

Úvod a měřicí plán



Zkušenosti

- analytika?
- vývoj?
- marketing?
- design?

Očekáváníí?

Jak k hodinám přistupovat

- čistě dokončit se dá předmět s minimem námahy
- čím více se budu ptát, zajímat, tím více si odnesu
- pokud budete chtít pomoci s něčím na svém projektu, dejte mi vědět
- pokud něčemu nebudete rozumět, křičte

Co byste si z hodin měli odnést

- Vyznat se v základních pojmech a zkratkách
- Umět připravit měřicí plán
- Vědět, co od dat můžeme chtít
- Najít slabá místa
- Umět vyhodnotit propagaci
- Pochopit chování návštěvníků webu

Měřicí plán

Co by měl obsahovat?

1. Byznys model, KPIs
2. Příjemci dat
3. Cesta zákazníka
4. Procesy
5. Specifikace

Co by měl obsahovat?

1. **Byznys model, KPIs**
2. Příjemci dat
3. Cesta zákazníka
4. Procesy
5. Specifikace

Byznys model

- Jak firma vydělává?
 - prodej zboží
 - prodej licencí
 - prodej návštěvnosti
 - ...
- Funguje to? Jak?

KPIs

- klíčové metriky, nezbytné k úspěchu firmy
 - KPI vs vanity metric
- jsme na jejich základě schopni dělat rozhodnutí
- srozumitelnost metrik

Co by měl obsahovat?

1. Byznys model, KPIs
- 2. Příjemci dat**
3. Cesta zákazníka
4. Procesy
5. Specifikace

Příjemci dat

- kdo?
- jaká je jejich pozice?
- jaká data potřebují?
- jak moc rozumí datům a metrikám?
- v jaké granularitě a s jakým zpožděním potřebují data?

Příjemci dat - výstupy

- upřesňuje rozsah toho, co musí být uděláno
 - jaká data budeme potřebovat?
 - bude potřeba vytvářet reporty?
 - jak moc mají být interaktivní?
 - jaký nástroj vybrat?
 - bude potřeba lidi proškolit?

Co by měl obsahovat?

1. Byznys model, KPIs
2. Příjemci dat
- 3. Cesta zákazníka**
4. Procesy
5. Specifikace

Úvodní zmapování cesty zákazníka

- projít s klientem celý proces - jak se dostanou lidé k produktu/službě, jak vypadá nákupní proces, jak se se zákazníkem pracuje po nákupu;
- celé si to zkusit projít sám, případně uživatelské testování

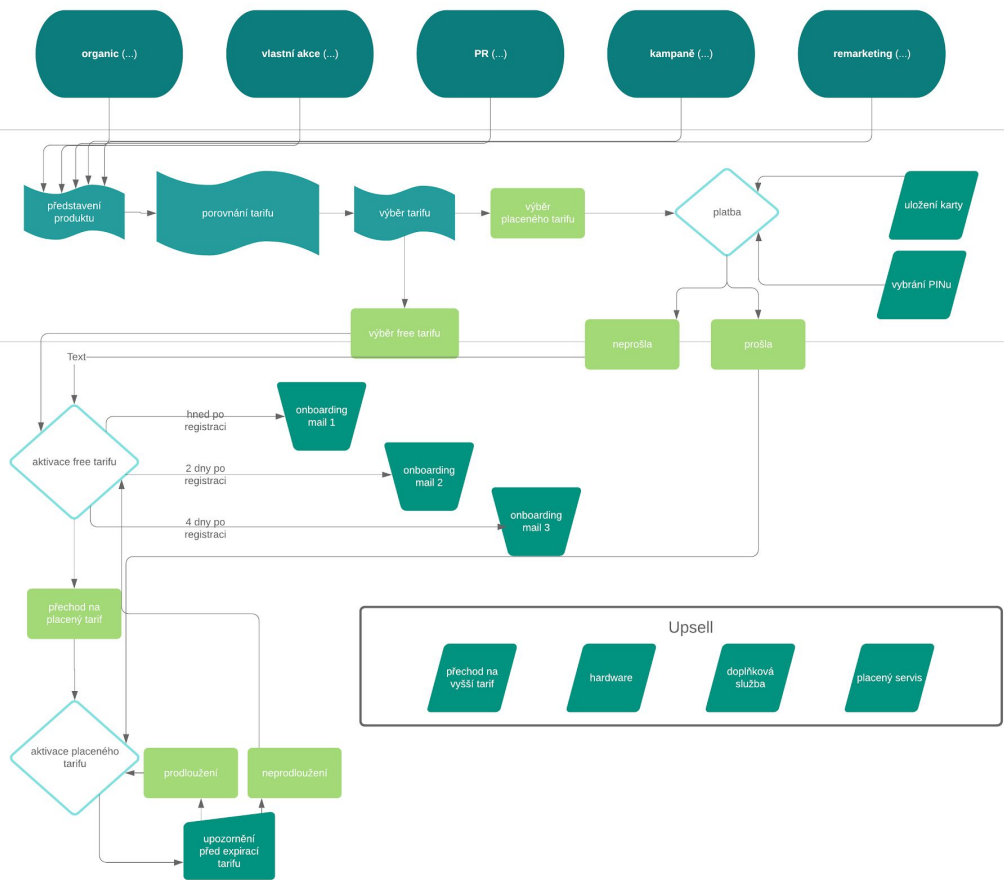
Zmapování cesty zákazníka

- vyznačení důležitých bodů na trase - co je pro klienta důležité, co vypadá příliš složitě, s čím měli největší potíže lidé při testování;
- zaznačení cesty zákazníka do diagramu (zpočátku nízká úroveň detailu s komplexnějším zpracováním důležitých bodů/oblastí);
- identifikace businessově nejdůležitějších částí;
- detailnější rozpracování těchto částí.

OSLOVENÍ

REGISTRACE

POUŽÍVÁNÍ



Co by měl obsahovat?

1. Byznys model, KPIs
2. Příjemci dat
3. Cesta zákazníka
- 4. Procesy**
5. Specifikace

Procesy

- technologie
 - vývoj webu, nasazování úprav, schvalování
- marketing
 - interní tým / agentura (-y)
- vedení firmy
 - jak často se schází, co řeší

Co by měl obsahovat?

1. Byznys model, KPIs
2. Příjemci dat
3. Cesta zákazníka
4. Procesy
- 5. Specifikace**

Specifikace

- postup nasazování změn, zadání pro vývojáře, dokumentace měření;
- metodika značení kampaní;
- informace pro právníky - ochrana os. údajů
 - jaké nástroje;
 - jaká data;
 - jak s nimi pracují;
 - zapisují / čtou něco ze zařízení návštěvníka

Bonus

- plán práce s chybějícími daty
 - akceptovaná chybovost
 - dopočítávání
 - predikce

Úkol - zpracování zjedn. měřícího plánu

1. Byznys model, KPIs
2. Cesta zákazníka

Fakulta VŠ
<https://www.phil.muni.cz/>

E-shop s prodejny
<https://www.sephora.cz/>

SaaS
<https://www.netflix.com/>

**Díky za
pozornost!**