

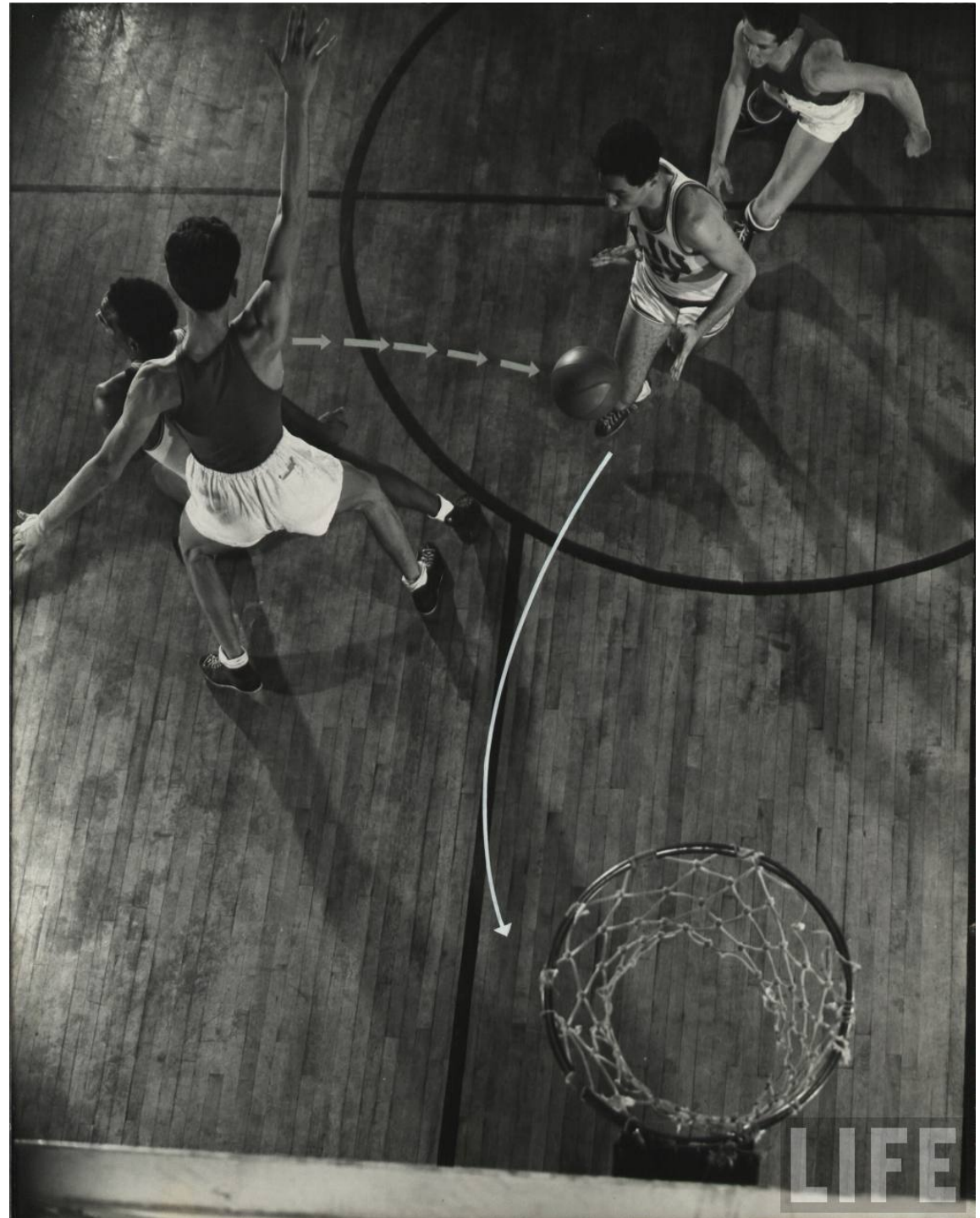


Összjáték

Portfóliós webanalitika

Bánóczy Zoltán

2011.05.16.





