

# Analýza návštěvnosti a efektivity webu

Jan Tichý, H1.cz



- ▶ Měření
  - ▶ Pojmy
  - ▶ Metody měření
  - ▶ Příprava měření
  - ▶ Měřitelnost
  - ▶ Nástroje
- ▶ Vyhodnocování
  - ▶ Dostatek informací
- ▶ Praktické situace
  - ▶ Zajištění měřitelnosti
  - ▶ Vyhodnocení
- ▶ Google Analytics
  - ▶ Instalace a nastavení
  - ▶ Ovládání
  - ▶ Zajímavé reporty

# Co byste měli vědět o měření

- ▶ Snažte se porozumět uživateli
- ▶ Sbírejte data průběžně
- ▶ Věnujte pozornost změnám
- ▶ Zaměřte se na důležitá místa
- ▶ Upravujte web, aby šel měřit
- ▶ Mějte vždy dost údajů pro analýzu
- ▶ Graf je pouze nástroj, nikoli výsledek analýzy

# Co byste měli vědět o uživateli

- ▶ Konkurence je o pár kliků vedle
- ▶ Hýčkejte si své uživatele
  - ▶ Nechtějí se učit zacházet s vaším webem
- ▶ Jsou různé cílové skupiny
  - ▶ Každá „slyší“ na něco jiného
  - ▶ I malý detail může hrát velkou roli
- ▶ Ochota využívat on-line služby stále roste

# Měřit se vyplatí, když...

- ▶ Startujete nový web
- ▶ Chcete znát efektivitu kampaní
- ▶ Optimalizujete pro vyhledavače (SEO)
- ▶ Prodáváte reklamu na svém webu
- ▶ Zvyšujete návštěvnost
- ▶ Připravujete úpravy na webu
- ▶ Hledáte chybu

# Hlavní čísla

- ▶ Zobrazení stránky (*Page views*)
- ▶ Návštěvy (*Visits*)
- ▶ Uživatelé (*Users*)

- ▶ **Konverze** (*goals, conversions*)
  - ▶ Konverzní poměr (*conversion rate*)
- ▶ **Počet shlédnutých stránek za návštěvu** (*page views per visit*)
- ▶ **Poměr odchodů ze vstupních stránek** (*bounce rate*)
- ▶ **Kde uživatelé opouštějí web** (*exit page*)
- ▶ **Kudy procházejí web** (*click stream*)
- ▶ **Trychtýř** (*funnel*)

# O uživateliích byste měli vědět

- ▶ Zdroj návštěvnosti
  - ▶ Odkazující stránka (*odkazovač, referer*)
  - ▶ Kampaň, banner, PPC reklama
  - ▶ Dotazy z vyhledavačů (*keywords*)
- ▶ Předmět zájmu (*entry pages, landing pages*)
- ▶ Dosažení cíle (*konverze, trychtýře*)
- ▶ Loajalita (*returning visitors*)



# Důležité informace pro měření

- ▶ URL (např.: <http://www.h1.cz/>)
- ▶ Cookie
- ▶ Session
- ▶ Odkazovač (*referer*)
- ▶ Adresa uživatele, IP adresa (např.: 217.11.242.168)
- ▶ Klient (*user agent, klient*)
  - ▶ Prohlížeč
  - ▶ Robot

# Získávání dat – metody měření

- ▶ Měřící tečkou v HTML kódu
  - ▶ Skript na jiné doméně
  - ▶ Skript na stejné doméně
- ▶ Na základě access logu
  - ▶ Access logy ukládá většina webserverů

## ► Výhody:

- Levné řešení
- Data se zpracovávají automaticky a rychle
- Umožňují měřit vlastnosti prohlížeče a počítače

## ► Nevýhody:

- Zvyšují množství stahovaných dat na každou stránku
- Riziko nestažení tečky
- Omezené možnosti měření
- Nelze získat data zpětně

# Měření na základě acces logů

## ► Výhody:

- Možnost získat data zpětně
- Možnost provádět libovolné analýzy
- K dispozici i data o přístupu robotů

## ► Nevýhody:

- Nutnost zpracovat data softwarem
- Náročnější na znalosti
- Méně informací o uživateli (prohlížeč, počítač)

## ▶ Měření tečkou

- ▶ PHPMyVisites (<http://www.phpmyvisites.net>)
- ▶ TOPlist (<http://www.toplist.cz/>)
- ▶ Navrcholu (<http://www.navrcholu.cz/>)
- ▶ Google Analytics (<http://analytics.google.com/>)

## ▶ Měření pomocí logů:

- ▶ Webalizer (<http://www.mrunix.net/webalizer>)
- ▶ ClickTracks (<http://www.clicktracks.com/>)
- ▶ WebTrends (<http://www.webtrends.com/>)

# Kontrola před vyhodnocováním

- ▶ Úplnost dat
  - ▶ Za celé měřené období
  - ▶ Vypovídající hodnota
- ▶ Chybějící údaje
  - ▶ Vliv na nepřesnost výsledků

# Časté důvody chyb

- ▶ Vyhodnocení vyhledavačů
- ▶ Duplicitní URL adresy
  - ▶ Parametry (*PHPSESSID, rozlišování kampaní*)
  - ▶ Velká a malá písmena v adresách
- ▶ Změny na webu
- ▶ Web na více doménách
- ▶ Data nejsou 100% přesná
- ▶ Počáteční zkreslení

# Chyby u tečkových systémů

- ▶ Výpadek on-line služby (chybí data)
- ▶ Měřicí kód
  - ▶ Špatně vložený
  - ▶ Není na všech stránkách
  - ▶ Kód na nevhodných stránkách (*např. konverzní*)
  - ▶ Nevhodně vložený do HTML
- ▶ Měřicí kód na cizích stránkách



# Chyby při měření logů

- ▶ Odlišení robotů
  - ▶ Vyhledavače, SPAM roboti
- ▶ Nezapočtené stránky
  - ▶ Proxy, cache prohlížeče
- ▶ Nevyhovující access log
  - ▶ Chybějící informace (*Referer, Cookies, Více domén*)
  - ▶ Neexistující URL (*riziko při použití ISAPI rewrite na ASP/IIS*)

# Porovnávání dat

- ▶ Vývoj v rámci období
  - ▶ Dny v týdnu
  - ▶ Dny v měsíci
  - ▶ Sezóny
- ▶ Změny u konkurentů
- ▶ Trendy
  - ▶ Co webem neovlivníte

# Děkuji za pozornost

► Jan Tichý

<http://www.h1.cz>

e-mail: [tichy@h1.cz](mailto:tichy@h1.cz)