

Profesionální analýzy návštěvnosti a jejich využití



Praha 21.9.2005

Pavel Hilbert



Proč analyzovat návštěvnost?

- Co funguje a co nefunguje?*
- Kteří návštěvníci jsou nejlepší?*
- Kde se nejvíc návštěvníků ztrácí?*
- Následky a **Příčiny**
- Co Měřit? Všechno.
 - Kampaně
 - Newslettery
 - Použitelnost
 - ...

* A proč?



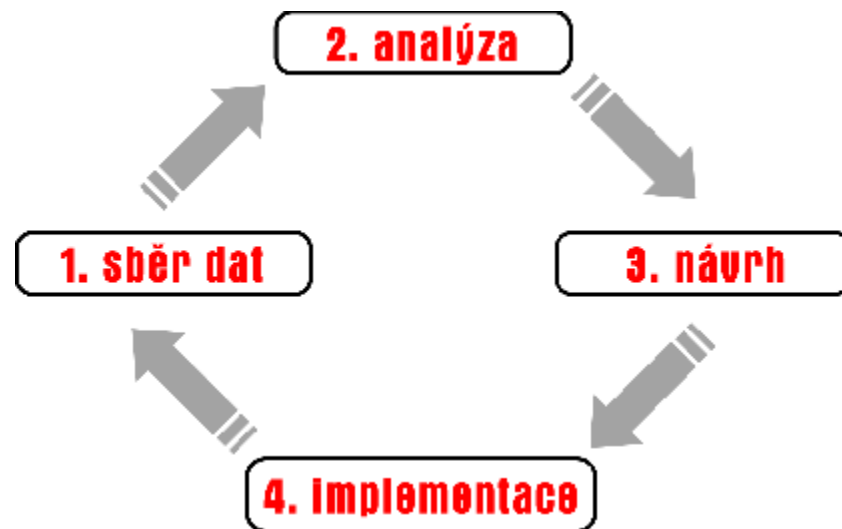
Efektivita analýz návštěvnosti

Efektivní = snadno a rychle získám užitečné informace

- Časová náročnost
 - Administrace
 - Denní používání
- Náročnost na znalosti a zkušenosti
- Použitelné informace? ActionAbility

Vybíráte analytický software?

- Je s ním příjemná práce?
- Kdo bude analýzy provádět?
- Co chcete sledovat?
- Potřebujete všechny „budíky“?

