

Chcete zefektívniť on-line marketing?

Firmy používajú webové stránky na to, aby priamo zarobili alebo vygenerovali nový biznis. Platí to predovšetkým tam, kde je internet hlavným predajným kanálom.

Mať k dispozícii kvalitné dáta v patričnom kontexte znamená poznať trh a jeho potreby. Takto možno prispôbovať dizajn stránky, jej štruktúru, prípadne meniť sortiment či marketingovú stratégiu.

Vďaka analýzám môžete zistiť, ktoré časti webu sú najviac navštevované, čo napríklad indikuje, o aké produkty je záujem. Takisto ľahko odhalíte produkty, ktoré nejdú na odbyt. S touto informáciou môžete zvážiť, či ide o problém produktu alebo napríklad navigácie (produkt sa dá ťažko nájsť).

Analytika umožní skúmať aj čítanosť článkov či sekcií webu, vekovú či demografickú štruktúru návštevníkov, odkiaľ na vaše stránky prišli, dokonca aj nálady spotrebiteľov a podobne. Výsledok takejto analýzy je základom kvalitného rozhodovania na úrovni manažmentu, marketingových či finančných oddelení, ale aj obchodu. Svoje webové stránky takto analyzujú napríklad e-shopy, banky, médiá či digitálne agentúry.

Štandardné nástroje a moderné trendy

Prvou voľbou spravidla bývajú štandardné analytické nástroje, ktoré sú bezplatne k dispozícii pre webové stránky aj sociálne siete, napríklad Google Analytics či Facebook Insights. Majú slušnú funkcionálnosť, sú rýchle a disponujú vlastným webovým rozhraním. Ich problém je však v tom, že pri nich sa všetko začína aj končí jednou webovou stránkou či profilom. To znamená, že pri analýze ďalšej webovej stránky či profilu budete otvárať zakaždým nové okná, dáta práve vyhľadávať a ďalej manuálne spracúvať. V závislosti od objemu dát a počtu webových stránok to potrvá hodiny až dni a netreba zabúdať na neustálu hrozbu chýb.

Ak spravujete viacero webových stránok alebo profilov na sociálnych sieťach, oplatí sa uvažovať nad použitím nástroja data discovery. Ak potrebujete dáta z webu a sociálnych sietí prepojiť s produkčnými systémami, s CRM či ERP a dodať im tak širší zmysel, data discovery sa už stáva nevyhnutnosťou. Dobrá správa je, že štandardné on-line analytické nástroje disponujú rozhraním API, takže dáta z nich dokážete pomerne jednoducho prepojiť s inými systémami.

Správne nastaviť ciele je základ

Ak s analytikou začínate, treba sa zamyslieť nad tým, čo od webu očakávate. Ciele analytiky sa odvíjajú od podnikateľských cieľov. Môže to byť napríklad predaj nejakého konkrétneho produktu na e-shope či vyplnenie žiadosti o úver v banke.

Cieľom v takomto prípade je dostať návštevníka na konkrétnu podstránku, ďalej už štafetu preberá marketing či obchodné oddelenie.

Aby bolo nastavenie analytických aplikácií zmysluplné, treba si zdefinovať ciele tak, aby boli merateľné a aby ste mali ich zrkadlo v obchodných dátach. Mali by ste vidieť priamu linku medzi dosiahnutím nastaveného cieľa a konkrétnym obratom v účtovníctve. Keď to dosiahnete, máte v rukách veľkú silu, pretože viete veľmi presne povedať, čo fungovalo a kde sú rezervy.

V ďalšom kroku je dôležité zistiť, aké sú potreby, a nájsť spôsob, ako osloviť potenciálneho zákazníka. Keďže technológie data discovery dokážu komunikovať s viacerými rozhraniami API naraz, dáta pozbierajú. Tie je potom nevyhnutné rozumne spojiť na jednej platforme. Ďalší krok je hľadanie spoločných dimenzií, spravidla časových, potom zisťovanie, aké detaily a informácie dáta obsahujú. Platí tu pravidlo, „čím viac dát, tým lepšie“.

Automatizácia výstupov

Veľká prednosť nástrojov data discovery je schopnosť automatizovať procesy. Potrebné informácie už netreba vyhľadávať a konsolidovať ručne. Dáta sú zhromažďované a analyzované automaticky a výsledkom sú hotové výstupy v tabuľkách a grafoch, ktoré si svojich adresátov nájdú samy. To ušetrí čas, ktorý môžete investovať inde.

