

# Uzliec sava klienta brilles un apskati savu mājaslapu caur tām

Raksta autors:

Jānis Birģelis – Google Analytics eksperts

Par analītikas nozīmi mūsu ikdienas dzīvē sanāk dzirdēt arvien vairāk. Arī mājaslapu īpašnieki par saviem apmeklētājiem vēlas noskaidrot daudz vairāk informācijas. Agrāk mums pietika tikai ar apmeklējuma skaitu, tomēr šobrīd mēs vēlamies noskaidrot pēc iespējas lielāku informācijas apjomu par savu klientu, piemēram, no kurienes viņš ir uzzinājis par mūsu lapu, kādu ierīci lietojis, cik daudz informācijas apskatījis, līdz kuram pirkuma solim ticis.

Šīs informācijas dēļ arī platformas, kas attēlo datus visdažādākajos veidos ir savairojušās nebijušā daudzumā. Tās cenšas palīdzēt atbildēt uz jautājumiem, kas nodarbina mājaslapas īpašnieku prātus. Jautājumi ar laiku nesamazinās un nepaliek vieglāki. Tie kļūst arvien sarežģītāki un palielinās. Tāpēc ir jāmeklē arvien vairāk rīku, kas uz tiem spēj atbildēt.

Lai izprastu savus lietotājus pirmais solis, kas katram mājaslapas īpašniekam jāveic – ir **sapratne par to, kādu informāciju, mājaslapas īpašnieks vēlas iegūt**. Piemēram:

- Vispārīgu informāciju par lietotājiem.
- Detalizētu informāciju par lietotājiem

- Informāciju par apskatītajām lapām un produktiem
- Informāciju par klikšķiem un formām
- Video ierakstus no mājaslapas apmeklētājiem
- Informāciju par labākajiem mājaslapā strādājošajiem dizainiskajiem un funkcionālajiem risinājumiem

Galvenais jautājums, kas beigās rodas – ko mēs vēlēsimies par lietotājiem uzzināt?

## **Mājaslapas analīzes rīkus var iedalīt 4 grupās**

Katra no šīm grupām palīdz mums atrisināt, kādu no problēmām.

### **1. Grupa – Vispārīgie analītikas rīki**

Šie ir rīki, kas palīdzēs atbildēt uz vispārīgiem jautājumiem. Tie palīdzēs kontrolēt apmeklētāju darbības mājaslapā un izprast mārketinga ieguldījuma atdevi. Lielā mērā ar šiem rīkiem var atrast vispārējas problēmas un iespējas mājaslapas, kā arī mārketinga un produktu uzlabojumus.

Populārākais rīks šajā grupā ir Google Analytics, kas nodos visu svarīgāko mārketinga informāciju. Tā kā šī rīka izmantošana ir bez maksas, tas neprasis lietotājam nekādus ilgtermiņa ieguldījumus. Sākot strādāt ar Google Analytics, es gan ieteiktu veltīt pietiekamu laiku rīka precīzai ievietošanai mājaslapā un tā konfigurācijai. Ar šo platformu viegli integrējas arī lielākā daļa mājaslapas izveides platformas – tai skaitā arī Mozello.

	2011 1 Jan	2012 1 Jan	2013 1 Jan	2014 1 Jan	2015 1 Jan	2016 1 Jan	2017 1 Jan	2017 24 May
None	39.8%	33.4%	30.1%	38.5%	38.7%	35.3%	34.4%	34.8%
Google Analytics	48.6%	54.3%	57.7%	49.2%	50.1%	53.6%	54.8%	54.4%
Yandex.Metrika	1.0%	2.0%	3.0%	3.5%	4.0%	4.9%	5.3%	5.4%
WordPress Jetpack	1.6%	2.1%	2.5%	3.0%	3.5%	4.2%	4.5%	4.6%
LiveInternet	3.3%	3.7%	3.8%	3.8%	3.4%	3.4%	3.2%	3.2%
New Relic				1.0%	1.4%	1.7%	2.0%	1.9%
StatCounter	2.7%	2.7%	2.5%	2.2%	1.9%	1.7%	1.4%	1.3%
Piwik	0.7%	1.1%	1.3%	1.2%	1.3%	1.3%	1.3%	1.3%
Top.Mail.Ru		1.3%	1.3%	1.1%	1.0%	1.1%	1.1%	1.1%
Histats	1.0%	1.3%	1.4%	1.2%	1.2%	1.2%	1.1%	1.0%

Populārākie analītikas rīki uz 24. maiju. Avots: [w3techs.com](http://w3techs.com)

## 2.Grupa – Lietotāju uzvedības apskates rīki

PROGRAMMA   LEKTORI   NORISES VIETA   APMEKLĒTĀJI   ORGANIZATORI   BILĒTES

**DIGITĀLĀ FABRIKA**  
 Veiksmīgas digitālās stratēģijas ražotne

Laikā, kad internetu izmanto vairāk kā puse Latvijas iedzīvotāju un tas ir kļuvis vieglāk pieejams, mēs esam radījuši Digitālo Fabriku. Tā ir vieta, kurā uzzināt digitālās pasaules jaunākās izziņāt tēmas, kas palīdz biznesam atrast savus klientus un nodibināt veiksmīgu sadarbību.

