



13

Analiza ruchu internautów

**Odkryj wzloty i upadki swojej
witryny dzięki systemom analizy
ruchu internautów.**

Być może widziałeś jeden z popularnych programów telewizyjnych, które pokazują, jak specjaliści od medycyny sądowej wyjaśniają tajemnice makabrycznych zbrodni poprzez inteligentną analizę faktów. Oficerowie śledczy prowadzą staranne obserwacje, zbierają dane i powstaje opowieść, która odsłania szczegóły towarzyszące okolicznościom zbrodni i pozwala wykryć sprawców.

Chociaż mniej efektowna i z całą pewnością mniej przerażająca analiza ruchu na witrynie przypomina badanie miejsca zbrodni. Wykorzystując wyrafinowane narzędzia, możesz zgromadzić i przeanalizować dane, które zawierają wskazówki na temat tego, co się dzieje na Twojej witrynie.

Możesz odtworzyć tę historię dzięki zastosowaniu wyrafinowanych narzędzi do analizy ruchu internautów. Pomogą Ci one dowiedzieć się, w jaki sposób ludzie odnajdują Twoją witrynę, jakie słowa kluczowe generują największą liczbę odwiedzin, jak długo trwają wizyty, co sprawia, że internauci odchodzą i jak często wracają. Na tej podstawie ocenisz poziom sukcesu lub porażki swoich działań w zakresie wyszukiwalności. Dane zgromadzone za pomocą narzędzi analitycznych dadzą fascynujący wgląd w zachowanie się użytkowników na Twojej witrynie.

Oficerowie śledczy muszą być mistrzami w swoim fachu, aby rozwiązać zagadkę kryminalną. Ty również będziesz musiał zrozumieć rolę i znaczenie danych statystycznych, aby zastosować rozumowanie dedukcyjne w stylu medycyny sądowej i przetworzyć te dane w celu zdobycia wiedzy o użytkownikach i wrażeniu, jakie na nich wywiera Twoja witryna.

Analiza ruchu dostarcza suchych faktów, które nie tylko odsłaniają poziom wyszukiwalności Twojej witryny, lecz również identyfikują usterki użyteczności, mankamenty projektu wizualnego, a nawet pewne błędy programistyczne. Twoja witryna jest badana pod mikroskopem, a zatem możesz zdiagnozować i rozwiązać problemy, które niekorzystnie wpływają na wyszukiwalność i wrażenia użytkowników.

Zamiana danych na wiedzę

Każdy fragment danych zebranych przez narzędzia analizy ruchu internautów ma pewne znaczenie, nie zawsze jednak ten sam ciężar gatunkowy. Zanim zbadasz najlepsze narzędzia do monitorowania aktywności na Twojej witrynie, powinieneś dowiedzieć się, jakie informacje są zawarte w tych danych i jakich wskazówek należy się doszukiwać. Zrozumienie poszczególnych statystyk rzuci światło na związki między nimi, odsłaniając ukryte tajemnice.

Mity związane z liczbą odsłon

Ludzie lubią przechwalać się sporymi ilościami wejść na strony swoich witryn. Wiele słabo zaprojektowanych narzędzi do analizy ruchu internautów w sposób rzucający się w oczy podaje statystyki dotyczące liczby odsłon. Wprowadzają w ten sposób w błąd webmasterów, którzy wierzą, że ich witryna ma tysiące odwiedzających dziennie. W rzeczywistości liczba odsłon jest informacją o niewielkim znaczeniu, niewiele mającą wspólnego z liczbą unikalnych internautów, którzy odwiedzili witrynę.

Liczba odsłon oznacza po prostu liczbę żądań wyświetlenia strony wysłanych do serwera WWW w związku z przeglądaniem Twojej witryny przez użytkowników. Strona z pięcioma obrazkami, jednym zewnętrznym arkuszem stylu i dwoma zewnętrznymi plikami JavaScript generuje w sumie dziewięć odsłon — z których jedno dotyczy samego pliku HTML. Oznacza to, że jeden użytkownik odwiedzający jedną stronę generuje dziewięć odsłon.

Widać wyraźnie, jak bardzo możesz zostać wprowadzony w błąd, jeżeli ta liczba zostanie przedstawiona jako liczba gości na Twojej witrynie. Uświadomienie sobie, że astronomiczna liczba odsłon witryny nie jest właściwą miarą liczby odwiedzin witryny, może być bardzo smutną konstatacją.

Jaki jest więc pożytek z tej informacji? Prawdę mówiąc, niewielki. Jedyną wartość tkwi w porównaniu liczby odsłon z liczbą wyświetleń strony. Jeżeli wyświetlenie pięciu stron wiąże się z wygenerowaniem 200 odsłon, możesz wyciągnąć wniosek, że zbyt wiele plików zewnętrznych jest dołączonych do Twoich stron, co prawdopodobnie wpłynie negatywnie na czas ładowania strony. Ale do tej konkluzji możesz dojść wcześniej, zanim uruchomisz swoją witrynę, korzystając z programu YSlow, jak to opisaliśmy w rozdziale 3., w sekcji „Diagnostyka z wykorzystaniem YSlow”.

Nie daj się wprowadzić w błąd. Istotną informacją jest liczba unikalnych internautów, którzy odwiedzają Twoją witrynę.

Unikalni odwiedzający

Liczba unikalnych gości witryny jest atrakcyjną informacją statystyczną, ponieważ wskazuje zasięg rozpowszechniania się Twoich wiadomości. Jest to również ważna miara popularności. Kiedy tłumy ludzi odwiedzają Twoją witrynę, masz oczywiste powody do satysfakcji, gdyż świadczy to tym, że witryna jest łatwa do odszukania i wartościowa dla tych, którzy ją odwiedzają. Niewielka liczba odwiedzin sugeruje, że jest dokładnie odwrotnie.

Jest to statystyka bardzo przemawiająca do wyobraźni, monitorowana przez wiele osób i bardzo wciągająca. Stanowi swego rodzaju tętno Twojej witryny, wskazując ogólnie poziom jej wyszukiwalności. Jeżeli zaobserwujesz gwałtowne zmiany liczby unikalnych odwiedzin, może to wskazywać, że Twój serwer nie jest przez cały czas dostępny lub ma okresowe przerwy utrudniające ruch internautów. Zaniedbanie prowadzenia bloga lub aktualizowania treści również może spowodować duży spadek liczby unikalnych gości.

Gwałtowny wzrost tego wskaźnika może z kolei świadczyć o pozyskaniu ważnego linka na jakiejś popularnej witrynie, co powinno zmobilizować Cię do dodania nowej treści, aby lepiej wykorzystać zainteresowanie nowych odwiedzających.

Jeśli chodzi o wykres czasowy, chciałbyś zapewne, aby liczba unikalnych gości była funkcją rosnącą. Sposobem na osiągnięcie tego celu jest dostarczanie nowej treści, która jest istotna dla Twojego audytorium i promowanie witryny z zamiarem zdobycia nowych użytkowników. Wyszukiwalność jest procesem iteracyjnym, którego sukces zależy od pilności i regularności podejmowanych działań.

Systemy analizy ruchu internetowego śledzą unikalnych gości na jeden z dwóch sposobów: albo sprawdzają adres IP użytkownika, albo korzystają z pliku cookie skojarzonego z jego przeglądarką.

Systemy korzystające z adresów IP do określania liczby unikalnych odwiedzin są narażone na dużą niedokładność, ponieważ wielu użytkowników sieci lokalnej może korzystać z tego samego adresu IP, co wprowadza dużą rozbieżność otrzymywanych wyników z rzeczywistością. Użytkownicy AOL korzystają ze wspólnego adresu IP utworzonego dla stanu Wirginia, co sprawia, że statystyka oparta na adresie IP staje się bezużyteczna.

Znacznie bardziej dokładne jest śledzenie oparte na plikach cookie. Dołączony do każdej strony skrypt w języku JavaScript szuka informacji w pliku tymczasowym przeglądarki wskazującym datę i czas ostatniej wizyty użytkownika. Jeżeli plik cookie nie zostanie znaleziony, system tworzy go i odnotowuje kolejnego nowego gościa.

Podejście oparte na plikach cookie ułatwia także śledzenie czasu spędzonego na witrynie oraz identyfikowanie użytkowników, którzy powracają na Twoją witrynę.

Powracający odwiedzający

Powracającymi internautami są po prostu ludzie, którym Twoja witryna podoba się na tyle, że odwiedzają ją więcej niż jeden raz. Ta informacja może podpowiedzieć Ci, jaką wartość ma treść witryny dla użytkowników i w jakim stopniu są oni wobec niej lojalni.

Jeśli Twoja treść jest przydatna w umiarkowanym stopniu, możesz zaobserwować w statystykach, że ludzie poświęcają nieco czasu witrynie, przeglądają więcej niż jedną stronę, ale być może nie powracają zbyt często. Treść o wyjątkowej wartości wyróżnia się tym, że internauci często powracają na witrynę.

Zdarza się, że treść generuje z natury rzeczy dużo powrotów, na przykład porady dotyczące trudnych tematów, dokumentacje techniczne, wskazówki i informacje kontaktowe.

Niektóre narzędzia do analizy ruchu internautów umożliwiają poznanie średniego czasu ich pobytu na witrynie i przeciętnej liczby oglądanych stron. Jeśli stwierdzisz, że wspomniane wartości średnie są niskie, oznacza to prawdopodobnie, iż użytkownicy zatrzymują się tylko na chwilę, gdyż informacje, które dla nich przygotowałeś, znaleźli już na innych witrynach.

Liczba obejrzanych stron

Liczba obejrzanych stron jest interesującym wskaźnikiem jakości Twojej treści oraz przydatności witryny, gdy zestawimy ją z liczbą unikalnych gości.

Bardzo duża liczba obejrzanych stron przy niskiej ilości unikalnych użytkowników może wskazywać, że mają oni problemy z nawigacją po witrynie i wykonują zbyt wiele kliknięć. Z kolei bardzo mała liczba obejrzanych stron przy dużej liczbie unikalnych użytkowników wskazuje na to, że niewiele nawigują po witrynie i często wychodzą z niej po krótkiej chwili.

Aby rozstrzygnąć, czy duża wartość średniej liczby obejrzanych stron przypadających na jednego użytkownika jest oznaką sukcesu, czy też braku użyteczności, sprawdzaj okresowo statystyki odwiedzin. Jeśli zauważasz dużo ponownych odwiedzin, to prawdopodobnie duża średnia obejrzanych stron oznacza, że Twoja witryna jest traktowana jako przydatna. Niska wartość może świadczyć o sfrustrowaniu nadmiernym klikaniem w poszukiwaniu właściwej informacji — tacy użytkownicy nigdy nie wracają.

