

Ivan Bumbak¹
mr. sc. Ivan Livaja¹

BESPLATNI GOOGLE WEB ALATI NA PRIMJERU STUDENTSKOG PORTALA „SKVUŠ“

Stručni rad / Professional paper
UDK 004.738.52:37

Novinarski, istraživački, informativni i slični portali na sve moguće načine pokušavaju privući što veći broj posjeta svojim stranicama. Danas postoji bezbroj mogućnosti privlačenja korisnika na vlastiti web sadržaj, od čega su neprofesionalnim portalima najzanimljiviji besplatni web alati. Kod besplatnih web alata najviše se iskazao Google koji je izbacio nekoliko alata za praćenje trendova, broja korisnika na portalu, što korisnici pretražuju i najviše čitaju, te kada i u koje vrijeme najviše pregledavaju web sadržaj. U ovom radu objasniti ćemo osnovne besplatne Google web alate na primjeru studentskog portala Veleučilišta u Šibeniku „SKVUŠ“.

Ključne riječi: Google Web alati, Google analiza, SKVUŠ portal.

1. Uvod

Google je razvio nekoliko Web alata koji osim što pomažu praćenju posjećenosti, optimiziranosti i analizira vašu web stranicu, od kojih se neki plaćaju, a neki su besplatni. Najpoznatiji alati koje treba plaćati su *Google AdSense* i *Google AdWords* pomoću kojih vlasnici web stranica kreiraju oglase na tražilici i oni se kao takvi tada uglavnom prikazuju na vrhu svih pretraga. Najpoznatiji besplatni alati su: *Google Webmaster Tools*, *Google Analytics*, *Google Trends* i *Google Insights*. Također, važno je izdvojiti i *Google Sitemap.xml* datoteku pomoću koje Google brže indeksira promjene na stranicama. Za pristup besplatnim Google Web alatima dovoljno je imati otvoren e-mail račun na Google-u.

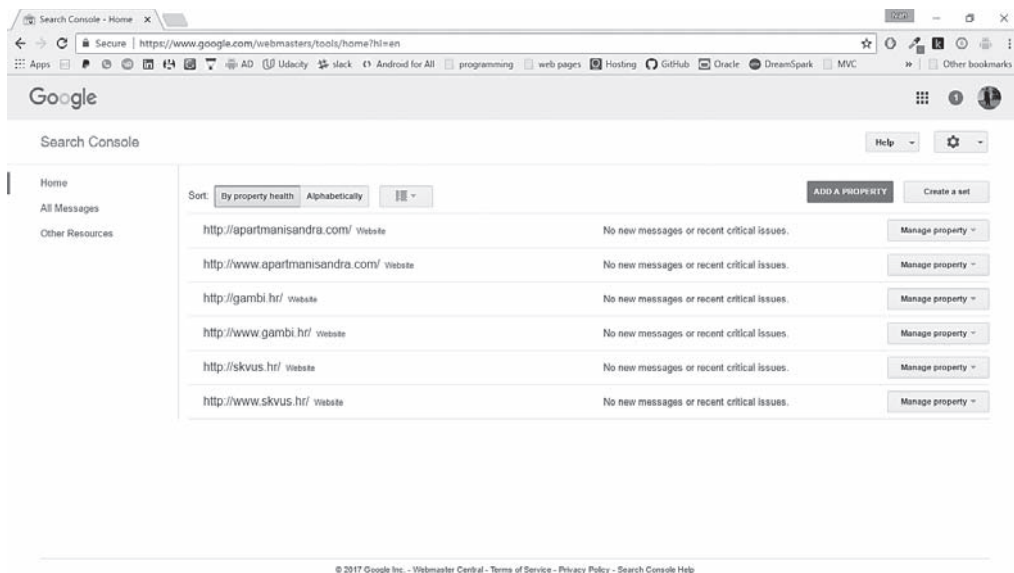
2. Google Webmaster Tools

Google Webmaster Tools vlasnicima web sjedišta, odnosno portala pruža informacije o vidljivosti web stranica, te im omogućuje izmjenu određenih sistemskih postavki. Osim toga, ako na portalu imamo velik broj web stranica, primjerice novinarski portal ima veliki broj

¹ Veleučilište u Šibeniku

članaka, putem *Google Webmaster Tools*-a stare članke možemo izbaciti iz indeksa i oni se tada neće prikazivati na pretraživanju.²

Slika 1. Prikaz svih web sjedišta na *Google Webmaster Tools*.



Izvor: Vlastiti screenshot autorovog *Google Webmaster Tools*-a.

Za instalaciju *Google Webmaster Tools*-a na određeni portal potreban je administratorski pristup tom portalu koji potvrđujemo autorizacijom domene. *Slika 1* prikazuje autorov *Google Webmaster Tools* te popis svih domena u njegovom vlasništvu. Na ovom popisu mogu se vidjeti određene greške na sjedištu. Za izmjenu portala potrebno je kliknuti na domenu portala kojeg želimo ažurirati.