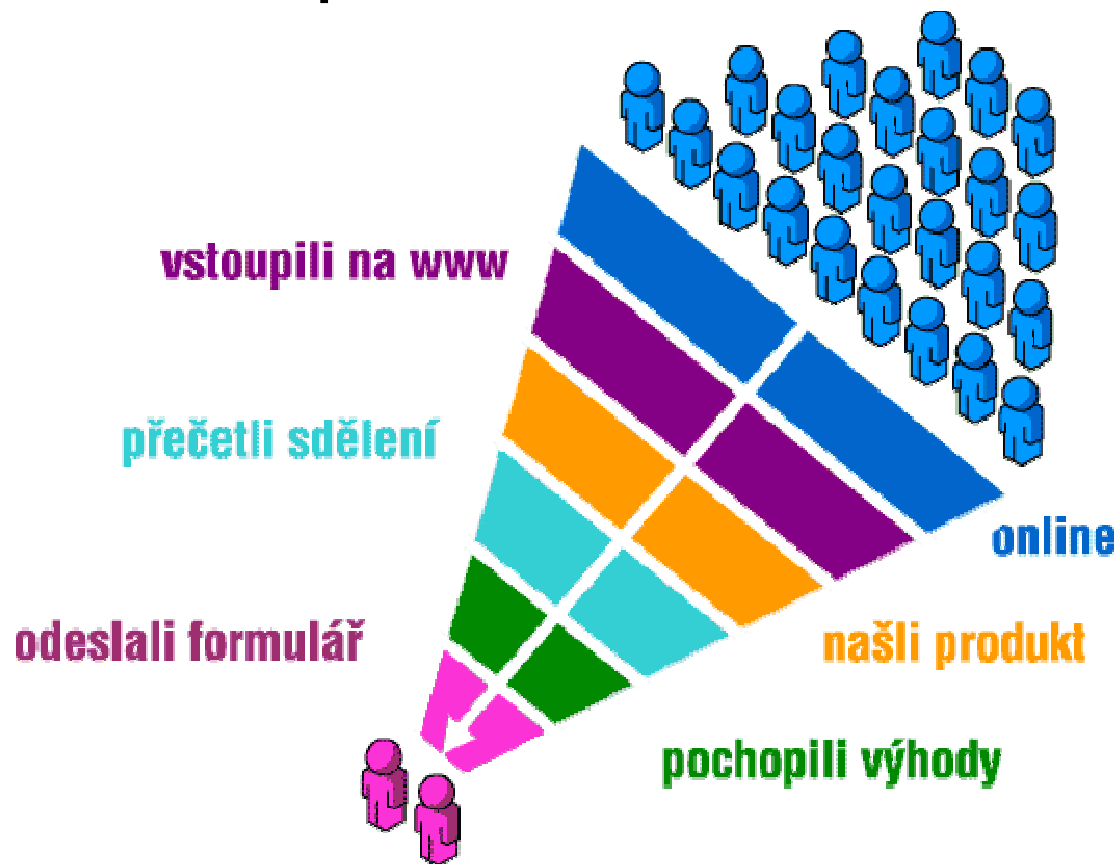


Důležité pojmy

- Konverze
- Segmentace
- Interpretace dat v kontextu s www

Konverze

- Konverzní poměr
= $\text{zákazníci} / \text{návštěvníci} * 100$
- Konverzní proces



