

Веб-аналитика.

Базовый курс



<https://navika.pro/infobiznes/courses/osnovy-vebanalitiki-bazovyj-kurs>

Содержание

1. Определение цели и ключевых параметров эффективности.....	3
2. Установка счетчиков	4
3. Контроль показателей эффективности сайта	5

1. Определение цели и ключевых параметров эффективности

1.1. Запишите для себя прямые и косвенные цели создания сайта. Например: продажа товаров (услуг), продажа мест под рекламу, заработка на партнерских программах, привлечение аудитории с последующим превращением в базу клиентов.

Прямые цели	Косвенные цели

1.2. В соответствии с определенными целями запишите для себя ключевые показатели эффективности, с помощью которых вы можете определить, измерить и проанализировать результат своей работы. Например: увеличение (уменьшение) количества посетителей, увеличение или уменьшение времени просмотра каждой страницы, глубины просмотра страниц одним посетителем.

Цель	KPI

1.3. СЕГМЕНТИРУЙТЕ КАЖДУЮ ЦЕЛЬ ПО ЭТАПАМ И НА КАЖДОМ ИЗ НИХ СФОРМИРУЙТЕ МЕТРИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ, КОТОРЫЕ ДЕМОНСТРИРУЮТ, НАСКОЛЬКО ЭФФЕКТИВНО РАБОТАЮТ ВАШ САЙТ И ЕГО СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ НА КАЖДОМ ИЗ ЭТИХ ЭТАПОВ.

Сегментарный этап	Параметр измерения и контроля

2. Установка счетчиков

2.1. АВТОРИЗУЙТЕСЬ В МЕТРИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ИЛИ, ЕСЛИ У ВАС НЕТ УЧЕТНОЙ ЗАПИСИ, ЗАРЕГИСТРИЙТЕСЬ.

2.2. ДОБАВЬТЕ СЧЕТЧИК НА САЙТ.

2.3. Следуя внутренней инструкции, установите настройки счетчика.

2.4. ПРОВЕРЬТЕ ПРАВИЛЬНОСТЬ РАБОТЫ СЧЕТЧИКА (ДАННЫЕ СЧИТЫВАЮТСЯ И ОТОБРАЖАЮТСЯ).

3. Контроль показателей эффективности сайта

3.1. ПРОСМОТРИТЕ ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА НА САЙТ И ОПРЕДЕЛИТЕ КОНВЕРСИЮ КАЖДОГО.

3.2. ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ ТЕПЛОВУЮ КАРТУ И ВЕБВИЗОР. ОПРЕДЕЛИТЕ, НА КАКОМ ЭТАПЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ «ОТВАЛИВАЮТСЯ», НЕ ДОВОДЯ СВОЕ ПРИСУТСТВИЕ ДО СОВЕРШЕНИЯ КЛЮЧЕВОГО ДЕЙСТВИЯ.

3.3. ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ СТРУКТУРУ СТРАНИЦЫ И ЗАПИШИТЕ ГИПОТЕТИЧЕСКИЕ ПРИЧИНЫ, ПОЧЕМУ ЭТО МОЖЕТ ПРОИЗОЙТИ.

Сегментарный этап отказа	Возможная причина прерывания сеанса

3.4. ПРОВЕДИТЕ ЖИВОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ: ПОПРОСИТЕ ТЕСТОВУЮ ГРУППУ СОВЕРШИТЬ КЛЮЧЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ НА СТРАНИЦЕ И СООБЩИТЬ ВАМ, ЧТО НЕ ПОЛУЧИЛОСЬ СДЕЛАТЬ. НАПРИМЕР: НЕВОЗМОЖНО НАЙТИ КНОПКУ «Корзина», НЕТ ИНФОРМАЦИИ О ДОСТАВКЕ, НЕ РАБОТАЕТ ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА И Т.Д.

3.5. ИСПРАВЬТЕ НЕДОЧЕТ В ЮЗАБИЛИТИ САЙТА. ПРОВЕДИТЕ ПОВТОРНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ И УБЕДИТЕСЬ, ЧТО КЛЮЧЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ СТАЛО ВОЗМОЖНЫМ.

3.6. ЗАНОВО ИЗМЕРЬТЕ КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПО УСТАНОВЛЕННЫМ ЦЕЛЯМ САЙТА. СРАВНИТЕ ПОКАЗАТЕЛИ.