

GOOGLE ANALYTICS

**как средство убеждения заказчика
потратить на юзабилити**

Александр Сергеев
Humanoid Group
<http://humanoit.ru>

О ПРОЕКТЕ

- **Западный сайт знакомств**

ориентация на одну страну.

- **Базовые функции**

платная и бесплатная регистрация, поиск, каталог, подмигивания, сообщения.

- **Дополнительные функции**

обмен sms, чат, подарки, магазин, события.

О ПРОБЛЕМЕ (со стороны заказчика)

- **SEO** (оптимизация контента, обмен ссылками).
- **Google AdWords.**
- **PR-кампании** (газеты, радио, телевидение).
- **Функциональность на месте.**

Трафик большой, а регистраций мало?!?

О ПРОБЛЕМЕ (с моей стороны)

- Главная страница.
 - 5 шаговая регистрация.
 - Обязательные поля.
 - Ручное подтверждение профиля.
 - Отправка сообщений.
-

Очевидные проблемы для юзабилита

ЗАДАЧА

- Убедить заказчика потратиться на юзабилити и на редизайн сайта.
 - Словесные аргументы не помогают.
 - Магия цифр.
 - Первая жертва – процедура регистрации.
-

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ

- **Неправильная метрика**

Отношение числа пользователей, которые зарегистрировались на сайте к числу пользователей, которые зашли на сайт.

- **Правильная метрика**

Отношение числа пользователей, которые закончили регистрацию к числу пользователей, которые ее начали.

- **Средство для подсчета метрики**

Webalizer, AWStats и другие анализатора лог-файлов.

WEBALIZER

Top 10 of 5424 Total URLs By KBytes					
#	Hits		KBytes		URL
1	717	3.62%	64283	37.16%	/templates/rhuk_solarflare_ii/images/header_short.jpg
2	60	0.30%	8579	4.96%	/images/stories/articles/Flamingo-Neck-Curve_FRAMED.jpg
3	574	2.90%	5960	3.45%	/
4	761	3.85%	5324	3.08%	/templates/rhuk_solarflare_ii/css/template_css.css
5	431	2.18%	4763	2.75%	/templates/rhuk_solarflare_ii/images/arrow.png
6	53	0.27%	3857	2.23%	/images/stories/articles/1.jpg
7	60	0.30%	3021	1.75%	/blog/
8	63	0.32%	1908	1.10%	/blog/wp-content/uploads/2006/05/masters.jpg
9	62	0.31%	1759	1.02%	/blog/wp-content/uploads/2006/05/widgets.jpg
10	59	0.30%	1702	0.98%	/blog/wp-content/uploads/2006/05/master_behavior.jpg

«Нечеловеческий интерфейс»

GOOGLE ANALYTICS. ВВЕДЕНИЕ

- **Google Analytics – средство для веб-аналитики**
- **Пользователи:**
 - топ-менеджеры
 - маркетологи
 - владельцы сайтов
 - авторы контента
 - *юзабилитисты*

GOOGLE ANALYTICS. ФУНКЦИИ

- Оценка эффективности рекламных кампаний

- SEO
- Google AdWords
- Баннеры

- Оценка эффективности контента

- популярность материала
- удобство навигации
- уровни конверсии

GOOGLE ANALYTICS. УРОВНИ КОНВЕРСИИ



- **«Цель»**

Примеры: последний шаг регистрации, страница “thank you” для процедуры заказа товара;

- **«Воронка»**

Пример: 1->2->3->4->5 шаги регистрации; каталог -> описание товара -> кол-во товара -> адрес доставки -> номер кредитки -> спасибо;

- **«Уровень конверсии для цели»**

отношение числа пользователей на входе «воронки» к числу пользователей на выходе «воронки»

GOOGLE ANALYTICS. ПРИМЕР «ЦЕЛИ» И «ВОРОНКИ»

Цель: www.foobar.com/welcome_paid.htm

	URL страницы	Имя шага
Шаг 1	www.foobar.com/join.php	Общая инфа
Шаг 2	www.foobar.com/join2.php	Профиль
Шаг 3	www.foobar.com/join3.php	Кого ищу
Шаг 4	www.foobar.com/join4.php	Инструкция
Шаг 5	www.foobar.com/join5.php	Тип аккаунта
Шаг 6	www.foobar.com/payment.php	Оплата

GOOGLE ANALYTICS.

