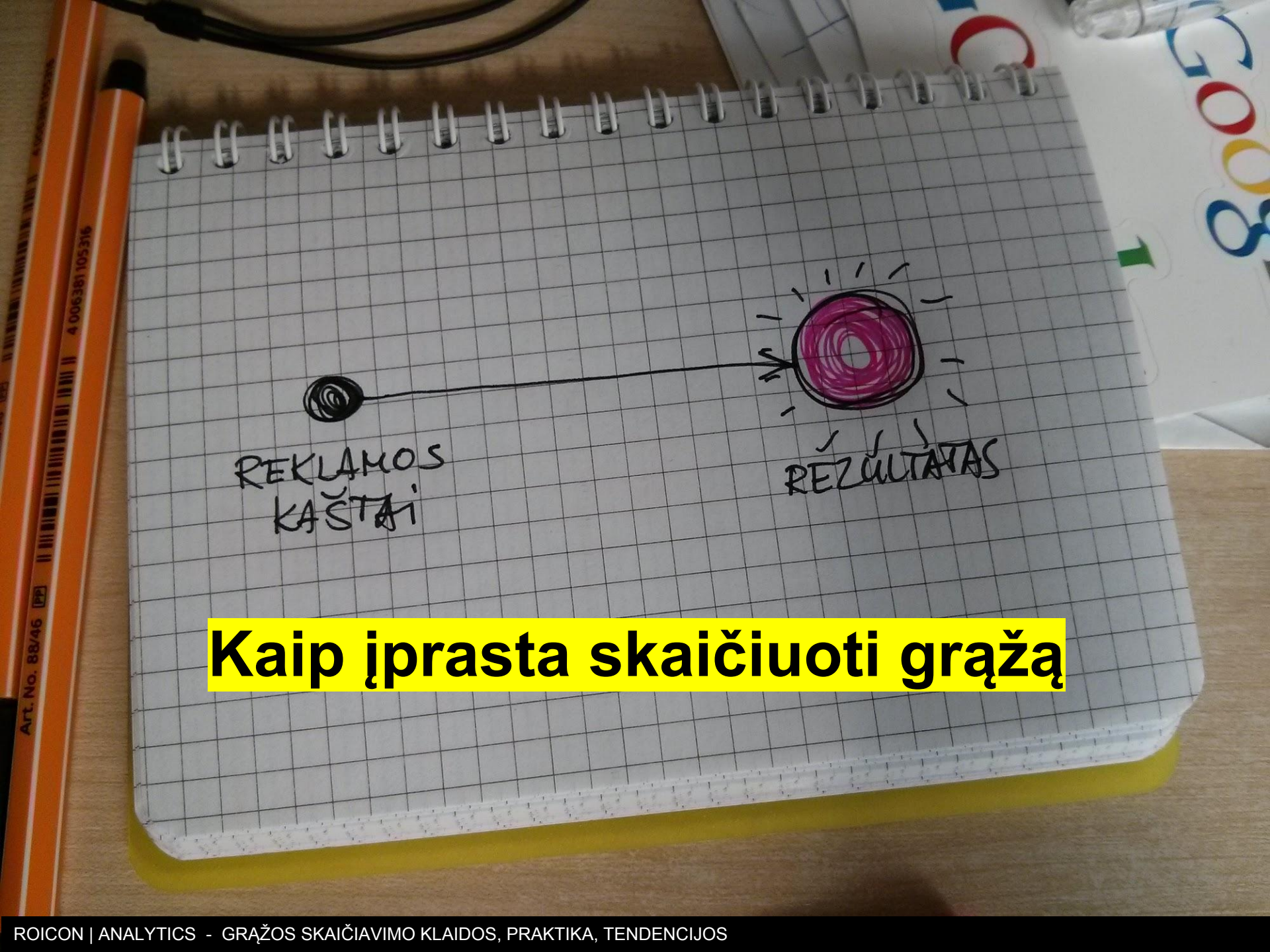
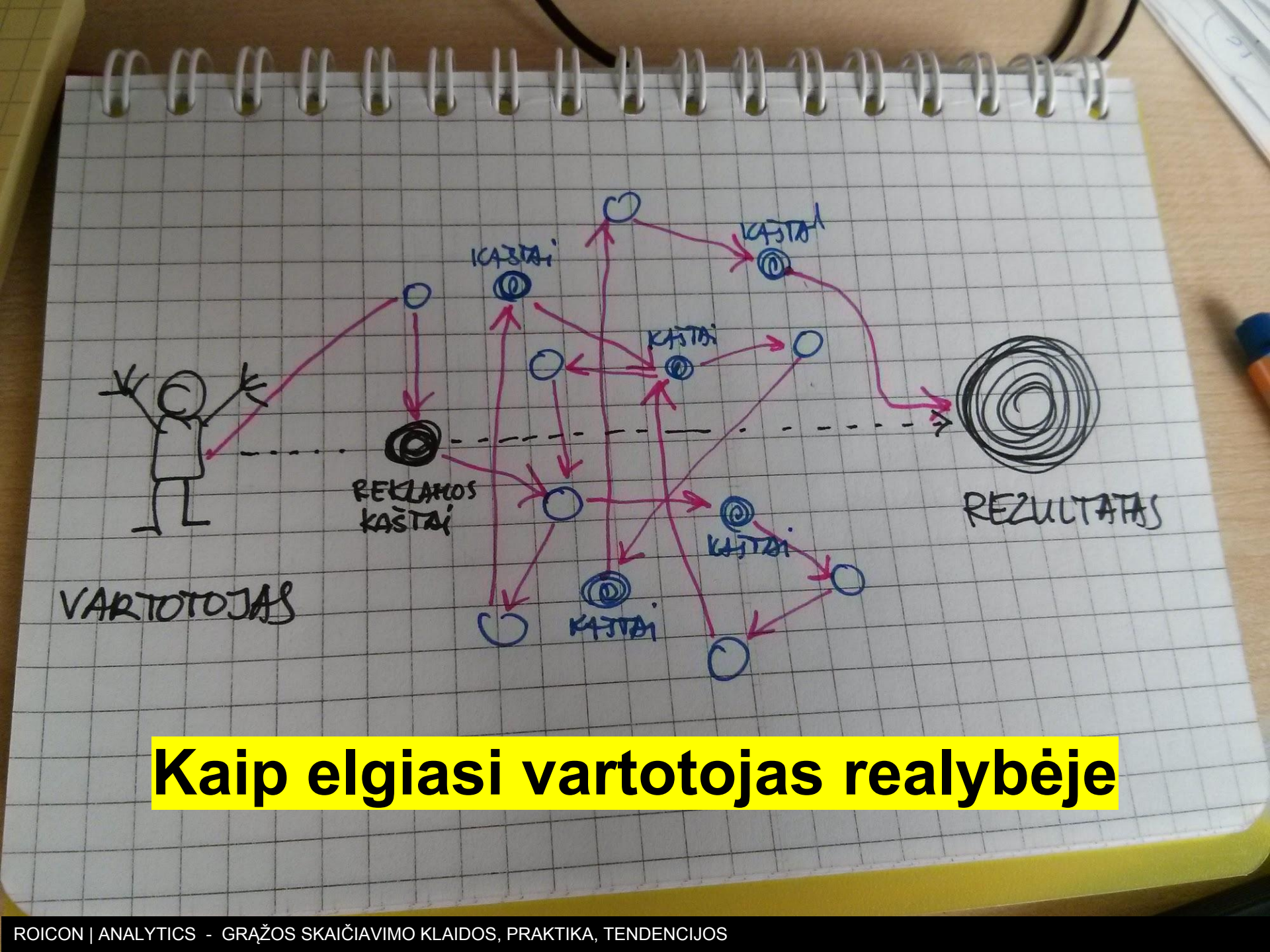
GRĄŽOS SKAIČIAVIMO KLAIDOS PRIEŽASTYS, SPRENDIMAI



Esu vartotojų ir pirkėjų elgsenos analitikas



Kaip įprasta skaičiuoti grąžą



Kaip elgiasi vartotojas realybėje

Žmonės yra iracionalūs

Laimei didžioji dalis to iracionalumo nuspėjama

Zoltán Gócza UX Myths

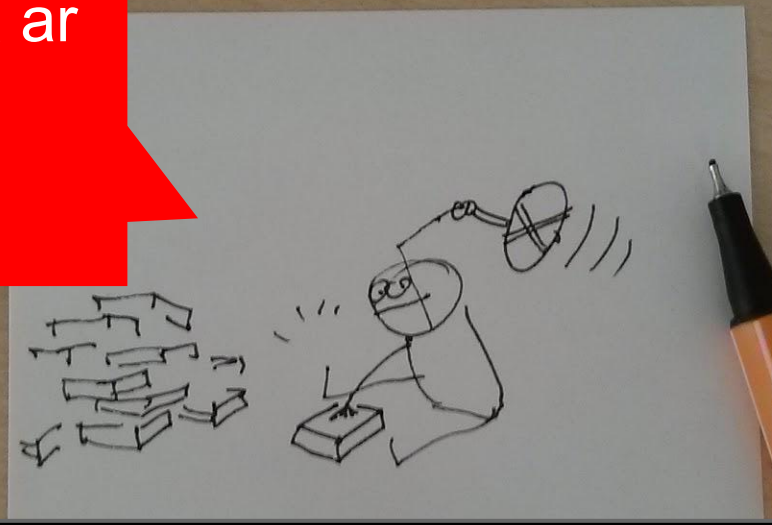


Nuo ko mes pradėjome

2003

Tūkstančiai kampanijų nežinia ar veikiančių.

Laukiniai laikai.



REKLAMOS GAMYBA

2008

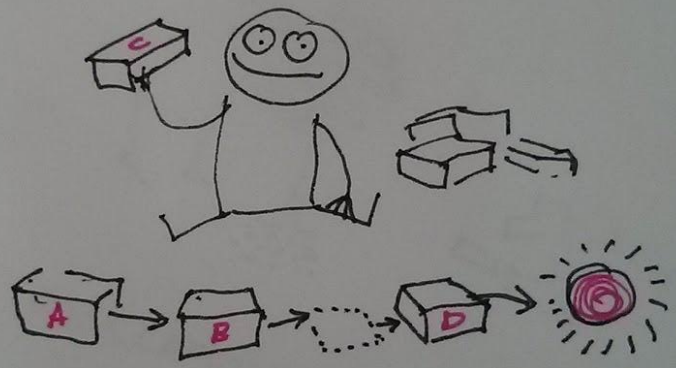
Mums pasisekė!
Daug duomenų apie padarytas klaidas.



REKLAMOS DUOMENYS

2008

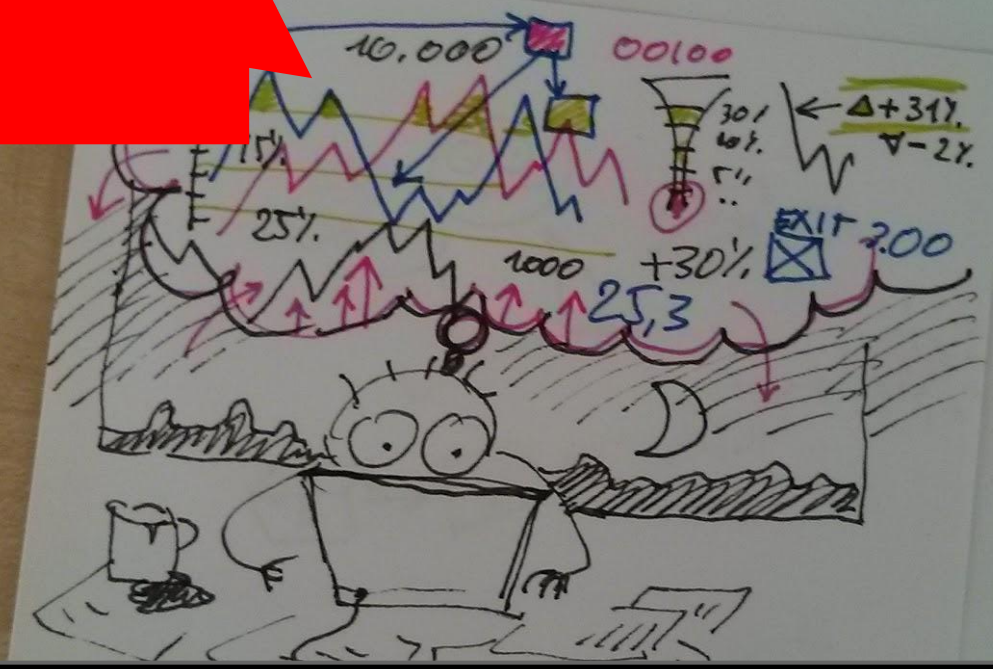
Pradėjome žaisti, bandyti, klysti, klysti, klysti, **pavaryti.**



KAMPANIJOS

Tūkstančiai valandų ir šimtai duomenis agreguojančių excelių.

