

МАРКЕТИНГ

Дрокіна Н.І.

*кандидат економічних наук, доцент,
Державний університет телекомунікацій*

РОЛЬ ТЕПЛОВИХ КАРТ В МАРКЕТИНГУ ДЛЯ АНАЛІЗУ АКТИВНОСТІ НА САЙТІ

Просування сайту або ресурсу в інтернеті вимагає системного підходу. Велику роль в цьому процесі відіграє аналітика і аналіз. Для оцінки затребуваних сторінок і частин сайту існує спеціальна теплова карта.

Теплові карти (heatmap) представляють собою формат візуалізації даних. Вони були розроблені Кормаком Кіні в середині 90-х років для роботи на фінансових ринках. Основна функція теплокарт – відстежувати рухи миші, які здійснюють користувачі, й відобразити отримані дані в зручному форматі [1]. Цю карту ще називають картою кліків, оскільки дані відображаються у вигляді областей, на які користувачі клацають [2].

Теплова карта дозволяє відстежувати активність користувачів на сайті. Кожен клік будь-якого користувача трохи підвищує «температуру» області. Якщо область «гаряча» (червона), це означає по ній часто клікають. Якщо «холодна» (синя) – на неї не звертають уваги.

В Інтернет-маркетингу виділяють 4 види теплових карт:

1. Карта кліків – відображає всі елементи та області сторінок сайту, на які користувачі клікають, та кількість кліків по кожному елементу за вибраний період. Карта кліків здатна обґрунтувати необхідність оптимізації, а також продемонструвати, які елементи не працюють.

2. Карти активності миші (Mouse Movement Tracking), на якій відображається, куди користувачі наводять курсор. Мається на увазі, що таким чином можна зрозуміти, як люди вивчають ресурс [3].

3. Карта скролінгу – відображає за вибраний період у відсотковому співвідношенні розмір сторінки та кількість

користувачів, які переглядали сторінку. Якщо простіше – карта скролінгу показує глибину перегляду сторінки, тобто наскільки далеко користувачі переглядають сторінки. Вони цікаві тим, що можна подивитися, на якому етапі відвідувачі втрачають інтерес до подальшого вивчення сторінки.

4. Відеозапис сесії – запис поведінки усіх користувачів на сайті, з метою перегляду їхніх рухів та кліків. Відеозапис поведінки дозволяє бачити сайт очима відвідувача, адже при цьому фіксуються пересування мишки, відкриття сторінок тощо. Попри свою популярність, для проведення юзабіліті аудитів цей інструмент не підходить, так як сайт з високими показниками відвідування, може збирати в день по кілька тисяч сесій. Кожна з них триває від декількох секунд до декількох годин. Проаналізувати весь масив даних неможливо [4].

Цінність карт активності миші під сумнівом. В описах подібних сервісів сказано, що людина наводить курсор туди, куди він дивиться. І нібито можливо відстежувати погляди відвідувачів. На ділі ж більшість людей рухає курсором тільки щоб клікнути кудись або прочитати підказку. У 2010 році професор А. Аулу, що є старшим науковим співробітником в області дослідження користувацького досвіду в компанії Google, провела презентацію, в якій оприлюднила деякі невітні результати експериментів, що стосуються відстеження рухів курсору: тільки у 6% людей спостерігалася безпосередній зв'язок між рухами курсора і рухами очей; у 19% людей спостерігалася непрямий зв'язок між рухами курсора і рухами очей; 10% людей наводили курсор на посилання, а потім продовжували вивчати інші елементи сайту [1].

А ось за допомогою карти кліків можна дізнатися, які елементи сайту користуються популярністю, а які – ні. Якщо кнопка залишається без уваги – потрібно щось міняти. Перемістити її в інше місце, змінити колір і розмір, написати сильний заклик до дії. Крім того, за допомогою карти кліків можна швидко зібрати дані та простежити основні тенденції.

