

# 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% | <a href="#">/templates/rhuk_solarflare_ii/images/header_short.jpg</a>   |
| 2                                   | 60   | 0.30% | 8579   | 4.96%  | <a href="#">/images/stories/articles/Flamingo-Neck-Curve_FRAMED.jpg</a> |
| 3                                   | 574  | 2.90% | 5960   | 3.45%  | <a href="#">/</a>   |
| 4                                   | 761  | 3.85% | 5324   | 3.08%  | <a href="#">/templates/rhuk_solarflare_ii/css/template_css.css</a>      |
| 5                                   | 431  | 2.18% | 4763   | 2.75%  | <a href="#">/templates/rhuk_solarflare_ii/images/arrow.png</a>          |
| 6                                   | 53   | 0.27% | 3857   | 2.23%  | <a href="#">/images/stories/articles/l.jpg</a>                          |
| 7                                   | 60   | 0.30% | 3021   | 1.75%  | <a href="#">/blog/</a>  |
| 8                                   | 63   | 0.32% | 1908   | 1.10%  | <a href="#">/blog/wp-content/uploads/2006/05/masters.jpg</a>            |
| 9                                   | 62   | 0.31% | 1759   | 1.02%  | <a href="#">/blog/wp-content/uploads/2006/05/widgets.jpg</a>            |
| 10                                  | 59   | 0.30% | 1702   | 0.98%  | <a href="#">/blog/wp-content/uploads/2006/05/master_behavior.jpg</a>    |

«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](http://www.foobar.com/welcome_paid.htm)

|       | URL страницы   | Имя шага     |
|-------|--|--------------|
| Шаг 1 | <a href="http://www.foobar.com/join.php">www.foobar.com/join.php</a>       | Общая инфа   |
| Шаг 2 | <a href="http://www.foobar.com/join2.php">www.foobar.com/join2.php</a>     | Профиль      |
| Шаг 3 | <a href="http://www.foobar.com/join3.php">www.foobar.com/join3.php</a>     | Кого ищу     |
| Шаг 4 | <a href="http://www.foobar.com/join4.php">www.foobar.com/join4.php</a>     | Инструкция   |
| Шаг 5 | <a href="http://www.foobar.com/join5.php">www.foobar.com/join5.php</a>     | Тип аккаунта |
| Шаг 6 | <a href="http://www.foobar.com/payment.php">www.foobar.com/payment.php</a> | 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%                                   |  |

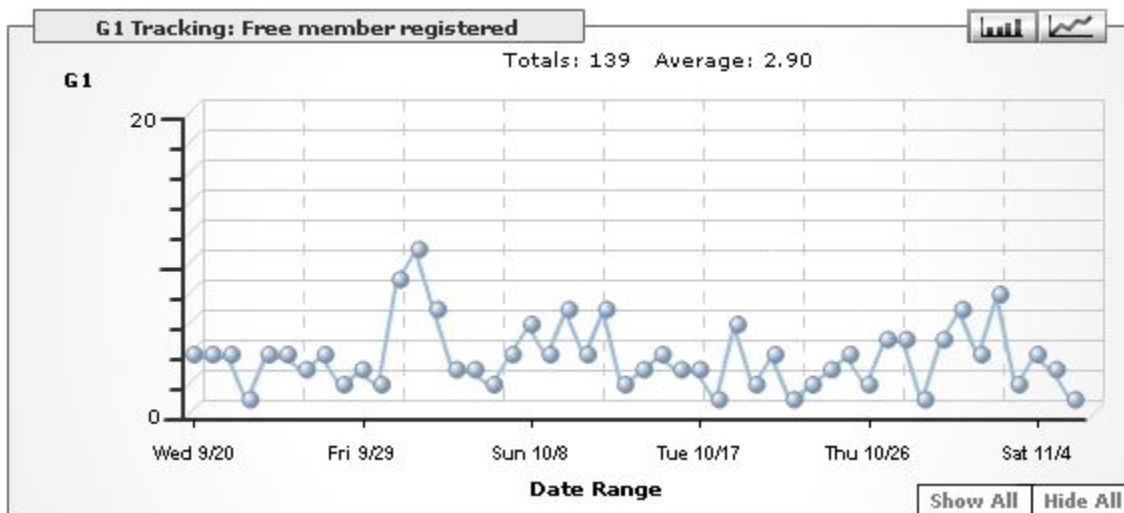
Результат:  $X = G1/G3 * 100\% = 139/600 * 100 = 23,2\%$ .

Потери составляют 76,8%.