19. MAIJS, 2016   H206, DURBES 4, RĪGA   10:00 - 18:00

Pēc tam, kad esam iedziļinājušies mājaslapas vispārīgajā informācijā, būtu vērts padomāt, vai ir interese saņemt vēl detalizētāku informāciju par lietotāju uzvedību lapā un iespēju veikt lapas uzlabojumus. Ja atbilde ir apstiprinoša, tad svarīgi saprast, ko vēl detalizētāku ir iespējams uzzināt par lietotājiem. Lietotāju uzvedības apskates rīki ir tie, kas ieraksta lietotāju darbības video formā un attēlo tos dažādās atskaitēs – siltum kartēs (heatmaps). Piemēram, klikšķu atskaitē, peles kustību atskaitē, lapas ritināšanas (scroll) atskaitē. Katra no tām var parādīt, kurai lapas vietai tiek pievērsta vislielākā uzmanība un, kuras no lapas funkcijām lietotāji izmanto visvairāk. Tāpat šie rīki cenšas atbildēt arī uz jautājumiem, kas saistīti ar apmeklētāju plūsmu un formu lietojumu lapā (kā lietotāji pārvietojas cauri lapai, cik ilgi pavada aizpildot formu un tās atsevišķus laukus, kuros formas laukos kļūdās visbiežāk u.c. informāciju). Ja interesē lietotāju individuālie apmeklējumi, ir iespēja apskatīt individuālu lietotāju video ierakstu formā. Pēc pieredzes varu teikt, ka savu lietotāju video apskate palīdz atrast ļoti daudz mājaslapā labojamas vai līdz šim nestrādājošas lietas.

Populārākie rīki šajā kategorijā ir Hotjar, MouseStats, Inspectlet. Daļa no funkcionalitātes ir pieejama arī tādā rīkā kā Yandex Metrika.

### **3.Grupa – Lietotāju viedokļa rīki**

Dati un informācija ir tikai daļa no tā, ko varam iegūt no lietotājiem. Lai gan dati ir svarīgi un noderīgi, tomēr mēs aicinām arī ņemt vērā pašu lietotāju viedokli, jautājot par problēmām, iespējām un uzlabojumiem.. Noteikti kāds būs ieinteresēts izteikt viedokli par dažādākajiem jautājumiem. Tāpēc darbā ar lapas uzlabošanu un mārketinga kampaņu optimizāciju ir ieteicams skatīties arī uz aptaujām, un lietotāju uztveres mērījumiem.

Tam var palīdzēt viena jautājuma aptaujas – aptaujas ar vienu jautājumu, kas parādās konkrētās mājaslapas vietās. Piemēram “Lūdzu novērtējiet mājaslapas iepirkšanās procesu?” vai “Kuras no izvēlētajām funkcijām Jums liekas svarīgākās mājaslapā?”

Lietotāju viedoklis var palīdzēt saprast, kas ir galvenās izmantotās funkcijas, darbības un saturs, kas interesē mājaslapas apmeklētāju un ko tas sagaida no uzņēmuma.

Funkcionalitāti var risināt ar dažādu papildinājumu pievienošanu mājaslapai, Hotjar vai līdzīga rīka izmantošana un manuāla lietotāju aptauja.

Элементы сайта и их рейтинг:		
C	Служба	11 (48%)
E	История сайта	11 (48%)
E	Удобство выбора товара	1 (5%)
D	Помощь при заказе	5 (20%)
C	Меню	24 (96%)
B	Адрес и контактные данные	153 (61%)
A	Адрес сайта	24 (96%)
#	Вопрос	Сопли



Элементы сайта и их рейтинг:

## 4. Grupa – Mājaslapas testēšanas rīki

Ja mājaslapas īpašniekam nav pārliecība par to vai izmaiņas, ko tas grasās mājaslapā ieviest nesīs vēlamo rezultātu, tad nepieciešams veikt šo izmaiņu testus un saprast vai izmaiņas piedāvājumā, dizainā, lapas procesā nesīs nepieciešamo rezultātu. Šādai situācijai ir paredzēti rīki, kas mājaslapā

vienkāršā veidā, sadalot ienākošo apmeklējumu vienādās daļās var noteikt vērtīgāko izmaiņu versiju. Šie rīki mājaslapā ļauj dinamiski pašiem mainīt vietām esošus elementus, pievienot jaunus un izmainīt visu nepieciešamo testa versijas izveidei.

Pirms veikt kādas paliekošākas izmaiņas lapā, vienmēr aicinātu saprast vai izmaiņas tiešām atrisina klientu problēmas un padara to apmeklējumu ērtāku un nokļūšanu līdz vēlamajam mērķim ātrāku. Šādam procesam parasti var izmantot tādus rīkus kā Optimizely, Visual Website Optimizer, Google Optimize.

Orientējoties uz uzņēmuma vai mājaslapas rezultātu svarīga ir katra detaļa, tāpēc katram pašam jānovērtē, cik dziļi detaļās tas vēlas iedziļināties. Pirms lēmuma pieņemšanas gan ieteiktu veikt vismaz vienu mājaslapas funkcionalitātes pārbaudi gan no datora, gan mobilajām ierīcēm, izejot cauri to saturam un lapas galvenajām sadaļām. Tādā veidā būs iespēja pašiem iekāpt pircēju kurpēs un saprast, vai viss darbojas tā, kā tam vajadzētu strādāt. Bieži ir redzams, ka uzņēmumi pilnībā ignorē paši savu web lapu – īpaši mobilās versijas, kurās nekādi pielāgojumi nav veikti un daudzas funkcijas nedarbojas tik veiksmīgi kā Desktop versijās.

Ja ir iespējas izmantojiet savu laiku, lai vismaz vienu reizi pusgadā uzvilktu savu klientu brilles un apskatītu lapas datus, video ierakstus un pārbaudītu lapas lietojumu.

