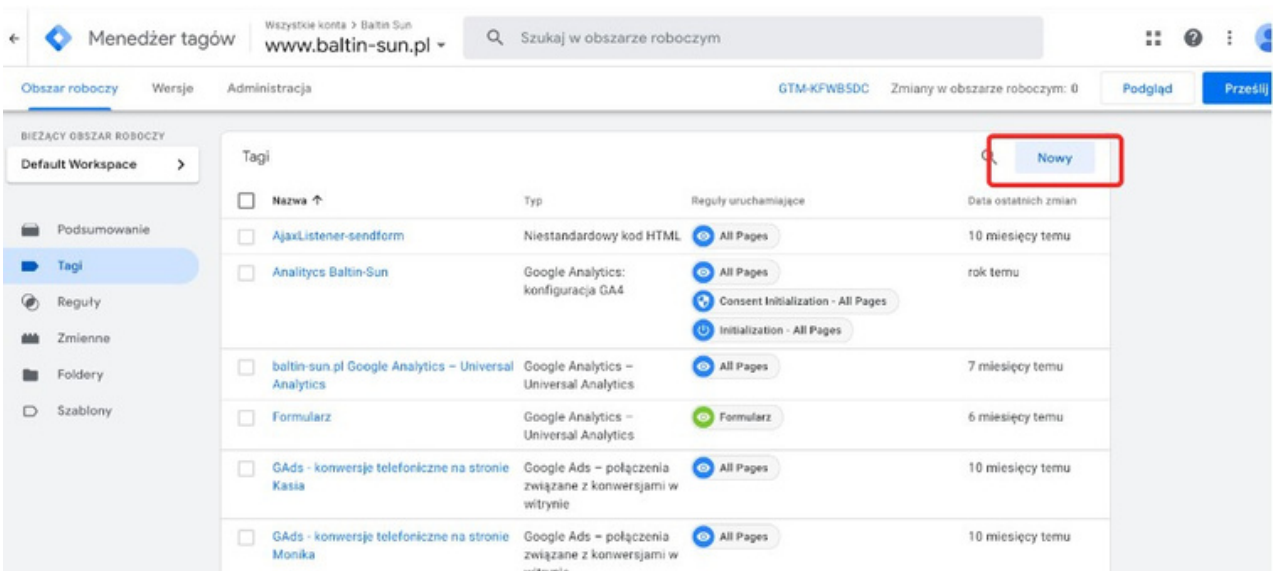
1. Wchodzimy na serwis i sprawdzamy, czy adres e-mail jest podlinkowany.

2. Logujemy się do konta Google Tag Manager i klikamy **Tagi**.



The screenshot shows the Google Tag Manager 'Menedżer tagów' interface. The 'Tagi' menu item in the left sidebar is highlighted with a red box. The main content area displays a 'Nowy tag' (New tag) button, a 'Teraz edytujesz' (You are editing) section for the 'Default Workspace', and an 'Aktywna wersja' (Active version) section for 'Wersja 17'. The 'Zmiany w obszarze roboczym' (Changes in workspace) section shows 0 changes.

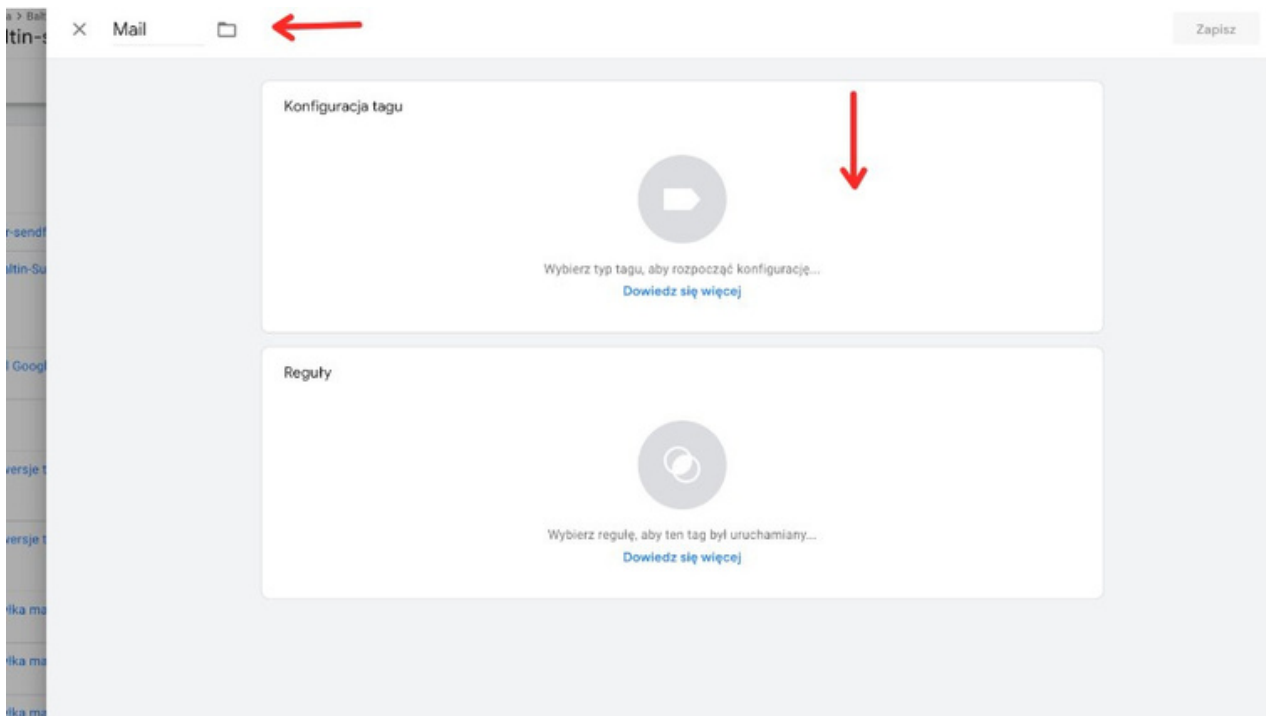
3. Następnie klikamy **Nowy**.



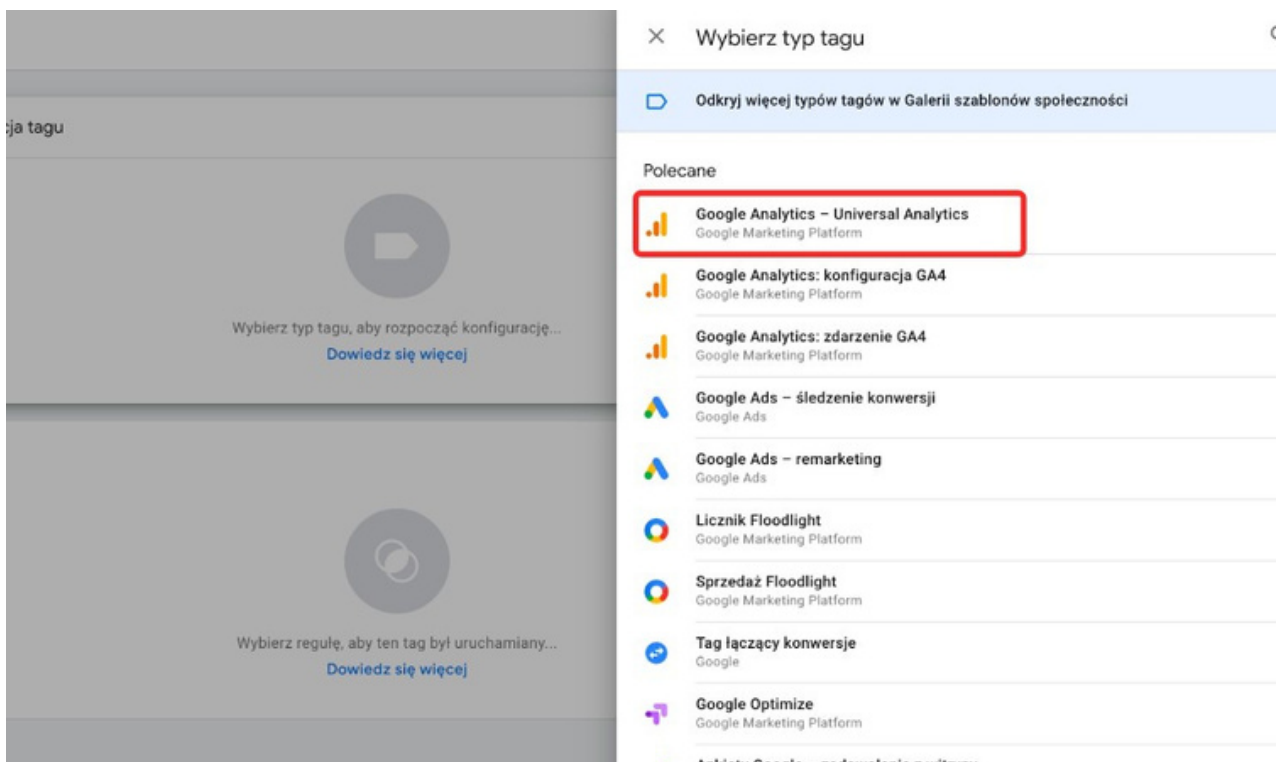
The screenshot shows the Google Tag Manager 'Menedżer tagów' interface with the 'Tagi' (Tags) list. The 'Nowy' (New) button in the top right corner of the list is highlighted with a red box. The list contains several tags, including 'AjaxListener-sendform', 'Analytics Baltin-Sun', 'baltin-sun.pl Google Analytics - Universal Analytics', 'Formularz', 'GAds - konwersje telefoniczne na stronie Kasia', and 'GAds - konwersje telefoniczne na stronie Monika'.

<input type="checkbox"/>	Nazwa ↑	Typ	Reguły uruchamiające	Data ostatnich zmian
<input type="checkbox"/>	AjaxListener-sendform	Niestandardowy kod HTML	All Pages	10 miesięcy temu
<input type="checkbox"/>	Analytics Baltin-Sun	Google Analytics: konfiguracja GA4	All Pages Consent Initialization - All Pages Initialization - All Pages	rok temu
<input type="checkbox"/>	baltin-sun.pl Google Analytics - Universal Analytics	Google Analytics - Universal Analytics	All Pages	7 miesięcy temu
<input type="checkbox"/>	Formularz	Google Analytics - Universal Analytics	Formularz	6 miesięcy temu
<input type="checkbox"/>	GAds - konwersje telefoniczne na stronie Kasia	Google Ads - połączenia związane z konwersjami w witrynie	All Pages	10 miesięcy temu
<input type="checkbox"/>	GAds - konwersje telefoniczne na stronie Monika	Google Ads - połączenia związane z konwersjami w witrynie	All Pages	10 miesięcy temu

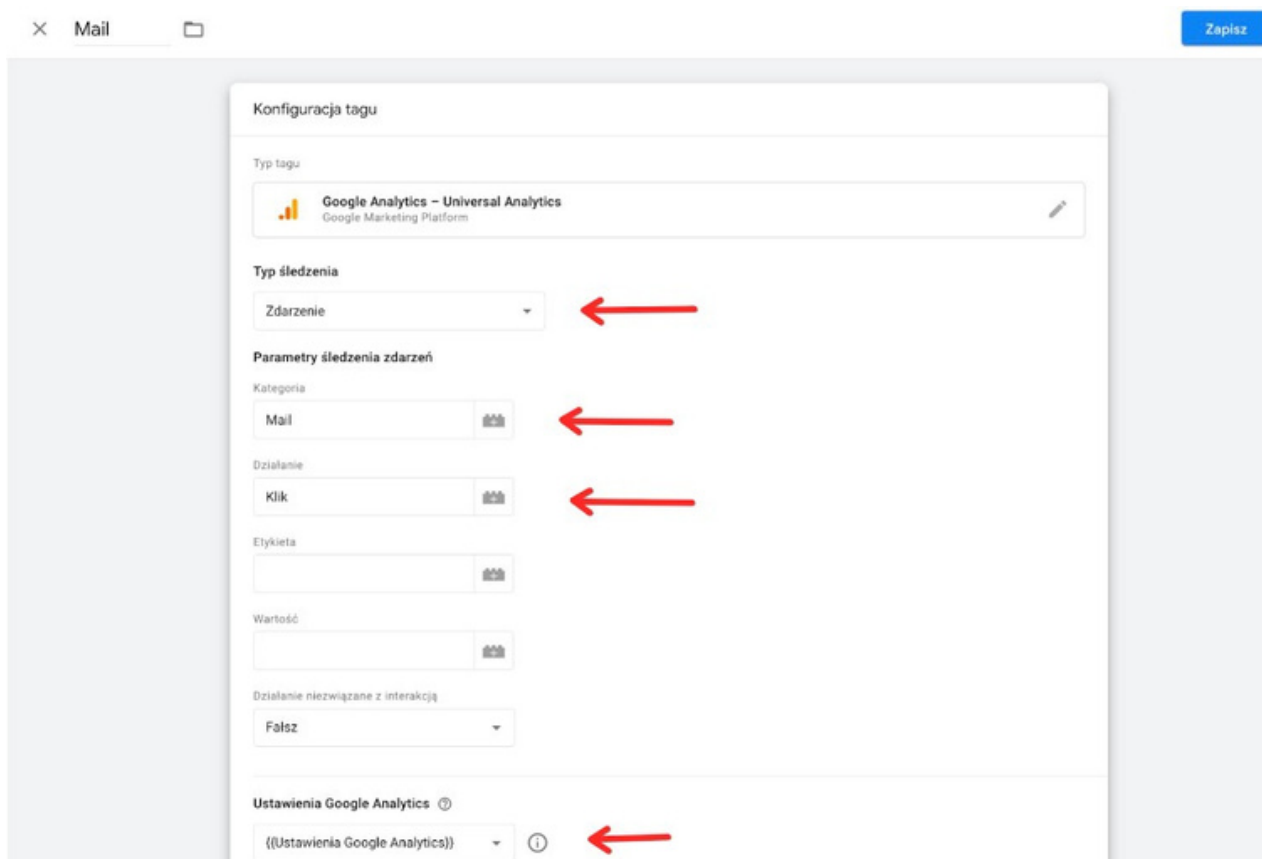
4. W otwartym oknie ustawiamy nazwę konwersji i klikamy w pole **Konfiguracja tagu**.



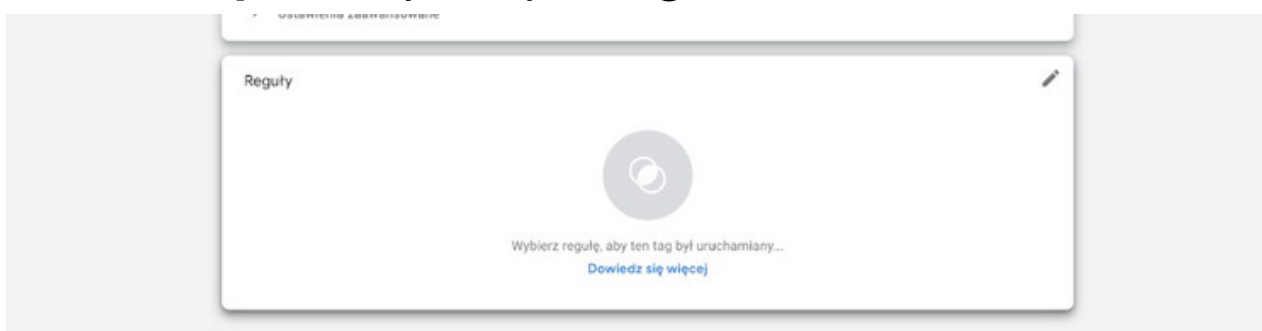
5. Wybieramy **Google Analytics - Universal Analytics**.



6. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu:

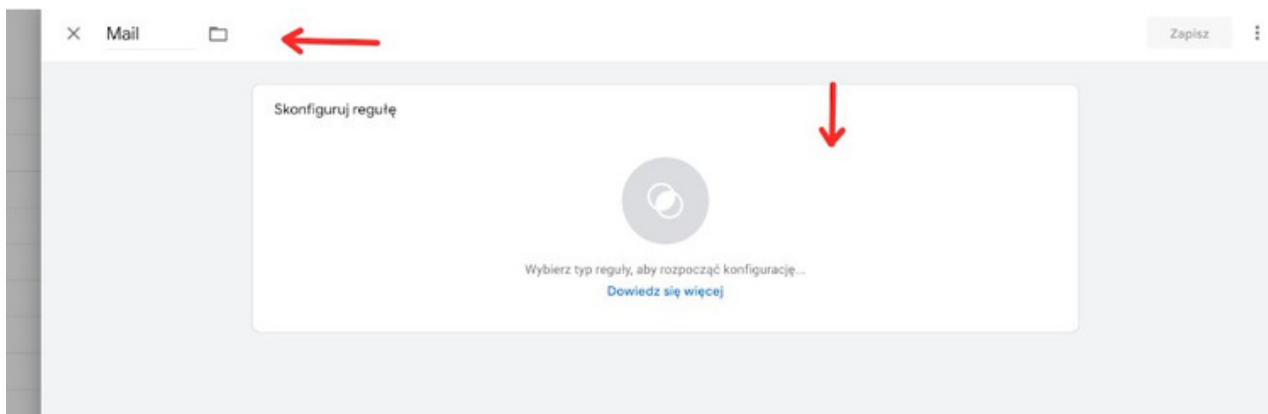


7. Przechodzimy do konfiguracji reguły klikając w ołówek, a następnie w otwartej karcie klikamy **niebieski plus** w prawym rogu:

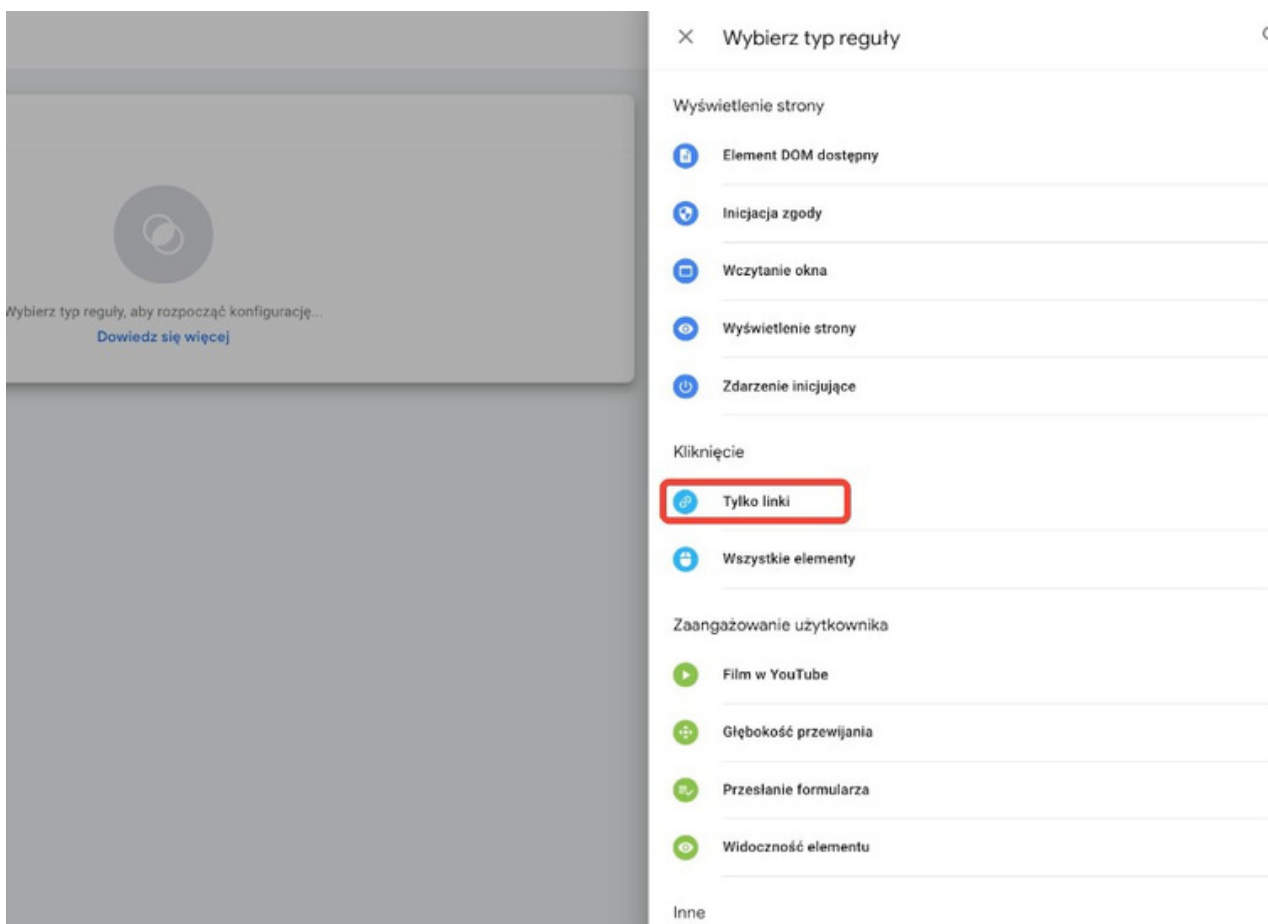


Nazwa ↑	Typ	Filtr
AjaxListener-sendform reguła	Zdarzenie niestandardowe	--
All Pages	Wyświetlenie strony	--
Click Trigger - mail Kasia	Tylko linki	Click URL, zawiera mailto:katarzyna.rejniak...
Click Trigger - mail Monika	Tylko linki	Click URL, zawiera mailto:monika.wierbiel...
Click Trigger - mail Sprzedaz	Tylko linki	Click URL, zawiera mailto:sprzedaz@baltin...
Consent Initialization - All Pages	Inicjacja zgody	--
Formularz	Widoczność elementu	--
Initialization - All Pages	Zdarzenie inicjujące	--

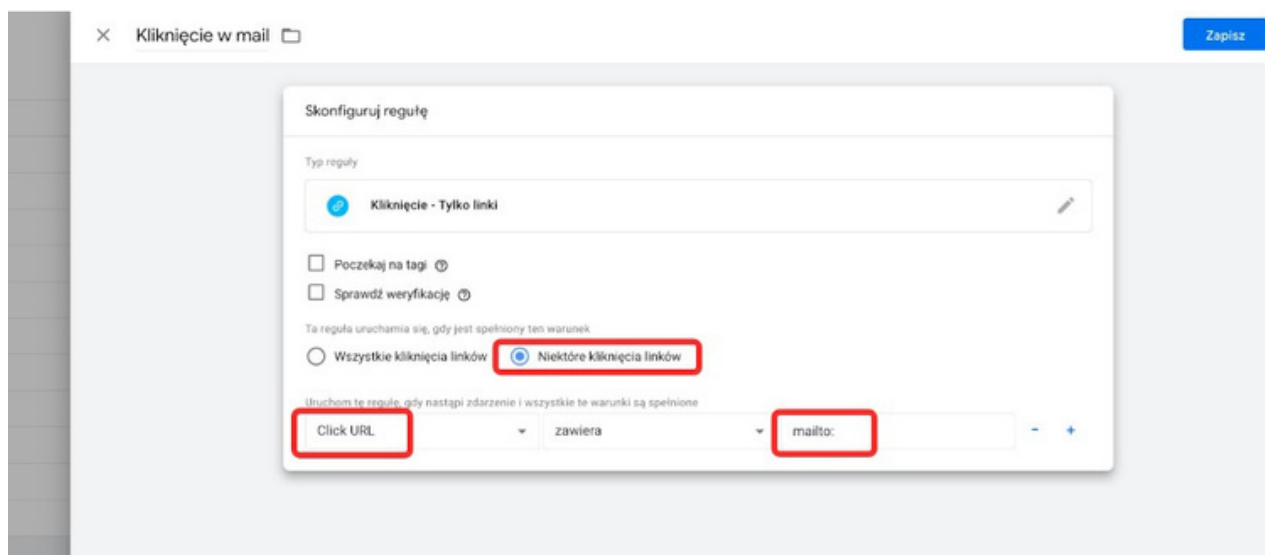
8. Nazywamy regułę i klikamy w pole **Skonfiguruj regułę**.



9. W sekcji **Kliknięcia** wybieramy **Tylko linki**.

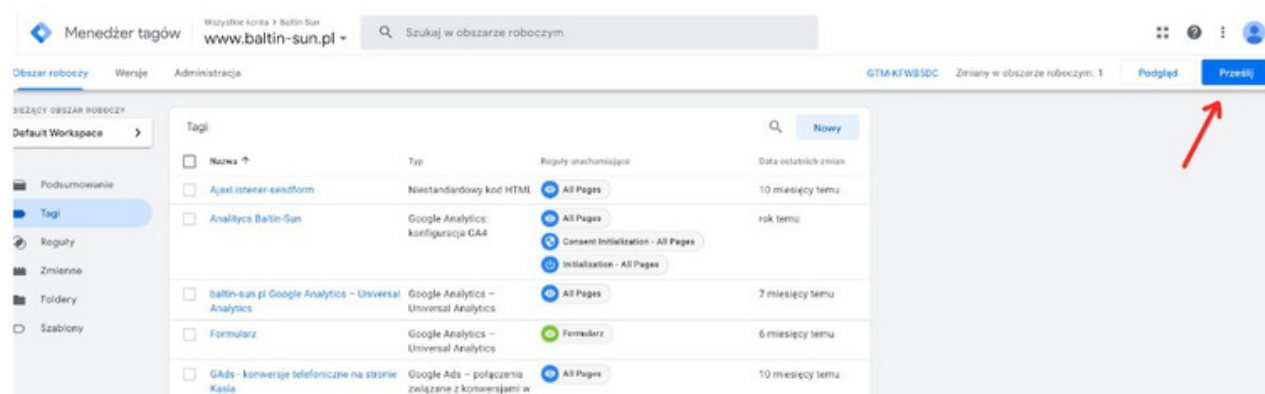


10. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu. UWAGA: Jeżeli chcemy śledzić kliknięcia w konkretny adres e-mail po regule mailto: wpisujemy dany e-mail np. <mailto:przyklad@gmail.com>



11. Klikamy **Zapisz** zarówno przy regule jak i przy całym tagu.

12. Klikamy **Prześlij** w głównym panelu w prawym górnym rogu, w celu opublikowania tagu.



13. Przechodzimy do Google Analytics i tworzymy cel. Wchodzimy w **Administracja** w lewym dolnym rogu.

Analytics Wszystkie konta > bałtin-sun.pl Wszystkie dane witryny -

Strona główna Google Analytics

Użytkownicy 362 ↑10,0%
Sesje 515 ↑18,4%
Współczynnik odrzuceń 40,78% ↑16,7%
Czas trwania sesji 2 min 00 s ↑20,8%

14 paź 15 16 17 18 19 20

ostatnich 7 dni ODBIORCY OGÓLEM

Aktywni użytkownicy w ciągu ostatnich 5 minut: 0

Wyświetlenia strony na minutę

Najlepsze aktywne strony

Aktywni użytkownicy (ostatnie 30 minut)

Brak danych

RAPORT W CZASIE RZECZYWISTYM

14. Następnie wybieramy **Cele** i klikamy czerwony przycisk **+Cel**

ADMINISTRACJA UŻYTKOWNIK

Konto + Utwórz konto

Ustawienia konta

Zarządzanie dostępem do konta

Wszystkie filtry

Historia zmian na koncie

Kosz

Usługa + Utwórz usługę

bałtin-sun.pl (UA-43854817-3)

Asystent konfiguracji usługi Google Analytics 4

Ustawienia usługi

Zarządzanie dostępem do usługi

Informacje o śledzeniu

Historia zmian usługi

Prośby o usunięcie danych

POŁĄCZENIA USŁUG

Widok danych + Utwórz widok danych

Wszystkie dane witryny

Ustawienia widoku

Zarządzanie dostępem do widoku danych

Cele

Grupowanie treści

Filtry

Ustawienia kanałów

Ustawienia e-commerce

+ CEL

Importuj z Galerii rozwiązań Szukaj

	Nazwa	Identyfikator	Typ	Konwersje z ostatnich 7 dni	Rejestracja
<input type="checkbox"/>	Formularz	Identyfikator celu 3 / zestaw celów 1	Zdarzenie	0	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Mail	Identyfikator celu 2 / zestaw celów 1	Zdarzenie	0	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Pobranie karty	Identyfikator celu 4 / zestaw celów 1	Zdarzenie	68	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Telefon	Identyfikator celu 1 / zestaw celów 1	Zdarzenie	0	<input type="checkbox"/>

Pokaż wiersze 10 1-4 z 4

15. Wybieramy sekcji **Konfiguracja celu** wybieramy na samym dole **niestandardowe**, a w sekcji **Opis celu** wpisujemy w wierszach **Kategoria** i **Działanie** **identyczne** wartości, które wpisaliśmy przy konfiguracji tagu w Google Tag Manager.

