

## Δραστηριότητα μελέτης περίπτωσης: Χρησιμοποιώντας το Google Analytics

---

### Στόχος:

Οι συμμετέχοντες θα αναλύσουν την απόδοση μιας ανάρτησης σε ιστολόγιο χρησιμοποιώντας βασικές μετρήσεις από το **Google Analytics**. Αυτή η δραστηριότητα έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει τους συμμετέχοντες να κατανοήσουν πώς να αξιολογούν το ψηφιακό περιεχόμενο με βάση τα δεδομένα και να αντλούν αξιοποιήσιμες πληροφορίες για τη βελτίωση της απόδοσης του περιεχομένου.

---

### Διάρκεια:

**30-45 λεπτά**

---

### Απαιτούμενα υλικά:

1. **Google Analytics Dashboard** (πραγματικά ή προσομοιωμένα δεδομένα).
  2. **Φορητοί υπολογιστές ή τάμπλετ** για κάθε συμμετέχοντα (με πρόσβαση στο Google Analytics ή σε ένα κοινό σύνολο δεδομένων).
  3. **Προετοιμασμένο σενάριο** με μετρήσεις και δεδομένα για να αναλύσουν οι συμμετέχοντες.
- 

### Σενάριο:

Μια εταιρεία δημοσιεύει μια ανάρτηση σε ιστολόγιο με στόχο τη δημιουργία επισκεψιμότητας και την αύξηση των μετατροπών. Μετά από ένα μήνα, η εταιρεία χρησιμοποιεί το **Google Analytics** για να αξιολογήσει την απόδοση της ανάρτησης ιστολογίου. Το καθήκον σας είναι να αναλύσετε τα δεδομένα και να διατυπώσετε συστάσεις για τη βελτιστοποίηση του μελλοντικού περιεχομένου του ιστολογίου.

---

### Βασικές μετρήσεις για τη μέτρηση:

1. **Κυκλοφορία:**
  - ο Ο αριθμός των χρηστών που επισκέφθηκαν την ανάρτηση στο ιστολόγιο.
  - ο Αναζητήστε τις **συνολικές επισκέψεις**, τους **νέους επισκέπτες έναντι των επισκεπτών που επιστρέφουν** και τις **πηγές επισκεψιμότητας** (π.χ. οργανική αναζήτηση, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιστότοποι παραπομπής).
2. **Ποσοστό αναπήδησης:**
  - ο Το ποσοστό των επισκεπτών που εγκαταλείπουν τον ιστότοπο μετά την προβολή μόνο μιας σελίδας.

- Ένα υψηλό ποσοστό αναπήδησης μπορεί να υποδηλώνει ότι η ανάρτηση στο ιστολόγιο δεν είναι αρκετά ελκυστική ή ότι οι χρήστες δεν τη βρήκαν σχετική.

### 3. Χρόνος στη σελίδα:

- Ο μέσος χρόνος που αφιέρωσαν οι επισκέπτες για να διαβάσουν την ανάρτηση στο ιστολόγιο.
- Ο μεγαλύτερος χρόνος παραμονής στη σελίδα υποδηλώνει γενικά ότι οι χρήστες βρήκαν το περιεχόμενο ελκυστικό και ενημερωτικό.

### 4. Μετατροπές:

- Ο αριθμός των επισκεπτών που ολοκλήρωσαν την επιθυμητή ενέργεια μετά την ανάγνωση της δημοσίευσης στο ιστολόγιο (π.χ. εγγραφή σε ενημερωτικό δελτίο, συμπλήρωση φόρμας ή αγορά προϊόντος).
- Μετρήστε το **ποσοστό μετατροπής** για να προσδιορίσετε πόσο αποτελεσματική ήταν η ανάρτηση στο ιστολόγιο ως προς την προώθηση της δράσης.

---

## Βήματα για τους συμμετέχοντες:

### 1. Σχηματίστε ομάδες (αν εργάζεστε σε ομάδες):

- Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε μικρές ομάδες (3-4 μέλη ανά ομάδα) ή αφήστε τους να εργαστούν ατομικά ανάλογα με το μέγεθος της τάξης.