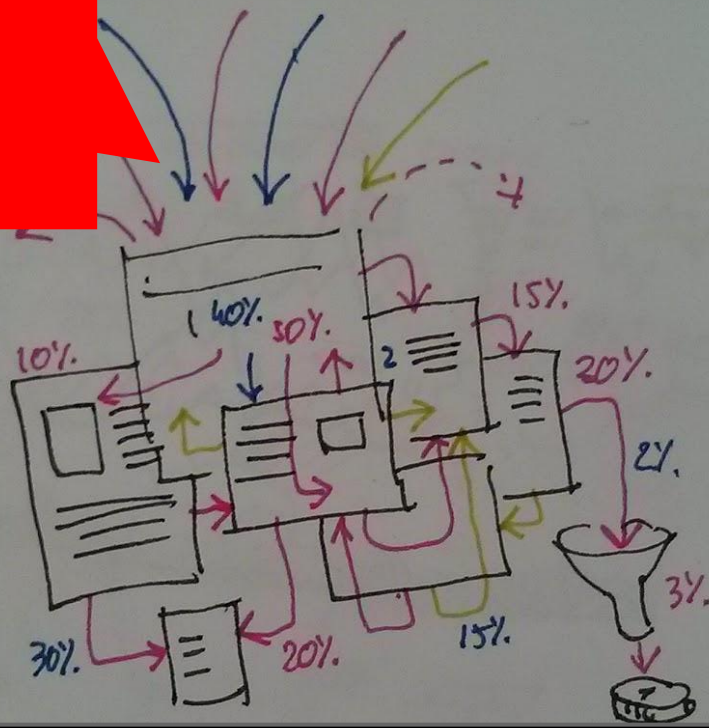
2009



ANALITIKA

Diskusijos, riksmai, keiksmai, subjektyvumai, įrodinėjimai.

2009



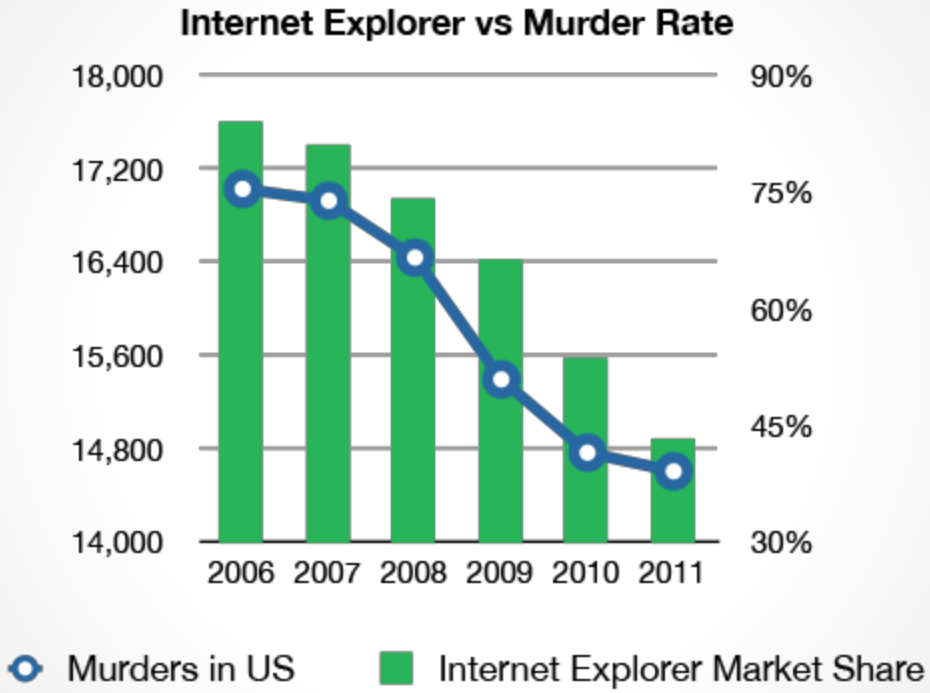
MECHANIKA

Oooops...
Apsiraminom

2010



VARTOTOJŲ ELGSENA


Internet Explorer vs Murder Rate
18,000
17,200
16,400
15,600
14,800
14,000
90%
75%
60%
45%
30%
2006
2007
2008
2009
2010
2011
Murders in US
Internet Explorer Market Share

~~Duomenų fetišas~~

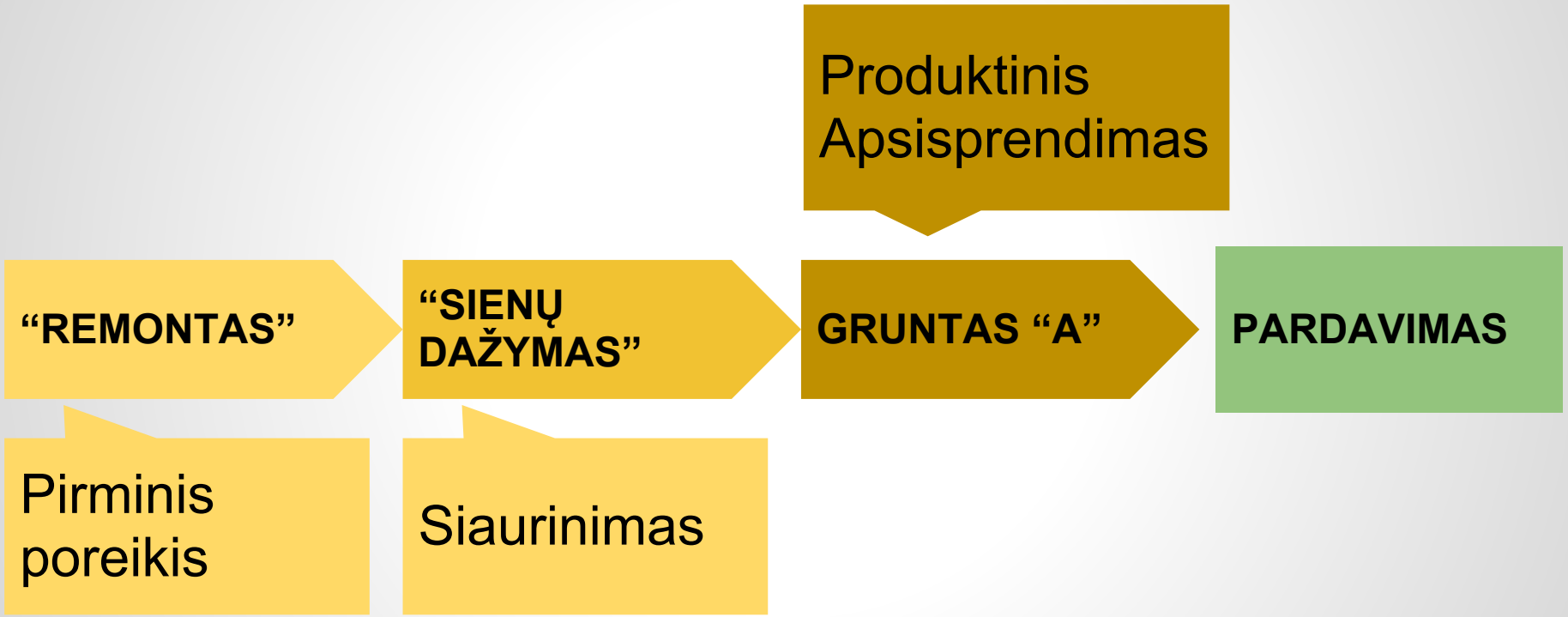
Pirkėjo elgsena

KANALŲ GRANDINĖ

Srauto fragmentas iš visų kanalų (6 mėn.)

Test Path	Conversions ↓	Conversion Value
1. Paid Search > **Banners** > Direct > Organic Search > Direct > Paid Search > Direct	6	LTL1,235.00
2. Paid Search > (Other) > Referral > **Banners** > Referral > Paid Search > Direct	4	LTL0.00
3. (Other) > Paid Search × 3 > Referral > **Banners** > Direct	4	LTL0.00
4. (Other) × 3 > Paid Search > **Banners** > Referral > Organic Search	2	LTL177.00
5. (Other) × 6 > **Banners**	2	LTL262.00
6. Organic Search > Direct > Paid Search × 3 > **Banners** > Organic Search	2	LTL72.00
7. Organic Search > Direct > Paid Search > Organic Search > (Other) > Referral > **Banners**	2	LTL215.00

VARTOTOJO KELIAS PAIEŠKOJE

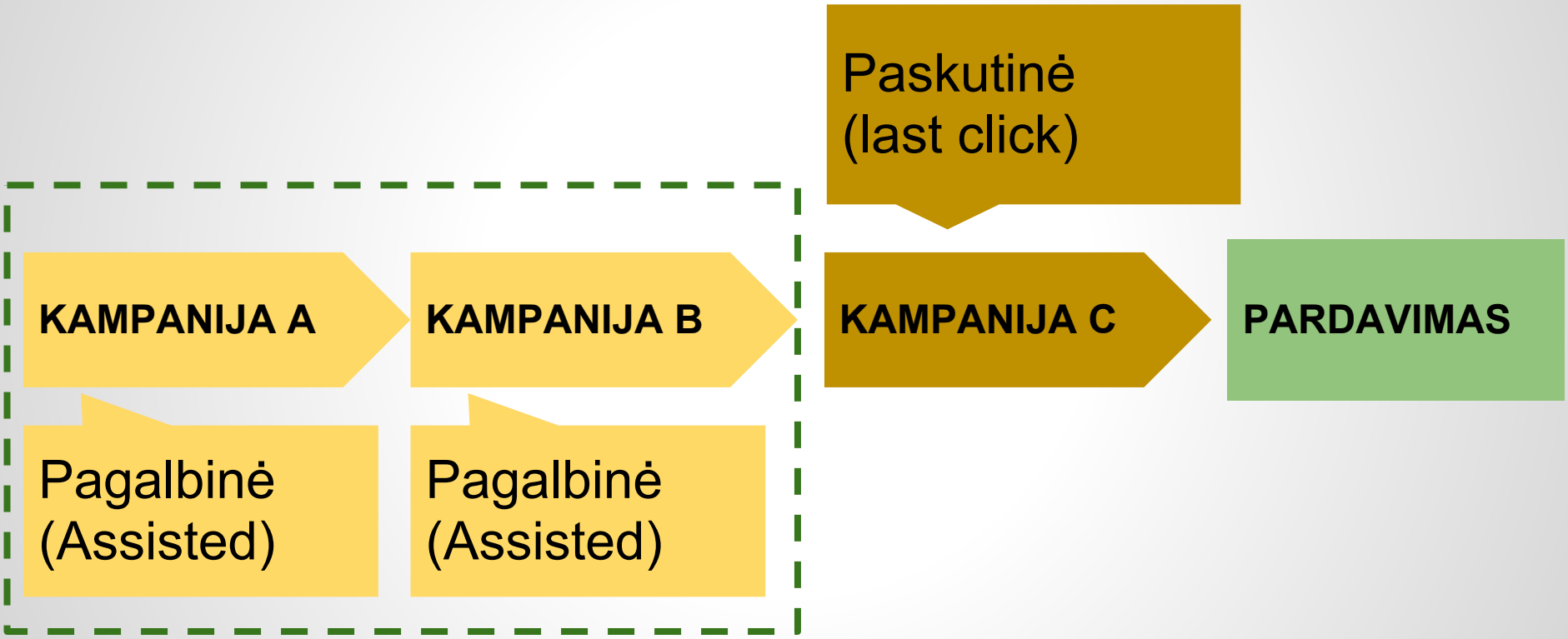


REALUS ATVEJIS

Srauto fragmentas iš Google paieškos (6 mėn.)