Webanalitikai kultúrkör

- A Google Analytics ipari sztenderd lett
- Portfolión belüli szinergiák felderítéséhez és igazolásához (látogatóoptimalizálás)
- Mindennapi üzemeltetéshez
- Kampányok hatékonyságának méréséhez*
 - Keresőoptimalizálás
 - Tranzakciós oldalaknál kiemelten fontos
- Szolgáltatási minőség megítéléséhez*
- Eredményesebb és folyamatos termékfejlesztéshez*





Google Analytics gyakorlati példák

Szolgáltatási színvonal (QoS) minősítése:

- Folyamatos, manuális A/B teszteléssel többszörös ajánlatkérési konverzió növelése (ajánlatkérés szálláshelyektől, név, cím, telefon és email megadásával - szezonban napi sokszáz)

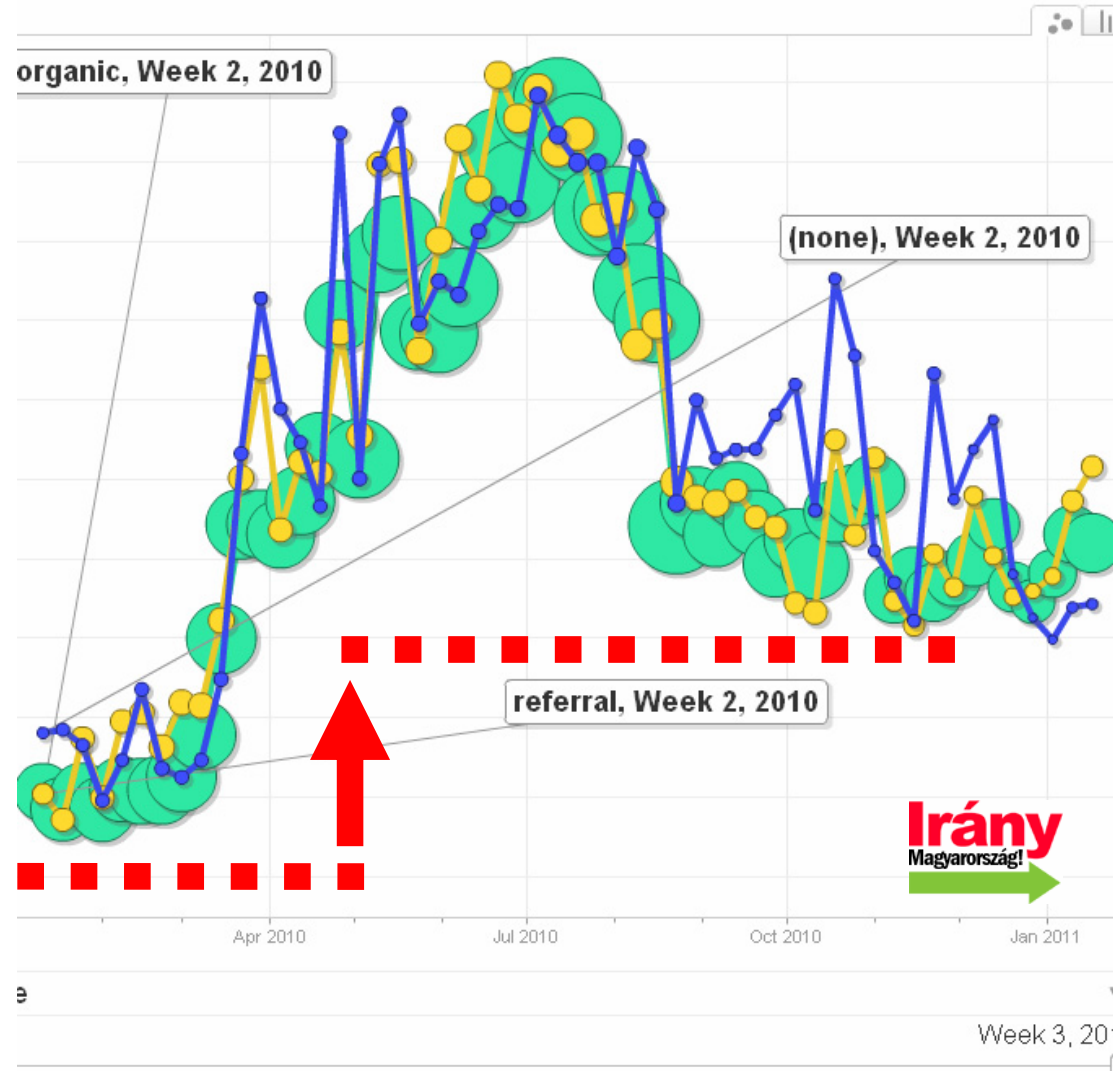
Egyedi vizualizációk és az API:

- Szálláshelyek iránti érdeklődés
 - Nagyvárosok összehasonlítása
 - Miskolc éves szállás-grafikonja, a rendezvények időpontjaival



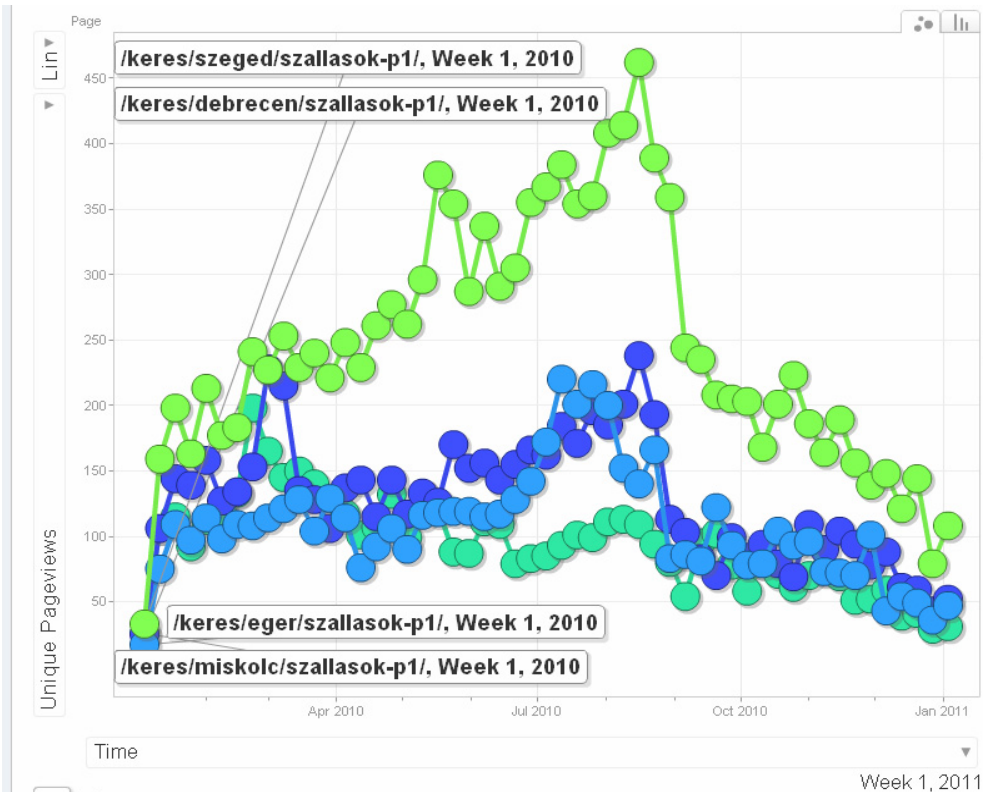
QoS mérése

- **Jelmagyarázat:**
 - **zöld** (keresőkből)
 - **sárga** (más site-okról (referral))
 - **kék** (direktben / érkezési információ nélkül érkezők)
- A körök területe egyenesen arányos a szállított forgalommal (visit)
- Az egyes pontok magassága az ajánlatkérési hajlandóságot mutatja
- Ritka egybeesés: a görbék fedik egymást: releváns linkeltség
- **Szagatott piros:** a szolgáltatási színvonal (QoS) jól mérhető emelkedése (design + usability)