### 2. Αναλύστε τα δεδομένα (15-20 λεπτά):

- Κάθε ομάδα ή άτομο θα λάβει μια **έκθεση Google Analytics** με βασικές μετρήσεις που σχετίζονται με την ανάρτηση στο ιστολόγιο (ή ένα υποθετικό σύνολο μετρήσεων, εάν δεν υπάρχουν πραγματικά δεδομένα).
- Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να αναλύσουν τα δεδομένα, εστιάζοντας σε:
  - **Πηγές κυκλοφορίας** (π.χ. οργανική αναζήτηση, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, άμεση κυκλοφορία).
  - **Ποσοστό αναπήδησης** και πιθανοί λόγοι για τους οποίους οι επισκέπτες φεύγουν χωρίς να ασχοληθούν περαιτέρω.
  - **Χρόνος παραμονής στη σελίδα** για να αξιολογηθεί πόσο ελκυστικό είναι το περιεχόμενο.
  - **Ποσοστό μετατροπής** για να προσδιοριστεί πόσο αποτελεσματική είναι η ανάρτηση στο ιστολόγιο στην προώθηση των επιθυμητών ενεργειών (π.χ., εγγραφές στο ενημερωτικό δελτίο).

3. **Συζήτηση και συστάσεις** (10-15 λεπτά):

- Με βάση τις μετρήσεις, κάθε ομάδα ή άτομο θα καταλήξει **σε αξιοποιήσιμες πληροφορίες** για τη βελτίωση της απόδοσης της ανάρτησης του ιστολογίου.
- Επικεντρωθείτε στα εξής:
  - Πώς να **μειώσετε το ποσοστό αναπήδησης** (π.χ. βελτίωση της εσωτερικής σύνδεσης, προσθήκη ισχυρότερης πρόσκλησης προς δράση, βελτιστοποίηση της εισαγωγής).
  - Τρόποι αύξησης του **χρόνου παραμονής στη σελίδα** (π.χ., καθιστώντας το περιεχόμενο πιο ελκυστικό, προσθέτοντας πολυμέσα, διαχωρίζοντας μεγάλα τμήματα κειμένου).
  - Ιδέες για την ενίσχυση **των μετατροπών** (π.χ. σαφέστερες κλήσεις προς δράση, βελτιστοποίηση της τοποθέτησης των φορμών εγγραφής, προσφορά κινήτρων).

4. **Παρουσίαση των ευρημάτων** (προαιρετικά, αν εργάζεστε σε ομάδες):

- Κάθε ομάδα θα παρουσιάσει την ανάλυσή της στην τάξη, μοιραζόμενη βασικές μετρήσεις, πληροφορίες και συστάσεις για τη βελτιστοποίηση της ανάρτησης στο ιστολόγιο.
- Ενθαρρύνετε την τάξη να κάνει ερωτήσεις και να συζητήσει εναλλακτικές προσεγγίσεις.

---

**Δείγμα μετρήσεων δημοσίευσης ιστολογίου για τη μελέτη περίπτωσης:**

- **Σύνολο επισκεπτών:** 2,000
- **Νέοι vs. Επισκέπτες που επιστρέφουν:** Επισκέπτες: 80% νέοι, 20% επαναλαμβανόμενοι
- **Ποσοστό αναπήδησης:** 70%
- **Μέσος χρόνος παραμονής στη σελίδα:** 1 λεπτό 30 δευτερόλεπτα
- **Μετατροπές (εγγραφές στο ενημερωτικό δελτίο):** (2,5% ποσοστό μετατροπής)
- **Πηγές κυκλοφορίας:**
  - Οργανική αναζήτηση: 45%
  - Social Media: 30%
  - Παραπομπή: 15%
  - Άμεση: 10%