amoxicillin kaina → betaserc 8 → google.com / referral × 2 → (direct) / (none)	2
vaistai internetu → visi vaistai → tabex vaistinė → visi vaistai → [redacted] vaistine	2
ibumetin vartojimas → google.lt / referral → zyrtec lasai → poxclin putos → poxclin vesinamosios putos	2
resveratrolis akcija × 2 → (direct) / (none) → [redacted].lt → resveratrolis akcijos	2

PAGALBINĖS KAMPANIJOS



PAGALBINIŲ KAMPANIJŲ GRĄŽA

Campaign	Assisted Conversions ↓	Assisted Conversion Value
1. (not set)	2,579	LTL648,850.98
2. GSN-LT generic	686	LTL152,131.65
3. GDN-LT Retargeting	173	LTL37,095.56
4. [redacted]_2013-04_infoblock	66	LTL12,350.00
5. 2012-12-06-xmas-newsletter	43	LTL7,757.01
6. [redacted]_2013-04_[redacted]	43	LTL7,132.06
7. GSN is Lietuvos i Uzsieni	28	LTL5,284.24
8. GDN-LT topics	27	LTL15,887.77
9. [redacted]_vasarai	26	LTL3,672.94
10. [redacted] retargeting	21	LTL2,856.26

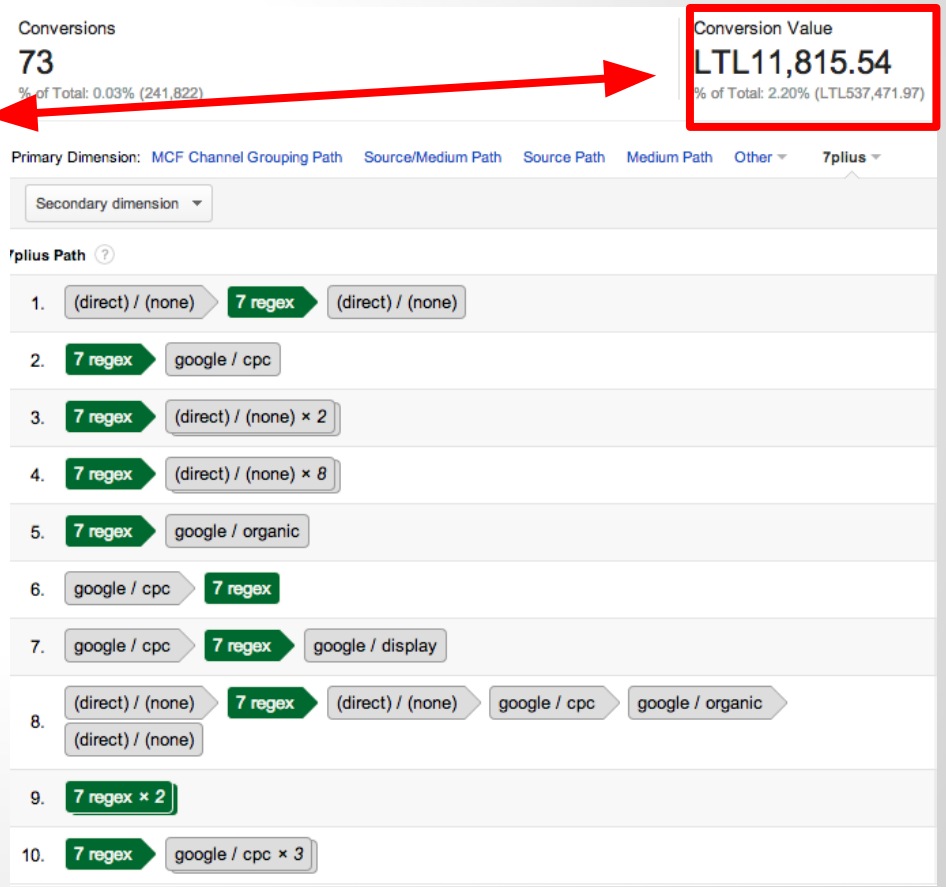
Vartotojų elgsenos modeliai
ir dažnos **rezultatų** apskaitos klaidos

PASKUTINIO KANALO GRĄŽA

Paskutinio kanalo pardavimai

Campaign	Visits	Revenue
	18,462 % of Total: 9.72% (189,985)	LTL7,937.89 % of Total: 1.46% (LTL542,546.33)
1. 7p _infoblock	8,427	LTL4,400.24
2. 7 _flash_	5,544	LTL2,263.30
3. 7 retargeting	4,301	LTL1,274.35

Pagalbinio kanalo pardavimai



LIETUVOJE

90-95%

priima sprendimus pagal paskutinio paspaudimo rodiklius

Šaltinis: 300+ projektų po analitinės diagnostikos



IŠVADOS

Dalį pardavimų generuoja skirtingų kampanijų sekos.

BENDRI RODIKLIAI



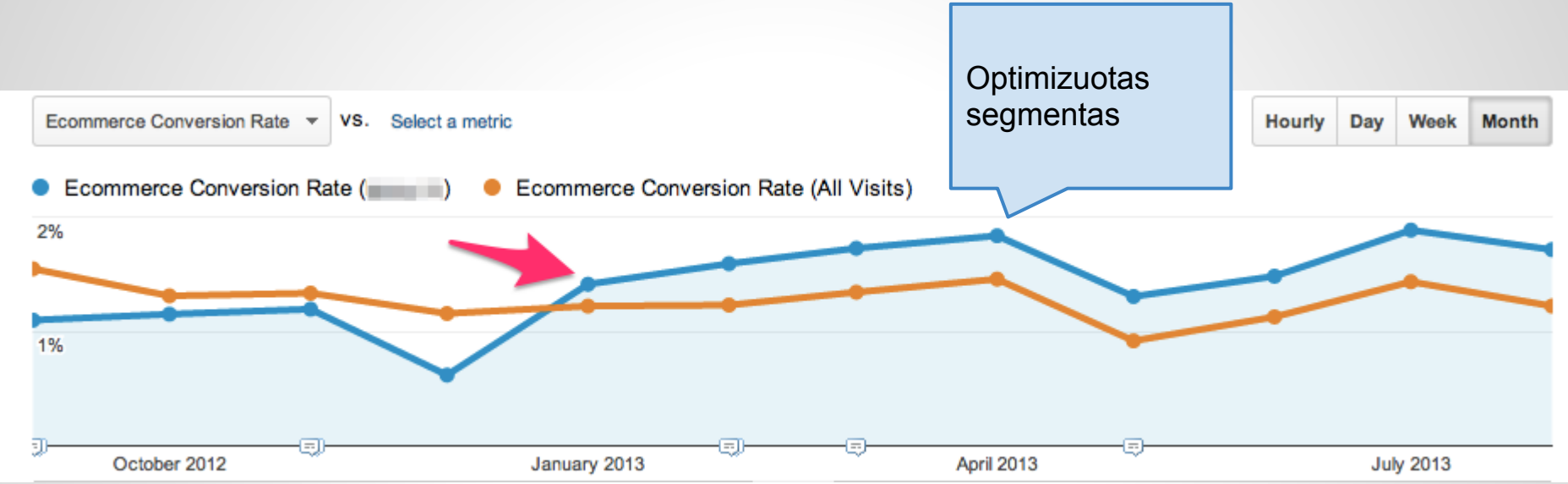
Source / Medium	Visits	Ecommerce Conversion Rate
SAUSIS	27,600 % of Total: 100.00% (27,600)	1.14% Site Avg: 1.14% (0.00%)
1. google / cpc	9,357	0.75%
2. google / organic	6,061	0.99%
3. (direct) / (none)	4,163	1.75%
4. [redacted] / referral	3,216	1.59%
5. [redacted] / referral	2,055	1.90%
6. [redacted] referral	1,412	0.42%
7. email-newsletter / mail	212	3.77%
8. facebook.com / referral	148	0.00%
9. google.lt / referral	131	0.00%
10. [redacted] / referral	93	0.00%

Source / Medium	Visits	Ecommerce Conversion Rate
RUGPJŪTIS	35,308 % of Total: 100.00% (35,308)	1.15% Site Avg: 1.15% (0.00%)
1. google / cpc	10,796	0.57%
2. google / organic	8,362	0.77%
3. (direct) / (none)	5,037	2.58%
4. [redacted] / referral	3,525	2.01%
5. [redacted] / referral	1,914	1.72%
6. [redacted] / referral	1,242	0.97%
7. [redacted] / referral	1,211	0.00%
8. [redacted] / td	943	0.95%
9. [redacted] / banner	365	0.27%
10. [redacted]	361	0.00%

REALŪS PIRKĖJAI YRA SKIRTINGI

Custom Variable (Value 04)		Transactions	Ecommerce Conversion Rate
		1,528 % of Total: 47.35% (3,227)	1.71% Site Avg: 1.18% (45.46%)
1.		251	1.60%
2.		247	1.38%
3.		117	1.90%
4.	Didesnės pajamos	106	2.72%
5.		84	1.38%
6.	Didesnės pajamos	65	2.61%
7.		49	1.56%
8.	Didesnės pajamos	46	2.46%
9.	Didesnės pajamos	46	2.09%
10.		43	1.87%

