



WebVisor. Как управлять поведением интернет-покупателей?

Анастасия МЕДВЕДЕВА, руководитель отдела развития
WebVisor



Что такое WebVisor?

Уникальный сервис для ЗАПИСИ и АНАЛИЗА ДЕЙСТВИЙ посетителей вашего сайта.

WebVisor знает о посетителях все и даже больше:

- Движения мышью
- Клики
- Прокрутка страниц
- Нажатия клавиш и заполнение форм
- Взаимодействие с интерфейсом



Зачем это нужно?

- Персонализированный поведенческий анализ
- Юзабилити-анализ сайта
- Повышение качества сайта
- Оценка эффективности рекламных кампаний
- Увеличение конверсии



Интерфейс WebVisor.

Список посещений

webvisor.ru

Баланс счета: 533.06 arturus Помощь

Воспроизвести | Получить ссылку | История посетителя | В избранное | Экспорт в Excel

	Начало	Продолжит.	Просм.	Запрос	Переход с сайта	Регион	От последн.	№ Посещ.	Цели	Активность
16:33, 29 май.	3 сек.	1					23 ч. 13 мин.	15		
16:32, 29 май.	8 мин. 45 сек.	11		be1.ru	Москва			1		
16:25, 29 май.	6 мин. 29 сек.	1			Москва			1		
16:24, 29 май.	2 мин. 4 сек.	4			Москва	1 дн. 0 ч. 14 мин.		4		
16:22, 29 май.	29 сек.	1		www.bdbd.ru	Москва			1		
16:22, 29 май.	6 сек.	1				1 дн. 4 ч. 42 мин.		18		
16:20, 29 май.	30 сек.	1			Санкт-Петербург			1		
16:19, 29 май.	4 мин. 57 сек.	2			Москва			1		
16:14, 29 май.	7 мин. 20 сек.	2			Москва	1 дн. 4 ч. 32 мин.		4		
16:09, 29 май.	15 мин. 7 сек.	5		WebVisor				1		
16:06, 29 май.	53 мин. 40 сек.	3			Краснодар	23 ч. 11 мин.		66		
16:01, 29 май.	12 мин. 59 сек.	10						1		
16:01, 29 май.	17 сек.	1			Самара	22 дн. 23 ч. 2 мин.		8		
15:59, 29 май.	1 мин. 40 сек.	1						1		
15:58, 29 май.	1 ч. 53 мин. 7 сек.	6		www.bdbd.ru	Москва			1		
15:56, 29 май.	10 сек.	1		www.bdbd.ru	Москва			1		
15:55, 29 май.	10 сек.	1		mail.vandex.ru	Москва	2 дн. 22 ч. 57 мин.		4		

Страница 3 из 212

Отображаются записи с 101 по 150, всего 10573

Адрес	Заголовок	Продолж-ть	Активность	Переход с
/price.html	Стоимость услуг WebVisor	00:01		
/register-client.html	Регистрация	02:48		
/register-client-success.html	Заявка на регистрацию принята	00:05		
/	WebVisor: Запись и анализ действий посетителей сайта	01:28		



Интерфейс WebVisor. Воспроизведение посещения

20:06 из 29:51 | Страница: /order/

Контактное лицо:

Телефон:

E-mail:

URL сайта:

Номер купона на 2% скидку:

оптимизация и продвижение сайта
 контекстная реклама
 маркетинговый аудит сайта
 создание сайта
 WebVisor

Дополнительная информация:

/contadvert/	Поисковая контекстная интернет реклама: Яндекс Директ, Бегун, Рамблер, Google Adwords — агентство размещения рекламы в интернете.	13:22	
/conversion/	Повышение конверсии	03:00	
/contadvert/	Поисковая контекстная интернет реклама: Яндекс Директ, Бегун, Рамблер, Google Adwords — агентство размещения рекламы в интернете.	00:35	
/contadvert/stages/	Контекстная реклама, этапы работ	05:11	
/contadvert/prices/	Интернет реклама, стоимость услуг	14:32	
/news/200809301/	Осень. Падают листья и наши цены! Теперь продвижение в 3 раза дешевле!	00:40	
/order/	Заказать	29:52	
/webforms/posted/	Сообщение отправлено	00:21	
/	Поисковая оптимизация, раскрутка, продвижение сайта, контекстная реклама, комплексный интернет маркетинг веб сайтов в поисковых системах	00:02	
/webforms/posted/	Сообщение отправлено	00:21	

Корпорация РБС в цифрах и фактах

 Обратите внимание! Мы продвигаем от 2 недель по цене от 19.824 руб.!

 У нас есть 9 замечательных аргументов в пользу того, чтобы работать с нами!

 Мы обеспечиваем 15.000.000 переходов в месяц по 100.000 ключевым словам для более чем 1.000 клиентов.

