



УДК 330.1:004.4

Кузьмінов Є. В.¹

МОДЕЛЮВАННЯ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ САЙТУ КОМПАНІЇ

Запропоновано для побудови інтерактивної системи оцінки ефективності сайту компанії в режимі реального часу використовувати комплексний підхід із застосуванням сервісу веб-аналітики Google Analytics та сучасного інструменту розробки KPI-панелей Klipfolio.

Ключові слова: ефективність сайту, інтернет-статистика, KPI (ключові показники ефективності), онлайн-моніторинг.

ВСТУП

Ефективність і прибутковість інвестицій – це головна мета будь-якого інвестора або власника бізнесу, який вирішив вкласти гроші в розробку комерційного сайту. Специфіка інвестицій у розробку веб-ресурсу така, що визначити рівень віддачі інвестицій не завжди буває так просто. У функціонуванні сайту є багато факторів, які складно прорахувати або передбачити.

Уміння оцінити рівень успішності інвестицій в розробку сайту необхідне кожному інвестору, адже рентабельність ресурсу – це і є головна мета його створення. Для аналізу рентабельності сайту інвестор повинен чітко знати завдання, за допомогою яких

¹ Рецензент – Сергєєва Л. Н., д. е. н., професор



реалізуються бізнес-цілі ресурсу. Крім цього, за допомогою фахівців у сфері веб-технологій потрібно визначити набір показників, за допомогою яких будуть згодом прийматися рішення у процесі розробки веб-сайту. При цьому слід враховувати, що успішність використання сайту залежить від того, наскільки він виправдовує очікування відвідувача або покупця. Все це зумовлює актуальність дослідження та розробки методів оцінки ефективності сайту компанії.

Протягом останніх років питання ефективності веб-проектів та інтернет-маркетингу все частіше стають об'єктом наукових досліджень. Значний доробок у формування теоретичних і методичних засад оцінки ефективності інтернет-компаній внесли такі російські вчені, як І. Т. Балабанов, Л. А. Брагін, М. Б. Зуєв, В. А. Холмогоров, І. В. Успенський та ін. У вітчизняних учених ця проблематика також виступає предметом дослідження.

Окремі аспекти інтернет-маркетингу та функціонування веб-ресурсів висвітлені у працях А. М. Пелецишина, І. А. Козака, А. М. Грехова, Н. О. Бабенко та інших.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є аналіз сучасних засобів та ресурсів оцінки ефективності роботи веб-сайтів, узагальнення наукових доробок у сфері просування web-ресурсів у Інтернеті і розробка комплексного підходу до оцінки ефективності сайту компанії.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Оцінка ефективності сайту компанії неможлива без вивчення даних статистики відвідуваності, за допомогою якої можна виявити потенційно-корисні сайти для розміщення реклами, PR-просування та проведення маркетингових акцій [1]. Важливість аналізу статистики зросла в період економічної кризи, тому що вона пропонує критерії для пошуку надійних джерел трафіку і допомагає ефективніше розподілити маркетинговий бюджет.

За результатами досліджень агенції інтернет-маркетингу «Matik», понад 80 % сайтів використовують тільки безкоштовні сервіси статистики або безкоштовні версії комерційних. Серед них найбільшу популярність отримали Google Analytics (61 %), LiveInternet (50,3 %), SpyLog (36,9 %). Останнім часом в якості другого додаткового лічильника часто встановлюється новий сервіс від Яндекс Метрика (8,5 %) (рис. 1).

Оцінка ефективності сайту компанії неможлива без використання сучасних сервісів веб-статистики, які на ринку інтернет-маркетингу представлені у великій кількості і постійно пропонують клієнтам все більш різноманітні підходи та інструменти для оцінки комерційної ефективності інтернет-ресурсів [2].



