



Consent Rate

Case Study



Taste

The Cross-Channel Cuisine

Proč jsme to začali řešit 1

S čím jsme chtěli klientovi pomoci 1

Audit stavu 2

Postup řešení 2

Consent Rate 2

Metodika

Jak to řešíme v Tastu

Metodika výpočtu jednotného ukazatele – Consent Rate

Co získáme nasazením nástroje Consent Rate

Jak naše řešení pomohlo klientovi? 4

Data – Vývoj zobrazení stránek s porovnáním

Vizualizace dat 5



Proč jsme to začali řešit

Od 1. ledna 2022 vstoupila v České republice v platnost novela zákona o elektronických komunikacích, která přinesla zásadní změnu v přístupu k souhlasu uživatelů se soubory cookies.

Tato novela vyžaduje nezbytný souhlas (opt-in) uživatelů se soubory cookie, protože již není možný souhlas opt-out.

Očekávali jsme propady dat. Potřebovali jsme nějakým způsobem získat data, o která klienti budou přicházet, a ideálně optimalizovat cookie lištu tak, abychom dokázali získávat co nejvíce souhlasů a přitom dodržovali nové nařízení.

S čím jsme chtěli klientovi pomoci

Propady v měření jsme chtěli kompenzovat řešením, které by pomohlo našemu klientovi doměřit chybějící data, jako jsou pageview podle zdrojů, události, leady a to, jak uživatelé interagují s cookie lištou. Chtěli jsme vidět, kolik lidí s ní vůbec neinteraguje. Zároveň vše rozdělit podle jednotlivých druhů consentů.

Měli jsme představu řešení přes Google Tag Manager, z kterého bychom přes Measurement Protocol posílali data do Google Analytics 4. Posléze bychom exportovali data do BigQuery a to napojili do Data Studia, ve kterém jsme chtěli vytvořit reporty pro klienta.

Pohrávali jsme si i s myšlenkou odesílání dat do BigQuery na přímo bez využití Google Analytics 4.

Klient by tak díky našemu řešení viděl o kolik dat přichází, kolik událostí nedoměří, jaký je poměr mezi interakcí a neinterakcí s cookie lištou, a jaký je poměr mezi souhlasem a nesouhlasem s využitím cookies. Díky tomu všemu by tak měl ideální vstupy pro optimalizaci consent rate, tedy poměru všech zobrazení stránek vůči stránkám, kde uživatelé udělili souhlas.

Audit stavu

Projekt měl standardní nastavení částečně řešené přes GTM a částečně ve zdrojovém kódu webu.

- GTM
- Universal Analytics
- Custom CMS
- Spreadsheet

Klient je z kombinovaného segmentu – používá z největší části platbu za články (Paywall) a z menší části i ecommerce řešení a PR kampaně.

Postup řešení

- Přenesení marketingových a měřicích kódů do GTM
- Sestavení správné implementace cookie lišty a Consent mode
- Nasazení Consent Rate

Consent Rate

Metodika

- Odchytáváme veškeré zobrazení stránek a požadované konverzní události.
- Zároveň odchytáváme interakce s lištou – tlačítka Povolit vše, Zamítnout vše, Uložit nastavení – tedy vždy finální stav změny.
- U všech stavů máme informaci, jaký consent uživatel v danou dobu uložil.

