

## ОСНОВНІ МОЖЛИВОСТІ ВЕБ-АНАЛІТИКИ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

*к.е.н., ст. викладач Івашова Н.В., студентка гр. МКс-22 Савченко О.С.*

Напрямок електронної комерції активно розвивається. Широкого значення набув Інтернет-маркетинг, що використовується сьогодні значною кількістю підприємств. Перед компаніями стоїть завдання максимізувати дохід, витягнутий від продажів через Інтернет. Використання методів і показників дозволить компаніям вирішити цю задачу.

Веб-аналітика – це вимір, збір, аналіз, подання та інтерпретація інформації про відвідувачів веб-сайтів з метою їх поліпшення і оптимізації. Основним завданням веб-аналітики є моніторинг відвідуваності веб-сайтів, на підставі даних якого визначається веб-аудиторія і вивчається поведінка веб-відвідувачів для прийняття рішень з розвитку та розширенню функціональних можливостей веб-ресурсу.

Основними завданнями веб-аналітики є:

- Визначити ступінь відповідності сайту поставленим цілям.
- Оцінити кількість і якість трафіку.
- Визначити найбільш ефективні і рентабельні джерела трафіку.
- Виявити проблемні місця сайту.
- Знайти потенціал для збільшення конверсії сайту.
- Зменшити вартість залучення 1 клієнта.
- Можна виділити 5 груп показників (рис. 3.1).

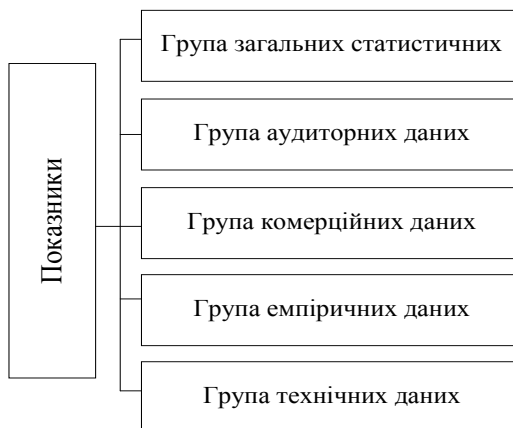


Рисунок 3.1 – Класифікація показників у веб-аналітиці

Кожному власникові сайту важливо знати, скільки відвідувачів було на його сайті, звідки вони прийшли, скільки з них завітали на сайт повторно, якими сторінками пересувались по сайту, які сторінки сайту є більш популярними. Тому, аналіз відвідуваності сайтів буде корисним як для власників сайтів так і для Інтернет маркетологів, що його просують.

На сьогодні існує вже значна частина найрізноманітніших сервісів, кожен з яких має свої переваги і недоліки. Розглянемо деякі з них.

Яндекс.Метрика від компанії Яндекс. Невидимий лічильник, звіти оновлюються що 5 хвилин. Аналізує рекламний трафік, конверсії, будує інтерактивні карти пересування користувачів по сайту.

Google Analytics від компанії Google. Надає повний аналіз аудиторії і міжсайтових переходів. Не вимагає розміщення власного банера на кожній сторінці сайту. Google Analytics пропонує набір потужних засобів для наочного відображення даних, включаючи візуалізацію переходів і статистику сторінки. Сервіс інтегрований з Google AdWords. Користувачі бачать групи оголошень і віддачу від ключових слів в звітах.

InetLog – це лічильник відвідувачів інтернет-сайту і деталізована статистика відвідувань, що включає в себе безліч корисних інструментів для аналізу. Є рейтинг сайтів-учасників, а також програма моніторингу відвідуваності в реальному часі.

HotLog. Зручний і простий лічильник, одночасно надає велику кількість статистичних звітів, що будуть у нагоді і для власника сайту і маркетолога. Система постійно розвивається. Серед сайтів-учасників створено рейтинг. Висока швидкість обробки, статистика відвідуваності відображається в онлайн режимі, докладні щодобові статистичні звіти.

LiveInternet.ru – це портал, що надає послуги статистики сайтів і ведення онлайн-щоденників (блогів), а також інші різні сервіси, що охоплюють широке коло потреб аудиторії. Надає глобальну статистику у відкритому доступі. Сервіс надає широкий вибір персональних налаштувань і дає можливість користувачу вести електронну версію онлайн щоденника, ділитися своїми враженнями, думками, поглядами з іншими користувачами, викладати фотографії, музику до вподоби, відеосюжети, обговорювати і коментувати записи інших користувачів, обмінюватися особистими повідомленнями, створювати співтовариства по інтересах і багато іншого.

Всі перераховані вище сервіси, звичайно, багато в чому схожі, але кожен оптимізатор знайде для себе той особливий, найбільш зручний і функціональний, а то й кілька.

Отже, для більш ефективного аналізу сайту і його юзабіліті необхідно встановлювати не один сервіс веб-аналітики. Кожен із сервісів має свої переваги, що не має інший лічильник статистики чи сервіс.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 132-133.