

## **Polscy innowatorzy stworzyli narzędzie dla e-commerce. Kolorowe plamy pomogą sklepom zwiększyć obroty**

**Marketing w sieci można znacznie lepiej zaplanować. Pomóc ma w tym Analyzeo, innowacyjne narzędzie, które za sprawą trzech Polaków trafiło właśnie na rynek. – Pomagamy właścicielom stron internetowych zrozumieć potrzeby swoich użytkowników. Dzięki temu mogą generować większe zyski – zapewniają twórcy.**

Ludzie na całym świecie coraz chętniej dokonują zakupów przez Internet. Wciąż wzrastające tempo życia sprawia, że nie mamy czasu na chodzenie po tradycyjnych sklepach i ryzyko, że nie znajdziemy tam tego, czego szukamy. Wielu z nas woli kupić nowy telewizor czy buty w sieci, gdyż jest to po prostu bardziej wygodne. Okazuje się jednak, że droga od wejścia na stronę do kliknięcia w przycisk „kup” jest dłuższa niż mogłoby się wydawać. Na to, czy w ogóle zdecydujemy się zapoznać z ofertą i cenami ogromny wpływ ma... przyjazny layout.

- Internetowy klient niczym nie różni się od tego tradycyjnego. Jeżeli wchodzimy do sklepu z odzieżą i nie możemy się odnaleźć, nie wiemy, gdzie jest dział męski, a gdzie damski, często zmieszani wychodzimy z niego po kilku sekundach. Podobnie jest w sieci. Jeżeli internauta musi zastanawiać się, w co kliknąć, aby osiągnąć konkretny efekt, możemy być niemal pewni, że właśnie straciliśmy klienta – mówi Piotr Sobieszczak, jeden z twórców aplikacji Analyzeo służącej do badania zachowań użytkowników stron internetowych.

Tę tezę potwierdza econsultancy.com, portal doradczy dla marketerów i pracowników e-commerce. Zgodnie z jego informacjami aż 88 proc. internautów raczej nie wróci na stronę, która zraziła ich do siebie przy pierwszym kontakcie.

Skuteczny marketing online możliwy jest dopiero wówczas, gdy poznamy naszego użytkownika i sposób, w jaki porusza się po stronie. – Wiedza o tym, w co klika, jak i dlaczego, ma kluczowe znaczenie, gdyż pozwala nam wprowadzić takie zmiany, by strona jak najbardziej odpowiadała jego przyzwyczajeniom i oczekiwaniom. W przypadku e-commerce przekłada się to na większą sprzedaż – przekonuje Michał Strzelczyk, doświadczony programista i pomysłodawca Analyzeo. Portal uxteam.com skupiający ekspertów od funkcjonalności stron internetowych oszacował, że każdy dolar zainwestowany w ulepszenie witryny może się zwrócić nawet stukrotnie.

Analyzeo powstało właśnie po to, by pomóc właścicielom stron internetowych poznać swoich użytkowników. Ogromną zaletą tej aplikacji jest fakt, że jest ona wyjątkowo prosta w użyciu, dzięki czemu mogą z niej korzystać także osoby niemające specjalistycznej informatycznej wiedzy. Również raporty generowane przez Analyzeo nie sprawiają problemów z odczytaniem. Opierają się na kolorowych mapach (m.in. mapa ciepła, mapa przewijania), przedstawiających informacje zgodnie z zasadą: im cieplejsza barwa, tym większy ruch. W ten sposób na pierwszy rzut oka widać, które miejsca na stronie cieszą się największym zainteresowaniem, a które są całkowicie pomijane. Wiadomo więc np., gdzie powinny się znaleźć najważniejsze informacje.

Warto zadbać o funkcjonalność strony internetowej. W sieci bowiem sprawdza się stara prawda, że jak cię widzą, tak cię piszą. Szkoda ryzykować utratę klientów, przyjmując założenie, że najważniejsza jest wyłącznie treść. Wielu internautów nie zdąży się nawet z nią zapoznać, bo w chwili napotkania pierwszego problemu w użytkowaniu, opuści naszą stronę. Nie dość, że na tej podstawie nasza firma zostanie oceniona negatywnie, to w dodatku zła wiadomość zostanie przekazana dalej. Jak pokazują

badania, prawie 70 proc. użytkowników rezygnuje z zakupu w sklepie, którego strona zawiodła ich oczekiwania (źródło: smashingmagazine.com).

Obecnie zaledwie nieco ponad połowa firm (55 proc.) sprawdza, czy strona jest intuicyjna dla użytkownika. Według raportu econsultancy.com ogromna większość z pozostałej połowy (73 proc.) zdecyduje się na ten krok w ciągu najbliższego roku. – Wyraźnie więc widać, że rynek podąża w kierunku analizowania i już wkrótce konieczność poznania użytkownika stanie się standardem prowadzenia jakiegokolwiek działalności w sieci – mówi Jakub Puczyłowski, dyrektor sprzedaży Analyzeo.

- Często podkreślamy, jakie korzyści z zastosowania Analyzeo może odnieść sektor e-commerce. Warto jednak pamiętać, że nasza aplikacja skierowana jest do wszystkich, którzy prowadzą stronę internetową, za pomocą której prezentują swoją ofertę. Nie musi być to zatem strona, która bezpośrednio sprzedaje. Świadczyć może o tym fakt, że zainteresowanie naszym rozwiązaniem wyraził jeden z wiodących polskich portali opinii. Prowadzimy właśnie rozmowy w tej sprawie. Analyzeo polecamy również osobom, które prowadzą np. bloga. Wiedząc, które miejsca na stronie generują największy ruch, będą mogły skuteczniej negocjować stawki reklamowe – wyjaśnia Piotr Sobieszcak.

Analyzeo zdobyło dotychczas zaufanie kilkunastu marek. Z narzędzia korzystają m.in. ogólnopolska sieć Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości czy PayLane, system płatności online. Exclusivelights, internetowy sklep z nowoczesnymi lampami, wprowadził już nawet pierwsze poprawki w wyglądzie strony. Właściciel sklepu, Marcin Hoff, zapewnia, że odbiło się to korzystnie na sprzedaży.

---

**Analyzeo** to polskie narzędzie do badania zachowań użytkowników stron internetowych. Pozwala sprawdzić m.in. w co klikają i jak przewijają treści. 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](http://www.analyzeo.com)

**W przypadku pytań zapraszamy do kontaktu:**

Przemysław Kawalec  
+48 797 549 605  
[pk@quoteme.pl](mailto:pk@quoteme.pl)  
[media@analyzeo.com](mailto:media@analyzeo.com)