2.1. Potvrda vlasništva nad portalom

Potvrdu vlasništva nad portalom možemo utvrditi pomoću sljedećih metoda: *domain name provider*,³ *Google Analytics*, *Google Tag Manager*, *HTML tag* i *HTML file upload*. Također, prije odabira metode potvrde nad vlasništvom, otvara se popis svih dosadašnjih iskorištenih metoda, te popis potvrđenih vlasnika nad određenim portalom. Za potvrdu vlasništva nad portalom može se iskoristiti jedna ili više metoda.

Metodom *domain name provider* kreiramo DNS⁴ zapis koji Google-u potvrđuju vlasništvo nad određenim portalom. U Hrvatskoj, najrasprostranjeniji *domain name provider* je carnet.hr. Na popisu *Google Webmaster Tools*-a se nalazi određeni broj *domain name provider*-a, ali

² Izvor: <http://www.google.com/webmasters/tools>

³ Davatelj domene

⁴ *Domain name server* - hijerarhijsko raspoređeni sustav imenovanja za računala, servise ili bilo koje sredstvo spojeno na Internet ili privatnu mrežu.

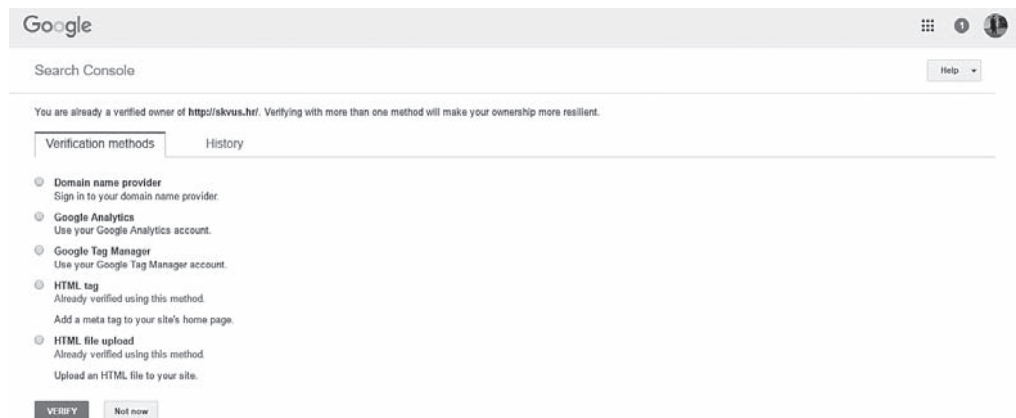
ako se ne nalazi onaj *provider* koji je potreban, odabere se *“other”* i slijede se prikazane upute za verifikaciju. Prvi korak verifikacije je dodavanje teksta kojeg generira Google ispod DNS postavki u administracijskom panelu skvus.hr portala. Nakon što se generirani tekst zalijepi, na popisu svih metoda klikne se na tipku *“Verify”*.

Za potvrdu putem *Google Analytics*-a potrebno je najprije aktivirati *Analytics*, jer njegovom aktivacijom se dodjeljuje kod za praćenje koji se upisuje u `<head>` programski dio cjelokupnog web sjedišta. Također, za pristup analitici portala korisnik treba imati najmanje *“uređuj”* dopuštenje. Kao i kod *Google Analytics*, kako bi smo mogli potvrditi vlasništvo putem *Google Tag Manager*-a potrebno ga je prethodno aktivirati. *Google Tag Manager* upravlja oznakama na određenom web sjedištu. Za aktivaciju putem ove metode potrebno je imati *“upravljač”* dopuštenje.

HTML tag metoda generira specifičan kod kojeg se treba zalijepiti u `<head>` dio programskog koda i prije `<body>` dijela. Nakon što ažuriramo promjenu klikne se na tipku *“Verify”*. Kod koji se zalijepi ne smije se brisati nakon verifikacije, jer se u protivnom briše potvrda koju smo izvršili. Ova metoda je korištena za potvrdu vlasništva nad portalom skvus.hr.

HTML file upload je najlakša metoda verificiranja vlasništva nad portalom. Pri odabiru ove metode sa *Google Webmaster Tools*-a skine se jedinstvena html datoteka koju je potrebno *upload*-ati na sjedište portala. Nakon što se datoteka *upload*-a posjeti se stranica <http://skvus.hr/nazivhtmldatoteke.html>, i zatim klikom na tipku *“Verify”* potvrdimo vlasništvo nad portalom. Uz *HTML tag* metodu i ova metoda je korištena za potvrdu vlasništva nad portalom skvuš.hr

Slika 2. Metode potvrde vlasništva nad portalom.