## Παράδειγμα ανάλυσης:

- **Δέσμευση:**
  - Ο μέσος **χρόνος παραμονής στη σελίδα** (1 λεπτό και 30 δευτερόλεπτα) υποδηλώνει ότι ορισμένοι χρήστες ασχολούνται με το περιεχόμενο, αλλά υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης.
  - **Αξιοποιήσιμη διορατικότητα:** Για να αυξήσετε το χρόνο παραμονής στη σελίδα, σκεφτείτε να διαχωρίσετε το κείμενο με επικεφαλίδες, κουκκίδες και να προσθέσετε οπτικό υλικό (infographics ή βίντεο) για να κάνετε την ανάρτηση πιο ελκυστική.
- **Ποσοστό αναπήδησης:**
  - Ένα υψηλό **ποσοστό αναπήδησης** (70%) δείχνει ότι πολλοί επισκέπτες φεύγουν αφού διαβάσουν μόνο αυτή τη σελίδα.
  - **Αξιοποιήσιμη διορατικότητα:** Προσθέστε περισσότερους εσωτερικούς συνδέσμους προς σχετικό περιεχόμενο και μια ισχυρότερη πρόσκληση για δράση για να κρατήσετε τους επισκέπτες στον ιστότοπο.
- **Μετατροπές:**
  - Ένα **ποσοστό μετατροπής** 2,5% είναι σχετικά χαμηλό για εγγραφές στο ενημερωτικό δελτίο.
  - **Αξιοποιήσιμη διορατικότητα:** Πειραματιστείτε με την τοποθέτηση της φόρμας εγγραφής πιο ψηλά στη σελίδα, ενδεχομένως μέσα στις πρώτες παραγράφους, ή προσφέρετε ένα κίνητρο (π.χ. δωρεάν ηλεκτρονικό βιβλίο) για την εγγραφή.

---

## Βασικά συμπεράσματα:

1. **Αποφάσεις με βάση τα δεδομένα:**

Οι αναλύσεις παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την απόδοση του περιεχομένου, επιτρέποντας τη συνεχή βελτιστοποίηση.
2. **Οι μετρήσεις δέσμευσης έχουν σημασία:**

Η παρακολούθηση **του ποσοστού αναπήδησης**, του **χρόνου παραμονής στη σελίδα** και των **πηγών επισκεψιμότητας** βοηθά στον εντοπισμό των σημείων όπου το περιεχόμενο υπολείπεται και των σημείων όπου επιτυγχάνει.
3. **Αξιοποιήσιμες γνώσεις:**

Με βάση τα δεδομένα, οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να προτείνουν αλλαγές που μπορούν να οδηγήσουν σε καλύτερη εμπλοκή, χαμηλότερα ποσοστά αναπήδησης και υψηλότερες μετατροπές.

### Αναμενόμενα αποτελέσματα:

- Οι συμμετέχοντες θα αναπτύξουν την ικανότητα να αναλύουν δεδομένα από **το Google Analytics** και να εξάγουν ουσιαστικά συμπεράσματα σχετικά με την απόδοση του ψηφιακού περιεχομένου.
  - Θα είναι σε θέση να κάνουν **τεκμηριωμένες συστάσεις** για τη βελτιστοποίηση του περιεχομένου του ιστολογίου για μεγαλύτερη δέσμευση και μετατροπές.
  - Οι συμμετέχοντες θα αποκτήσουν πρακτική εμπειρία στην **αξιολόγηση ψηφιακού περιεχομένου** με τη χρήση πραγματικών μετρήσεων.
- 

### Σενάριο 1: Πτώση των πωλήσεων της ιστοσελίδας ηλεκτρονικού εμπορίου

#### Δείγμα μετρήσεων:

- **Σύνολο επισκεπτών:** 5,000
  - **Νέοι vs. Επισκέπτες που επιστρέφουν:** Επισκέπτες: 70% νέοι, 30% επαναλαμβανόμενοι
  - **Ποσοστό αναπήδησης:** 65%
  - **Μέσος χρόνος παραμονής στη σελίδα:** 2 λεπτά
  - **Μετατροπές (αγορές προϊόντων):** (1,5% ποσοστό μετατροπής)
  - **Ποσοστό εγκατάλειψης καλαθιού:** 60%
  - **Πηγές κυκλοφορίας:**
    - Οργανική αναζήτηση: 40%
    - Social Media: 25%
    - Πληρωμένες διαφημίσεις: 20%
    - Παραπομπή: 10%
    - Άμεση: 5%
- 