Існує безліч сервісів, за допомогою яких можна створити теплові карти. Аналіз найбільш популярних з них дано в табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика онлайн сервісів для створення теплових карт

№	Характеристика	Підключення	Вартість	Клієнти
«Яндекс Метрика»: https://metrika.yandex.ru/				
1	Єдиний російськомовний сервіс в списку. Містить багато інструментів для аналітики, включаючи теплові карти кліків і скролінгу. Зручний інтерфейс, маса гайдів російською мовою, технічна онлайн підтримка. Можна вибрати 2 періоди і порівняти активність користувачів в різний час.	вставити скрипт на свій сайт	повністю безкоштовний сервіс	невідомо
Heat-map.co: http://heat-map.co/				
2	Сервіс радикально відрізняється від інших. Його не потрібно підключати до сайту – отже, він не збирає статистику кліків. Heat-map сканує сторінку по посиланню і на підставі своїх алгоритмів показує карту.	вказати посилання на свій сайт	Безкоштовний тариф: можна працювати з двома сторінками сайту. Вартість: 29-79 \$ в місяць.	невідомо
Crazyegg: https://www.crazyegg.com/				
3	Карта кліків працює за принципом теплової, де “гарячі” точки – найбільш клікабельні. Карта скролінгів показує глибину читання сторінки.	скопіювати скрипт в код сайту або встановити плагін. Можна вказати	сплачується кількість зафіксованих візитів на сайт. Є 5 пакетів: 29 \$ – 30 000 візитів,	Yahoo!, Dell

	Карта кліків CrazyEgg не рахує кліки по динамічних об'єктах (наприклад, поп-апам). Особливою фішкою CrazyEgg є фільтр Confetti. З його допомогою карта кліків сегментується за кольорами: так маркуються відвідувачі, які прийшли з різних каналів.	контакти свого веб-розробника, і йому на пошту відправлять лист з інструкціями	49 \$ – 75 000, 99 \$ – 150 000, 249 \$ – 500 000 та безлімітний)	
SumoMe: https://sumome.com/				
4	Плагін, який встановлюється на сайт і додає багато різних функцій: від сервісів для аналітики (включаючи теплові карти) до створення форм підписки і соціальних кнопок. Можна дивитися статистику прямо на сайті, не потрібно відкривати сторонні ресурси.	скопіювати скрипт в код сайту або встановити плагін	Безкоштовний тариф: всі програми працюють, але з обмеженим функціоналом. Вартість: 0-119 \$ в місяць.	Airbnb, the Chive, 24JG
Mouseflow: https://mouseflow.com/				
5	До основних можливостей карти кліків Mouseflow можна віднести теплову карту кліків (з сегментацією відвідувачів за мовою, операційною системою, розміром екрану, місцеперебуванням тощо), карту	копіювати скрипт в код сайту	Безкоштовний тариф: до 100 записаних сесій на місяць. Пропонується 3 пакети: за 29 € / міс. ≈10 000 переглядів сторінок, 99 € / міс. ≈ 50 000,	Microsoft, NBC, Philips

	скролінгу, карту пересувань курсору, карту зон уваги, аналітику форм на сторінках, відеозапису поведінки відвідувачів на сайті, налаштування аналітики воронки продажів.		399 € / міс. ≈ 500 000.	
HotJar: https://www.hotjar.com/				
6	Красивий і зручний інтерфейс, багато інструментів для аналітики. Можна налаштувати зворотний зв'язок з відвідувачами сайту – запитати у них, що вони б хотіли змінити на сайті. Велика база посібників по роботі з сервісом (англійською мовою).	скопіювати скрипт в код сайту	Безкоштовний тариф: до 2000 переглядів на місяць. 15 днів пробної версії з повним функціоналом. Вартість: 29-89 € в місяць.	Microsoft, Nintendo, Ikea
Zarget: https://www.zarget.com/				
7	Зручний сучасний інтерфейс, докладні підказки по роботі з кожним інструментом. Є розширення для браузера, який дозволяє налаштувати А / В тестування і переглядати теплові карти, не відкриваючи зайвих вкладок. Можна задати дату і час закінчення збору статистики, щоб згенерувати карту кліків тільки за потрібний період.	вставити скрипт на сайт	Безкоштовний тариф: необмежений функціонал на перші 30 днів. Вартість: 15-995 \$ в місяць.	Dotvnp, Biztalk360, Freshdesk

