

DLA WŁAŚCICIELI FIRM I OSÓB OD MARKETINGU

Jak zainstalować Google Analytics 4 przez GTM

Usługa GA4, strumień danych i tag Google.
Test zdarzeń, kontrola duplikatów i protokół odbioru.

1

podstawowy pomiar

12

punktów kontroli

1

protokół odbioru

Sprawdź, czy dane docierają do właściwej usługi

Utworzysz usługę i strumień danych, skonfigurujesz tag w GTM i sprawdzisz pierwszą odślonę. Zapiszesz też, czego podstawowa instalacja jeszcze nie mierzy. Pomiar formularzy i sprzedaży zaplanujesz jako kolejny etap.

Zakres: standardowa witryna HTTPS, działający kontener internetowy GTM i skonfigurowana obsługa zgód. Przed publikacją dobierz sposób uruchamiania tagu do wdrożonego modelu zgód (strona 4).

Strona / firma:

WRZESIEŃ 2026

PRZYGOTOWANIE / CO MUSI BYĆ GOTOWE

Sprawdź punkt startowy pomiaru.

Zacznij od istniejącej konfiguracji. Jeśli witryna już wysyła dane do właściwej usługi, nie uruchamiaj drugiej instalacji dla tego samego celu.

Element	Co przygotować?
Dostęp do GA4	Możliwość utworzenia usługi lub edycji właściwej istniejącej usługi. [1]
Kontener GTM	Zainstalowany i sprawdzony na stronie; dostęp do edycji oraz publikacji.
Obsługa zgód	Nazwa CMP, wybrany model działania i potwierdzony test przekazywania stanów zgody. [3, 4]

STATUS: O = OK / P = poprawić / ? = sprawdzić / - = nie dotyczy

- 01 Zapisano istniejące identyfikatory** ☐
Ustal, czy Analytics jest już dodany przez CMS, Site Kit, kod strony albo inny kontener. Zapisz ID i osobę odpowiedzialną.
- 02 Wybrano jedno miejsce podstawowej instalacji** ☐
W tym poradniku pomiar wdrażasz przez GTM. Nie uruchamiaj jednocześnie drugiej automatycznej odsłony z innej integracji.
- 03 Domena produkcyjna jest jednoznaczna** ☐
Zapisz publiczny adres witryny i oddziel go od środowiska testowego. Ustal, do której usługi mają trafić testy.
- 04 Obsługa zgód jest gotowa przed publikacją** ☐
Jeśli masz tylko widoczny baner, a nie wiesz, jakie stany przekazuje, sprawdź integrację z wykonawcą przed uruchomieniem tagu.

Migracja istniejącego pomiaru to osobne zadanie

Zmiana miejsca osadzenia może podwoić lub przerwać dane. Zaplanuj moment przełączenia, zachowaj poprzednie ustawienia i porównaj test przed zmianą oraz po niej.

01 / USŁUGA I STRUMIEŃ INTERNETOWY

Utwórz miejsce dla danych strony.

Otwórz analytics.google.com. Dla istniejącego konta wybierz Administracja → Utwórz → Usługa. Nowe konto twórz tylko wtedy, gdy jest potrzebne. [1]

Przykładowe ustawienia usługi oraz strumienia

Nazwa usługi	Firma – strona internetowa
Strefa i waluta	Polska / Warszawa; PLN – przykład
Strumień	Sieć / Web; właściwy adres HTTPS
Identyfikator pomiaru	G-... skopiowany z tego strumienia

Schemat poglądowy, nie zrzut ekranu. Etykiety mogą różnić się zależnie od języka i wersji panelu.

1 Utwórz usługę

Wybierz nazwę, strefę raportowania i walutę, a następnie informacje o firmie oraz cele. Dopasuj je do rzeczywistej działalności. [1]

2 Dodaj strumień z witryny

Administracja → Strumienie danych → Dodaj strumień → Sieć. Uzupełnij adres i nazwę; przejrzyj pomiar zaawansowany. [1]

3 Skopiuj ID pomiaru

W szczegółach strumienia zapisz identyfikator G-... . W GTM trafi do pola ID tagu. Nie używaj numeru usługi ani ID kontenera GTM-... .

