

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ BLOG

Θεματολογία: Well being - fitness & more

Το blog μας:

BE F-EAT <https://e-featness.blogspot.com/>

Τι είναι blog και ποια είναι η χρήση του?

Ένα Ιστολόγιο (blog) είναι μια διαδικτυακή έκδοση που αποτελείται από περιοδικά άρθρα (συνήθως σε ανάστροφη χρονολογική σειρά).

Τα ιστολόγια ξεκίνησαν κυρίως από προγραμματιστές και φίλους της τεχνολογίας, ως ηλεκτρονικά ημερολόγια όπου ο καθένας παραθέτει σκόρπιες σκέψεις του.

Η επιρροή τους έχει αρχίσει να αυξάνει, καθώς πολλοί άνθρωποι είναι απογοητευμένοι με την ποιότητα των καθιερωμένων Μ.Μ.Ε. και με την έλλειψη διαδραστικότητας τους. Το περιεχόμενο των καταχωρήσεων μπορεί να είναι οτιδήποτε, όπως ειδήσεις, πολιτικοκοινωνικός σχολιασμός, σχολιασμός των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των διασημοτήτων, προσωπικά ημερολόγια και ειδικά θέματα όπως τεχνολογία, τέχνες, μόδα, αθλητικά και γαστρονομία. Συνήθως δεν απαιτείται ενδελεχής επιμέλεια του κώδικα της ιστοσελίδας, μιας και συχνά είναι εγκατεστημένα αυτόματα συστήματα, παρέχουν την δυνατότητα στο διαχειριστή του ιστολογίου να συντάξει μια καταχώρηση με πολύ λίγα βήματα.

Πως μετράται η αποδοση και η επιτυχία του?

1. Αύξηση της αναγνωσιμότητας του blog. Χρήση του blog για την ενίσχυση της αναγνωσιμότητας των προϊόντων, υπηρεσιών ή events. Για τη κατανόηση σχετικά με το αν το blog επιτυγχάνει το σκοπό του, θα πρέπει να απαντηθεί το ερώτημα: "Το blog προσελκύει το target audience που έχει τεθεί?". Για την απάντηση, θα πρέπει να δοθεί βαρύτητα στις κύριες παρακάτω blogging μετρήσεις:

- Page views
- RSS feeds and email sign-ups
- Search rankings
- Inbound links
- Outbound links
- CPM
- Fans/followers/readers
- Media links

2. Χρησιμοποίηση του blog με σκοπό την ενημέρωση, πληροφόρηση και τη δραστηριοποίηση των ατόμων. Απαντώντας στο ερώτημα: “Είναι η ανάρτηση του blog ενδιαφέρουσα και σχετική?”. Μπορεί να μετρηθεί το επίπεδο ενδιαφέροντος και η σχετικότητα δίνοντας βαρύτητα στις κύριες παρακάτω μετρήσεις:

- Time on site
- Page views
- Blog, discussion, document views
- Content rating
- Comments
- Likes & comments
- Content clicks
- Questions asked

3. Driving Conversion με το blog. Στη περίπτωση δημιουργίας χρημάτων για την επιχείρηση, ένα blog θα μπορούσε να κατευθύνει τις πωλήσεις ή τις δραστηριότητες που σχετίζονται με εκείνες. Μπορεί να οδηγήσει στην εγγραφή ή σε κάποια άλλη δράση που παρακινεί τους πελάτες να αγοράσουν. Επομένως, το ερώτημα που μπορεί να απαντηθεί είναι: “Το driving conversion του blog είναι σχετικό?”. Κάποιες σημαντικές δραστηριότητες που πρέπει να μετρηθούν είναι οι εξής:

- Click-through to the web page
- Downloads
- Registrations

4. Διαμοιρασμός του περιεχομένου ως μια κυρίαρχη ιδέα. Θα πρέπει να απαντηθεί το ερώτημα: “Το περιεχόμενο του blog αξίζει να διαμοιραστεί από τους χρήστες?”, το οποίο μπορεί να γίνει μέσω την υποστηριζόμενης δραστηριότητας η οποία μετράει:

