

И. Н. ЕГОРОВА, канд. техн. наук, доц., ХНУРЭ, Харьков;
А. А. ИСТОМИНА, магистрант, ХНУРЭ, Харьков

ИССЛЕДОВАНИЕ И ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ МЕТОДОВ ВЕБ-АНАЛИТИКИ

Стремительное развитие интернет-технологий, необходимость повышения конкурентоспособности веб-ресурса и достижения коммерческого успеха требует использования наиболее эффективных методов продвижения и оптимизации веб-сайтов. Веб-аналитика располагает инструментами анализа и продвижения сайтов. Статья посвящена исследованию современных методов Веб-аналитики и разработке рекомендаций по их эффективному использованию. назв.

Ключевые слова: веб-аналитика, экспертная оценка, посещаемость веб-сайта, метод «Отклонения от нормы», метод «РЕТ».

Введение. Методология веб-аналитики постоянно развивается. Совершенствуются методы анализа сайтов. Ранее наиболее распространенными методами аналитики были метод анализа видеозаписи поведения посетителей на сайте и метод анализа с использованием системы eye-tracking. Но анализ сайта предполагает не просто какое-то действие, а применение совокупности методов. Основной задачей любого метода является определение целей посещения сайта пользователями. Зная цели, с которыми посетители приходят на сайт, следует оптимизировать его таким образом, чтобы пользователи максимально быстро и эффективно решали свои задачи с помощью сайта. Веб-аналитика играет важную роль при создании эффективного сайта, что делает тему исследования актуальной.

Цель и задачи исследования. В наше время веб-аналитика является одним из главных факторов в маркетинговой стратегии любой организации. Усложняется и совершенствуется методика сбора и анализа статистической информации, над которой работают лишь опытные специалисты. Это увеличивает потребность в веб-аналитике.

Целью данной работы является проведение исследований методов веб-аналитики, разработка рекомендаций по их применению при анализе сайтов различных видов и практическая реализация данных методов при разработке электронного пособия.

Исследование методов веб-аналитики. В арсенале веб-аналитики существует ряд методов, которые направлены на решение определенного рода задач. Наиболее востребованными среди них являются: метод экспертной оценки с помощью независимого специалиста, метод детального анализа статистики посещаемости сайта и наблюдения за поведением посетителей, метод «Отклонения от нормы» и метод «РЕТ» [1-6].

Метод экспертной оценки с помощью независимого специалиста, как еще называют – аудит сайта, подразумевает под собой комплексную оценку сайта, которая осуществляется специалистом визуально без применения систем статистики и веб-аналитики, проводится анализ дизайна, юзабилити, качества контента. Таким образом, оценка функциональности различных элементов сайта производится исключительно на основе собственного опыта и субъективного мнения конкретного

эксперта. Как правило, эксперт оценивает те элементы, которые, по его мнению, нуждаются в оптимизации [2].

Качество аудита сайта зависит от опыта самого эксперта и его специализации. Например, веб-мастер может уделить основное внимание оценке пользовательского интерфейса, веб-дизайнер – сместит акцент на особенности восприятия сайта, веб-аналитик – на юзабилити. На сегодняшний день более 85% всех веб-студий в интернете в качестве одной из услуг предлагают именно анализ сайта.

Преимущества метода экспертной оценки заключаются в его простоте и доступности, поскольку им владеют не только веб-аналитики, но и специалисты других направлений, например, веб-мастера, веб-дизайнеры. Аудит сайта не требует больших временных затрат и проводится чаще всего в течение 1-3 дней. В результате эксперты предоставляют отчет с описанием проблемных мест на сайте и рекомендациями по устранению недостатков.

Недостатками метода экспертной оценки является субъективность мнения эксперта, возможность неверно оценить эффективность различных элементов сайта. Такие неточности в оценке создают опасность изменения/удаления тех элементов, которые в настоящее время положительно работают на конверсию сайта. Иногда эксперт не знает, какие зоны на сайте наименее активно просматриваются посетителями, он может порекомендовать переместить какой-либо из элементов в «слепую зону», что негативно скажется на конверсии веб-ресурса [3, 4].

