

Webová analytika

Ing. Jitka Novotná, Ph.D.

Webová analytika

1. Metriky

- počet unikátních návštěvníků,
- počet shlédnutých stránek
- čas strávený na stránce,
- míra okamžitého opuštění,
- zdroje návštěvnosti
- heat mapy atd.

2. Dimence

- typ zařízení,
- prohlížeč,
- geografická oblast atd.

Měřicí plán

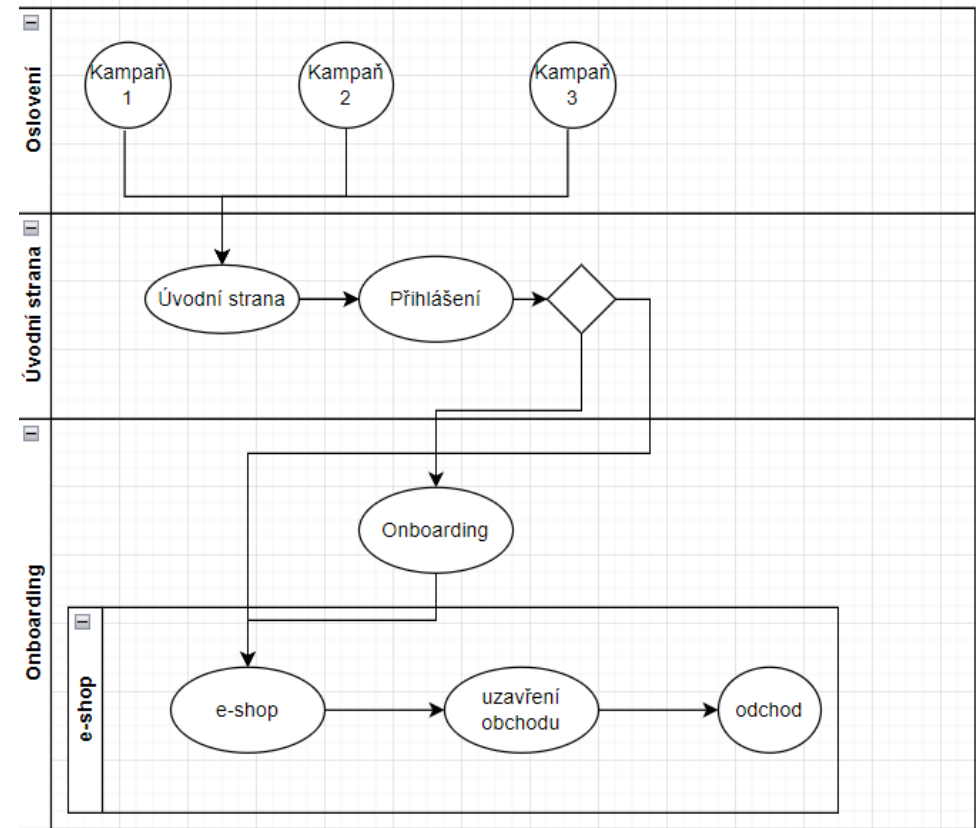
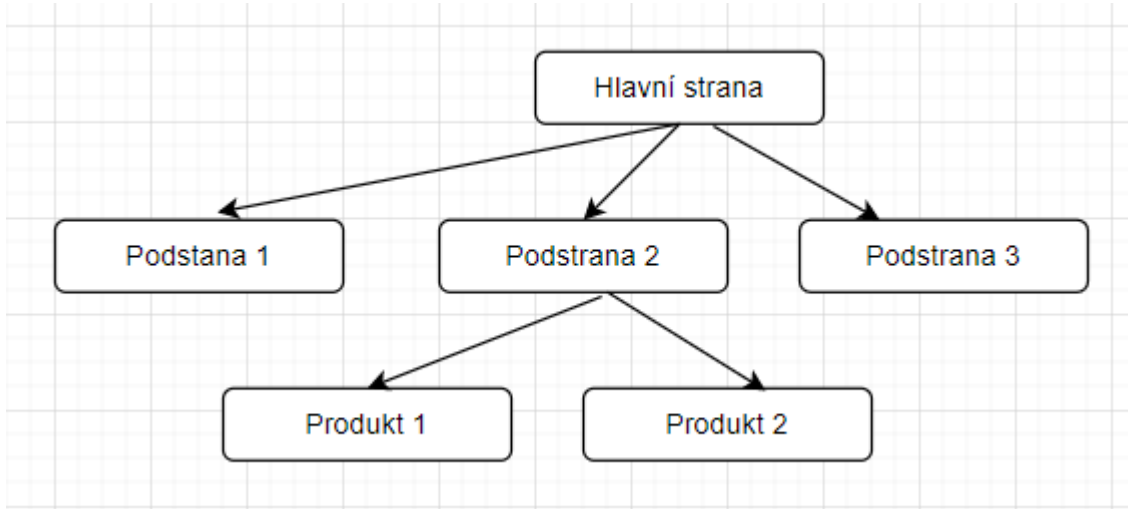
Zapojení odborníci:

- Businessový vlastník
- Marketingový specialista
- Designer
- Programátor
- Produktový specialista
- Datový analytik

Zmapování cesty zákazníka:

1. projít s klientem celý proces - jak se dostanou lidé k produktu/službě, jak vypadá nákupní proces, jak se se zákazníkem pracuje po nákupu
2. celé si to zkusit projít sám, případně uživatelské testování
2. Vyznačení důležitých bodů na trase - co je pro klienta důležité, co vypadá příliš složitě, s čím měli největší potíže lidé při testování
3. Zaznačení cesty zákazníka do diagramu (zpočátku nízká úroveň detailu s komplexnějším zpracováním důležitých bodů/oblastí)
4. Identifikace businessově nejdůležitějších částí
5. Detailnější rozpracování těchto částí
6. Sestavení priorit k nasazení/opravení měření
7. Výběr nástroje/nástrojů
8. Technická dokumentace

Struktura webu, proces průchodu webu



Příklad GA



Nástroje a kritéria výběru

- Google analytics
 - Adobe Analytics
 - IBM Digital Analytics
 - Webtrends Analytics
 - Matomo
 - Atinternet
 - ...
- cena
 - on-premise vs. Cloud
 - ochrana dat
 - atd

Webová analytika

<https://www.marketingmind.cz/webova-analytika/>

<https://www.cernovsky.cz/weby-e-shopy/webova-analytika/>

[https://is.muni.cz/el/phil/jaro2019/VIKMB20/um/KISK WA - Sabatka-Silhan -
blok 1.pdf?lang=en](https://is.muni.cz/el/phil/jaro2019/VIKMB20/um/KISK_WA_-_Sabatka-Silhan_-_blok_1.pdf?lang=en)

Dotazy?