- Shares/ Retweets
- Referrals
- Repeat visits
- Inbound links
- Outbound links

Bounce Rate

Το Bounce rate αποτελεί έναν όρο του Internet marketing που χρησιμοποιείται στη web traffic ανάλυση. Ουσιαστικά, αντιπροσωπεύει το ποσοστό των επισκεπτών που εισέρχονται την ιστοσελίδα και στη συνέχεια αποχωρούν χωρίς να επισκεφτούν τις υπόλοιπες σελίδες. Βασικά, το Bounce rate υπολογίζει το χρονικό διάστημα που ξοδεύει ένα άτομο στην ιστοσελίδα.

Το Bounce rate αποτελεί ένα μέτρο υπολογισμού της αναποτελεσματικότητας μιας ιστοσελίδας, στη προσπάθεια διατήρησης των επισκεπτών όσο το δυνατόν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Σκοπός του Bounce rate

Τα Bounce rates μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να καθορίσουν την αποτελεσματικότητα ή την απόδοση μιας εισαχθείσας σελίδας ως προς το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Μια εισαχθείσα σελίδα με χαμηλό Bounce rate σημαίνει πως η σελίδα αυτή προκαλεί τους επισκέπτες της να συνεχίσουν να βλέπουν παραπέρα στην ιστοσελίδα. Αντιθέτως, τα υψηλά bounce rates υποδηλώνουν πως η ιστοσελίδα δεν προσελκύει το ενδιαφέρον των επισκεπτών της, με αποτέλεσμα την παροδική περιήγηση στην ιστοσελίδα και την μη λήψη κάποιας δράσης μέσα σ' αυτήν.

Η ερμηνεία των bounce rate μετρήσεων θα πρέπει να συμβαδίζει με τους επιχειρηματικούς στόχους και ορισμούς, καθώς το υψηλό bounce rate δεν είναι πάντοτε σημάδι χαμηλής απόδοσης. Στις ιστοσελίδες όπου ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί χωρίς την περιήγηση σε περισσότερες από μια σελίδες, όπως για παράδειγμα ιστοσελίδες που μοιράζονται συγκεκριμένες γνώσεις για κάποιο αντικείμενο (λεξικό, συγκεκριμένη συνταγή), το bounce rate δε θα έχει τόση αξία στο καθορισμό της επιτυχίας. Από την άλλη πλευρά, το bounce rate μιας e-commerce ιστοσελίδας θα μπορούσε να ερμηνευτεί σε σύγκριση με το purchase conversion rate που διαθέτει. Τυπικά, κατά μέσο όρο το Bounce rate για το e-commerce κυμαίνεται στο 60%, με τους top-performers να λειτουργούν στο 36% του μέσου Bounce rate.

Κατασκευή

Ένα bounce προκύπτει όταν ένας επισκέπτης της ιστοσελίδας κοιτάζει μια μόνο σελίδα, το οποίο σημαίνει πως αποχωρεί από την ιστοσελίδα χωρίς να επισκεφτεί τις υπόλοιπες, προτού ολοκληρωθεί μια συγκεκριμένη χρονική περίοδος. Δεν υπάρχει κανένας προκαθορισμένος χρόνος που μπορεί να εμφανιστεί το bounce ύστερα από την αποχώρηση του επισκέπτη. Αντιθέτως, έχει καθοριστεί από τον εξής τύπο:

$$R_b = T_v / T_e$$

όπου:

- R_b = Bounce rate
- T_v = Συνολικός αριθμός επισκεπτών που κοιτάζουν μια σελίδα.
- T_e = Συνολικές εισαγωγές στη σελίδα

Ένας επισκέπτης μπορεί να κάνει bounce:

- Κάνοντας κλικ σε ένα link μιας σελίδας διαφορετικής ιστοσελίδας.
- Κλείνοντας ένα ανοιχτό παράθυρο ή tab.
- Γράφοντας ένα νέο URL.