[Enter]Есть несколько вопросов по контекстной рекламе

Версия страницы: Текущая версия | Запись от 16.03.2009 14:21:25 | Нажатия клавиш: **д**равствуйте. [Enter][Enter]Есть несколько вопросов по контекстной рекламе



Анализ поведения посетителей сайта

С сайтом взаимодействуют **реальные люди**, а не абстрактные пользователи интернета.

Недостаточно знать, что за неделю наш сайт посетили 1.000 человек, из них 100 сделали заказ, а 900 — нет.

Важно понять, **ПОЧЕМУ** одни посетители заказ сделали, а другие — нет.

Поэтому владелец сайта должен знать об этих людях и их поведении все, чтобы:

- **сделать сайт удобным** для посетителей и, как следствие
- **увеличить отдачу** от сайта.



Жизненный цикл покупателя

Как выглядит жизненный цикл интернет-покупателя?

- Желание купить
- Активный и пассивный поиск информации (поисковики, контекстная реклама, взаимодействие с рекламными каналами)
- Переход на несколько сайтов, отвечающих запросам
- Изучение информации на сайтах
- Анализ предложений
- Принятие окончательного решения
- Покупка



Жизненный цикл покупателя (упрощенно)

Потенциальный интерес



Активный интерес



Принятие решения



Покупка



Управление поведением покупателя на каждом этапе жизненного цикла

Этап жизненного цикла	Действия посетителя
<i>Потенциальный интерес</i>	Переход на сайт из рекламного канала
<i>Активный интерес</i>	Взаимодействие с сайтом
<i>Принятие решения</i>	Повторное посещение и взаимодействие с другими рекламными каналами. Восприятие компании в контексте конкурентов, цен, имиджа компании и пр. факторов
<i>Покупка / Заказ</i>	Взаимодействие с интерфейсом «корзины», заполнение формы заявки.



1. Переход посетителя на сайт

- Оптимизация трафика
- Оптимизация страниц входа
- Анализ эффективности рекламных кампаний (по площадкам, по ключевым словам, по объявлениям). Оценка конверсии



1. Переход посетителя на сайт. Пример. Отсев «мусорного» трафика

	Начало	Продолжит.	Просм.	Запрос	Переход с сайта	Регион	От последн.	№ Посещ.	Цели
20:54, 22 мар.	1 сек.	1	Сортировать по возрастанию	www.fishki.net	Чапаяевск		1		
20:56, 22 мар.	1 сек.	1	Сортировать по убыванию	smotri.com	Железногорск		1		
21:03, 22 мар.	1 сек.	1		smotri.com	Санкт-Петербург		1		
21:14, 22 мар.	1 сек.	1		smotri.com	Москва		1		
21:28, 22 мар.	1 сек.	1		fishki.net			1		
21:30, 22 мар.	1 сек.	1		smotri.com			1		
21:34, 22 мар.	1 сек.	1		www.fishki.net	Санкт-Петербург		1		
21:35, 22 мар.	1 сек.	1		smotri.com	Иваново		1		
21:45, 22 мар.	1 сек.	1		fishki.net			1		
21:56, 22 мар.	1 сек.	1		videoclan.ru			1		
22:06, 22 мар.	1 сек.	1		feelup.org	Москва		1		
22:10, 22 мар.	1 сек.	1		videoclan.ru	Москва		1		
22:22, 22 мар.	1 сек.	1		smotri.com			1		
22:29, 22 мар.	1 сек.	1		videoclan.ru	Москва		1		
22:34, 22 мар.	1 сек.	1		www.intv.ru			1		

Адрес	Заголовок	Продолж-ть	Активность	Переход с
http://fishki.net	Подъемник, конвейер ленточный, грузовой лифт, транспортер ленточный, с	00:01		

- Малая глубина посещения и продолжительность просмотра
- Почти нулевая активность, подтвержденная шкалой активности
- Незаинтересованность в контенте, подтвержденная просмотром посещений



2. Взаимодействие посетителя с сайтом

Юзабилити-анализ и выявление поведенческих паттернов помогают:

- формировать и поддерживать интерес посетителей;
- вести посетителей к целям;
- оправдывать ожидания посетителей.



2. Взаимодействие посетителя с сайтом. Пример. Ведем к цели

О сервисе | Цены | FAQ | Новости | Отзывы | Форум | Контакты

Стоимость услуг WebVisor

Посещений в день ¹ | менее 1 тыс. | от 500 тыс. до 1 млн.

Кол-во месяцев ² | 1 месяц | 12 месяцев

Кол-во сайтов ³ | не более 5 | от 26 до 50

Срок хранения данных ⁴ | 1 месяц | 12 месяцев

Сумма к зачислению:
1 400 руб.

