

מה זה UTM ולמה אתם חייבים להשתמש בו בשביל לעקוב אחרי הפעילות הדיגיטלית שלכם

האם אתם יודעים מהיכן הטראפיק לאתר שלכם מגיע? אתם יודעים אילו אתרים מפנים מבקרים לאתר שלכם? אחד הפתרונות הכי יעילים לתת מענה לשאלות חשובות אלו הוא שימוש בפרמטרים של UTM. פרמטרים או קודי UTM הם אולי לא כלי שכל משווק מכיר, אך מאוד כדאי להם, היות ומדובר בכלי חשוב ומהותי ליזמים, משווקים ובעלי אתרים, בדגש על הבנה ממוקדת לגבי מדידת מקורות התנועה לאתר – ללא ספק מידע סופר חשוב שיעזור לנו להבין את אפקטיביות הקמפיינים שלנו.

מה זה UTM?

UTM הם למעשה חלקי קוד קצרים שאתם יכולים להוסיף ללינקים לדפים שונים באתר שלכם ובקמפיינים שלכם. לדוגמא, הלינקים שאתם משתפים, מקדמים ומפרסמים בחשבונות המדיה החברתית שלכם. קודי UTM מכילים מידע לגבי מיקום הלינק הספציפי ומטרתו והם מאפשרים – בעזרת פתרונות טכנולוגיים מתאימים ורלוונטיים – לעקוב אחרי קליקים ומקורות טראפיק בצורה מאוד מדויקת ואיכותית.

המשמעות של UTM היא Urchin Tracking Module, על שם חברת התוכנה שפיתחה את הפתרון מלכתחילה. כאשר תראו את המבנה של לינק המכיל UTM, כנראה תבינו שכבר ראיתם לינקים כאלו בעבר ופשוט לא הבנתם מדוע מופיעה לאורך הלינק התוספת utm.

הסבר נוסף לגבי מה זה UTM ומהות הפתרון הזה למעקב אחר מקורות הטראפיק שלכם הוא שהפרמטרים הללו מאפשרים להוסיף ללינק 5 תגיות מרכזיות המאפשרות לעקוב אחר ביצועים ספציפיים של הלינק ומיקומים מדויקים מהם הגיעו גולשים בעזרת כל לינק.

5 התגיות הן:

- **שם הקמפיין / campaign** - הקמפיין המסוים שממנו מגיע הלינק.
- **מקור הטראפיק / source** – גוגל, רשתות חברתיות, קמפיין באתר מסוים מסוים וכן הלאה.
- **ערוץ השיווק / medium** – מייל, מדיה חברתית, חיפוש, PPC, בלוג אורח וכן הלאה.
- **תוכן / content** - תגית המדגישה את הקריאה לפעולה שעבדה על המבקר, למשל Buy_Now, Click_Here וכיוצא באלו.
- **מונח / term** – תגית UTM המזהה מילות מפתח, כדי להבין מה אנשים מחפשים כאשר הם מוצאים את המודעות שלכם.

```
https://www.terminusapp.com/?  
utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=black_friday_sale  
&utm_term=utm_builder&utm_content=try_demo
```

מה היתרונות של UTM?

כאמור, קודי UTM מאפשרים לבעלי אתרים ומשווקים דיגיטליים להבין טוב ומדויק יותר מאיפה הטראפיק שלהם מגיע. למשל, אם אתם פעילים מאוד במדיה חברתית, בהחלט יתכן ואתם מפרסמים עשרות ואף מאות לינקים ביום. קודי UTM מסייעים לכם לנטר ולעקוב אחר הביצועים של כל אחד מהלינקים הללו, כדי שתוכלו לדעת מאיפה הטראפיק מגיע, מה עובד ומה לא וסתם שורף לכם משאבי זמן וכסף.

שימוש חכם ויעיל ב-UTM מספק נתונים חשובים ופרקטיים מאוד, בצורה מעמיקה ורחבה יותר מאשר הדאטה הבסיסי המתקבל למשל מאנליטיקס של גוגל ושאר פתרונות טכנולוגיים לניטור תנועה לאתרים. נדגיש כי שימוש ב-UTM מאפשר לקבל את הנתונים דרך גוגל אנליטיקס כמובן, רק שהמערכת של גוגל לא מייצרת את הלינקים אלא רק מנטרת גולשים המגיעים דרכם.

קודי UTM מאפשרים לכל משווק לבצע כוונן מדויק ואופטימיזציה למשפכי השיווק שלו, להפחית ניסוי וטעיה, ליצור דו"חות מפורטים וליישם אפיליאציה באופן יעיל ומדויק יותר.

מה אפשר למדוד באמצעות UTM?