Monkeytracker: https://www.monkeytracker.cz				
8	<p>Monkeytracker – чеський сервіс карт кліків. Це SaaS-рішення має і теплову карту кліків, і карту скролінгу (які, до слова, враховують особливості мобільної верстки). Не найзручніший інтерфейс. Важко знайти потрібні інструменти. Можуть виникнути проблеми при підключенні сервісу до сайту. Сторінки повільно завантажуються.</p>	<p>вставити скрипт на сайт</p>	<p>Безкоштовний тариф: враховує тільки 30 000 кліків в місяць, статистика зберігається 1 місяць. Обмежень за часом немає. Вартість: 10-50 \$ в місяць.</p>	<p>E ON, KB, Skupina Cez</p>
Ptengine: https://www.ptengine.com				
9	<p>Відповідно до опису на головній сторінці, в цьому сервісі можна знайти карту кліків, скролінгу та аналітику воронки продажів. Для аналізу карт є чимало фільтрів, які спрощують роботу з сервісом. Певною мірою навігація по кабінету нагадує окремі компоненти Google Analytics.</p>	<p>вставити скрипт на свій сайт або встановити плагін для WordPress</p>	<p>Безкоштовний тариф: 2 тижні без обмежень. Потім: тільки 1 карта кліків, тільки 1 домен, до 1000 відвідувачів в місяць. Вартість: 7.2-599 \$ в місяць.</p>	<p>Yamaha, ShutterShock, DJI, Unbounce</p>

Feng-GUI: https://www.feng-gui.com/				
10	Ізраїльський проект, який показує не фактичні кліки, а прогнозує найбільш клікабельні зони для кожної веб-сторінки. Він не досліджує поведінку користувачів і не збирає статистику. Замість цього сайт або завантажене зображення (наприклад, макет) перегляне робот, який складе передбачувану карту кліків і покаже, на які елементи люди будуть дивитися в першу чергу.	завантажити зображення або вказати посилання на сторінку	Безкоштовний тариф: пробного періоду немає. Але є демоверсія, яка просканує тільки частина зображення або сторінки сайту. Вартість: 25-1250 \$ в місяць.	WSI, Razorfish, HeadScape

Джерело: розроблено автором на основі [3; 4]

Таким чином, що при виборі сервісів для створення теплових карт в першу чергу варто звернути увагу на «Яндекс.Метрики». Там є не тільки теплові карти, але і багато інших інструментів для аналізу сайту. А ще сервіс безкоштовний. Також слід звернути увагу на сервіс Crazyegg. У ньому немає нічого, крім теплових карт, зате вони опрацьовані ідеально. Особливо привертає увагу інструмент конфетти, який дозволяє стежити за поведінкою окремих сегментів аудиторії. Такого функціоналу немає у інших сервісів. А сервіс Feng-GUI може стати в нагоді на етапі розробки сайту при створенні макету. Решта сервісів або програють по зручності, або сильно схожі один на одного (і на безкоштовну версію «Яндекс Метрика»).

Можна зробити висновок, що теплові карти є відмінним джерелом унікальної інформації про поведінку відвідувачів сайту, яку практично неможливо отримати, застосовуючи інші методи аналізу. Подібна аналітика може посприяти істотного збільшення конверсії. Використання теплової карти – це унікальна можливість істотно

поліпшити юзабіліті для користувачів сайту тим самим підвищити ефективність маркетингу підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Школа интернет-маркетинга: Для чего нужны тепловые карты?
URL: <https://ipgenerator.ru/blog/2016/01/11/shkola-internet-marketinga-dlya-chego-nuzhny-teplovye-karty/>
2. Тепловая карта сайта // Глоссарий Интернет-маркетинга.
URL: https://www.glossary-internet.ru/terms/%D0%A2/teplovaya_karta_sayta/
3. Полянов П. Hot or not: 15 сервисов для создания тепловых карт.
URL: <https://texterra.ru/blog/hot-or-not-15-servisov-dlya-sozdaniya-teplovoykh-kart.html>
4. Карта кліків сайту: огляд 16 сервісів. URL: <https://lemarbet.com/ua/seo-instrumenty/16-heatmap/>