✓ Konfiguracja celu Edycja
Niestandardowy

✓ Opis celu Edycja
Nazwa: *Mail*
Typ celu: *Zdarzenie*

3 Szczegóły celu

Warunki zdarzenia
Ustaw co najmniej jeden warunek. Konwersja zostanie zarejestrowana, jeśli przy wystąpieniu zdarzenia będą spełnione wszystkie warunki. *Aby utworzyć ten typ celu, musisz mieć skonfigurowane co najmniej jedno zdarzenie.* [Więcej informacji](#)

Kategoria	Równa się ▾	Mail
Działanie	Równa się ▾	Klik
Etykieta	Równa się ▾	Etykieta
Wartość	Większe niż ▾	Wartość

Użyj wartości zdarzenia jako wartości celu podczas konwersji

TAK

Jeśli w warunku powyżej nie określiś wartości, która odpowiada kodowi śledzenia zdarzeń, wartość celu pozostanie pusta.

16. Klikamy **Zapisz** i importujemy konwersję w panelu Google Ads. W prawym górnym rogu konta klikamy ikonę Narzędzia i ustawienia.

17. W sekcji „**Pomiar skuteczności**” klikamy **Konwersje**.

18. Klikamy **przycisk plusa**.

19. Klikamy kolejno **Importuj** i **Google Analytics (UA)**.

20. Klikamy **Dalej**.

21. Na następnej stronie wybieramy konwersje, które chcemy zaimportować, a potem klikamy **Importuj i kontynuuj**.

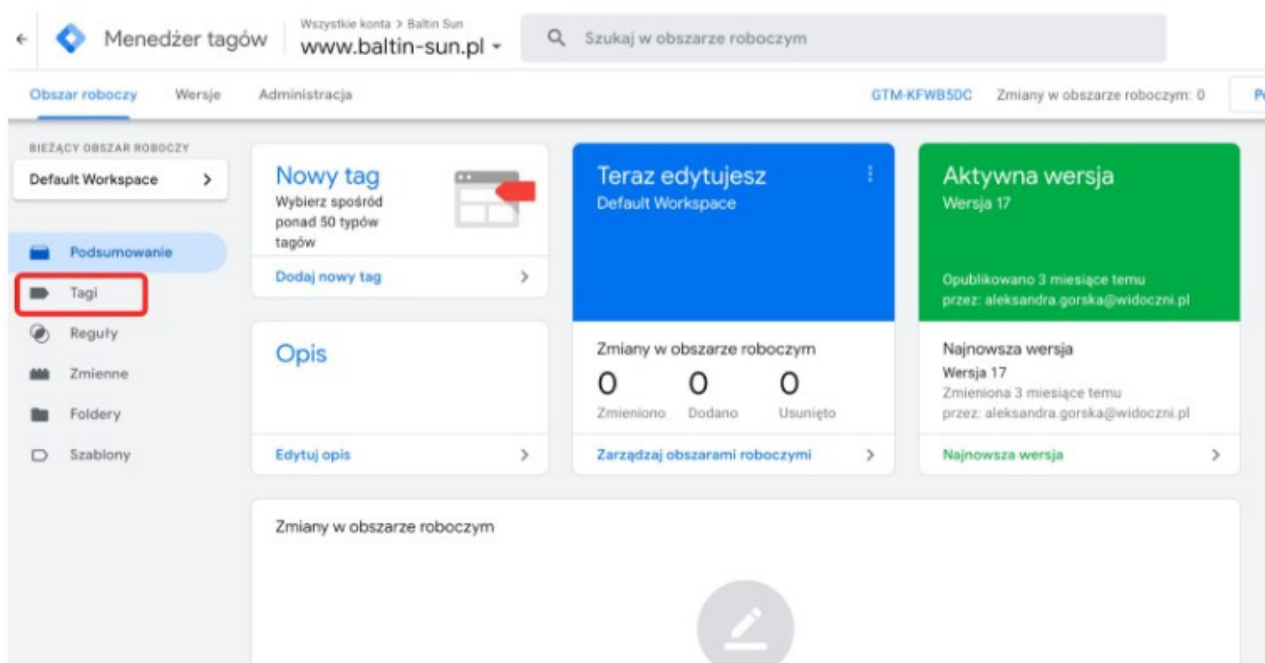
22. Klikamy **Gotowe**.

➔ Formularz

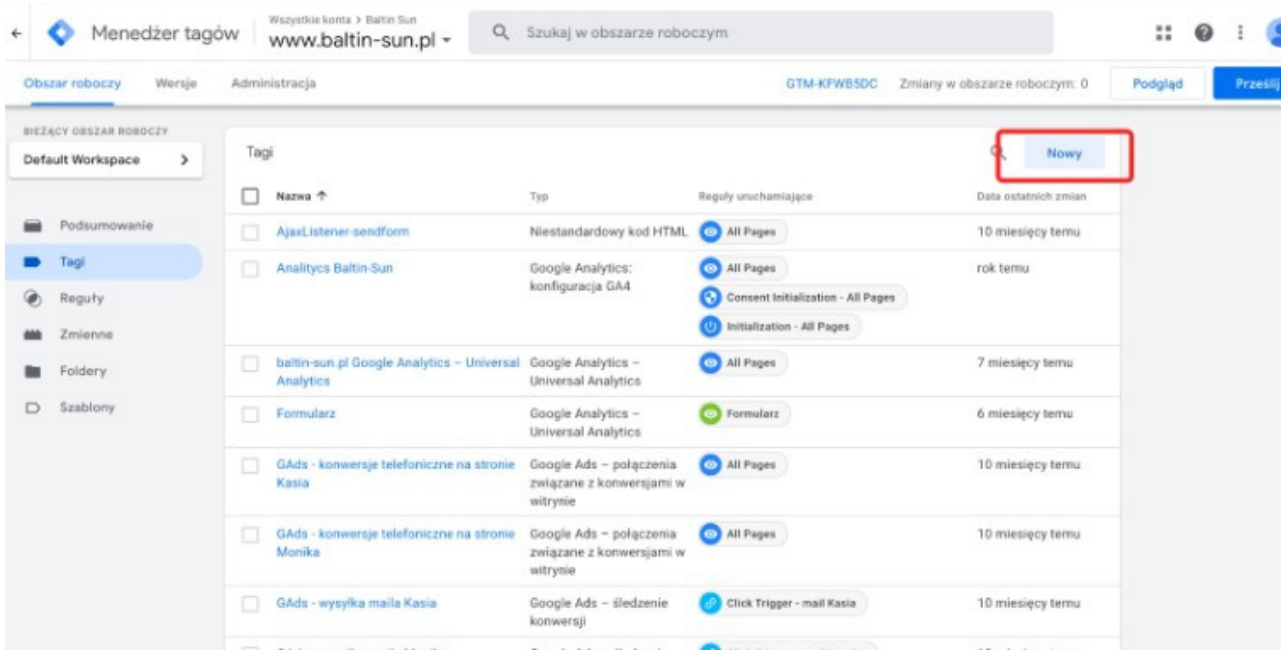
1. Wchodzimy na serwis i wysyłamy testowy formularz. Po wystaniu klikamy prawym przyciskiem myszy w komunikat, który wyświetla się po pomyślnym wystaniu formularza i klikamy **Zbadaj**.

2. Klikamy prawym przyciskiem myszy w miejscu podświetlenia i wybieramy **Copy selector**.

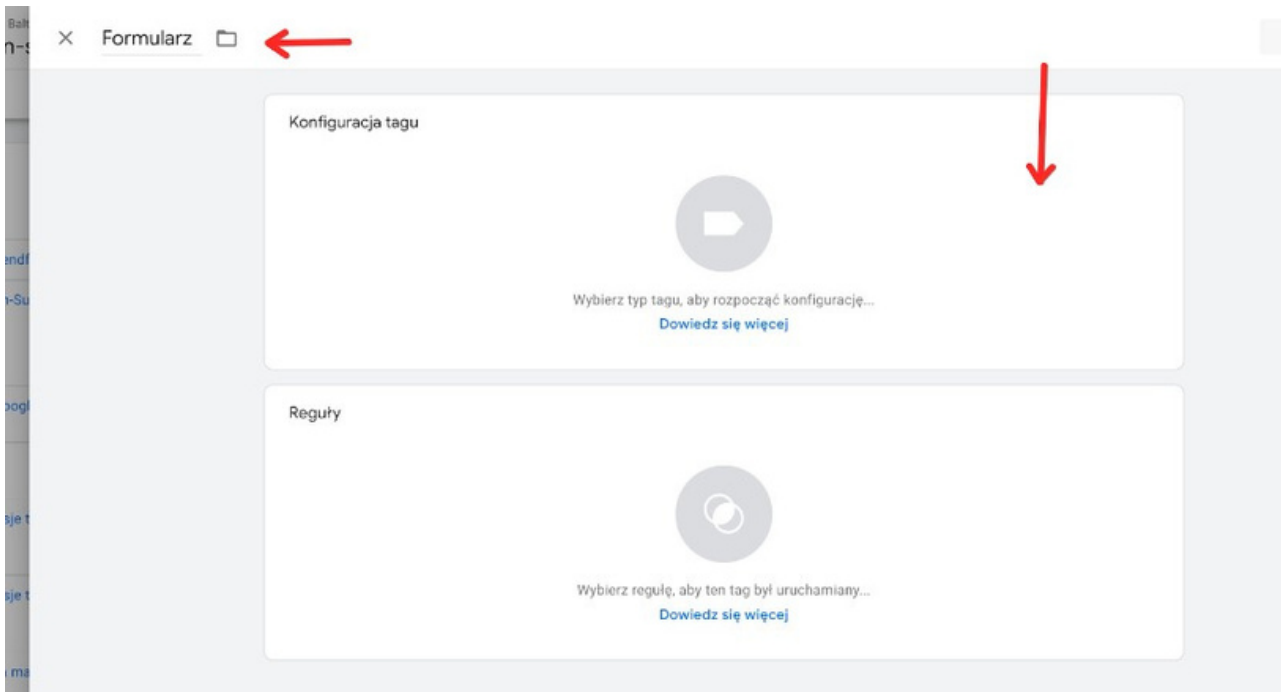
3. Logujemy się do konta Google Tag Manager i klikamy **Tagi**.



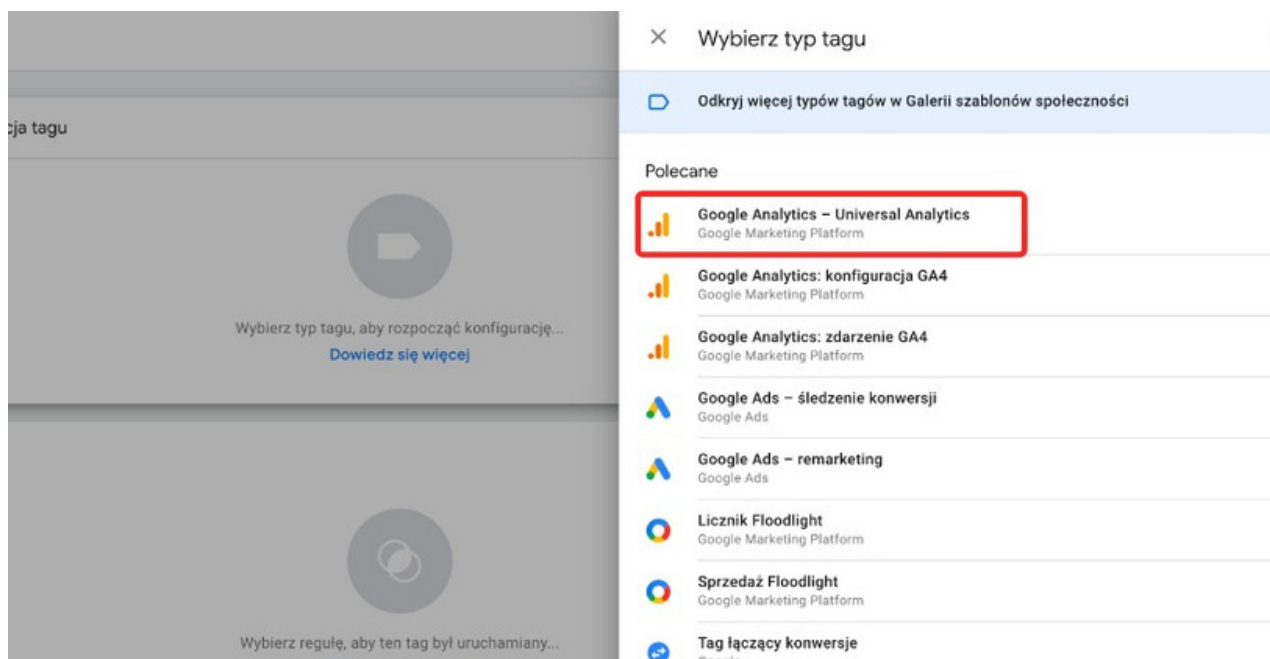
4. Następnie klikamy **Nowy**.



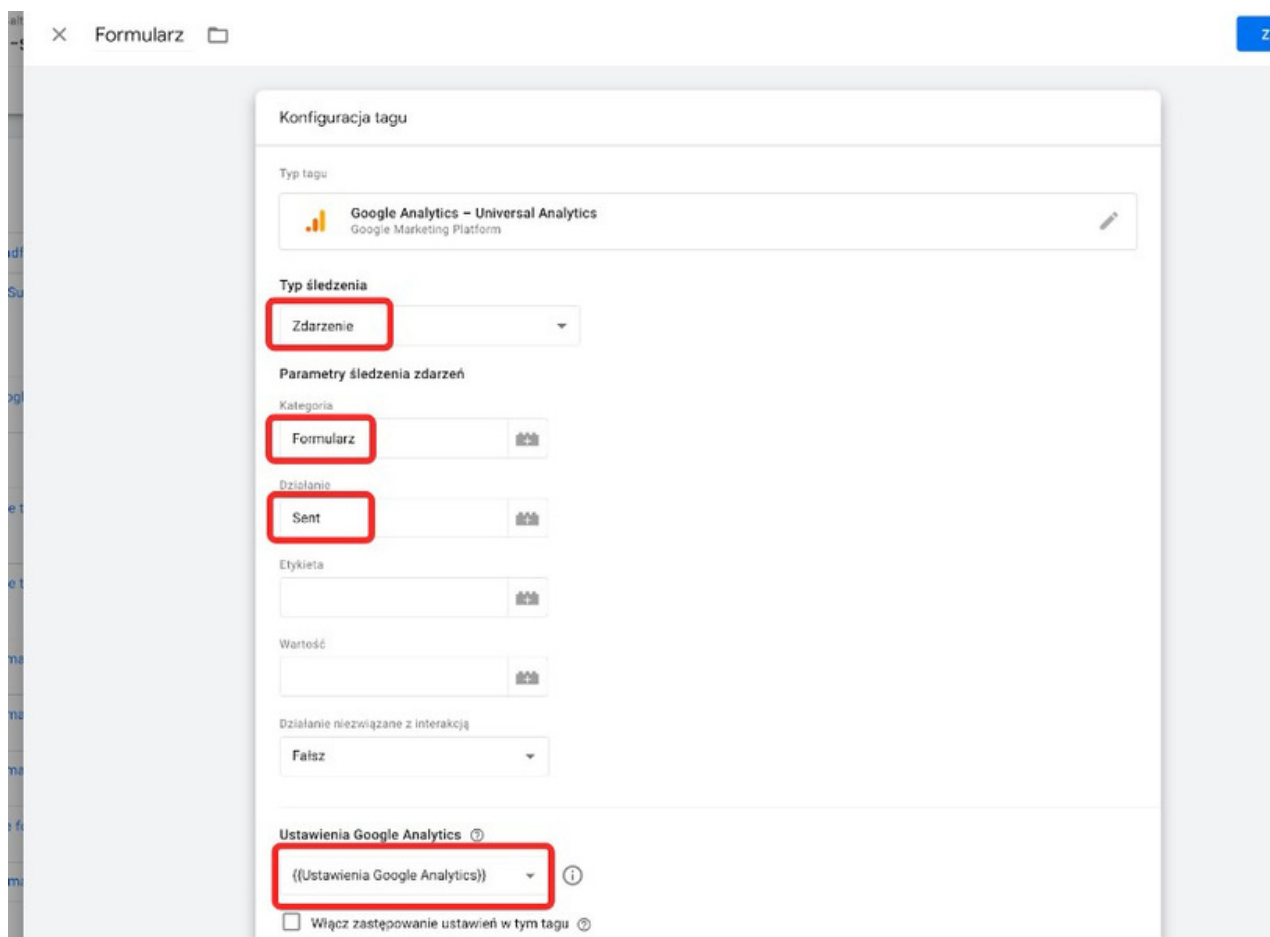
5. W otwartym oknie ustawiamy nazwę konwersji i klikamy w pole **Konfiguracja tagu**.



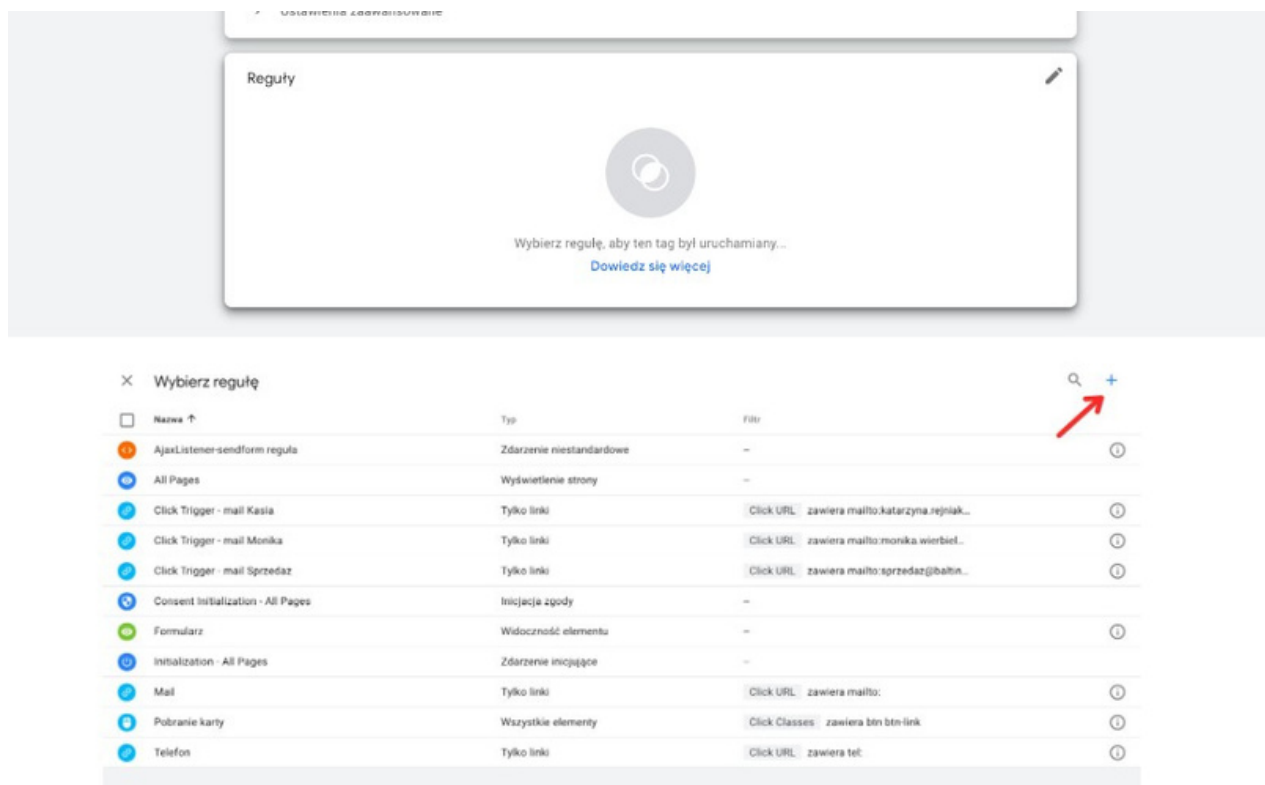
6. Wybieramy Google Analytics - Universal Analytics.



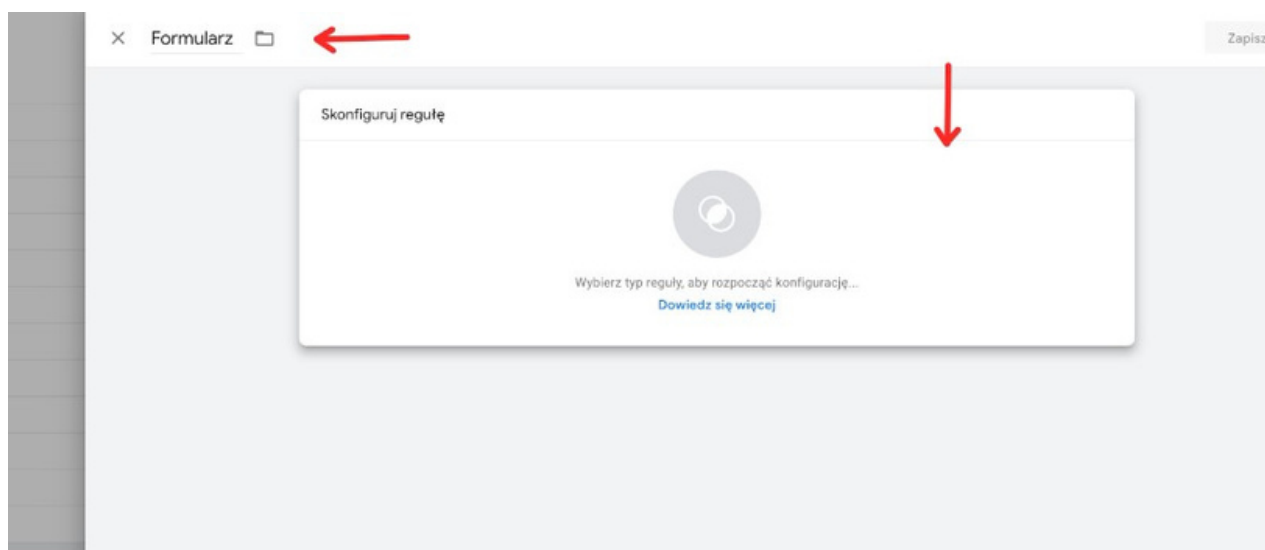
7. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu:



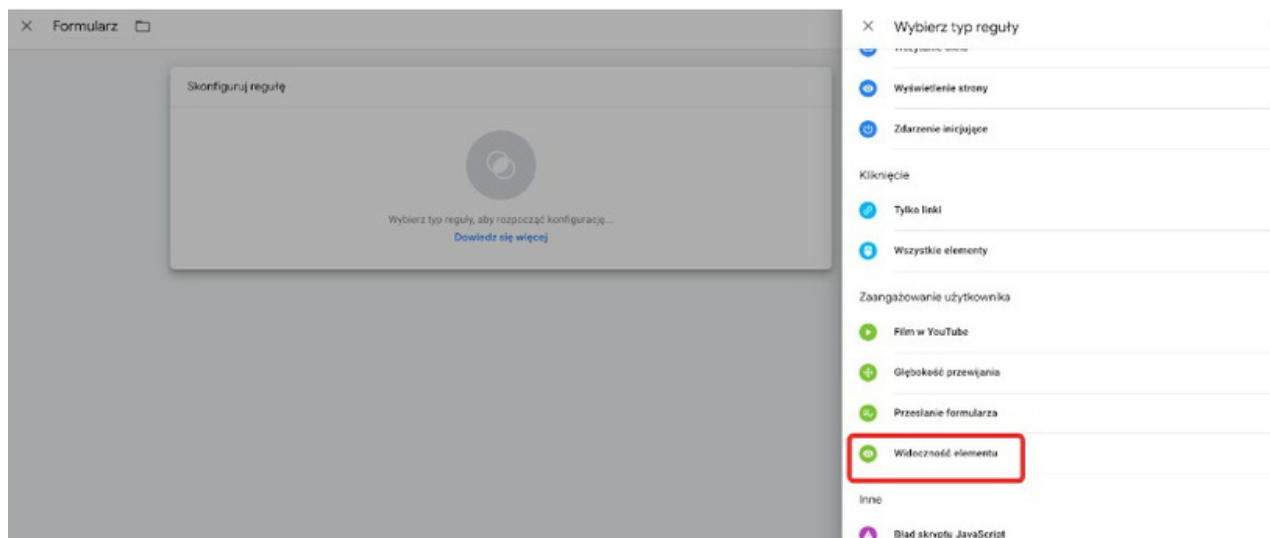
8. Przechodzimy do konfiguracji reguły klikając w ołówkę, a następnie w otwartej karcie klikamy **niebieski plus** w prawym rogu:



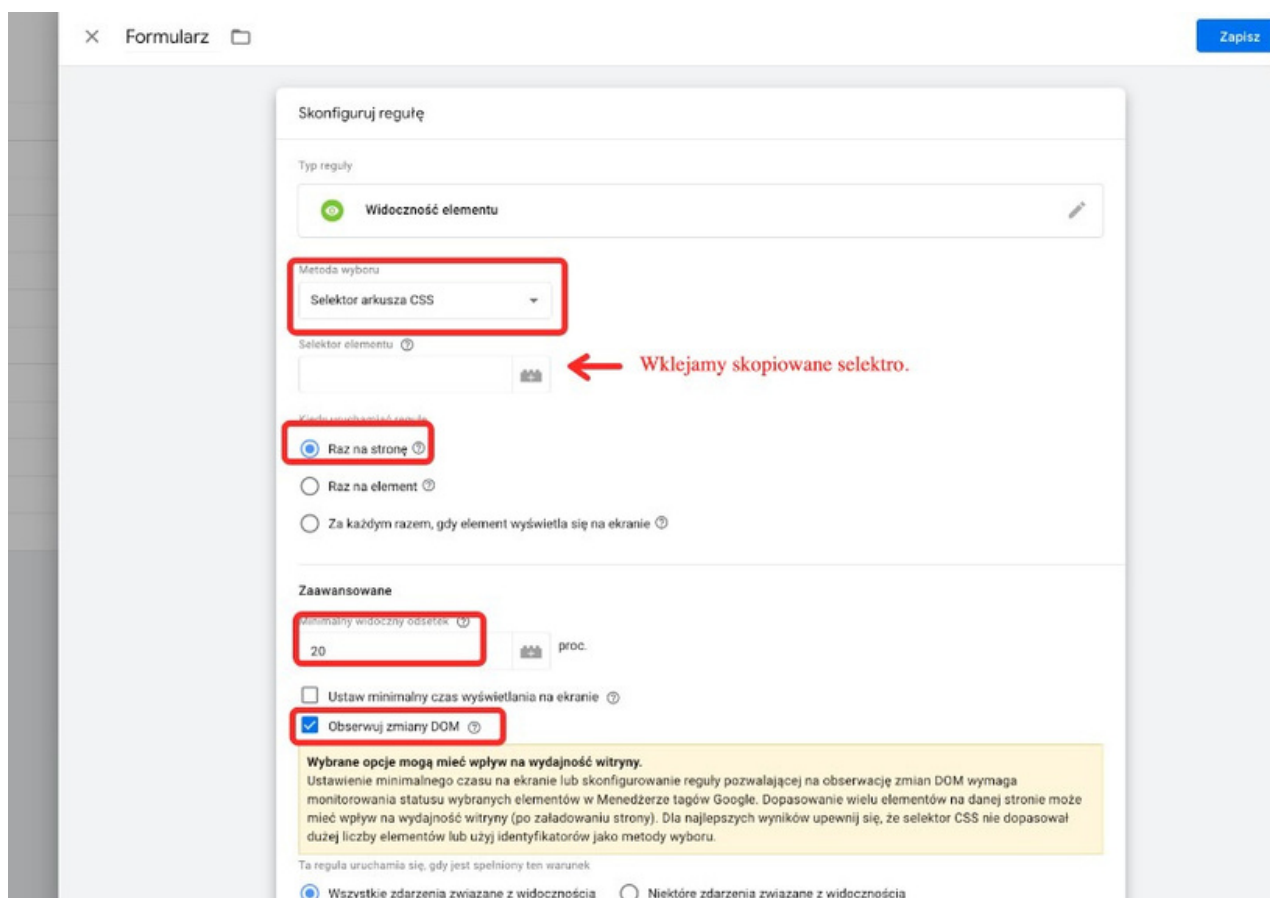
9. Nazywamy regułę i klikamy w pole **Skonfiguruj regułę**.