SEGMENTŲ GALIA



Segmento tranzakcijų skaičius +20% – +40%

LIETUVOJE

0,2-0,5%

Naudoja Google Analytics segmentavimą

Šaltinis: 300+ projektų po analitinės diagnostikos

LIETUVOJE

0,1-0,2%

segmentavimą naudoja **retargeting** reklamai

Šaltinis: 300+ projektų po analitinės diagnostikos

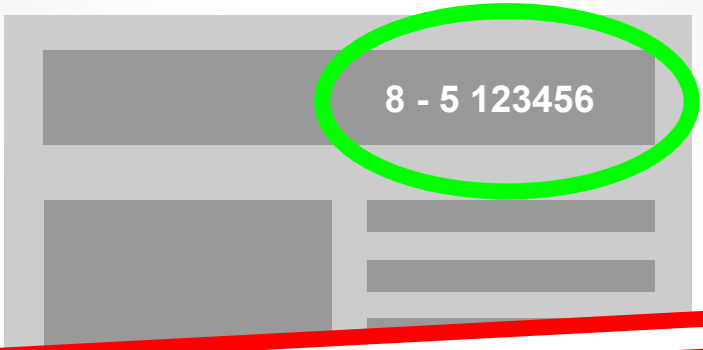
IŠVADOS

Lietuvoje praktiškai neišnaudotos galimybės

Klientų grupės turi skirtingus elgsenos modelius

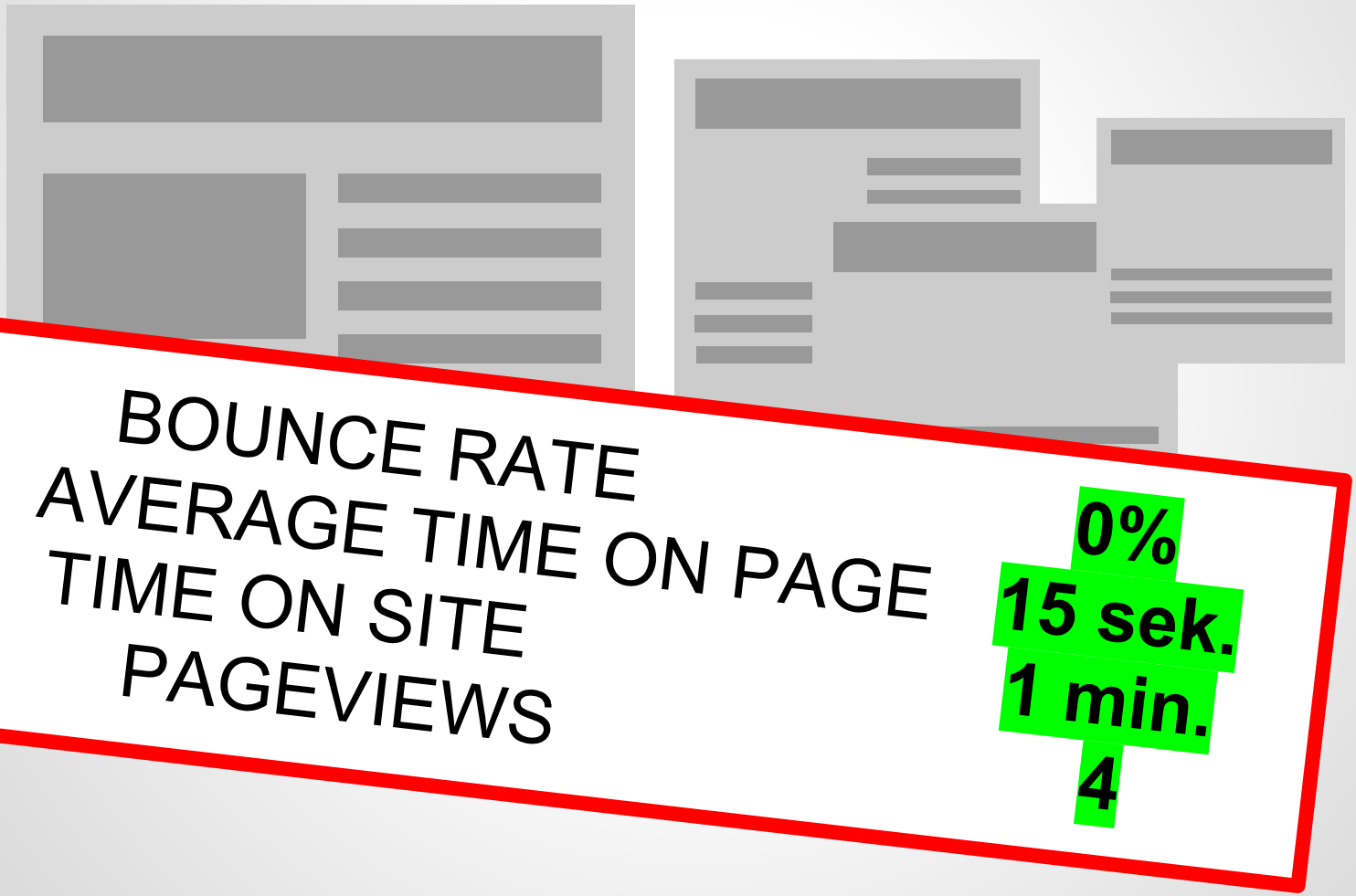
Išskaldyk juos ir valdyk

ATĖJAU, RADAU, IŠĖJAU



BOUNCE RATE	100%
TIME ON PAGE	0 sek.
TIME ON SITE	0 sek.
PAGEVIEWS	1

ATĖJAU, NERADAU, SUPYKAU



APSUNKINTI PIRKĖJUI KELIĄ?



LIETUVOJE

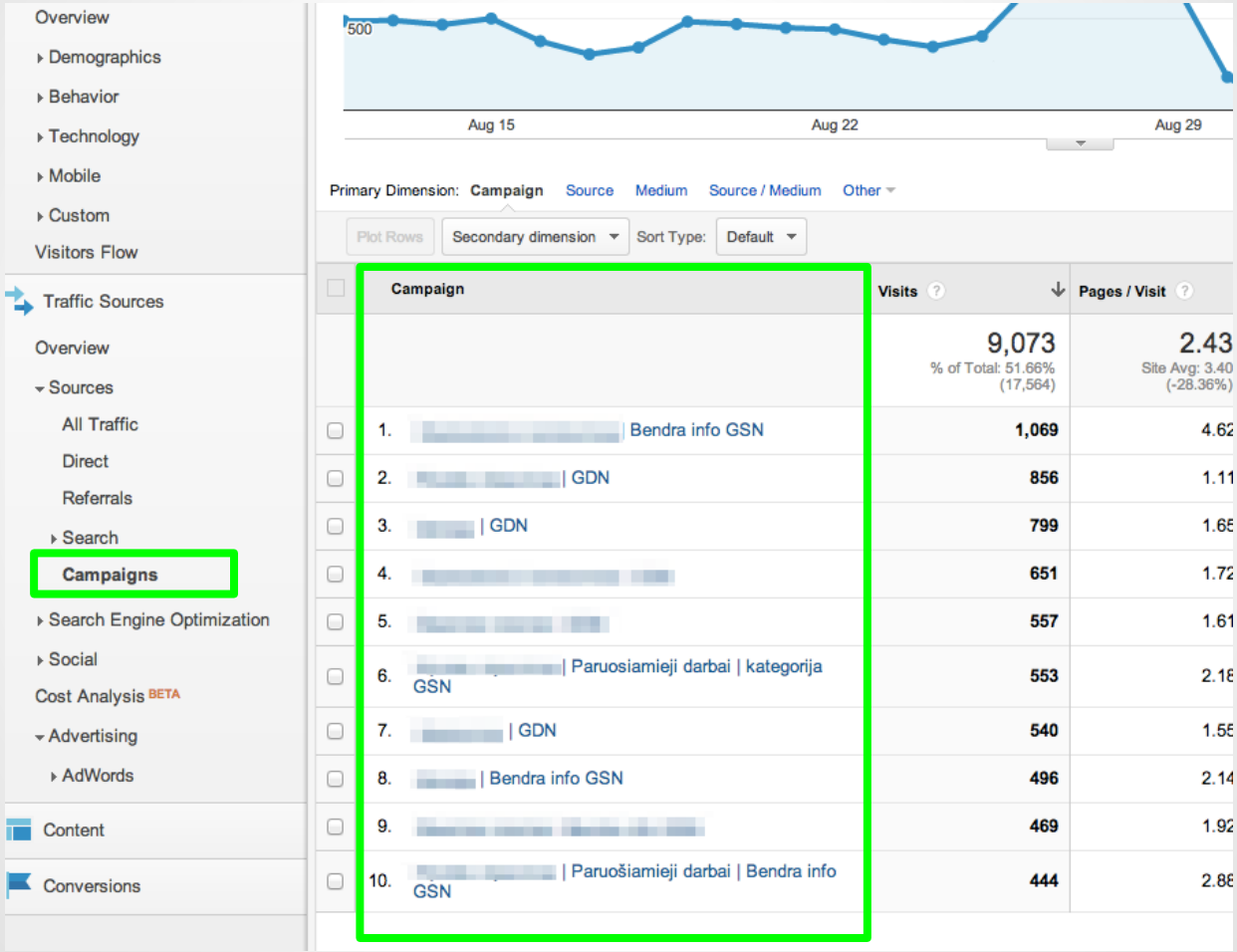
90-95%

rinkodaros žmonių operuoja rodikliais be vartotojų elgsenos analizės

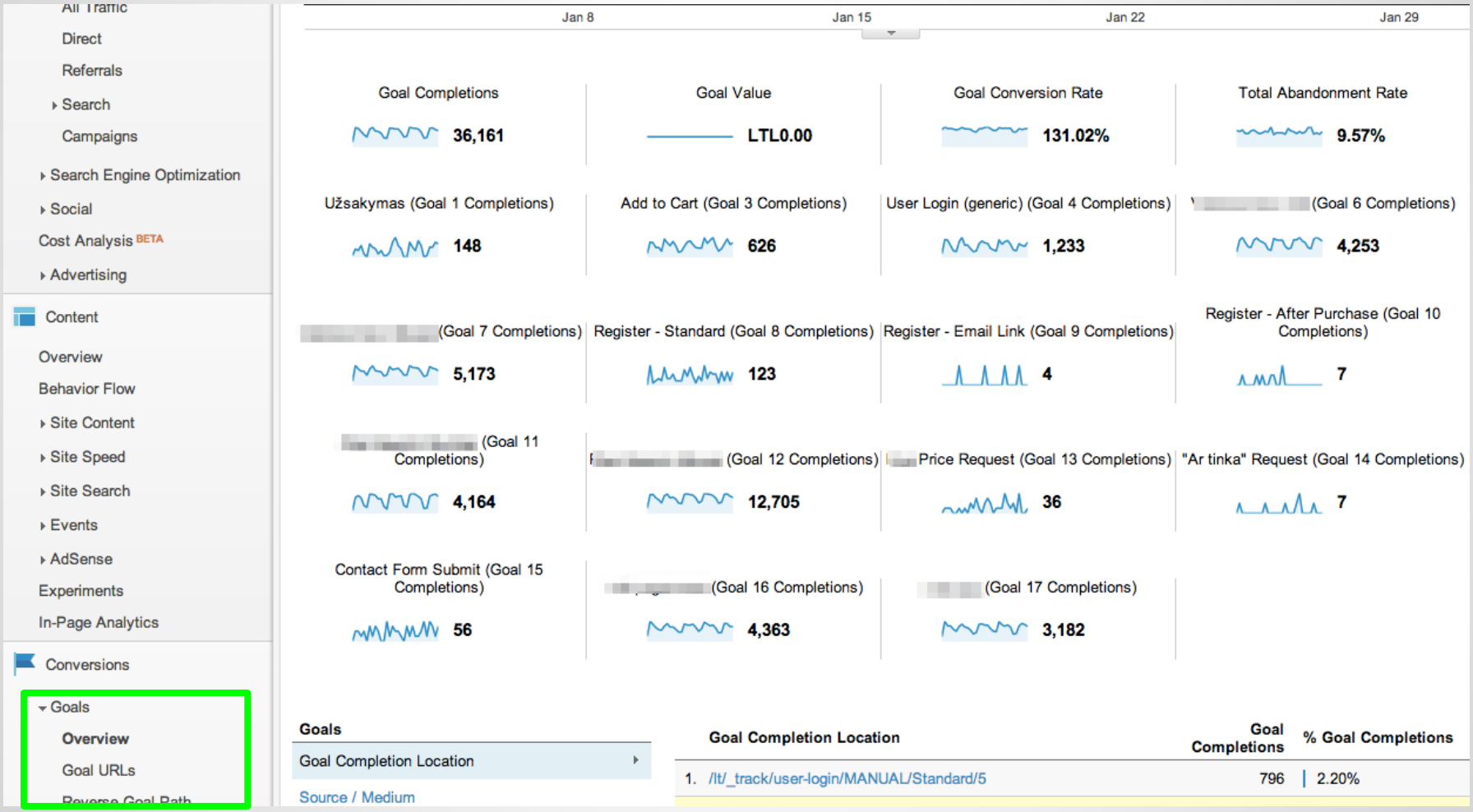
Šaltinis: 300+ projektų po analitinės diagnostikos

