

УДК 339.138:004.7

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕБ-АНАЛИТИКИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ БИЗНЕС-ЗАДАЧ КОРПОРАТИВНОГО САЙТА



Д.А. Фролова

Преподаватель кафедры экономики БГУИР,
магистр экономических наук
frolova.profstud@gmail.com



Ю.А. Янукович

Студентка инженерно-
экономического факультета БГУИР
pinkrest19@gmail.com

Д.А. Фролова

Окончила БГУИР. Область научных интересов связана с механизмами влияния маркетинговых возможностей на формирование и развитие конкурентного бизнеса, нейромаркетинг.

Ю.А. Янукович

Обучается в БГУИР. Область научных интересов связана с современными инструментами интернет-маркетинга, стратегиями развития электронного бизнеса.

Аннотация. В данной статье рассмотрена веб-аналитика как эффективный способ анализа и оценки эффективности деятельности компании в сети Интернет. Проанализированы последние тенденции использования веб-аналитики в мире, а также влияние использования аналитических средств на успешность функционирования предприятия на электронном рынке. Приведены основные этапы веб-анализа корпоративных сайтов и способы решения ключевых бизнес-задач.

Ключевые слова: веб-аналитика, решение бизнес-задач, оптимизация сайта.

Введение.

Digital-технологии в бизнес-процессах сегодня являются естественным решением для эффективной работы компании. Веб-аналитика — это сбор, синтез и анализ данных веб-сайта с целью улучшения его функционирования и качества взаимодействия с пользователями. Компании используют платформы веб-аналитики для измерения и оценки производительности сайта, а также для просмотра ключевых показателей эффективности. Также платформы веб-аналитики оценивают активность и поведение пользователей на веб-сайте, исследуя количество посещений, время, проведенное на сайте, просматриваемые страницы.

Учитывая тенденцию увеличения частоты использования смартфонов при просмотре различных сайтов, повышается качество получаемой, детализированной информации, которая используется в аналитических системах. Соответственно, это формирует устойчивый рост и развитие рынка веб-аналитики. За последнее время годовой темп роста данного рынка составил 19,72%, так к 2030 году прогнозируется увеличение размера рынка и использования систем веб-аналитики более чем в 3,5 раза [1]:

Способы решения бизнес-задач системами веб-аналитики.

Использование систем веб-аналитики актуально для всех компаний, присутствующих в цифровом пространстве. При помощи современных интернет-инструментов компании могут выполнять расширенный анализ различных данных, даже без привлечения программной специалистов по обработке и анализу данных. Предприятия обретают новое конкурентное преимущество и возможность выявить тенденции для дальнейшего развития бизнеса. Системы веб-аналитики помогают решить следующие задачи компаний [2]:



Рисунок 1. Динамика развития мирового рынка Web-аналитики

1) Исследование целевой аудитории. Инструменты веб-аналитики раскрывают ключевые сведения о посетителях вашего сайта, в том числе о среднем времени, проведенном ими на странице, о том, являются ли они новыми или вернувшимися пользователями, а также о том, какой контент привлекает больше всего трафика. С помощью этой информации можно узнать интересы потенциальных клиентов и составить их портрет.

2) Бюджетирование. В комплексной стратегии маркетинга важно рассматривать все каналы дохода и оценивать их эффективность. С данной задачей помогает разобраться аналитика, просматривая все источники трафика, дохода, учитывая наиболее активные сегменты пользователей и будущие прогнозы, составляется наиболее рациональный план распределения бюджета.

3) Оптимизация веб-сайта. Детальный просмотр пути клиента, который проходит по страницам входа, выхода, находит ключевые страницы конверсий, помогает компаниям найти возможные технические ошибки, недочеты в размещаемом контенте и, наоборот, точки роста. Одними из самых используемых систем веб-аналитики в настоящее время являются Яндекс.Метрика и Google Analytics. При помощи них проводят общий анализ работы сайта, оценивают поведение аудитории и рассчитывают эффективность проведенных рекламных кампаний. Установка аналитических систем позволят ответить на один из самых важных вопросов: "Какие действия происходят после перехода на сайт посетителя?".

Ключевые этапы веб-аналитики.

Для того, чтобы инструменты веб-аналитики работали эффективно и приносили значимые результаты, важно соблюдать такие ключевые этапы [3]:

1) Выбор цели. Необходимо выбрать цели, которые должны быть достигнуты. Это может быть увеличение продаж, повышение узнаваемости компании. Бизнес-цели могут оцениваться как количественно, так и качественно.

2) Поиск данных. Второй шаг в веб-аналитике — это поиск и накопление аналитических данных. Данные могут быть собраны с корпоративных веб-сайтов или через системы веб-аналитики (Яндекс.Метрика и Google Analytics).

3) Обработка данных. На следующем этапе происходит обработка, распределение всех данных по сегментам (например, по странам, этапам воронки продаж).

4) Выбор KPI. В веб-аналитике KPI — это показатели для отслеживания и оценки поведения потенциальных покупателей на сайте. Например: количество уникальных пользователей, каналы трафика, конверсии.

5) Разработка стратегии. Этот этап включает в себя внедрение идей для формулирования стратегий, которые соответствуют целям организации. Например, поисковые запросы, выполняемые на сайте, могут помочь организации разработать контент-стратегию на основе того, что пользователи ищут на ее веб-сайте.

б) Испытание стратегий. Компании должны пробовать работать с различными стратегиями, чтобы найти ту, которая самая эффективная. К примеру, А/В-тестирование может помочь узнать, какой контент может больше привлекать аудиторию. В процессе создаются два и более варианта контента, а затем они показываются различным сегментам целевой аудитории, чтобы понять, какая из стратегий подходит лучше.

Заключение.

Следует отметить, что веб-аналитика может стать эффективным маркетинговым инструментом для любой сферы бизнеса. Аналитические системы помогут улучшить качество сайта компании, увеличить долю клиентов среди потребителей, оценить эффективность рекламных кампаний, повысить качество обслуживания посредством формирования успешной стратегии развития в сети Интернет. Организации оценивают свой текущий уровень развития в Интернете на основании получаемых данных, экспериментируют, находят необходимое направление для роста и, как итог, повышают свою конкурентоспособность и прибыльность.

Список литературы

[1] Market Research Future – Web Analytics Market Report - Global Forecast to 2030 [Электронный ресурс]. – URL. <https://www.marketresearchfuture.com/reports/web-analyticst> (дата обращения 16.03.2023).

[2] Amplitude – What is Web Analytics? [Электронный ресурс]. – URL. <https://amplitude.com/blog/web-analytics> (дата обращения 16.03.2023).

[3] TechTarget Contributor – Web Analytics [Электронный ресурс]. – URL. <https://www.techtarget.com/searchbusinessanalytics/definition/Web-analytics> (дата обращения 17.03.2023).

USING WEB ANALYTICS TO SOLVE BUSINESS PROBLEMS OF A CORPORATE WEBSITE

D.A. Frolova,

Lecturer

BSUIR Economics, Master of Economic Sciences

Y.A. Yanukovich

Student of BSUIR

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics

Minsk, Republic of Belarus

E-mail: frolova.profstud@gmail.com, pinkerest19@gmail.com

Abstract. This article discusses web analytics as an effective way to analyze and evaluate the effectiveness of a company's activities on the Internet. The latest trends in the use of web analytics in the world are analyzed, as well as the impact of the use of analytical tools on the success of the enterprise in the electronic market. The main stages of web analysis of corporate websites and ways of solving key business problems are given.

Keywords: web analytics, solving business problems, website optimization.