Nyár itt – nyár ott



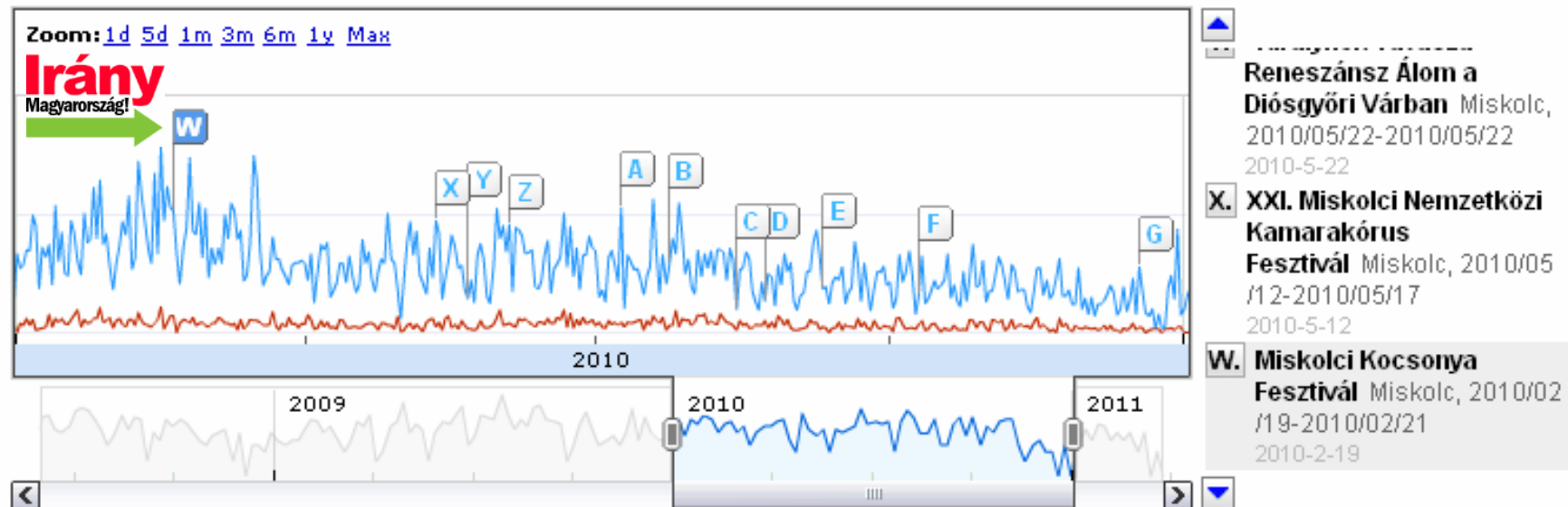
Jelmagyarázat:

- Zöld: Szeged
 - Sötétkék: Debrecen
 - Világoskék: Eger
 - Kékesszöld: Miskolc
- Az egyes pontok magassága az adott település szálláslistájának egyedi látogatottságát mutatja (UPV)
 - A körök területe állandó



Februárban Miskolcon

Miskolc szálláshelyeinek egyedi látogatottsága és a városi rendezvények időpontjai (Kocsonyafesztivál: „W”)
Az ábrán jól kivehető a szálláshelyek iránti megnövekedett érdeklődés a rendezvény előtt.