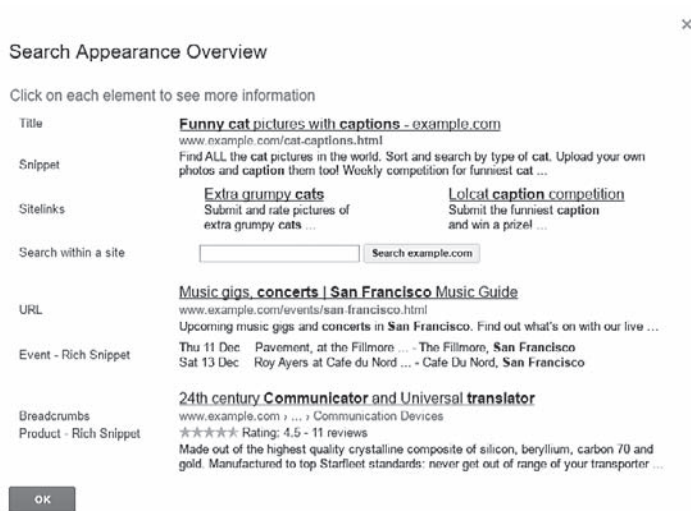


Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Webmaster Tools-a.

2.2. Izgled pretraživanja

Pregled izgleda pretraživanja pruža informacije kako bi trebao izgledati i što bi trebao sadržavati rezultat pretraživanja, poput naziva portala, isječka portala, linkovi članka i dr.

Slika 3. Pregled izgleda pretraživanja.



Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Webmaster Tools-a.

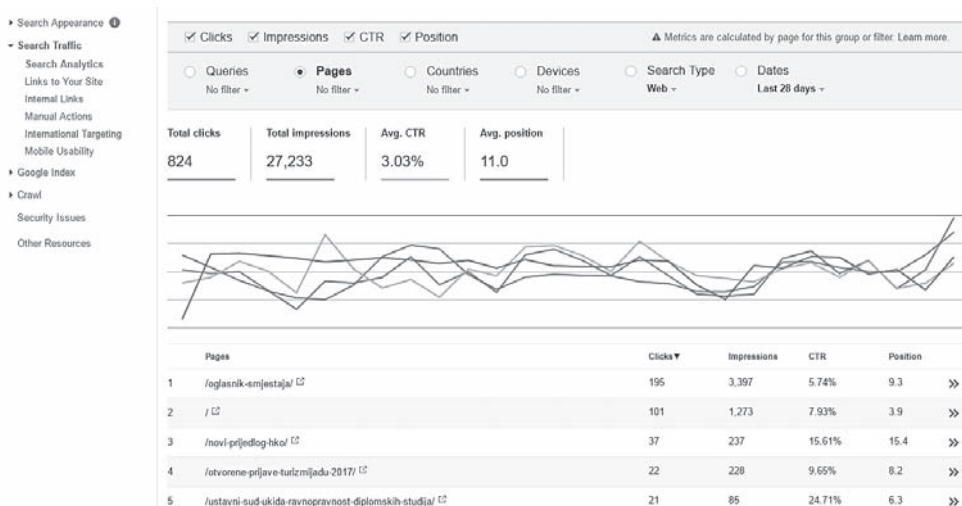
Osim ovih informacija, u opciji izgled pretraživanja pruža nam i podatke o strukturnim podacima na portalu, te o isticanju istih podataka i podataka s greškom, upravljanje *RichCards* karticama, koje su slične isječku portala, a predstavljaju sadržaj u vizualnom obliku, HTML poboljšanja kako bi se izbjeglo ponavljanje istih opisa stranica što ugrožava SEO rezultat te *Accelerated Mobile Pages* (AMP) putem kojeg prilagođavamo te ispravljamo nastale greške na mobilnom prikazu portala.

2.3. Pretraživanje prometa

Opcija pretraživanje prometa omogućava vlasniku portala analiziranje same izvedbe portala na Google pretraživanju. Također, pruža uvid u analitiku pretraživanja, poveznica koje usmjeravaju na vlastiti portal, popis i ukupan broj svih unutarnjih poveznica, odnosno poveznica koje sadržavaju adresu <http://skvus.hr>, međunarodno označavanje, te praćenje *hreflang*⁵ oznaka, te da li je portal ispravno prikazan na mobilnim uređajima.

⁵ Hreflang – atribut koji specificira jezik dokumenta na poveznici
Izvor: https://www.w3schools.com/tags/att_a_hreflang.asp

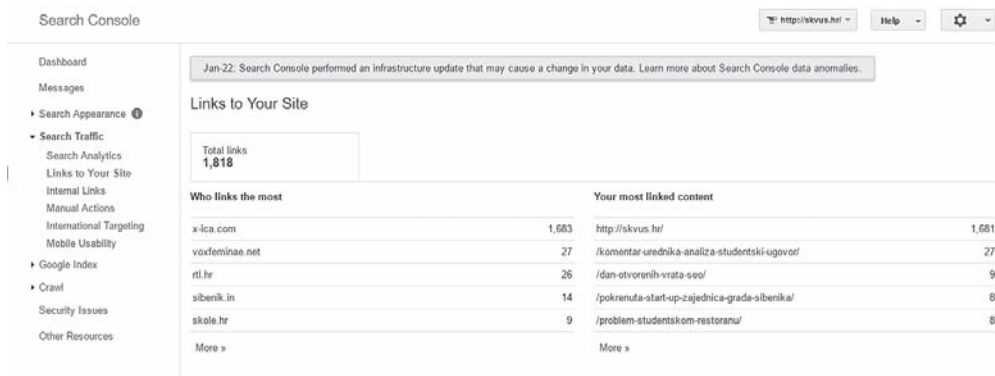
Slika 4. Prikaz analitike jedinstvenih klikova.



Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Webmaster Tools-a

Iz slike možemo primijetiti da najveći udio u jedinstvenom broju klikova ima stranica oglasnik smještaja. Nakon toga ga slijedi početna stranica, te članak „Prijedlog o HKO“. Iz ovoga se može zaključiti kako studenti najviše prate smještaj, te važne informacije o njihovom visokoškolskom obrazovanju. Ako u izborniku odaberemo opciju poveznice na vlastiti portal, otvara nam se popis svih ostalih web sjedišta, stranica i portala koje negdje u svom sadržaju usmjeravaju upravo na vaš portal.

Slika 5. Popis stranica koje sadrže poveznice na vaš vlastiti portal.

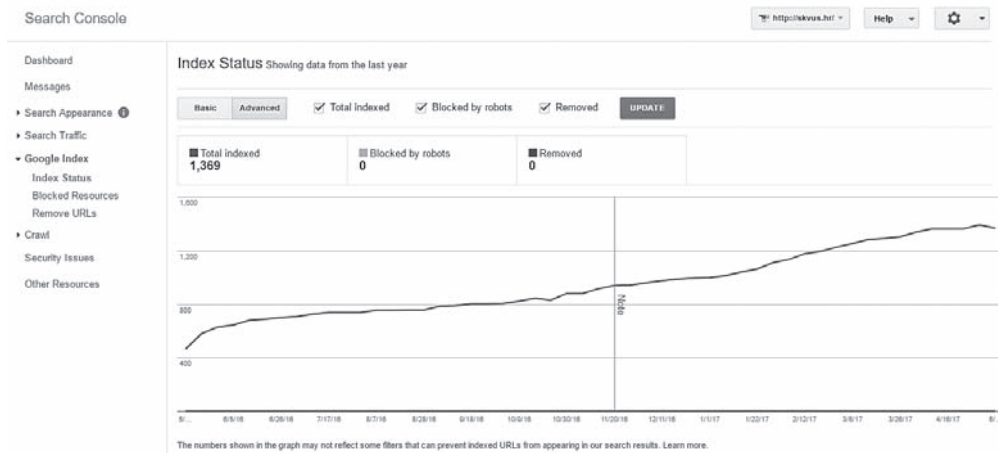


Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Webmaster Tools-a.

2.4. Google Indeks

Google Indeks nam pruža informacije o statusu indeksiranih stranica na portalu, blokiranim resursima, odnosno poveznica te prikazuje vlastite zahtjeve za uklanjanje određenih poveznica u prethodnoj godini. Na slici 6 je prikazan izvještaj ukupnog broja indeksiranih stranica u prethodnoj godini, ukupan broj blokiranih stranica od strane robota, te broj uklonjenih poveznica od strane portala.

Slika 6. Prikaz indeksiranih stranica u prethodnoj godini na portalu skvus.hr.



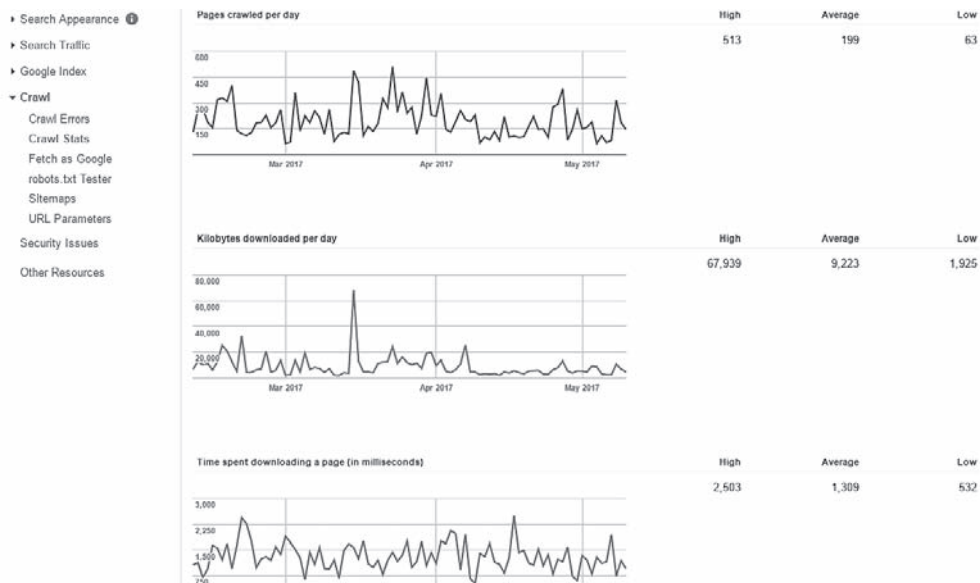
Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Webmaster Tools-a.

