



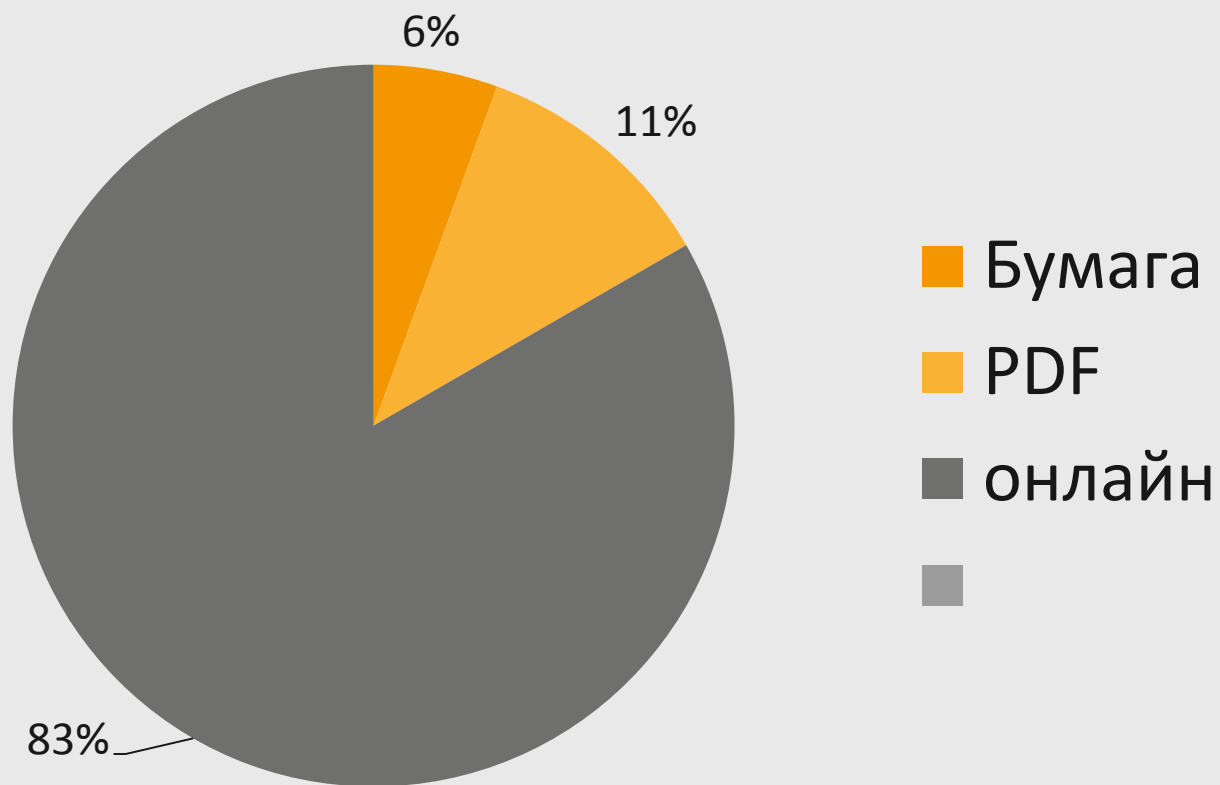
Анализируем эффективность online отчета



В2В дизайн-бюро «Зебра»
Андрей Кожевников
ceo@zebra-group.ru
+7 903 796-17-33



БУМАГА vs PDF vs ONLINE



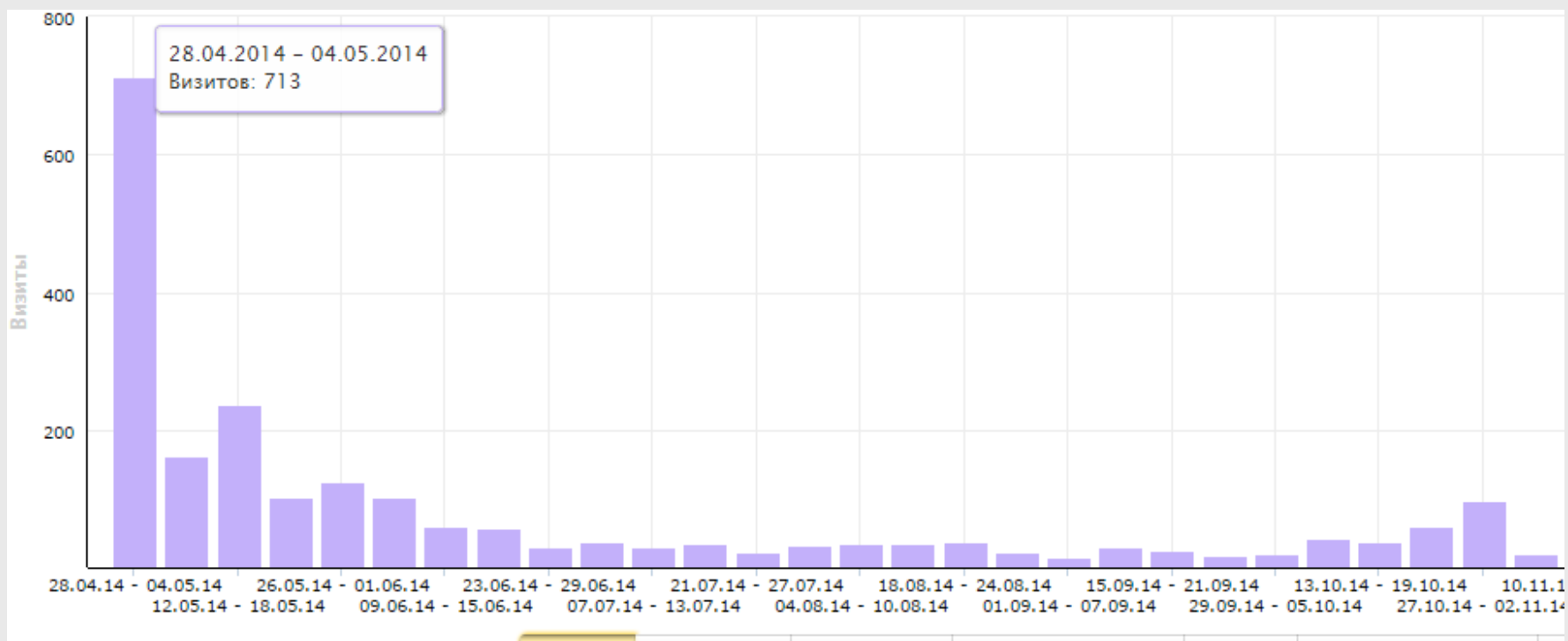
ВАЖНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- ★ **Количественные**
 - ★ Число посетителей
 - ★ Отказы
 - ★ Глубина просмотра
 - ★ Время на сайте
- ★ **Идентификация пользователя**
- ★ **Пользовательское поведение**
- ★ **Технические**

