

4

**Merenje,
analiziranje
i optimizovanje
kampanja**

U OVOM DELU . . .

Procenite vitalnost i efikasnost vaših marketinških kampanja kroz podatke i analitiku koristeći pakete kao što je Google Analytics.

Naučite kako da koristite podeljeno testiranje da biste optimizovali svoje digitalne marketinške kampanje i veb lokaciju.

- » Praćenje posetilaca lokacije pomoću hiperveza
- » Korišćenje paketa Google Analytics da biste videli ko preduzima akciju
- » Segmentacija publike da biste reklame učinili specifičnijim
- » Dubinsko istraživanje publike da biste povećali broj prihvatanja ponuda

Poglavljje **12**

Računanje: poslovanje vođeno podacima

Malo je marketera koji osporavaju značaj prikupljanja podataka. Međutim, da bi kompanije ostale konkurentne, one moraju da odu dalje od prostog sakupljanja podataka kako bi zaista izvukle neku vrednost iz njih. Prosto poznavnje svojih proseka nije dovoljno. Kompanije moraju da analiziraju podatke koje sakupe. Prava analiza podataka jesu podaci s planom. Pomoću alata za prikupljanje podataka kao što je Google Analytics, možete pratiti povrat na investiciju u saobraćaj iz kampanja putem e-pošte, društvenih mreža, plaćenih oglasa itd.

Kada imate mogućnost da pratite povrat na investiciju za svoje kampanje, možete da se rešite onoga što ne daje rezultate i da uložite dvostruko u ono što zaista radi. Na taj način transformišete svoje poslovanje iz onog koje troši vreme, novac i resurse na strategije koje samo *deluju* kao da bi mogle dobro da rade, u poslovanje koje donosi pametne odluke, zasnovane na podacima i *zna* koje strategije će se dobro pokazati.

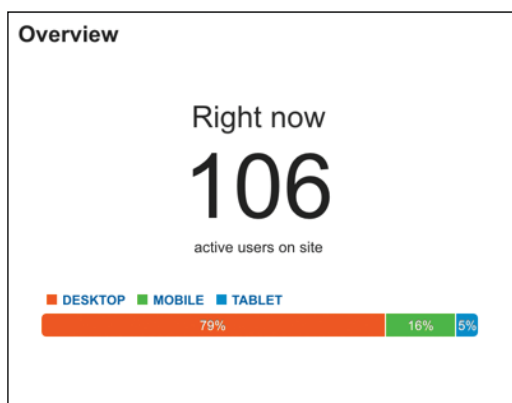
U ovom poglavlju istražujemo šta je analiza podataka i šta može učiniti za vašu kompaniju. Ispitujemo načine da podatke učinite korisnim pomoću alata Google Analytics (koji je besplatan) da biste mogli da napravite precizne, upotrebljive izveštaje iz kojih možete nešto da naučite i koje možete da podelite sa svojim timom, klijentima ili i jednim i drugima.

Prednosti pet paketa za izveštaje Google analitike

Google analitika (Google Analytics) najšire je korišćeni servis za statistiku veb lokacija. Kad ga ispravno instalirate na svoju lokaciju, Google analitika prikuplja podatke o saobraćaju na lokaciji, omogućavajući vam da donosite mudre marketinške i poslovne odluke. Taj analitički paket može da prati posetioce sa pretraživača, društvenih mreža i direktne posete. Google analitika ima osnovnu uslugu, koja je besplatna, kao i premijum verziju. Da biste naučili više o servisu Google Analytics ili kako da ga instalirate na svojoj veb lokaciji, posetite njegov centar za pomoć, Google Analytics Help Center.

Unutar Google analitike nalazi se pet paketa za izveštaje koje možete koristiti da biste raščlanili podatke. Na levoj strani veb lokacije pronaći ćete sledeće izveštaje:

- » **Real Time (realno vreme):** Daje podatke i pokazuje šta se dešava na lokaciji u tom trenutku. Na primer, možete u realnom vremenu videti koliko je posetilaca na lokaciji, koje strane pregledaju i koja je njihova geografska lokacija. Slika 12-1 prikazuje neke od informacija u izveštaju Real Time Overview (pregled u realnom vremenu) servisa Google Analytics.



SLIKA 12-1:
Pogled na izveštaj Real Time u Google analitici.

- » **Audience (posetioци):** Ovaj izveštaj je fokusiran na ljude koji se nalaze na vašoj lokaciji i daje vam uvid u njihove osobine, uključujući njihovu demografiju, interesovanja i ponašanja, elektronski uređaj ili čitač koji koriste za pristup vašoj lokaciji itd.
- » **Acquisition (način dolaska):** Upotrebite ovaj izveštaj da biste otkrili kako su vaši korisnici stigli na lokaciju. Na primer, saznaćete na kojoj veb lokaciji je korisnik bio pre nego što je došao na vašu, ili koju je ključnu reč ili frazu uneo u pretraživač da bi stigao do vaše veb lokacije.

- » **Behavior (ponašanje):** Izveštaji o ponašanju, fokusiraju se na ono što ljudi rade kada stignu na vašu lokaciju. Oni prikazuju informacije kao što su strane koje su posetioци pregledali, koliko su se na njima zadržali i koliko je ljudi otišlo sa te strane.
- » **Conversions (promene):** Izveštaje o konverziji, pokrenućete da biste utvrdili da li korisnici kupuju ili ispunjavaju ciljeve koje ste zadali, kao što je prijavljivanje za vaš bilten ili kupovina nekog proizvoda ili usluge.

