

Tisková zpráva

Praha, 24. února 2019

10 nejdůležitějších metrik v Google Analytics, které se vyplatí sledovat

Webové stránky s atraktivním obsahem jsou předurčeny k tomu, aby přiváděly velký počet návštěv. Ještě důležitější je ovšem této návštěvnosti využít a přimět uživatele k nákupu. Aby se to firmám povedlo, musí znát dokonale své uživatele. Agentura LCG New Media shrnula v následujícím textu 10 nejdůležitějších metrik, které se vyplatí v Google Analytics sledovat.

1. Nový vs. vracející se návštěvníci

Je velmi důležité odlišit nové návštěvníky, kteří na váš web přišli poprvé, od vracejících se. Obě skupiny mají zpravidla rozdílné statistiky jako např. konverzní poměr, bounce rate, průměrná doba na stránce, počet stránek za návštěvu apod.

2. Zdroje návštěvnosti

V ideálním případě by na web měli přicházet návštěvníci z různých zdrojů. Základními zdroji jsou:

- přímá návštěvnost (direct)
- návštěvnost z vyhledávačů (organic)
- návštěvnost z odkazujících stránek (referral)

Sledujte statistiky pro jednotlivé zdroje. Máte nízkou přímou návštěvnost? Váš brand pravděpodobně bude málo známý nebo obtížně zapamatovatelný.

3. Interakce za návštěvu

I když návštěvníci stránek vytvářejí minimum konverzí, je nutné sledovat jejich chování na webu. Sledujte čas strávený na stránce, komentáře či recenze, které napíšou apod. Jen důsledným mapováním chování návštěvníků získáte dokonalý přehled o jejich potřebách a bude snadnější přimět je ke konverzi.

4. Hodnota 1 návštěvy

Přestože je obtížné, především u nekomerčních webových prezentací, vyčíslit hodnotu jedné návštěvy webu, je vhodné se o to alespoň pokusit. Zkuste si vyčíslit jakou cenu má pro vás komentář, recenze či sdílení obsahu. Pokud budete mít tyto interakce ohodnocené, můžete svým návštěvníkům nabídnout např. voucher na další nákup v určité hodnotě za přidání recenze.

5. Bounce rate

Vysoká míra okamžitých odchodů bude naznačovat několik věcí, mezi které patří mimo jiné nerelevantní vstupní stránky vzhledem k dotazu, špatný design nebo dlouhá doba načítání stránky. Je vhodné sledovat bounce rate u všech stránek webu a zaměřit se na optimalizaci těch s největší mírou okamžitého opuštění.

6. Náklady na konverzi

Jedná se pravděpodobně o jednu z nejdůležitějších metrik. V případě, že máte vysokou cenu za konverzi, nezáleží na tom, zda návštěvy přináší velké množství konverzí a má web vysoký konverzní poměr.

7. Výstupní stránky

Sledujte, z kterých stránek webu odchází největší počet návštěv, a snažte se je optimalizovat, abyste prodloužili čas, který návštěvník stráví na webu a ideálně ho přiměli ke konverzi.

8. Počet stránek na 1 návštěvu

Průměrný počet zobrazených stránek připadajících na jednu návštěvu. Pokud bude toto číslo vysoké, nemusí to být vždy pozitivní. Velký počet stránek za návštěvu může také znamenat, že návštěvníci nejsou schopni najít to, co hledají, a proto musí prokliknout více stránek.

9. Průměrná doba trvání návštěvy

Čím je web relevantnější vzhledem k hledaným informacím, tím více času návštěvník na stránkách stráví. Pokud je počet interakcí na návštěvu nízký a průměrná doba trvání návštěvy vysoká, mohlo by to znamenat, že webová stránka obsahuje příliš mnoho informací a návštěvníkům trvá déle najít potřebné informace.

10. Počet konverzí

Snažte se měřit maximum věcí. Je vhodné rozdělit konverze na dvě skupiny - hlavní (objednávka, odeslání poptávky) a vedlejší (registrace do newsletteru, stažení souboru).

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu.

Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google a Facebook. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na www.lcgnewmedia.cz/.