10. W sekcji **Zaangażowanie** użytkownika wybieramy **Widoczność elementu**.

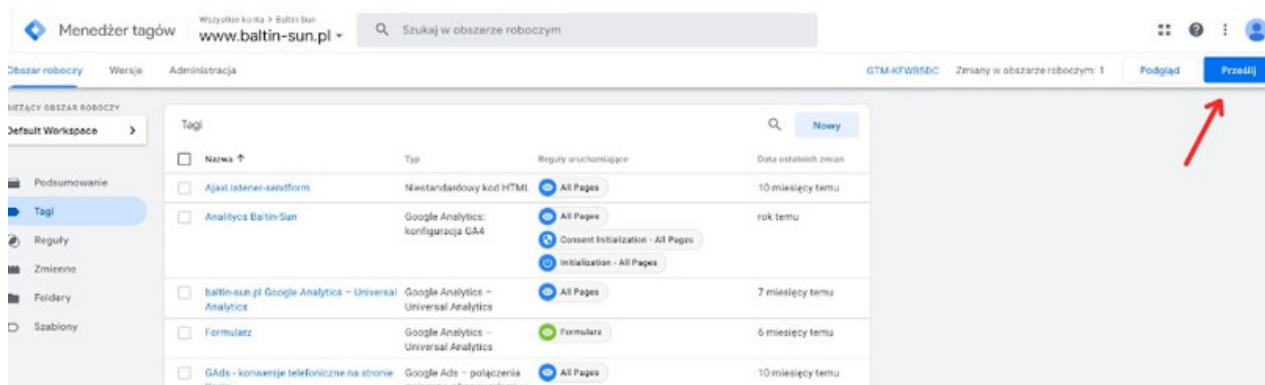


11. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu.



12. Klikamy **Zapisz** zarówno przy regule jak i przy całym tagu.

13. Klikamy **Prześlij** w głównym panelu w prawym górnym rogu, w celu opublikowania tagu.



The screenshot shows the Google Tag Manager 'Menedżer tagów' interface. The main area displays a table of tags with columns for Name, Type, and Last change date. A red arrow points to the 'Prześlij' (Publish) button in the top right corner of the interface.

Nazwa	Typ	Reguły uruchamiania	Data ostatnich zmian
Ajax isteneer-iaedform	Niestandardowy kod HTML	All Pages	10 miesięcy temu
Analytics Baltin-Sun	Google Analytics: konfiguracja GA4	All Pages, Consent Initialization - All Pages, Initialization - All Pages	rok temu
baltin-sun.pl Google Analytics - Universal Analytics	Google Analytics - Universal Analytics	All Pages	7 miesięcy temu
Formularz	Google Analytics - Universal Analytics	Formularz	6 miesięcy temu
GA4s - konwersje telefoniczne na stronie Kasia	Google Ads - połączenia związane z konwersjami w	All Pages	10 miesięcy temu

14. Przechodzimy do Google Analytics i tworzymy cel. Wchodzimy w **Administracja** w lewym dolnym rogu.



The screenshot shows the Google Analytics 'Strona główna' (Home) interface. The left sidebar contains navigation links, with 'Administracja' (Administration) highlighted by a red arrow. The main area displays key metrics and a line chart for the last 7 days.

Uzytkownicy	Sesje	Współczynnik odrzuceń	Czas trwania sesji
362 ↑10,0%	515 ↑18,4%	40,78% ↑16,7%	2 min 00 s ↑28,8%

Strona główna Google Analytics

Wyświetlenia strony na minutę

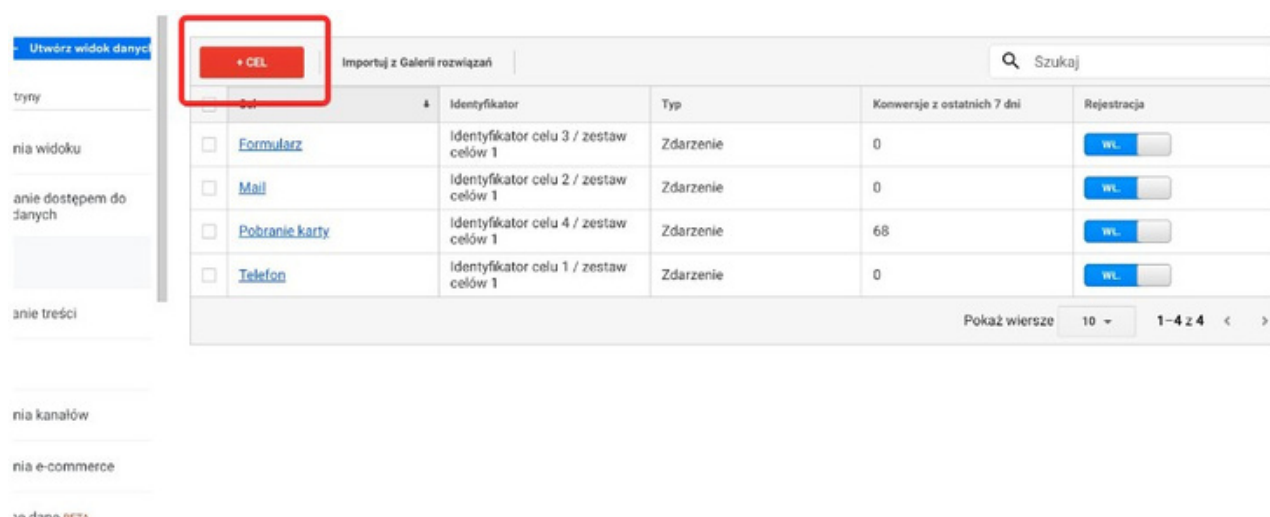
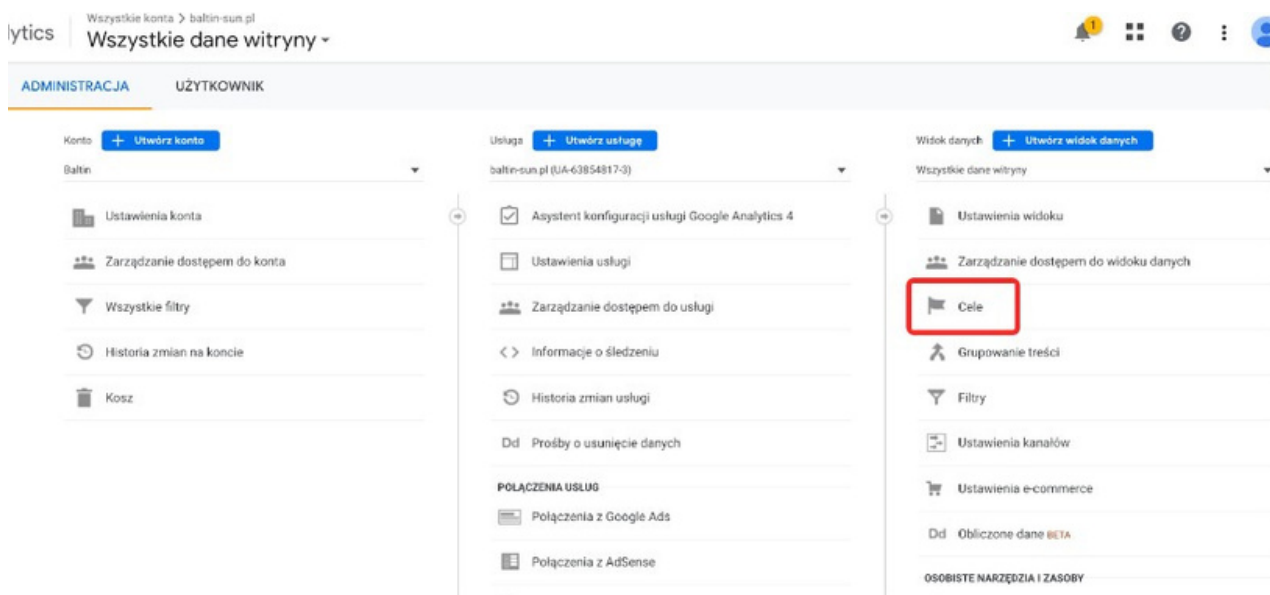
Najlepsze aktywne strony

Aktywni użytkownicy (ostatnie 30 minut)

Brak danych

RAPORT W CZASIE RZECZYWISTYM

15. Następnie wybieramy **Cele** i klikamy czerwony przycisk **+Cel**



16. Wybieramy sekcji **Konfiguracja celu** wybieramy na samym dole **niestandardowe**, a w sekcji **Opis celu** wpisujemy w wierszach **Kategoria** i **Działanie identyczne** wartości, które wpisaliśmy przy konfiguracji tagu w Google Tag Manager.

16. Wybieramy sekcji **Konfiguracja celu** wybieramy na samym dole **niestandardowe**, a w sekcji **Opis celu** wpisujemy w wierszach **Kategoria** i **Działanie** **identyczne** wartości, które wpisaliśmy przy konfiguracji tagu w Google Tag Manager.

The screenshot shows the Google Tag Manager interface with three steps in a vertical list:

- Konfiguracja celu** (Edycja) - Niestandardowy
- Opis celu** (Edycja) - Nazwa: Formularz, Typ celu: Zdarzenie
- Szczegóły celu** (3) - **Warunki zdarzenia**

Under "Warunki zdarzenia", there is a text instruction: "Ustaw co najmniej jeden warunek. Konwersja zostanie zarejestrowana, jeśli przy wystąpieniu zdarzenia będą spełnione wszystkie warunki. Aby utworzyć ten typ celu, musisz mieć skonfigurowane co najmniej jedno zdarzenie. [Więcej informacji](#)"

Below the instruction is a table of conditions:

Kategoria	Równa się ▾	Formularz
Działanie	Równa się ▾	Sent
Etykieta	Równa się ▾	Etykieta
Wartość	Większe niż ▾	Wartość

Below the table is a section titled "Użyj wartości zdarzenia jako wartości celu podczas konwersji" with a "TAK" button.

Jeśli w warunku powyżej nie określisz wartości, która odpowiada kodowi śledzenia zdarzeń, wartość celu pozostanie pusta.

17. Klikamy Zapisz i importujemy konwersję w panelu Google Ads. W prawym górnym rogu konta klikamy ikonę **Narzędzia i ustawienia**.

18. W sekcji „**Pomiar skuteczności**” klikamy **Konwersje**.

19. Klikamy **przycisk plusa**.

20. Klikamy kolejno **Importuj i Google Analytics (UA)**.

21. Klikamy **Dalej**.

22. Na następnej stronie wybieramy konwersje, które chcemy zaimportować, a potem klikamy **Importuj i kontynuuj**.

23. Klikamy **Gotowe**.

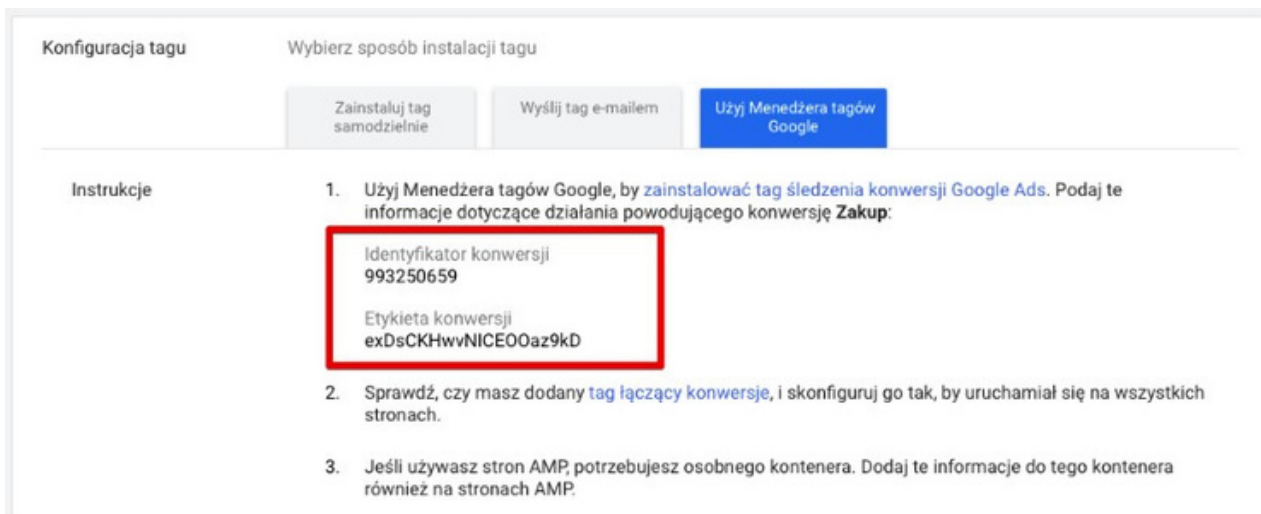
2. KONWERSJA GOOGLE ADS

➔ Telefon

1. Wchodzimy na serwis i sprawdzamy, czy numer telefonu jest podlinkowany. Gdy nie jest podlinkowany na komputerze, sprawdzamy, czy wersja mobilna jest podlinkowana - to wystarczy do śledzenie konwersji telefonicznej.
2. W panelu Google Ads przejdź do zakładki **Narzędzia > Konwersje** i wybierz opcję **Nowe działanie powodujące konwersję > Połączenia telefoniczne > Kliknięcia numeru telefonu w Twojej witrynie mobilnej**.
3. Następnie wpisz nazwę oraz wybierz ustawienia:
 - nie używaj wartości dla tego działania powodującego konwersję
 - liczba – jedna
 - okno konwersji – 90 dni
 - uwzględnij w konwersjach – koniecznie na tak, w przeciwnym razie w kolumnie Konwersje nie zobaczysz danych z tej konwersji
 - model atrybucji – oparty na danych

4. Klikamy **Utwórz i kontynuuj**.

5. Wybieramy opcję instalacji za pomocą Google Tag Manager. Wyświetlą się dwie kluczowe informacje – **Identyfikator konwersji i Etykieta konwersji**.



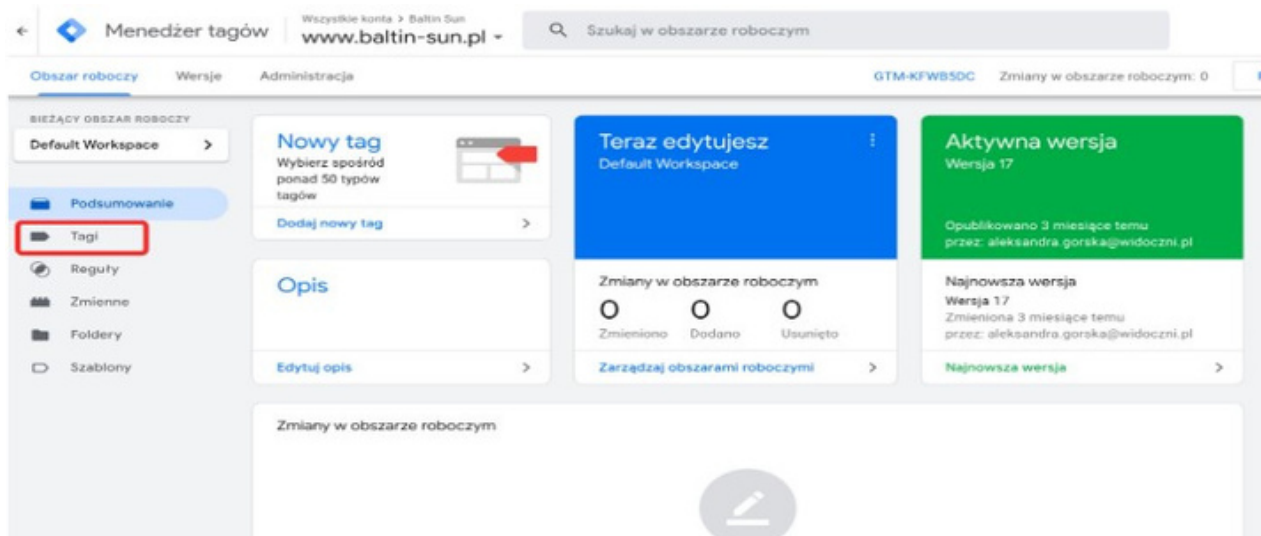
Konfiguracja tagu Wybierz sposób instalacji tagu

Zainstaluj tag samodzielnie Wyślij tag e-mailem **Użyj Menedżera tagów Google**

Instrukcje

1. Użyj Menedżera tagów Google, by zainstalować tag śledzenia konwersji Google Ads. Podaj te informacje dotyczące działania powodującego konwersję **Zakup**:
Identyfikator konwersji
993250659
Etykieta konwersji
exDsCKHwvNICE00az9kD
2. Sprawdź, czy masz dodany tag łączący konwersje, i skonfiguruj go tak, by uruchamiał się na wszystkich stronach.
3. Jeśli używasz stron AMP, potrzebujesz osobnego kontenera. Dodaj te informacje do tego kontenera również na stronach AMP.

6. Logujemy się do konta Google Tag Manager i klikamy **Tagi**.



Menedżer tagów Wszystkie konta > Baltin Sun www.baltin-sun.pl Szukaj w obszarze roboczym

Obszar roboczy Wersje Administracja GTM-KFWB5DC Zmiany w obszarze roboczym: 0

BIEŻĄCY OBSZAR ROBOCZY

Default Workspace >

Podsumowanie

Tagi

Reguły

Zmienne

Foldery

Szablony

Nowy tag
Wybierz spośród ponad 50 typów tagów
Dodaj nowy tag >

Opis
Edytuj opis >

Teraz edytujesz
Default Workspace

Zmiany w obszarze roboczym

Zmieniono Dodano Usunięto

Zarządzaj obszarami roboczymi >

Aktywna wersja
Wersja 17

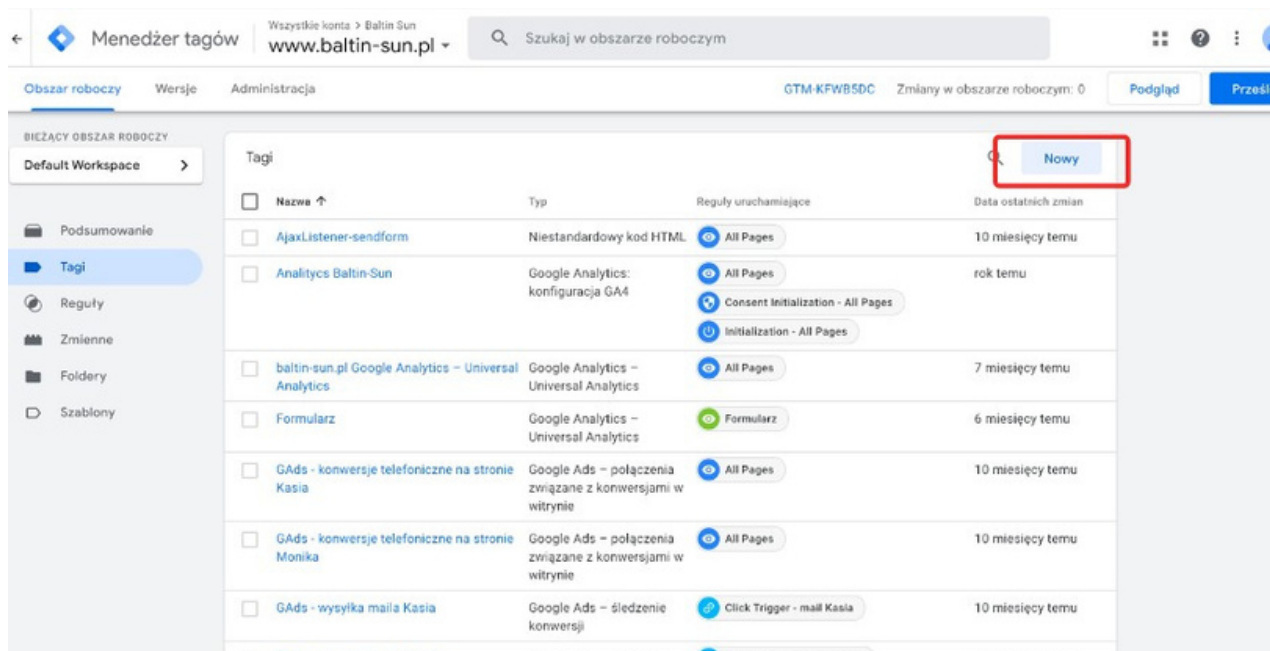
Opublikowano 3 miesiące temu przez: aleksandra.gorska@widoczni.pl

Najnowsza wersja
Wersja 17
Zmieniona 3 miesiące temu przez: aleksandra.gorska@widoczni.pl

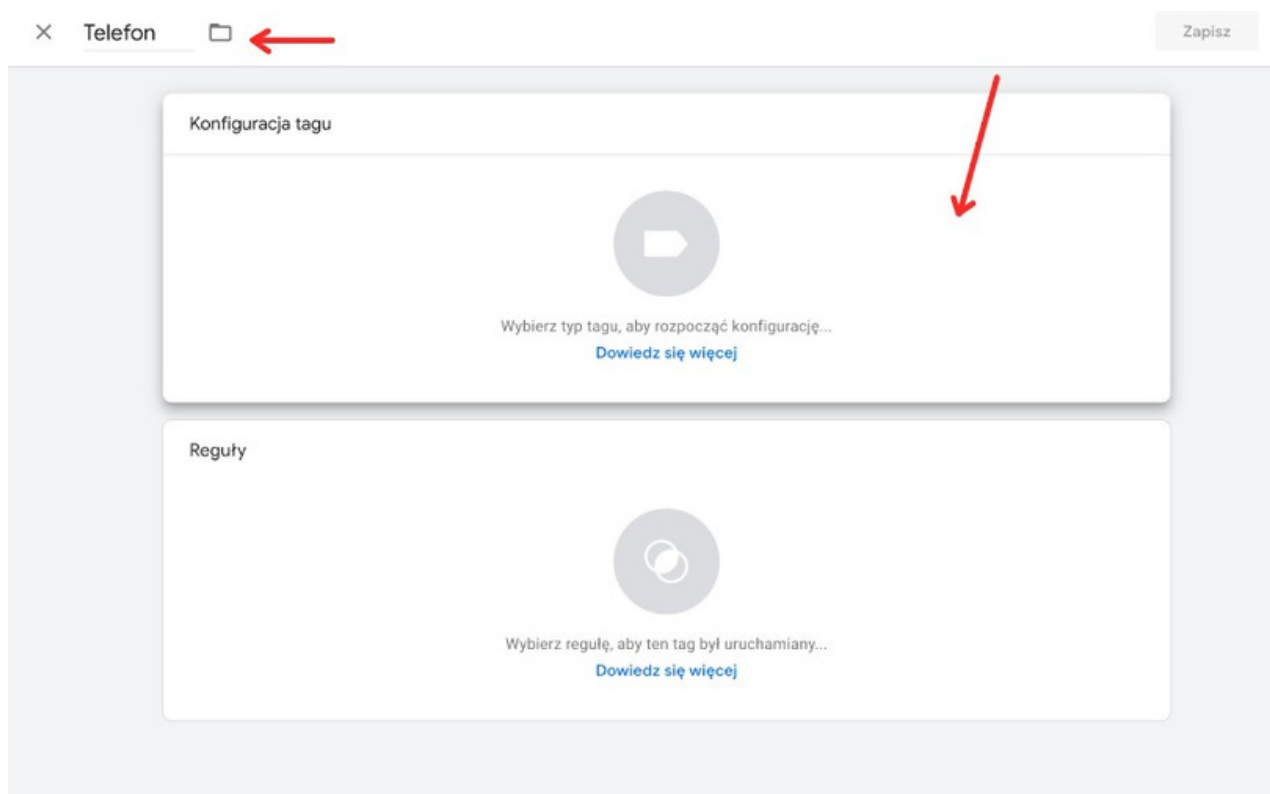
Najnowsza wersja >

Zmiany w obszarze roboczym

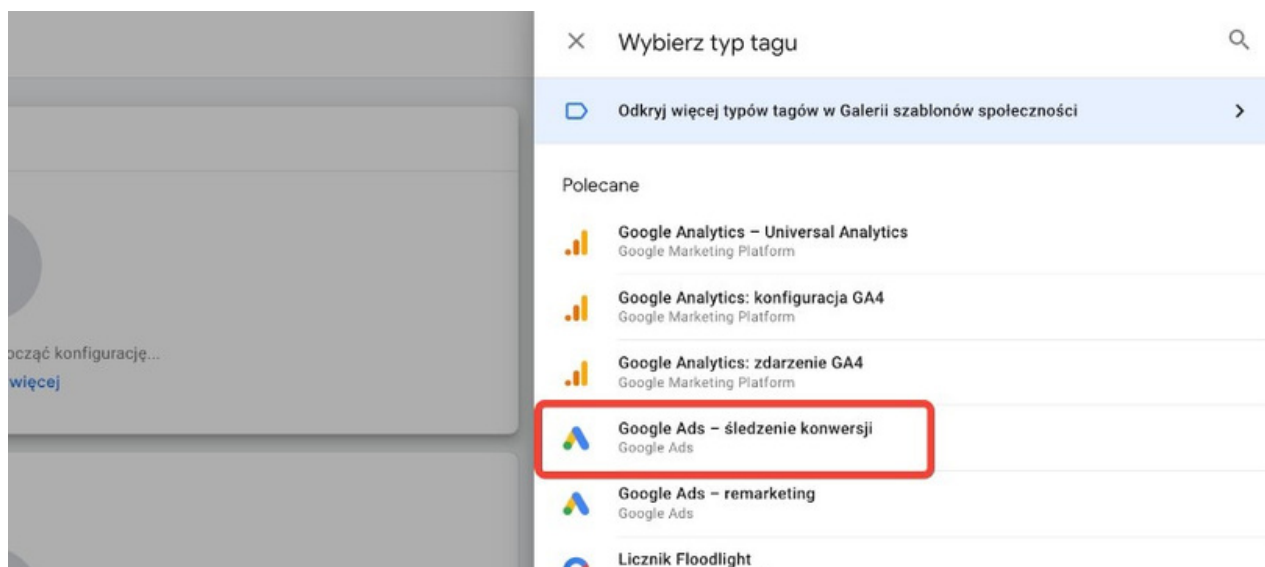
7. Następnie klikamy **Nowy**.