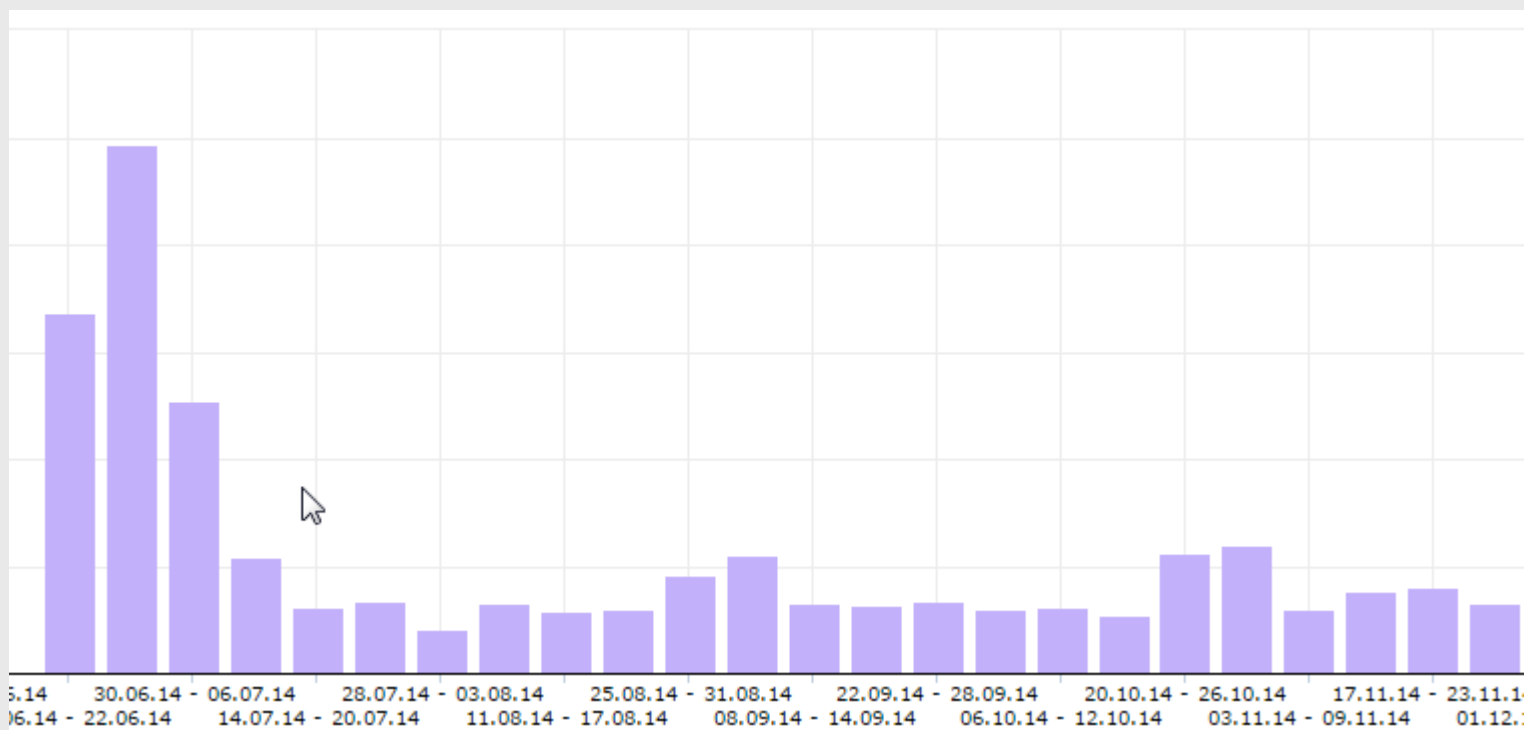
ВАЖНО ЗНАТЬ ПРИ АНАЛИЗЕ

- ★ Аудитория online отчета в разы меньше аудитории корпоративного сайта
- ★ Количественные показатели – повод. Основное – поведение и идентификация
- ★ Наслоение анализа и накопление знаний