Проаналізувавши недоліки та переваги найбільш поширених веб-сервісів інтернет-статистики (табл. 1), можна зробити висновки щодо доцільності використання для оцінки ефективності сайту сервісу Google Analytics як найбільш комплексного, повного і безкоштовного інструменту управління інтернет-проектами.

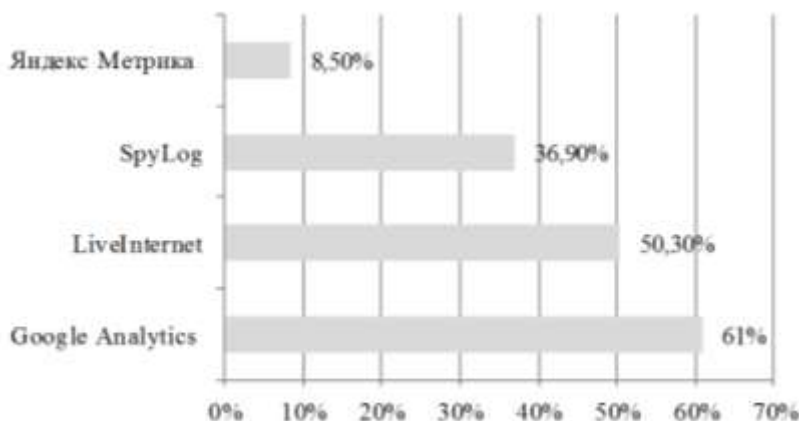


Рис. 1. Поширеність сервісів веб-статистики

Джерело: власна розробка

Серед найбільш доцільних для оцінки сайту компанії критеріїв, які пропонуються проаналізованими сервісами веб-аналітики, можна виділити такі:

1. Перші враження. Непрофесійність, непривабливість та низька швидкість завантаження сайту зменшують кількість потенційних користувачів. Для оцінки перших вражень від сайту можна застосовувати такі критерії:

- URL-адреса – має бути короткою та простою;
- час завантаження (розмір головної сторінки) – найважливіший фактор у відчуттях ефективності роботи не тільки сайту, але і компанії в цілому;
- зовнішній вигляд – сторінки повинні легко читатися, бути ясними і легкими для розуміння;
- унікальна пропозиція – надзвичайно важливо, щоб користувач усвідомив, що сайт компанії для нього потенційно корисний;
- можливість прийняття рішень – сайт повинен бути інтерактивним і заохочувати користувачів до участі;
- перевірка повноважень – наявність на сайті ліцензій та дозволів на діяльність компанії забезпечують довіру користувача;
- контактна інформація – надання контактної інформації, адреси електронної пошти та телефонних номерів дозволяє відчувати користувачу довіру при використанні сайту;
- тощо.



2. Навігація. Пошук інформації на сайті має вирішальне значення для юзабіліті. До критеріїв оцінки якості навігації на сайті належать:

- простота використання – навігаційна система повинна бути інтуїтивно зрозумілою та простою у використанні;
- мапа сайту повинна бути зрозумілою і надавати альтернативну можливість пошуку інформації;
- можливість повернення на головну сторінку з будь-якої іншої сторінки – посилання на головну сторінку має важливе значення для зручності користувача;
- непрацюючі посилання відлякують користувачів і створюють непрофесійний образ компанії;
- текстові, а також графічні посилання (ALT-теги) – графіка не завжди може передати зміст користувачам так, як надання додаткової текстової інформації;
- використання фреймів – ускладнює навігацію сайту.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика сервісів веб-статистики