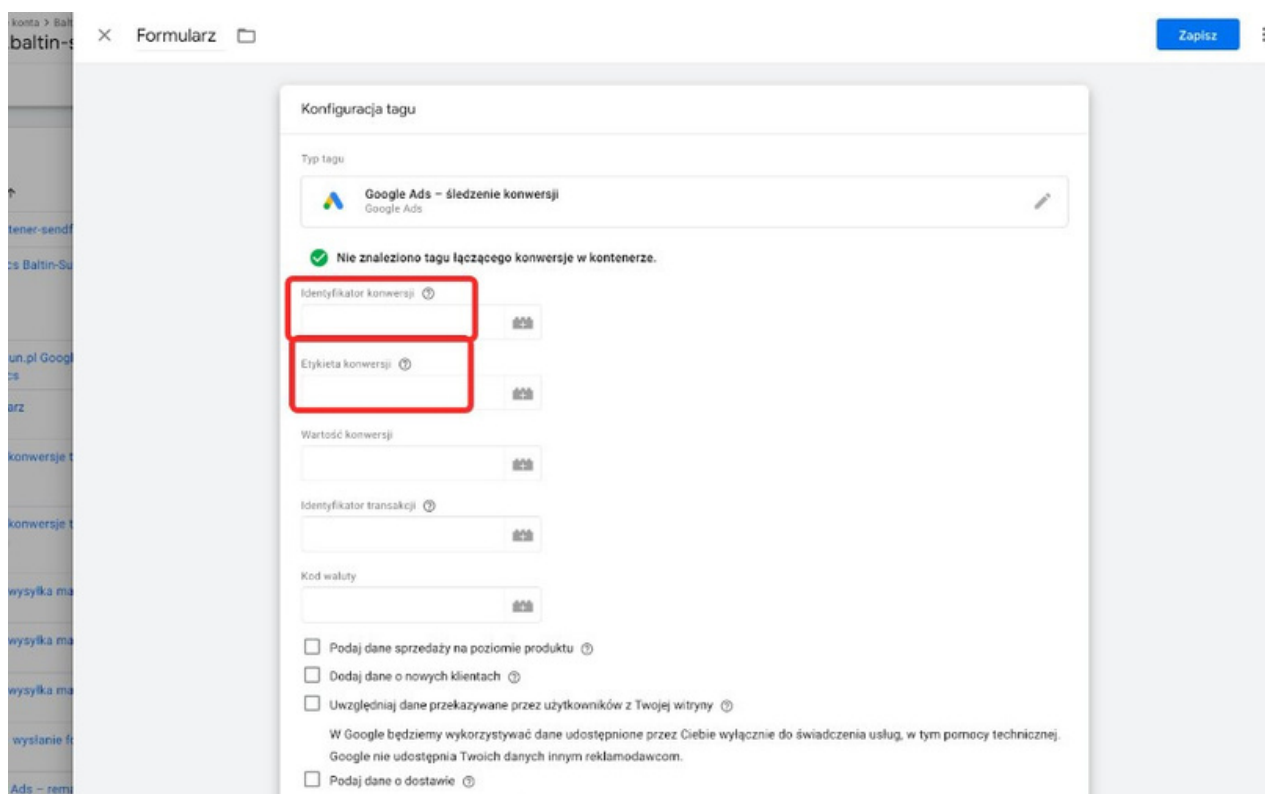
8. W otwartym oknie ustawiamy nazwę konwersji i klikamy w pole **Konfiguracja tagu**.



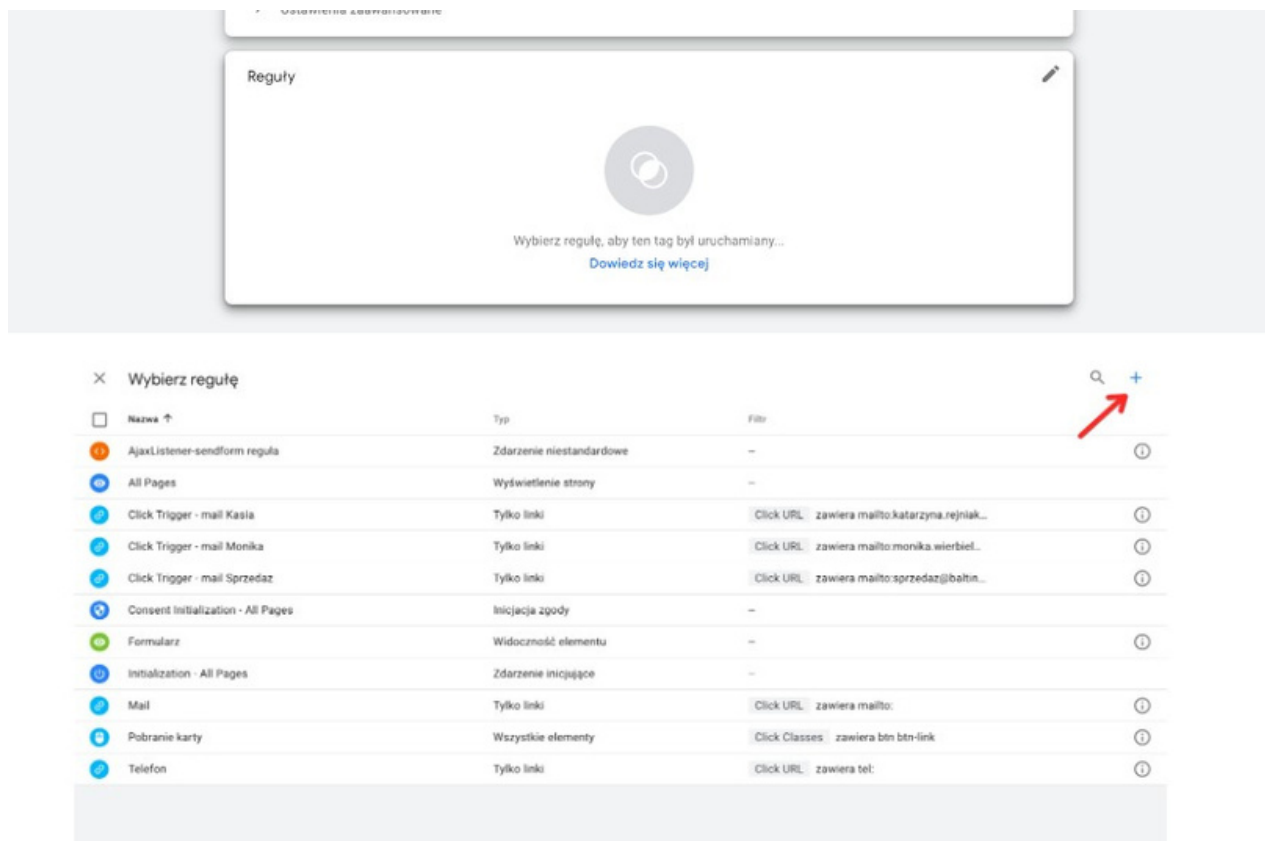
9. Wybieramy **Google Ads - śledzenie konwersji**.



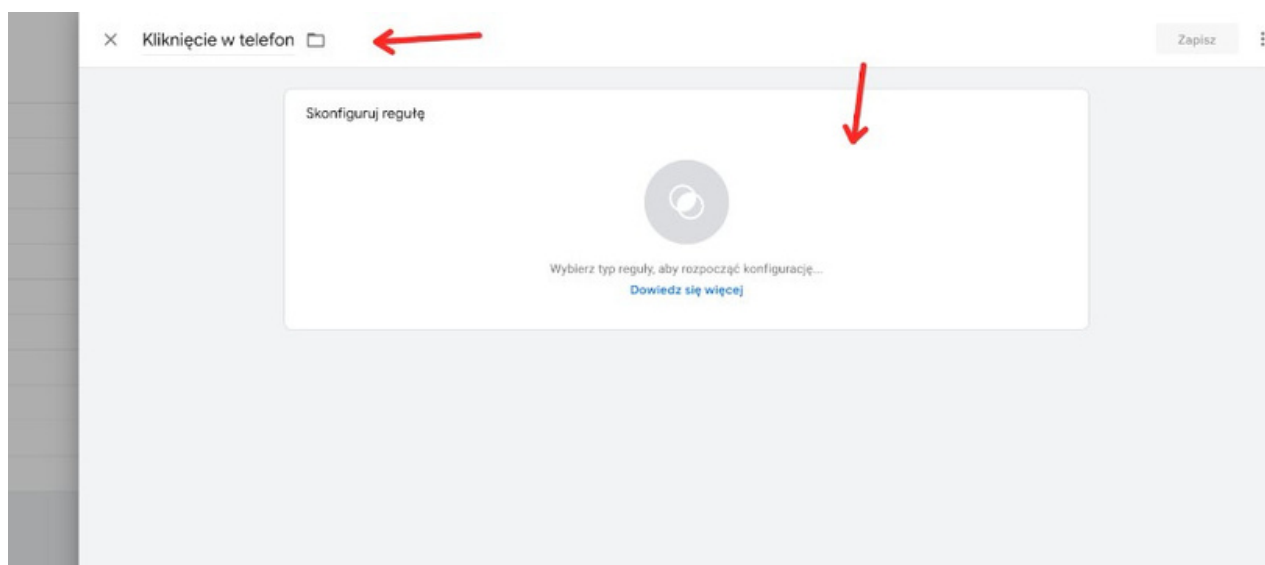
10. Uzupełniamy nazwę tagu oraz **identyfikator i etykietę konwersję** według wartości, które otrzymaliśmy podczas tworzenia konwersji w panelu Google Ads.



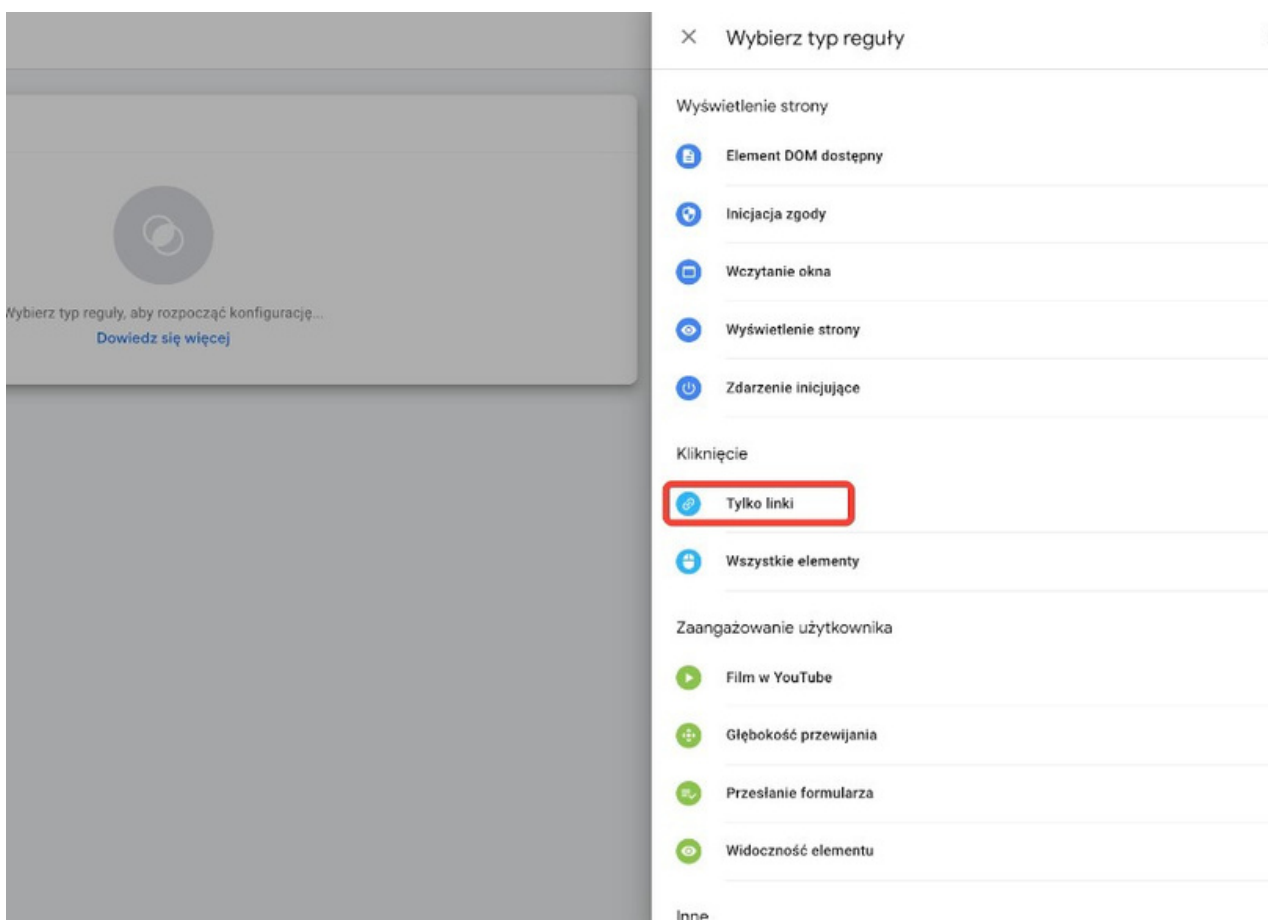
11. Przechodzimy do konfiguracji reguły klikając w ołówkę, a następnie w otwartej karcie klikamy **niebieski plus** w prawym rogu:



12. Nazywamy regułę i klikamy w pole **Skonfiguruj regułę**.



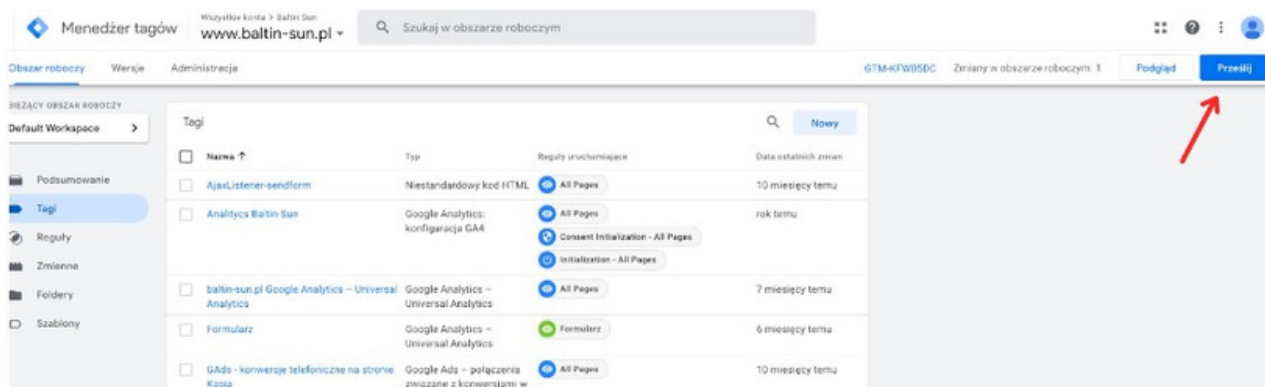
13. W sekcji **Kliknięcia** wybieramy **Tylko linki**.



14. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu. UWAGA: Jeżeli chcemy śledzić kliknięcia w konkretny numer telefonu po regule tel: wpisujemy dany numer np. **tel:123456789**

15. Klikamy **Zapisz** zarówno przy regule jak i przy całym tagu.

16. Klikamy **Prześlij** w głównym panelu w prawym górnym rogu, w celu opublikowania tagu.



The screenshot displays the Google Tag Manager interface for the website www.baltin-sun.pl. The main area shows a list of tags with columns for Name, Type, Triggers, and Last Modified. A red arrow points to the 'Prześlij' (Publish) button in the top right corner of the interface.

Wszystkie konta > Baltin Sun www.baltin-sun.pl	Szukaj w obszarze roboczym	Obszar roboczy	Wersje	Administracja	GTM-KFW85DC	Zmiany w obszarze roboczym: 1	Podgląd	Prześlij
BIEŻĄCY OBSZAR ROBOCZY								
Default Workspace >								
Podsumowanie								
Tagi								
Reguły								
Zmienna								
Foldery								
Szablony								
Tagi		Nowy						
<input type="checkbox"/>	Nazwa ↑	Typ	Reguły uruchamiające	Data ostatnich zmian				
<input type="checkbox"/>	AjaxListener-sendform	Niestandardowy kod HTML	All Pages	10 miesięcy temu				
<input type="checkbox"/>	Analytics Baltin Sun	Google Analytics: konfiguracja GA4	All Pages Consent Initialization - All Pages Initialization - All Pages	rok temu				
<input type="checkbox"/>	baltin-sun.pl Google Analytics - Universal Analytics	Google Analytics - Universal Analytics	All Pages	7 miesięcy temu				
<input type="checkbox"/>	Formularz	Google Analytics - Universal Analytics	Formularz	6 miesięcy temu				
<input type="checkbox"/>	GAds - konwersje telefoniczne na stronie Kosia	Google Ads - połączenia związane z konwersjami w	All Pages	10 miesięcy temu				

➔ Mail

1. Wchodzimy na serwis i sprawdzamy, czy e-mail jest podlinkowany.

2. W panelu Google Ads przejdź do zakładki **Narzędzia > Konwersje** i wybierz opcję **Nowe działanie powodujące konwersję > Witryna**.

3. Wpisujemy domenę i klikamy **Skanuj**.

4. Wybieramy opcję **Ręcznie dodaj działanie powodujące konwersję**.

1 Dodaj działania powodujące konwersję 2 Uzyskaj instrukcje i zakończ

Przeskanowanie witryny pozwoli określić, czy jest już w niej skonfigurowane śledzenie konwersji. Możemy także wyświetlić Ci sugestie działań powodujących konwersję, które możesz utworzyć, aby mierzyć konwersje w witrynie.

Domena witryny
baltin-sun.pl

Aby uzyskać dostęp do funkcji niestandardowych, utwórz działania powodujące konwersję ręcznie

Tworzenie działań powodujących konwersję ręcznie za pomocą kodu

Ręcznie skonfiguruj działania powodujące konwersję:

- Jeśli używasz wartości związanych z transakcją, identyfikatorów transakcji lub innych parametrów niestandardowych.
- Jeśli chcesz mierzyć kliknięcia przycisków lub linków.

Jeśli wybierzesz tę opcję, musisz dodać fragment kodu zdarzenia do kodu swojej witryny

+ Ręcznie dodaj działanie powodujące konwersję

Zapisz i kontynuuj Anuluj

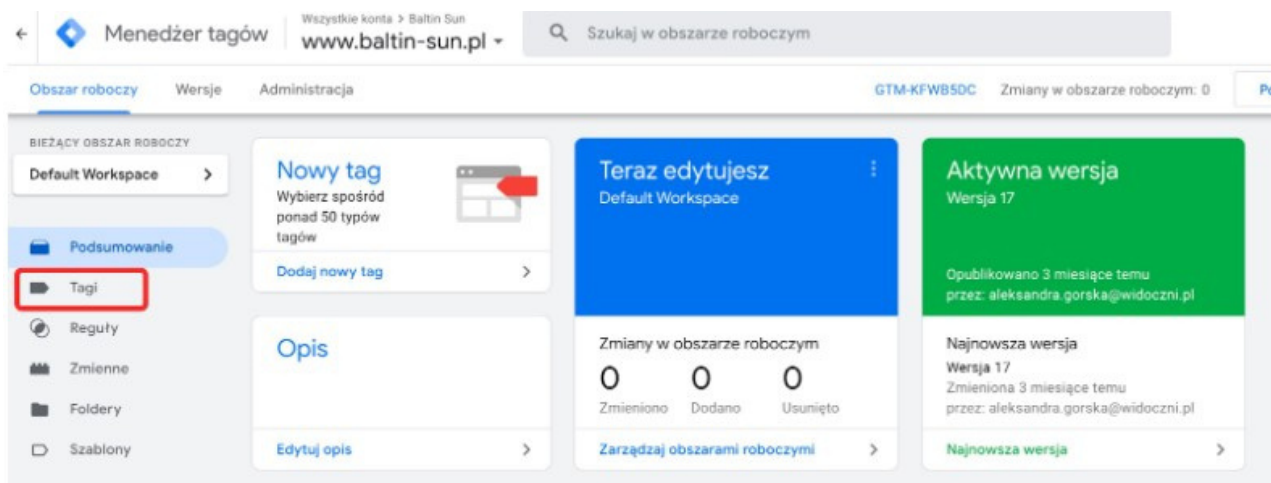
5. Wybieramy kategorię **Kontakt**, a następnie wpisujemy nazwę oraz wybieramy ustawienia:

- nie używaj wartości dla tego działania powodującego konwersję
- liczba – jedna
- okno konwersji – 90 dni
- uwzględnij w konwersjach – koniecznie na tak, w przeciwnym razie w kolumnie Konwersje nie zobaczysz danych z tej konwersji
- model atrybucji – oparty na danych

6. Klikamy **Utwórz i kontynuuj**.

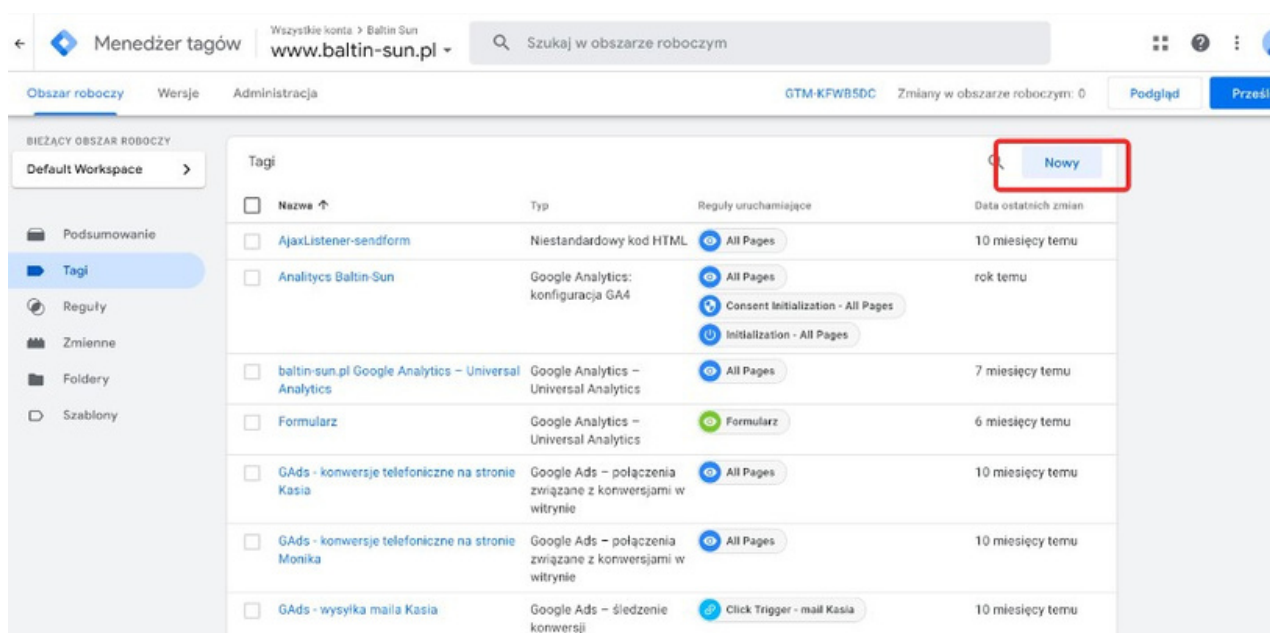
7. Wybieramy opcję instalacji za pomocą Google Tag Manager. Wyświetlą się dwie kluczowe informacje – **Identyfikator konwersji** i **Etykieta konwersji**.

