

Veebianalüütika

Priit Kallas

DreamGrow Digital

Äripäev: 23. aprill 2008



DreamGROW

Millest räägin?

- Mõõtmine ja statistika
- Ärieesmärgid
- Kasutaja
- Trinity lähenemine





Mida?!

Statistika

Tarkvara

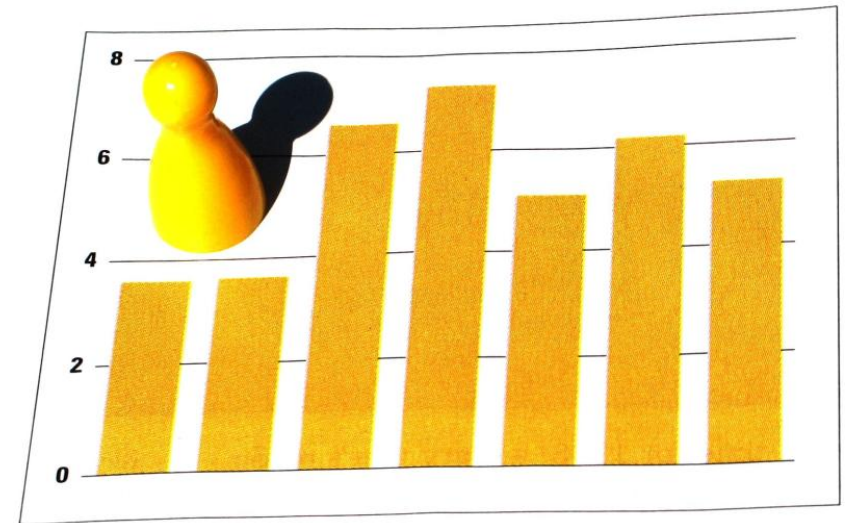
Google Analytics

Snoobi

SiteCatalyst

WebTrends

ClickTracks jne



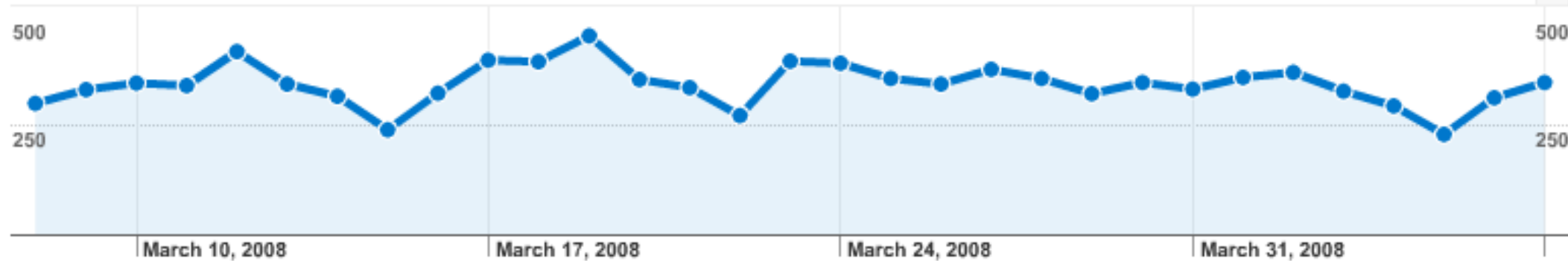
Mar 8, 2008 - Apr 7, 2008

Comparing to: [Site ?](#)

Visitors Overview

Export ▾ | Email | Add to Dashboard

Beta Graph by: Day | Week | Month | Visitors ▾



9,051 people visited this site

11,190 [Visits](#)

9,051 [Absolute Unique Visitors](#)

32,151 [Pageviews](#)

2.87 [Average Pageviews](#)

00:03:32 [Time on Site](#)

28.28% [Bounce Rate](#)

68.62% [New Visits](#)