- Κάνοντας κλικ στο “Back” κουμπί για να αποχωρήσει από την ιστοσελίδα.
- Session timeout.

Υπάρχουν δυο εξαιρέσεις:

1. Ύπαρξη ιστοσελίδας με μια σελίδα.
2. Η αξία αναλογίας του offline είναι τόσο πειστική καθώς οι άνθρωποι θα κοιτάζουν μια μόνο σελίδα ιστοσελίδας και θα πάρουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που χρειάζονται.

Μια ευρέως χρησιμοποιούμενη session timeout αξία είναι 30 λεπτά. Στη περίπτωση αυτή, αν ένας επισκέπτης κοιτάξει μια σελίδα και αποχωρήσει αφήνοντας το browser idle του για περισσότερο από 30 λεπτά, θα καταγραφεί ως ένα bounce. Αν ο επισκέπτης συνεχίσει να περιηγείται μετά τη συγκεκριμένη καθυστέρηση, ένα νέο session προκύπτει.

Επομένως, το bounce rate είναι ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών που εισέρχονται σε μια σελίδα και αποχωρούν σε μια συγκεκριμένη timeout περίοδο χωρίς να επισκεφτούν κάποια άλλη σελίδα, διαιρεμένο από το συνολικό αριθμό επισκεπτών που εισέρχονται στη συγκεκριμένη σελίδα της ιστοσελίδας. Αντιθέτως, το bounce rate για μια ιστοσελίδα είναι ο συνολικός αριθμός επισκεπτών που επισκέπτονται μια σελίδα για κάθε session διαιρεμένο από το συνολικό αριθμό επισκέψεων της ιστοσελίδας.

Google Analytics

Τα Google Analytics είναι μια δωρεάν υπηρεσία ανάλυσης ιστού (web analytics) που παρέχει στατιστικά στοιχεία και βασικά αναλυτικά εργαλεία για τη βελτιστοποίηση των μηχανών αναζήτησης (SEO) και για σκοπούς μάρκετινγκ. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη σε οποιονδήποτε έχει λογαριασμό Google. Οι λειτουργίες του Google Analytics περιλαμβάνουν:

- Εργαλεία οπτικοποίησης δεδομένων που περιλαμβάνουν πίνακα οργάνων, καρτών βαθμολογίας (scorecards) και γραφήματα κίνησης,

τα οποία εμφανίζουν αλλαγές στα δεδομένα με την πάροδο του χρόνου.

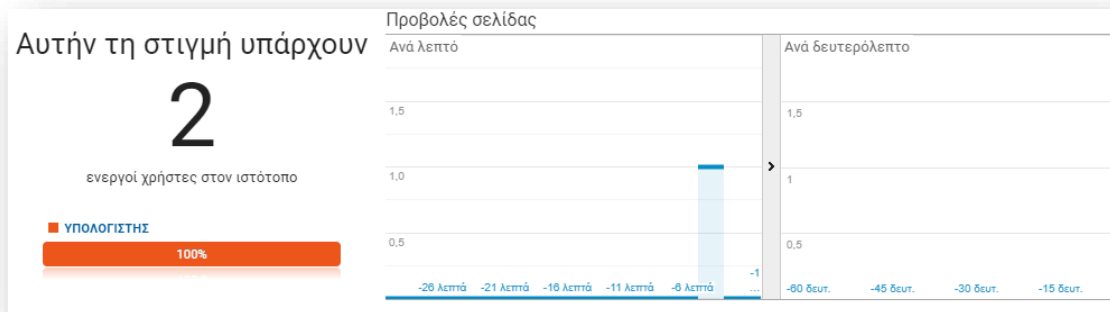
- Τμηματοποίηση για ανάλυση υποσυνόλων, όπως μετατροπές.
- Προσαρμοσμένες αναφορές.
- Κοινή χρήση και επικοινωνία βάσει ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Ενσωμάτωση με άλλα προϊόντα της Google, όπως το AdWords, το Public Data Explorer και το Website Optimizer.