Анализ результатов. Отчет “CONVERSION SUMMARY”

Уровни конверсии для целей

Conversion Summary		Export		www.foobar.com 9/20/2006 - 11/5/2006	
Goal Conversion	Visits	%±	Conv. Rate	%±	
1. Visits	6,517	— 0%	100%	— 0%	
2. G1: Free member registered	139	— 0%	2%	— 0%	
3. G2: Paid member registered	20	— 0%	<1%	— 0%	
4. G3: 1st registration step opened	600	— 0%	9%	— 0%	

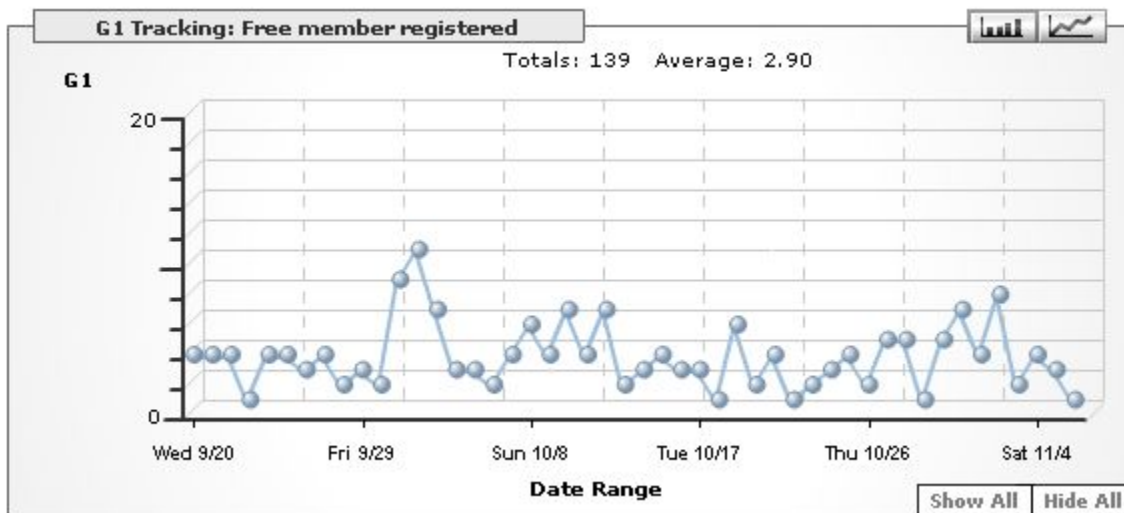
Результат: $X = G1/G3 * 100\% = 139/600 * 100 = 23,2\%$.

Потери составляют 76,8%.

GOOGLE ANALYTICS.

Анализ результатов. Отчет “CONVERSION SUMMARY”