Data discovery umožní naplánovať napríklad nejakú nočnú úlohu, keď sa dáta automaticky stiahnu z Google Analytics alebo iného zdroja. Následne prejdú dátovou transformáciou, vytvorí sa dimenzia a pripoja sa k tomu ďalšie dátové zdroje, ak sú zadané. Údaje sa uložia a na ich základe sa v stanovenom čase znova vygenerujú preddefinované reporty, resp. výstupy. Samozrejme, možno tu definovať príjemcov, dokonca aj filtre – teda každý človek dostane tú informáciu, ktorú potrebuje. Silnou stránkou nástrojov data discovery sú možnosti intuitívnej vizualizácie, ktorá pomôže odkryť aj súvislosti, ktoré na prvý pohľad nie sú zjavné.

Big data nie sú problém

Ak pracujete s rozsiahlymi webovými stránkami, s veľkými počtami položiek či návštev, je dobré starostlivo zvážiť, ako ich budete analyzovať. A hlavne čím. Pri veľkých objemoch záznamov už Excel nepomôže, naproti tomu technológie data discovery zvládnu aj naozaj veľké objemy dát. Zložité analýzy nad databázou v objeme desiatok miliárd záznamov nie sú pri data discovery žiadna výnimka, pričom výsledky sú k dispozícii v priebehu sekúnd.

V našich podmienkach sa síce takýmto objemom dát neblížime, ale státisíce záznamov sú bežné. Okrem toho treba myslieť na to, že objem dát sa neustále zväčšuje, z dnešných státisícov sa môžete o rok či o dva prepracovať pokojne aj k miliónom záznamov. Tu je už naozaj potrebné iné riešenie, ktoré si poradí aj s takými objemami dát a na počkanie zobrazí želaný kontext v prehľadnej a intuitívnej vizualizácii.

Príklad z praxe

Nadštandardná analytika webových stránok a sociálnych sietí à la data discovery nájde svoje využitie aj v holdingovom prostredí s viacerými spoločnosťami, a teda aj stránkami a profilmi. Istá nadnárodná banková skupina riadi z Bratislavy svoj digitálny marketing pre celý región. Na analýzu svojich webových stránok a profilov na sociálnych sieťach využíva technológie data discovery a sleduje tak predaj svojich kľúčových produktov cez internet.

Okrem toho, že banka potrebuje poznať situáciu, musí komunikovať aktuálny stav a prípadné zlepšenia späť do krajín, ktoré tieto weby administrujú. Zároveň umožní efektívne zladit' celoskupinovú stratégiu a aktuálne kampane. Banka takto nahradila „kostrbatý“ Excel a automatizovala časť reportingových procesov. Vďaka širším možnostiam nástrojov data discovery si banka mohla v rámci analýz zdefinovať úplne nové ciele, ktoré dovtedy nebolo možné sledovať pre chýbajúce kapacity.

Aplikácia na mieru

Výsledkom bola jednoduchá aplikácia ušitá na mieru, v ktorej sú na jednom mieste všetky potrebné vizualizácie usporiadané s ohľadom na zadané ciele. V prípade potreby sa dali veľmi jednoduchým spôsobom nadefinovať a doplniť nové. Pracovníci v banke sú dnes schopní analyzovať všetko relevantné od high-level pohľadu so základnými metrikami až po ukazovatele s vysokou úrovňou detailu pre špecializované oddelenia. Tieto údaje sú k dispozícii okamžite na pár kliknutí.

Pritom donedávna musel niekto v každej z krajín regiónu manuálne vyťahovať dáta z on-line analytického nástroja, čo bolo náročné na čas aj pozornosť. Technológie data discovery ušetrili banke a jej pracovníkom desiatky hodín času mesačne. Namiesto vyplňania a konsolidovania „Excelov“ sa teraz môžu venovať analýzám biznisu, ktoré majú reálny dosah na ich príjmy. Implementácia takéhoto riešenia pritom vôbec nebola zložitá a od zadaného konceptu po prvé výsledky uplynulo len niekoľko dní.

» JURAJ MIŠINA

BI Specialist v spoločnosti EMARK