2.5. Crawl

Web crawler je internetski robot, ili bot, koji sustavno pretražuje cijeli World Wide Web u svrhu indeksiranja stranica. Google Webmaster Tools pruža nam informacije koliko često botovi pretražuju naš sadržaj. Osim indeksiranja, pretražuju i greške koje se pojavljuju tijekom pretraživanja te dohvaćanja podataka sa nekakvog web sadržaja. Osim uvida u statistiku botovih pretraživanja, Crawl omogućuje testiranje dohvaćanja web sadržaja kao Google, upload sitemap.xml datoteke te unos robots.txt datoteke. Putem robots.txt datoteke vlasnici web sadržaja daju upute i informacije o svojim stranicama internetskim botovima.⁶ Na slici 7 prvi graf prikazuje koliko je stranica pretraživano po danu, drugi graf prikazuje koliko je kilobajta skinuto po danu, a treći koliko je vremenski trajalo skidanje stranica u milisekundama.

⁶ Izvor: <http://www.robotstxt.org/robotstxt.html>

Slika 7. Statistika pretraživanja botova portala skvus.hr u posljednjih 90 dana.



Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Webmaster Tools-a.

*Sitemap.xml*⁷ je datoteka u UTF-8 formatu koju pruža Google, a poboljšava kvalitetu indeksiranja web stranica. U nju se spremaju sljedeći podaci: točna adresa do web sadržaja, datum zadnjih promjena URL-a,⁸ koliko se često mijenja sadržaj, te prioritete indeksiranja stranica unutar tog istog web sadržaja. Ovu datoteku potrebno je postaviti u *root*⁹ mapu portala.

3. Google Analytics

Google Analytics je alat pomoću kojeg vlasnici web sadržaja u bilo kojem trenutku mogu provjeriti cjelokupnu statistiku svog web sadržaja. Ono pruža informacije o ukupnom broju posjeta, o jedinstvenom broju posjeta, što ljudi najviše čitaju, odakle i sa kojeg uređaja najviše posjećuju naš web sadržaj te ostale informacije o radu i posjećivanju istog. Za aktivaciju *Google Analytics* alata potrebno je imati otvoren račun na Google mail-u te je potrebno imati pristup ažuriranju koda web stranice, jer je se *Analytics* aktivira pomoću određenog programskog koda.

⁷ Izvor: <https://www.sitemaps.org/index.html>

⁸ Uniform Resource Locator – web adresa

⁹ Root map – početna mapa u kojoj se nalazi kompletna instalacija web sjedišta

Slika 8. Kod za aktiviranje Google Analytics-a.

```

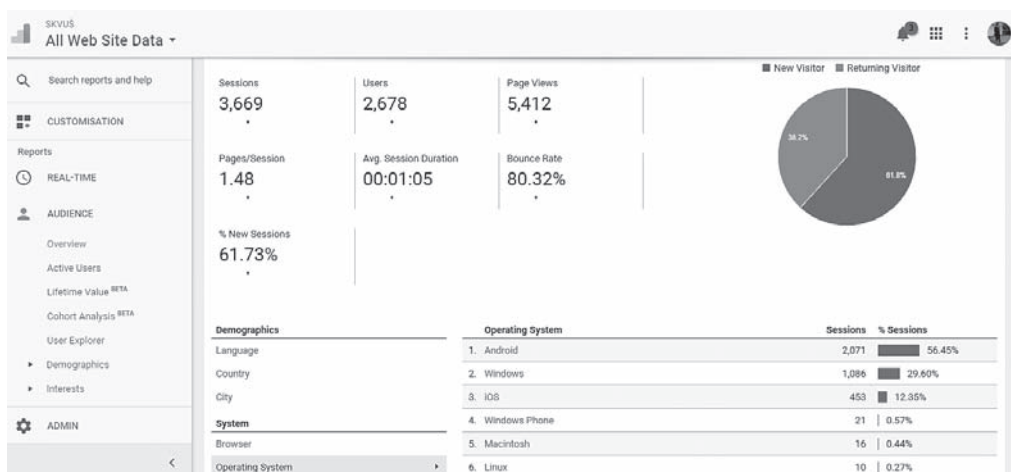
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','//www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create', 'šifra koju generira Google', 'auto');
ga('send', 'pageview');
</script>

```

Izvor: Vlastiti screenshot generiranog koda.

Slika 9. Prikaz statistike broja sesija (po korisniku) u mjesecu travnju 2017.

