

Segmentointi ja suodatus

Professori
Koulu

Digitaalinen analysointi ja seuranta



Co-funded by
the European Union



UNIVERSITY
OF APPLIED
SCIENCES
UTRECHT



Segmentointi ja suodatus

Merkittävä osa kauppakeskuksissa käyvistä matkustajista saapuu kauppakeskukseen vain kuluttaakseen aikaa ja kävelläkseen ympäriinsä. Tästä syystä nämä henkilöt eivät ole kauppojen tai kauppakeskusten kohderyhmiä, eikä heidän tutkimiseen tulisi käyttää aikaa. Näiden henkilöiden sisällyttäminen otokseen saattaa myös vaikuttaa vääristävästi tuloksiin.



Oppimistavoitteet

- Opiskelija osaa suodattaa dataa
- Opiskelija osaa muodostaa analyysin segmenteistä



Aiheet

- Liikenteen suodatus
- Segmentointi

”Virheet, joissa käytetään puutteellista dataa, ovat vähäisempiä kuin virheet, joissa ei käytetä lainkaan dataa.”

Charles Babbage



Co-funded by
the European Union

Liikenteen suodatus





Liikenteen suodatus

Analytiikkaympäristöjen liikenne on suodatettava, jotta sivuston suorituskykyä voidaan analysoida ja ymmärtää tarkemmin:

- Sisäinen liikenne
- Roskapostiliikenne (spämmi)
- Botteja (joillakin verkkosivuilla bottien osuus liikenteestä on yli 90%)



Segmentointi





Segmentointi

Analytiikka-alustojen **segmentoinnilla** tarkoitetaan prosessia, jossa verkkosivuston liikenne jaetaan pienempiin ryhmiin tiettyjen kriteerien, kuten väestörakenteen, sijainnin, käyttäytymisen tai muiden ominaisuuksien perusteella. Näin voidaan tehokkaammin analysoida ja ymmärtää, miten eri käyttäjäryhmät ovat vuorovaikutuksessa verkkosivuston kanssa.



Segmentoituminen on tärkeää seuraavista syistä:

- **Trendien ja toistuvien kaavojen tunnistaminen:** segmentoimalla liikennettä voit tunnistaa trendejä ja toistuvia kaavoja (patterns), jotka eivät välttämättä ole heti nähtävissä, kun tarkastelet dataa kokonaisuutena. Saatat esimerkiksi havaita, että tietyn käyttäjäryhmän konversio- tai poistumisnopeus on todennäköisempi tai että tietyistä sijainnista tai tietyllä laitetyyppillä saapuvalla liikenteellä on suuri sitoutumisaste.
 - **Käyttäjän toiminnan ymmärtäminen:** Segmentoimalla dataa voit saada syvemmän käsityksen siitä, miten eri käyttäjäryhmät ovat vuorovaikutuksessa verkkosivustosi kanssa esim. millä sivuilla he käyvät, kuinka kauan he viiptyvät ja mihin toimiin he ryhtyvät.
 - **Markkinointitoimintojen optimointi:** Segmentoinnin avulla voit tunnistaa, mitkä markkinointikampanjat ovat tehokkaimpia eri käyttäjäryhmille. Näin voit optimoida markkinointitoimenpiteitä ja kohdentaa kohderyhmäsi paremmin.
 - **Parannuskohteiden löytäminen:** Segmentoimalla dataa voit tunnistaa verkkosivustosi alueita, jotka saattavat aiheuttaa ongelmia tietyille käyttäjäryhmille, esim. korkea poistumisprosentti tai matala konversioaste.
 - **Mukautettujen raporttien luominen:** segmenttien avulla voit luoda mukautettuja raportteja ja analysoida dataa liiketoimintatavoitteidesi mukaisesti.
- Segmentointi on tärkeä väline, jonka avulla saadaan parempi käsitys verkkosivuston toiminnasta ja tunnistetaan parannuskohteita. On tärkeää huomata, että segmentointi ei ole välttämätöntä kaikille verkkosivustoille, vaan se riippuu tavoitteista ja kysymyksistä, joihin yrität vastata analytiikallasi.