Сколько раз «цель» была достигнута

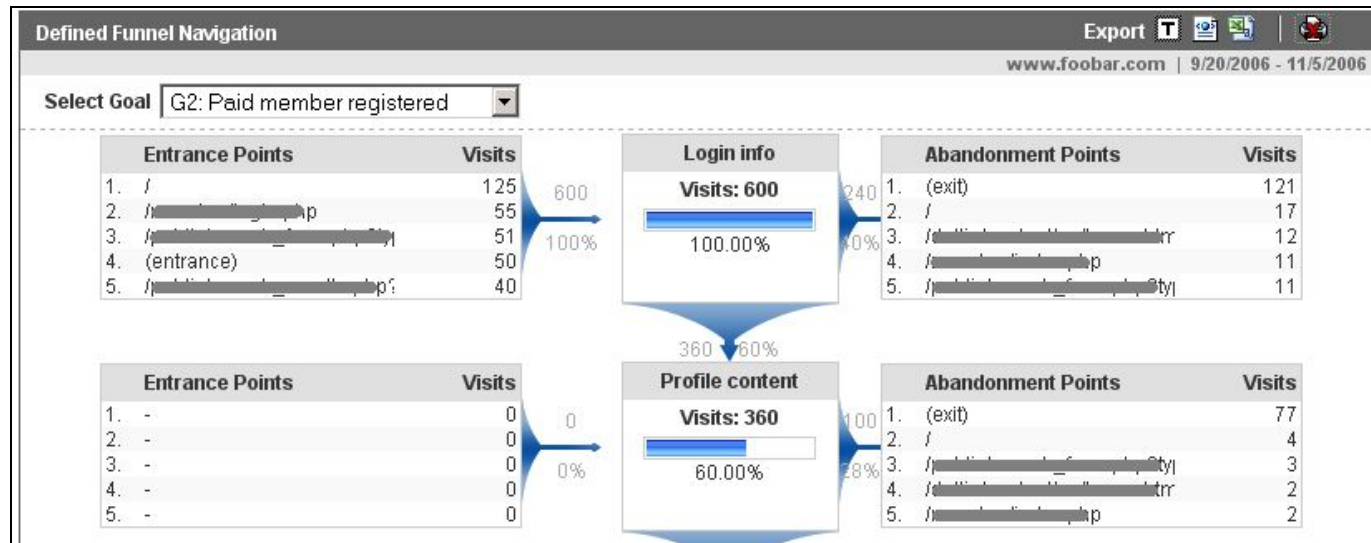


Результат: Примерно 3 бесплатных регистрации в день.

GOOGLE ANALYTICS.

Анализ результатов. Отчет “DEFINED FUNNEL NAVIGATION”

Сколько пользователей пришло, сколько ушло и сколько перешло на следующий шаг «воронки»



GOOGLE ANALYTICS.

Анализ результатов. Отчет “REVERSE GOAL PATH”

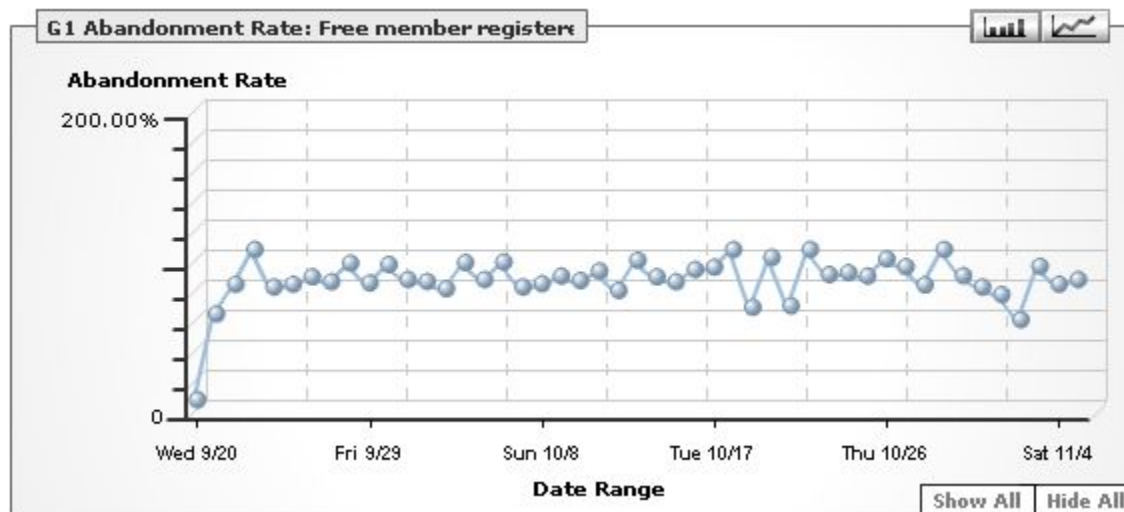
По каким маршрутам посетители приходят к «цели»