Analizując średnią liczbę stron oglądanych przez jednego internautę, weź pod uwagę ilość treści na każdej stronie należącej do witryny. Jeżeli strony są obficie wypełnione treścią, użytkownikom wystarczy przeczytanie jednej lub dwóch stron, by zdobyć potrzebne informacje. Z tego powodu średnia liczba wyświetlonych stron może być niska, ale nie stanowi to problemu.

Jeżeli stwierdzisz, że niektórzy goście przebywają na witrynie znacznie dłużej niż inni, sprawdź, w jaki sposób przybyli. Internauci, którzy korzystając z wyszukiwarek, wpisują słowa kluczowe słabo związane z Twoją treścią, prawdopodobnie nie będą składać długich wizyt i nie dołączą do właściwego audytorium. Ci natomiast, którzy kliknęli link na witrynie o pokrewnej tematyce, mogą zostać dłużej, ponieważ treść Twojej witryny jest dla nich istotna i związana z tym, co oglądali na innych witrynach. Ten rodzaj użytkowników bardziej nadaje się do grona stałych bywalców, dlatego też należy uważnie śledzić ich wędrówkę, na których stronach przebywają dłużej i która strona jest ostatnią przez nich oglądaną. W ten sposób dowiesz się, jaka treść jest najważniejsza dla Twojego gościa i co sprawia, że odchodzą.

Nie można wskazać optymalnej wartości żadnego ze wskaźników wyliczanego na podstawie analizowanych danych statystycznych. Każda witryna jest unikalna, ma inną treść i odmienne cele. Zawsze powinieneś mieć na pierwszym planie cele wytyczone swojej witrynie, zanim spróbujesz dokonać syntezy zebranych danych statystycznych. Analiza ruchu internautów jest bardziej sztuką niż nauką.

Współczynnik odrzuceń

Stosunek liczby odwiedzin zakończonych natychmiastowym powrotem do liczby wszystkich odwiedzin nazywamy **współczynnikiem odrzuceń**. Jest to bardzo ważny wskaźnik, gdyż może pomóc w wykryciu poważnych problemów dotyczących projektu, treści lub struktury witryny.

Narzędzia do analizy ruchu często wyliczają ogólny współczynnik odrzuceń dla całej witryny, a niekiedy prezentują bardziej szczegółowe dane, na przykład prezentują strony i słowa kluczowe, dla których występuje największa wartość współczynnika odrzuceń. Prawidłowa wartość tego wskaźnika powinna wynosić od 40 do 60 procent. Mniej niż 20 procent oznacza już wynik doskonały.

Może to wydać się dziwne, że nie ma nic niepokojącego w tym, że od 40 do 60 procent ludzi, który odszukali Twoją witrynę, natychmiast odchodzi. Jednak witryna nie może zawierać wszystkiego dla wszystkich. Ludzie wędrują po internecie jak po olbrzymim labiryncie i często dokonują niewłaściwych wyborów. Dla setek ludzi Twoja witryna okaże się złym wyborem. Zadbaj tylko, by stała się trafnym wyborem dla tych użytkowników, którzy należą do Twojego audytorium, a wówczas współczynnik odrzuceń pozostanie w normie.

Gdy wykryjesz słowa kluczowe i strony o niskiej wartości współczynnika odrzuceń, postaraj się ustalić przyczynę sukcesu. Czy jego źródłem jest projekt strony? A może chodzi o właściwe dopasowanie słów kluczowych do ogólnego profilu danej witryny?

Ilekoć zauważysz, że liczba unikalnych gości na Twojej witrynie jest znaczna, postaraj się sprawdzić wartość współczynnika odrzuceń. Może się bowiem okazać, że cały ten ruch jest krótkotrwały i świętujesz pozorny triumf.

Niektóre witryny, na przykład Digg.com, cieszą się złą sławą, gdyż kierują na witryny ogromną liczbę wizyt, które trwają bardzo krótko i znacznie podnoszą wartość współczynnika odrzuceń. Ale nie zniechęcaj się, jeśli tak się stanie. Wielu nowych gości mogło zapisać się na kanał RSS przed opuszczeniem Twojej witryny, więc kontroluj statystyki, gdyż wnet okaże się, że jednak odniosłeś sukces. Metody gromadzenia danych statystycznych na temat subskrypcji RSS zostaną omówione w dalszej części tego rozdziału.

Strony odsyłające

Wiedza na temat genezy odwiedzin witryny jest wyjątkowo korzystna, ponieważ wskazuje nam, które linki przychodzące, słowa kluczowe lub kampanie reklamowe działają najlepiej. Twoje żmudne wysiłki związane z optymalizacją SEO będą widoczne w danych statystycznych na temat stron odsyłających, mianowicie dowiesz się, jaka część ruchu na Twojej witrynie pochodzi od wyszukiwarek.

Oczywiście, duża liczba odwiedzin za pośrednictwem wyszukiwarek jest rzeczą pozytywną, ale jest jeszcze lepiej, gdy strony odsyłające znajdują się na innych witrynach. Świadczy to bowiem o istnieniu linków przychodzących, które podniosą ranking witryny w wyszukiwarkach i skierują do niej internautów, a ci z kolei prawdopodobnie zostaną na dłużej.

Niektóre systemy analizy ruchu oprócz adresów URL stron odsyłających pokażą także odniesienia do domen indywidualnych. Jest to przydatne, ponieważ gdy na blogu powstaje link przychodzący, może on być zainstalowany na stronie głównej, w kanale RSS i na stronach z permalinkami. Chociaż wszystkie linki przychodzące są z tej samej domeny, każdy ma unikalny adres URL — a to utrudnia analizę danych statystycznych.

Wyszukuj nowych, unikalnych stron odsyłających do swojej witryny, gdyż w ten sposób możesz odkryć nowe wpisy na forach dyskusyjnych i blogach, biblioteki linków oraz inne strony, których autorzy uznali, że Twoja treść zasługuje na linka i krótki komentarz. Linki przychodzące na witrynach społecznościowych, takich jak Delicious, Magnolia, Facebook i Digg, wskazują, że Twój adres URL metodą wirusową dotrze do nowych użytkowników.

Możesz oszacować wartość każdej strony odsyłającej poprzez sprawdzenie, jak długo użytkownicy przebywają na Twojej witrynie i czy docierają do jej sekcji docelowych. Wiele linków przychodzących nie generuje wcale dobrego ruchu, gdyż internauci bardzo szybko rezygnują. Dobra strona odsyłająca kieruje do Twojej witryny użytkowników, którzy okazują zainteresowanie, wędrują po witrynie i od czasu do czasu dochodzi do konwersji, czyli dokonania zakupu lub zapisania się na listę wysyłkową.

Śledzenie sesji

Sesja nazywa się trasę wędrówki użytkownika po witrynie. **Śledzenie sesji** dostarcza szczegółowych informacji na temat zachowania Twojego audytorium. Widzisz, z której strony użytkownik do Ciebie przywędrował, które strony obejrzał i ile czasu poświęcił każdej z nich. W niektórych systemach analizy ruchu internautów zobaczysz nawet słowa kluczowe użyte na stronie odsyłającej, a zestawiając je z czasem pobytu na witrynie, wykryjesz te słowa i frazy kluczowe, które najlepiej spełniają swoją rolę.

Uważaj na krótkie sesje złożone z kilku odślon, ponieważ mogą one sugerować, że użytkowników coś irytuje, nie podoba im się szata graficzna lub nie znajdują potrzebnej im treści. Najlepszym sposobem zdiagnozowania

tego problemu jest przeprowadzanie małych zmian w projekcie lub układzie organizacyjnym Twojej treści i obserwowanie statystyk sesyjnych. Jeśli niekorzystne wartości się utrzymują, powtarzaj cały proces, aż zlokalizujesz przyczynę zniechęcenia użytkowników.

Popularne wyrażenia stosowane przy wyszukiwaniu

Każde wyrażenie wpisane przy wyszukiwaniu, które prowadzi do wyboru Twojej witryny, może być śledzone w systemach analizy ruchu. Możesz zweryfikować przydatność wybranych przez siebie słów kluczowych poprzez obserwowanie wyrażeń, które faktycznie generują wizyty na Twojej witrynie.

Niespodziewanie odkryjesz nowe, niszowe terminy, które są źródłem sporej liczby odwiedzin, a nie były brane pod uwagę przy uruchamianiu witryny. Być może trzeba będzie dokonać pewnych zmian w treści, by wkomponować w nią te nowe wyrażenia i uzyskać jeszcze większą liczbę odwiedzin; dotyczy to zwłaszcza słów kluczowych podanych przez tych użytkowników, których sesje są długie. Takie słowa kluczowe dokładnie opisują Twoją treść, w rozumieniu Twoich użytkowników.

Popularne terminy stosowane przy wyszukiwaniu są także dobrym barometrem, który mierzy, w jakim stopniu Twoja witryna jest dostosowana do zainteresowań użytkowników. Jeżeli wykryjesz jakiś trend dla słów kluczowych, możesz napisać o tym na blogu lub opublikować artykuł, by postawić kropkę nad i.

Nie ma lepszej metody badania słów kluczowych niż obserwowanie na własnej witrynie trendów, które występują w świecie rzeczywistym.

Wyszukiwanie lokalne

Niektóre narzędzia do analizy ruchu internetowego dostarczają danych statystycznych na temat wyszukiwania lokalnego. Dzięki tym danym przekonasz się, czym się interesują użytkownicy i jakie informacje są dla nich najtrudniejsze do znalezienia.

Jeśli zauważysz powtarzające się tematy w wyrażeniach używanych przy wyszukiwaniu lokalnym, rozważ większe wyeksponowanie tych tematów na swojej witrynie. Przyglądaj się uważnie danym statystycznym po dokonaniu zmian projektowych, aby diagnozować i rozwiązać problemy z użytecznością i wyszukiwalnością.

Chociaż słowa kluczowe z wyszukiwarek potwierdzają dobrą wyszukiwalność i generują ruch, wyrażenia stosowane przy wyszukiwaniu lokalnym sygnalizują występowanie pewnych mankamentów związanych z wyszukiwalnością. Jeżeli Twoi użytkownicy regularnie poszukują ważnej treści, architektura projektowa i/lub informacyjna Twojej witryny nie funkcjonuje tak, jak zamierzałeś, i powinna ulec zmianie. Miej świadomość, że ponieważ wyszukiwanie stało się integralną częścią eksplorowania internetu, niektórzy użytkownicy korzystają z nawigacji opartej na wyszukiwaniu, gdyż takie są ich przyzwyczajenia. Pojedyncze przypadki stosowania tej metody nie muszą więc świadczyć o nieprawidłowościach systemu nawigacyjnego witryny.