Τα Google Analytics προσανατολίζονται προς μικρού και μεσαίου μεγέθους ιστότοπους λιανικής. Η υπηρεσία έχει περιορισμούς που την καθιστούν λιγότερο κατάλληλη για πιο σύνθετες ιστοσελίδες και μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, το σύστημα συλλέγει δεδομένα μέσω μιας ετικέτας σελίδας JavaScript που έχει εισαχθεί στον κώδικα σελίδων που ο χρήστης θέλει να συλλέξει δεδομένα. Η ετικέτα σελίδας λειτουργεί ως σφάλμα Web για τη συλλογή πληροφοριών επισκεπτών. Ωστόσο, επειδή εξαρτάται από τα cookies, το σύστημα δεν μπορεί να συλλέξει δεδομένα για χρήστες που τους έχουν απενεργοποιήσει. Η Google χρησιμοποιεί επίσης τις δειγματοληψίες στις αναφορές της παρά να αναλύει όλα τα διαθέσιμα δεδομένα.

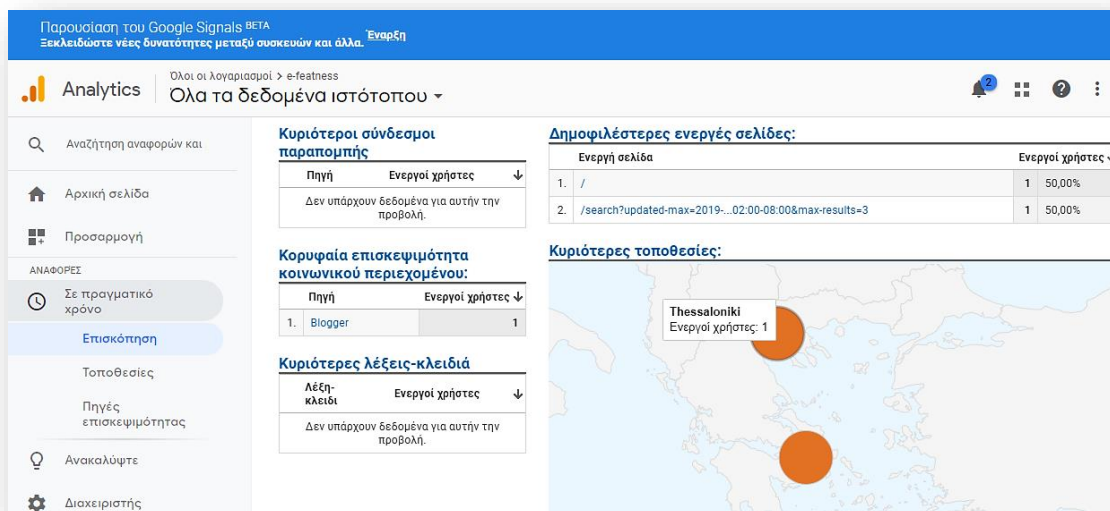
Επιπλέον, ορισμένοι ειδικοί ασφαλείας έχουν εκφράσει ανησυχίες σχετικά με τα ζητήματα απορρήτου στο Google Analytics. Μέσω του Πίνακα ελέγχου Google Analytics, οι χρήστες μπορούν να συλλέγουν πληροφορίες σχετικά με άτομα των οποίων οι ιστότοποι συνδέονται με ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το Twitter.

Υπάρχει ένας αριθμός εμπορικών προϊόντων για επιχειρήσεις που απαιτούν πιο προηγμένες αναλύσεις στο Web, συμπεριλαμβανομένων εκείνων από την Omniture, το Webtrends, τη γραμμή προϊόντων Cognos της IBM και το OracleWebCenter.