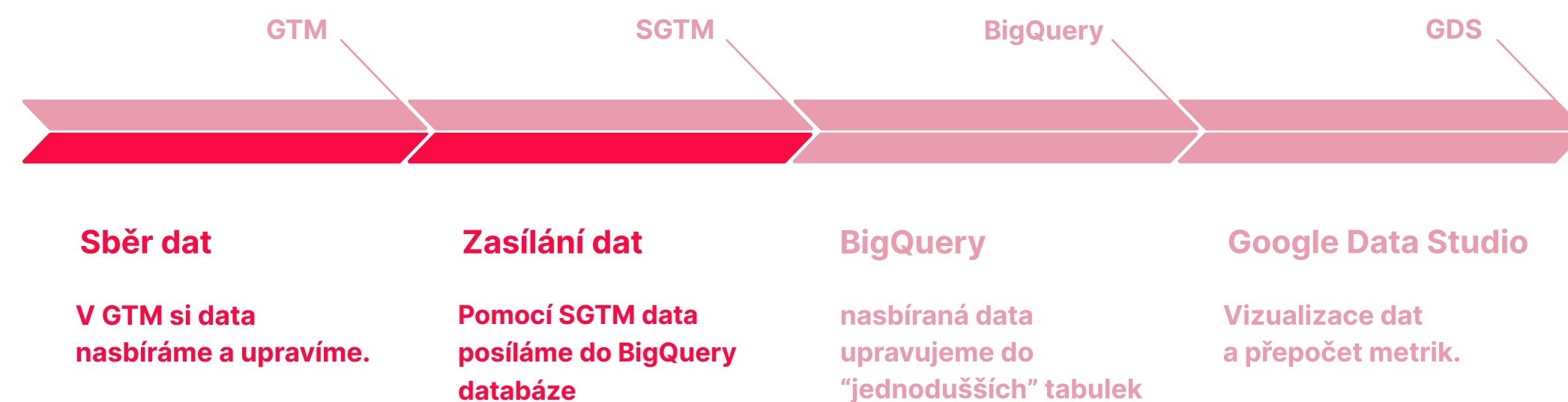
none - granted - denied

- Vše se zaznamenává do BQ databáze



Jak to řešíme v TASTE

- Implementace
- Získávání a zpracovávání dat (GTM)
- Ukládání dat (SGTM)
- Zpracování dat v BigQuery
- Vizualizace dat



Metodika výpočtu jednotného ukazatele – Consent Rate

Jedná se o poměr celkového počtu zobrazení stránek (souhlas, nesouhlas, neinterakce) vůči počtu zobrazení stránek, na kterých je určitá skupina cookies povolena.

x = 1500 (souhlas)
y = 2500 (nesouhlas)
z = 500 (bez interakce s lištou)

$$(x / (x + y + z)) * 100 = \text{Consent Rate}$$
$$(1500 / (1500 + 2000 + 500)) * 100 = 37,5 \%$$

Co získáme nasazením nástroje Consent Rate

Díky nasazení nástroje získáme více dat, než při klasickém měření pomocí Google Analytics.

Získáme:

- 99 % – Zobrazení stránek
- 99 % – Konverzí
- 99 % – Vyhledávacích dotazů
- 80 % – Akvizic (zdrojů)
- Data pro A/B testing cookie lišty

Dokážeme:

- Dopočítávat PNO
- Vidíme zdroje zobrazení stránek

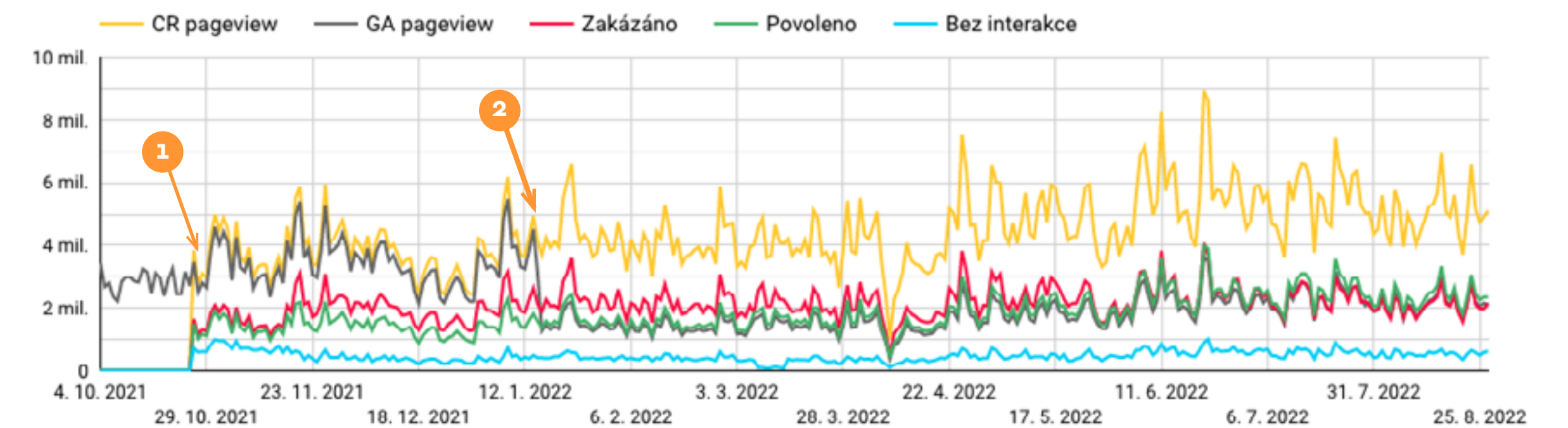
Jak naše řešení pomohlo klientovi?