Popularne strony

Popularność strony wskazuje na tematy, które najlepiej są dopasowane do potrzeb Twojego audytorium. Narzędzia do analizy ruchu internautów korzystają z zawartości znacznika `<title>` na każdej stronie. Mając to na uwadze, umieść nazwę strony na początku tekstu w obrębie znacznika `<title>`, a następnie podaj nazwę sekcji i nazwę witryny. Więcej informacji na temat struktury znaczników `<title>` znajdziesz w rozdziale 2., w sekcji zatytułowanej „Istotne znaczniki promujące wyszukiwalność”.

Jeżeli Twoja witryna zawiera urozmaiconą treść, skierowaną do różnych grup użytkowników, dane o popularności stron pokazują, która grupa jest najbardziej aktywna. Możesz także wywnioskować, dla których słów i fraz kluczowych Twoja witryna osiąga najwyższe rankingi w wyszukiwarkach. Gdy zobaczysz, że jakaś strona jest szczególnie popularna, sprawdź odpowiadające jej strony odsyłające i popularne wyrażenia stosowane przy wyszukiwaniu. Być może osiągnąłeś w niektórych przypadkach jedną z czołowych pozycji rankingowych.

Rozmieszczenie kliknięć

Dobry projektant dokłada starań, by przyciągnąć uwagę użytkowników do ważnych obszarów na stronie i osiągnąć założone cele. Czasem jednak nawet mimo zaawansowanego poziomu projektowania i dobrej znajomości audytorium projekt zawodzi. Najlepszym sposobem oszacowania, czy projekt witryny zdaje egzamin, jest statystyka rozmieszczenia kliknięć.

Statystyki **rozmieszczenia kliknięć** dotyczą górnej części każdej strony i demonstrują miejsca najczęściej klikane przez internautów. Wszystkie przypuszczenia Twoje i Twojego zespołu, które dotyczą wyszukiwalności

treści witryny, użyteczności interfejsu i szaty graficznej stron internetowych, mogą zostać zweryfikowane bezpośrednio poprzez obserwację rozmieszczenia kliknięć.

Na tej podstawie możesz stwierdzić, które elementy strony są najlepiej widoczne i najbardziej wartościowe dla Twojego audytorium. Zwróć szczególną uwagę na rozmieszczenie kliknięć, gdy witryna jest nowa lub przeprojektowana, a na podstawie poczynionych obserwacji wykryjesz mankamenty projektowe. Możesz więc na bieżąco reagować na zachowanie swojego audytorium, mając na względzie cele biznesowe i komunikacyjne.

W dalszej części tego rozdziału przekonamy się, że niektóre narzędzia do analizy ruchu internautów prezentują rozmieszczenie kliknięć na różne sposoby, na przykład za pomocą map termicznych, które za pomocą różnych barw wskazują obszary przyciągające największe zainteresowanie internautów.

Subskrypcje na kanały RSS

Twoimi użytkownikami nie są wyłącznie ludzie odwiedzający Twoją witrynę. Aby uzyskać pełną informację na temat popularności witryny, potrzebujesz również uwzględnić liczbę subskrypcji na kanały RSS oraz zakres informacji odczytywanych codziennie za ich pośrednictwem.

Subskrybenci są zainteresowani nowościami na Twojej witrynie. Stanowią wyjątkowo cenny segment audytorium, gdyż regularnie powracają.

Położenie geograficzne

Przypomina to nieco powieść George'a Orwella *Rok 1984*, ale narzędzia do analizy ruchu mogą faktycznie rozróżniać położenie geograficzne internautów. Te dane nie są zawsze całkiem dokładne (wydaje się na przykład, że wszyscy użytkownicy wyszukiwarki AOL pochodzą ze stanu Wirginia, co nie jest przecież zgodne z rzeczywistością).

Jeśli prowadzisz kampanie reklamowe w różnych regionach geograficznych, dane o miejscu zamieszkania użytkownika są wyjątkowo przydatne dla określenia wpływu każdej kampanii na wzrost liczby odwiedzin witryny. Jeśli Twoja organizacja uczestniczy w jakimś wydarzeniu, możesz wykorzystać dane dotyczące położenia geograficznego, aby oszacować, ilu nowych użytkowników pojawiło się na Twojej witrynie dzięki spotkaniom, w których brałeś udział podczas tego wydarzenia.

Rzecz jasna, czasem pojawiają się na Twojej witrynie internauci z odległych krajów i kontynentów. Wynika to z właściwości internetu i świadczy o tym, jak wielki zasięg może mieć Twoja witryna. Jeśli zobaczysz, że z jakiegoś kraju obcojęzycznego pojawiła się duża grupa odwiedzających, możesz rozważyć utworzenie wersji w ich języku lub zastosowanie jakiegoś wygodnego narzędzia translacyjnego, takiego jak widżet Google Translate (http://www.google.com/translate_tools?hl=en).

Pobieranie plików

Niektóre narzędzia do analizy ruchu internautów potrafią śledzić pobieranie plików z Twojej witryny. Raporty, dokumentacje, własne streszczenia, przykłady kodu źródłowego i aplikacje to kilka zaledwie przykładów plików udostępnianych użytkownikom. Monitorowanie tego procesu stanowi jeszcze jeden sposób pomiaru zainteresowań Twojego audytorium.

W pewnych sytuacjach korzystnie jest obserwować liczbę pobrań w określonym czasie. Po uruchomieniu nowej aplikacji ważne jest, ile osób zdecydowało się na jej pobranie. Porównanie liczby unikalnych odwiedzających z liczbą pobrań pozwoli ustalić, w jakim stopniu witryna zachęca użytkowników do przetestowania aplikacji.

Gdy starasz się o pracę i kierujesz na swoją witrynę potencjalnych pracodawców, będziesz zainteresowany, ile osób pobrało Twoje CV. Porównaj to z danymi na temat położenia geograficznego i wyślij do wybranych osób wiadomość z prośbą o rozmowę kwalifikacyjną.

Kliknięcia wychodzące

Kliknięcia wychodzące polega na wybraniu linka, który przenosi użytkownika na inną witrynę. Jeżeli Twoja witryna ma bibliotekę linków lub blog, na którym często pojawiają się linki do innych witryn, warto zapoznać się z danymi statystycznymi na temat kliknięć wychodzących, aby dowiedzieć się, które linki są najbardziej przydatne dla Twojego audytorium.

Możesz także wykorzystać te dane, by sprawdzić, czy użytkownicy przechodzą na witryny stowarzyszone, wychodzą w celu zakupienia książki rekomendowanej na Twojej witrynie lub zaakceptowania innych rekomendacji.

Parametry techniczne

Dokładnie analizując statystyki, dowiesz się sporo na temat środowiska, w którym Twoja witryna jest przeglądana. Prawie wszystkie narzędzia do analizy ruchu internautów rejestrują rozdzielczość ekranu, jakość kolorów, rozmiar okna przeglądarki, wersję przeglądarki i wersję systemu operacyjnego.

Na podstawie tych danych możesz określić, czy układ elementów na Twoich stronach jest dostosowany do ustawień większości odwiedzających, czy też wymaga irytującego przewijania w poziomie. Możesz także dostosować witrynę do użytkowników korzystających z nietypowej przeglądarki lub pracujących na nietypowych platformach. Te statystyki poinformują Cię także, czy istnieją użytkownicy korzystający z urządzeń alternatywnych, takich jak konsole gier lub urządzenia mobilne.

Wszystkie te dane mają szczególną wartość, gdy zamierzasz przeprojektować swoją witrynę, aby jak najlepiej dostosować ją do wymagań technicznych swoich użytkowników.

Odczyt danych statystycznych

Wszystkie dane statystyczne są zwykle prezentowane przez systemy do analizy ruchu internautów w postaci małych zestawów wielookresowych. Przykładowy blok danych zawiera liczbę unikalnych odwiedzających w ciągu dnia, tygodnia, miesiąca i roku.

Przy odczycie danych zastosuj trzystopniowe podejście związane z oszacowaniem wyszukiwalności Twojej witryny oraz jej skuteczności w spełnianiu potrzeb użytkowników:

1. Wczytaj odrębne zestawy danych, które dotyczą najważniejszych informacji opisanych w tym rozdziale. Poszukaj interesujących zmian, takich jak nagły wzrost liczby odwiedzających, nowe strony odwolujące, wzrost liczby subskrypcji RSS i inne informacje pomocne przy ocenie sukcesów i porażek wyszukiwalności. Po wykryciu istotnych zmian rozważ ich przyczynę i pomyśl nad usprawnieniami swojej witryny.
2. Poszukaj korelacji pomiędzy odrębnymi zestawami danych. Istnieje niemal nieograniczona ilość sposobów wyszukiwania związków między danymi statystycznymi. Możesz odkryć zależność między dużym współczynnikiem odrzuceń a rozmieszczeniem kliknięć, co pozwala przypuszczać, że projekt jest nieefektywny i powoduje szybką rezygnację nowych odwiedzających, którzy nie potrafili znaleźć potrzebnych informacji.

Bądź ciekawy, twórczy i pomysłowy w szukaniu korelacji między zestawami danych statystycznych. Jeżeli ruszysz głową, możesz odkryć historię sukcesu swojej witryny.

3. Zastosuj kilka systemów do analizy ruchu internautów, abyś mógł porównać dane i potwierdzić ważność swoich przypuszczeń. Dane z jednego systemu mogą doprowadzić Cię do niewłaściwych wniosków. Kiedy już wydaje Ci się, że odkryłeś tajemnicę witryny, sprawdź poprawność swojej hipotezy w innym systemie.

Zadbaj o regularne analizy. Przegapisz ważne trendy, krytyczne problemy i ekscytujące nowe odkrycia, gdy nie będziesz często zaglądał do statystyk. Po wykryciu problemów możesz podjąć natychmiastowe działania w celu ich rozwiązania. Jeśli popularna witryna kieruje ruch w Twoją stronę, możesz dodać nową treść, która jest istotna dla nowych odwiedzających. Jest to mądry sposób przekonwertowania nowego ruchu na ruch powtarzalny.

Wybór narzędzi do analizy ruchu

Dobre narzędzia do analizy ruchu internautów powinny:

- Zapewnić szeroki zakres danych statystycznych, zawierający jak najwięcej elementów opisanych wcześniej.
- Prezentować dane w formacie „quick-view”, czyli w sposób łatwy i wygodny do monitorowania.
- Ułatwiać porównanie różnych wartości, abyś mógł odkryć, co naprawdę dzieje się z Twoją witryną.
- Przedstawiać dane w przejrzystych tabelach i na wykresach, aby oddać kontekst i znaczenie informacji.
- Zagwarantować dobrą czytelność informacji.

Głównym celem narzędzia do analizy ruchu internautów jest zapewnienie **kontekstu i klarowności**. Dane są tylko nic nieznaczącymi liczbami, jeśli nie otrzymasz odpowiedniego kontekstu, aby odkryć w nich pewną wartość. Jeśli dane nie są przedstawione przejrzysto, odkrycie ich znaczenia staje się nieosiągalne.