Обычно веб-аналитик обращает свое внимание сразу на большинство параметров и, как следствие, может недостаточно глубоко оценить ключевые факторы, влияющие на эффективность сайта. Случается, что эксперт не может полноценно оценить такие показатели, поскольку не знает как посетители взаимодействуют с ключевыми элементами сайта.

В результате показатели работы сайта улучшаются благодаря тому, что эксперт быстро выявляет наиболее заметные слабые места и указывает на имеющиеся проблемы.

Метод детального анализа статистики посещаемости сайта и наблюдения за поведением посетителей предполагает сбор необходимых для анализа данных специализированными системами веб-аналитики в течение 10-20 дней. Время сбора данных зависит от посещаемости веб-сайта. Затем весь массив данных обрабатывается специалистами веб-аналитики, которые в свою очередь готовят рекомендации по решению выявленных на сайте проблем. Информацию, собранную с помощью систем веб-аналитики, можно анализировать и самостоятельно, но только при наличии последовательных инструкций.

Основное внимание в методе уделяется показателям посещаемости сайта, источникам трафика, целям, которые преследуют посетители, а также общим тенденциям их поведения на сайте.

Среди основных преимуществ данного метода следует отметить тот факт, что методы отслеживания поведения посетителей сайта из архива и в режиме реального времени позволяют увидеть те проблемы сайта, с которыми реально сталкиваются пользователи. В связи с этим удастся довольно оперативно устранить именно те проблемы, которые в данный момент мешают многим посетителям стать клиентами. На практике после проведения такого анализа и оптимизации сайта в первый раз удается поднять конверсию в 1,5-2 раза.

Недостатками метода является необходимость проведения анализа сайта с

помощью систем веб-аналитики в несколько этапов. Так, на первом этапе осуществляется комплексный анализ с определением всех основных проблем. Далее осуществляется вторичный анализ для тестирования эффективности проведенных оптимизационных мероприятий на сайте (по результатам первичного анализа). На заключительном этапе осуществляется детализированный анализ с целью выявления «скрытых» проблем, которые могут опосредованно влиять на эффективность сайта.

Исходя из этого, весь цикл анализа может занять несколько месяцев. Кроме того, каждый из последующих этапов анализа, с одной стороны, оказывает все меньший прирост конверсии, но с другой – все же ощутимо увеличивает все ключевые показатели по сравнению с неоптимизированным сайтом, или обычным аудитом сайта (экспертной оценкой) [7, 8].

Метод «Отклонения от нормы» подразумевает определение желаемых сценариев поведения пользователей на сайте. Затем с помощью систем веб-аналитики проводится сбор данных о фактическом поведении посетителей, и анализируется соответствие реальных данных желаемому сценарию, определенному заранее.

Основными достоинствами метода «Отклонения от нормы» являются, прежде всего, возможность целенаправленно определять только те причины, по которым посетители не совершают конкретных микроконверсионных действий, а также возможность оперативно вносить изменения на сайт, чтобы скорректировать поведение посетителей в нужном ракурсе [9].

Недостатками же метода анализа сайтов являются:

– трудоемкость сравнительного анализа данных, поскольку поведение каждого посетителя на сайте строго индивидуально и требуется много времени, чтобы увидеть закономерности в «отклонениях от нормы». Фактически приходится детально просматривать действия каждого посетителя;

– возможность неправильной трактовки поведения посетителей, а именно, во многих случаях бывает сложно определить, почему посетители совершают конкретные действия и под влиянием каких причин. Соответственно, узнать, почему посетитель не совершил то или иное микроконверсионное действие, не всегда получается.