8. Logujemy się do konta Google Tag Manager i klikamy **Tagi**.



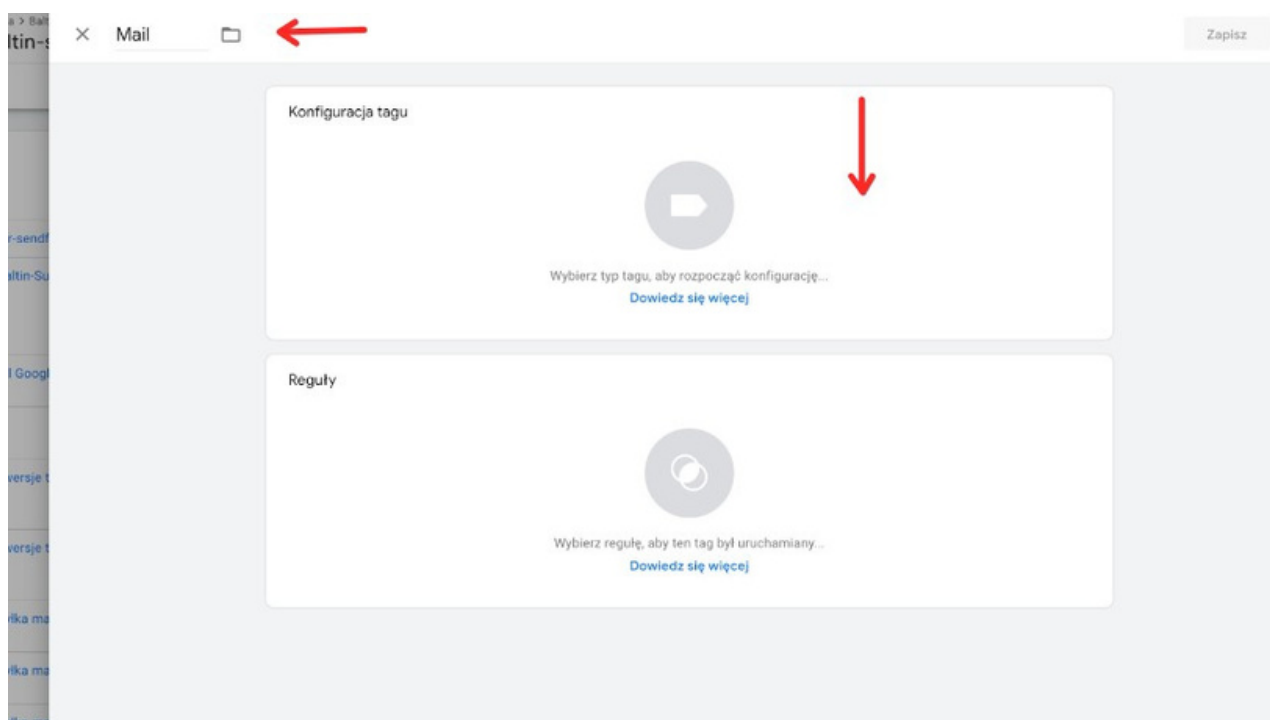
The screenshot shows the Google Tag Manager interface for the account 'Baltin Sun' (www.baltin-sun.pl). The 'Obszar roboczy' (Workspace) is selected. The left sidebar contains a menu with 'Tagi' (Tags) highlighted in red. The main content area displays three cards: 'Nowy tag' (New tag), 'Teraz edytujesz' (You are editing), and 'Aktywna wersja' (Active version). The 'Teraz edytujesz' card shows zero changes. The 'Aktywna wersja' card shows version 17, published 3 months ago.

9. Następnie klikamy **Nowy**.



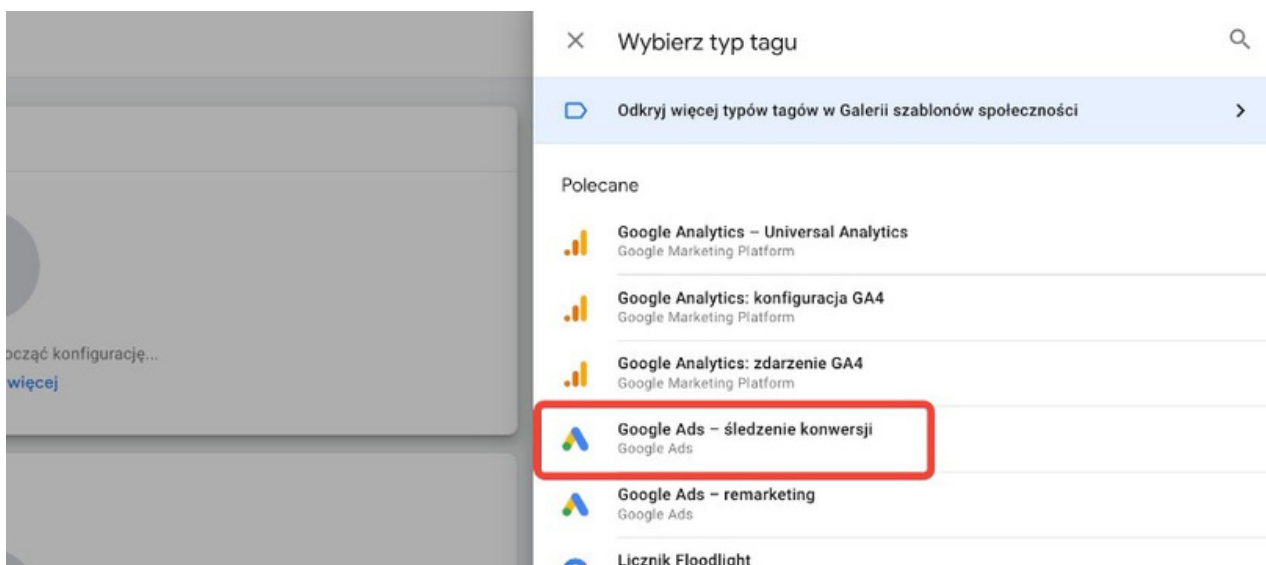
The screenshot shows the Google Tag Manager 'Menedżer tagów' interface. The main area displays a table of tags. In the top right corner of this table, there is a blue button labeled 'Nowy' (New), which is highlighted with a red rectangular box. The table lists various tags such as 'AjaxListener-sendform', 'Analytics Baltin-Sun', and 'GAds - konwersje telefoniczne na stronie Kasia'.

10. W otwartym oknie ustawiamy nazwę konwersji i klikamy w pole **Konfiguracja tagu**.

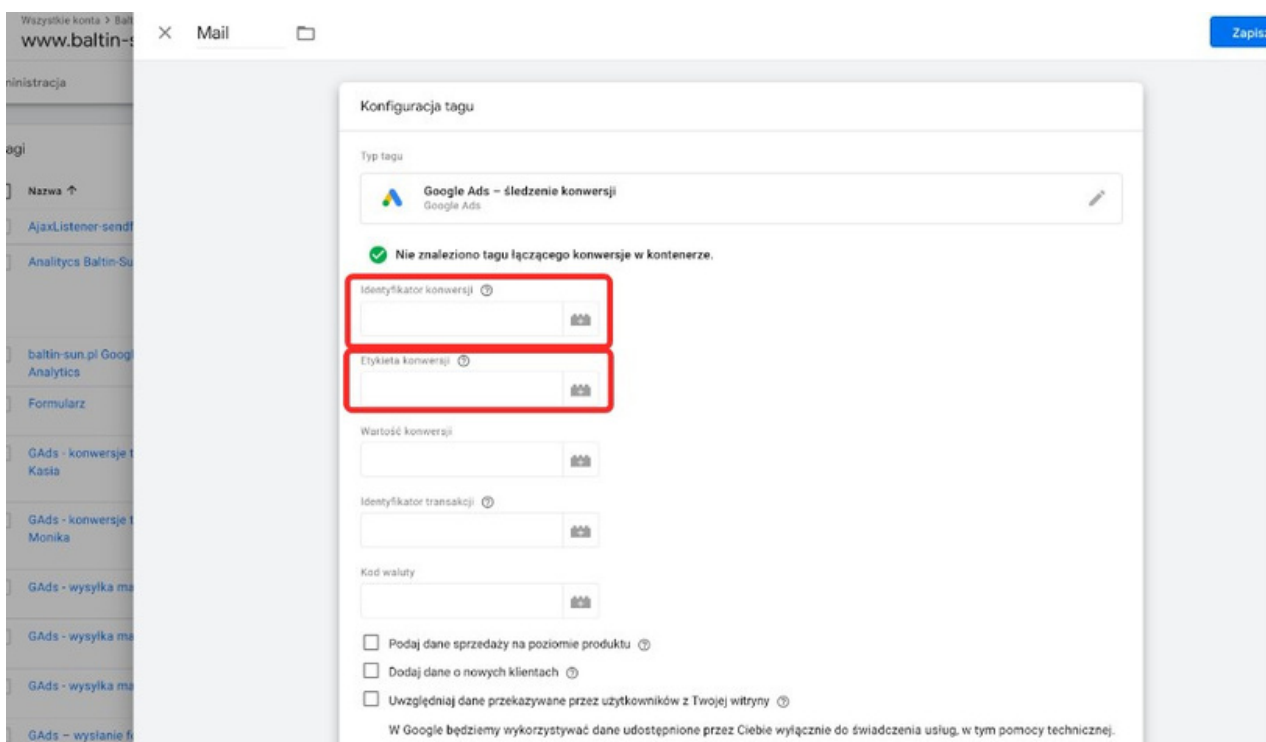


The screenshot shows the 'Konfiguracja tagu' (Tag Configuration) window. At the top left, there is a tab labeled 'Mail' with a red arrow pointing to it. Below the tab, the main content area is divided into two sections: 'Konfiguracja tagu' and 'Reguły'. The 'Konfiguracja tagu' section has a large grey play button icon and the text 'Wybierz typ tagu, aby rozpocząć konfigurację...' with a red arrow pointing to it. Below this, there is a link 'Dowiedz się więcej'. The 'Reguły' section has a large grey play button icon and the text 'Wybierz regułę, aby ten tag był uruchamiany...' with a link 'Dowiedz się więcej'.

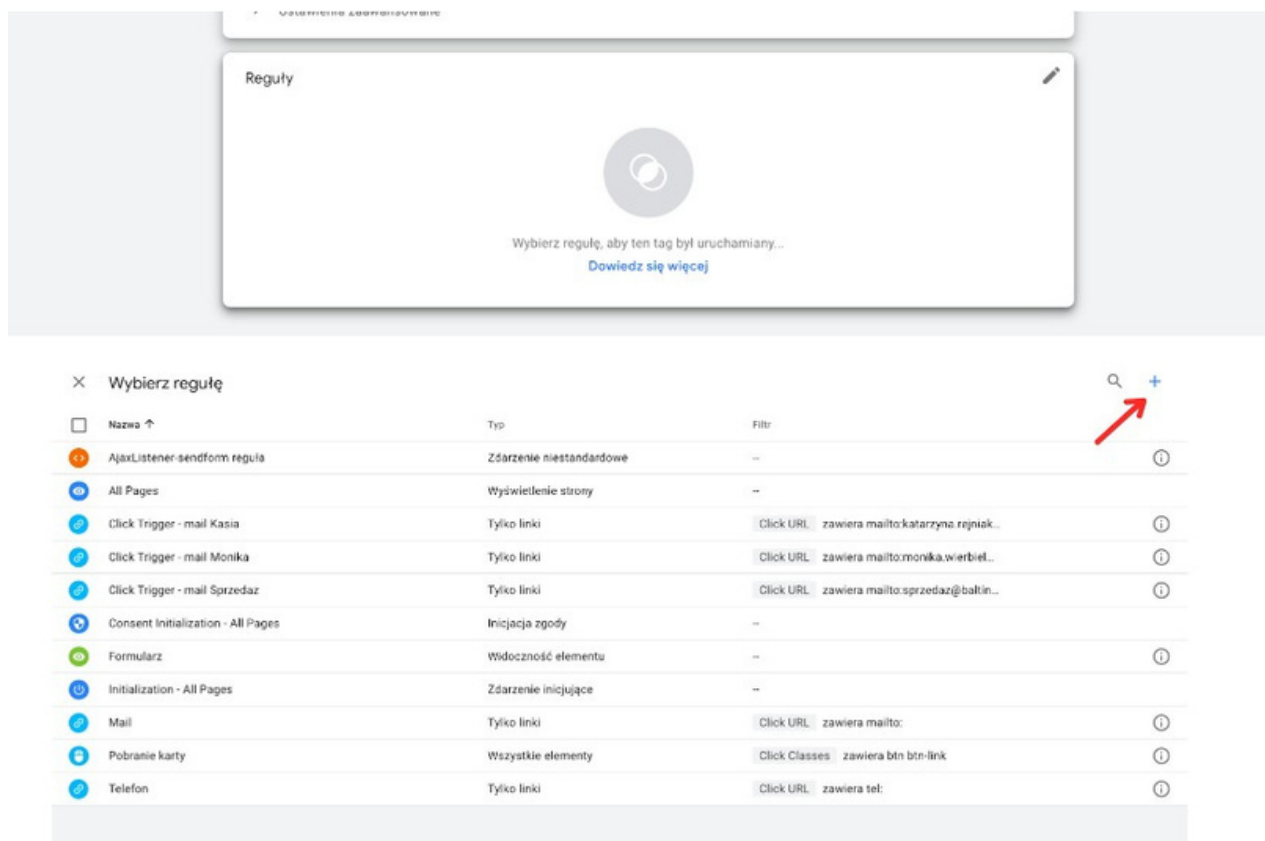
11. Wybieramy **Google Ads - śledzenie konwersji**.



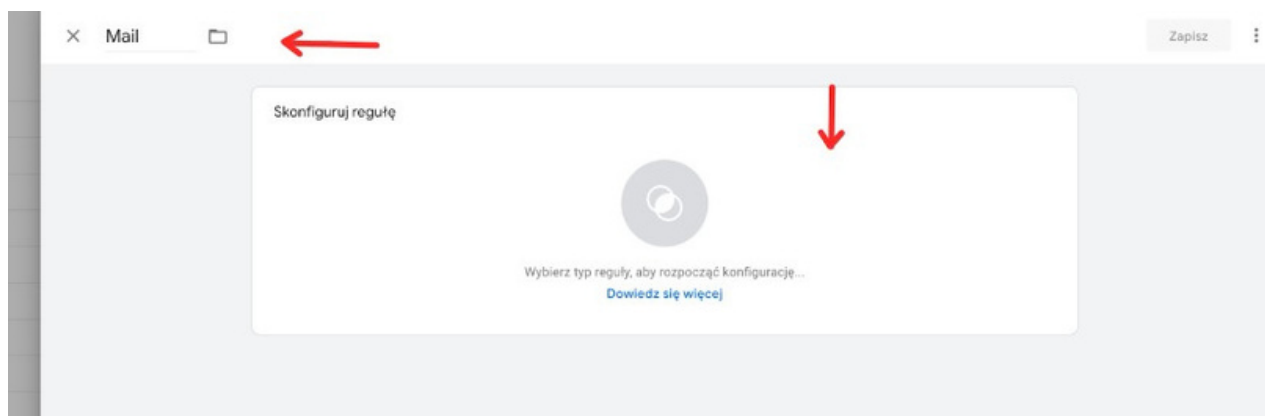
12. Uzupełniamy nazwę tagu oraz **identyfikator i etykietę konwersję** według wartości, które otrzymaliśmy podczas tworzenia konwersji w panelu Google Ads.



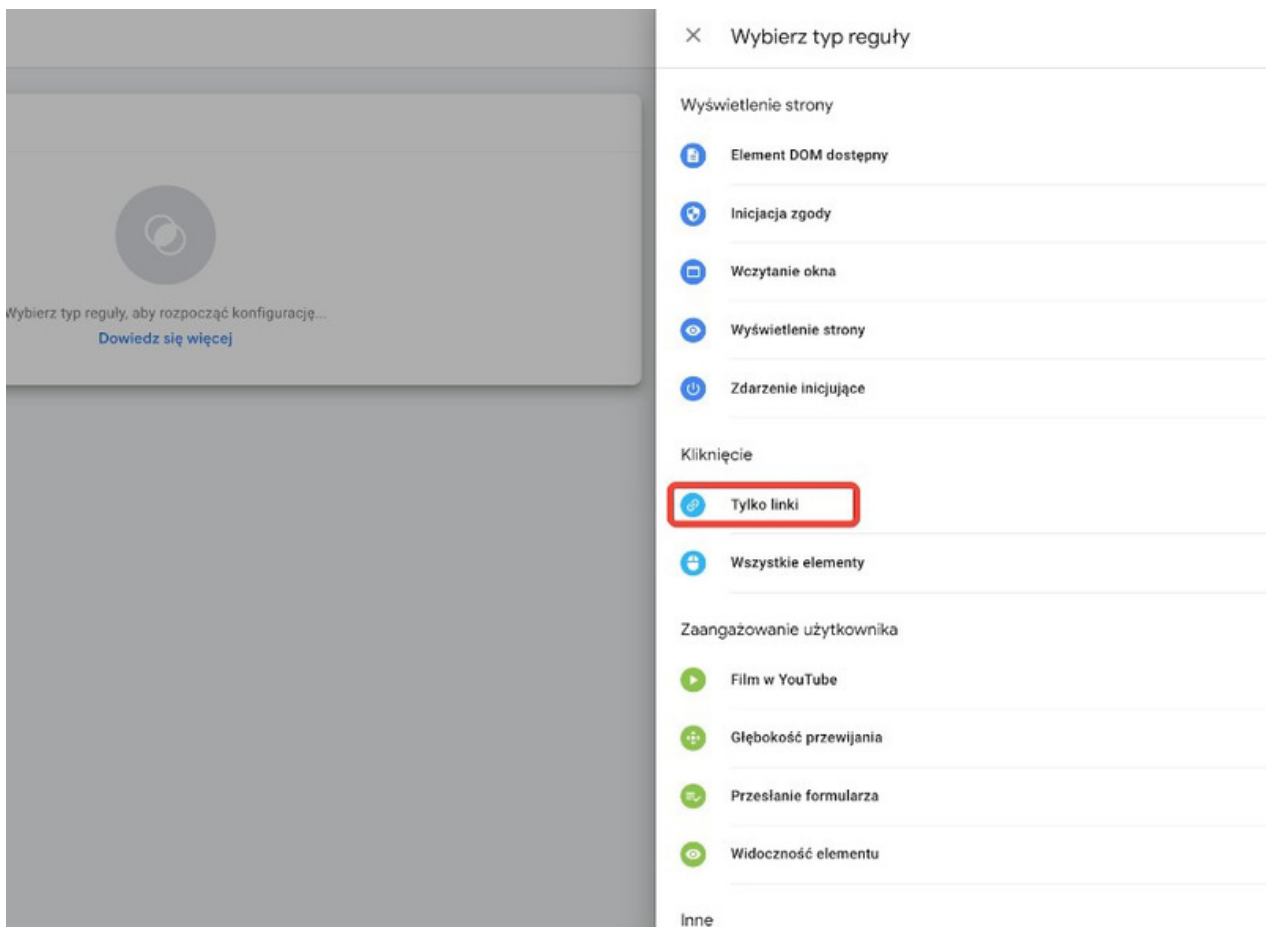
13. Przechodzimy do konfiguracji reguły klikając w ołówkę, a następnie w otwartej karcie klikamy **niebieski plus** w prawym rogu:



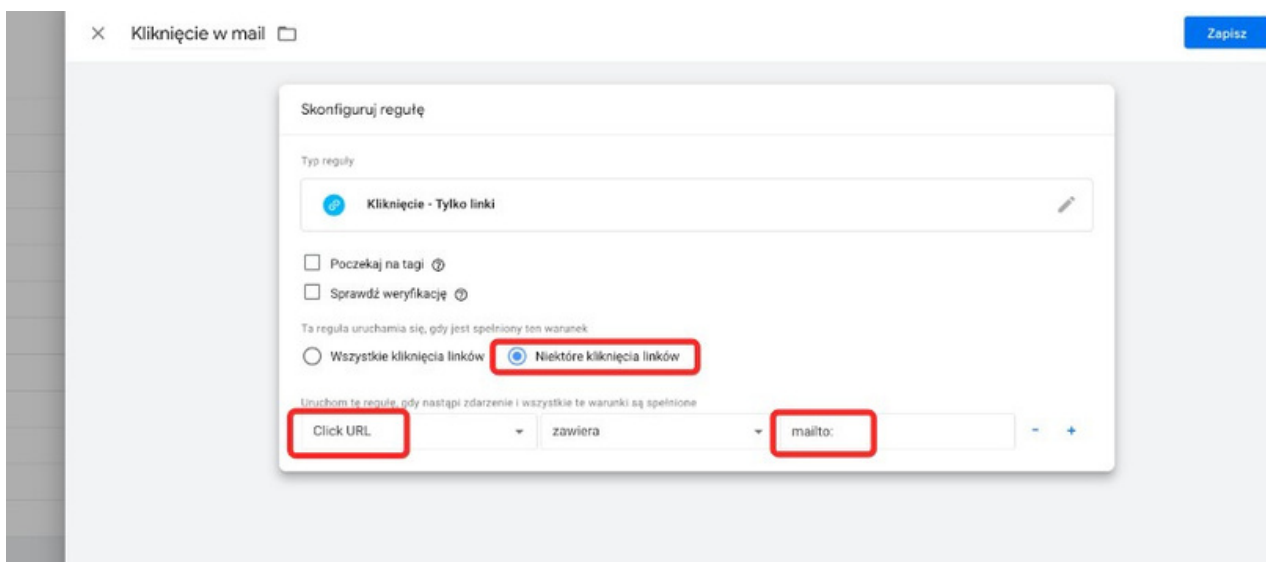
14. Nazywamy regułę i klikamy w pole **Skonfiguruj regułę**.



15. W sekcji **Kliknięcia** wybieramy **Tylko linki**.

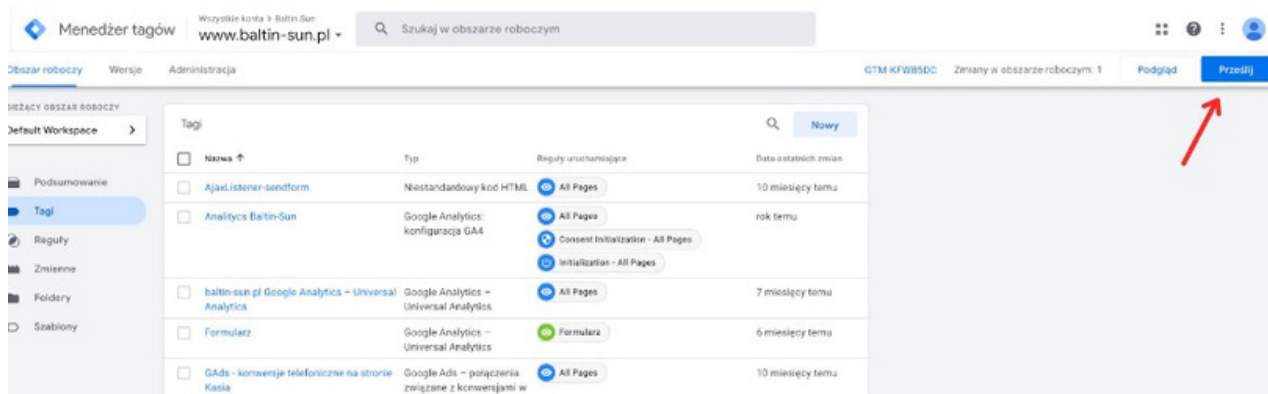


16. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu. UWAGA: Jeżeli chcemy śledzić kliknięcia w konkretny adres e-mail po regule mailto: wpisujemy dany e-mail np. **mailto:przyklad@gmail.com**



17. Klikamy **Zapisz** zarówno przy regule jak i przy całym tagu.

Klikamy **Prześlij** w głównym panelu w prawym górnym rogu, w celu opublikowania tagu.



The screenshot displays the Google Tag Manager interface for the domain www.baltin-sun.pl. The main area shows a list of tags with columns for Name, Type, Triggers, and Last Modified. A red arrow points to the 'Prześlij' (Publish) button in the top right corner of the interface.

Tagi	Typ	Reguły uruchamiające	Data ostatnich zmian
<input type="checkbox"/> AjaxListener-sendform	Niestandardowy kod HTML	All Pages	10 miesięcy temu
<input type="checkbox"/> Analytics Baltin-Sun	Google Analytics: konfiguracja GAA	All Pages Consent Initialization - All Pages Initialization - All Pages	rok temu
<input type="checkbox"/> baltin-sun.pl Google Analytics - Universal Analytics	Google Analytics - Universal Analytics	All Pages	7 miesięcy temu
<input type="checkbox"/> Formularz	Google Analytics - Universal Analytics	Formularz	6 miesięcy temu
<input type="checkbox"/> GAds - konwersje telefoniczne na stronie Kasja	Google Ads - połączenia związane z konwersjami w	All Pages	10 miesięcy temu

➔ Formularz

1. Wchodzimy na serwis i wysyłamy testowy formularz.
2. Po wysłaniu klikamy prawym przyciskiem myszy w komunikat, który wyświetla się po pomyślnym wysłaniu formularza i klikamy **Zbadaj**.
3. Klikamy prawym przyciskiem myszy w miejscu podświetlenia i wybieramy **Copy selector**.
4. W panelu Google Ads przejdź do zakładki **Narzędzia > Konwersje** i wybierz opcję **Nowe działanie powodujące konwersję > Witryna**.
5. Wpisujemy domenę i klikamy **Skanuj**.
6. Wybieramy opcję **Ręcznie dodaj działanie powodujące konwersję**.


1 Dodaj działania powodujące konwersję 2 Uzyskaj instrukcje i zakończ

Przeskanowanie witryny pozwoli określić, czy jest już w niej skonfigurowane śledzenie konwersji. Możemy także wyświetlić Ci sugestie działań powodujących konwersję, które możesz utworzyć, aby mierzyć konwersje w witrynie.

Domena witryny
baltin-sun.pl

Aby uzyskać dostęp do funkcji niestandardowych, utwórz działania powodujące konwersję ręcznie

Tworzenie działań powodujących konwersję ręcznie za pomocą kodu



Ręcznie skonfiguruj działania powodujące konwersję:

- Jeśli używasz wartości związanych z transakcją, identyfikatorów transakcji lub innych parametrów niestandardowych.
- Jeśli chcesz mierzyć kliknięcia przycisków lub linków.