	Goal Path	G3	Percent
1.	(entrance) → / → /	93	15.50%
2.	(entrance) → /	41	6.83%
3.	(entrance) → / → /	22	3.67%

GOOGLE ANALYTICS.

Анализ результатов. Отчет “DEFINED FUNNEL ABANDONMENT”

Процент выхода посетителей из «воронки»



Результат: 80% посетителей не доходят до конца регистрации.

GOOGLE ANALYTICS.

Анализ результатов. Отчет “Campaign Conversion”

Эффективность рекламных кампаний относительно «целей»

	Campaign/Source	Visits	P/Visit	G1/Visit	G2/Visit	G3/Visit	\$/Visits
1.	(direct)	3,676	10.80	1.50%	0.27%	7.70%	\$0.00
2.	(organic)	2,671	9.72	1.68%	0.22%	9.32%	\$0.00
3.	(referral)	1,362	10.19	2.86%	0.37%	5.36%	\$0.00
4.	Campaign IRL	97	4.64	0.00%	0.00%	0.00%	\$0.00
Totals:		7,806	10.25	1.78%	0.27%	7.75%	0

Результат:

Больше всего бесплатных регистраций (G1) с рефералов.

GOOGLE ANALYTICS.

Анализ результатов. Отчет “OVERALL KEYWORD CONVERSION”

Эффективность поисковых фраз относительно «целей»

	Keyword/Source[Medium]	Visits	P/Visit	G1/Visit	G2/Visit	G3/Visit	\$/Visits
1.	⊕ [REDACTED]	429	13.69	0.93%	0.47%	7.93%	\$0.00
2.	⊕ [REDACTED]	338	9.22	0.30%	0.59%	7.40%	\$0.00
3.	⊕ [REDACTED]	226	7.51	0.88%	0.00%	7.96%	\$0.00
4.	⊕ dating	189	10.13	1.59%	0.00%	3.70%	\$0.00
5.	⊕ online dating	116	11.18	2.59%	0.00%	8.62%	\$0.00
6.	⊕ [REDACTED]	91	19.41	5.49%	0.00%	8.79%	\$0.00
7.	⊕ [REDACTED]	76	13.78	1.32%	0.00%	3.95%	\$0.00
8.	⊕ dating in [REDACTED]	74	9.32	4.05%	0.00%	4.05%	\$0.00
9.	⊕ [REDACTED]	70	7.70	0.00%	0.00%	1.43%	\$0.00
10.	⊕ dating agencies	53	11.72	1.89%	1.89%	5.66%	\$0.00
Totals:		2,768	9.54	1.63%	0.22%	9.00%	0

GOOGLE ANALYTICS. Подключение

- <http://www.google.com/analytics/>
- Создание профиля сайта.
- Интеграция маленького скрипта в страницы сайта

```
<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js"
type="text/javascript">
</script>
<script type="text/javascript">
_uacct = "UA-659624-1";
urchinTracker();
</script>
```
- Система начинает сбор данных уже через сутки.
- Доступ в аккаунт на управление или только просмотр отчетов.

ВЫВОДЫ

- **GA умеет считать уровни конверсий для основных бизнес целей веб-сайта.**
- **Подключение за 5 минут.**
- **Отчеты GA эстетичны и привлекательны.**
- **GA – приложение авторитетного Google.**
- **GA как средство убеждения заказчика.**
- **GA как средство оценки эффективности работы по редизайну.**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Александр Сергеев
Humanoid Group
<http://humanoit.ru>