



Statistiky návštěvnosti **ANO**, či **NE**?

Statistiky návštěvnosti webových stránek poskytují svým majitelům cenné informace. Ne každý majitel internetové prezentace má však o tyto informace zájem, a tak se o návštěvnících, kteří u něj utrácejí peníze, vlastně ani moc neví. Vyhodnocování statistik návštěvnosti samozřejmě stojí čas, a tedy i peníze, a je tudíž na zvážení majitele, zda by se mu vynaložené prostředky (investice) vrátily.

Typy statistik

Statistiky lze rozdělit do několika skupin, které se liší spoustou detailů, faktorů a v neposlední řadě také cenovou nákladností.

Interní statistiky

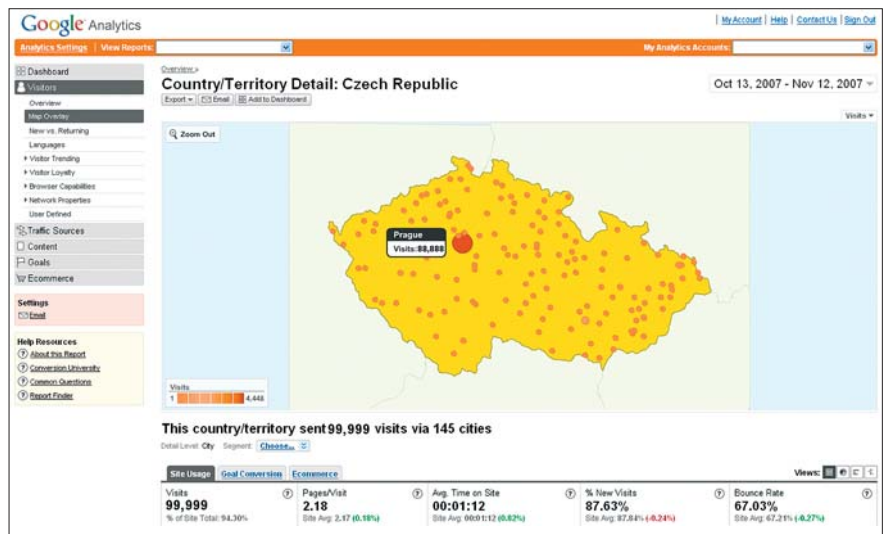
Prakticky každý poskytovatel webhostingu (pronájem místa na serveru) k němu nabízí jako službu zdarma statistiky stránek. Tyto statistiky jsou interní, to znamená, že jsou vytvářeny přímo z logu serveru. Log si je možné představit jako textový soubor, do něhož jsou ukládány informace o tom, jaké soubory si konkrétní návštěvník¹ ze stránek vyžádal (HTML stránky, JPG obrázky, PDF soubory, XLS tabulky a další.), přesný čas, z kterých stránek přišel, jak dlouho na stránkách byl, jaký má operační systém, internetový prohlížeč atd. Představy mnoha uživatelů o tom, jak je internet anonymní, by možná při pohledu do takového logu rychle vzaly za své. Vzhledem k tomu, že jsou statistiky

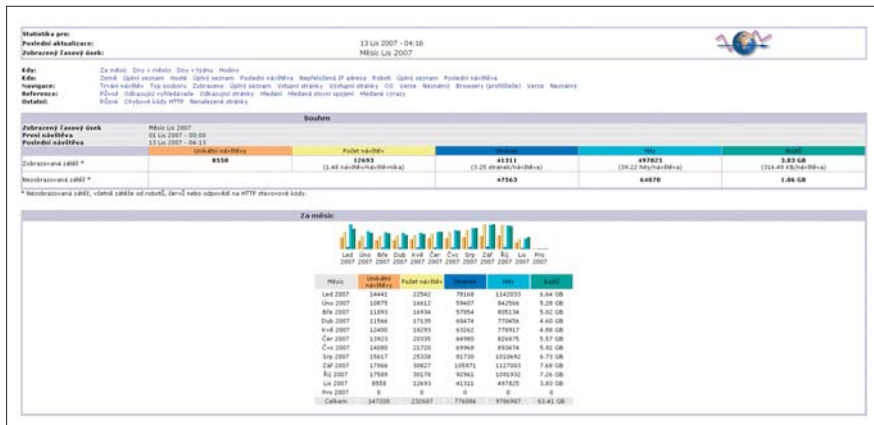
generovány přímo z logu, vykazují vysokou přesnost. Jako nejčastější programy pro interní statistiky jsou využívány statistiky AW stats a Webalizer, přičemž se od sebe jednotlivé programy pro zobrazení statistik liší. Někteří webhosteři poskytují i kvalitnější statistiky, jako třeba SmarterStats nebo Deepmexix Livestats.

