

# Rekomendacja dotycząca skryptowania stron

## Google Accelerated Mobile Pages (AMP) w badaniu Mediapanel

Luty 2021

## Informacje ogólne

Google udostępnił jakiś czas temu nowy projekt open source - Accelerated Mobile Pages. Technologia ta ma za zadanie przyspieszyć czas ładowania strony na urządzeniach mobilnych. Celem Google w tym przypadku jest ustanowienie nowego standardu dla stron newsowych: mają być lżejsze i znacznie szybsze.

AMP HTML to metoda budowania stron internetowych zawierających treści statyczne. Jest ona w pełni oparta na istniejących już technologiach webowych i pozwala osiągnąć szybkie i niezawodne renderowanie witryn.

Dzięki restrykcjom nakładanym na niektóre elementy HTML, CSS, czy JavaScript, AMP HTML może poprawić wydajność parametrów danej strony. Ograniczenia te są wymuszane za pomocą narzędzia do walidacji, które dostarczane jest użytkownikowi w pakiecie z AMP HTML. Aby zrekompensować wpływ restrykcji, AMP HTML definiuje zestaw predefiniowanych elementów dla materiałów typu *rich content* wykraczających poza podstawowy kod HTML.

Więcej informacji o AMP HTML pod tym [linkiem](#).

Poniższa instrukcja zawiera dodatkowo zaktualizowaną wersję skryptu dla AMP. Główna zmiana polega na dodaniu możliwości pomiaru czasu spędzonego na stronie za pomocą tzw. „sonarów” (czas korzystania z aktywnej zakładki), które były wcześniej wykorzystywane na standardowych, audytowanych stronach www. Pomiar oparty o sonary jest standardem pomiaru czasu w badaniu Mediapanel.

Obecnie zastosowane rozwiązanie polega na cyklicznym wywoływaniu eventów na aktywnych zakładkach, które wysyłane są z prawdopodobieństwem 1/40 w każdej sekundzie (są to tzw. „sonary”).

## Ograniczenia zakresu zbieranych danych z AMP

Wydawca rozważający implementację AMP HTML jako rozwiązania mobilnego powinien mieć na uwadze fakt, że w przypadku rekomendowanego obecnie przez Gemius sposobu skryptowania stron - amp-analytics występują ograniczenia zliczania danych w przypadku użytkowników mających zablokowaną obsługę third-party cookie w swoich przeglądarkach. Dotyczy to w największym stopniu użytkowników przeglądarki Safari, w której takie cookie są domyślnie blokowane. W takim przypadku rozwiązanie to nie daje możliwości odczytu lub aktualizacji identyfikatora użytkownika BrowserID (BID) przechowywanego w przestrzeni local storage. Wszystkie odsłony są więc wtedy zliczane, ale przychodzą do nas bez identyfikatora użytkownika (BID) co uniemożliwia prawidłowe zliczanie liczby użytkowników, wizyt i czasu dla takich użytkowników. W przypadku rekomendowanego dawniej rozwiązania (amp-iframe) BID były obsługiwane w takim przypadku, ale za to nie było zbierane około 50% odsłon ze względu na to, że skrypt musiał być umieszczony niżej niż 600 pixeli od góry strony, więc użytkownik musiał przewinąć stronę, aby skrypt się załadował. Implementacja była też dużo trudniejsza (z wykorzystaniem innej domeny).

Jeżeli ze względu na wymogi natury biznesowej wydawca będąc świadomym powyższych ograniczeń zdecyduje się jednak na stworzenie stron AMP HTML, wtedy rekomendowanym przez nas sposobem ich oskryptowania jest użycie rozwiązania amp-analytics. Gemius nie może jednak z powodów opisanych powyżej zagwarantować, że zbierane i używane w badaniu Mediapanel dane będą w przypadku stron AMP HTML tak samo pełne i dokładne, jak w przypadku zwykłych stron mobilnych.