### Σενάριο 2: Πτώση της επισκεψιμότητας του ιστολογίου μετά τον επανασχεδιασμό του ιστότοπου

#### Δείγμα μετρήσεων:

- **Σύνολο επισκεπτών:** 3,500
- **Νέοι vs. Επισκέπτες που επιστρέφουν:** 85% νέοι, 15% επαναλαμβανόμενοι
- **Ποσοστό αναπήδησης:** 80% (από 50% πριν τον επανασχεδιασμό)
- **Μέσος χρόνος παραμονής στη σελίδα:** 1 λεπτό 10 δευτερόλεπτα



- **Συνολικές αναρτήσεις ιστολογίου που έχουν προβληθεί:** (από 2.000 πριν τον επανασχεδιασμό)
  - **Πηγές κυκλοφορίας:**
    - Οργανική αναζήτηση: (από 50% πριν τον επανασχεδιασμό)
    - Social Media: 30%
    - Παραπομπή: 20%
    - Άμεση: 25%
- 

### Σενάριο 3: Η καμπάνια Social Media οδηγεί σε επισκεψιμότητα αλλά σε χαμηλές μετατροπές

#### Δείγμα μετρήσεων:

- **Σύνολο επισκεπτών:** (από την καμπάνια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης)
  - **Νέοι vs. Επισκέπτες που επιστρέφουν:** Επισκέπτες: 90% νέοι, 10% επιστρέφοντες
  - **Ποσοστό αναπήδησης:** 85%
  - **Μέσος χρόνος παραμονής στη σελίδα:** 50 δευτερόλεπτα
  - **Μετατροπές (Sign-Ups):** (1% ποσοστό μετατροπής)
  - **Πηγές κυκλοφορίας:**
    - Facebook: 50%
    - Instagram: 35%
    - Παραπομπή: 10%
    - Άμεση: 5%
- 

### Σενάριο 4: Η σελίδα εγγραφής σε εκδήλωση δέχεται επισκεψιμότητα αλλά λίγες εγγραφές

#### Δείγμα μετρήσεων:

- **Σύνολο επισκεπτών:** 1,200
- **Νέοι vs. Επισκέπτες που επιστρέφουν:** Επισκέπτες: 75% νέοι, 25% επαναλαμβανόμενοι
- **Ποσοστό αναπήδησης:** 70%
- **Μέσος χρόνος παραμονής στη σελίδα:** 1 λεπτό 40 δευτερόλεπτα
- **Μετατροπές (εγγραφές σε εκδηλώσεις):** (1,6% ποσοστό μετατροπής)
- **Βάθος κύλισης:** Το 50% των χρηστών κάνουν κύλιση στη μέση της σελίδας



- **Πηγές κυκλοφορίας:**
    - Οργανική αναζήτηση: 30%
    - Social Media: 25%
    - Παραπομπή: 20%
    - Άμεση: 25%
- 

### Σενάριο 5: Σελίδα προορισμού για την κυκλοφορία νέου προϊόντος - Χαμηλή δέσμευση

#### Δείγμα μετρήσεων:

- **Σύνολο επισκεπτών:** 8,000
- **Νέοι vs. Επισκέπτες που επιστρέφουν:** 85% νέοι, 15% επαναλαμβανόμενοι
- **Ποσοστό αναπήδησης:** 75%
- **Μέσος χρόνος παραμονής στη σελίδα:** 1 λεπτό 20 δευτερόλεπτα
- **Μετατροπές (έρευνες προϊόντων):** (1,25% ποσοστό μετατροπής)
- **Πηγές κυκλοφορίας:**
  - Διαφημίσεις επί πληρωμή: 50%
  - Οργανική αναζήτηση: 20%
  - Social Media: 15%
  - Παραπομπή: 10%
  - Άμεση: 5%