Google Analytics V5: Multi Channel Funnels

A konverzióhoz és vásárlásokhoz vezető összes látogatói forrás

- Lényege, hogy nem csak a konverziót generáló UTOLSÓ forrást, hanem a konverzióig vezető összes médiumot is szerepelteti (30 napos ablak a konverziótól visszafelé)
- Még csak zárt körben (< 1%) nyilvános új funkció
- Új távlatokat nyit az online médiatervezésben
- Sales cycle felmérése, kampányok és a szolgáltatás optimalizálása



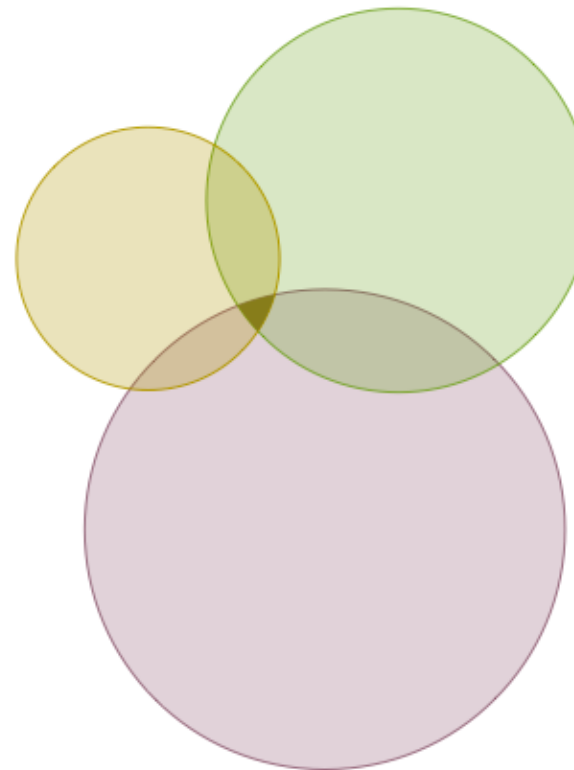
Multi Channel Funnels

Multi-Channel Mix

Channels	% of total conversions
<input checked="" type="checkbox"/> Referral	51.57%
<input checked="" type="checkbox"/> Organic Search	32.96%
<input checked="" type="checkbox"/> Direct	15.47%
<input type="checkbox"/> Social Network	3.15%
<input type="checkbox"/> Paid Advertising	2.76%
<input type="checkbox"/> (Other)	0.07%
<input type="checkbox"/> Email	0.01%

Zoom In

Referral & Organic Search & Direct: 0.29%(139)





Multi Channel Funnels

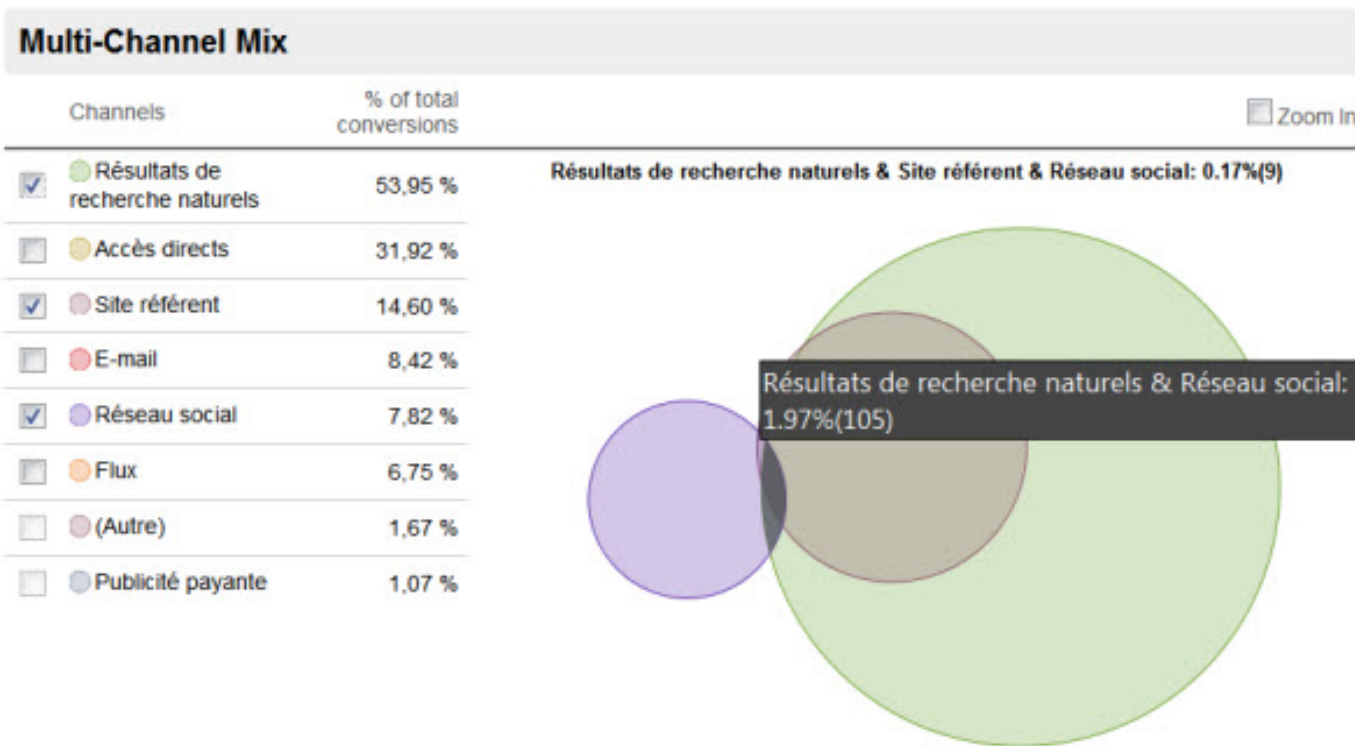
Viewing: [Source/Medium Path](#) [Source Path](#) [Medium Path](#) [Other](#) ▾ [Default traffic groups](#) ▾