Klient díky Consent Ratu zjistil, o kolik dat v Google Analytics přichází. Consent Rate pomohl doměřit skutečné počty zobrazení stránek, událostí, které jsou pro klienta důležité, ale i počty uživatelů, kteří s cookie lištou vůbec neinteragují.

Na základě dat, která byla díky nástroji nasbírána, bylo pomocí A/B testů dosaženo nejvíce vyhovujícímu řešení vzhledu cookie lišty:

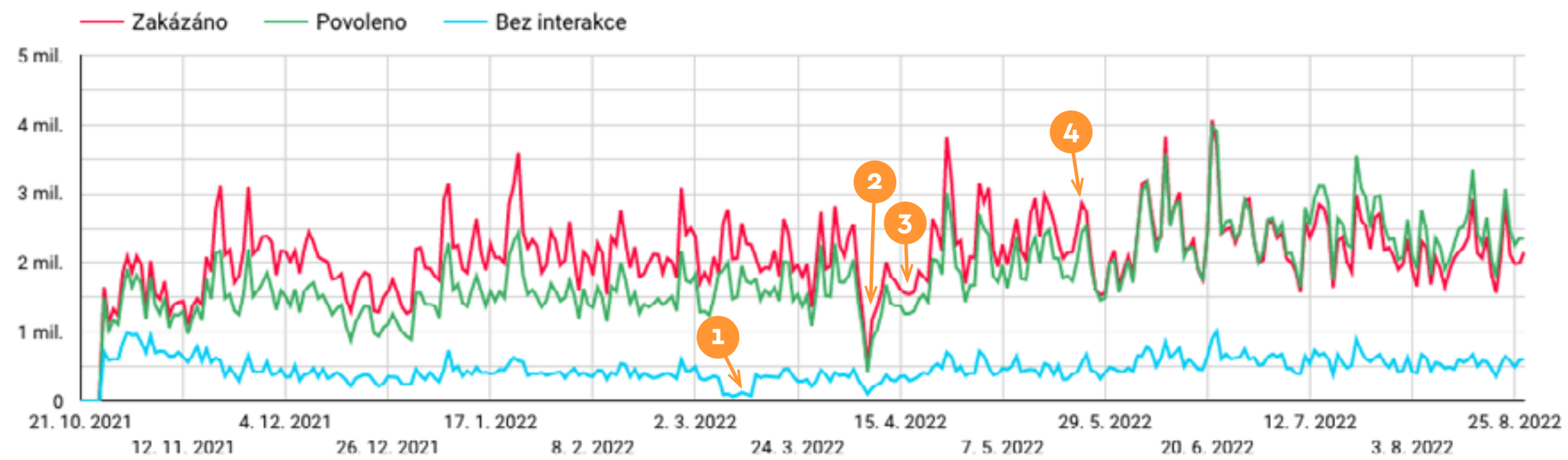
- poloha
- textace
- barevnost

Data – Vývoj zobrazení stránek s porovnáním