Co-funded by
the European Union

Aktivointitehtävä

Käyttäkää Google Analytics -demotiliä ja valitkaa Google Analytics 4 - ominaisuus: **Google Merchandise Store**

1. **Tunnistakaa** eri kanavat, jotka kuljettavat liikennettä sivustolle, kuten orgaaninen liikenne, suora liikenne, viittaava liikenne, sosiaalinen haku, sähköposti ja maksullinen liikenne.
2. **Analysoikaa** tiedot sen määrittämiseksi, mitkä kanavat ovat tehokkaimpia uusien käyttäjien hankinnassa.
3. **Luokaa** kaksi segmenttiä, jotka kuvaavat tietyn kanavan kautta saapuneita kävijöitä ja analysoikaa heidän käyttäytymistään ja vertailkaa kaikkien käyttäjien yleiseen käyttäytymiseen. Esim:esim. orgaanisen liikenteen segmentti ja some-liikenteen segmentti vs. kaikki kävijät.
4. **Luokaa** kävijöiden käyttäytymistä kuvaava raportti, jossa on yhteenveto tekemistänne havainnoista ja suosituksista verkkosivuston kehittämiseksi.



Oppimisen vahvistaminen



Oppimisen vahvistaminen

Käyttäkää Google Analytics -demotiliä ja valitkaa Google Analytics 4 - ominaisuus:
Google Merchandise Store

Tavoite: opetella segmentoimaan verkkosivuston liikenne Google Analyticsissa ja saada tietoa eri segmenttien käyttäytymisestä.

1. Luo uusi segmentti
2. Valitse ehdot, joilla liikenne segmentoidaan. Voit esimerkiksi segmentoida sijainnin, laitetyypin tai liikenteen lähteen mukaan.
3. Käytä dataan valitsemiasi segmentointikriteereitä.
4. Analysoi dataa ja tee havaintoja segmentoidun ryhmän käyttäytymisestä. Jos esimerkiksi segmentoit sijainnin mukaan ja huomaat, että tietyn maan vierailijoiden poistumisprosentti on suuri, kannattaa ehkä selvittää, miksi, ja yrittää parantaa vierailijoiden käyttökokemusta.
5. Toista harjoitus eri segmenteillä, jotta saat syvemmän käsityksen eri segmenttien käyttäytymisestä verkkosivustollasi.
6. Luo toinen segmentti.
7. Vertaa eri segmenttejä.
8. Vertaa näitä kahta segmenttiä kaikkien kävijöiden tietoihin.



Peilaus oppimistavoitteisiin

- Osaatko nyt käyttää suodatusta dataan?
- Pystytkö rakentamaan analyysin segmenteillä?



Peilaus oppimiseen

- Mitkä olivat mielestäsi tämän luennon tärkeimpiä asioita?
- Kerro yksi asia, joka todella auttoi sinua oppimaan tänään.



Kysymyksiä?



Co-funded by
the European Union

Vastuuvapauslauseke

DEMS-aineistolla pyritään vahvistamaan korkeakoulujen digitaalisia markkinointitaitoja ja ymmärtämään organisaatioiden keskeiset tarpeet. Saat käyttöösi laajoja diasarjoja, joissa on luokan toimintoja ja tehtäviä sekä yksityiskohtaisia opettajan käyttöohjeita.

Huomautus: aineisto sisältää Internetistä noudettuja sisältöjä ja lukuja, joten siihen tehdään muutoksia. Lähteet on ilmoitettu oikeudenmukaista käyttöä koskevien sääntöjen mukaisesti. Kustantajan vastuu rajoittuu alkuperäiseen aineistoon, joka on tallennettu www.dems.pro. Kaikki materiaali tuotetaan avoimeen käyttöön ja yhteisrahoitetaan Erasmus + - ohjelmasta.