בסופו של דבר ולאחר יישום יעיל ונכון של קודי UTM בלינקים שלכם, כל לינק שאתם מפרסמים ומעלים למרחב הדיגיטלי יסייע לכם למדוד נתונים בסיסיים וחשובים ויענה לכם על השאלות המהותיות הבאות:

- מאיפה הטראפיק מגיע – דרך תגית source
- איך הטראפיק מגיע לאתר שלכם – דרך תגיות campaign + medium
- למה הטראפיק הזה מגיע לאתר שלכם – דרך תגיות term + content

איך למדוד פעילויות באתר לפי מקורות תנועה בעזרת UTM

אין חובה להשתמש בכל הפרמטרים במסגרת UTM ואתם לגמרי יכולים להכניס ללינקים שלכם רק את הפרמטרים הרלוונטיים לכם עבור קמפיין מסוים או פעילות דיגיטלית מסוימת, למשל רק שם הקמפיין או המקור או רק מונח החיפוש או ההנעה לפעולה שממנה הגיע המבקר. לאחר שיצרתם לינקים עם UTM, תוכלו לעקוב אחר הביצועים שלהם בממשק גוגל אנליטיקס שאתם כבר מכירים ודאי, דרך כמה דו"חות שונים והגדרת התגיות הרלוונטיות שאתם רוצים לראות לגביהן מידע.

כלים להכנת UTM

כמובן שאם אתם מעלים ומפרסמים הרבה לינקים, בפלטפורמות שונות ובערוצי שיווק רבים, אתם לא הולכים לשבת ולכתוב ידנית כל לינק עם קודי UTM – אם למישהו היה עוד ספק! יש כיום כלים טכנולוגיים זמינים ונוחים ליצירת לינקים עם פרמטרים של UTM, אלו כמה דוגמאות איכותיות, חלקן ממשקי ווב ספציפיים וחלקן מגיעים בצורת תוספים לדפדפן כרום.

- **בונה ה-URL של גוגל:** בתור החברה המנסה ושואפת לשפר את האינטרנט ולספק חוויה טובה יותר לכמה שיורת משתמשים, כולל בעלי אתרים ומשווקים, הגיוני שגוגל עצמה תציע כלי לבניית כתובות URL עם קודי UTM. [בכלי בניית ה-URL של גוגל](#) פשוט מזינים את הפרטים הרלוונטיים לשדות המתאימים ומקבלים לינק מוכן להעתקה והדבקה.

- **UTM.io:** תוסף כרום המאפשר יצירה מהירה וקלה של UTM בקישורים שלכם, כולל אפשרות ליצירה מרוכזת של לינקים שונים, כלי לקיצור שם דומיין, ממשק ניהול יעיל וחכם ועוד.

- **Analytics UTM Builder:** עוד תוסף כרום לבניית לינקים עם קודי UTM. התוסף מפרסם עצמו כגרסה של כלי בניית ה-URL של גוגל, אבל "על סטראידים", עם מגוון יכולות נוספות ומשופרות שאין לכלי של ענקית החיפוש והפרסום. למשל, קריאה אוטומטית של כתובת אינטרנט, יישום אותיות קטנות אוטומטי, תמיכה בשירותי קיצור לינקים מובילים ועוד.

טעויות נפוצות בשימוש ב-UTM

- תיוג מוטעה של לינקים ממדיה חברתית ולא להפריד בין קמפיינים חברתיים ממומנים ולא ממומנים.
- הוספת אותיות גדולות (Upper Case) ל-UTM ואז חיפוש לפי תגיות UTM באותיות קטנות – יש לזה משמעות!
- יצירת פרמטרי UTM לא ברורים בדו"חות קמפיין.
- שימוש שגוי ולא בצורה הנכונה בסמלים "&", "=", "?" ו-"#" בתוך תגיות UTM.
- שימוש ב-UTM למעקב אחר קישורים פנימיים באתר.
- לא לבדוק את תקינות הלינק לפני פרסומו ושימוש בו.
- בלבול בין תגית המקור לבין תגית המדיום – דומות אבל שונות לגמרי!
- השמטת הפרמטר היחיד המחויב במודל ה-UTM, "utm_source" – בלי זה המעקב לא יעבוד.

לסיכום:

עכשיו הבנתם מה זה UTM ולמה בכלל צריך את הדבר הזה, שנראה מסובך ומפחיד בהתחלה, אבל למעשה הוא די פשוט ובעיקר מאוד שימושי ואפקטיבי, כלי המאפשר לכם להעלות את יכולות השיווק והבקרה שלכם

לרמה הבאה של מקצוענות והעמקה וכך לשפר ביצועים ותוצאות. צאו לדרך והתחילו ליישם קודי UTM בלינקים שלכם, שתפו אותנו איך זה עזר וקידם אתכם.