



Google Analytics

Boljše razumevanje potrošnikov

..LETA 2015 OSNOVNA NASTAVITEV SPLETNE ANALITIKE, ZA KATERO SO POSKRBELI VAŠI SPLETNI RAZVIJALCI ALI VAŠ ODDELEK IT, NE ZADOSTUJE VEČ..

Seveda vam še vedno omogoča vpogled v število obiskovalcev na vaši spletni strani, tam pa se, v večini primerov, počasi tudi konča. Digitalno trženje predstavlja enega izmed temeljev komunikacije s potrošniki in tako kot v trgovini ni dovolj, da merimo samo obisk trgovine, na spletu ni več dovolj, da merimo samo obisk spletne strani. Spletna analitika nam mora omogočati boljše razumevanje svojih potrošnikov.

Bodimo odkriti. Če spletne analitike danes ne uporabljate za sprejemanje poslovnih odločitev, je nekaj narobe. Dejstvo je, da so podatki v današnjem času naše največje bogastvo. Ogromna količina teh podatkov se skriva na vaši spletni strani ali mobilni aplikaciji. Vsakič, ko uporabnik vstopi na vašo spletno stran, pri tem pusti sled, ki nam omogoča boljše razumevanje njega. Poglejmo, kako nam lahko pri tem pomaga Google Analytics.

BEHAVIORAL FLOW

Behavioral Flow report je v storitvi Google Analytics na voljo že nekaj časa in je izredno uporaben pri odkrivanju, kako se uporabniki vedejo na vaši spletni strani. Poročilo korak za korakom prikazuje, kako se uporabnik giblje čez celotno spletno stran. V vsaki točki lahko vidimo, koliko uporabnikov je spletno stran tam zapustilo in kam so preostali uporabniki odšli v naslednjem koraku. Pri analizi poti si lahko pomagamo tudi tako, da označimo samo del poti uporabnikov na spletni strani ali uporabimo napredno segmentacijo. Poročilo da posebno moč še možnost spreminjanja začetnih dimenzij, kar nam omogoča



še bolj natančno razumevanje vpliva vhodnih parametrov (vir obiska, država, jezik, kampanja in drugo) na vedenje uporabnikov na spletni strani.

ENHANCED E-COMMERCE

Enhanced E-commerce je prava Godzilla, saj nam omogoča, da se premaknemo od klasične analize transakcij potrošnikov k razumevanju celotnega procesa odločanja. Enhanced E-commerce nam omogoča, da podrobno spremljamo celotno nakupno izkušnjo potrošnika, k temu pa dodamo še njegovo prednakupno vedenje, razširjene podatke o izdelkih in transakcijah, podatke o stornacijah, ogledih košarice, seznamov izdelkov in še in še. Z vsemi novimi orodji, dimenzijami in podatki lahko zdaj precej bolj natančno odgovorimo na vprašanja, kot so: »Kje uporabniki zapuščajo moj nakupni proces?«, »Katere kategorije izdelkov so



najpopularnejše?» in »Kateri tipi izdelkov imajo največjo stopnjo zapustitve košarice?«. Podobno kot Behavioral Flow nam tudi Enhanced E-commerce omogoča vizualni pregled procesa odločanja potrošnikov na spletni strani, od začetne strani pa vse do zaključka nakupa. Vsak korak v procesu je seveda lahko prilagojen potrebam posamezne spletne strani.

USER ID

Danes za dostop do spleta uporabljamo cel kup različnih naprav. S stališča digitalne analitike je to do nedavnega predstavljalo velik problem, saj analitična orodja niso znala prepoznati istega uporabnika na različnih napravah. Tako so vsakič, ko je uporabnik zamenjal napravo, to zabeležila kot



novega uporabnika. Google je pred slabim letom na tem področju naredil velik korak naprej in predstavil User ID, funkcionalnost, ki omogoča, da obiske istega uporabnika na različnih napravah povežemo skupaj. User ID se lahko poveže tudi z registracijskimi sistemi na spletni strani in tako omogoči še popolnejši, podrobnejši vpogled v vedenje vaših kupcev skozi celotni odločevalski proces.

(P. R.)



GOOGLE ANALYTICS CERTIFIED PARTNER

RED ORBIT JE EDINO SLOVENSKO PODJETJE S CERTIFIKATOM
GOOGLE ANALYTICS CERTIFIED PARTNER.



WWW.RED-ORBIT.SI | 0590 75 680 | INFO@RED-ORBIT.COM