Ustawienia mają znaczenie dla porównań

Zapisz wybraną strefę i walutę w protokole. Zmiana strefy w już działającej usłudze może zaburzyć porównanie dni, dlatego nie zmieniaj jej przypadkowo. [1]

02 / ZGODY PRZED URUCHOMIENIEM TAGU

Dopasuj regułę do modelu zgód.

CMP to system zarządzania zgodami. Consent Mode przekazuje wybory do tagów, ale nie zastępuje banera. Poniżej pokazano różnicę techniczną między modelami. [3, 4]

Model podstawowy

Tag Analytics jest blokowany do zgody. Regułę uruchamiającą po zgodzie dobierz według integracji CMP, także dla odwiedzającego z już zapisaną zgodą. [3]

Model zaawansowany

Tag może wczytywać się przed zgodą i wysyłać pomiary bez plików cookie przy stanie denied. To nie jest równoznaczne z brakiem wysyłania danych. [3]

Sygnal	Co opisuje?
analytics_storage	Przechowywanie danych związanych z analityką.
ad_storage	Przechowywanie danych związanych z reklamami.
ad_user_data	Wysyłanie danych użytkownika do celów reklamowych.
ad_personalization	Personalizację reklam.

Kolejność jest ważna

Najpierw CMP ustawia stany domyślne, potem tag działa według wybranego modelu, a po wyborze użytkownika stany są aktualizowane. W GTM integracja CMP może korzystać z Consent Initialization. To nie jest reguła dla zwykłego tagu GA4. [4, 12]

Wybór modelu poprzedza instalację pomiaru

Na następnej stronie pokazano regułę Google dla wariantu zaawansowanego z gotową CMP. W wariantcie podstawowym użyj reguły po zgodzie, zgodnie z dokumentacją swojej CMP.

03 / TAG GOOGLE W GTM

Połącz tag z właściwym strumieniem.

W kontenerze GTM wybierz Tagi → Nowy. Nadaj czytelną nazwę, np. „GA4 – tag podstawowy”. Typ konfiguracji to Tag Google / Google tag. [2]

Nowy tag – schemat pól dla wariantu zaawansowanego

Nazwa	GA4 – tag podstawowy
Typ tagu	Tag Google / Google tag
ID tagu	Twoje G- ... ze strumienia GA4
Reguła	Initialization – All Pages

Schemat poglądowy, nie zrzut ekranu. Etykiety mogą różnić się zależnie od języka i wersji panelu.

1 Wprowadź własny identyfikator

Wklej ID pomiaru z właściwego strumienia. Nie dodawaj osobnego kodu gtag.js do szablonu, gdy ten sam pomiar obsługuje GTM.

2 Ustaw regułę zgodnie ze stroną 4

Initialization – All Pages stosuj w pokazanym wariantcie zaawansowanym z obsługą zgód. Model podstawowy wymaga reguły dostosowanej do CMP.

3 Zapisz i przejdź do testu

Nie dodawaj dodatkowego tagu page_view do standardowej instalacji. Najpierw sprawdź, czy odłona jest już zbierana. [2, 7]

Dwie podobne nazwy, różne zastosowania

Initialization uruchamia tag podstawowy wcześniej. Consent Initialization służy ustawieniom zgód. Nie przenoś zwykłego tagu Analytics do reguły inicjalizacji zgody. [12]

04 / TEST PRZED PUBLIKACJĄ

Sprawdź zdarzenia w DebugView.

Uruchom Podgląd w GTM i połącz witrynę. W GA4 otwórz Administracja → Wyświetlanie danych → DebugView. Wybierz własne urządzenie testowe. [5, 10]

Dwa miejsca kontroli – schemat poglądowy**Tag Assistant**

Czy uruchomił się właściwy tag?
Która reguła go wywołała?
Jaki był stan zgody?

**GA4: DebugView**

Czy dotarł page_view?
Czy page_location pasuje?
Czy odsłona nie jest podwójna?

Schemat poglądowy, nie zrzut ekranu. Etykiety mogą różnić się zależnie od języka i wersji panelu.

STATUS: O = OK / P = poprawić / ? = sprawdzić / - = nie dotyczy

05 Zdarzenie trafia do właściwej usługi

Porównaj identyfikator G-... . Sam status uruchomienia tagu w GTM nie potwierdza, że dane znalazły się w oczekiwanym GA4.

☐**06 Jedna kontrolowana odsłona jest rozpoznawalna**

Otwórz jedną stronę po udzieleniu zgody analitycznej. Sprawdź page_view i parametr page_location w DebugView.