Na rynku istnieje wiele naprawdę świetnych narzędzi do analizy ruchu internautów. Ich cena jest rozsądna, a niektóre są nawet darmowe.

Zastosowanie dwóch różnych systemów pozwoli Ci upewnić się co do ważności danych i uzyskać pogląd na zjawiska związane z Twoją witryną.

Jak działają narzędzia do analizy ruchu?

Wszystkie opisane tutaj narzędzia do analizy ruchu internautów wykorzystują mały fragment kodu w języku JavaScript, który zostaje umieszczony na każdej stronie w celu otrzymania danych. Skrypt ten działa jak mała, niewidoczna pluskwa, która rejestruje wszystko, co robią Twoi użytkownicy na witrynie, i zapisuje dane na serwerze.

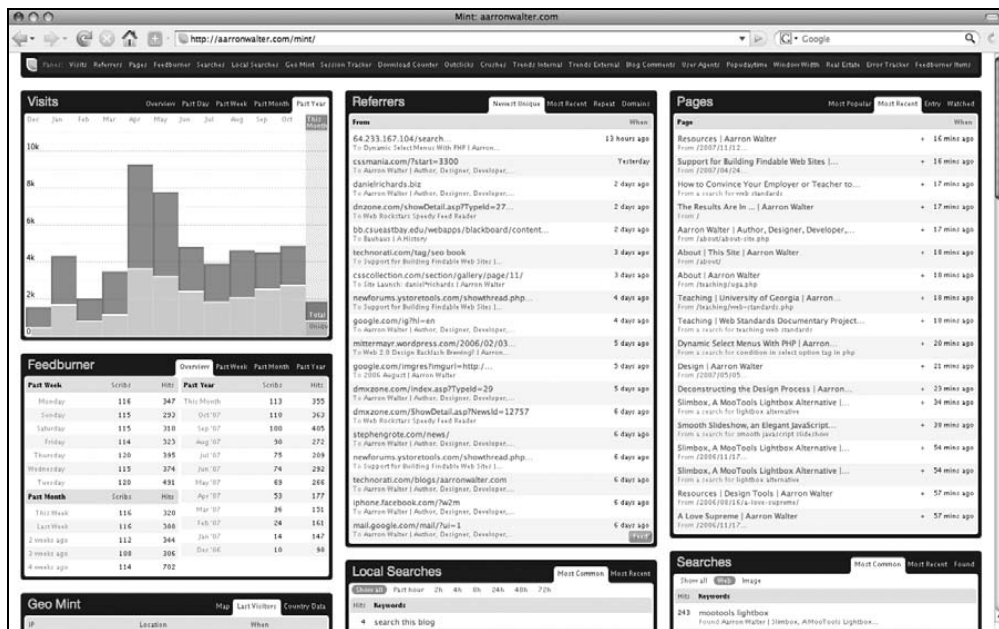
Jeśli Twoja witryna korzysta ze zwykłego wzorca do generowania każdej strony, będziesz musiał tylko dodać kod śledzący do jednego pliku, aby zapewnić śledzenie zdarzeń na wszystkich stronach swojej witryny. Strony statyczne wymagają dodania kodu JavaScript oddzielnie na każdej z nich. Każda witryna oferująca narzędzia do analizy ruchu internautów udostępnia prostą instrukcję instalacji i kilka pomocnych rad.

Mint

To nie przypadek, że Mint (<http://haveamint.com>) pojawia się jako pierwszy na liście znakomitych narzędzi do analizy ruchu internautów. Shaun Inman (<http://shauninman.com>) jest autorem prostego narzędzia, które przedstawia dane w wyjątkowo czytelny sposób, umożliwia szybki dostęp i może być rozszerzone do śledzenia niemal wszystkiego, co potrzebujesz wiedzieć o swojej witrynie. Opłata za zainstalowanie licencji Minta wynosi 30 dolarów od każdej domeny i jest warta każdego grosza.

Jedną z najbardziej fascynujących cech Minta jest jego jednostronicowy interfejs, na którym możesz szybko utworzyć karty dotyczące różnych aspektów zdrowia Twojej witryny (rysunek 13.1). Jest to monolityczny panel sterowania z oddzielnymi oknami danych statystycznych — zwanymi Peppers — każde z nich śledzi różne statystyki i prezentuje je w wielu widokach.

Instalacja Minta i jego wtyczek Pepper jest bardzo prostym procesem, ale wymaga, by Twój serwer WWW obsługiwał skrypty PHP i posiadał bazę danych MySQL do przechowywania gromadzonych danych. Szczegółowa lista wymagań aplikacji Mint wraz z pożytecznym pakietem testów kompatybilności znajduje się na stronie <http://haveamint.com/about/requirements>. Uruchom z poziomu przeglądarki wszystkie testy kompatybilności dla swojego serwera, by upewnić się, że Mint będzie działał prawidłowo, zanim zakupisz licencję.



RYSUNEK 13.1. *Mint Shauna Inmana (<http://haveamint.com>) gromadzi wyrafinowane dane statystyczne na prostym interfejsie w stylu panelu sterowania, co zapewnia łatwy dostęp do informacji o zdarzeniach związanych z Twoją witryną*

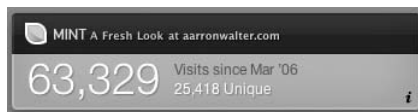
Istnieje mnóstwo darmowych i pożytecznych wtyczek Pepper do Minta. Można je pobrać w sekcji Peppermill na oficjalnej stronie Minta (<http://haveamint.com/peppermill>). Do każdej wtyczki Pepper jest dołączona instrukcja instalacji, która zazwyczaj dotyczy skopiowania folderu do folderu wtyczek Peeper Minta, a następnie aktywacji wtyczki w panelu preferencji. Jeśli instalowałeś kiedykolwiek wtyczkę do WordPressa, łatwo będzie Ci przeprowadzić ten proces.

Chociaż wszystkich wtyczek jest zbyt wiele, by je tu przytaczać, w tabeli 13.1 ograniczyliśmy się do tych, które z pewnością powinieneś uwzględnić przy instalowaniu Minta.

Różnorodność widżetów dla różnych platform sprawia, że będziesz mógł wykrywać obecność na witrynie różnych użytkowników za okres ostatniej godziny, dnia i od początku śledzenia. Na witrynie Peppermill znajdziesz widżety do Mac OS X, Windows Vista i Yahoo! Widget Engine (<http://haveamint.com/peppermill/widgets>). Na rysunku 13.2 pokazano widżet panelu sterowania Mac OS X Dashboard w akcji.

TABELA 13.1. *Najważniejsze wtyczki Pepper do Minta*

Wtyczka Pepper	Autor	Opis
Local Searches	Shaun Inman	Zapisuje wszystkie wyszukiwania lokalne.
FeedBurner	Ronald Heft	Wyświetla statystykę subskrypcji na kanały RSS z FeedBurnera.
GeoMint	Christopher Lupprich	Rejestruje położenie geograficzne internautów i przedstawia rezultaty na mapie Google.
OutClicks	Andrew Sutherland	Śledzi kliknięcia wychodzące z witryny.
Session Tracker	Beau Collins	Śledzi nawigację po witrynie.
Trends	Brett DeWoody	Rejestruje, skąd ludzie przychodzą na Twoją witrynę i jakie są ich trendy nawigacyjne w obrębie witryny.
Blog Comments	Ronald Heft	Pokazuje najświeższe komentarze na Twoim blogu.
Secret Crush	Shaun Inman	Rejestruje adres IP, nazwę hosta i inne dane dotyczące odwiedzających, ma funkcję IP search, która pomaga śledzić zapytania ofertowe.
Error Tracker	Jeff Miller	Śledzi źródło każdego błędu 404 na Twojej witrynie, więc możesz wykryć linki zerwane.
Download Counter	Steve Smith	Śledzi wszystkie pobrania plików z Twojej witryny.
Doorbell	Shaun Inman	Powiadamia w czasie rzeczywistym o przybyciu kogoś na witrynę lub kliknięciu linka wychodzącego.
iPhone	Shaun Inman	Włącza tryb jednokolumnowy dla przeglądania na iPhone.

**RYSUNEK 13.2.**

Po naciśnięciu klawisza F12 dowiesz się, ile osób odwiedziło Twoją witrynę

Jeżeli prowadzisz samodzielną działalność gospodarczą lub pracujesz w agencji obsługującej wielu klientów, rozważ zainstalowanie Minta każdorazowo po zakończeniu projektu, aby zapewnić możliwość śledzenia zdarzeń na witrynie sobie / Twojemu klientowi. Dzięki temu, że Twój klient orientuje się, w jaki sposób jego witryna obsługuje użytkowników, będzie mógł dokonać usprawnień organizacyjnych w celu podniesienia efektywności, co może też zaowocować dodatkowymi zleceniami dla Ciebie.



Alternatywne motywy Minta, wtyczki WordPressa i inne atrakcje związane z integrowaniem Twoich danych z blogiem znajdziesz pod adresem http://haveamint.com/peppermill/other_plugins.



Prezentacje multimedialne Google Analytics na YouTube: http://www.youtube.com/view_play_list?p=7A545E796C2CFA72

Google Analytics

Google Analytics (<http://www.google.com/analytics>) jest bodaj najbardziej znanym na rynku narzędziem do analizy ruchu internautów. Jest ono potężne, łatwe w stosowaniu, dostarcza świetnych danych, a na dodatek, jak większość innych aplikacji i usług Google, całkowicie darmowe.

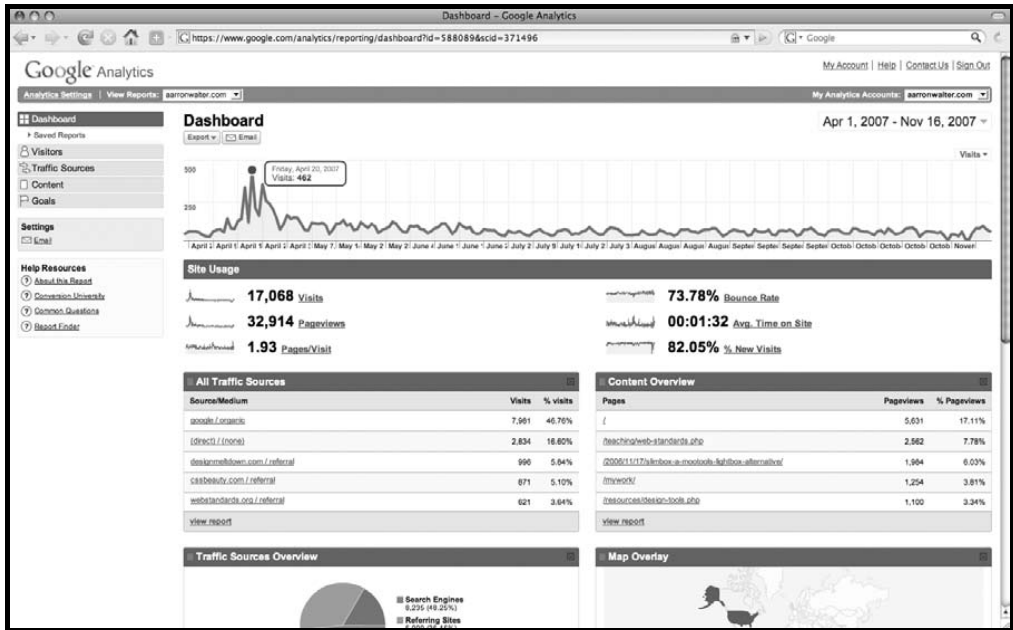
Mint jest znakomitym narzędziem do codziennej kontroli kondycji Twojej witryny, ale to Google Analytics jest narzędziem, którego będziesz chciał używać, aby wniknąć głębiej w analizę danych i zobaczyć je w różnych kontekstach.