Externí statistiky

Na internetu existují stránky, které vám nabídnou poskytování statistiky k vašim stránkám zdarma. Postačí, když si do svých stránek vložíte malý kousek programového kódu,

a můžete získat další statistické přehledy. Velká část těchto statistik je nabízena ZDARMA. Mezi současné nejlepší zdarma poskytované statistiky bezpochyby patří Google Analytics (<http://www.google.com/analytics>) od společnosti Google. Pokud máte zájem o statistiky v češtině, pak je možné využít například službu TOPlist nebo Na Vrcholu². Externí statistiky jsou o něco méně přesné, protože ne vždy se musí načíst vložený kousek kódu. Stejně tak nejsou schopné sledovat například přímo uložené soubory, do kterých kód nejde vložit (PDF, WORD dokument, soubor v Excelu atd.).





Statistiky na míru

Je možné, že vám ani jeden z předchozích typů nebude vyhovovat a nebude schopen poskytnout právě ty informace, které vás nejvíce zajímají. Pak je možné nechat si vytvořit některé statistické přehledy na míru - například obraty nákupů u jednotlivých zákazníků, průběžné počty zaregistrovaných uživatelů k vašemu mailing listu, objem nějakého prodaného výrobku atd. Tyto statistické přehledy už mohou být vytvořeny třeba v jednoduché tabulce v Excelu.

Jaké statistiky k vyhodnocování zvolit

Každé statistiky poskytují jiné přehledy, i když základ většinou bývá stejný. Stejně tak jsou jednotlivé programy pro zobrazení statistických přehledů různě nastaveny. Proto je dobré využívat od každého něco. Různost jednotlivých statistik (interní, externí, na míru) nám pomůže vytvořit si poměrně ucelený obrázek o tom, co návštěvníci na stránkách dělají.

Jak vyhodnocovat

Máte-li tedy před sebou spousty čísel, tabulek, koláčových i jiných grafů, je možné se pustit do samotného vyhodnocování. Velká část majitelů stránek se chybně zaměřuje jen na jeden jediný údaj - kolik návštěvníků na stránky přišlo. Přitom toto číslo samo o sobě je prakticky k ničemu. Daleko důležitější jsou například údaje typu kolik bylo uskutečněných a zaplacených objednávek, kolik lidí provedlo akci, která má pro mě nějaký užitek (například přihlásili se k odběru novinek), kolik lidí zaslalo poptávku atd. Tyto informace je pak možné začít kombinovat s dalšími, jako třeba odkud přišli ti návštěvníci, kteří si něco koupili, zda rozesílání novinek má přímý efekt na počet (výši) objednávek, zda nějaká reklamní kampaň má ten účinek, jaký jsme předpokládali atd.

Statistické přehledy nám také slouží k lepší optimalizaci stránek pro návštěvníky. Prozdívá nám, jaké rozlišení obrazovky mají nastaveno. Z této informace je pak možno vycházet při tvorbě nových stránek. Pokud například 97 % návštěvníků má rozlišení obrazovky 1 024 x 768 nebo vyšší, pak je zbytečné stránky připravovat pro rozlišení 800 x 600. Stejný postup lze zopakovat například u podpory flash animací či JavaScriptu.

Také nám mohou poskytnout informace o tom, jaké stránky jsou nejnavštěvovanější, a tedy napovědět, co opravdu návštěvníci na našich stránkách nejvíce zajímá.

Záludnosti statistik

Vždy je potřeba si dát pozor na interpretaci výsledků. Například pokud se vysoké procento návštěvníků na našich stránkách podívá pouze na jednu stránku a poté prezentaci opustí, můžeme to interpretovat dvojím způsobem:

- a) Je to špatně, protože pravděpodobně nenašli to, co hledali, a tak odešli hledat jinde
- b) Je to dobře, protože si zobrazili přesně tu stránku, kterou hledali, a už nemuseli dál klikat.

Teprve výsledky za delší časové období nám mohou napovědět určité trendy. Nemá smysl porovnávat prázdninový měsíc srpen s měsícem zářím, kdy návštěvnost velmi prudce stoupá. Sledování a hlavně vyhodnocování statistik je dlouhodobá, časově velmi náročná činnost. A jako u ostatních počítačových činností i v jejím případě platí, že ke kvalitnímu vyhodnocování je potřeba specialisty.

/Lukáš Tyl/
<http://www.netservis.cz/>

¹⁾ V logu samozřejmě neuvidíte, že si vaše stránky prohlížel Pavel Novák z firmy Novák a. s. - místo návštěvníka uvidíte jeho IP adresu, podle které se alespoň přibližně dá určit kupříkladu lokalitu, z níž si stránky prohlížel.

²⁾ Tyto statistiky jsou zdarma pouze do 100 000 zobrazených stránek měsíčně.