Visitor Segmentation

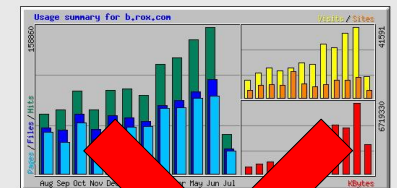
Visitors Profile: [languages](#), [network locations](#), [user defined](#)

Browser Profile: [browse](#) and [operating systems](#), [resolutions](#), [java support](#)

[Map Overlay](#)
Geolocation visualization

Usage Statistics for b.rox.com

Summary Period: Last 12 Months
Generated 10-Jul-2006 11:39 CDT



Month	Daily Avg				Monthly Totals			
	Visits	Pages	Pages	Visits	Visits	Pages	Files	Size
Jul 2006	4101	12424	32930	27148	42991			
Jun 2006	5331	15866	41949	35860	55860			
May 2006	4601	14513	38201	32513	49513			
Apr 2006	4101	12593	32930	27148	42991			
Mar 2006	3817	11829	30939	25939	40939			
Feb 2006	3034	9478	24103	19103	25103			
Jan 2006	2962	9187	23827	18827	24827			
Dec 2005	2923	9061	23543	18543	24543			
Nov 2005	2301	6930	18821	15821	20821			
Oct 2005	2891	8960	23750	19750	26750			
Sep 2005	2320	6917	18256	14256	19256			
Aug 2005	2073	6429	16438	13438	17438			
Totals	29624222	269864	651948	762288	1151261			

Generated by Webalizer Version 2.01



Mida see annab?

- Kvantitatiivne info, mida tehti? külastajad, vaadatud lehti, põrge, väljumised, külastusete arv, lehel viibitud aeg.....



Andmed vs analüüs

**Kas veeb aitab
meil eesmäärke
saavutada?**

Eesmärk

- Mida te saavutada tahate?
- Konkreetne ja mõõdetav ärinte eesmärk
- ROI



Äritulemused

- Veebistatistikast olulisemad
- Kontaktid, tellimused, lahendatud probleemid, kvaliteet, *conversion*

Raha

- Äritulemused
- Side veebi- ja ärianalüütika vahel



Sisukad vastused



- Analüüs peab võimaldama otsustada
- Ainult veebistatistikast ei piisa

Midagi on puudu!

- Statistika puudused
- Miks inimesed midagi teevad?



Inimesed!

- Tulemuste kvalitatiivne analüüs
- Kuidas veeb külastaja jaoks töötab?
- Inimene kliki taga



Kasutajakogemus

- Miks?
- Mida kasutaja tahab?
- Enamus ei tule ostma



Kasutajakogemus

- Kasutaja soovide ja vajaduste mõistmine
- „Mida tehakse“ ja „miks tehakse“ seostamine
- Kasutajatestid, uuringud, intervjuu kasutajaga, kasutaja vaatlemine, testimine (A/B/multi)