Przy zakładaniu własnego konta Google Analytics kreator pomoże Ci skonfigurować ten program na potrzeby Twojej witryny. W przeciwieństwie do Minta, Google Analytics nie będzie zainstalowany na Twoim serwerze. Jest zainstalowany na serwerze Google, a Tobie pozostaje tylko dodanie małego fragmentu w kodzie JavaScript w dolnej części każdej strony, aby umożliwić wysyłanie danych statystycznych ze swojej witryny.

Dostosowanie panelu Dashboard (Panel)

Kiedy zalogujesz się do Google Analytics, w panelu sterowania pojawi się podsumowanie kluczowych zdarzeń, które miały miejsce na Twojej witrynie. Liczba unikalnych odwiedzin jest przedstawiona graficznie u góry strony, w celu zilustrowania trendów. Możesz dopasować zakres danych, by otrzymać szerszy obraz ruchu na Twojej witrynie, łatwo wykryć wartości maksymalne i minimalne w okresie jednego roku oraz rozpoznać trendy, jak pokazano na rysunku 13.3.

Możesz skonfigurować panel *Dashboard (Panel)* programu Google Analytics w taki sposób, by zawierał tylko te dane, które są dla Ciebie najważniejsze. W górnej części, przy przeglądaniu każdej sekcji danych zobaczysz przycisk *Add to Dashboard (Dodaj do panelu)*. Ilustruje to rysunek 13.4. Po każdym kliknięciu tego przycisku w panelu pojawia się nowe okienko, które możesz umieścić w dowolnym miejscu metodą „przeciągnij i upuść”.



RYSUNEK 13.3. Google Analytics (<http://www.google.com/analytics>) umożliwia dostosowanie panelu głównego, aby uzyskać szybki wgląd do statystyk dotyczących witryny. Możesz jednym kliknięciem przeyść do danych szczegółowych i regulować ich zakres, aby wykryć trendy w ruchu internautów



RYSUNEK 13.4. W górnej części każdej wewnętrznej strony Google Analytics znajdziesz przycisk umożliwiający dodawanie aktualnych danych

Oprócz przycisku *Add to Dashboard* (Dodaj do panelu) na każdej stronie z danymi znajdują się przyciski do wysyłania poczty elektronicznej lub eksportowania danych. Obydwa są szczególnie przydatne przy gromadzeniu danych dla klienta. Dane można eksportować do plików o różnych rozszerzeniach, między innymi PDF, XML, CSV i TSV.

Śledzenie kampanii AdWords

Jeśli prowadzisz kampanie reklamowe z wykorzystaniem programu Google AdWords (<http://adwords.google.com>), będziesz mógł śledzić status i wskaźnik konwersji każdego ogłoszenia z poziomu Google Analytics. W przypadku gdy nie znasz jeszcze programu AdWords, jest to platforma ogłoszeniowa, która pomaga w tworzeniu prostych ogłoszeń tekstowych w powiązaniu ze

słowa kluczowymi i wyświetla je obok listy wyników wyszukiwania Google oraz na witrynach stowarzyszonych z Google. Definiujesz budżet miesięczny na swoją kampanię ogłoszeniową i płacisz tylko wtedy, gdy użytkownicy klikają w Twoje ogłoszenia.

Google Analytics śledzi słowa i frazy kluczowe, które powodują wyświetlanie Twoich ogłoszeń, i informuje Cię, jak często są one klikane. Otrzymujesz nawet sugestie innych słów kluczowych, które mogłyby poprawić częstotliwość klikania.

Po zarejestrowaniu własnego konta AdWords otrzymasz skrypt JavaScript do umieszczenia na ważnych stronach witryny w celu śledzenia konwersji. Konwersja polega na tym, że odwiedzający wykona zaplanowane zadanie, jak dokonanie zakupu lub zapisanie się na listę wysyłkową. Gdy użytkownik kliknie ogłoszenie i przejdzie na stronę z kodem śledzenia konwersji, Google Analytics rejestruje konwersję (rysunek 13.5).

RYСУNEK 13.5. Google

Analytics może być zastosowany do śledzenia sprzedaży elektronicznej, do której doszło dzięki ogłoszeniom AdWords. Śledzi także cele zdefiniowane dla witryny i pozwala sprawdzić, czy ludzie klikający Twoje ogłoszenia wykonują zaplanowane zadania

Site Usage	Goal Conversion	Ecommerce	Clicks	Show all tabs
Goal 1: BW Portfolio 35.00% Site Avg: 30.77% (13.75%)	Goal 3: Album View 5.00% Site Avg: 13.19% (-62.08%)	Goal 4: "Speed" Portfolio 10.00% Site Avg: 16.48% (-39.33%)		
Site Usage	Goal Conversion	Ecommerce	Clicks	Show all tabs
Revenue \$884.43 % of Site Total: 19.75%	Transactions 23 % of Site Total: 20.72%	Average Value \$38.45 Site Avg: \$40.35 (-4.70%)	Conversion Rate 0.62% Site Avg: 0.26% (139.86%)	



Więcej na temat AdWords i śledzenia konwersji możesz przeczytać na stronie

<http://adwords.google>.

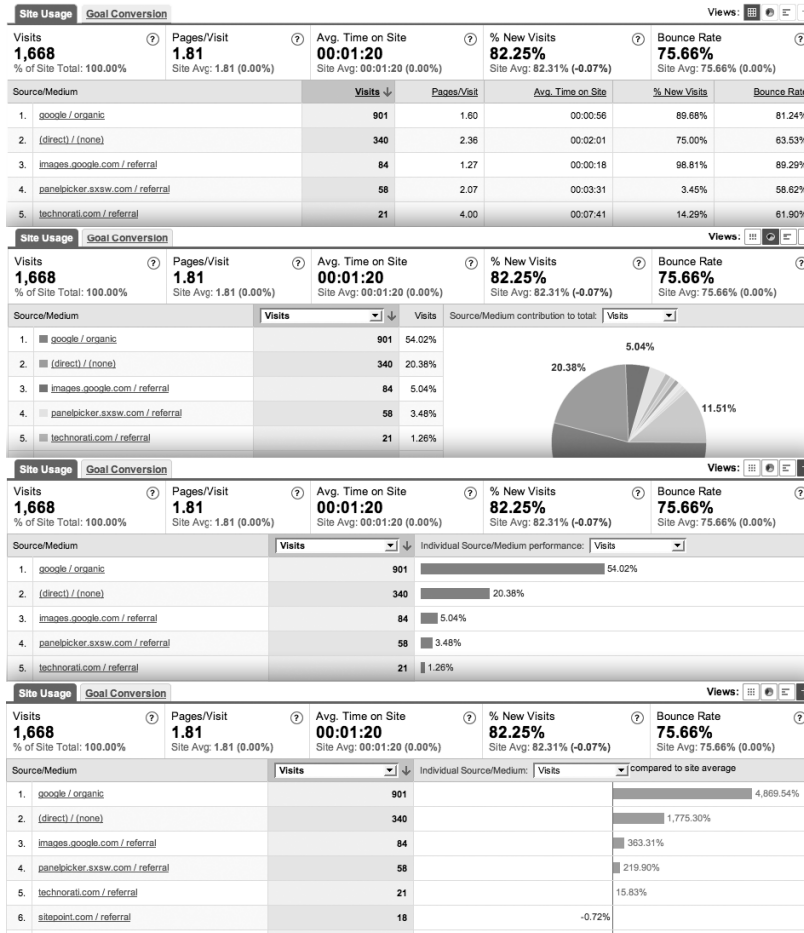
[com/support/bin/answer](http://adwords.google.com/support/bin/answer).

[py?hl=pl&answer=86269](http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?hl=pl&answer=86269)

Google Analytics pokaże Ci nawet wartość wskaźnika zwrotu z inwestycji ROI, jeśli zdefiniujesz wartość pojedynczej konwersji. Jest to znakomity sposób sprawdzenia, czy budżet marketingowy jest dobrze wydawany, co może być cenną informacją dla Twojego klienta.

Opcje wizualizacji danych

W programie Google Analytics dane możesz oglądać na różne sposoby, co ułatwia zrozumienie ich znaczenia (rysunek 13.6). Przeglądając każdą sekcję, zobaczysz opcje *Views* (widoki) w górnej części każdej tabeli z danymi. Możesz wybrać jedną z czterech opcji wizualizacji: widok prostej tabeli, widok wykresu kołowego, widok wykresu słupkowego i widok porównania. Szczególnie interesujący jest widok porównania, ponieważ każda strona, słowo kluczowe lub inne dane są porównane do przeciętnej dla całej witryny.



RYSUnek 13.6. Google Analytics umożliwia oglądanie danych w każdej sekcji na cztery różne sposoby, z których każdy daje unikalną perspektywę

Śledzenie słów kluczowych

Dla nikogo nie jest zaskoczeniem, że Google Analytics wykonuje świetną pracę, identyfikując słowa kluczowe, które generują największy ruch na Twojej witrynie. W ustaleniu efektywności słów kluczowych pomocne mogą się okazać takie dane, jak średnia liczba oglądanych stron, współczynnik odrzuceń i średni czas pobytu na Twojej witrynie po wykonaniu wyszukiwania dla tych słów kluczowych, jak pokazano na rysunku 13.7.

Zwróć szczególną uwagę na współczynnik odrzuceń. Wysoka wartość tego wskaźnika sugeruje, że słowo lub fraza kluczowa nie jest dobrym wyborem albo Twoja witryna nie zawiera wystarczającej ilości informacji na ten temat.