Jeśli wybierzesz tę opcję, musisz dodać fragment kodu zdarzenia do kodu swojej witryny

+ Ręcznie dodaj działanie powodujące konwersję

Zapisz i kontynuuj Anuluj

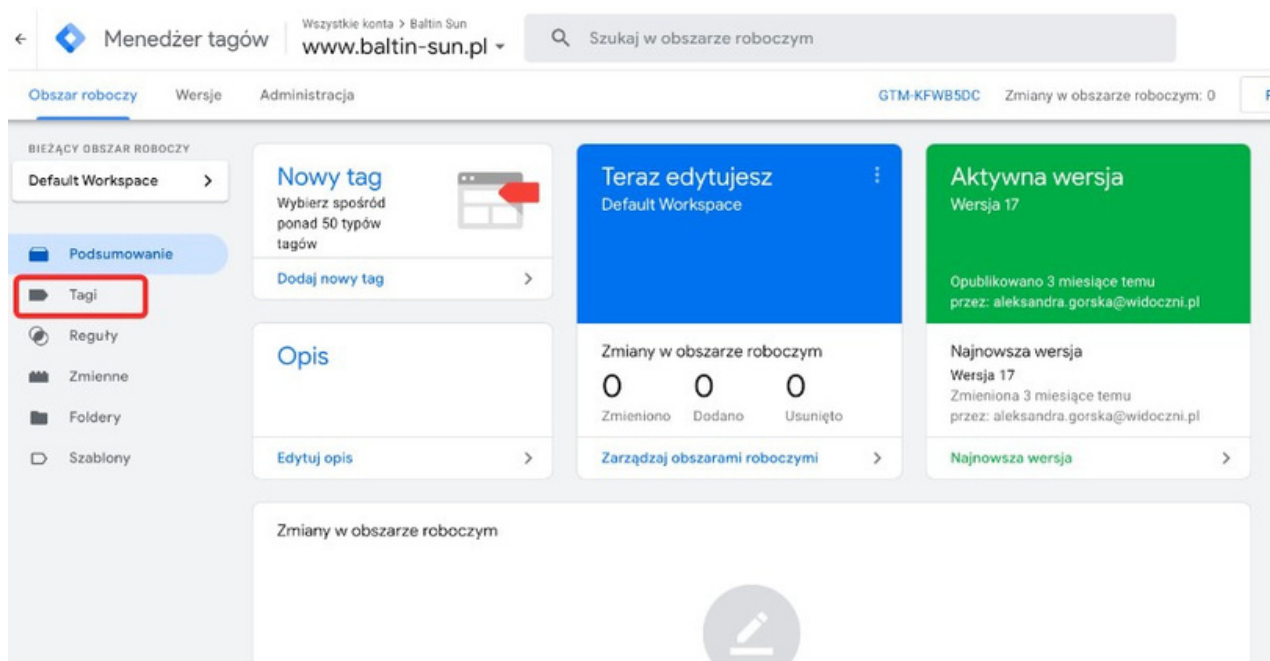
7. Wybieramy kategorię **Przesłanie formularza kontaktowego**, a następnie wpisz nazwę oraz wybierz ustawienia:

- nie używaj wartości dla tego działania powodującego konwersję
- liczba – jedna
- okno konwersji – 90 dni
- uwzględnij w konwersjach – koniecznie na tak, w przeciwnym razie w kolumnie Konwersje nie zobaczysz danych z tej konwersji
- model atrybucji – oparty na danych

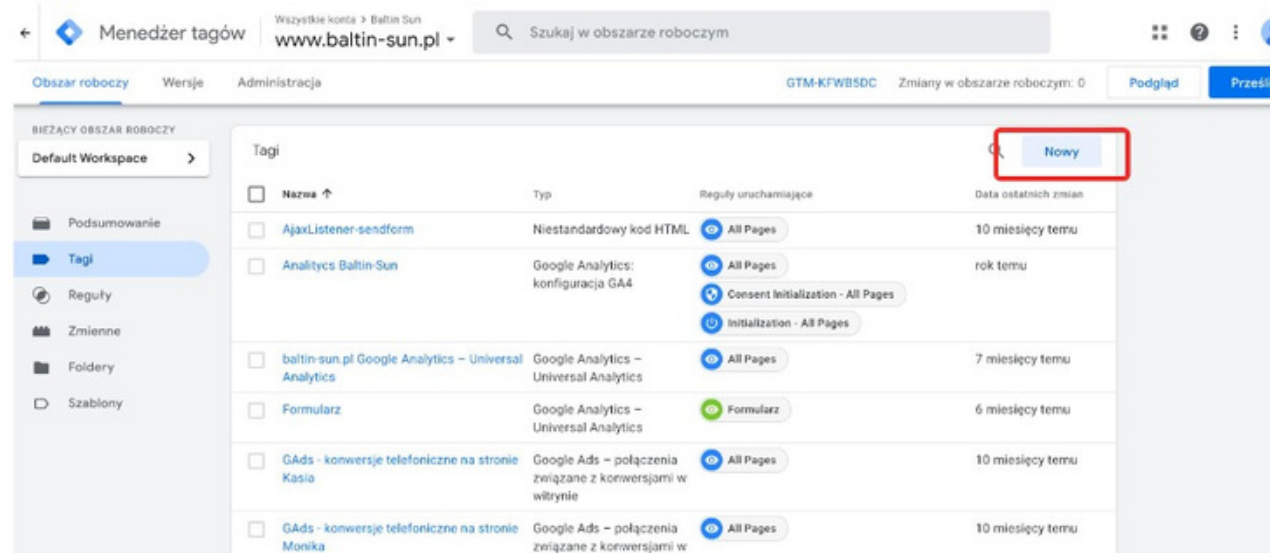
8. Klikamy **Utwórz i kontynuuj**.

9. Wybieramy opcję instalacji za pomocą Google Tag Manager. Wyświetlą się dwie kluczowe informacje – **Identyfikator konwersji i Etykieta konwersji.**

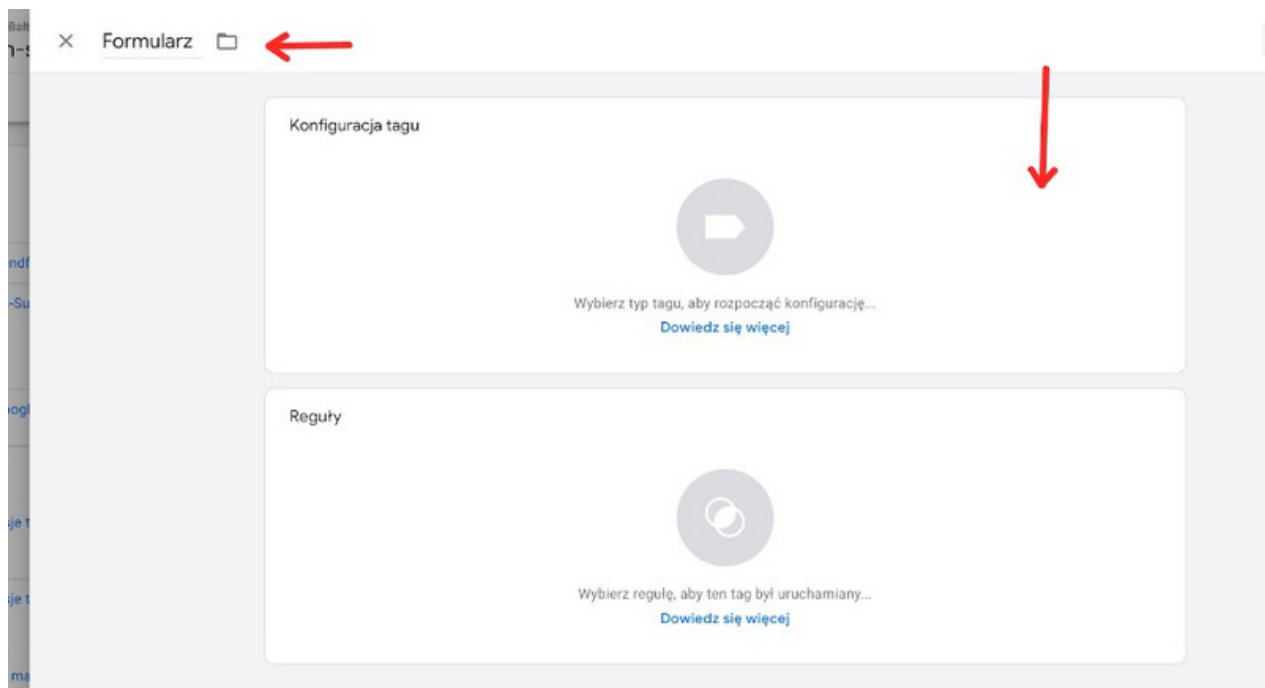
10. Logujemy się do konta Google Tag Manager i klikamy **Tagi.**



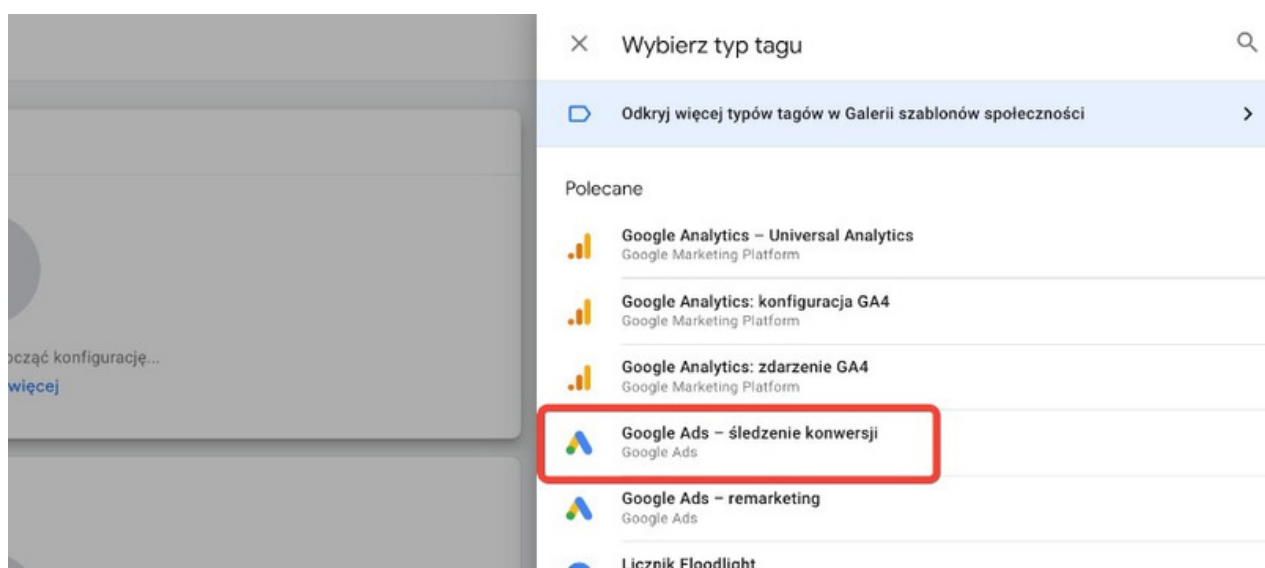
11. Następnie klikamy **Nowy.**



12. W otwartym oknie ustawiamy nazwę konwersji i klikamy w pole **Konfiguracja tagu**.



13. Wybieramy **Google Ads - śledzenie konwersji**.



14. Uzupełniamy nazwę tagu oraz **identyfikator i etykietę konwersję** według wartości, które otrzymaliśmy podczas tworzenia konwersji w panelu Google Ads.

Formularz

Zapisz

Konfiguracja tagu

Typ tagu

Google Ads - śledzenie konwersji
Google Ads

✓ Nie znaleziono tagu łączącego konwersje w kontenerze.

Identyfikator konwersji

Etykieta konwersji

Wartość konwersji

Identyfikator transakcji

Kod waluty

Podaj dane sprzedaży na poziomie produktu

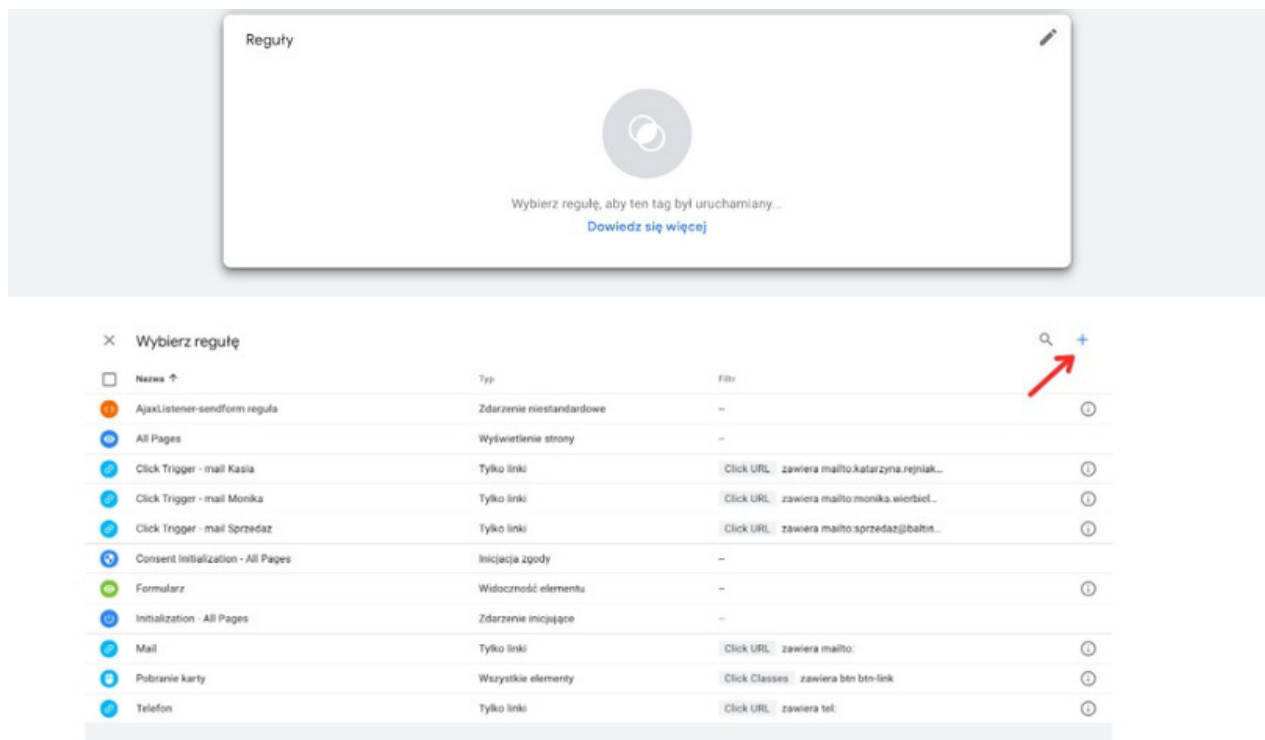
Dodaj dane o nowych klientach

Uwzględnij dane przekazywane przez użytkowników z Twojej witryny

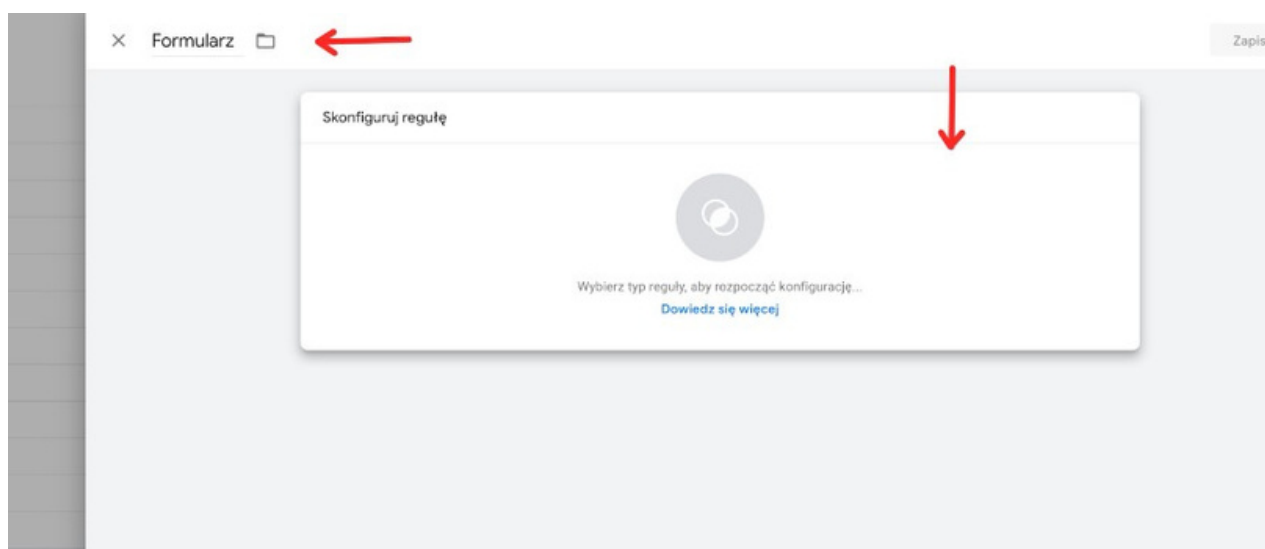
W Google będziemy wykorzystywać dane udostępnione przez Ciebie wyłącznie do świadczenia usług, w tym pomocy technicznej. Google nie udostępni Twoich danych innym reklamodawcom.

Podaj dane o dostawie

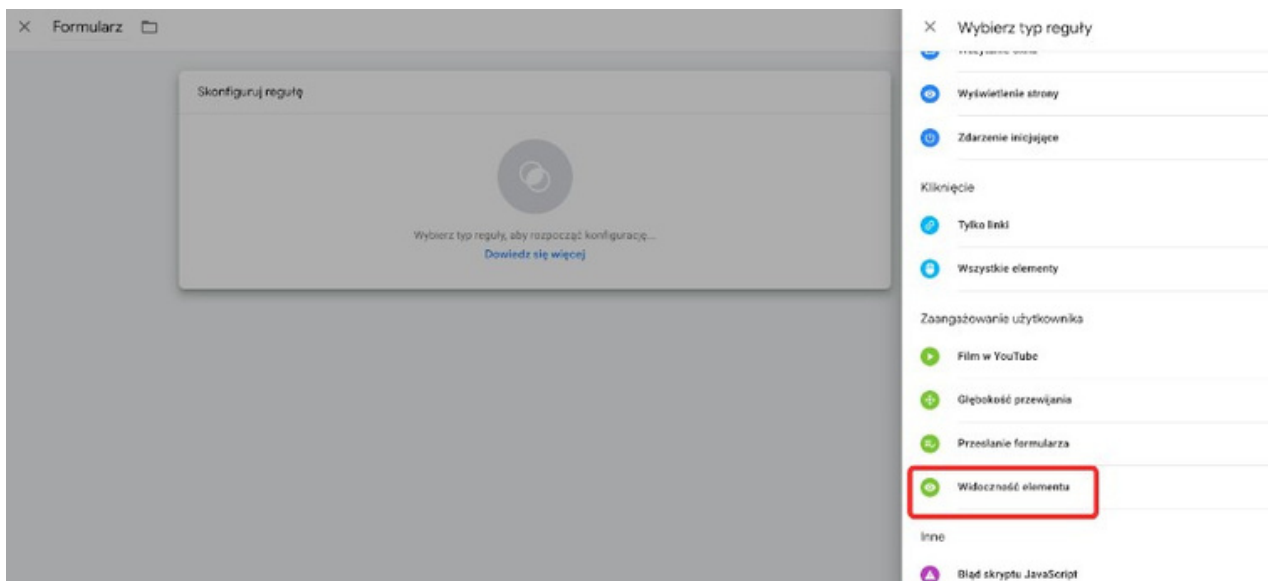
15. Przechodzimy do konfiguracji reguły klikając w ołówkę, a następnie w otwartej karcie klikamy **niebieski plus** w prawym rogu:



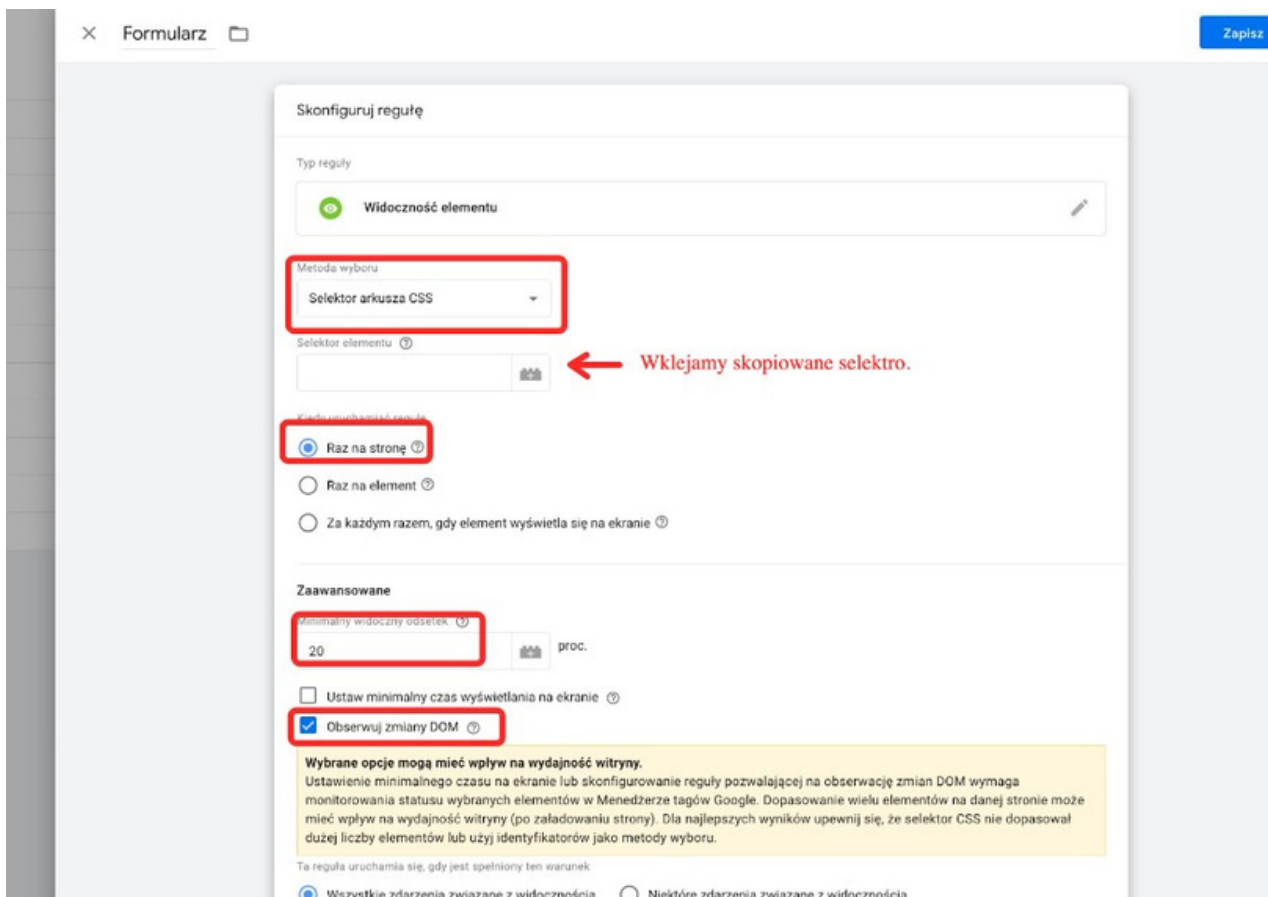
16. Nazywamy regułę i klikamy w pole **Skonfiguruj regułę**.



17. W sekcji **Zaangażowanie użytkownika** wybieramy **Widoczność elementu**.



18. Uzupełniamy pola według poniższego zrzutu.



17. Klikamy **Zapisz** zarówno przy regule jak i przy całym tagu.

13. Klikamy **Prześlij** w głównym panelu w prawym górnym rogu, w celu opublikowania tagu.

3. INTEGRACJE E-COMMERCE

➔ Shoper

1. W panelu Google Ads przejdź do zakładki **Narzędzia > Konwersje** i wybierz pierwszą opcję **Witryna i kategorię Zakup**.

2. Następnie wpisz nazwę oraz wybierz ustawienia:

- zmienna wartość konwersji (to ustawisz w ostatnim kroku tej instrukcji)
- liczba – każda
- okno konwersji – 90 dni
- uwzględnij w konwersjach – koniecznie na tak, w przeciwnym razie w kolumnie Konwersje nie zobaczysz danych z tej konwersji
- model atrybucji – oparty na danych

3. Po zapisaniu otrzymasz dwa kody do wklejenia w panelu sklepu. Pierwszy z nich powinien znaleźć się w nagłówku strony, natomiast drugi na stronie z podziękowaniem za zamówienie. Kody dodaj w zakładce **Dodatki i integracje > Integracje własne** (zobacz animację u dołu instrukcji).

4. Ostatni krok to zmiana domyślnej wartości konwersji – 1 – na zmienną **{sum_float_noship}** oraz dopisanie zmiennej **{order_id}** za **'transaction_id:'** w kodzie potwierdzenia zamówienia. Dzięki nim każda konwersja będzie miała wartość składanego zamówienia i konwersje nie będą liczone podwójnie (np. w przypadku ponownego wczytania strony kończącej zamówienie).

Link do animacji: <https://www.shoper.pl/wp-content/help/images/SHOPER/control-panel/configuration/integrations/own-integrations/how-to-add-conversion-code-adswords/002.gif>

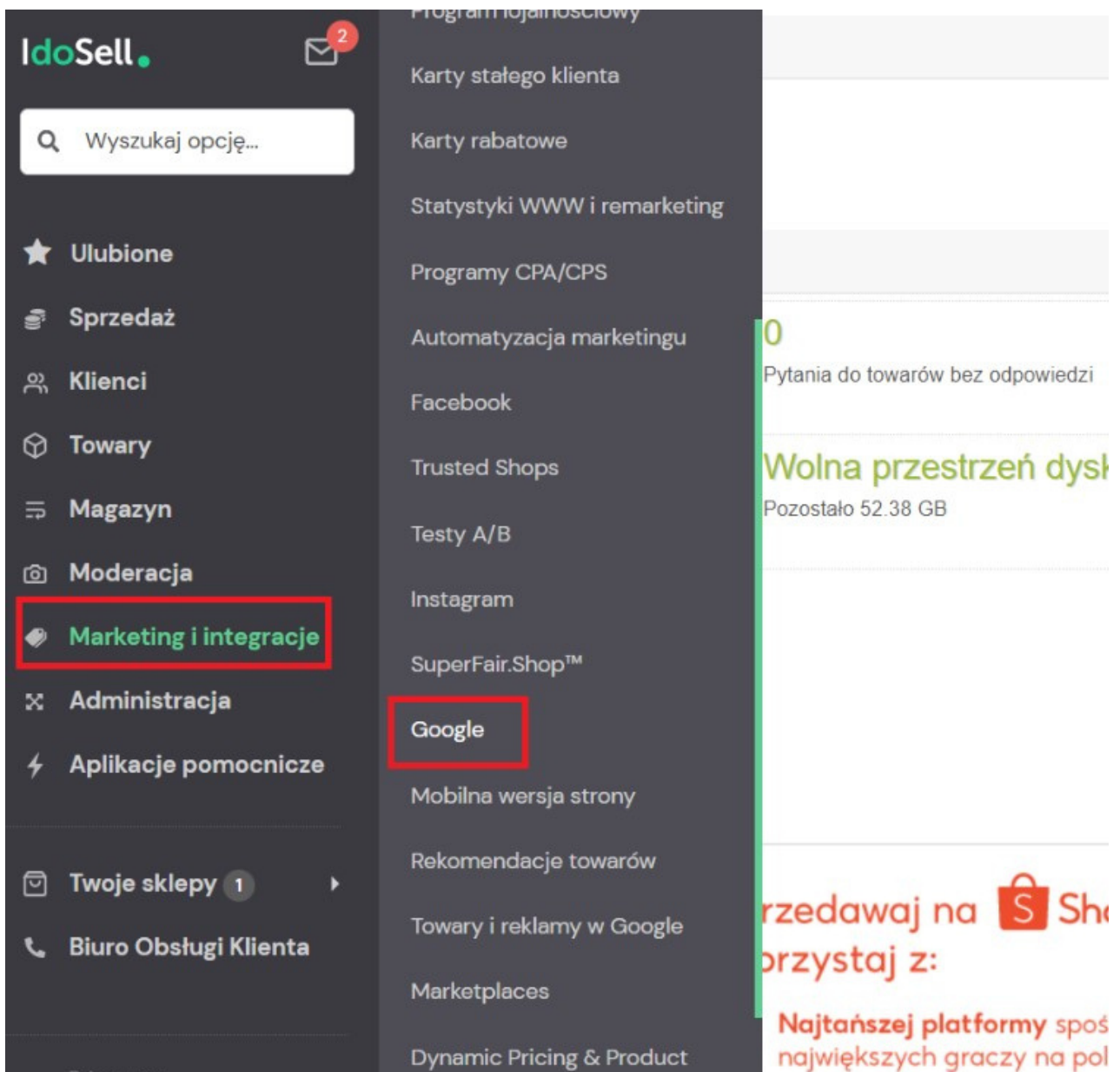
➔ IdoSell

1. W panelu Google Ads przejdź do zakładki **Narzędzia > Konwersje** i wybierz pierwszą opcję **Witryna i kategorię Zakup**.