Svaki od tih paketa za izveštaje sadrži više izveštaja, a svaki od tih izveštaja može da obavi veoma detaljna ispitivanja. Na primer, možete da pregledate izveštaj Mobile Devices (mobilni uređaji) u paketu Audience (izveštaji o publici) da biste videli po čemu se ponašanje posetilaca razlikuje kada vas posete sa stonog računara, telefona ili tableta. Dok ste u tom izveštaju, Google analitika omogućava da promenite parametre za pregledanje ponašanja zavisno od dobavljača usluga (AT&T naspram Verizon) i operativnog sistema (iOS naspram Android). Ako želite da budete još detaljniji, obavite ispitivanje pritiskajući neki od operativnih sistema da biste videli ponašanje posetilaca navedeno po verziji operativnog sistema.

Razumevanje odakle stiže saobraćaj

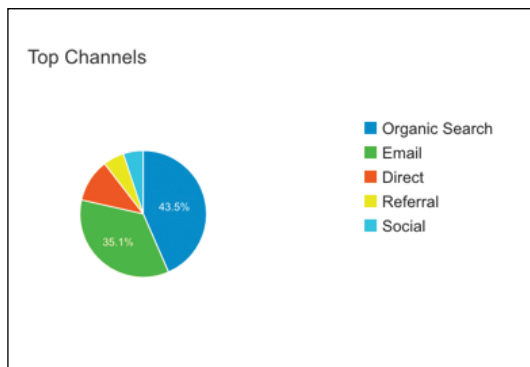
Razni putevi mogu dovesti ljude do vaše lokacije, od reklama, preko upita u pretraživačima, do obeležavanja vaše strane i vraćanja na nju. Evo uobičajenih izvora saobraćaja koje beleži Google analitika:

- » **Email (e-pošta):** Posete onih koji su pritisnuli hiperveze u vašim promocijama i biltenima poslatim putem e-pošte.
- » **Organic search (organska pretraga):** Posete ljudi koji su uneli upit za traženje u pretraživač kao što je Google ili Bing.
- » **Direct (direktan saobraćaj):** Saobraćaj od korisnika koji su u svoj čitač upisali tačan domen vaše lokacije, kao što je Pepsi.com, i otišli pravo na vašu lokaciju. Ukoliko neko obeleži vašu stranu, pa je ponovo poseti koristeći taj obeleživač, i ta poseta će biti zabeležena kao direktan saobraćaj.
- » **Paid search (plaćena pretraga):** Saobraćaj iz plaćene pretrage jeste saobraćaj koji ste kupili, na primer, reklame u pretraživačima koje se plaćaju po pritisku.
- » **Referral (preporuka):** Posetioци sa lokacija koje sadrže hipervezu do vaše veb lokacije, kao što su blogovi i forumi.
- » **Social (društvene mreže):** Posete sa društvenih kanala, kao što je Twitter ili Facebook.



SAVET

Jedan od najkorisnijih izveštaja u Google analitici jeste izveštaj Acquisition Overview unutar paketa Acquisition. To je prvi izveštaj koji bi trebalo da pregledate kada procenjujete zdravlje i performanse veb lokacije. Slika 12-2 prikazuje kružni grafikon iz izveštaja Acquisition Overview koji sadrži razne metode sticanja saobraćaja za veb lokaciju.



SLIKA 12-2:
Izveštaj
Acquisition
Overview u
Google analitici.

Praćenje porekla posetilaca lokacije

Iako analitički programi kao što je Google Analytics prate poreklo posetilaca koristeći svoje podrazumevane parametre, verovatno ćete otkriti da su ti podrazumevani parametri preterano široki da bi obezbedili značajne podatke. Da biste dobili detaljnije (i korisnije) podatke, možete dodati UTM parametre hipervezama koje delite na vebu. UTM je skraćenica za *Urchin Tracking Module*, i to je marker za praćenje koji se dodaje URL adresi. UTM sistem omogućava korisnicima da označavaju hiperveze da bi pratili odakle su posetioci potekli.

Na primer, ako želite da pratite određeni broj potencijalnih kupaca koje je generisala jedna hiperveza podeljena sa vašim ljubiteljima na Facebooku, možete to uraditi koristeći Google analitiku i hipervezu sa UTM parametrima. Jednostavno rečeno, postavite UTM na kraj hiperveze da biste mogli da otkrijete kako ljudi dospevaju na vašu lokaciju i šta rade kada stignu.

Za svaku hipervezu koju želite da pratite, bilo da je na vašem blogu ili na kanalima društvenih mreža, a koja usmerava saobraćaj na pristupnu stranu u vašem posjedstvu, mogli biste da dodate UTM parametre. Dodavanjem koda za praćenje hipervezama koje delite, možete pratiti poreklo posete.

UTM se sastoji od raznih parametara. Evo UTM parametara koji su najbitniji:

- » Izvor kampanje (utm_source)
- » Medij kampanje (utm_medium)
- » Sadržaj kampanje (utm_content)
- » Ime kampanje (utm_campaign)

Svaki od tih parametara objašnjavamo u narednim odeljcima.