Έπειτα από πειραματισμό στο δικό μας blog, μερικά από τα αποτελέσματα ανάλυσης της Google παρουσιάζονται παρακάτω:



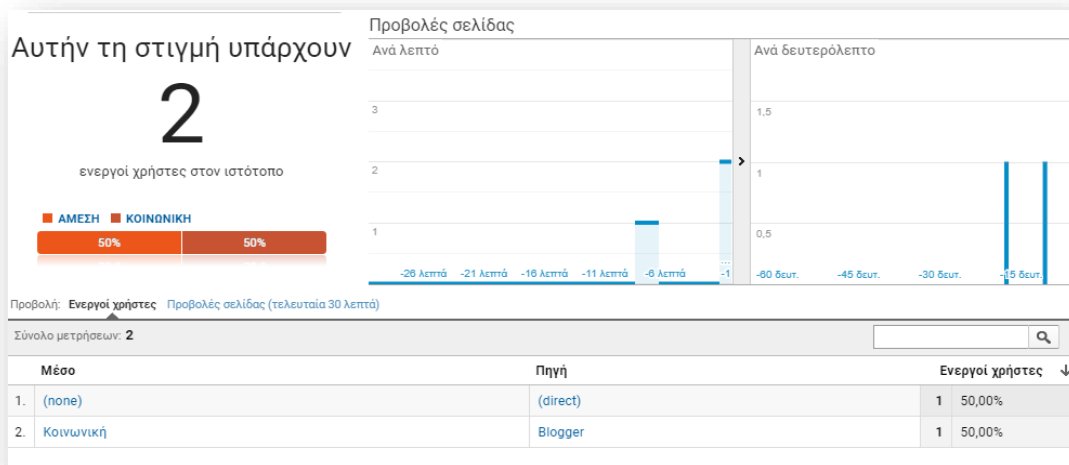
Στη συγκεκριμενη εικονα απεικονίζεται ο συνολικος αριθμος ενεργων χρηστων ανα λεπτο και ανα δευτερολεπτο.



Στη συγκεκριμενη εικονα απεικονιζονται οι κυριότερες τοποθεσιες των ενεργων χρηστων και σε ποια σελιδα του ιστολογιου περιηγουνται.

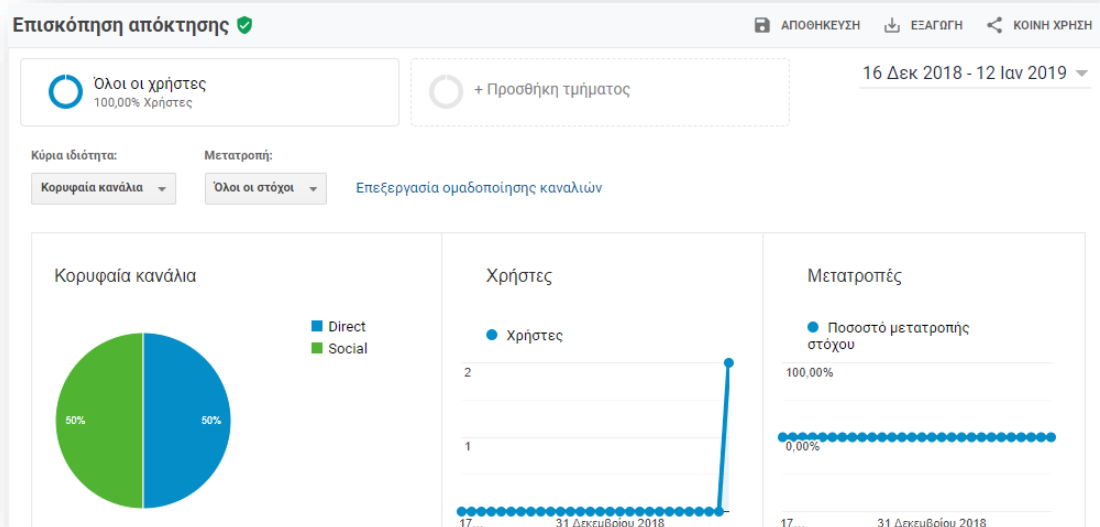


Στη συγκεκριμένη εικόνα απεικονίζονται οι χώρες απο τις οποίες περιηγούνται οι ενεργοί χρήστες.