☐**07 Odmowa oraz akceptacja mają właściwy efekt**

W nowych sesjach testowych sprawdź oba wybory. Oceń zachowanie zgodnie z modelem ze strony 4; test obejmuje też zmianę wcześniejszego wyboru.

☐**08 Nie włączono debugowania wszystkim**

Korzystaj z własnej sesji podglądu. Nie zostawiaj parametru debug_mode dla wszystkich odwiedzających tylko po to, aby zobaczyć test. [5]

☐**Brak zdarzeń przy odmowie może być oczekiwany**

DebugView może nie pokazać zdarzeń bez zgody analitycznej. Sprawdź stan zgody i konfigurację przed uznaniem instalacji za uszkodzoną. [5]

05 / PUBLIKACJA I TEST NA ŻYWO

Potwierdź działanie po publikacji.

Po pozytywnym teście w GTM wybierz Prześlij, opisz wersję i ją opublikuj. Sam zapis tagu oraz działający podgląd nie uruchamiają wersji publicznej. [9]

1 Zapisz wersję wdrożenia

Przykład opisu: „Podstawowy tag GA4; sprawdzona odłona i stany zgody; test 25.09.2026”. Podaj osobę odpowiedzialną.

2 Zakończ podgląd roboczy

Otwórz publiczną stronę poza sesją podglądu. Wykonaj ustaloną próbę po udzieleniu zgody analitycznej na urządzeniu testowym.

3 Sprawdź raport Czas rzeczywisty

Otwórz go w GA4, w sekcji Raporty. Sprawdź aktywność i zdarzenia z próby, pamiętając, że mogą być tam też inni odwiedzający. [6]

4 Zapisz rezultat, nie tylko zrzut wykresu

Zanotuj czas, adres, urządzenie, stan zgody oraz ID usługi. Później będzie wiadomo, co dokładnie zostało sprawdzone.

Widok kontrolny	Do czego służy?
Tag Assistant i DebugView	Kontrola działania tagu oraz szczegółów zdarzeń z urządzenia testowego. [5, 10]
Czas rzeczywisty	Szybkie potwierdzenie napływu aktywności. Pełną analizę źródeł prowadź w odpowiednich raportach pozyskania. [6]

Nie oceniaj instalacji na podstawie jednego pustego wykresu

Uruchomienie zbierania danych może wymagać chwili. Jeśli test nadal nie daje wyniku, sprawdzaj kolejno stronę, GTM, tag, zgodę i właściwą usługę. [2]

ZAKRES / CO MIERZY PIERWSZA INSTALACJA

Odsłona to początek pomiaru.

Podstawowy tag i pomiar zaawansowany nie są kompletnym pomiarem sprzedaży. Wybierz zdarzenia potrzebne firmie, a następnie sprawdź ich rzeczywiste działanie. [7, 8]

Działanie / zdarzenie	Co trzeba wiedzieć?
Odsłona / page_view	W standardowej konfiguracji tag zbiera odsłonę. Przed dodaniem ręcznego zdarzenia sprawdź, co już wysyła witryna. [7]
Przewinięcie / scroll	Pomiar zaawansowany może rejestrować dojście do ok. 90% wysokości strony. Nie dowodzi przeczytania tekstu. [7]
Formularz / form_submit	Automatyczne zdarzenie wymaga sprawdzenia na Twoim formularzu. Nie traktuj go bez testu jako dowodu otrzymania zapytania. [7]
Zapytanie / generate_lead	Zaplanuj wywołanie po potwierdzonym przesłaniu zapytania. To zalecane zdarzenie wymagające wdrożenia. [8]
Sprzedaż / purchase	Wymaga wdrożenia danych zakupowych i testu transakcji. Samo uruchomienie tagu nie konfiguruje e-commerce. [8]

Przykład planu dla firmy usługowej

Najpierw odbierz poprawną odsłonę. Następnie sprawdź formularz: błąd walidacji nie powinien liczyć się jako zapytanie, a poprawne wysłanie powinno mieć jedno potwierdzenie. Osobno opisz kliknięcie numeru telefonu; nie jest dowodem odbytej rozmowy.

DIAGNOZA / GDY WYNIK SIĘ NIE ZGADZA

Szukaj przyczyny w tej kolejności.