Nuo ko pradėti

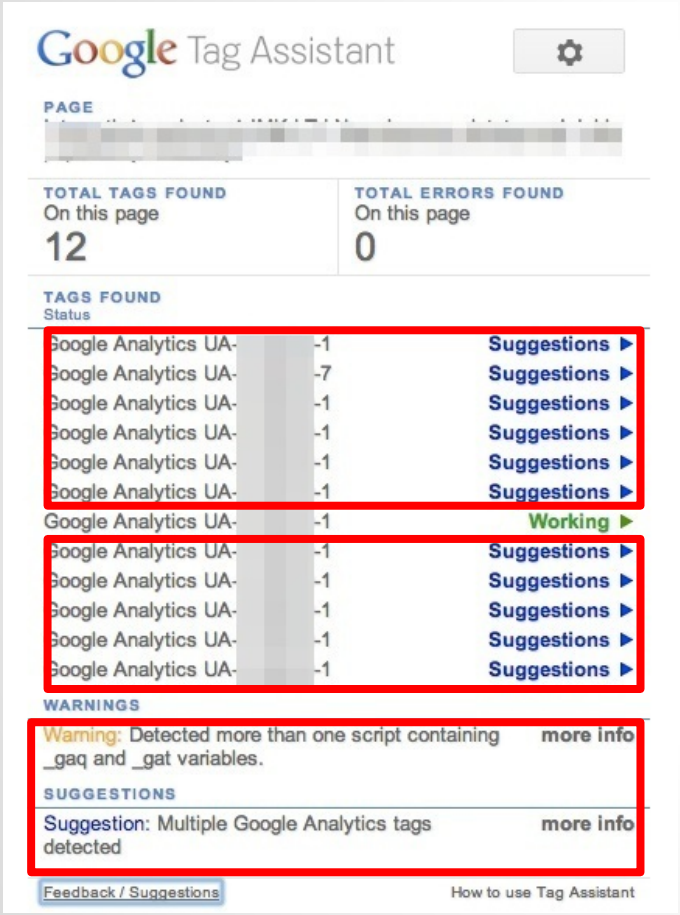
KAMPANIJŲ ŽYMĖJIMAS

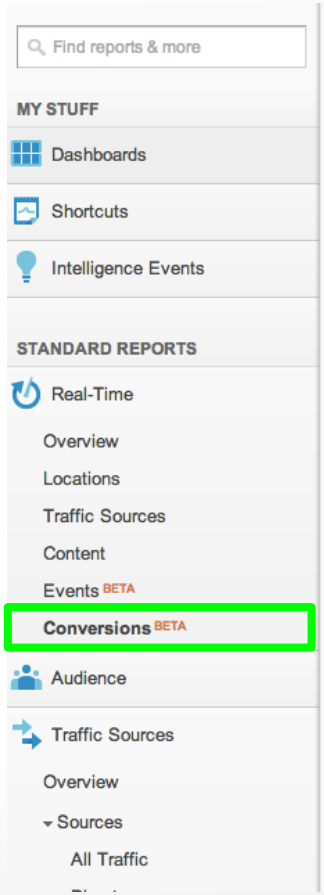


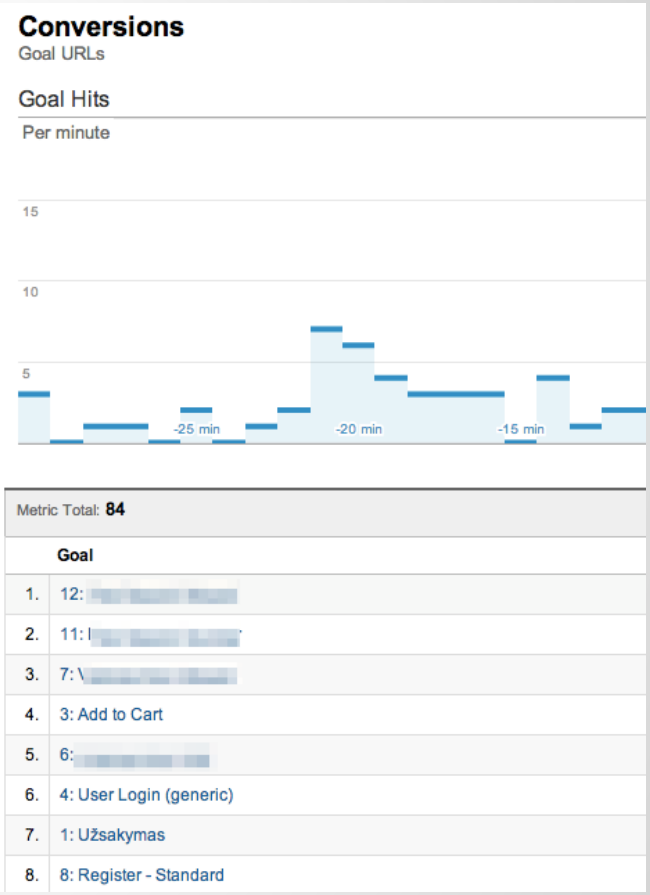
TIKSLŲ NUSTATYMAS



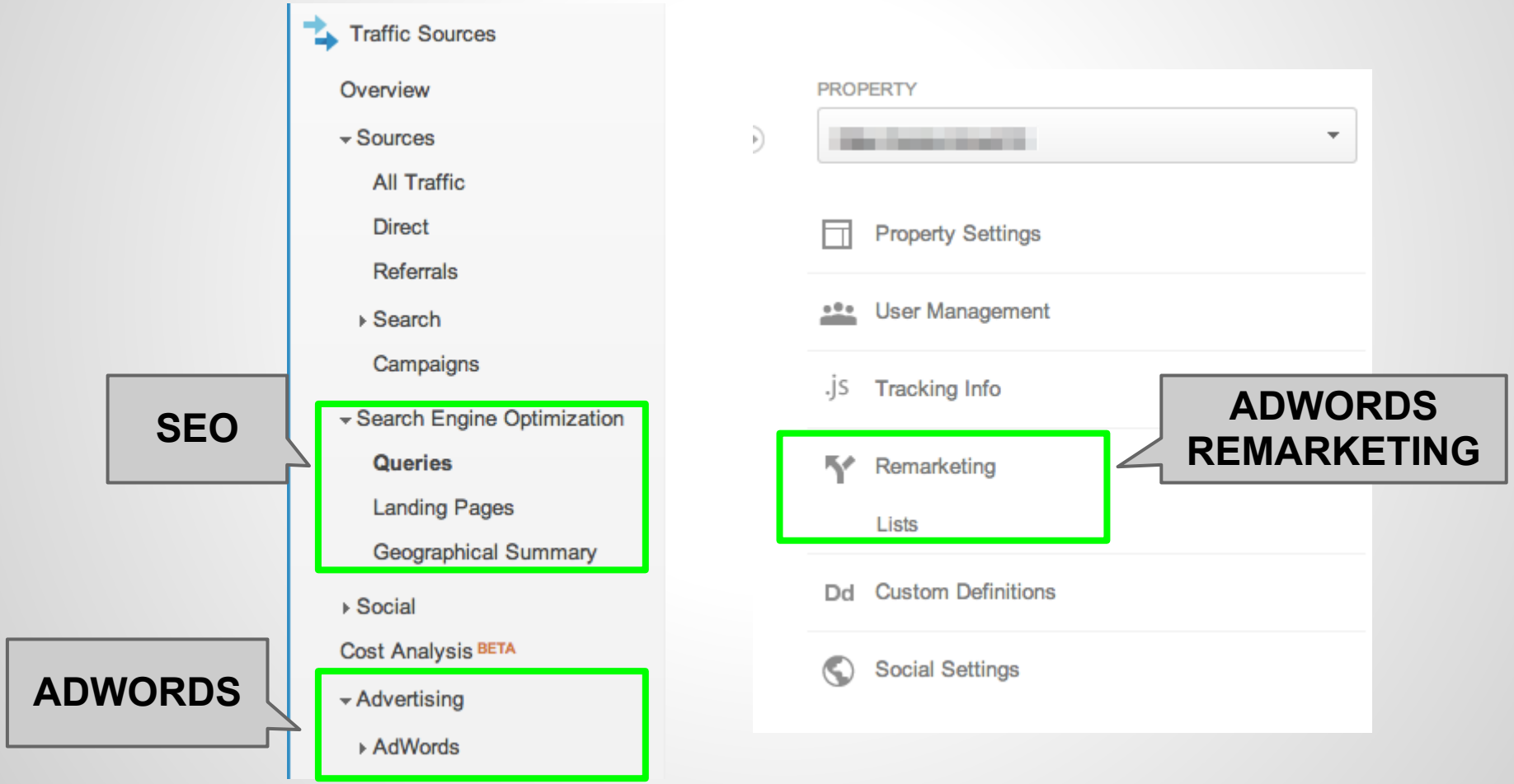
IŠTESTUOKITE APSKAITĄ



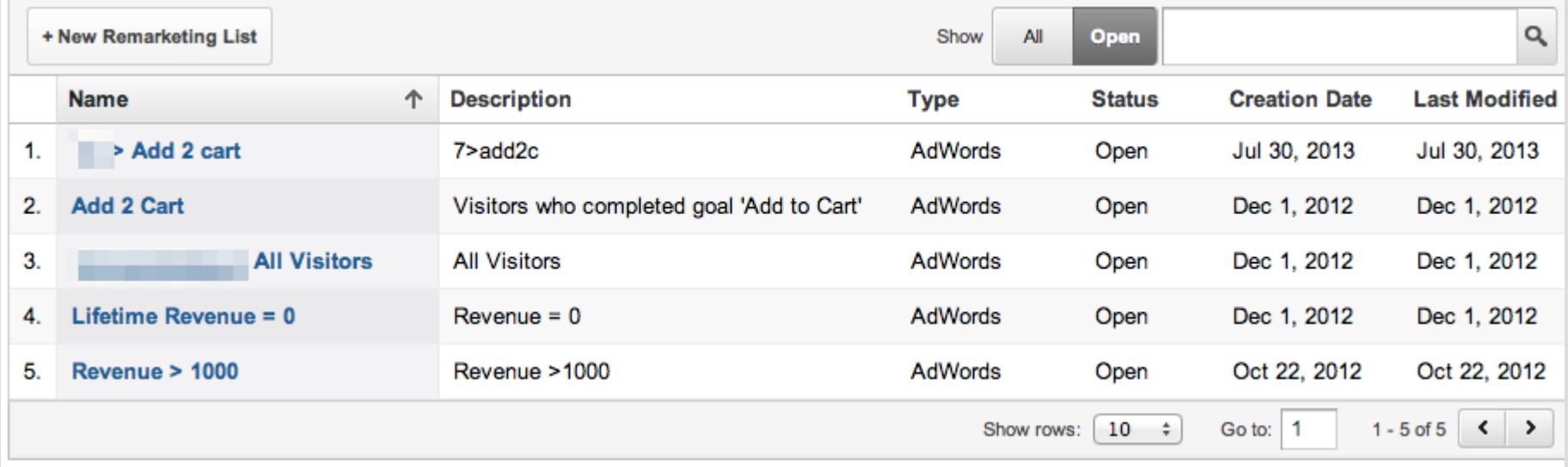




SUJUNKITE VISUS GOOGLE SERVISUS



REMARKETING GALIMYBĖS



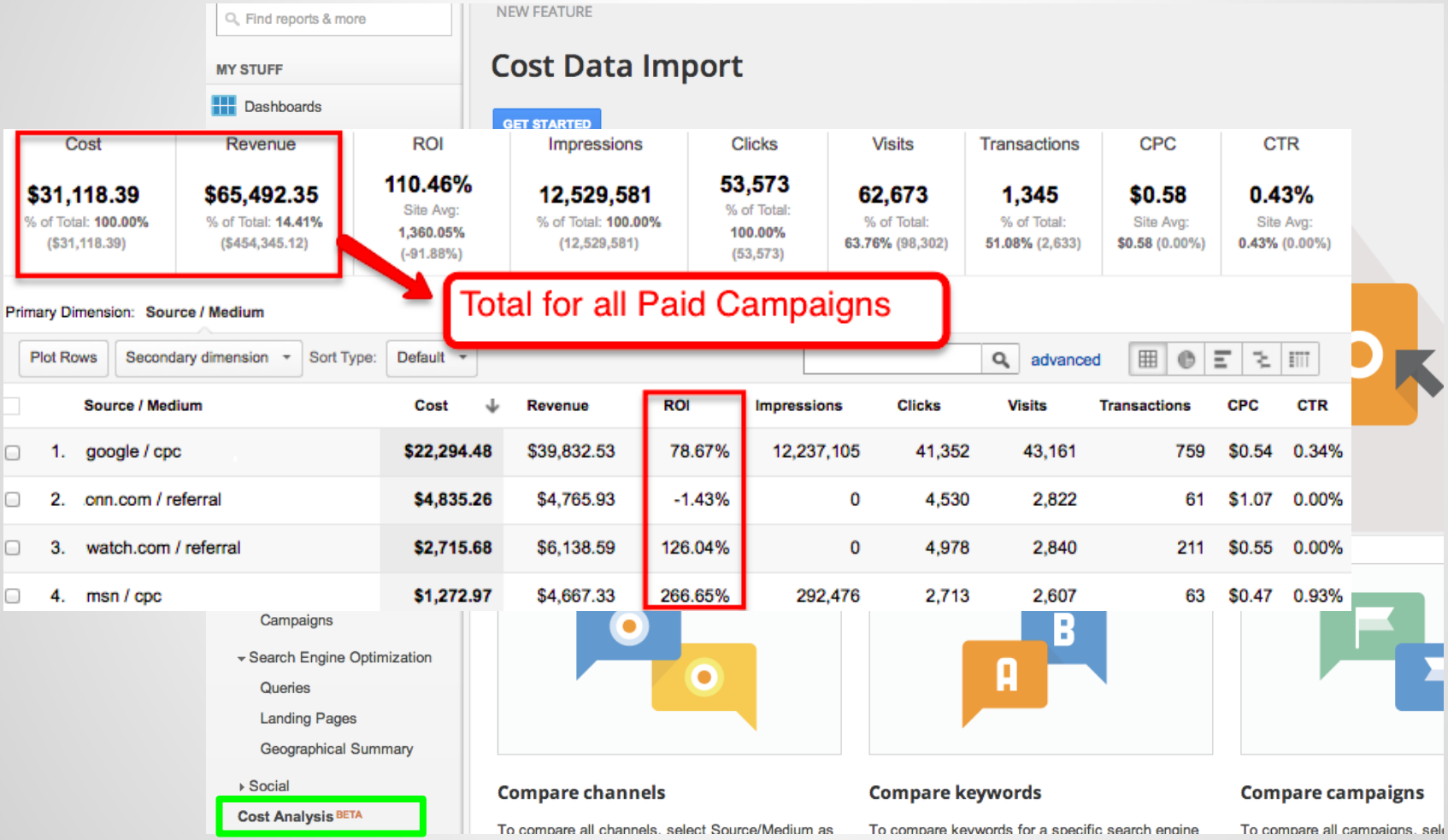
+ New Remarketing List

Show All Open

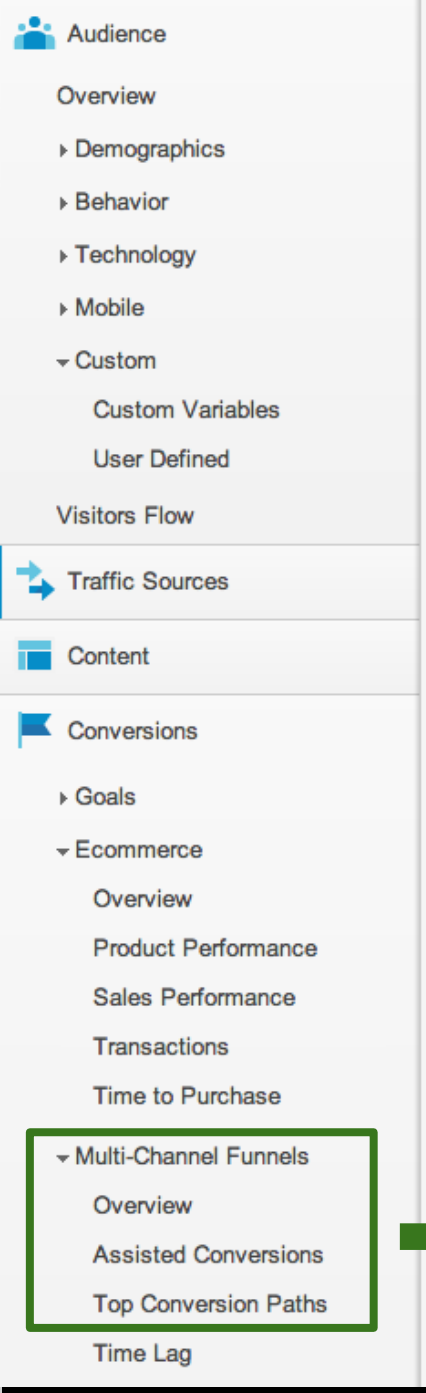
	Name	Description	Type	Status	Creation Date	Last Modified
1.	> Add 2 cart	7>add2c	AdWords	Open	Jul 30, 2013	Jul 30, 2013
2.	Add 2 Cart	Visitors who completed goal 'Add to Cart'	AdWords	Open	Dec 1, 2012	Dec 1, 2012
3.	All Visitors	All Visitors	AdWords	Open	Dec 1, 2012	Dec 1, 2012
4.	Lifetime Revenue = 0	Revenue = 0	AdWords	Open	Dec 1, 2012	Dec 1, 2012
5.	Revenue > 1000	Revenue >1000	AdWords	Open	Oct 22, 2012	Oct 22, 2012

Show rows: 10 Go to: 1 1 - 5 of 5

KAMPANIJŲ KAINŲ IMPORTAVIMAS



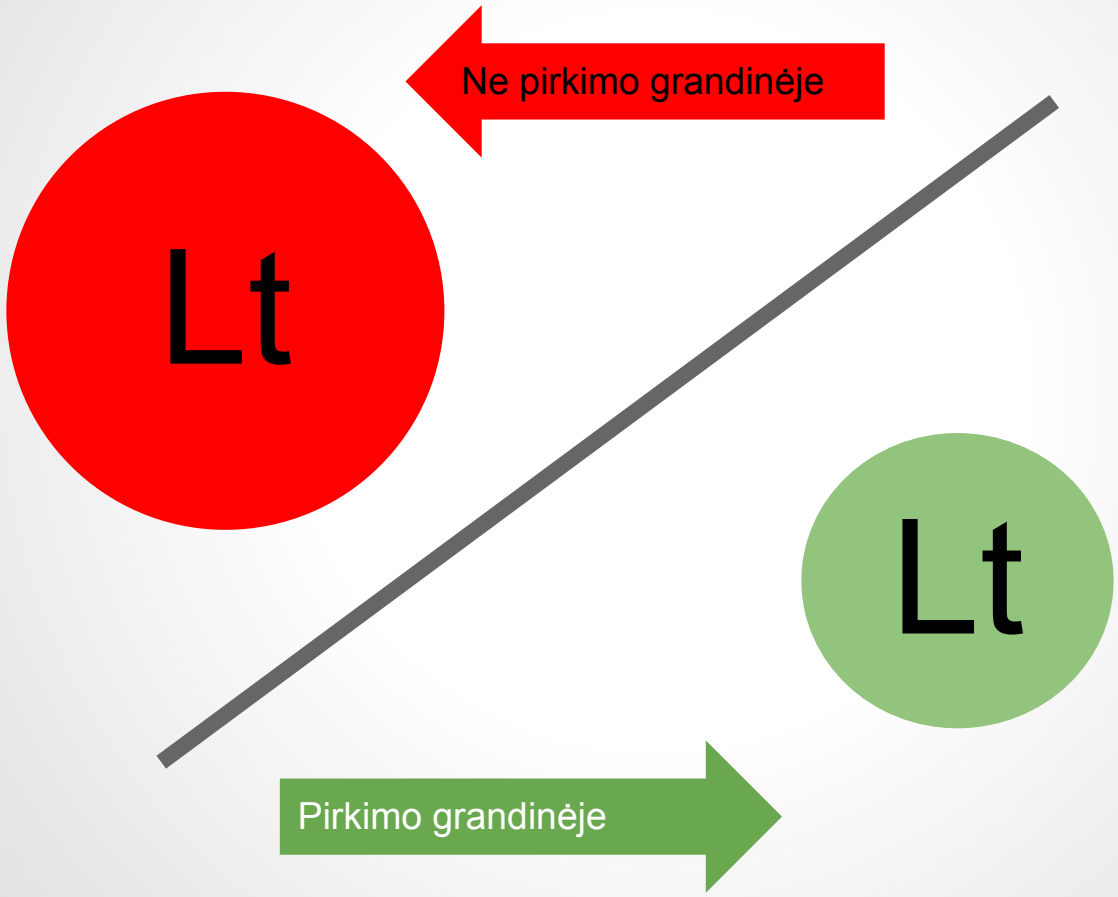