Веб-сервіс	Характеристика
1	2
Google Analytics	Найбільш повний та безкоштовний веб-сервіс, з найбільшою кількістю інструментів та показників
Site Meter	Надає користувачу поточну статистичну інформацію по сайту та аудиторію
iPerceptions	Надає поглиблену статистику поведінки покупців на сайті, орієнтовану на бізнес-сайти
WebTrends	Дозволяє тестувати як маркетингові аспекти, так і ефективність контенту та юзабіліті сайту
Clickfox	Демонструє, візуалізує та інтерпретує поведінку відвідувачів на сайті
Clickstream	Сервіс статистики, що надається Clickstream та їх партнерами
Coremetrics	Надає найбільш точні та повні дані по поведінку користувача на сайті
DeepMetrix	Комплекс статистичних показників: ефективність компаній, конверсії, ROI тощо
Fireclick	Забезпечує інтеграцію з поштовими адресами провайдерів, партнерськими програмами
Moniforce	Можливість перегляду поведінки користувачів, можливість виправлення наявних недоліків сайту
Mtracking	Статистичні звіти в режимі реального часу з ефективності маркетингової складової сайту
Nedstat	Комплексні звіти для підвищення ефективності і прибутковості онлайн-ресурсів
Omniure	Аналіз слабких сторін веб-сайтів



Продовження табл. 1

1	2
SiteClarity	Перетворення статистичних даних у візуальні макети поведінки користувачів на сайті
StatCounter	Безкоштовний інструмент з можливістю відображення статистики в онлайн-режимі
Woopra	Надає можливість моніторингу в режимі реального часу
Pagealizer	Надає інформацію про те, як довго користувачі перебували на сторінках сайту і на яких саме
Mint	Простий інтерфейс, можливість кількості переглядів, джерел трафіку тощо
VisiStat 6.0	Надає всі необхідні інструменти і звіти для отримання повної картини про поведінку користувачів на сайті

Джерело: власна розробка

3. Зміст. Найважливіша складова успіху будь-якого інтернет-проекту і сайту компанії зокрема. Для оцінки актуальності та оригінальності інформації, розміщеної на сайті компанії, слід використовувати такі критерії:

- корисність інформації – документи, що представлені на сайті, повинні бути високої інформаційної якості;
- ступінь обґрунтованості інформації – інформація, опублікована на веб-сайті, в цілому оцінюється за наявністю такої інформації, як: інформація про особу, яка несе відповідальність за сторінку, кваліфікація цієї особи; дата створення і оновлення сторінки; інформація щодо рубрик сайту, ілюстрації викладу змісту; характеристика джерел інформації і фактичних даних тощо;
- використання графіки – графіка повинна збільшувати вартість веб-сайту, а не зменшувати продуктивність без надання будь-яких реальних вигод для користувачів, використання анімації, використання аудіосупроводу;
- актуальність – документи і матеріали сайту повинні постійно оновлюватися;
- тощо.

4. Наявність підрозділів, які привертають увагу потенційних користувачів: конкурси, спеціальні пропозиції, головні новини, зовнішні посилання, нові матеріали тощо.

5. Поширеність. До критеріїв, за допомогою яких можна оцінити поширеність ресурсу, слід віднести:



- інтуїтивні URL – адреса сайту повинні бути інтуїтивно зрозумілими і бути схожими на назву компанії чи бренду;
- інтуїтивні ключові слова – це стратегічно важливі ключові слова для пошуку інформації;
- використання мета-тегів – дозволяє підвищити поширеність сайту в пошукових системах;
- онлайн-реклама – застосування банерів для оптимізації переходів;
- наявність функції «рекомендувати другу» тощо.

6. Встановлення контакту. Всі бізнес-операції вимагають певного рівня комунікації між зацікавленими сторонами. Тому життєво необхідними критеріями оцінки комунікації на сайті є: наявність на сайті електронної адреси для листування, наявність відгуків, запитів, автоматичних відповідей, контактних телефонів тощо.

7. Сумісність браузерів. Сайт повинен враховувати різноманіття інтернет-браузерів, які пропонуються на ринку.

8. Надійність сайту, тобто здатність сайту підтримувати онлайн-режим роботи. Для оцінки надійності можна використовувати такі критерії, як кількість переходів сайту в офлайн-режим, підтвердження запитів, можливість заповнення форм маркерами тощо [2].