Сумма к оплате: 1 652 руб.
(с НДС)

Демо-доступ

1 – суммарное количество посещений в день, записанное на всех сайтах, подключенных к вашему аккаунту;
2 – количество предоплаченных месяцев, в течение которых будет происходить запись посещений;
3 – количество сайтов, одновременно подключенных к вашему аккаунту;
4 – срок хранения данных о посещениях. Посещения, срок хранения которых истек, автоматически удаляются.
* – без НДС.

Порядковый месяц	Платёж, руб.*
1	1 400
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

Версия страницы: Текущая версия | Запись от 02.04.2009 14:39:24 | Нажатия клавиш:

Результат – конверсия по цели «Регистрация» выросла в 1,5 раза.



3. Принятие окончательного решения

- Ретроспективный анализ поведения посетителей.
- Значение имиджа компании. Управление имиджем.
- Другие факторы, играющие важную роль при принятии решения о покупке:
 - видимость сайта компании в поисковиках,
 - переходы из дублирующих рекламных каналов,
 - информация в разделе «О компании»,
 - список клиентов,
 - подробные контактные данные и т.д.



4. Покупка / заказ

- Упрощение процесса покупки.
Быстрая покупка, достаточная информация о товаре, контактные данные, описание процесса покупки.
- Продажи на основе поведения клиента на сайте. Особенно актуально для товаров / услуг, чья стоимость не способствует спонтанной онлайн-покупке.



4. Заказ услуги. Особенности поведения. Пример

24:35 из 36:38 8x Страница: /order/

Контактное лицо:
Филипп

Телефон:
909

E-mail:
@gmail.com

URL сайта:

Номер купона на 23% скидку:
нужна реально ощутимая скидка=шеф дятел жмотливый!

оптимизация и продвижение сайта
 контекстная реклама
 маркетинговый аудит сайта
 создание сайта
 WebVisor

Дополнительная информация:
что такое маркетинговый аудит сайта?
что такое WebVisor?
может быть надо и то и другое!
еще есть нед

Отправить

поисковой оптимизации

MediaGuru – сертифицированное агентство Яндекса

WebVisor – система анализа эффективности сайтов и рекламы

Webprofy – профессиональная студия веб-дизайна

Корпорация РБС в цифрах и фактах

продвижение сайта – 3 место
раскрутка сайта – 2 место
оптимизация сайта – 1 место
поисковая оптимизация – 1 место
поисковое продвижение – 1 место

и еще несколько десятков запросов в ТОПе.

Мы – сертифицированное агентство, 30 наших сотрудников сертифицированы Яндексом в области интернет-рекламы.

Обратите внимание! Мы продвигаем от 2 недель по цене от 19.824 руб.!

У нас есть 9 замечательных аргументов, в пользу того, чтобы работать с нами!

Мы обеспечиваем 15.000.000 переходов в месяц по 100.000 ключевым словам для более чем 1.000 клиентов.
Присоединяйтесь!

Наши клиенты. Интервью

Версия страницы: Текущая версия

Запись от 16.03.2009 0:07:38

Нажатия клавиш: ная(систем)[Enter]-сделать легкую [Backspace][Backspace][Backspace]ий файс



Методика анализа поведения посетителей

Подготовительный этап:

- Подключить WebVisor.
- Определить бизнес-задачи сайта.
- Назначить цели в соответствии с задачами сайта. В зависимости от жизненного цикла посетителя они могут быть следующими:
 - глубина и длительность просмотра;
 - повторные посещения;
 - посещение страниц с контактами, ценами, спецпредложениями;
 - оформление заказа или отправка заявки.



Методика анализа поведения посетителей

Аналитический этап:

- Фильтровать посещения по различным параметрам: достигшие цели и не достигшие, по источникам трафика, с разной глубиной просмотра, в разные периоды (до внесения изменений и после).
- Анализировать поведение выделенных фокус-групп.
- Выявлять поведенческие паттерны.
- Выдвигать гипотезы и проверять их достоверность.



Методика анализа поведения посетителей

Этап внедрения:

- На основе полученных данных оптимизировать рекламные кампании и улучшать юзабилити сайта.
- Оценивать результат.

Вышеуказанные процедуры рекомендуется периодически повторять, поскольку рынок развивается, конкуренты не дремлют, а предпочтения покупателей изменяются.



Спасибо за внимание!

Для продолжения темы посетите



Корпорация РБС
115191, Россия, Москва,
ул. Б. Тульская, д. 13, 4-й этаж ТЦ «Ереван Плаза»
Телефон: (495) 772-97-91 (многоканальный)
ICQ-консультант: 377-169-437

<http://rbsgroup.ru> | <http://bdbd.ru> | <http://mediaguru.ru> | <http://webvisor.ru>
<http://bdbd.ru> | <http://mediaguru.ru> | <http://bdbd.ru> | <http://mediaguru.ru> | <http://webvisor.ru>