Dobre słowo kluczowe = długi pobyt na witrynie + niski współczynnik odrzuceń

Keyword	Visits ↓	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate
8. <i>teaching web standards</i>	62	3.45	00:09:01	3.23%	38.71%
9. <i>reset stylesheet</i>	46	1.13	00:00:16	80.43%	93.48%

Złe słowo kluczowe = krótki pobyt na witrynie + wysoki współczynnik odrzuceń

RYСУNEK 13.7. Te dwie frazy kluczowe mają diametralnie różne wartości współczynnika odrzuceń. Wyrażenie „teaching web standards” ma relatywnie niski współczynnik odrzuceń i sprawia, że odwiedzający przebywają na witrynie średnio dziewięć minut. Wyrażenie „reset stylesheet” przyciągnęło 46 odwiedzających, ale wychodzili natychmiast — przeciętny pobyt trwał 16 sekund

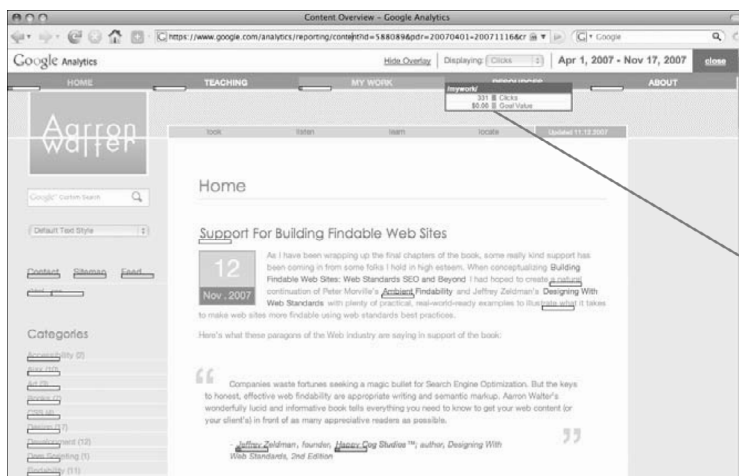
Nie wszystkie odwiedziny na Twojej witrynie mają jednakową wartość. Często spora ich część jest odpowiednikiem wybrania złego numeru telefonu. Niejednokrotnie zdarza się, że użytkownicy mylą się, gdyż nie mogą wybrać właściwych słów kluczowych i przypadkowo wchodzą na strony, które nie zawierają potrzebnej im informacji.

W statystykach znajdziesz wiele słów kluczowych, które generują ruch na Twojej witrynie, ale nie są istotne ze względu na cele postawione przed witryną. Nie martw się, jeśli zobaczysz dużo słów kluczowych o wysokim współczynniku odrzuceń. Skup swoją uwagę na tych słowach i frazach kluczowych, które są istotne z punktu widzenia celów Twojej witryny, i staraj się utrzymać dla nich małą wartość współczynnika odrzuceń poprzez odpowiednie rozmieszczenie treści, szatę graficzną i organizację swoich stron.

Dzięki starannemu śledzeniu słów kluczowych będziesz mógł lepiej zrozumieć, co najlepiej przyciąga Twoich użytkowników i jak można zatrzymać ich na dłużej. Gdy wykryjesz słowa i frazy kluczowe o niskim współczynniku odrzuceń i dużej wartości średniego czasu pobytu na Twojej witrynie — to są miary sukcesu — opublikuj więcej treści na dany temat. Bardziej niż jakakolwiek sztuczka SEO pomoże Ci to w przyciągnięciu audytorium i zbudowaniu odpowiednich relacji.

Raport Site Overlay

Google Analytics może wyświetlać liczbę kliknięć dla poszczególnych linków na stronach Twojej witryny (rysunek 13.8). Jest to przydatne zwłaszcza dla programistów, architektów informacji i specjalistów od użyteczności, gdyż umożliwia ocenę ich pracy. Jeżeli pewne linki nie otrzymują spodziewanej liczby kliknięć, należy dokonać zmian w szacie graficznej, rozmieszczeniu i opisach tych linków, a następnie obserwować, czy negatywny trend uległ odwróceniu.



Wskazując myszką link w „data overlay”, odsłonięz informację, jak często link był klikany oraz jaki dochód wynika z tych kliknięć

RYСУNEK 13.8. Funkcja „data overlay” pokazuje stan popularności linka znajdującego się w górnej części każdej strony. Klikając po stronach swojej witryny, możesz odczytać te dane

Crazyegg

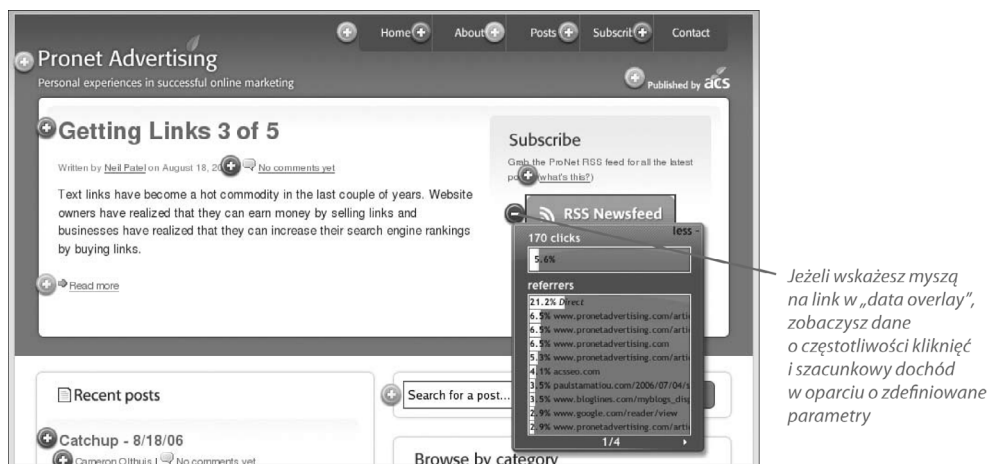
Jeszcze bardziej wyrafinowanym narzędziem do analizy ruchu internautów jest Crazyegg (<http://crazyegg.com>). Istnieją cztery rodzaje widoków danych w tym programie, każdy zaprojektowany w sposób bardzo profesjonalny, umożliwiającą łatwe odczytanie informacji statystycznych.

Data overlay

Funkcja „data overlay” programu Crazyegg pojęciowo przypomina analogiczną funkcję z programu Google Analytics, ale zawiera więcej informacji o stronach odsyłających i podaje, jaki procent wszystkich kliknięć przypada na dany link. Czytelność danych statystycznych na temat linków w Crazyegg jest lepsza niż w Google Analytics.

W przeciwieństwie do Google Analytics Crazyegg oprócz zwykłych kliknięć przycisków HTML śledzi zdarzenia interfejsu JavaScript, co jest szczególnie przydatne do testowania aplikacji internetowych.

Jaki widać na rysunku 13.9, Crazyegg obok każdego linka umieszcza mały przycisk, którego kliknięcie odsłania dane o częstotliwości kliknięć i stronach, które wygenerowały te kliknięcia. Kolor przycisku sygnalizuje popularność odpowiadającego mu linka.



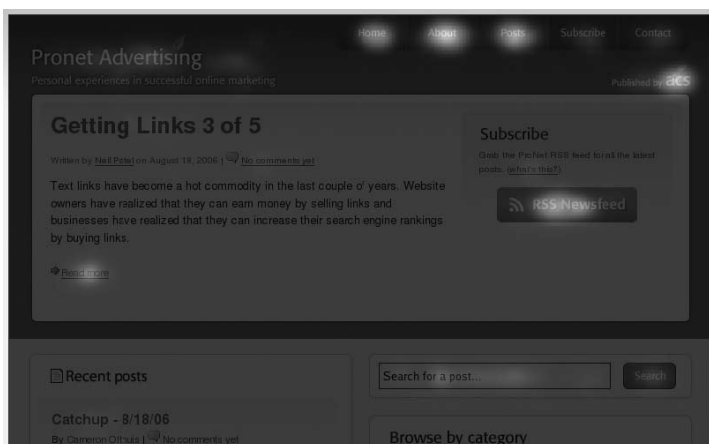
RYСУNEK 13.9. Funkcja „data overlay” programu Crazyegg prezentuje przydatne informacje dotyczące rozmieszczenia miejsc na Twoich stronach, gdzie użytkownicy klikają najczęściej. Śledzenie obejmuje zdarzenia JavaScript, a ponadto otrzymasz informację, skąd pochodzą użytkownicy, którzy klikają przyciski na stronach Twojej witryny

Mapa termiczna

Mapa termiczna najlepiej obrazuje miejsca najczęściej klikane przez użytkowników. Barwy gorące wskazują elementy klikane najczęściej. Ponieważ dane te są nanoszone na przezroczystym zdjęciu strony, można je wykorzystać do testowania szaty graficznej witryny. Przykład mapy termicznej przedstawia rysunek 13.10.

RYСУNEK 13.10.

Mapa termiczna zawiera przezroczyste zdjęcie strony i kolorowe plamy wskazujące najczęściej klikane obszary. Na rysunku obszary te są uwidocznione w postaci jasnych plam. Jest to znakomity sposób testowania jakości interfejsu i jego dostosowania do osiągnięcia celów biznesowych



Lista

Dane możesz także zobaczyć w postaci zwykłej listy. Wówczas łatwo odczytasz takie informacje jak typ elementu (link, przycisk, przycisk graficzny itd.), liczbę kliknięć oraz stosunek procentowy do liczby wszystkich kliknięć na stronie. Widok listy jest najwygodniejszy, gdy trzeba określić, które linki na stronie otrzymują najwięcej kliknięć.

Możesz wyeksportować swoje dane do pliku tekstowego w formacie CSV, który umożliwia łatwe wczytanie i sortowanie danych w programie Microsoft Excel lub innym arkuszu kalkulacyjnym (zob. rysunek 13.11).

Export Lists as CSV

Identified

Unidentified

Both

Element

Type

Clicks

Percent

Pronet Advertising is a proud member of 9rules Network

IMG

176

5.8%

RSS Newsfeed

A

170

5.6%

About

A

156

5.2%

Published by ACS

IMG

137

4.5%

Articles

A

133

4.4%

ProNet Advertising

A

133

4.4%

Home

A

91

3.0%

Search for a post...

INPUT

90

3.0%

ACS

A

81

2.7%

Search Engine Optimization

A

77

2.5%

Buzz Marketing

A

74

2.5%

More articles...

A

61

2.0%

Online Marketing

A

49

1.6%

Read more

A

49

1.6%

Web Analytics

A

47

1.6%

Design

A

46

1.5%

Bloggng

A

43

1.4%

Pay Per Click

A

33

1.1%

Humor

A

32

1.1%

Subscribe

A

26

0.9%

Web Applications

A

25

0.8%

Pronet Ad

Personal experie

Getting

Written by Neil P

Text links ha

owners have

businesses h

by buying link

Read more

Recent p

Catchup -

By Cameron O

Internet search

server farm in

Published by acs

trail the latest

eed

Search

RYСУNEK 13.11.