1 Nástroj Consent Rate byl na klientův web nasazen **15. 10. 2021.**

2 Cookie lišta začala brát volby uživatelů v potaz **17. 1. 2022.**

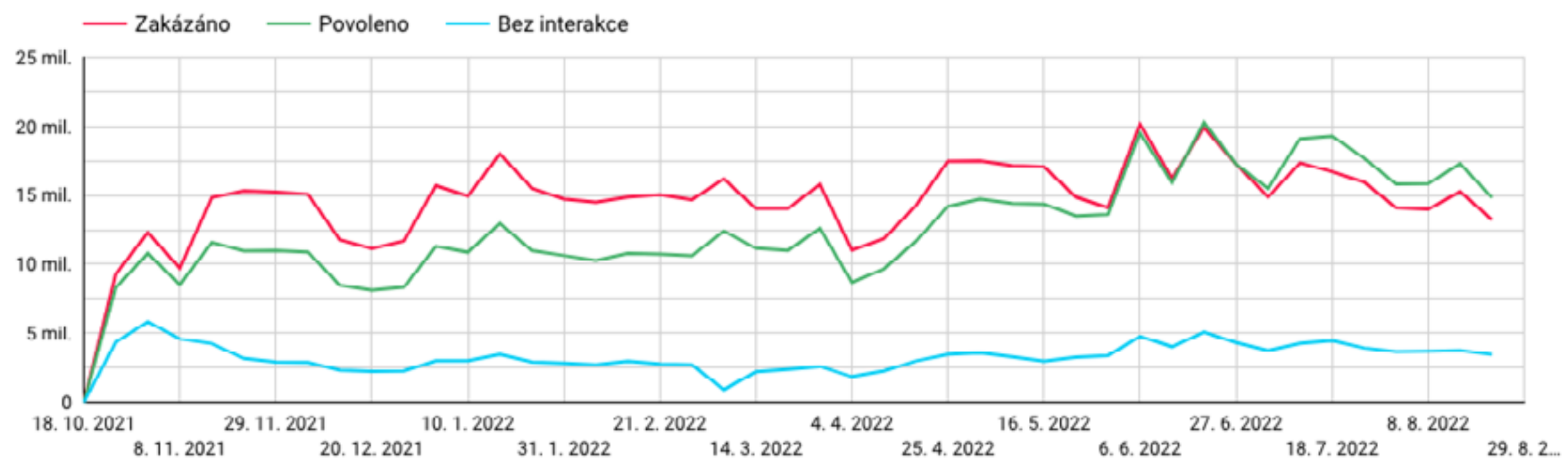


1 8. – 15. 3. → Lišta nastavena jako overlay – ze strany uživatele nebyla možnost využít web bez interakce.

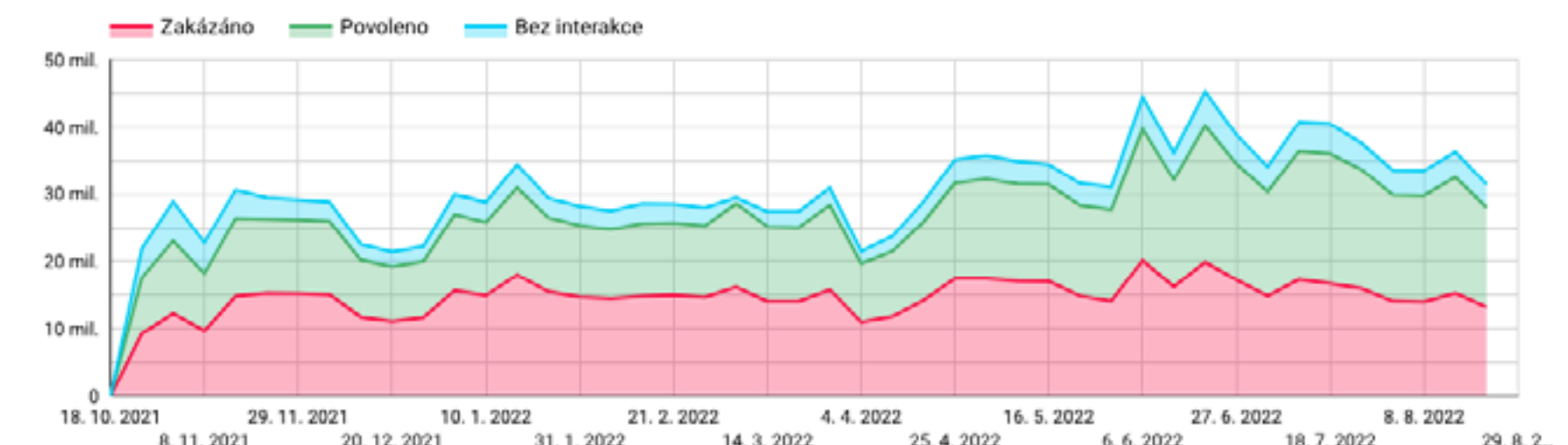
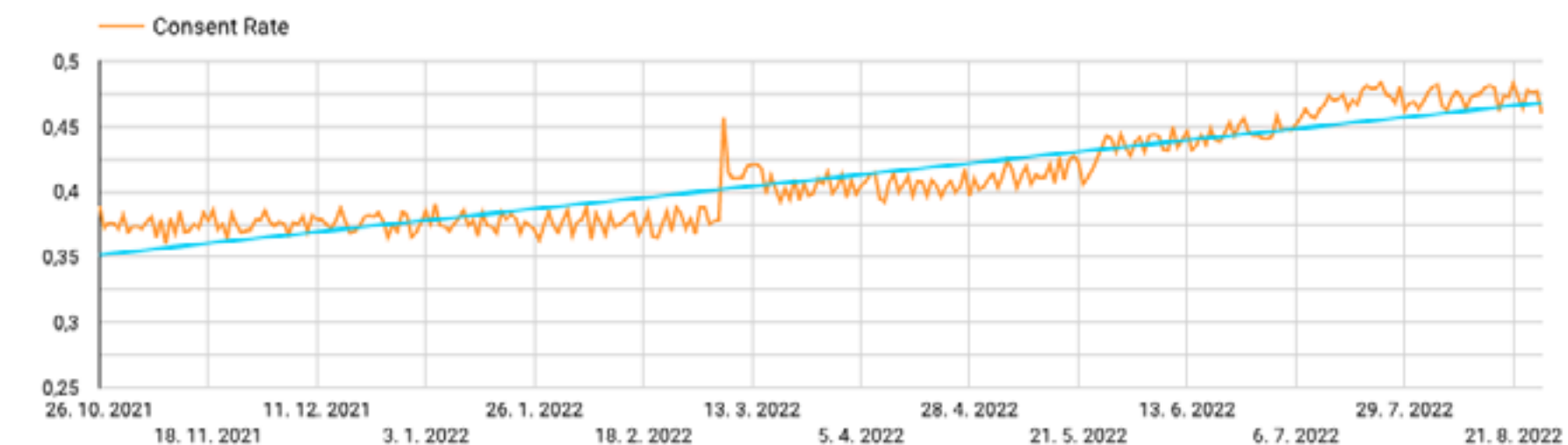
2 7. – 9. 4. 2022 → Chybná úprava webu na straně vývojářů. Měnila se pouze hlavní stránka.