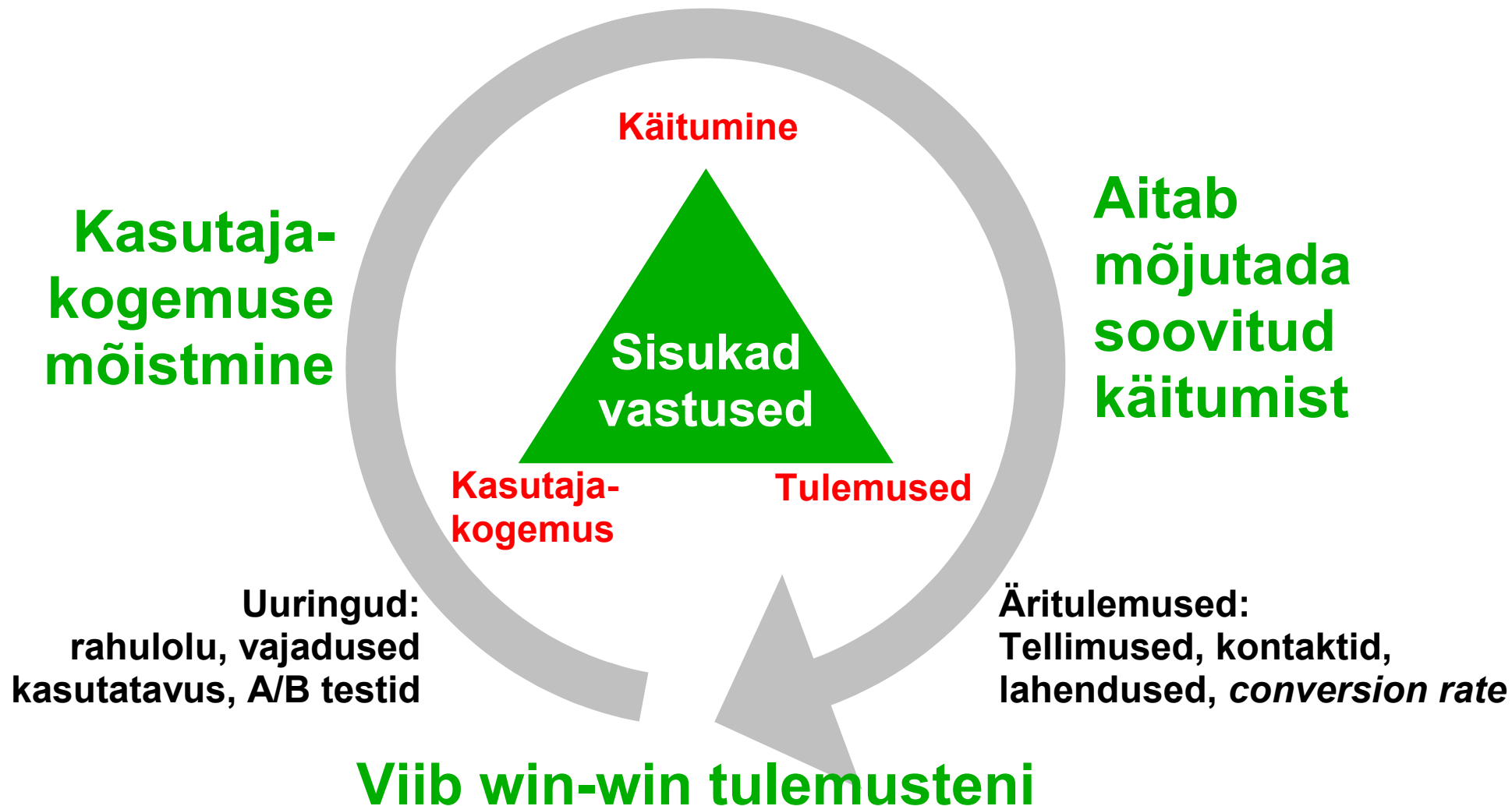
Trinity



- Veebistatistika - mida tehti?
- Tulemused – millised eesmärgid täideti?
- Kasutaja uurimine – miks tehti?

Trinity

Statistika: mõõdikud, KPI,
segmenteerimine



Mis siis?

- Lähenemine kliendikeskseks
- Kui palju ja kuhu veebis raha panna
- Strateegiline eelis!

Win-win

- Mida kasutaja mõtleb?
- Miks ta midagi teeb?
- Mõista küllastaja soove ja vajadusi ning lahenda need



Kes vs kui palju?

- Kes teie veeb
külastab on
olulisem sellest,
kui palju teil
külastajaid on



Täna!



Küsimused?

www.sevenline.ee/blog

priit@kallas.biz

Lisainfot

- Avinash Kaushik (Trinity, veebianalüütika)
www.kaushik.net
- E-turundus www.sevenline.ee/blog
- Google Analytics www.google.com/analytics
- Google Analytics blogid www.roirevolution.com/blog/
www.epikone.com/blog