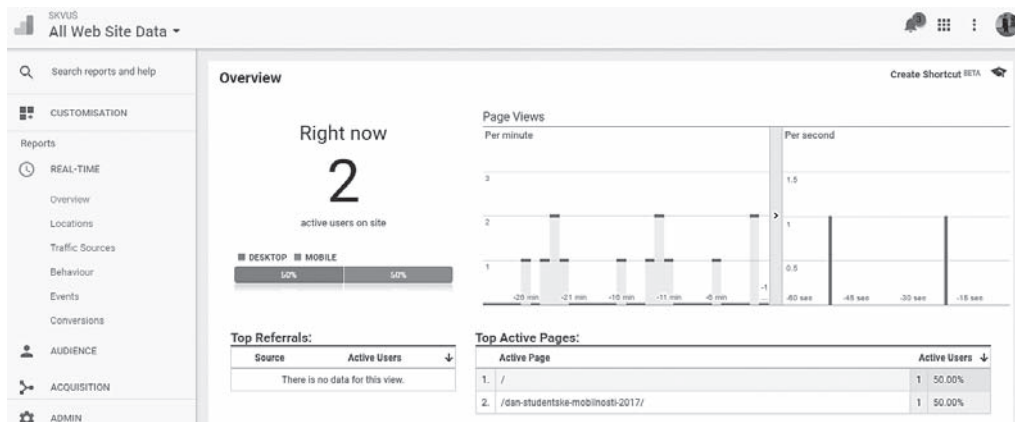


Izvor: Vlastiti screenshot autrovg Google Analytics-a.

Slika 9 prikazuje pregled publike koja posjećuje portal skvus.hr u mjesecu Travnju 2017. godine. Iz slike je vidljivo da je bilo ukupno 3669 sesija, te 2678 korisnika koji su imali barem jednu sesiju na portalu skvus.hr u promatranom vremenu. Od ukupnog broja sesija, 61.73% su novi korisnici, dok su 39.27% stari korisnici, odnosno korisnici koji su i prije pregledavali sadržaj. Iz ovog možemo zaključiti kako portal ima uzlaznu putanju te s vremenom privlači sve veći broj novih korisnika. Osim broja posjetitelja, slika prikazuje i postotni udjel s kojeg uređaja, odnosno operativnog sistema korisnici posjećuju skvus.hr portal. Iz ove statistike je vidljivo da predvode Android uređaj s 56.45% posjeta, Windows operativni sistem (desktop) s 29.6% posjeta te iOS s 12.35% udjela od ukupnog broja posjeta dok ostali OS-i¹⁰ imaju neznatan udjel u broju posjeta, ispod 1%. Prema tome, sadržaj portala bi trebalo prilagođavati Android, odnosno mobilnim uređajima, te tablet računalima, kako bi se korisnici duže zadržali na portalu skvus.hr.

¹⁰ OS – operativni sistem

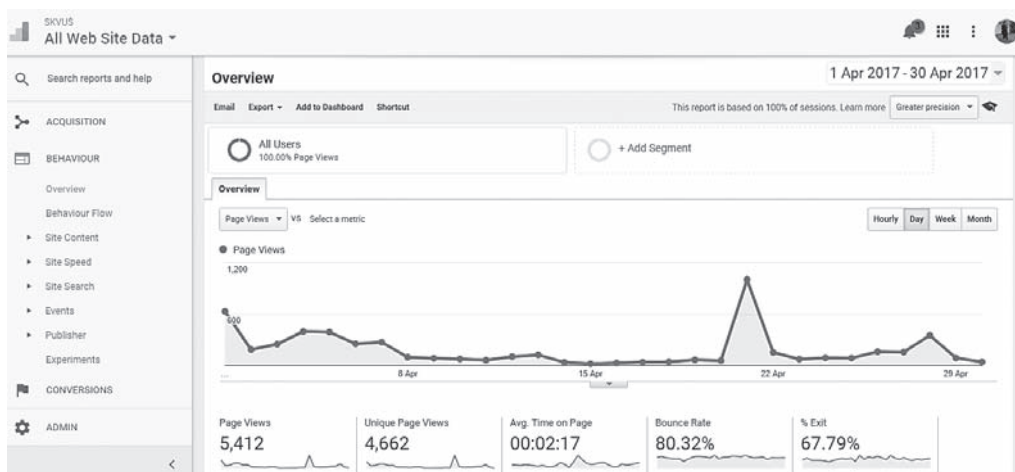
Slika 10. Prikaz broja posjetitelja i pregleda web stranica na skvus.hr portalu u realnom vremenu.



Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Analytics-a.

Slika 10 prikazuje trenutno stanje portala skvus.hr. U trenutku promatranja, na portalu je bilo 2 posjetitelja. Od dvoje posjetitelja 50% ih je sadržaj pregledavalo s mobilnog uređaja, i 50% s desktop uređaja. Osim trenutnog broja, *Analytics* bilježi i broj pogleda stranica u realnom vremenu po minutama, te po sekundama. Također, "top activity pages" prikazuje koje stranice korisnici trenutno pretražuju, a s ovog popisa vidimo kako se jedan korisnik nalazi na početnoj stranici (/) i jedan na članku "Dan studentske mobilnosti" (/dan-studentske-mobilnosti-2017/).

Slika 11. Prikaz ukupnog broja posjeta u mjesecu travnju 2017.



Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Analytics-a

Slika 11 prikazuje ukupan broj posjeta na portalu skvuš.hr u mjesecu Travnju 2017. godine. Iz slike se može vidjeti, da je u mjesecu Travnju bilo ukupno 5412 posjeta, od čega je 4662

jedinstven posjet, što iznosi gotovo 90% od ukupnog broja posjeta. Uz jedinstven broj posjeta iz grafa se može iščitati kako se korisnici prosječno zadržavaju 2 minute i 17 sekundi na portalu. Prosječno zadržavanje čitatelja je poželjno da bude što duže.

Slika 12. Prikaz top 10 pregledanih članaka u mjesecu travnju 2017.

Site Content	Page Title	Page Views	% Page Views
Page	1. Upoznajte Mariju Dimitrijevska, studenticu iz Makedonije na razmjeni studenata! • SKVUŠ	1,015	18.75%
Page Title	2. Početna • SKVUŠ	710	13.12%
Site Search	3. Oglasnik smještaja • SKVUŠ	259	4.79%
Search Term	4. Dogus grupa ulazi u javno-privatno partnerstvo sa Veleučilištem u Šibeniku • SKVUŠ	249	4.60%
Events	5. Radovi na zgradi VUŠ otkrili dosad nepoznate katakombe! • SKVUŠ	189	3.49%
Event Category	6. Priopćenje Vijeća studenata u svezi Zakona o HKO • SKVUŠ	176	3.25%
	7. Studenti iz cijelog svijeta brendiraju Šibenik! • SKVUŠ	174	3.22%
	8. Studenti iz Njemačke prezentirali rezultate svog projekta u Šibeniku • SKVUŠ	151	2.79%
	9. Peticije za i protiv stručnog obrazovanja • SKVUŠ	119	2.20%
	10. Studentski zbor u srijedu organizira tribinu o HKO • SKVUŠ	118	2.18%

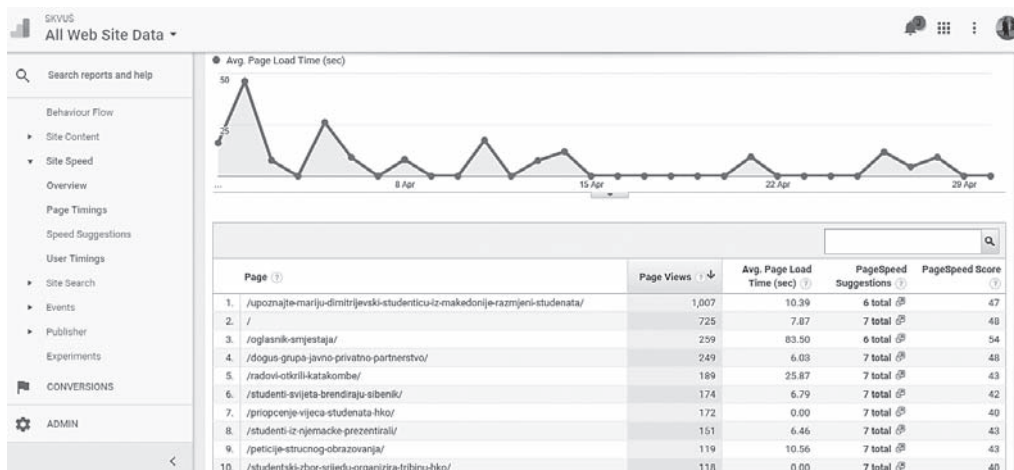
[view full report](#)

This report was generated on 13/05/2017 at 16:30:19 - Refresh Report

Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Analytics-a.

Slika 12 prikazuje popis top 10 najčitanijih i članaka u mjesecu travnju 2017. godine. Iz slike se može zaključiti kako je članak na prvom mjestu posjećeniji od početne stranice portala, što znači da su korisnici portala pristupali članku putem vanjskih poveznica objavljenih na društvenim mrežama ili na drugim portalima. S popisa je također vidljivo da su korisnici tokom promatranog razdoblja posjećivali one članke koji su direktno vezani za samo Veleučilište te za studentsku populaciju. Iz toga se može zaključiti kako su takvi članci potrebni za privlačenje i zadržavanje posjetitelja na portalu.

Slika 13. Prikaz prosječnog učitavanja po članku u mjesecu Travnju 2017.



Izvor: Vlastiti screenshot autorovog Google Analytics-a.