9. Інша корисна інформація. Надання додаткової корисної інформації сприяє зміцненню довіри користувача. Тому для підвищення ефективності сайт компанії повинен обов'язково містити таку інформацію, як: фінансові результати діяльності компанії, сучасні фінансові новини, історія компанії, місія компанії тощо.

До показників ефективності сайту, які пропонуються веб-сервісами аналітики, керівництво компанії має можливість додатково обчислювати та відстежувати необхідні параметри шляхом розробки і впровадження KPI, затребуваних вимогами ринку та галузі, в яких працює компанія [3]. В якості інструменту, який дозволяє ефективно поєднати ці оцінки та зробити процес обчислення автоматизованим і наочним, доцільно використовувати продукти компанії Klipfolio.

Klipfolio – сучасний інструмент розробки KPI (ключових показників ефективності) панелей у режимі реального часу, із «хмарним» розміщенням даних і підтримкою поширених веб-платформ та мобільних платформ [4].

Панель являє собою візуалізацію основних показників ефективності у вигляді діаграм, графіків, фільтрів, які об'єднуються у «десктопні кліпи» (рис. 2). Для розрахунку показників можна використовувати як локальні бази даних, наприклад, файл формату Excel, який розміщено на комп'ютері, так і можливість імпорту даних з «хмарних» сервісів Dropbox, Google Cloud через використання API-інтерфейсів [4].

«Десктопні кліпи» можуть розміщуватися як безпосередньо на сайті компанії в адміністративному розділі, так і у вигляді гаджетів на



робочому столі адміністратора та у вигляді віджетів на мобільних пристроях.



Рис. 2. Мапа локації користувачів сайту

Джерело: власна розробка

Перевагою використання Klipfolio для оцінки та моніторингу ефективності сайту компанії є можливість автоматичної інтеграції даних з найбільш поширеного сервісу веб-аналітики Google Analytics.

Наприклад, такий показник, як унікальна кількість відвідувачів сайту, може бути подано у декількох варіантах, абсолютно автоматично, в режимі реального часу без втручання адміністратора сайту (рис. 3).



Рис. 3. Поточна кількість відвідувачів сайту компанії з початку року на поточний момент часу

Джерело: власна розробка

Система Klipfolio також підтримує можливість поширення аналітики у вигляді «десктопних кліпів» між працівниками компанії шляхом надання доступу окремим працівникам чи шляхом розміщення



всієї інформації на моніторах, які розміщуються в офісі компанії (рис. 4).



Рис. 4. Загальний вигляд KPI-панелі ефективності сайту компанії
Джерело: власна розробка

ВИСНОВКИ

Проведено порівняльний аналіз сучасних веб-сервісів інтернет-статистики та наведено найбільш поширені критерії оцінки ефективності сайту компанії з точки зору користувача.

Запропоновано для побудови інтерактивної системи оцінки ефективності сайту компанії в режимі реального часу використовувати комплексний підхід із застосуванням сервісу Google Analytics та сучасного інструменту розробки KPI-панелей Klipfolio.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зуев М. Б. Интернет-маркетинг: взгляд практиков / М. Б. Зуев, Д. Е. Разваляев. – М. : Вершина, 2008. – 248 с.
2. Пелецишин А. М. Методи побудови ефективних www-систем / А. М. Пелецишин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Інформаційні системи та мережі. – 2002. – № 464. – С. 240–255.
3. Кузьминов Е. В. Оцінка ефективності роботи сайту. Системний аналіз. Інформатика. Управління / Е. В. Кузьминов // Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції. Запоріжжя, 10–11 березня 2011 р. – Запоріжжя, 2011. – С. 118–119.
4. Full-throttle ahead – Best practices for the Gauge KPI visualization [Електронний ресурс]. – Klipfolio Inc. – Режим доступу : <http://www.klipfolio.com/blog/entry/418>.

Дата надходження до редакції – 14.08.2013 р.