Метод анализа сайта «РЕТ» (Убеждение, Эмоции, Доверие) подразумевает сочетание двух типов анализа: во-первых, анализа впечатлений посетителей от сайта и, во-вторых, анализа основных особенностей взаимодействия посетителей с веб-сайтом по определенным показателям. В качестве основных показателей рассматриваются цели взаимодействия с веб-сайтом, список просмотренных страниц, читабельность контента, а также количество совершенных микроконверсионных действий. Целью такой методики является определение, насколько сайт мотивирует и убеждает посетителей выполнить макроконверсионное действие.

Задачей РЕТ-анализа является оптимизация сайта таким образом, чтобы его контент, прежде всего, вызывал у посетителей позитивные эмоции, а также усиливал у них чувство доверия к сайту и убеждал стать его клиентами. Таким образом, основное внимание в методе уделяется внедрению системы убеждения его посетителей, а не на непосредственном анализе сайта.

Преимуществом метода «РЕТ» является тот факт, что его реализация на сайте позволит обеспечить ему долгосрочные конкурентные преимущества, даже если

сайт занимает далеко не первое место в ТОП поисковой выдачи. Кроме того, применение метода «РЕТ» позволит поднять его конверсию сразу в несколько раз. Сайты, которые оптимизируются по методике убеждения, могут полностью переделываться по несколько раз, но затем имеют уровень конверсии на 30-50% больше.

Недостатком метода «РЕТ» является необходимость проведения долгосрочной работы, что в свою очередь влияет на стоимость проводимых веб-аналитиками работ. В результате данный метод оказывается намного дороже, чем другие методы анализа сайтов.

Рекомендации по применению методов веб-аналитики. Нужно обратить внимание, что процесс выбора конкретного метода анализа не менее важная работа, чем сам анализ. Для такого утверждения есть несколько причин:

– есть разные типы сайтов и для каждого из них методы анализа будут варьироваться довольно существенно. Например, для интернет-магазинов, как правило, применяется детальный анализ с наблюдением за поведением посетителей. А вот для сайта-визитки лучше всего подойдет анализ по принципу «отклонения от нормы», т.к. на таких сайтах желаемые сценарии поведения посетителей включают всего несколько ключевых моментов (например, просмотр главной страницы, страницы контактов);

– на каждом из сайтов есть свои специфические проблемы, их выявление требует подбора соответствующего инструментария. К примеру, для анализа блогов преимущественно подходит методика анализа читабельности контента, а для интернет-магазинов этот метод применяется как второстепенный (и только на отдельных страницах, где размещен продающий контент) [4-6].

Метод экспертной оценки лучше всего применять на первом этапе, когда необходимо выявить явные ошибки на сайте. При этом необходимо запомнить, что нужно очень осторожно относиться к рекомендациям, которые дают эксперты, поскольку они могут не знать особенностей поведения на сайте реальных посетителей. Концентрироваться следует только на самых важных рекомендациях, детали же можно оставить вне рассмотрения.

Если необходимо максимально качественно поднять конверсию сайта при доступном бюджете, то наиболее эффективным в этом случае будет метод детального анализа статистики посещаемости сайта и наблюдения за поведением посетителей. Этот метод является сейчас одним из наиболее востребованных для анализа коммерческих сайтов.

Несмотря на трудоемкость анализа сайта по методу «отклонения от нормы», его можно применять для оценки совершения посетителями конкретных микроконверсионных действий (не более 3-5 таких действий).

Случайный выбор метода анализа сайта может привести не только к риску получить второстепенные данные вместо определяющих, но и в целом не позволить добиться желаемого эффекта в плане последующей оптимизации сайта.

Следует отметить, что основной задачей каждого метода анализа сайта является определение пожеланий посетителей сайта. Зная цели, с которыми посетители приходят на сайт, следует оптимизировать его так, чтобы пользователи максимально быстро и эффективно решали свои задачи на сайте. Целесообразно делать акцент на анализе потребностей посетителей сайта. В этом случае потраченные средствакупаются, как лояльностью аудиторией сайта, так и высокими показателями его

конверсии. Проведенные исследования были использованы при разработке электронного пособия «Практическое применение методов веб-аналитики». Разработка пособия осуществлена с применением языка гипертекстовой разметки HTML.