VARTOTOJŲ KELIAI PER KAMPANIJAS



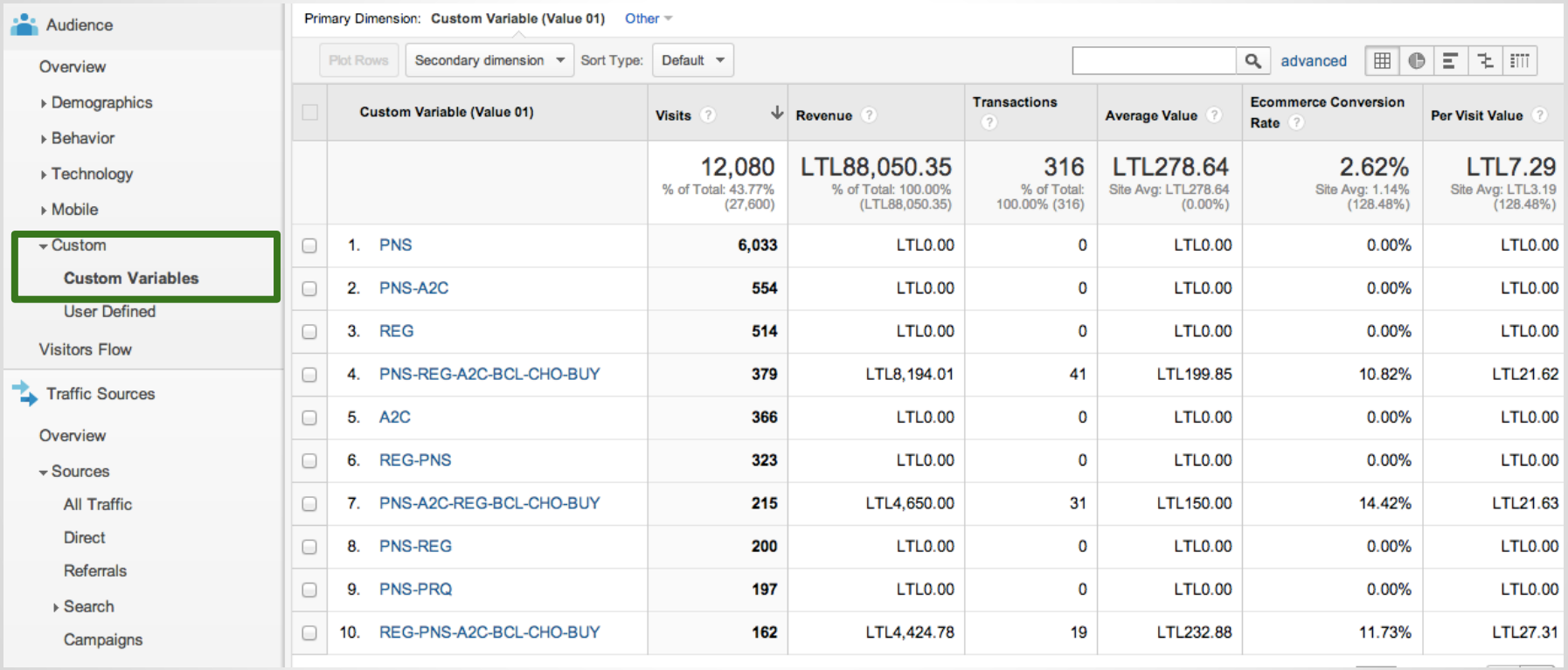
Test Path	Conversions	Conversion Value
1. Paid Search → Banners → Direct → Organic Search → Direct → Paid Search → Direct	6	LTL1,235.00
2. Paid Search → (Other) → Referral → Banners → Referral → Paid Search → Direct	4	LTL0.00
3. (Other) → Paid Search × 3 → Referral → Banners → Direct	4	LTL0.00
4. (Other) × 3 → Paid Search → Banners → Referral → Organic Search	2	LTL177.00
5. (Other) × 6 → Banners	2	LTL262.00
6. Organic Search → Direct → Paid Search × 3 → Banners → Organic Search	2	LTL72.00
7. Organic Search → Direct → Paid Search → Organic Search → (Other) → Referral → Banners	2	LTL215.00

amoxicillin kaina → betaserc 8 → google.com / referral × 2 → (direct) / (none)	2
vaistai internetu → visi vaistai → tabex vaistinė → visi vaistai → [redacted] vaistine	2
ibumetin vartojimas → google.lt / referral → zyrtec lasai → poxclin putos → poxclin vesinamosios putos	2
resveratrolis akcija × 2 → (direct) / (none) → [redacted].lt → resveratrolis akcijos	2