# GOOGLE ANALYTICS.

Анализ результатов. Отчет “CONVERSION SUMMARY”

## Сколько раз «цель» была достигнута

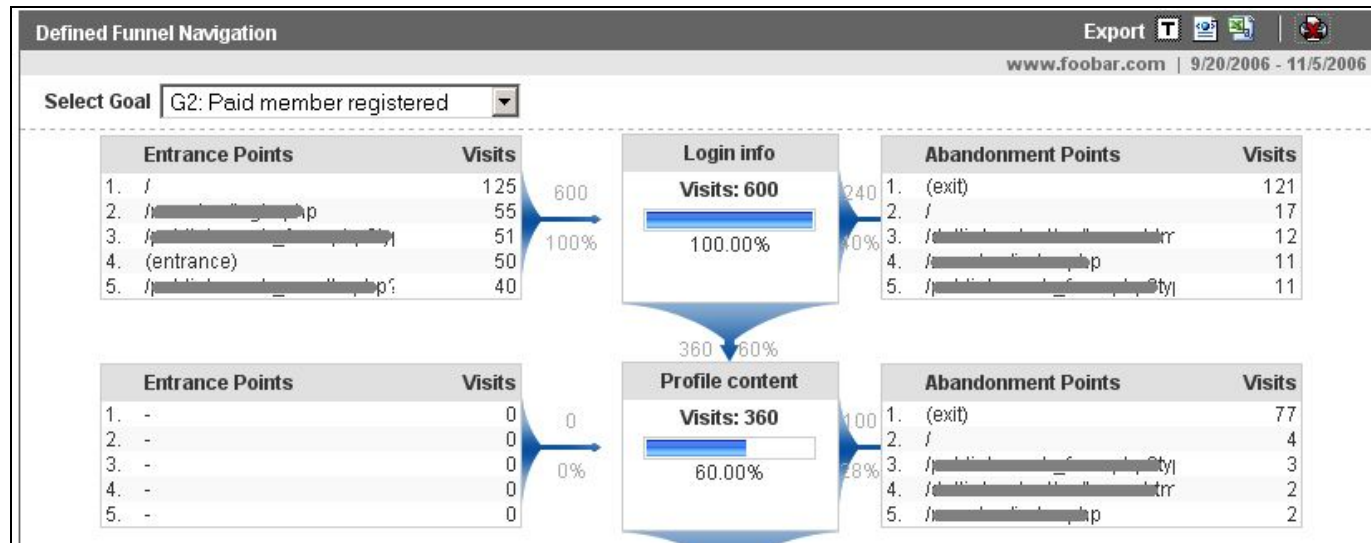


Результат: Примерно 3 бесплатных регистрации в день.

# 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”

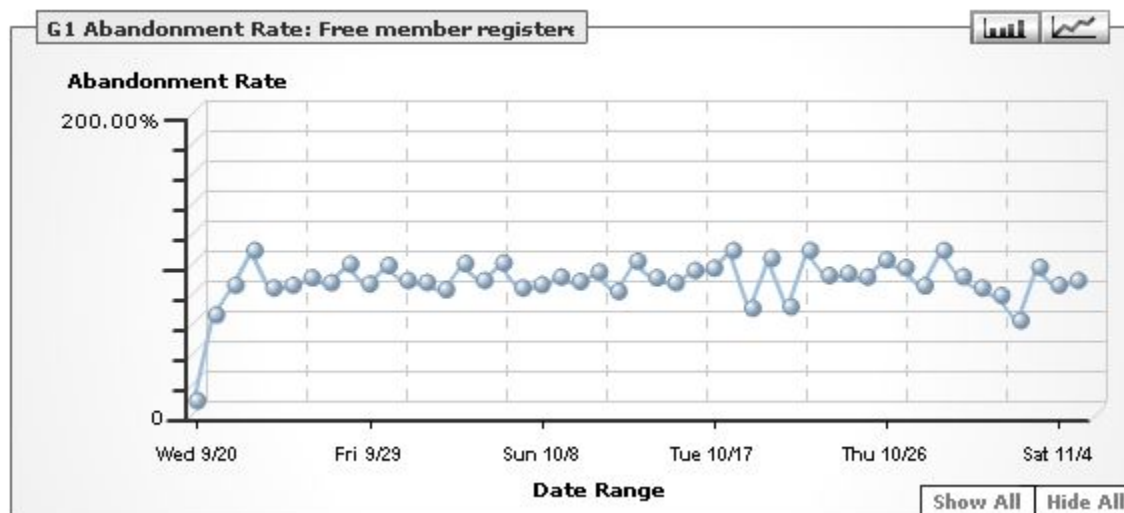
По каким маршрутам посетители приходят к «цели»

|    | Goal Path                | G3 | Percent |
|----|--------------------------|----|---------|
| 1. | (entrance)<br>→ /<br>→ / | 93 | 15.50%  |
| 2. | (entrance)<br>→ /        | 41 | 6.83%   |
| 3. | (entrance)<br>→ /<br>→ / | 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    |
| <b>Totals:</b> |                 | <b>7,806</b> | <b>10.25</b> | <b>1.78%</b> | <b>0.27%</b> | <b>7.75%</b> | <b>0</b>  |

### 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    |
| <b>Totals:</b> |                        | <b>2,768</b> | <b>9.54</b> | <b>1.63%</b> | <b>0.22%</b> | <b>9.00%</b> | <b>0</b>  |

# 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>***