

SEGMENTACJA I FILTROWANIE

Prowadzący
POLITECHNIKA GDAŃSKA
MODUŁ: ANALITYKA CYFROWA I MONITORING



Co-funded by
the European Union



UNIVERSITY
OF APPLIED
SCIENCES
UTRECHT



Segmentacja i filtrowanie

Znaczny odsetek osób odwiedzających centra handlowe robi to z zamiarem zwykłego spaceru. Z tego powodu osoby te nie są docelowymi segmentami sklepów lub centrów handlowych i nie powinny być wstępnym podmiotem badań. Włączenie ich do próby może zafałszować wyniki.



Cele nauczania

- zastosowanie filtrowania do danych
- analiza struktury z segmentami



AGENDA

- Filtrowanie ruchu
- Segmentacja

**"Błędy przy użyciu nieodpowiednich danych
są znacznie mniejsze niż w przypadku
braku danych".**

Charles Babbage



Co-funded by
the European Union



Filtrowanie ruchu



Filtrowanie ruchu

Należy filtrować ruch na platformach analitycznych, aby dokładniej analizować i rozumieć wydajność witryny:

- ruch wewnętrzny
- ruch SPAM
- boty (w niektórych witrynach boty odpowiadają za ponad 90% ruchu)



Segmentacja



Segmentacja

Segmentacja w platformach analitycznych to proces dzielenia ruchu w witrynie na mniejsze grupy w oparciu o określone kryteria, takie jak dane demograficzne, lokalizacja, zachowanie lub inne cechy. Pozwala to na bardziej efektywną analizę i zrozumienie, w jaki sposób różne grupy użytkowników wchodzą w interakcję z witryną.



Oto kilka powodów, dla których segmentacja jest ważna:

- **Identyfikacja trendów i wzorców:** Segmentując ruch, można zidentyfikować trendy i wzorce, które mogą nie być od razu widoczne, patrząc na dane jako całość. Na przykład, może się okazać, że określona grupa użytkowników jest bardziej skłonna do konwersji lub wyjścia, lub że określona lokalizacja lub typ urządzenia ma wysoki wskaźnik zaangażowania.
- **Zrozumienie zachowań użytkowników:** Segmentacja danych pozwala lepiej zrozumieć, w jaki sposób różne grupy użytkowników wchodzi w interakcję z witryną, np. jakie strony odwiedzają, jak długo pozostają na stronie i jakie działania podejmują.
- **Optymalizacja działań marketingowych:** Segmentacja może pomóc w określeniu, które kampanie marketingowe są najskuteczniejsze dla różnych grup użytkowników, umożliwiając optymalizację działań i lepsze dotarcie do odbiorców.
- **Identyfikacja obszarów wymagających poprawy:** Segmentacja danych pozwala zidentyfikować obszary witryny, które mogą powodować problemy dla określonych grup użytkowników, takie jak wysoki współczynnik wyjść lub niski współczynnik konwersji.
- **Tworzenie niestandardowych raportów:** Segmenty umożliwiają tworzenie niestandardowych raportów i analizowanie danych w sposób dostosowany do celów biznesowych.
- Podsumowując, segmentacja jest ważnym narzędziem do głębszego zrozumienia wydajności witryny i identyfikacji obszarów wymagających poprawy. Ważne jest, aby pamiętać, że segmentacja nie jest konieczna dla wszystkich stron internetowych, zależy to od konkretnych celów i pytań, na które próbujesz odpowiedzieć za pomocą swoich analiz.



Co-funded by
the European Union

Ocena aktywności

Wymaga dostępu do platformy Google Analytics. Grupy uzyskują dostęp do demonstracyjnego konta Google Analytics i wybierają właściwość Google Analytics 4: **Google Merchandise Store**

1. **Zidentyfikuj** różne kanały, które kierują ruch do witryny, takie jak wyszukiwanie organiczne, bezpośrednie, polecane, społecznościowe, e-mail i płatne wyszukiwanie.
2. **Analizuj** dane, aby określić, które kanały są najskuteczniejsze w pozyskiwaniu nowych użytkowników.
3. **Utwórz** dwa segmenty, aby przeanalizować zachowanie użytkowników pozyskanych za pośrednictwem określonego kanału (np. wyszukiwania organicznego i bezpośredniego) i porównaj je z ogólnym zachowaniem wszystkich użytkowników.
4. Wygeneruj raport podsumowujący swoje ustalenia i zalecenia, w tym wszelkie spostrzeżenia uzyskane z analizy zachowań użytkowników.



Działalność konsolidacyjna



Działalność konsolidacyjna

Grupy uzyskują dostęp do demonstracyjnego konta Google Analytics i wybierają właściwość Google Analytics 4: Google Merchandise Store

Cel: Dowiedzieć się, jak segmentować ruch w witrynie w Google Analytics i uzyskać wgląd w zachowanie różnych grup odwiedzających.

1. Utwórz nowy segment
2. Wybierz kryteria, których chcesz użyć do segmentacji ruchu. Na przykład możesz segmentować według lokalizacji, typu urządzenia lub źródła ruchu.
3. Zastosuj wybrane kryteria segmentacji do swoich danych.
4. Przeanalizuj dane i poczyń obserwacje na temat zachowania segmentowanej grupy. Na przykład, jeśli segmentujesz według lokalizacji i widzisz, że odwiedzający z określonego kraju mają wysoki współczynnik odrzuceń, możesz chcieć zbadać dlaczego i spróbować poprawić wrażenia użytkowników dla tych odwiedzających.
5. Powtórz ćwiczenie z różnymi segmentami, aby uzyskać głębsze zrozumienie zachowań różnych grup odwiedzających Twoją witrynę.
6. Utwórz inny segment.
7. Porównaj różne segmenty.
8. Porównaj te dwa segmenty z całkowitymi danymi.



Podsumowanie celów nauczania

- Czy można zastosować filtrowanie danych?
- Czy można tworzyć analizy za pomocą segmentów?



Podsumowanie zajęć

- Jakie ważne pomysły wyniosłeś z dzisiejszych zajęć?
- Coś, co naprawdę pomogło mi się dzisiaj nauczyć, to...



Proszę o pytania



Co-funded by
the European Union