

Internetowe sklepy mogą zarabiać więcej. Najpierw jednak muszą poznać swoich użytkowników.

Wszystko w internecie sprowadza się do pieniędzy. Nawet osoba, która nigdy nie myślała, by zarabiać na swojej stronie, zachęcona dużą ilością odwiedzin, może zmienić zdanie. Założyć sklep albo chociaż wstawić reklamy. Co jednak decyduje o tym, że jedne strony „sprzedają się” lepiej, a inne wcale? W głównej mierze znajomość użytkownika. Wiedza o tym, jak porusza się po stronie, w co i dlaczego klika. Jak zatem go poznać i przestać traktować jak statystykę? Na przykład korzystając z nowej polskiej aplikacji webowej.

Analyzeo to narzędzie stworzone przez trzech Polaków. Służy do badania zachowań użytkowników stron internetowych, czyli mówiąc w pewnym uproszczeniu, do sprawdzania, w co klikają i jak scrollują. Jakie znaczenie mają te informacje? Istotne, ponieważ znając nawyki użytkowników, można dostosować stronę do ich oczekiwań. Tym samym zaś zwiększyć sprzedaż lub zachęcić ich do innych aktywności, np. wypełnienia ankiety.

- Przede wszystkim użytkownik musi wiedzieć, w co klikać i jaki efekt dzięki temu uzyska. Jeśli korzystanie ze strony sprawia mu trudności, raczej nie zatrzyma się na niej na dłużej, a już na pewno niczego nie kupi – przekonuje Piotr Sobieszczak, chief marketing officer, odpowiedzialny m.in. za nawiązywanie kontaktów handlowych i wizerunek Analyzeo. Jego zdaniem autorzy stron internetowych zbyt często zapominają o tym, że witryna musi być w pierwszej kolejności przejrzysta.

Nie ma co liczyć, że dobra strona obroni się treścią. Z danych Analyzeo wynika, że decyzja o pozostaniu w serwisie internetowym lub kliknięciu w krzyżyk zapada zwykle w ciągu ośmiu sekund. Najbardziej liczy się więc pierwsze wrażenie.

Sposób działania Analyzeo jest bardzo prosty. Aplikacja generuje intuicyjne raporty (np. mapy aktywności, mapy kliknięć) z wykorzystaniem kolorów. W ten sposób od razu widać, które miejsca na stronie cieszą się największym zainteresowaniem, a które są całkowicie niewidoczne. Wiadomo więc np., gdzie autor serwisu powinien umieścić najważniejsze treści. Analyzeo pozwala ponadto sprawdzić, czy elementy na stronie mają odpowiednią wielkość. – Jeżeli np. zauważymy, że najwięcej kliknięć jest poza przyciskiem „Call to Action”, będzie to wyraźny znak, że należy go powiększyć – wyjaśniają twórcy.

Analyzeo zdobyło już zaufanie kilkunastu marek. Z narzędzia korzystają m.in. ogólnopolska sieć Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości czy PayLane, system płatności online. Exclusive Lights, internetowy sklep z nowoczesnymi lampami, wprowadził już nawet pierwsze poprawki w wyglądzie strony.

Ideę stworzenia aplikacji zaszczeplił w firmie Michał Strzelczyk, doświadczony programista i architekt systemów webowych, pełniący w firmie rolę chief technology officer. – Miałem okazję pracować przy wielu kampaniach. Najwięcej problemów sprawiało zwykle mierzenie ich skuteczności. Dysponowaliśmy co prawda statystykami, ale te nie mówią nic o zachowaniu użytkowników. O tym, w co klikają, jak i dlaczego. Tymczasem, aby zwiększyć konwersję, czyli skutecznie ich zaangażować, potrzebowaliśmy właśnie takich informacji. Analyzeo powstało więc po to, aby m.in. zwiększyć efektywność działań marketingowych – mówi.



Na świecie istnieją już podobne, chociaż nie identyczne rozwiązania, np. HotJar czy Crazy Egg. Twórcy Analyzeo zapowiadają jednak, że nie zamierzają ograniczać się wyłącznie do polskiego rynku. – Naszym celem jest ekspansja zagraniczna. Widzimy dla siebie szanse m.in. w Niemczech czy Skandynawii. Z naszej usługi można jednak korzystać na całym świecie, więc nie chcielibyśmy się ograniczać do konkretnych państw czy regionów. Analyzeo to jeszcze dziecko. Chcemy przystosować je do otoczenia i zebrać jak najwięcej sygnałów odnośnie tego, jak jest postrzegane przez klientów – zaznacza Jakub Puczyłowski, sales director.

Analyzeo to polskie narzędzie do badania zachowań użytkowników stron internetowych. Pozwala sprawdzić m.in. w co klikają i jak scrollują. Dzięki temu każdy, kto prowadzi swoją stronę, może ją poprawić i dostosować do nawyków odwiedzających ją internautów. Takie rozwiązanie pomaga kilkukrotnie zwiększyć konwersję, podnieść sprzedaż, zwiększyć efektywność wydatków na marketing, a także zdobyć argument w negocjacjach z reklamodawcami. Generowane przez Analyzeo raporty są łatwe do odczytania. Wykorzystują wizualizacje w postaci kolorowych map. www.analyzeo.com

W przypadku pytań zapraszamy do kontaktu:

Przemysław Kawalec
+48 797 549 605
pk@quoteme.pl
media@analyzeo.com