3 25. 4. 2022 → Úprava textu a barvy tlačítka na cookie liště (z textu "Jdu do toho" na "Souhlasím", tlačítko odlišeno zelenou barvou). Zároveň spuštěny brandové kampaně.

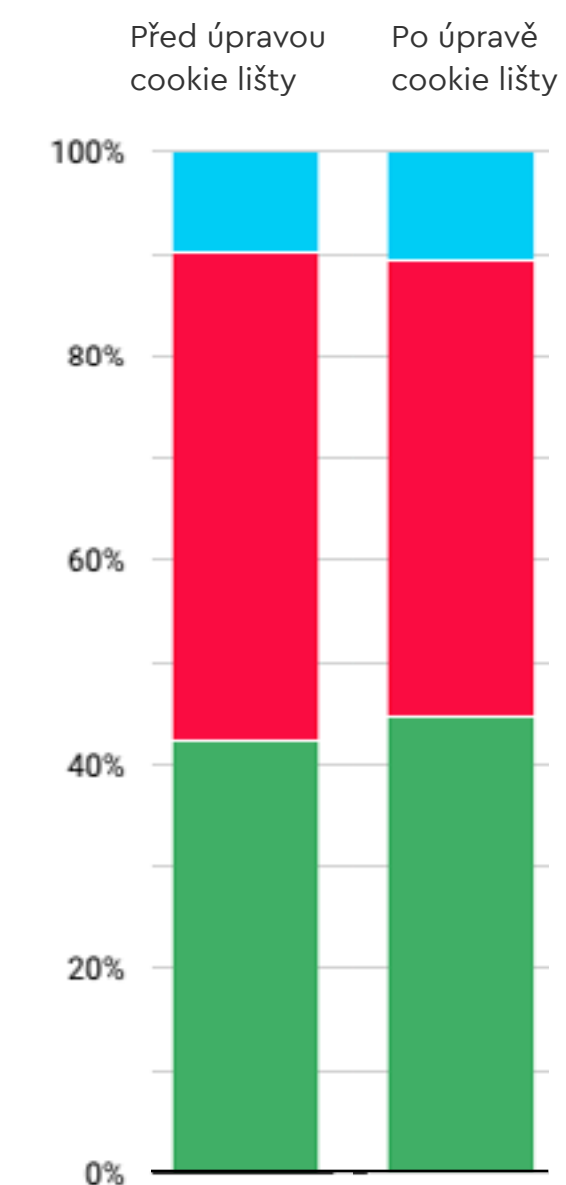
4 25. 5. 2022 → Odstraněno tlačítko "Odmítnout vše" – klesly nesouhlasy, zároveň se zvýšila neinterakce, ale i Consent Rate metrika.



Zlepšení metriky Consent Rate



Pro upřesnění: 5. 6. 2022 byla spuštěna MKT kampaň, která způsobila nárůst zobrazení stránek.



Vizualizace dat