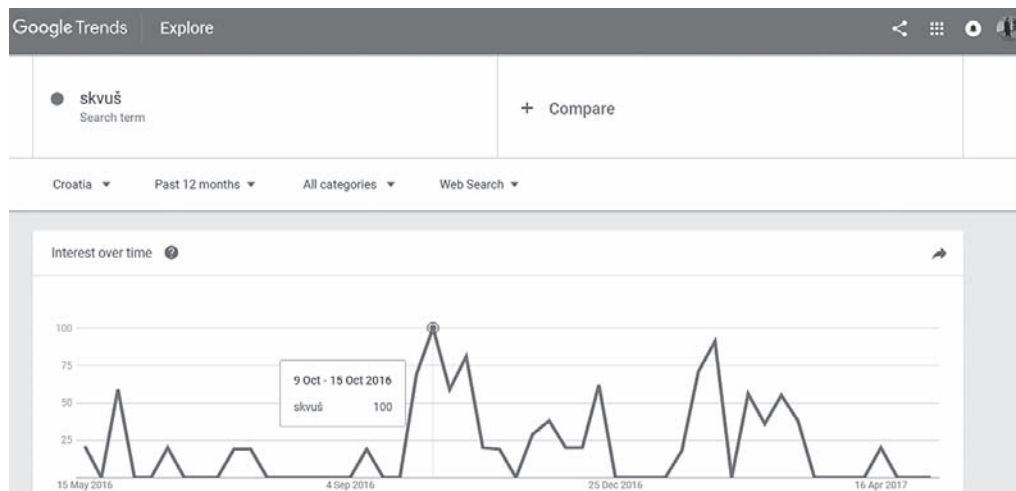
Slika 13 prikazuje top 10 članaka rangiranih po njihovoj posjećenosti, te prosječno učitavanje svakog. Vrijeme učitavanja želimo smanjiti na minimum, što ovisi o samom sadržaju stranice, broju slika, ostalih poveznica i dr. Lista nam također prikazuje i prijedloge koje možemo napraviti kako bi ubrzali učitavanje stranice. Za ubrzanje vremena učitavanja *Google Analytics* koristi alat *Google Insights*, koji nam omogućava detaljne uvide u pojedine stranice, primjerice ocjena optimiziranosti na mobilnim i desktop uređajima. Dakle, klikom na broj ukupnih prijedloga otvara se *Google Insights*, odnosno informacije o ukupnoj ocjeni optimiziranosti specifične stranice, te popis što bi trebalo korigirati kako bi se prosječno vrijeme učitavanja smanjilo, primjerice: manja rezolucija slika, kako smanjiti vrijeme odziva poslužitelja i slično.

4. Google Trends

Google Trends je alat koji analizira povijest, te koliko se često po odabranim kriterijima u svijetu pretražuje ključna riječ. *Google Trends* nam može pomoći pri odabiru generiranja i korištenja ključnih riječi za vrijeme izrade web sadržaja te optimiziranja istog. Korisnici također mogu i uspoređivati pretragu dva ili više pojma istovremeno.

Na slici 14 prikazano je koliko puta se ključna riječ skvuš pretraživala u posljednjih 12 mjeseci u Hrvatskoj. Iz slike je vidljivo kako je najviše pretraživana u razdoblju od 9.10.2016 do 15.10.2016.

Slika 14. Prikaz statistike pretraživanja ključne riječi u posljednjih 12 mjeseci.



Izvor: Vlastiti screenshot Google Trends-a.

5. Zaključak

Besplatni *Google Web* alati su od velike pomoći želimo li se baviti neprofesionalnim novinarstvom, voditi neprofesionalni istraživački portal ili bilo koji drugi portal čija popularnost ovisi o broju posjećenosti. S alatima kao što su *Google Analytics* i *Google Trends* u realnom vremenu možemo otkriti tko su naši posjetitelji, što, kada i kako čitaju, odnosno pretražuju. Iz dobivenih informacija može se iznenadno reagirati te prilagoditi sadržaj s njihovom potražnjom, te na taj način osigurati popularnost portala kojeg vodimo. Osim održavanja popularnosti, praćenjem trendova naših čitatelja, kao vlasnici portala stječemo iskustvo te razvijamo potrebna znanja i vještine u praćenju trendova pomoću kojih unaprijed možemo odrediti kada i kakve teme treba objaviti kako bi došli do što veće posjećenosti.

LITERATURA

1. Dervar, K. (2011.), Optimizacija za web tražilice i Google Analytics, Algebra d.o.o., Zagreb
2. Mileta, D. (2012.), Elektroničko poslovanje, Veleučilište u Šibeniku, Šibenik
3. Bumbak, I., Livaja, I., Urem, F. (2015.), SEO na primjeru web sjedišta „Apartmani Sandra“, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, Šibenik
4. <https://search.googleblog.com/2012/09/insights-into-what-world-is-searching.html> (posjećeno: 07.05.2017.)
5. <https://www.google.com/webmasters/tools/> (posjećeno: 09.05.2017.)
6. <https://www.google.com/analytics/> (posjećeno: 09.05.2017.)

Summary

FREE GOOGLE WEB TOOLS ON THE EXAMPLE OF STUDENT PORTAL „SKUVŠ“

Unprofessional journalistic, research, information and similar portals try to attract as many visits as possible to their pages in all possible ways. There are innumerable ways to attract users to our own web content, from which the most interesting web tools for unprofessional portals are the out of charge tools. Google has thrown out several trend tracking tools, for example: the total number of users on the portal, what users search and read most, when and at what time most web content is viewed and etc. In this paper, we will explain the basic free Google web tools on the example of student portal “SKUVŠ”.

Keywords: Google Web Tools, Google Analytics, SKVUS page.