Στη συγκεκριμένη εικόνα απεικονίζεται ο τρόπος εύρεσης του ιστολογίου από τους εκάστοτε ενεργούς χρήστες ανα λεπτό και ανα δευτερόλεπτο. Παρόμοια πληροφόρηση παρουσιάζεται και στις 3 επόμενες εικόνες:

	Απόκτηση			Συμπεριφορά		
	Χρήστες ↓	Νέοι χρήστες ↓	Περίοδοι σύνδεσης ↓	Ποσοστό εγκατάλειψης ↓	Σελίδες / περίοδο σύνδεσης ↓	Μέση διάρκεια περιόδου σύνδεσης ↓
	2	2	20	55,00%	2,45	00:02:49
1 ■ Direct	1	<div><div></div></div>		0,00%	<div><div></div></div>	
2 ■ Social	1	<div><div></div></div>		61,11%	<div><div></div></div>	



	Default Channel Grouping	Απόκτηση			Συμπεριφορά			Μετατροπές		
		Χρήστες ? ↓	Νέοι χρήστες ?	Περίοδοι σύνδεσης ?	Ποσοστό εγκατάλειψης ?	Σελίδες / περίοδο σύνδεσης ?	Μέση διάρκεια περιόδου σύνδεσης ?	Ποσοστό μετατροπής στόχου ?	Ολοκληρώσεις στόχου ?	Τιμή
		2 % του συνόλου: 100,00% (2)	2 % του συνόλου: 100,00% (2)	20 % του συνόλου: 100,00% (20)	55,00% Μέσος όρος για προβολή: 55,00% (0,00%)	2,45 Μέσος όρος για προβολή: 2,45 (0,00%)	00:02:49 Μέσος όρος για προβολή: 00:02:49 (0,00%)	0,00% Μέσος όρος για προβολή: 0,00% (0,00%)	0 % του συνόλου: 0,00% (0)	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	1. Direct	1 (50,00%)	1 (50,00%)	2 (10,00%)	0,00%	6,50	00:18:50	0,00%	0 (0,00%)	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	2. Social	1 (50,00%)	1 (50,00%)	18 (90,00%)	61,11%	2,00	00:01:02	0,00%	0 (0,00%)	0,00 \$

Εξερεύνηση χρηστών ✓ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΗ ΚΟΙΝΗ ΧΡΗΣΗ

Όλοι οι χρήστες
100,00% Χρήστες

+ Προσθήκη τμήματος

16 Δεκ 2018 - 12 Ιαν 2019

Εξερεύνηση χρηστών

Σύνθετο


Αναγνωριστικό πελάτη	Περίοδοι σύνδεσης	Μέση διάρκεια περιόδου σύνδεσης	Ποσοστό εγκατάλειψης	Έσοδα	Συναλλαγές	Ποσοστό μετατροπής στόχου
1. 131001034.1547307680	18 (90,00%)	00:01:02	61,11%	0,00 \$ (0,00%)	0 (0,00%)	0,00%
2. 290269013.1547307495	2 (10,00%)	00:18:50	0,00%	0,00 \$ (0,00%)	0 (0,00%)	0,00%

Εμφάνιση σειρών: 10 Μετάβαση σε: 1 1 - 2 από 2

Παραπάνω παρουσιάζονται οι επισκέπτες της σελίδας βάσει κάποιου μοναδικού αναγνωριστικού τους ο καθένας, ανά περίοδο σύνδεσης.

Αναφορά χρηστών

16 Δεκ 2018 - 12 Ιαν 2019



Αναγνωριστικό πελάτη
131001034.1547307680

Αναγνωριστικό πελάτη BigQuery
562645158319491744

Ημερομηνία τελευταίας επίσκεψης

Κατηγορία συσκευής
desktop

Πλατφόρμα συσκευής
web

Περίοδοι σύνδεσης (LTV)
0
Περίοδοι σύνδεσης (Τρέχουσες): 18

Διάρκεια περιόδου σύνδεσης (LTV)
00:00:00
Διάρκεια περιόδου σύνδεσης (Τρέχουσες): 00:18:32