GRĄŽOS SKAIČIAVIMAS VARTOTOJO KELIU

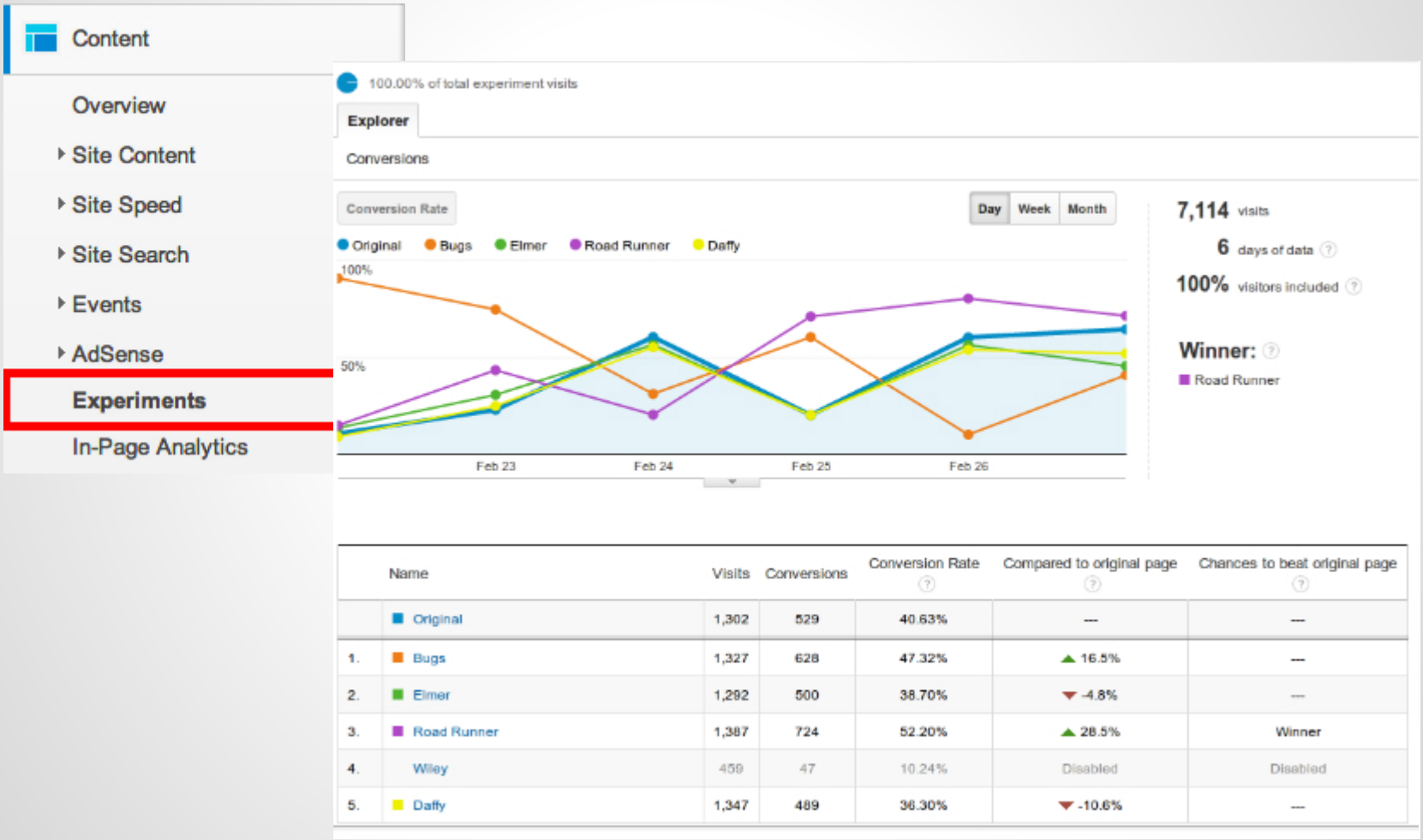


VARTOTOJŲ SEGMENTAVIMAS



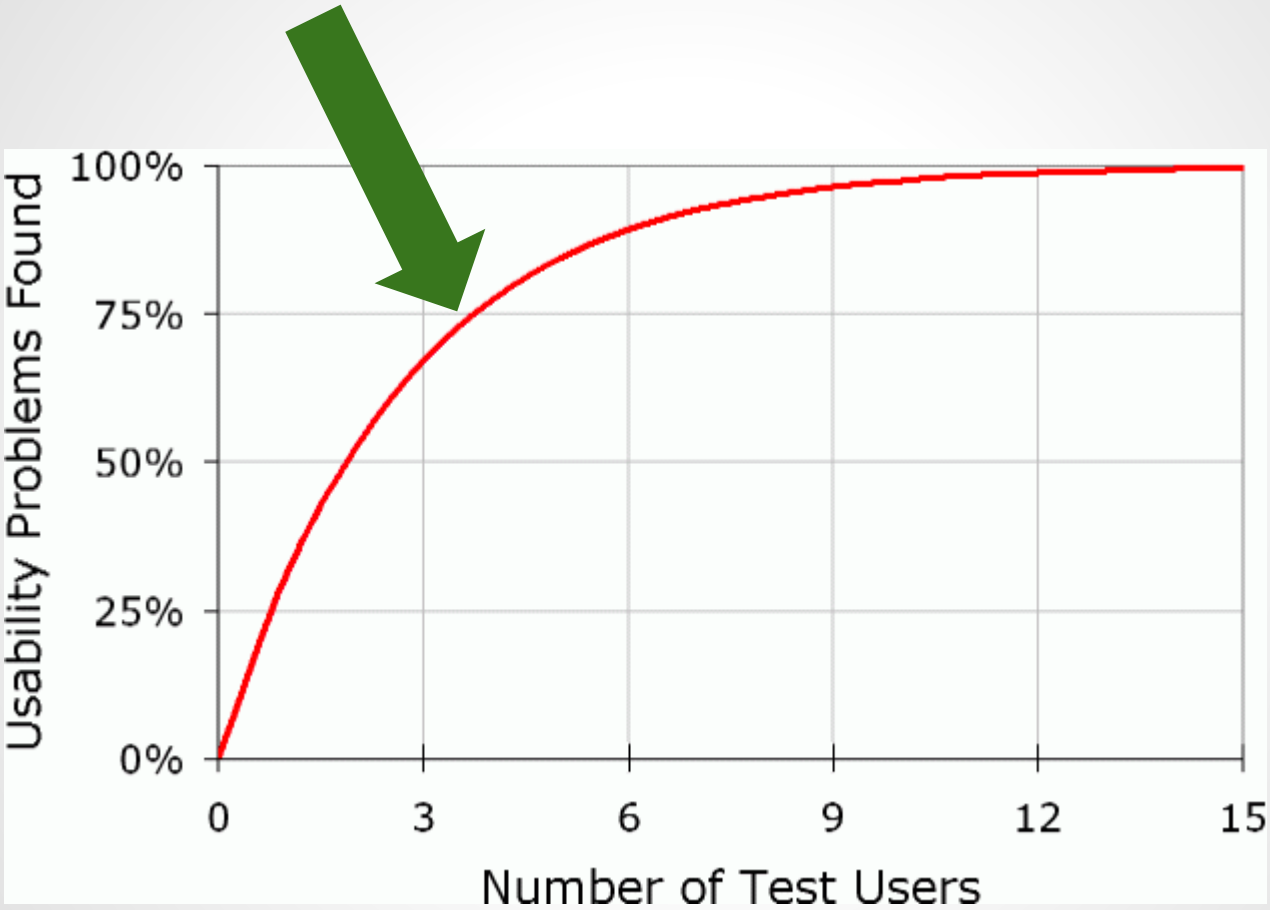
	Custom Variable (Value 01)	Visits	Revenue	Transactions	Average Value	Ecommerce Conversion Rate	Per Visit Value
		12,080 % of Total: 43.77% (27,600)	LTL88,050.35 % of Total: 100.00% (LTL88,050.35)	316 % of Total: 100.00% (316)	LTL278.64 Site Avg: LTL278.64 (0.00%)	2.62% Site Avg: 1.14% (128.48%)	LTL7.29 Site Avg: LTL3.19 (128.48%)
1.	PNS	6,033	LTL0.00	0	LTL0.00	0.00%	LTL0.00
2.	PNS-A2C	554	LTL0.00	0	LTL0.00	0.00%	LTL0.00
3.	REG	514	LTL0.00	0	LTL0.00	0.00%	LTL0.00
4.	PNS-REG-A2C-BCL-CHO-BUY	379	LTL8,194.01	41	LTL199.85	10.82%	LTL21.62
5.	A2C	366	LTL0.00	0	LTL0.00	0.00%	LTL0.00
6.	REG-PNS	323	LTL0.00	0	LTL0.00	0.00%	LTL0.00
7.	PNS-A2C-REG-BCL-CHO-BUY	215	LTL4,650.00	31	LTL150.00	14.42%	LTL21.63
8.	PNS-REG	200	LTL0.00	0	LTL0.00	0.00%	LTL0.00
9.	PNS-PRQ	197	LTL0.00	0	LTL0.00	0.00%	LTL0.00
10.	REG-PNS-A2C-BCL-CHO-BUY	162	LTL4,424.78	19	LTL232.88	11.73%	LTL27.31