Secondary dimension: <input type="text" value="Select..."/>		Search ▾	View: <input type="text" value="Table"/>	1 - 10 of 727	<	>
	Custom Dimension Path	Conversions	↓	Conversion Value		
1.	<input type="text" value="Organic Search"/> > <input type="text" value="Organic Search"/>	923		\$3,842.58		
2.	<input type="text" value="Referral"/> > <input type="text" value="Referral"/>	748		\$1,064.80		
3.	<input type="text" value="Direct"/> > <input type="text" value="Direct"/>	390		\$3,050.49		
4.	<input type="text" value="Referral"/> > <input type="text" value="Direct"/>	337		\$946.75		
5.	<input type="text" value="Organic Search"/> > <input type="text" value="Direct"/>	327		\$6,612.22		
6.	<input type="text" value="Organic Search"/> > <input type="text" value="Organic Search"/> > <input type="text" value="Organic Search"/>	191		\$1,399.93		
7.	<input type="text" value="Referral"/> > <input type="text" value="Organic Search"/>	168		\$794.94		
8.	<input type="text" value="Referral"/> > <input type="text" value="Referral"/> > <input type="text" value="Referral"/>	157		\$258.91		
9.	<input type="text" value="Direct"/> > <input type="text" value="Organic Search"/>	144		\$1,157.99		
10.	<input type="text" value="Direct"/> > <input type="text" value="Direct"/> > <input type="text" value="Direct"/>	113		\$203.37		

Show rows: ▾ Go to: 1 - 10 of 727 < >



Multi Channel Funnels





Akár jó SMO is lehet...