2. Następnie wpisz nazwę oraz wybierz ustawienia:

- zmienna wartość konwersji (to ustawisz w ostatnim kroku tej instrukcji)
- liczba – każda
- okno konwersji – 90 dni
- uwzględnij w konwersjach – koniecznie na tak, w przeciwnym razie w kolumnie Konwersje nie zobaczysz danych z tej konwersji
- model atrybucji – oparty na danych

3. W panelu IdoSell wybieramy z lewej **Marketing i integracje > Google**



4. Następnie wybieramy **Google AdWords**.

Rodzaje opcji	Operacje
<p>Rada ekspercka</p> <p>Wyniki automatycznej analizy: Aktualnie nie zdobywasz ruchu z Google Shopping a jest to podstawowy i jeden z bardziej opłacalnych sposobów pozyskiwania zamówień. Możesz go nawet rozliczać na zasadach procentu od wygenerowanych zamówień. Dodaj własną reklamę w Google Shopping wykorzystując usługę IA Ads, która automatycznie zarządza stawkami za kliknięcia w Google Shopping. [Dowiedz się więcej]</p>	
Google Analytics	[wybierz]
Google AdWords	[wybierz]
Google Tag Manager	[wybierz]
Google Maps	[wybierz]
Google reCAPTCHA	[wybierz]
Google Shopping Opinie konsumentów	[wybierz]
Logowanie klientów do sklepu kontem Google	[wybierz]

5. Zaznaczmy opcję **Remarketing AdWords> Uzupełniamy identyfikator konwersji> Zaznaczamy Globalny tag witryny> Wpisujemy etykietę konwersji.**

Remarketing dynamiczny AdWords aiezwierzaki.pl

[Powrót do listy stron](#) - [Powrót do listy operacji](#)

Rada: Czasem w swoim biznesie potrzebujemy natychmiastowego efektu, szybkiego działania i nie możemy sobie pozwolić na długie czekanie. Takie sytuacje występują również przy promocji sklepu internetowego. Idealną usługą spełniającą powyższe oczekiwania są kampanie reklamowe Google AdWords. Kliknij tutaj aby przeczytać jak możemy Ci pomóc w skutecznym przeprowadzeniu kampanii AdWords.

Rada: Zaloguj się do Google AdWords, aby pobrać swój identyfikator

Remarketing dynamiczny AdWords

Uaktywuj remarketing AdWords nie tak

Podaj google_conversion_id AIV - 376626715

Wersja kodu śledzenia: Klasyczny tag śledzenia konwersji
(Zaloguj się do Google Ads i pobierz swój identyfikator konwersji: google_conversion_id (np. AIV-xxxxxxxxx) i etykietę konwersji: google_conversion_label (np. xxx-xxx1x00x123x1xK)) Globalny tag witryny

Etykieta konwersji YBRsOP7QyVUCEOvLy7MB

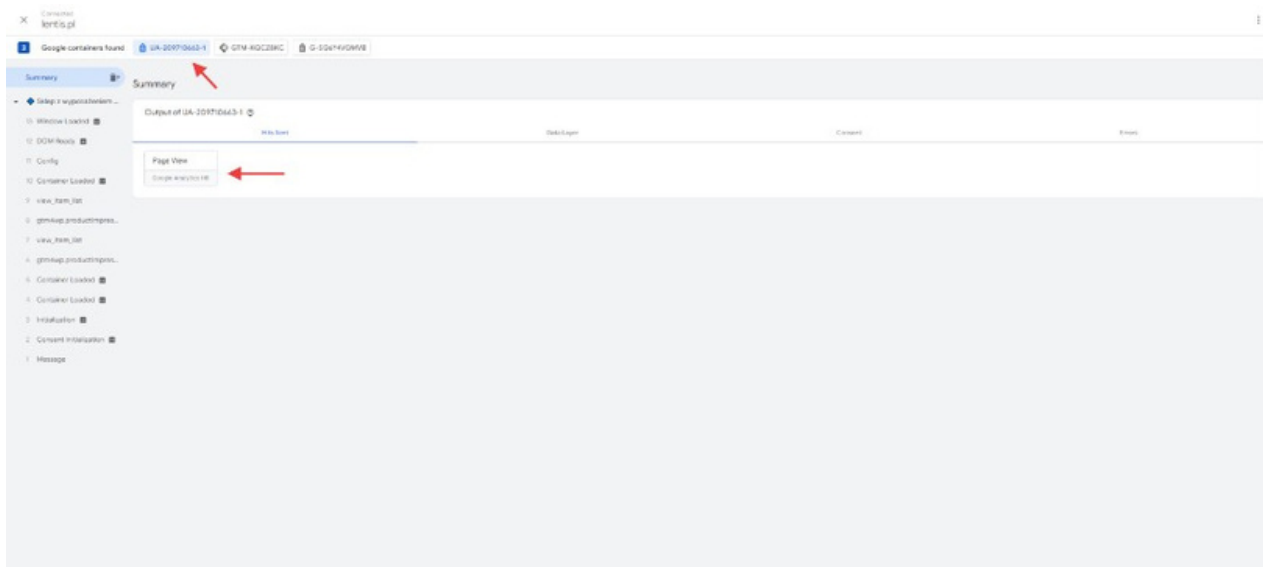
W konwersji z kampanii uwzględniaj Towary dostępne w magazynach własnych Towary dostępne w magazynach obcych Towary pokazywane mimo niedostępności

Waluta rozliczeniowa zamówień przekazywanych do Google AdWords (Jeśli inna niż rozliczeniowa konta AdWords, to wartość zamówień będą przeliczane na walutę rozliczeniową konta po stronie Google) PLN

6. Klikamy **Zapisz** i gotowe.

4. KONWERSJA SPRZEDAŻOWA / ZAKUP

Na konwersję sprzedażową są dwa sposoby, które stosujemy. Każdy z nich wymaga żeby przejść proces sprzedażowy, najlepiej zrobić to przez podgląd GTM-a, i zobaczyć czy jest wdrożony tag Google Analytics, który pozwala się debugować. Jeśli tag jest w wersji, która pozwala nam na dostęp do danych z warstwy danych strony będzie to wyglądać w ten sposób:



Po kliknięciu w UA-XXXXX na górnym pasku dostępnych usług powinny pokazać się eventy, które wysyła strona. To pozwala nam na drugą opcję ustawienia konwersji bezpośrednio przez zaczytywanie danych z warstwy danych strony.

Najważniejsze to przejść cały proces zakupowy aż do **ostatniej strony** tj. potwierdzenia zamówienia, na której powinny znajdować się dwie rzeczy:

a) **Wartość zamówienia**

b) **Numer zamówienia/ID zamówienia**

Bez tego konwersja nie ruszy - wartość jest potrzebna do zaczytywania wartości i mierzenia ROAS-u w kampaniach, **numer zamówienia** zapobiega duplikacji zdarzeń.

Przykładowa strona potwierdzenia zamówienia z zaznaczonymi rzeczami, które są nam potrzebne:

The screenshot shows the order confirmation page for LENTIS.PL. At the top, the website name and logo are visible. Below the navigation bar, there are two rows of information:

- Order number: 30045 (indicated by a red arrow)
- Date: 27 października 2022
- Price: 134,90 zł (indicated by a red arrow)
- Payment method: Za pobrzeniem

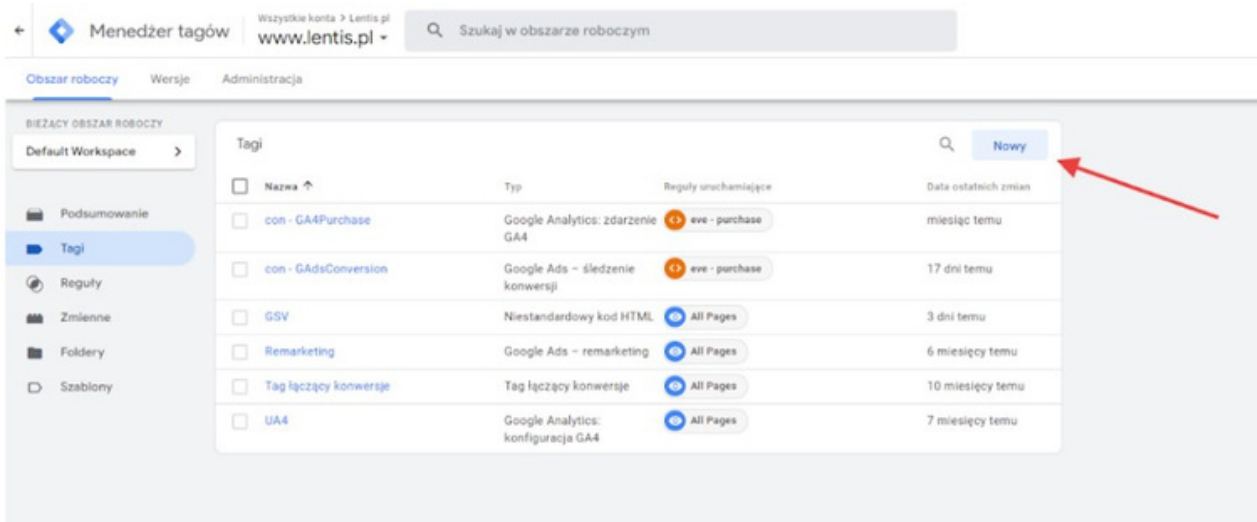
Below this, there is a table listing the products and their prices:

Produkt	Cena
Lenze Kicker Szlony Pół Główny KGLA Miękkie Złote AFF1000 014 x 1	110,00 zł
Koszyk	110,00 zł
Wynajem	15,90 zł (brutto Kuroi 010) opłata
Metoda płatności	Za pobrzeniem
Suma	134,90 zł (brutto 010) w VAT

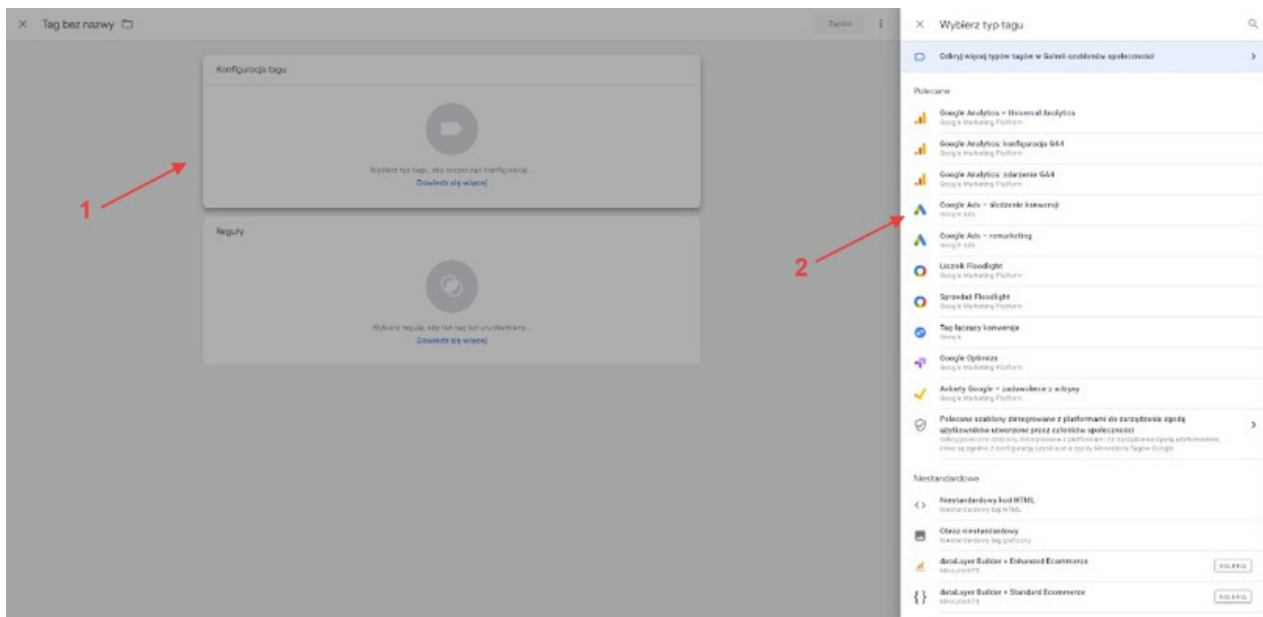
At the bottom of the page, there are four columns of links: KONTAKT, MENU, LINKI, and ZASADY. A Tag Assistant notification is visible in the bottom right corner.

Konfiguracja w Google Tag Manager

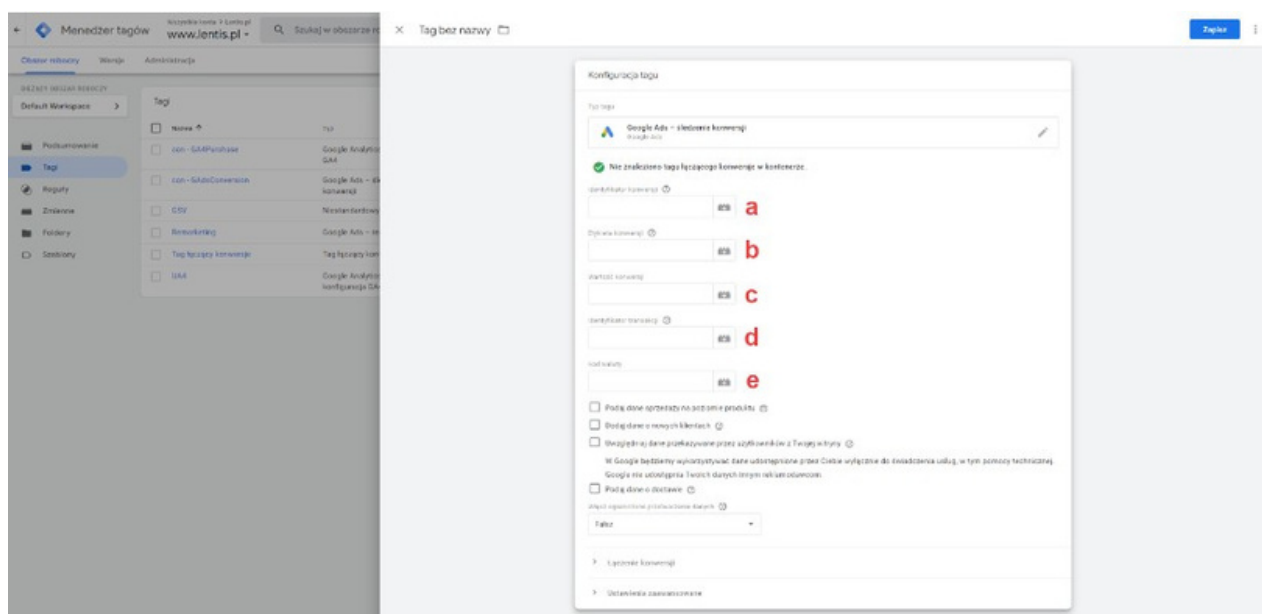
Krok 1 - Stworzenie zdarzenia konwersji:



Krok 2 - Utworzenie tagu konwersji w GTM:



Krok 3 - Wypełnienie pól konwersji



a) Identyfikator konwersji

Zaczynamy od stworzenia tagu konwersji Google Ads na koncie Google Ads klienta, dla którego robimy aktualnie konwersję:

- 1) Kliknij w **Narzędzia i ustawienia** w prawym górnym rogu
- 2) W rubryce **Pomiar skuteczności** kliknij **Konwersje**
- 3) Kliknij w przycisk **Nowe działanie powodujące konwersję** znajdujący się nad listą wszystkich konwersji

Następnie:

wersję Szukaj

Zacznij śledzić konwersje

Śledzenie konwersji ma kluczowe znaczenie dla powodzenia marketingu online. Dzięki niemu możesz obserwować, co użytkownicy robią po obejrzeniu reklamy, czyli jakie podejmują działania powodujące konwersje. Każde działanie musisz ustawić osobno, ale możesz śledzić kilka z nich naraz. [Więcej informacji](#)

Wybierz, jaki rodzaj konwersji chcesz śledzić

<p>Witryna Śledź działania w swojej witrynie</p>	<p>Aplikacja Śledź działania w aplikacji</p>	<p>Połączenia telefoniczne Śledź połączenia telefoniczne z reklam lub strony</p>	<p>Importuj Importowanie danych z Google Analytics lub z innego źródła</p>
-------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

Potem wpisz adres witryny, na której będzie wprowadzona konwersja, naciśnij przycisk skanuj, a następnie przycisk który się pojawi:

Wpisz URL witryny, w której chcesz mierzyć konwersje

Przeskanowanie witryny pozwoli określić, czy jest już w niej skonfigurowane śledzenie konwersji. Możemy także wyświetlić Ci sugestie działań powodujących konwersje, które możesz utworzyć, aby mierzyć konwersje w witrynie.

Domena witryny
www.lentia.pl

Aby uzyskać dostęp do funkcji niestandardowych, utwórz działania powodujące konwersję ręcznie

Tworzenie działań powodujących konwersję ręcznie za pomocą kodu

Ręcznie skonfiguruj działania powodujące konwersję:

- Jeśli używasz wartości związanych z transakcją, identyfikatorów transakcji lub innych parametrów niestandardowych.
- Jeśli chcesz mierzyć kliknięcia przycisków lub linków.

Jeśli wybierzesz tę opcję, musisz dodać fragment kodu zdarzenia do kodu swojej witryny

+ Ręcznie dodaj działanie powodujące konwersję

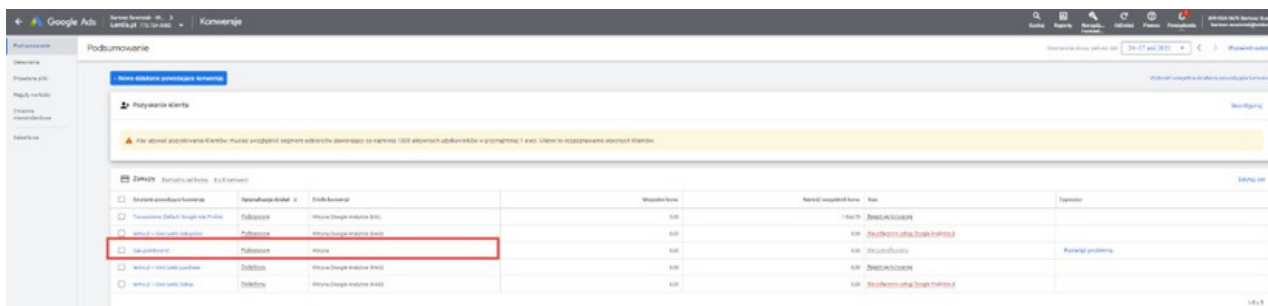
Zapamiętaj i kontynuuj Anuluj

Następny krok skonfiguruj tak jak na screenie poniżej:

Optimalizacja celów i działań	Wybierz kategorię celu dla tego działania <input type="text" value="Zakup"/>	Za pomocą tych celów/kategorii możesz pogrupować działania powodujące konwersję i podzielić raporty kampanii.
Opcje optymalizacji działań powodujących konwersję		
Nazwa konwersji	<input type="text" value="ZakupWidoczni2"/> 14/100	Przykład: „Subskrypcje newslettera w czerwcu”, „Zgłoszenia na stanowisko menedżera” czy „Wielka wyprzedaż ciastek”
Wartość	Przypisz wartość konwersji, by mierzyć skuteczność swoich reklam wideo <input type="radio"/> Zastosuj tę samą wartość do każdej konwersji <input checked="" type="radio"/> Zastosuj inną wartość do każdej konwersji Na następnej stronie zobaczysz, co należy zrobić, by dodać do kodu śledzenia wartości dynamiczne. Jeśli nie dodasz tego kodu, użyjemy domyślnej wartości, którą tu wpiszesz. Wpisz wartość domyślną <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="złoty polski (PLN zł)"/>	Jeśli sprzedajesz różne produkty w różnych cenach, możesz im nadać inne wartości. Dla każdej konwersji rejestrowana jest unikalna wartość. Więcej informacji
Liczba	Wybierz liczbę konwersji naliczanych za kliknięcie lub interakcję <input checked="" type="radio"/> Każda Zalecamy w przypadku zakupów, ponieważ każdy zakup jest cenny. <input type="radio"/> Jedna Zalecamy w przypadku potencjalnej sprzedaży, rejestracji i innych konwersji, gdy cenna jest tylko pierwsza interakcja z reklamą.	Jeśli użytkownik kliknie Twoją reklamę i dokona dwóch różnych zakupów przy różnych okazjach, zarejestrujemy dwie konwersje. Więcej informacji
Okno konwersji po kliknięciu	90 dni	▼
Okno konwersji po wyświetleniu angażującym	30 dni	▼
Okno konwersji po obejrzeniu	30 dni	▼
Model atrybucji	Zalecany oparty na danych	▼

Następnie kliknij **Gotowe** w lewym dolnym rogu i następnie przycisk **Zapisz i kontynuuj** i następnie **Gotowe**.

Następnie wyszukaj swoją konwersję na liście konwersji i kliknij w nią:



Na następnym ekranie wybierz opcję jak na poniższym screenie i przekopiuj identyfikator konwersji do pola przeznaczonego do tego w Google Tag Manager.

The image shows two screenshots from the Google Ads interface. The top screenshot displays the 'Ustawienia' (Settings) for a conversion named 'ZakupWidoczni2'. The settings include: 'Nazwa konwersji' (Conversion name): ZakupWidoczni2; 'Optymalizacja celów i działań' (Goal and action optimization): Zakupy, Główne działanie; 'Wartość' (Value): Używaj różnych wartości. Jeśli żadna nie jest podana, użyj 1 zł; 'Źródło' (Source): Witryna; 'Liczba' (Count): Wszystkie konwersje; 'Okno konwersji po kliknięciu' (Click-through conversion window): 90 dni; 'Okno konwersji po wyświetleniu angażującym' (Engaging view-through conversion window): 30 dni; 'Okno konwersji po obejrzeniu' (View-through conversion window): 30 dni; 'Model atrybucji' (Attribution model): Zalecany oparty na danych. A red box labeled '1' highlights the 'Konfiguracja tagu' (Tag configuration) section. The bottom screenshot shows the 'Konfiguracja tagu' section with three red boxes labeled '1', '2', and '3'. Box '1' highlights the 'Konfiguracja tagu' header. Box '2' highlights the 'Użyj Menedżera tagów Google' button. Box '3' highlights a box containing the conversion ID '10786589828' and the conversion label 'mkjhCN-KvoAYEISZuZco'. Below this, there are instructions and a 'Wstecz' button.

Ustawienia	Nazwa konwersji	ZakupWidoczni2
	Optymalizacja celów i działań	Zakupy, Główne działanie
	Wartość	Używaj różnych wartości. Jeśli żadna nie jest podana, użyj 1 zł
	Źródło Nie można edytować	Witryna
	Liczba	Wszystkie konwersje
	Okno konwersji po kliknięciu	90 dni
	Okno konwersji po wyświetleniu angażującym	30 dni
	Okno konwersji po obejrzeniu	30 dni
	Model atrybucji	Zalecany oparty na danych

1 Konfiguracja tagu

Wybierz sposób instalacji tagu

Zainstaluj tag samodzielnie Wyślij tag e-mail **2 Użyj Menedżera tagów Google**

Instrukcje

1. Użyj Menedżera tagów Google, by [zainstalować tag śledzenia konwersji Google Ads](#). Podaj te informacje dotyczące działania powodującego konwersję **ZakupWidoczni2**:
3 Identyfikator konwersji
10786589828
Etykieta konwersji
mkjhCN-KvoAYEISZuZco
2. Sprawdź, czy masz dodany [tag łączący konwersje](#), i skonfiguruj go tak, by uruchamiał się na wszystkich stronach.
3. Jeśli używasz stron AMP, potrzebujesz osobnego kontenera. Dodaj te informacje do tego kontenera również na stronach AMP.

Konwersje rozszerzone Popraw dokładność konwersji dzięki dopasowywaniu do nich informacji uzyskiwanych od osób, które dokonują konwersji w Twojej witrynie

Wstecz

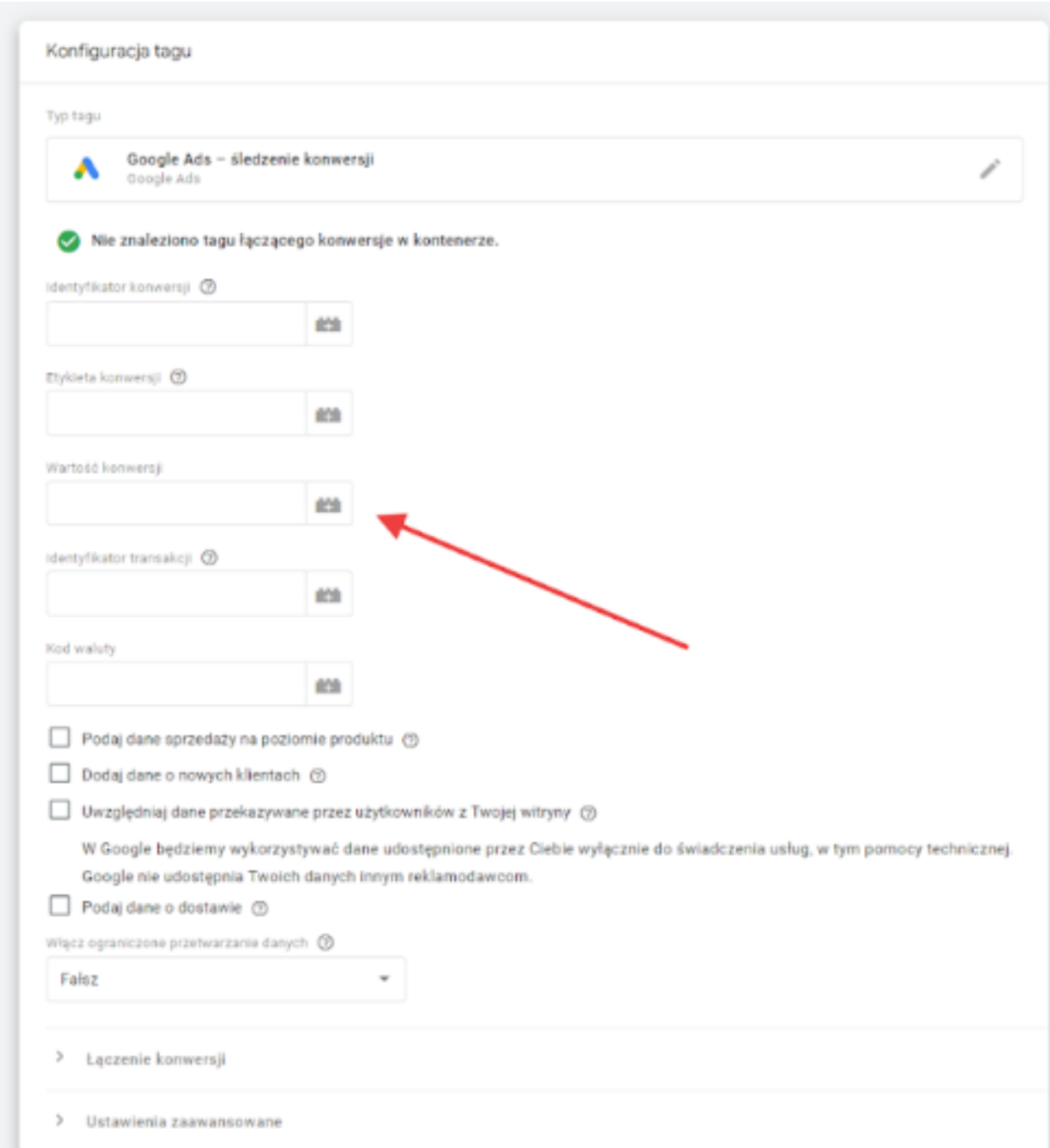
b) Etykieta konwersji

Etykietę konwersji przekopiuj z tego samego miejsca co identyfikator i wstaw go do pola przeznaczonego do tego w GTM. Resztę rzeczy zacytasz bezpośrednio ze strony, więc aktualnie Google Ads nie będzie już potrzebne

c) Wartość konwersji

Metoda javascript:

1) Najpierw kliknij plusik po prawej stronie interesującego Cię pola.