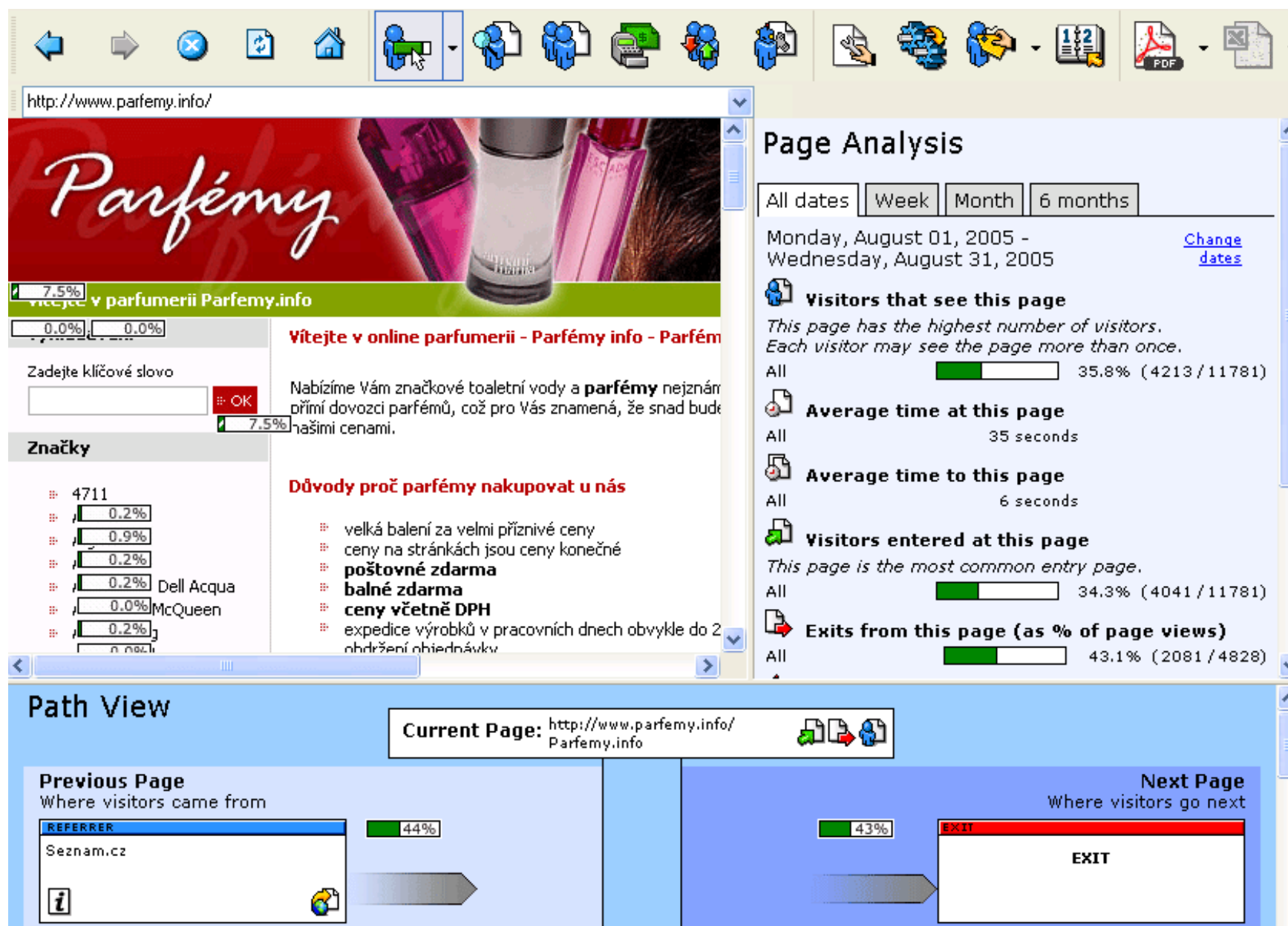
Segmentace

- Rozdělení návštěvníků do skupin podle:



- Vyhledávače
- Referera
- Zobrazení goal.htm
- Cookie setu
- URL parametru
- Vyhledávací fráze
- A dalších...

Interpretace dat v kontextu s www

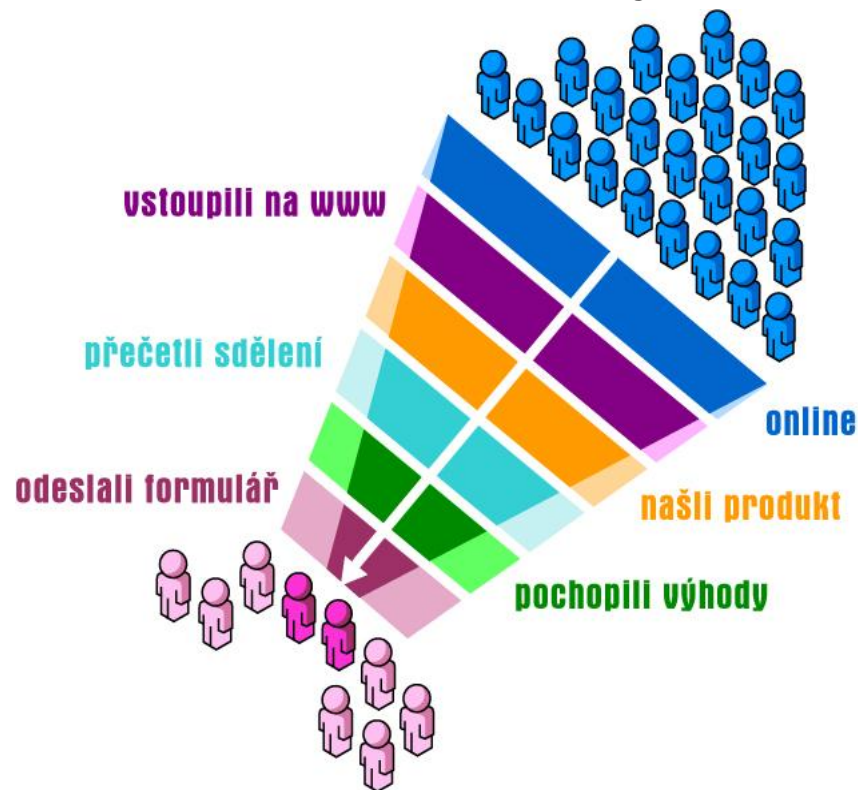


Příklady

- Konverzní proces na www stránkách a optimalizace dílčích konverzí
- Konverzní poměry návštěvnosti jednotlivých refererů
- Čím se liší zákazníci (Návštěvníci, kteří navštívili cílovou stránku)
- Jaký dopad má určitá stránka na chování návštěvníků?
- Přínos návštěvníků z vyhledávačů a konkrétních vyhledávacích frází
- Sledování trendů a změn, jak se mění návštěvnost a konverze