Najpierw sprawdź drogę danych. Następnie oceń treść zdarzenia i liczbę wysłań. Nie zmieniaj kilku elementów równocześnie, bo utrudni to porównanie.

Objaw	Pierwszy test
Tag nie uruchamia się	Sprawdź kontener, regułę i stan zgody. Nie oczekuj uruchomienia przed zgodą w modelu podstawowym.
Tag działa, GA4 jest puste	Sprawdź G-... , właściwą usługę, sesję debugowania i blokady w testowej przeglądarce.
Dwie odśłony zamiast jednej	Poszukaj drugiej integracji GA4 lub ręcznego page_view. Dla aplikacji SPA sprawdź także zmiany historii adresu. [7]

STATUS: O = OK / P = poprawić / ? = sprawdzić / - = nie dotyczy

09 Adresy i tytuły nie ujawniają danych klienta

Sprawdź page_location i tytuły po wysłaniu formularza. E-mail, prywatny telefon ani treść zapytania nie powinny trafić do zwykłego pomiaru. [11]

☐

10 Parametry zdarzeń są celowo wybrane

Do testu nie przekazuj zawartości pól klienta. Opis formularza lub rodzaju usługi zwykle wystarczy do zdefiniowania celu.

☐

11 Nie pomyłono innych zdarzeń z duplikatem odśłony

session_start i user_engagement to inne zdarzenia. Przy diagnozie duplikatów porównuj page_view dla tego samego przejścia.

☐

12 Otwarty problem ma właściciela i termin

Zapisz, co działa, a czego jeszcze nie odebrano. Nie oznaczaj pomiaru zapytań jako gotowego tylko dlatego, że widzisz ruch.

☐

Gdy wykryjesz nieprawidłowe dane

Wstrzymaj błędną konfigurację lub wróć do sprawdzonej wersji. Popraw źródło problemu, a następnie powtórz dokładnie ten sam scenariusz testowy.

ARKUSZ / PROTOKÓŁ PIERWSZEGO POMIARU

Zapisz wynik wdrożenia GA4.

Arkusz do wydruku lub uzupełnienia w edytorze PDF. Odbiór dotyczy konkretnego zakresu. Formularze i sprzedaż oznacz jako osobne zadania, jeśli nie zostały wdrożone.

Domena, nazwa usługi GA4 i identyfikator G- ... :

Kontener GTM, nazwa tagu oraz wersja publikacji:

Strefa czasowa, waluta i wybrany model zgód / CMP:

Scenariusz próby: URL, czas, urządzenie, zgoda, zdarzenie:

Wynik testu, zauważony problem i odpowiedzialna osoba:

Zakres kolejnego wdrożenia i termin sprawdzenia:

- ☐ Dane trafiają do właściwej usługi.
- ☐ Sprawdzone stany zgody oraz niezamierzone duplikaty odsłon.
- ☐ Zakres podstawowego pomiaru i dalszych prac jest zapisany.

ŹRÓDŁA I NASTĘPNY KROK

Sprawdź źródła. Ustal działania.

Linki poniżej prowadzą do materiałów źródłowych. Przykłady, ćwiczenia i schematy w poradniku są opracowaniem edukacyjnym.

01	Konfiguracja konta, usługi i strumienia GA4	Google
02	Tag Google w kontenerze GTM	Google
03	Modele działania Consent Mode	Google
04	Konfiguracja i kolejność obsługi zgód	Google
05	DebugView i debugowanie urządzenia	Google
06	Raport Czas rzeczywisty w GA4	Google
07	Zdarzenia pomiaru zaawansowanego	Google
08	Zalecane zdarzenia, np. generate_lead	Google
09	Publikowanie wersji kontenera GTM	Google
10	Podgląd w GTM i Tag Assistant	Google
11	Unikanie danych identyfikujących osoby	Google
12	Obsługa zgód i Consent Initialization w GTM	Google

Źródła są klikalne. Instrukcja opisuje podstawowy pomiar internetowy. Schematy są autorskie; nazwy oraz położenie opcji w panelach mogą się zmieniać.

Przejdź od odsłon do zapytań.

Pomożemy ustalić, które zdarzenia opisują realny kontakt lub zakup, oraz jak przetestować ich działanie na Twojej stronie.

[Porozmawiajmy o pomiarze](#)icomseo.pl/kontakt/