## Instalacja podstawowa

Gemius jest autoryzowanym dostawcą rozwiązań analitycznych dla AMP HTML. Dzięki temu, instalacja skryptów na stronie internetowej AMP jest szybka i nie nastręcza większych trudności. Aby zaimplementować zaktualizowaną amp-analytics z możliwością pomiaru czasu, wystarczy tylko wkleić dwa fragmenty kodu:

### 1. odpowiednia biblioteka:

```
<script async custom-element="amp-analytics" src="https://cdn.ampproject.org/v0/amp-analytics-0.1.js">
</script>
```

### 2. skrypt konfiguracyjny (wersja zaktualizowana):

```
<amp-analytics config="https://PREFIX.hit.gemius.pl/amp.config.json">
<script type="application/json">
{
  "vars": {
    "identifier": "<IDENTIFIER>"
  }
}
</script>
</amp-analytics>
```

<PREFIX> oraz <IDENTIFIER> muszą być zastąpione odpowiednimi wartościami, otrzymanymi od firmy Gemius.

Zdefiniowanie tych dwóch kodów powoduje automatyczne wykonanie odsłony, która jest rejestrowana na serwerach zliczających firmy Gemius.

Wydawcy, którzy oskryptowali już swoje strony AMP HTML za pomocą wcześniejszych rozwiązań, powinni całkowicie usunąć z kodu tagi Gemius amp-iframe i Gemius amp-pixel, aby nie dane nie zliczały się podwójnie.

#### Uwaga:

Nie należy umieszczać type=gemius w <amp-analytics>. W tej wersji skryptu AMP należy pominąć atrybut type = vendor.

## Extra-parametry

Kod konfiguracyjny daje możliwość przesłania extra-parametrów wraz z danymi o odsłonie. Wydawcy mogą rozszerzyć zakres pomiaru poprzez dodanie zdefiniowanych przez siebie wartości. Extra-parametry należy dodać metodą key=value. Jeśli przesłany ma być więcej niż jeden parametr, poszczególne elementy należy rozdzielić kreską pionową (|), np. key1=value1|key2=value2|key3=value3.

Przykład użycia:

```
<amp-analytics config="https://PREFIX.hit.gemius.pl/amp.config.json">
<script type="application/json">
{
  "vars": {
    "identifier": "<IDENTIFIER>",
    "extraparams": "value=15|category=sport|user=john"
  }
}
</script>
</amp-analytics>
```

<PREFIX> oraz <IDENTIFIER> muszą być zastąpione odpowiednimi wartościami, otrzymanymi od firmy Gemius.

## Pomiar akcji – tylko do własnych potrzeb analitycznych

Narzędzia analityczne AMP HTML pozwalają na pomiar wybranych przez klienta akcji wywołanych na stronie przez jej użytkownika. Rodzaje czynników wywołujących akcje opisane są pod tym [linkiem](#). Aktywacja czynnika wywołującego musi być zarejestrowana przez firmę Gemius jako akcja, w żadnym razie nie jako odsłona. Istnieje możliwość pomiaru akcji w oddzielnym projekcie gemiusPrism lub w ramach tego samego projektu, ale w innej sekcji – należy wtedy zmienić wartość identyfikatora. Dane dotyczące akcji widoczne są tylko w interfejsie gemiusPrism, natomiast w wynikach badania Mediapanel nie ma możliwości ich prezentacji.

Poniżej zilustrowany jest przykład pomiaru dwóch rodzajów akcji. Pierwszy zlicza kliknięcia na *anchor tag*, a drugi kliknięcia na *button tag* id="id1". Pierwsza akcja wysyła tylko extra-parametr zdefiniowany przez klienta. Druga akcja przesyła extra-parametr oraz <OTHER\_IDENTIFIER>, który zastępuje parametr domyślny. Zapytanie dotyczące pomiaru akcji ma mieć nazwę "event".

Przykład użycia:

```
<amp-analytics config="https://PREFIX.hit.gemius.pl/amp.config.json">
<script type="application/json">
{
  "vars": {
    "identifier": "<IDENTIFIER>"
  },
  "triggers": {
    "trackAnchors": {
      "on": "click",
      "selector": "a",
      "request": "event",
      "vars": {
        "extraparams": "type=anchor"
      }
    },
    "trackButtons": {
      "on": "click",
      "selector": "button#id1",
      "request": "event",
      "vars": {
        "identifier": "<OTHER_IDENTIFIER>",
        "extraparams": "type=button"
      }
    }
  }
}
</script>
</amp-analytics>
```

<PREFIX> oraz <IDENTIFIER> muszą być zastąpione odpowiednimi wartościami, otrzymanymi od firmy Gemius.