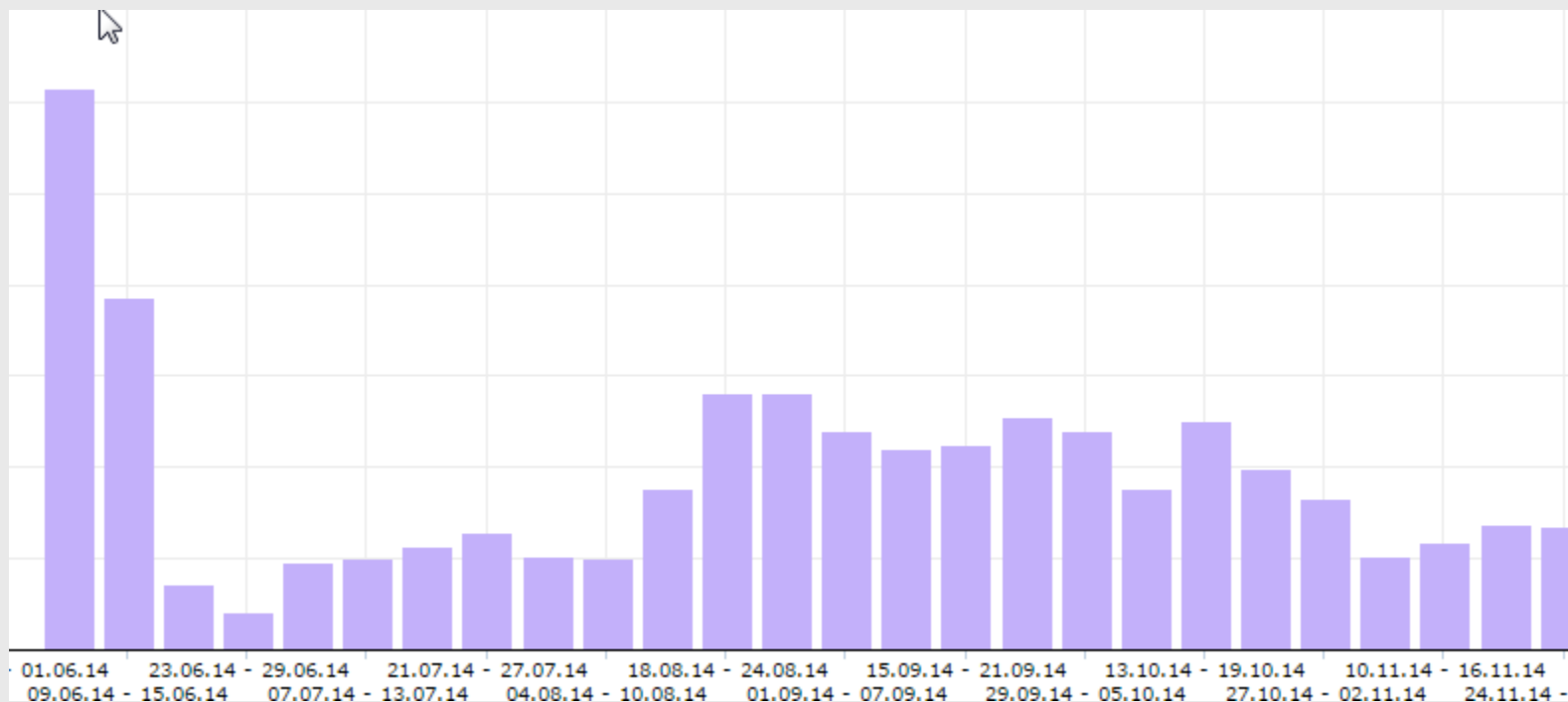
С ЧЕГО НАЧАТЬ: ПОСЕЩАЕМОСТЬ



С ЧЕГО НАЧАТЬ: ПОСЕЩАЕМОСТЬ



С ЧЕГО НАЧАТЬ: ГЛУБИНА



ПОПУЛЯРНЫЕ СТРАНИЦЫ

- ★ Главная
- ★ Финансовые результаты
- ★ МСФО формы
- ★ Ключевые показатели
- ★ Бизнес-модель
- ★ Стратегия
- ★ О Компании

НЕПОПУЛЯРНЫЕ СТРАНИЦЫ

- ★ ВСЕ приложения включая notes
- ★ История компании
- ★ «Интравертный» контент

На обсуждение:

- ★ Риски – если они неактуальны
- ★ География деятельности
- ★ Интерактивный анализ и другие инструменты

ПРИМЕРНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

| Параметр | A | B | C | D | E | F |
|--------------|-------|---------------|--------------|-------|-------|-------|
| Посещаемость | 7 682 | 70 724 | 2 474 | 6 793 | 8 617 | 3 277 |
| Время | 07:36 | 03:09 | 10:52 | 05:31 | 06:51 | 07:55 |
| Глубина | 5,1 | 2,6 | 17,4 | 4,1 | 5,0 | 5,8 |



СПАСИБО
за внимание!

