

Методика застосування web-метрик для оцінки ефективності сайту ВНЗ

Білик Любов¹, Кирилишен Ярослав²

Кафедра інформаційних систем управління, Донецький національний університет, УКРАЇНА, м. Донецьк, вул. Університетська, 24,
E-mail: 1. l.bilyk@donnu.edu.ua, 2. kirilishen.yaroslav@donnu.edu.ua

Abstract – The article discusses the use of a powerful web analytics tool for increasing the efficiency of educational websites.

Ключові слова – web-метрика, web-аналітика, коефіцієнт відскоку, джерело переходів, комунікації, оцінка сайту.

Ринок веб-аналітики розвивається досить стрімко. Робота з аналізу веб-сайту починає бути оплачуваною і багато компаній на даний час користуються показниками та інструментами веб-аналізу для оцінки своїх бізнес моделей [1].

Поява і швидкий розвиток глобальної мережі Інтернет стали проривом у розвитку маркетингових та рекламних комунікацій. Інтернет надає якісно нові можливості, в тому числі для маркетингу освітніх послуг, будучи новим потужним каналом поширення інформації. На даний час вищі навчальні заклади (ВНЗ) є реальними учасниками ринкових відносин, що призводить до збільшення їхньої уваги до цих питань [1].

В основі сучасного веб-аналізу використовуються веб-метрики – спеціалізовані функції, значення яких характеризують певні вимірювання веб-сайтів та їх веб-активності. Зокрема, вимір відвідувань сайту і створення певної тенденції подій. Веб-аналітика надає інформацію про кількість відвідувачів сайту і кількість переглядів сторінок, завантажений контент та багато ін. [2, 3].

Сьогодні розроблено багато методик щодо поліпшення організації web-сайтів торгових організацій, застосування яких дозволяє підвищити показники продажу в Інтернет-магазинах на основі аналізу web-метрик. Однак питання практичного застосування web-метрик для оцінки сайту ВНЗ в літературі висвітлені недостатньо, що і є основою формування цілей і завдань дослідження [3].

В основу синтезованої методики підвищення ефективності сайту ВНЗ була покладена стратегія, яка використовує сукупність цілей функціонування сайту. Це є необхідною умовою для розуміння істинних задач, які збираються вирішувати за допомогою сайту його власники. Такий підхід дозволяє визначити ефективність роботи сайту в довгостроковій перспективі. У якості веб-метрик розглянуто набір функцій, які пропонуються компаніями Google і Яндекс для оцінки ефективності сайту.

У результаті проведеного дослідження були виділені наступні основні цілі (завдання) функціонування сайту ВНЗ та асоційовані з ними веб-метрики:

- позиціонування сайту – метрика: «Активність» – демонструє глибину відвідування сайту ВНЗ, а також відсоток користувачів, що повернулися;
- комунікації з міжнародними партнерами, студентами – метрики: «Коефіцієнт відскоку з іншомовних версій сайту», «Метрика географії» дає інформацію скільки користувачів покинуло сторінку ВНЗ та на якому етапі;
- залучення цільової аудиторії – метрика: «Джерело переходів» – показує інформацію про ресурси, з яких було здійснено перехід на сайт ВНЗ;
- створення сприятливого іміджу і довірчі відносин – метрика «Зміст» показує інформацію про кількість завантаженого контенту з сайту ВНЗ;
- підвищення ефективності освіти і супроводу навчального процесу – метрика: «Параметри візитів» – демонструє інформацію про дії авторизованих на сайті ВНЗ користувачів;
- забезпечення інформативності і створення корпоративного стилю – метрика «Карта скролінгу» – дозволяє визначити увагу відвідувачів сайту ВНЗ на певних областях сторінки.

Впровадження розробленої методики показало, що описані методи збору даних можуть представляти величезну цінність для визначення тенденцій, які продемонструють більш ефективний спосіб задоволення вимог відвідувачів сайту ВНЗ та потенційних студентів, що є невід'ємною частиною планування і управління змістом веб-сайту.

Література

1. Мелихов Д., Сарматов И. Веб-аналитика: шаг с совершенству. Киев.: – 2010. – С.112.
2. Кошик, Авинаш. Веб-аналитика. Анализ информации о посетителях веб-сайтов. /Web Analytics: An Hour a Day./ А. Кошик. – М.: Диалектика, 2011. – 464 с.
3. Jesse Russel. Google Analytics. – М.: Книга по Требованию, 2012. – ISBN 978-5-5108-1404-0. – 82 с.