**HOGYAN HASZNÁLD AZ ALÁBBI TÁBLÁZATOT?**

Először is mentsd el magadnak, csak utána tudod szerkeszteni a táblázatokat! 😊

A mérési táblázatba beszúrhatsz még egyéb sorokat – én a legfontosabbakat szedtem össze, melyek általánosságban véve szükségesek egy szolgáltató esetében. Az egyéb észrevételek mezőbe írhatod a szokatlan kiugrások okát, azt, ha esetleg a mobilos/.

**Célcsoport meghatározása**

Első körben összegezd magadnak, hogy kit tartasz ideális ügyfelednek, azaz a ki célcsoportod (csúnya szóval buyer persona). Nem baj, ha csak egy van, de ha kettőnél több, tedd fel magadnak a kérdést – ki tudod-e valóban mindegyiket szolgálni, mindegyikhez tudsz-e külön kommunikációs csatornát (és akár stílust is) fenntartani.

Fontos, hogy a netezési szokásoknál mindenképp gondolj arra, hogy vajon milyen körülmények között fogyasztja a tartalmaidat a célközönséged? A mobilon netezők szokásai eltérnek a számítógép előtt ülőkétől, hatványozottan fontos esetükben a könnyű kezelhetőség és a könnyen-gyorsan áttekinthető tartalom. Amikor megnézed a mérési adataidat, ellenőrizd, hogy jól lőtted-e be ideális célközönséged nemét, korát és mindenképp vess egy pillantást a használt eszközök típusára is (mobil, tablet, desktop).

**CÉLJAID A HONLAPODDAL**

Szintén fontos meghatároznod a célodat a honlapoddal – fontos, hogy a honlapod kiegészítse a marketing stratégiád. Például, ha elsősorban a személyes kapcsolatépítés révén jönnek az ügyfeleid, számodra fontosabbak lesznek az ellenőrzéskor a látogatott tartalmak és hogy átlagosan mennyi időt töltenek a honlapodon. Ez iránymutató lehet a számodra, hogy a személyes találkozást követően mire kíváncsiak még veled / szolgáltatásaiddal kapcsolatban.

Ha inkább online stratégiát folytatsz, mindenképp érdemes vezetned, hogy mikor ment ki blog cikked, hírleveled stb., hogy az mennyiben befolyásolta a látogatottságot – feliratkoztatás esetén gyors számítást is tudsz végezni, hogy az összes látogatók hány %-a lett végül tényleges feliratkozó.

**MÉRÉSI ADATOK**

Akár valamelyik Wordpress bővítményt használod a mérés során, akár a Google Analytics-et, érdemes legalább az általam javasolt adatokra havonta egyszer ránézned és feljegyezned az eredményeket.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Célcsoport(OK) leírása**  (összefoglalás) | | | |
| NemE | KORA | LEGFŐBB TULAJDONSÁGAI  (érdeklődési kör, probléma stb.) | NETEZÉSI SZOKÁSAI  (mobil, közösségi média stb.) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **LEGFONTOSABB CÉLJAID A HONLAPODDAL** |
|  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **JANUÁR** | **FEBRUÁR** | **MÁRCIUS** | **ÁPRILIS** | **MÁJUS** | **JÚNIUS** |
| ÖSSZ LÁTOGATOTTSÁG |  |  |  |  |  |  |
| LEGLÁTOGATOTTABB OLDALAK (top 3) |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Oldalon eltöltött idő |  |  |  |  |  |  |
| KIEMELKEDŐ NAP(OK) |  |  |  |  |  |  |
| MARKETING TEVÉKENYSÉG  (hírlevél, blog, hirdetés stb.) |  |  |  |  |  |  |
| HIVATKOZÓ OLDALAK (top 3) |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Egyéb észrevételek |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **JÚLIUS** | **AUGUSZTUS** | **SZEPTEMBER** | **OKTÓBER** | **NOVEMBER** | **DECEMBER** |
| ÖSSZ LÁTOGATOTTSÁG |  |  |  |  |  |  |
| LEGLÁTOGATOTTABB OLDALAK (top 3) |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Oldalon eltöltött idő |  |  |  |  |  |  |
| KIEMELKEDŐ NAP(OK) |  |  |  |  |  |  |
| MARKETING TEVÉKENYSÉG  (hírlevél, blog, hirdetés stb.) |  |  |  |  |  |  |
| HIVATKOZÓ OLDALAK (top 3) |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Egyéb észrevételek |  |  |  |  |  |  |