Na widoku listy wszystkie dane dotyczące kliknięć są umieszczone w tabeli, dzięki czemu można szybko ustalić, które linki na stronie są najpopularniejsze

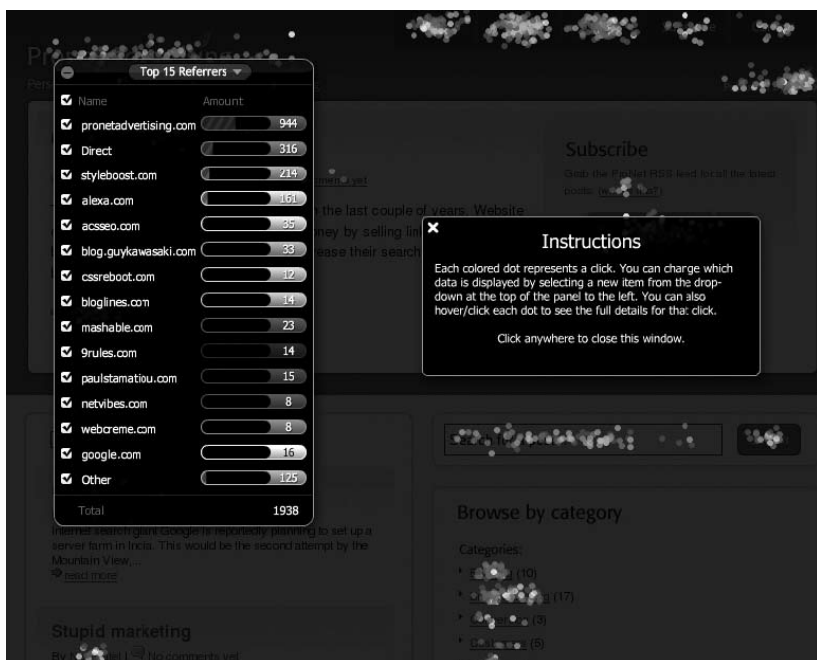
Confetti

Widok confetti prezentuje każde kliknięcie w kontekście strony odsyłającej.

Nie tylko wyświetla rozmieszczenie kliknięć, ale również za pomocą różnych kolorów wskazuje kliknięcia użytkowników przychodzących z określonej witryny. Dzięki temu możesz poznać zainteresowania użytkowników z różnych segmentów swojego audytorium. Przykład widoku confetti znajduje się na rysunku 13.12.

Widok confetti zawiera bardzo szczegółowe informacje o każdym punkcie kliknięcia, takie jak z której wersji przeglądarki i systemu operacyjnego korzystał użytkownik oraz jak długo zastanawiał się, zanim kliknął link.

RYSUNEK 13.12. Na widoku confetti każdy ślad kliknięcia ma kolor przypisany do jednej ze stron odsyłających, z których użytkownicy przychodzą na Twoją witrynę. Mimo zastosowania odcieni szarości zamiast kolorów, wciąż można dostrzec to rozróżnienie. Zwróć uwagę na kliknięcia pochodzące od użytkowników wyszukiwarek. Możesz w ten sposób przekonać się, w jakim stopniu wyszukiwanie dla różnych słów kluczowych wpływa na ich sposób nawigacji w obrębie Twojej witryny



Korzystając z widoku confetti, możesz zaobserwować, czym różni się sposób nawigacji odwiedzających, którzy pojawili się na Twojej witrynie za sprawą wyszukiwania różnych słów kluczowych, od sposobu nawigacji innych użytkowników.

Ceny usług Crazyegg

Crazyegg oferuje wersję darmową, która może śledzić do 5000 odwiedzin miesięcznie dla maksymalnie czterech stron. Stawka za podstawowy plan subskrypcji wynosi 9 dolarów miesięcznie. Wówczas limit miesięczny wynosi 10 000 odwiedzin dla maksymalnie 10 stron. Inne plany mają cenę od 19 do 99 dolarów miesięcznie, przy czym wraz ze wzrostem ceny rośnie maksymalna liczba śledzonych stron. Wszystkie warianty płatne obejmują większą liczbę funkcji zaawansowanych w porównaniu do wersji darmowej, na przykład aktualizację raportu na żywo i udostępnianie raportu. Więcej szczegółów na temat cen i planów subskrypcyjnych znajdziesz pod adresem <https://crazyegg.com/pay/plans>.

ClickTale

ClickTale (<http://www.clicktale.com>) udostępnia dane w inny sposób niż większość pozostałych narzędzi dostępnych na rynku. Sesja każdego użytkownika jest zapisywana na Twoich stronach i można ją odtworzyć jak film — w ten sposób poznasz prawdziwe odczucia użytkownika związane z eksplorowaniem Twojej witryny (rysunek 13.13). Ta funkcja jest także cenna ze względu na analizę użyteczności witryny. Do pewnego stopnia jest nawet lepsza niż standardowe testowanie użyteczności, gdyż umożliwia Ci obserwowanie użytkowników, którzy przebywają w zaciszu domowym i nie odczuwają stresu, a wyniki są przez to bardziej wiarygodne.

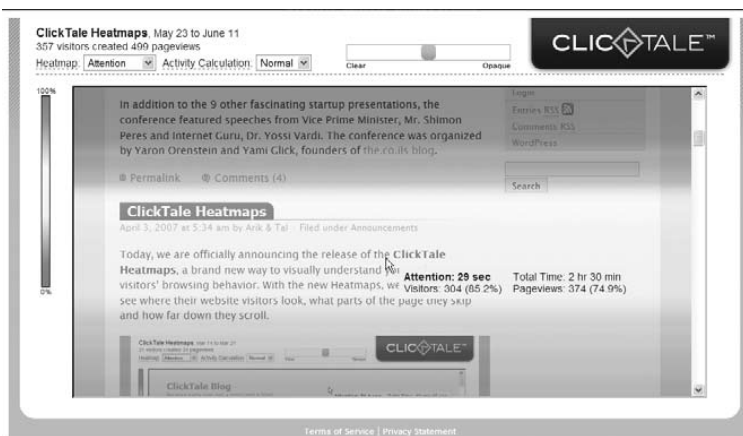


RYSUNEK 13.13. Nagrywanie sesji w programie ClickTale pozwala Ci obserwować zachowanie użytkownika na Twojej witrynie w czasie rzeczywistym. Możesz regulować szybkość odtwarzania sesji użytkownika, by ustalić, w których miejscach się waha i co sprawia mu problemy z użytecznością

Podobnie jak Crazyegg ClickTale stanowi wartościowe uzupełnienie podstawowego narzędzia do analizy ruchu internautów, na przykład Minta lub Google Analytics. Uznasz, że ClickTale jest szczególnie użyteczny wówczas, gdy witryna została niedawno uruchomiona lub przeprojektowana i trzeba znaleźć jej słabe punkty stwarzające problemy z wyszukiwalnością lub użytecznością.

ClickTale ma również funkcję mapy termicznej — przykład takiej mapy pokazano na rysunku 13.14 — która wskazuje miejsca wykonywania kliknięć przez użytkowników i przedstawia podstawowe dane demograficzne, takie

RYSUNEK 13.14. *Podobnie jak Crazyegg ClickTale udostępnia widoki Twoich stron w postaci mapy termicznej, więc możesz ustalić miejsca przyciągające największą uwagę*



jak położenie geograficzne, wersja przeglądarki i systemu operacyjnego. Są to przydatne informacje, ale prawdopodobnie nie z tego powodu zechcesz zapisać się na ich serwisie. Największą wartość ma nagrywanie sesji.

Zrzuty ekranów i opisy tekstowe nie oddadzą wrażeń użytkowników programu ClickTale. Aby przekonać się, jak ciekawym przeżyciem jest odtwarzanie sesji użytkownika, zobacz krótki film na YouTube poświęcony działaniu ClickTale (http://youtube.com/watch?v=_DFYVkdK8Io).

Miej świadomość, że nagrywanie wszystkich sesji użytkowników może ewentualnie spowolnić działanie Twojej witryny, zwłaszcza wtedy, gdy przebywa na niej jednocześnie większa grupa internautów. Być może zechcesz zastosować skrypt po stronie serwera, aby zapis odbywał się co pewien czas i nie nastąpiło przeciążenie serwera. Wystarczy nagrać niektóre sesje, nagrywanie wszystkich jest zbyteczne.

Oferty cenowe programu ClickTale

ClickTale oferuje model subskrypcyjny podobny do modelu Crazyegg. Wersja darmowa umożliwia nagranie do 100 sesji tygodniowo na najwyżej dwóch poddomenach. Płatne subskrypcje zawierają się w przedziale od 19 do 99 dolarów miesięcznie. Możesz nagrywać 100 sesji dziennie w pakiecie „Personal subscription” i 1000 w pakiecie „Pro”. Najświeższe informacje na temat cen programu ClickTale znajdziesz pod adresem <http://www.clicktale.com/pricing.html>.

FeedBurner

W rozdziale 5., w sekcji zatytułowanej „Wykorzystanie witryny FeedBurner w charakterze serwisu aktualizacyjnego”, wykazaliśmy, że FeedBurner (<http://feedburner.com>) jest serwisem do publikowania kanałów RSS oraz śledzenia, transformującym kanały do nowych formatów treści i wzmacniającym te kanały dzięki takim elementom, jak przyciski do szybkiego zarejestrowania się na subskrypcje, podkasty i reklamy, które mogą generować dochód dla Twojej witryny. Teraz, gdy firma Google jest właścicielem FeedBurnera, wszystkie jego usługi wraz z funkcjami dla wersji „Pro” są darmowe.

Z wielu powodów warto wykorzystać FeedBurnera, najważniejszym argumentem są oferowane przez niego statystyki kanałów subskrypcyjnych. Śledzenie odwiedzających Twoją witrynę jest ważne, ale jest to tylko pewien segment Twojego audytorium. Duża liczba użytkowników korzysta codziennie z agregatora kanałów RSS, zamiast wchodzić bezpośrednio na witrynę. Większość systemów do analizy ruchu internautów pomija ten segment audytorium, ale Ty możesz prześledzić wszystkie kanały RSS za pomocą FeedBurnera. Wszystkie Twoje statystyki dotyczące subskrypcji możesz wygodnie zintegrować z Mintem, posługując się wtyczką FeedBurner Pepper.

