

Århus d. 26. juni 2012

App & Analytics

Waqas = Va-Kars

Agenda

- Analytics til at bygge apps
- App/Mobilesite
- Dataopsamling på mobileløsninger
- Ansvar for tracking
- Hvordan kommer du videre herfra

Analytics til at bygge apps

- Hvordan kommer du i gang?
- Hvilket data skal man kigge på?
- Hvordan drager jeg en konklusion?

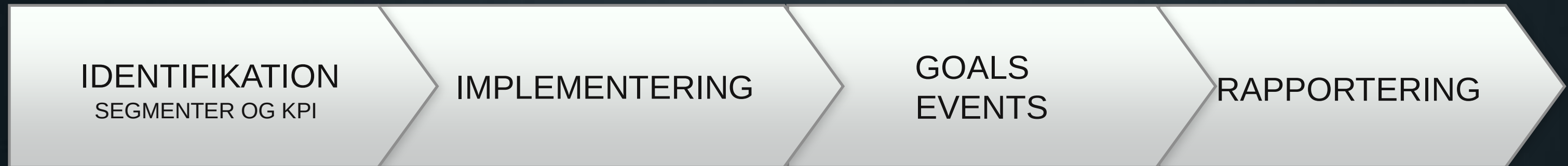
DROP TANKELÆSNINGEN OG BRUG DINE DATA



Processen

Identifikation af KPI'er og implementering af Google Analytics er afgørende for det videre forløb.

Datadreven udvikling af konverteringsflows etc kan sættes igang når den grundlæggende implementering er på plads



Den grundlæggende implementering skal sikre at data indsamles korrekt ifht de opstillede KPI'er og segmenter

Opsætning af dashboards samt løbende rapportering til stakeholders kan gå igang når goals er sat op.

Den simple "Business case"



Områder

Relation mellem mobil og desktop

Andel af den samlede trafik

Vækst i trafik

Konverteringer

Sociale aktiviteter

Resultat af "Business case"

10% af den totale trafik skal være mobil og 5% stigning i mobiltrafik indenfor de sidste 12 måneder.

App/Mobilsite



App/Mobilesite

Hvad man kan på de forskellige platforme:

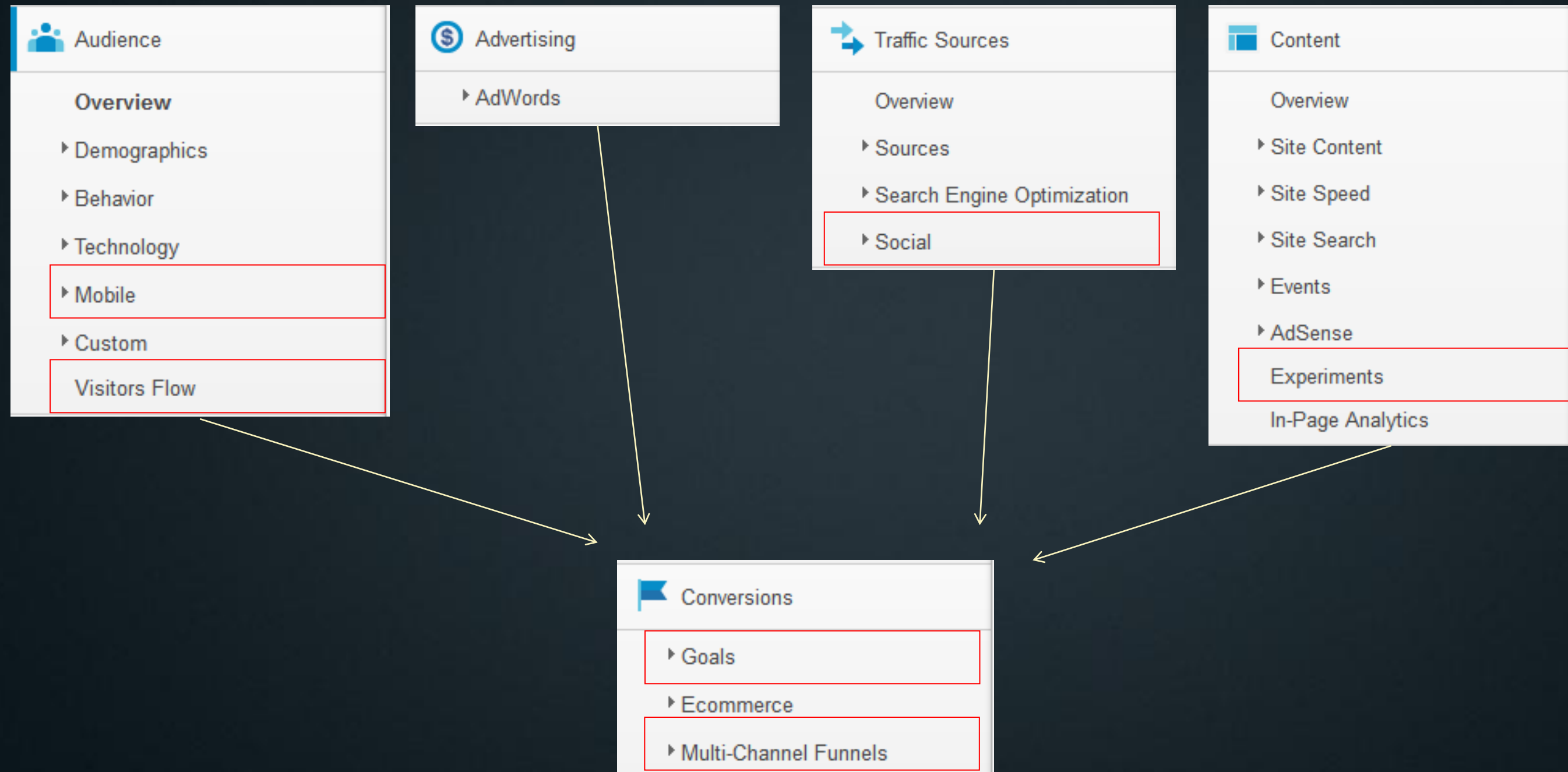
	Native app	Mobilside
Trafikkilder		X
Start	X	X
Unikke brugere	X	X
Login	X	X
Tidsforbrug		X
Oprettelse af brugere	X	X
A/B test	X	X
Event tracking	X	X

Skulle dem med analyse bestemme, ville de foretrække en mobilside. 😊

Dataopsamling på mobileløsninger

- Hvad kan man i Google Analytics
- Segmenter
- Benchmark
- Udviklere kan få indsigt
- A/B test (swrve – Test i native app)

Google Analytics ...



Segmenter

Få brugerne delt op i segmenter:

- Øget viden
- Fokuserer på en bestemt gruppe

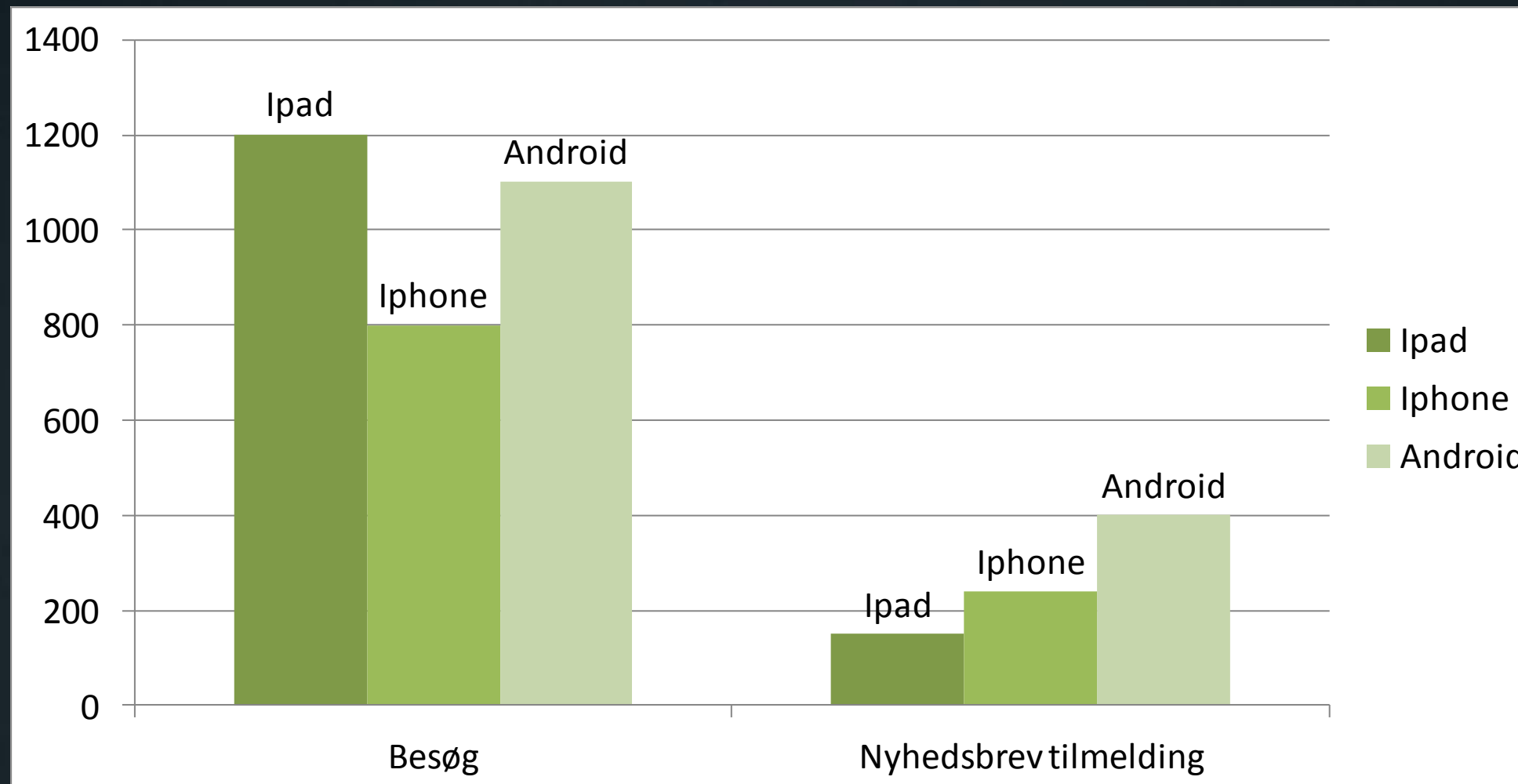
How to:

- Tilmeldingsflow
- Dropouts efter 2 sider
- Tid på siden

...