Έσοδα (LTV)
0,00 \$
Έσοδα (Τρέχουσες): 0,00 \$

Φιλτράρισμα κατά
Δημιουργία τμήματος
4 επιλεγμένα
Σύμπτυξη όλων
Εξαγωγή

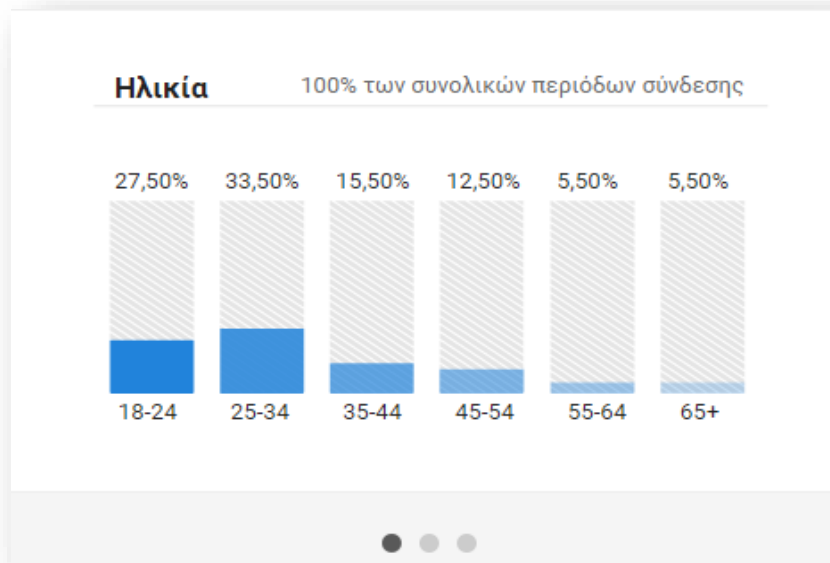
Ταξινόμηση κατά
Φθίνουσα σειρά
Ανάπτυξη όλων

Ιαν 12, 2019 18 περίοδοι σύνδεσης

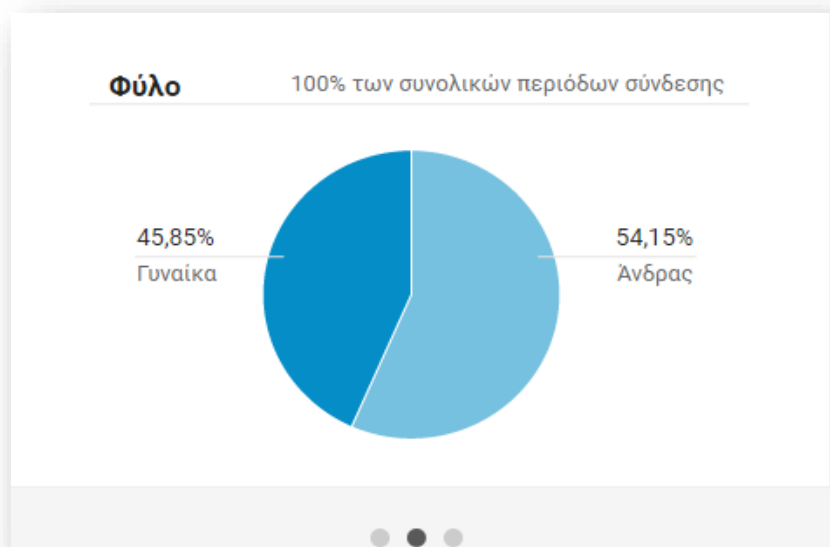
9:17 μμ	03:38	Social	3
9:13 μμ	00:00	Social	1

Εδώ βλέπουμε λεπτομέρειες που αφορούν την περίοδο σύνδεσης του κάθε επισκέπτη, τη διάρκεια σύνδεσής του και των αριθμό προβολών των αναρτήσεών μας.

Εάν το επιθυμούμε μπορούμε επιπλέον να δούμε κάποια στατιστικά στοιχεία αναφορικά με τους χρήστες-επισκέπτες, που αφορούν :



την ηλικία



το φύλο.