Выводы. В работе проведено исследование наиболее востребованных и эффективных методов веб-аналитики, таких как: метод экспертной оценки с помощью независимого специалиста, метод детального анализа статистики посещаемости сайта и наблюдения за поведением посетителей, метод «Отклонения от нормы», а также метод анализа сайта по «РЕТ». Проведен сравнительный анализ методов, определены их основные достоинства и недостатки. На основании проведенного исследования разработаны рекомендации по использованию названных методов. Результаты работы могут быть использованы аналитиками при анализе сайта. Рекомендации по наиболее эффективному использованию методов веб-аналитики, разработанные в результате проведенного исследования, были использованы при создании электронного пособия.

Список литературы: 1. Мелихов, Д. С. Веб-аналитика: шаг к совершенству [Текст]: учеб. / Д.С. Мелихов, И.И. Сарматов. - К. : Аналитик Интеллект Сервис, 2010. - 112 с. 2. Мелихов, Д. С. Анализ сайта – Справочник веб-аналитика [Текст]: учеб. / Д. С. Мелихов, И. И. Сарматов. - К. : Аналитик Интеллект Сервис, 2011. - 209 с. 3. Кошик, А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики [Текст] / А. Кошик - М. : Вильямс, 2012. - 238 с. 4. Яковлев, А. Веб-аналитика. Основы, секреты, трюки [Текст] / А. Яковлев, А. Довжиков. – С-П. : БХВ-Петербург, 2010. - 266 с. 5. Гусев, В. С. Аналитика веб-сайтов. Использование аналитических инструментов для продвижения в Интернете [Текст] / В. С. Гусев. - К. : Диалектика, Вильямс, 2008. - 176 с. 6. Мелихов, Д. С. Тестирование веб-сайтов [Электронный ресурс] / iXBT – Режим доступа: \www/ URL: <http://cdn.spybox.com.ua/blog/testirovanie-web-saytov-osobennosti-i-priemy.htm> – 22.05.2013 г. – Загл. с экрана. 7. Клифтон, Б. Google Analytics. Профессиональный анализ посещаемости веб-сайтов [Текст] / Б. Клифтон. - М. : Вильямс, 2009. - 400 с. 8. Клифтон, Б. Web-аналитика для профессионалов [Текст] / Б. Клифтон. - М. : Вильямс, 2013. - 608 с. 9. Кошик, А. Веб-аналитика. Анализ информации о посетителях веб-сайтов [Текст] / А. Кошик - М. : Вильямс, 2011. - 315 с.

Поступила в редколлегию 20.11.2013

УДК 004.9

Исследование и практическая реализация методов веб-аналитики/ Егорова И. Н., Истомина А. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Нові рішення в сучасних технологіях. – Х: НТУ «ХПІ», – 2013. - № 70 (1043). – С.90-94. – Бібліогр.: 9 назв.

Стрімкий розвиток інтернет-технологій, необхідність підвищення конкурентоспроможності веб-ресурсу і досягнення комерційного успіху вимагає використання найбільш ефективних методів просування та оптимізації веб-сайтів. Веб-аналітика має інструменти аналізу та просування сайтів. Стаття присвячена дослідженню сучасних методів Веб-аналітики та розробці рекомендацій щодо їх ефективного використання.

Ключові слова: веб-аналітика, експертна оцінка, відвідуваність веб-сайту, метод «Відхилення від норми», метод «РЕТ».

The rapid development of Internet technology, the need to improve the competitiveness of the web resource and achieve commercial success requires the use of the most effective methods of promoting and optimizing websites. Web analytics has the tools of analysis and site promotion. The article is devoted to the study of modern methods of web analytics and the development of recommendations for their effective use.

Keywords: Web analytics, expert evaluation, attendance website, the method of "Abnormal", the method of «RAT».