A/B TESTAVIMAS



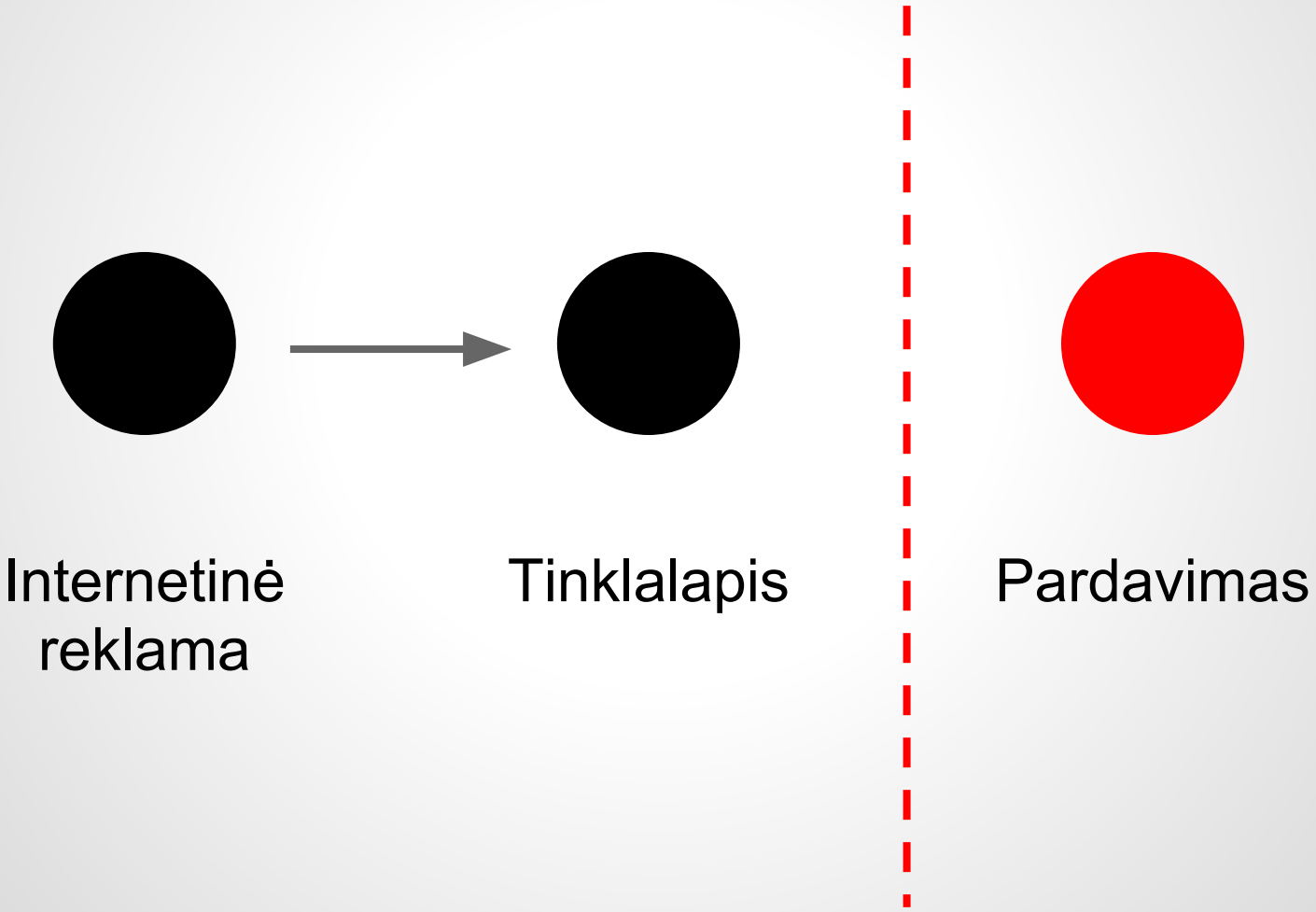
	Name	Visits	Conversions	Conversion Rate	Compared to original page	Chances to beat original page
	Original	1,302	529	40.63%	---	---
1.	Bugs	1,327	628	47.32%	▲ 16.5%	---
2.	Elmer	1,292	500	38.70%	▼ -4.8%	---
3.	Road Runner	1,387	724	52.20%	▲ 28.5%	Winner
4.	Wiley	459	47	10.24%	Disabled	Disabled
5.	Daffy	1,347	489	36.30%	▼ -10.6%	---

GREITAS USABILITY TESTAVIMAS

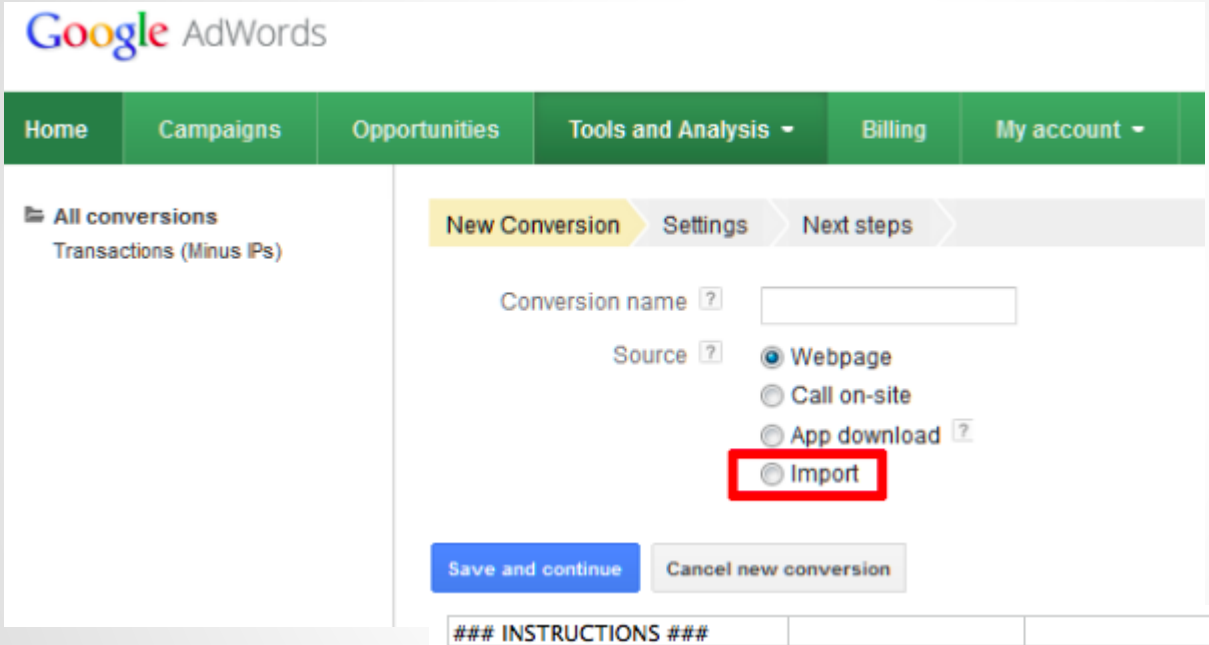


BONUS

KAIP APSKAITYTI GRĄŽĄ OFFLINE



ADWORDS + OFFLINE KONVERSIJOS



### INSTRUCTIONS ###				
# Important: Remember to change the TimeZone value (GMT offset) in the "parameters" row				
# TimeZone values should be entered in HHMM format (e.g. New York is -0500)				
# For instructions on how to use this tempate, visit http://support.google.com/adwords/answer				
### TEMPLATE ###				
Parameters:EntityType=OFFLINECONVERSION;TimeZone=0200;				
Action	Google Click Id	Conversion Name	Conversion Value	Conversion Time
add	c3456ghtrt	Skambutis	0	14:23

OFFLINE KONVERSIJŲ ANALITIKA

Ką galima apskaityti	Google Analytics	Universal Analytics
Interneto vartotojus	+	+
Bet kokius importuojamus duomenis		+

APSKAITYKITE OFFLINE (JAU)

UNIVERSAL ANALYTICS

- **EL. KOMERCIJA**
  Lizingo sutartys, C.O.D.
- **MAŽMENA, PASLAUGOS**
  Kasos, apskaitos sistemos, K.A.C.
- **PARDAVĖJAI, PASLAUGOS, B2B**
  Sutartys
- **FINANSINĖS PASLAUGOS**
  El. sutartys (uždarose sistemose)

APJUNKITE SU LOJALUMO SISTEMA

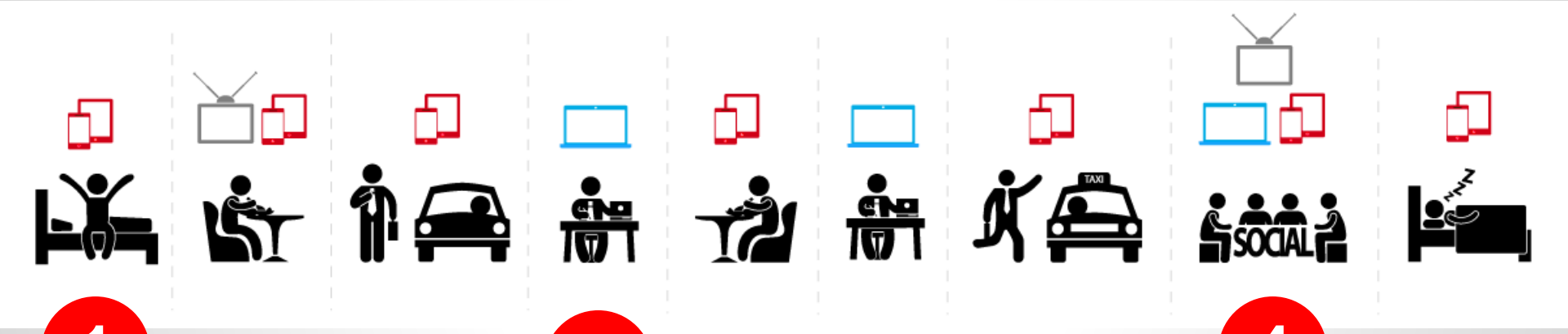
Reklama internete

VARTOTOJO ID

Pirkimas

	Visits	Revenue	Transactions	Average Value
	9,842 % of Total: **6.34%** (155,317)	**LTL13,195.00** % of Total: **5.56%** (LTL237,292.00)	**69** % of Total: **4.69%** (1,470)	**LTL191.23** Site Avg: **LTL161.42** (18.47%)
. [redacted]19f	9	LTL1,902.00	**6**	LTL317.00
. [redacted]6bb6	8	LTL225.00	**2**	LTL112.50
. [redacted]2f9	7	LTL155.00	**2**	LTL77.50

KELI VARTOTOJŲ ĮRENGINIAI



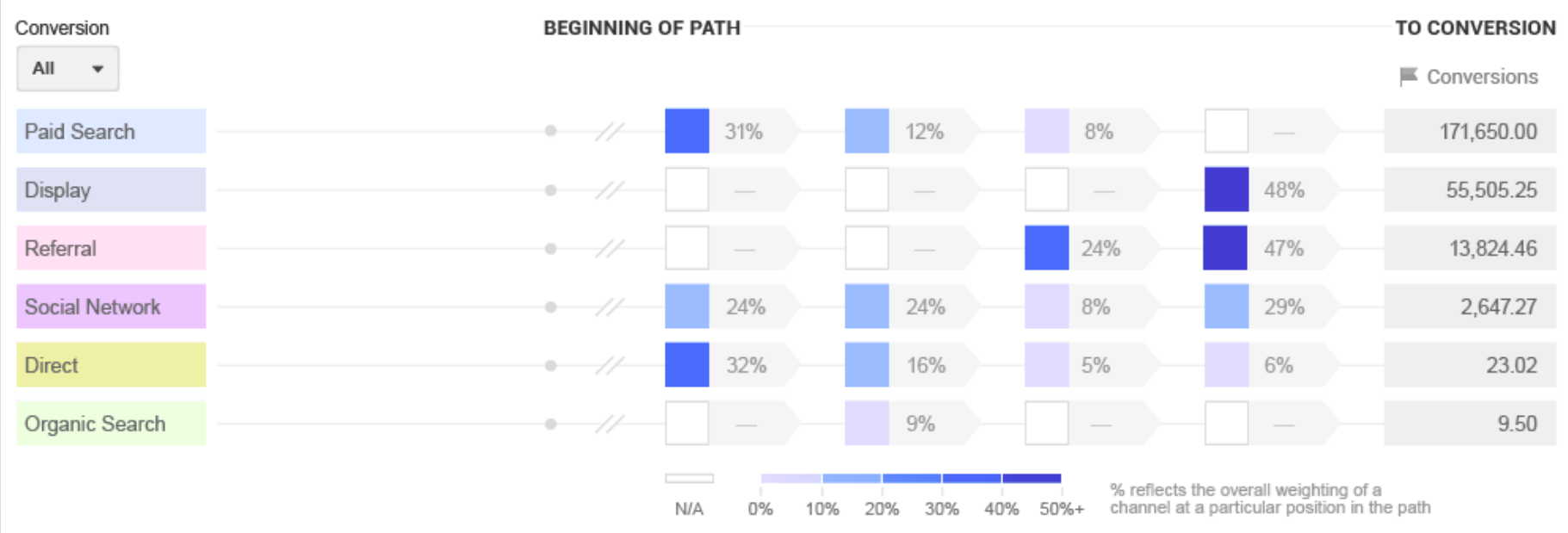
1

2

3

4

GEROS ŽINIOS



Kolkas tik Google Analytics Premium

RIZIKOS

REIKALAI SUDĖTINGĖJA

I don't see what the problem is with... oh.
"Deaths." This is the deaths graph. Sorry,
I thought these were sales figures.



PRIVATUMO KLAUSIMAI

1. Privatumas: EU cookie law

2. Vidinis: duomenų saugumas

Klausimai?