Konverzní proces www stránek

- Optimalizace dílčích konverzí
- Zdokonalování jednotlivých www stránek



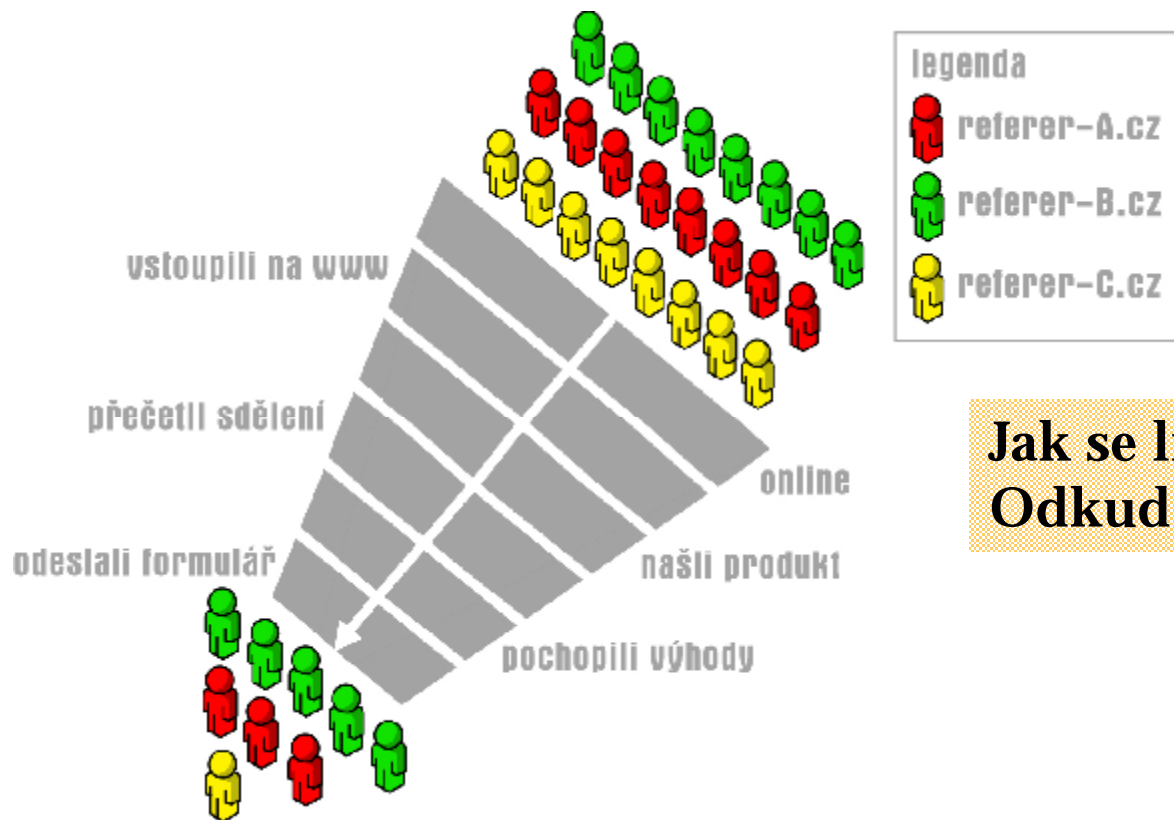
K1	=	našli produkt / vstoupili na www
K2	=	přečetli sdělení / našli produkt
K3	=	početli výhody / našli produkt
K4	=	odeslali formulář / početli výhody

legenda

Syté barvy zobrazují dílčí konverzní poměry před jejich optimalizací, světlé barvy znázorňují možný dopad zlepšení.

Čím se liší zákazníci od návštěvníků?

- Návštěvníci z jednotlivých zdrojů:
 - jsou rozdílní
 - mohou mít různé konverzní poměr



Jak se liší ti co se zaregistrovali?
Odkud přišli?

Díky za pozornost!

Praha 21.9.2005

Pavel Hilbert

777 / 591 118

pavel.hilbert@atweb.cz

www.clicktracks.cz - www.atweb.cz