Konfiguracja tagu

Typ tagu

Google Ads – śledzenie konwersji
Google Ads

✓ Nie znaleziono tagu łączącego konwersje w kontenerze.

Identyfikator konwersji ⓘ

Etykieta konwersji ⓘ

Wartość konwersji ⓘ

Identyfikator transakcji ⓘ

Kod waluty

Podaj dane sprzedaży na poziomie produktu ⓘ

Dodaj dane o nowych klientach ⓘ

Uwzględniaj dane przekazywane przez użytkowników z Twojej witryny ⓘ

W Google będziemy wykorzystywać dane udostępnione przez Ciebie wyłącznie do świadczenia usług, w tym pomocy technicznej. Google nie udostępnia Twoich danych innym reklamodawcom.

Podaj dane o dostawie ⓘ

Włącz ograniczone przetwarzanie danych ⓘ

Falsz

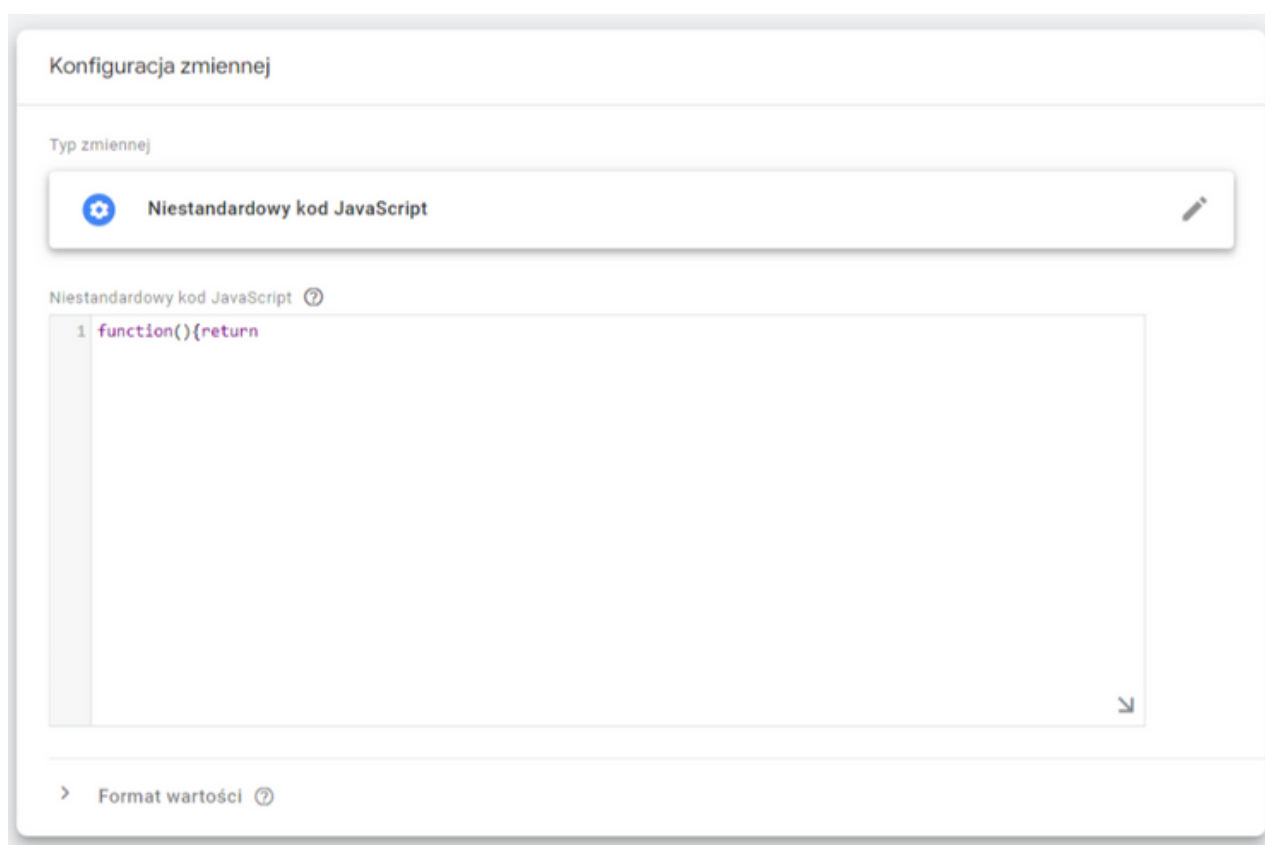
> Łączenie konwersji

> Ustawienia zaawansowane

Reguły

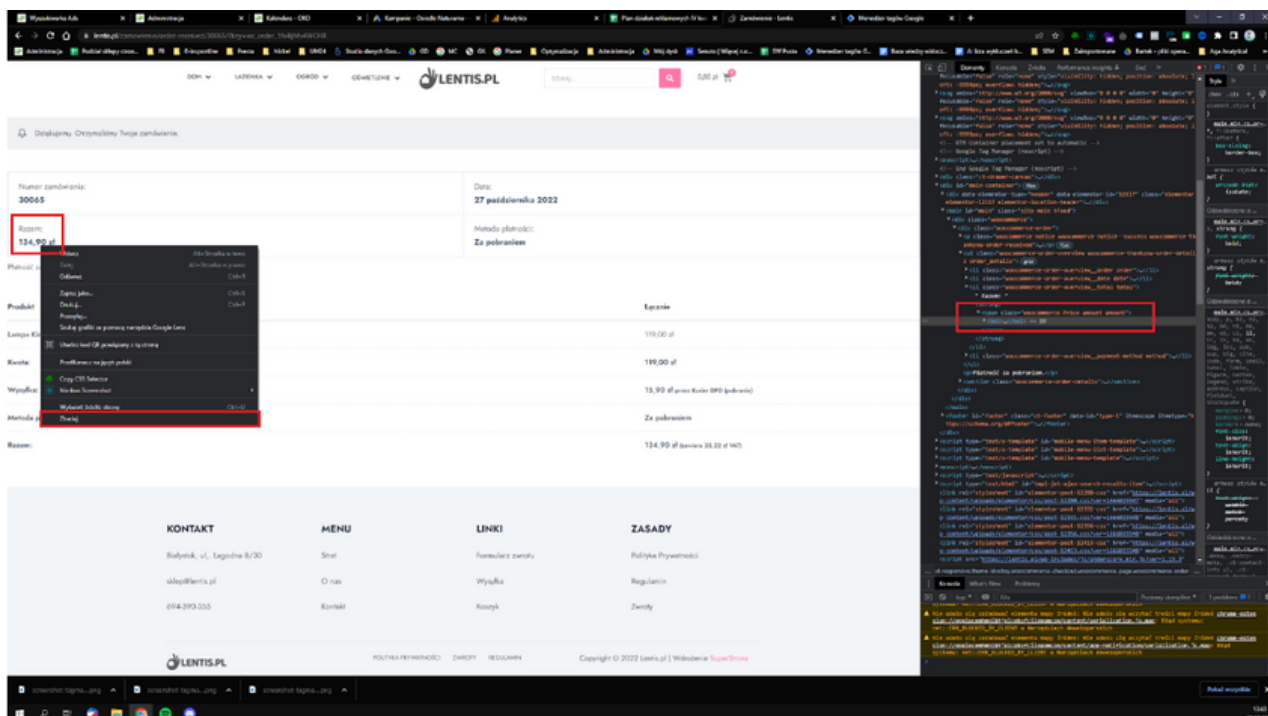
- 2) Otworzy się okno wyboru zmiennej - **kliknij w niebieski plus/krzyżyk w prawym górnym rogu**
- 3) Następnie kliknij na dużym kafelku **Konfiguracja zmiennej**
- 4) Wybierz **Niestandardowy kod Javascript**
- 5) Otworzy się okno do wpisania funkcji. Żeby wszystko zaczytywało się dobrze najpierw wpisz:

function(){return

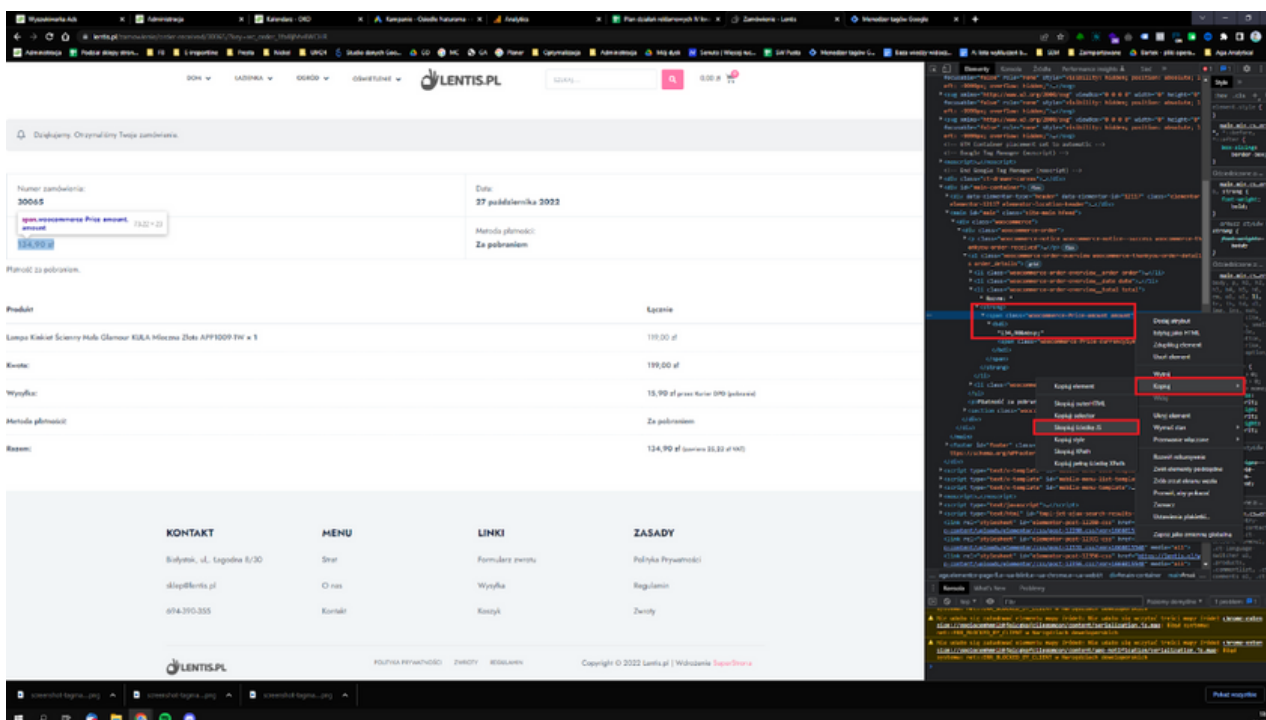


- 6) Po otwarciu **kodu javascript** musisz wkleić kod javascript ze strony, który odpowiada za miejsce, w którym znajduje się **wartość zamówienia**.

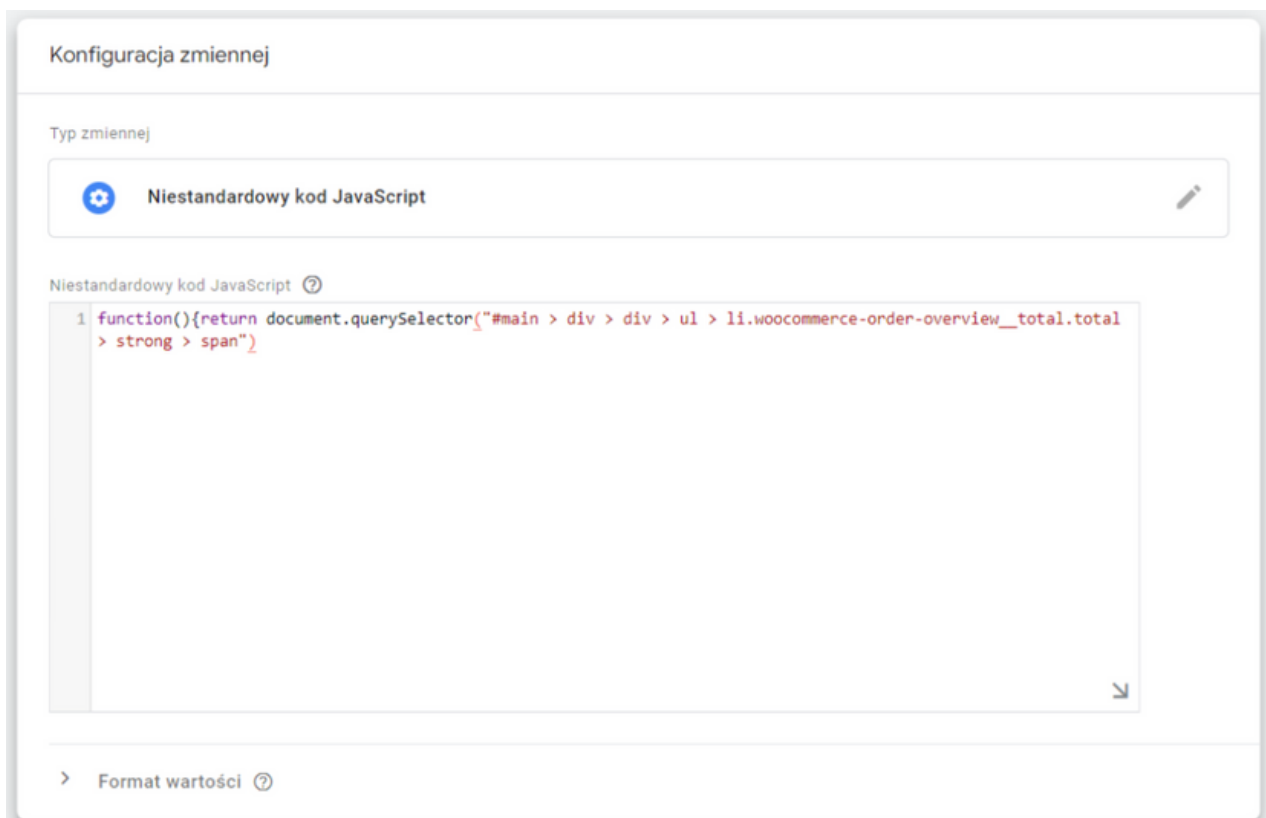
7) Wyciągnięcie kodu javascript możesz zrobić klikając zbadaj na elemencie, którego potrzebujesz - tutaj będzie to **Wartość Zamówienia**. Kliknij **PPM** i naciśnij **zbadaj**.



8) Następnie miejsce, które **zbadateś/aś** podświetli się w konsoli na prawo. Kliknij prawym przyciskiem w to miejsce i naciśnij **Skopiuj ścieżkę JS**. Jeśli w **podświetlonym** miejscu nie będzie można skopiować ścieżki spróbuj “o jedno piętro wyżej” w drzewku.



9) Następnie przekopiowany tekst wklej do miejsca w **Google Tag Manager** od razu za funkcją, którą skonfigurowałeś/aś w kroku **e)**. Powinno to wyglądać tak:



10) Następnie za pomocą dalszej części kodu javascript musisz wyeliminować znaki niepożądane z wartości, którą zczytasz ze strony. **Żeby wszystko działało dobrze to wartość powinna być tylko liczbowa i oddzielona kropką, a nie przecinkiem.** To ważne bo inaczej konwersja zczyta Ci się nieprawidłowo. W tym celu do kodu dodajesz dodatkową wiązkę:

```
.textContent + .replace('zł',"") + .trim()}}
```

.textContent - odpowiada za wyciągnięcie wartości ze strony - to zostaje w takiej formie jak jest **ZAWSZE**

.replace('x','y') - jest to kod odpowiadający za zamianę tekstu. Jeśli chcesz uciąć z tekstu niepożądane znaki/ciągi znaków to w nawiasach po **replace** wpisujesz ciąg znaków/znak i znak, na który chcesz zamienić.

Jeśli na przykład chcesz zamienić **przecinek** na kropkę to kod będzie wyglądać tak:

```
.replace(',','.')
```

Pamiętaj, że przed `replace` musi znajdować się **kropka**, a pomiędzy cudzysłowem w nawiasie **przecinek**. Jeśli musisz wyciąć z tekstu dwie wartości to po nawiasie wstawiasz nowy kod

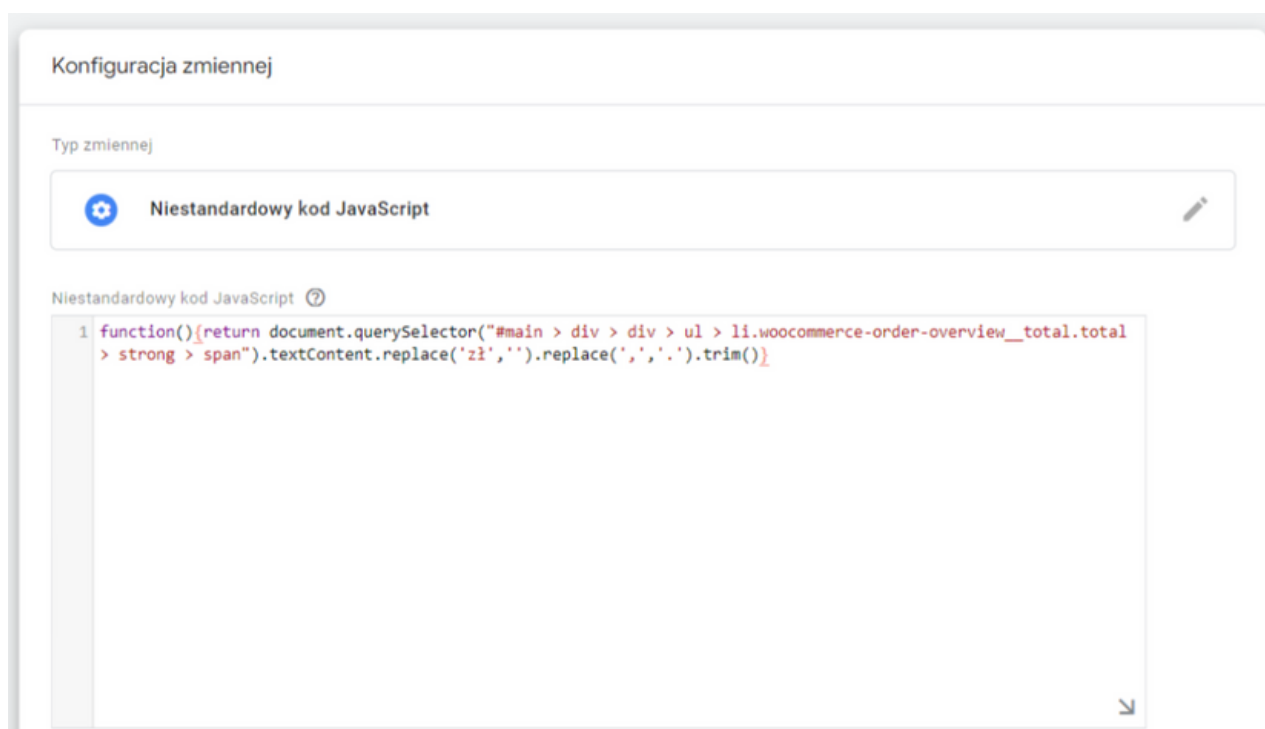
`.replace('x','y')`

i wpisujesz tam cokolwiek chcesz usunąć.

Jeśli chcesz usunąć tekst (np. PLN) to **X** uzupełniasz jako **PLN**, a miejsce **Y** zostawiasz **puste**.

`.trim()` - zamyka całą funkcję i przycina to co chcemy przyciąć z kodu.

Finalnie kod powinien wyglądać np. tak:



Konfiguracja zmiennej

Typ zmiennej

Niestandardowy kod JavaScript

Niestandardowy kod JavaScript ?

```
1 function(){return document.querySelector("#main > div > div > ul > li.woocommerce-order-overview__total.total > strong > span").textContent.replace('zł','').replace(',','').trim()}
```

d) Identyfikator transakcji

- Kroki są takie same jak w **Wartości konwersji** - po prostu tworzysz nową zmienną i taki sam proces powtarzasz dla **identyfikatora transakcji**, który znajduje się na stronie.

e) Kod waluty

- Wpisujesz kod waluty, w której robisz konwersję - zazwyczaj będzie to PLN Reszta kodów dostępna tutaj -> <https://www.iban.pl/currency-codes>

f) Reguła uruchamiania tagu

- Najłatwiejszym sposobem jest ustawienie go na wyświetlenie strony z potwierdzeniem zamówienia (tam skąd zczytujesz informacje do konfiguracji zmiennych). Zdjęcia krok po kroku poniżej:

× Tag bez nazwy Zapisz


Konfiguracja tagu

Typ tagu

Google Ads – śledzenie konwersji
Google Ads

✓ Nie znaleziono tagu łączącego konwersję w kontenerze.

Reguły




Wybierz regułę, aby ten tag był uruchamiany...
[Dowiedz się więcej](#)

× Wybierz regułę Zapisać

Nazwa ↑	Typ	Filtr
All Pages	Wyświetlenie strony	-
Consent Initialization - All Pages	Inicjacja zgody	-
ev - purchase	Zdarzenie niestandardowe	-
event - purchase	Zdarzenie niestandardowe	-
Initialization - All Pages	Zdarzenie inicjujące	-

× Reguła bez nazwy Zapisz

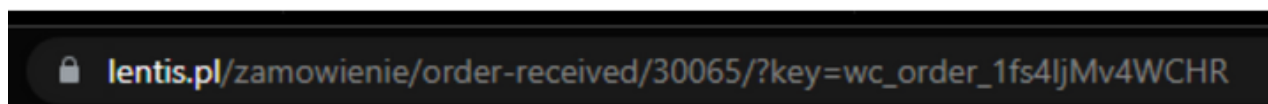
Skonfiguruj regułę



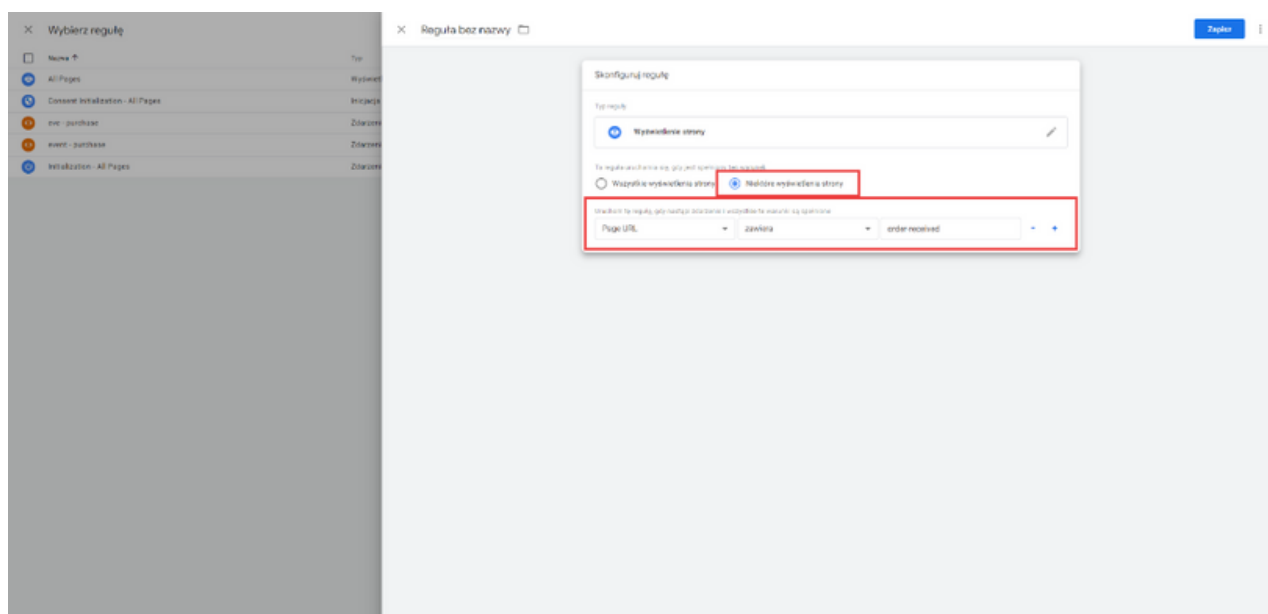
Wybierz typ reguły, aby rozpocząć konfigurację...
[Dowiedz się więcej](#)

- × Wybierz typ reguły
- Wyświetlenie strony
 - Element DOM dostępny
 - Inicjacja zgody
 - Wczytanie okna
 - Wyświetlenie strony**
 - Zdarzenie inicjujące
 - Kliknięcia
 - Tylko linki
 - Wszystkie elementy

g) Ostatni krok to wyciągnięcie z URL-a strony części adresu, która odpowiada za to, że znajdujesz się na stronie **potwierdzenia zamówienia** w moim przypadku było to **order-received** wyciągnięte z pasku URL strony:



h) Następnie część URL-a skopiuj do reguły ustawiając ją tak jak na screenie poniżej.



i) Koniec, po zapisaniu wszystkiego konwersja jest skonfigurowana

Powodzenia!

W razie trudności prosimy o kontakt ze swoim opiekunem.

DANE KONTAKTOWE

Widoczni

ul. Złotowska 41
60-189 Poznań
61 224 83 26

widoczni.com
dobrze@widoczni.pl

KONIEC