Интернет статистика

состояние и перспективы

Все так сложилось …

- «Есть ощущение», что статистика нужна,
  но как ей воспользоваться, не очень ясно

- Интернет-статистика – игрушка для увлеченных

… и есть перспектива!

- Снижение рисков в процессе принятия решений

По каждому направлению

1) Счетчики

- тяжелый груз «наследия»
- не используются преимущества подхода

2) Лог-анализаторы

- нет рынка

3) Интегрированные решения

- копируют у счетчиков стандартные решения

4) Аналитические услуги

- нет рынка

Преуспели в

1) Количественной оценке событий

и «поле не паханное»

2) Оценке эффективности мероприятий

3) Качественной оценке событий

Тренды

1) Контроль над выполнением работ

- мониторинг работы сайтов

1.5) Планирование мероприятий

2) Анализ эффективности мероприятий по повышению посещаемости сайта

- реклама в интернет
- оптимизация сайта
- прочее (партнерские программы, PR, BTL и др.)

Data mining

Маркетинговые коммуникации:

охват => **осведомленность** => **действия**

… для разных сегментов аудитории

Нужны ли данные?

- Хиты
- Хосты
- Сессии
- Пути по сайту
- Время на сайте
- Страницы выхода
- «Глобальная статистика»

Обработка данных

1) Удаление из хитов названия сайта
2) Формализация меток и их занесение в referer
3) Исключение из адресов www.
4) Всех «Гуглов» в одну позицию
5) Поисковые запросы в нижний регистр

и чуть сложнее…

6) Что не засчитывать
7) Сокращать строки по маске
8) Страницы по умолчанию к единому виду

Оформление данных

1) Страница отчета = ответ на вопрос
2) Персонализация и настройки
3) Интеграция внешних данных
4) Уместный формат представления данных
5) Средние значения
6) Малые значения

Использование поисковых технологий:
- выдирать title для названий
- определять дубли

Анализ данных

статистика =/= аналитика

1) Автоматический анализ

- Автоматическое выделение (оценка)
- Типовые объединения и пересечения
  - По группам каналов (поиск, реклама, др.ссылки)
  - По стандартным свойствам (глубина, возвраты)

2) Экспертный анализ

- Согласование и продвижение популярных методологий анализа
- Развитие инструментария сегментации аудиторий

Что делать?

1) Подойти с точки зрения целей и задач

И даже с минимальными затратами можно добиться существенного повышения качества.

2) Использовать преимущества технологий

- Счетчики: быстро и просто
- Лог-анализаторы: точно и гибко

Тема у нас общая

Давайте знакомиться и общаться.