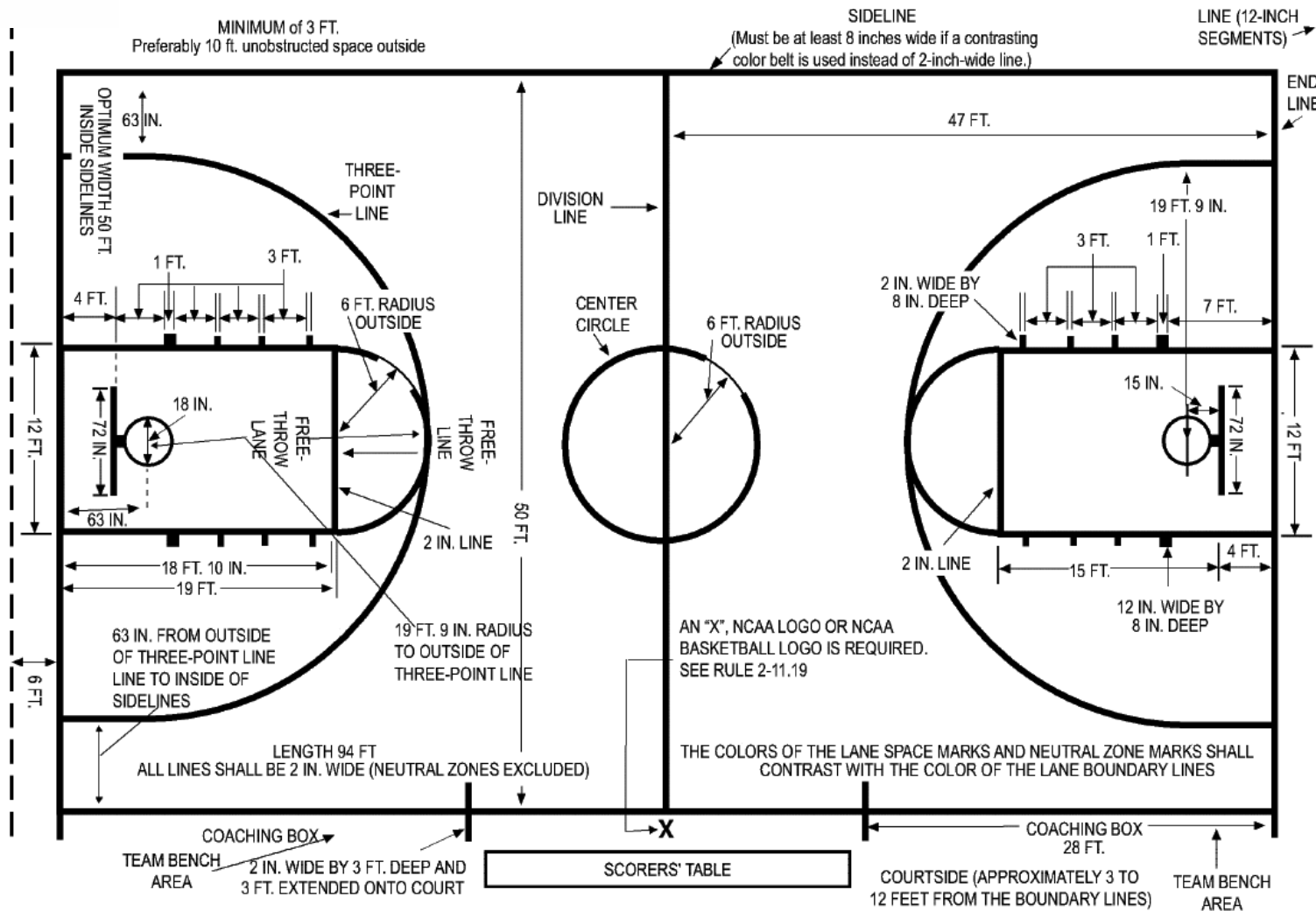


	Medium	Assisted Conversions ↓	Last Interaction Conversions	Assisted / Last Interaction Conversions
1.	(none)	10,101	15,132	0.67
2.	organic	8,689	9,020	0.96
3.	social-networking	7,562	1,203	6.28
4.	referral	835	636	1.31

- **Mi itt a konverzió? Kommentelés / Vásárlás / Bannerkattintás / Regisztráció / Lájkolás?**
- **Mit tartalmaz a „social-networking” tétel?**



Felrajzolni a pályát



**Köszönöm
a figyelmet.**

Bánóczy Zoltán

banoczy@ekommando.hu



@banoczy

2 *  SUPERSEO
+  SUPERPPC
+  SUPERANALYTICS
=  **SUPERWEEK**
Internetes szakkonferencia-hét
2012. január 16-20., Galyatető

