



ПРОДВИЖЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ WEB-АНАЛИТИКА И МЕДИА-МОНИТОРИНГ



Что такое Web-аналитика?

Web-аналитика – система измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о посетителях сайта с целью его улучшения и оптимизации*

Зачем нужна web-аналитика

- Сбор информации о посетителях сайта/лендинга для улучшения коммуникаций
- Изучение поведения посетителей сайта/лендинга для дальнейшего совершенствования ресурса
- Оценка эффективности продвижения сайта/лендинга для оптимизации бюджета
- Получение информации о продажах и иных действиях посетителей

*Источник <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B1-%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>



Системы аналитики

Систем аналитики много (платно/бесплатно), но в большинстве случаев достаточно функционала аналитики CMS, Google Analytics и Яндекс.Метрики

Google Analytics - бесплатный сервис, предоставляемый Google для создания детальной статистики посетителей web-сайтов

Яндекс.Метрика - бесплатный сервис, предоставляемый Яндекс для создания детальной статистики посетителей web-сайтов

Яндекс.Вебмастер - сервис Яндекса для вебмастеров (показ статистики для оптимизации сайтов)



Какую информацию можно получить

- Количество посетителей сайта, просмотров страниц
- Источники трафика (откуда пришли посетители)
- Портрет посетителей (география, пол, возраст, др.)
- Поведение посетителей

Отказы - доля визитов, в рамках которых состоялся лишь один просмотр страницы, продолжавшийся менее 15 секунд

Глубина просмотра - количество страниц, просмотренных посетителем во время визита

Время на сайте - средняя продолжительность визита

- Вебвизор (Я.Метрика) - запись действий посетителей и просмотр в режиме «живого видео»
- Анализ рекламы
- Анализ мобильных данных (особенно Google Analytics)
- Информация по заказам и др.



Колл-трекинг

Колл-трекинг (от англ. *call tracking*, отслеживание звонков) – технология, которая позволяет связать эффективность различных рекламных каналов с количеством и качеством входящих звонков клиентов

Суть колл-трекинга - под каждый рекламный канал выделяется отдельный номер телефона



Когда большая часть обращений клиентов происходит не по телефону, а онлайн – колл-трекинг не является обязательным

Реализация

- Самостоятельно, купив несколько номеров
- Через специализированные компании



МЕДИА-МОНИТОРИНГ



Что такое медиа-мониторинг?

Медиа-мониторинг - отслеживание опубликованной на различных ресурсах информации, соответствующей заданной тематике (о компании, о конкурентах, о рынке в целом, др.)

Зачем нужно мониторить информацию

- Быть в курсе отраслевых новостей
- Получать данные для управления репутацией компании/бренда
- Определять очаги негатива на ранней стадии
- Получать мнение потребителей для улучшения работы компании/бренда
- Выявлять эффективные каналы коммуникации
- Отслеживать эффективность работы сотрудников и др.



Виды мониторинга

1. Ручной поиск информации (упоминания о компании/бренде в СМИ, специализированных порталах, электронных библиотеках, соцмедиа, др.)
2. Использование автоматизированных систем
3. Смешанный подход

Автоматизированные системы медиа-мониторинга

Возможности

- Автоматизированный поиск упоминаний о компании/бренде
- Оповещения в режиме реального времени по E-mail для быстрого реагирования
- Просмотр упоминаний в web-интерфейсе системы
- Статистика по источникам и количеству упоминаний за период времени
- Экспорт собранных публикаций в Excel для создания отчетов
- Область поиска: Блоги и микроблоги, Соцсети, Форумы, Отзывы, Видео, Онлайн-СМИ
– не все площадки!



Способы организации работ по web-аналитике и мониторингу

1. Самостоятельно
2. Найм сотрудников/фрилансеров (аналитики, маркетологи)
3. Специализированные агентства, особенно по аналитике



Вопрос для самоконтроля

Чем отличается web-аналитика от медиа-мониторинга?