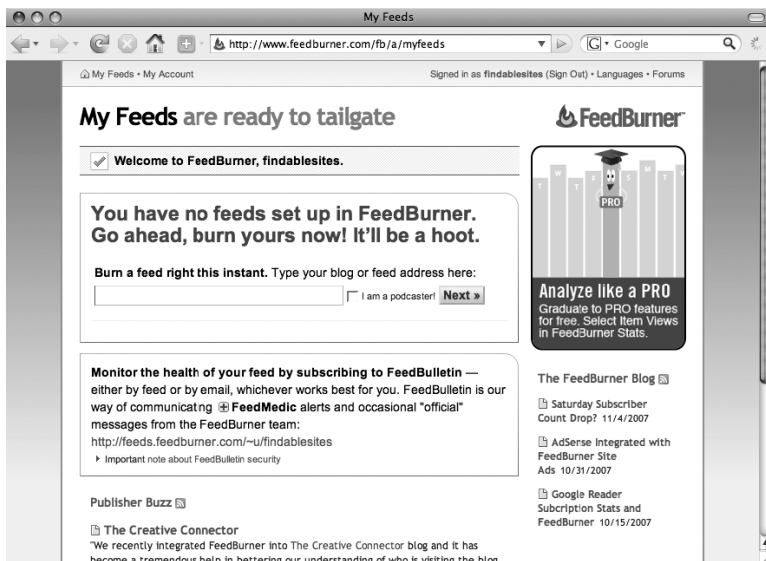
Po założeniu darmowego konta na witrynie FeedBurner <http://feedburner.com> zostaniesz poproszony o adres URL aktualnego kanału RSS, który jest generowany przez Twój blog lub system zarządzania treścią (rysunek 13.15). Wklej go do pola tekstowego na formularzu FeedBurnera. Nastąpi transformacja Twojego kanału do różnych formatów, aby ułatwić użytkownikom przeglądanie wiadomości i dokonywanie subskrypcji.

FeedBurner może sprawić, że Twój kanał stanie się bardziej multimedialny i będziesz mógł wysyłać swoim subskrybentom pliki MP3, PDF i graficzne. Możesz także dodać na końcu każdego wpisu linki do witryn społecznościowych lub dołączyć reklamy z programu Google AdSense, dzięki czemu Twoja witryna zacznie osiągać dodatkowe dochody. Do swojego kanału możesz dodać wiele różnych usług, wszystkie mają charakter opcjonalny i w każdej chwili mogą być włączone bądź wyłączone.

W drugim kroku procesu konfiguracyjnego możesz określić, jakiego rodzaju dane statystyczne na temat Twojego kanału RSS mają być gromadzone przez FeedBurnera. Masz do wyboru następujące informacje:

RYСУNEK 13.5.

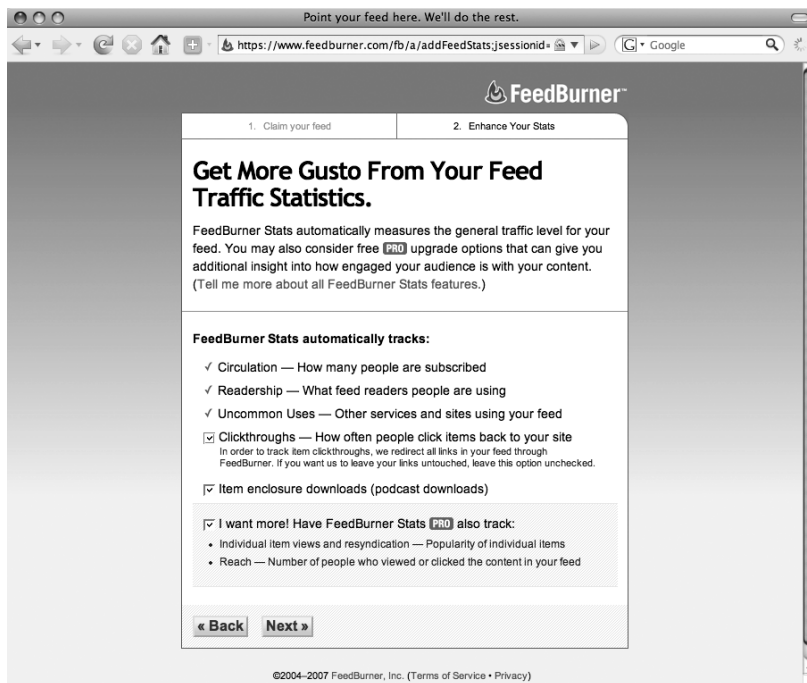
Po utworzeniu darmowego konta na FeedBurnerze skopiuj adres URL swojego kanału, by przetransformować go na różne formaty i udostępnić dodatkowe funkcje, które zwiększą jego atrakcyjność



- Ile osób posiada subskrypcję na Twój kanał RSS.
- Jakimi czytnikami kanałowymi posługują się użytkownicy.
- Inne witryny i serwisy, które mogą korzystać z Twoich kanałów.
- Jak często ludzie klikają linki do Twojej witryny w kanale RSS.
- Kto pobierał pliki MP3 lub PDF.
- Jak wyglądają poszczególne pozycje w Twoim kanale **(tylko dla wersji „Pro”)**.
- Ile osób klikało lub oglądało pozycje w Twoim kanale **(tylko dla wersji „Pro”)**.

Wersja „Pro” kiedyś była płatna, ale po przejęciu FeedBurnera przez Google w roku 2007 (<http://www.feedburner.com/google>) stała się również darmowa. A zatem możesz wypróbować wszystkie funkcje, jak pokazano na rysunku 13.16.

Aby zakończyć proces konfiguracji, będziesz musiał zamienić link do kanału RSS na Twojej witrynie na link dostarczony przez FeedBurnera. Na zakończenie tego procesu otrzymasz pomocną dokumentację i wtyczki do popularnych platform blogowych.



RYSUNEK 13.16.

FeedBurner gromadzi dużo cennych danych na temat dystrybucji i wykorzystania Twojego kanału RSS. Wszystkie opcje związane ze śledzeniem są darmowe, więc możesz wypróbować każdą pozycję z drugiego etapu konfiguracji

Możesz również zastosować przekierowanie 302, by zamienić swój kanał na kanał FeedBurnera. W rozdziale 3. opisaliśmy przekierowanie 301 — powiadomienie o stałej zmianie położenia pliku. Podobnie działa przekierowanie 302, jednak oznacza ono **zmianę tymczasową**. Możesz dodać kilka prostych wierszy kodu źródłowego do pliku `.htaccess`, by wskazać, że Twój aktualny kanał z bloga został skierowany do FeedBurnera — zajrzyj do rozdziału 3. i przeczytaj informacje na temat pliku `.htaccess`.

Korzystając z przekierowania tymczasowego, możesz zachęcić użytkowników do subskrypcji swojego domyślnego kanału RSS i jednocześnie skorzystać z możliwości FeedBurnera. Jeżeli zrezygnujesz z usług FeedBurnera, wystarczy usunąć przekierowanie w pliku `.htaccess` — nie stracisz subskrybentów. Adres URL kanału wobec Twoich użytkowników nie ulegnie zmianie.

Oto przykład utworzenia przekierowania 302 na kanał FeedBurnera:

```
RewriteEngine on
RewriteRule ^feed\.xml$ http://feeds.feedburner.com/AaronWalter
[R=302,L]
```

Jeżeli w Twoim pliku `.htaccess` występują inne przekierowania, nie musisz przepisywać pierwszego wiersza z podanego przykładu, gdyż jest to komenda, która włącza mechanizm „rewrite”. Dwa wyróżnione fragmenty drugiego wiersza zastąp swoją domyślną nazwą pliku kanałowego oraz nazwą użytkownika na witrynie FeedBurner.

W ciągu kilku dni od uruchomienia Twój kanał RSS zacznie wysyłać dane z powrotem na Twoje konto w FeedBurnerze i będziesz mógł zapoznać się ze statystykami (rysunek 13.17). Codzienne śledzenie statystyk Twojej witryny dostępnych w FeedBurnerze i innych narzędziach do analizy ruchu może być uciążliwe, toteż wygodniejsze może się okazać agregowanie danych gromadzonych przez FeedBurnera i przekazywanie ich do Minta. Na szczęście istnieje darmowa wtyczka do Minta. Możesz ją pobrać na stronie <http://haveamint.com/peppermill/pepper/48/feedburner>. Do pliku jest dołączona instrukcja instalacji wtyczki.

RYСУNEK 13.17. Wtyczka do FeedBurnera wyświetla aktualną liczbę Twoich subskrybentów oraz liczbę pozycji w Twoim kanale obejrzanych w ciągu jednego dnia, tygodnia, miesiąca i roku

Feedburner

Overview

Past Week

Past Month

Past Year

Past Week	Scribs	Hits	Past Year	Scribs	Hits
Monday	116	347	This Month	113	355
Sunday	115	293	Oct '07	110	363
Saturday	115	310	Sep '07	100	405
Friday	114	323	Aug '07	90	272
Thursday	120	395	Jul '07	75	209
Wednesday	115	374	Jun '07	74	292
Tuesday	120	491	May '07	69	266
Past Month	Scribs	Hits	Apr '07	53	177
This Week	116	320	Mar '07	36	151
Last Week	116	388	Feb '07	24	161
2 weeks ago	112	344	Jan '07	14	147
3 weeks ago	108	306	Dec '06	10	98
4 weeks ago	114	702			

Zanim skonfigurujesz wtyczkę do przechwytywania statystyk korzystania z kanałów RSS, ustal najpierw wartość identyfikatora kanału. Odczytasz ją na końcu adresu URL, jak w tym przykładzie: <http://feeds.feedburner.com/AarronWalter>.

Wystarczy podać identyfikator kanału FeedBurnera w panelu preferencji Minta (rysunek 13.18). Jeżeli masz więcej niż jeden kanał, możesz utworzyć zakładki, oddzielając identyfikatory przecinkami.

Monitorowanie szumu wokół witryny

Narzędzia do analizy ruchu internautów nie są jedynym sposobem śledzenia szumu związanego z Twoją witryną. Google (<http://www.google.com/alerts>) i Yahoo! (<http://alerts.yahoo.com>) oferują serwisy alertowe, które będą Ci wysyłać wiadomości poczty elektronicznej, gdy w ich indeksie pojawią się dane spełniające określone warunki. Dodaj alerty z nazwą i adresem URL swojej firmy, aby otrzymywać powiadomienie, gdy na innych witrynach pojawiają się informacje na Twój temat. Czy słyszysz ten gwar?

Dzięki liście na witrynie Technorati (<http://technorati.com>) możesz zdefiniować warunki śledzenia blogosfery. Zapisz się na kanał RSS, by otrzymywać informacje o wszystkich wzmiankach na Twój temat.

Wiele ciekawych narzędzi i porad dotyczących monitorowania szumu wokół Twojej witryny znajdziesz na witrynie Smashing Magazine (<http://www.smashingmagazine.com/2006/11/24/buzz-monitoring-observing-und-tracking>).

RYSUNEK 13.18.

Po wpisaniu identyfikatora kanału w panelu preferencji wtyczki do FeedBurnera będziesz otrzymywał w środowisku Minta statystyki dotyczące Twoich subskrypcji

UWAGA

Korzystając z Czytnika Google w ramach Centrum dla webmasterów, możesz dowiedzieć się, ilu subskrybentów czyta Twój kanał za pośrednictwem tego właśnie programu. Więcej szczegółów na ten temat znajduje się w sekcji „Statystyki subskrybentów” rozdziału 10.