Benchmark



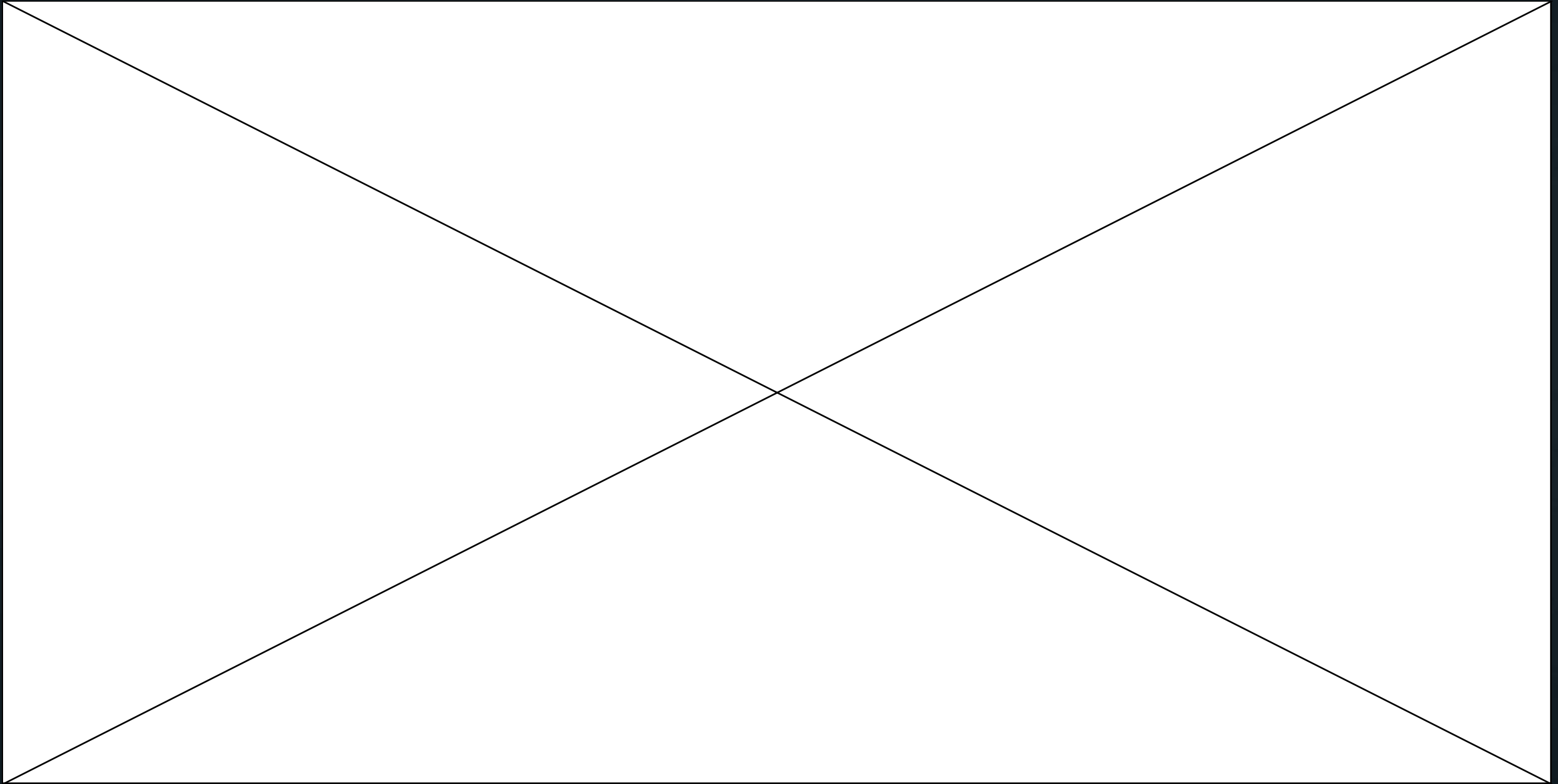
Sammenlign performance på tværs af devices

Udvikleren

- Gode råd henvendt til udviklerne
- Giv udvikleren en ugentligt rapport der udelukkende har fokus på performance
- Fordel ansvaret, hvis tiden er knap

Browser		Visits	
1.	■ Mozilla Compatible Agent	327	
2.	■ Safari	135	
3.	■ Android Browser	81	
4.	■ NokiaC1-01	1	
7.	/tag/akacieparken/	0.00	
8.	/2012/05/	3.26	
9.	/shawarma/2011/06/22/	10.61	
10.	/de-royale-snyltere/2012/01/28/	0.00	

A/B test i app



Ansvar for tracking

Hvem udarbejder forretningsmålsætningerne?

Hvem har ansvaret for at trackingen fungerer?

- Udvikleren
- Marketingchefen
- Marketingassistenten
- Webmasteren

Hvor skal ansvaret for trackingen placeres?

Alle har et ansvar



Facilitering af workshop

I fælleskab finde frem til
målsætningerne

Hvordan kommer du videre herfra

Business case:

Få afklaret om der er potentiale i at gå mobile

Workshop:

- Få samlet alle interessenter (alle dem der skal bruge data fremadrettet)
 - Få defineret målsætningerne (Med en ekstern facilitator)
-

Udvikling:

- Få udvikleren til at opsætte tracking i forhold til målsætningerne
- Få forretningen til at teste løsningen inden det sættes i produktion (samler vi det korrekte data op?)
- Vær kritisk overfor dataopsamlingen (Forkert dataopsamling er forretningskritisk og kan danne grundlag for forkerte beslutninger)

Spørgsmål?

Kontaktinfo for Waqas Rafiq:

E: WR@in2media.dk

TLF: 22390415

Whitepaper



Tak for i dag...

Kontaktinfo for Waqas Rafiq:

E: WR@in2media.dk

TLF: 22390415

Whitepaper

