
Как спланировать развитие intranet-портала на основе аналитики?

Intranet Reload Russia Conference

26 – 28 ноября
2014



PR News



Этапы аналитики intranet-портала

Статистика
(Измеряй то, что
можно поменять)

Визуализация
(Аналитика должна
быть интерактивной)

Рекомендации
(Интерпретация
результатов)

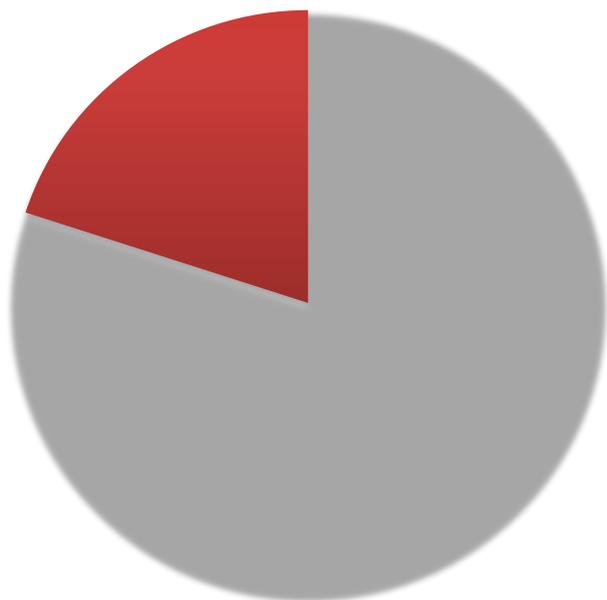


Уровень участия/Participation

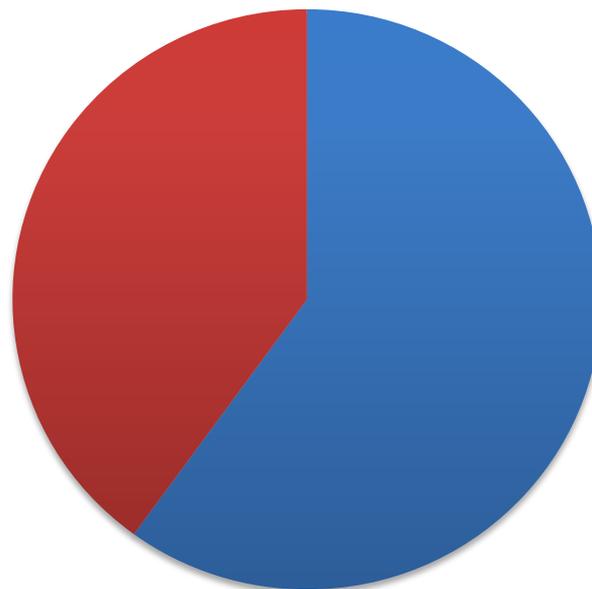


Количество пользователей/сотрудников за определенный период, которые пользуются корпоративным порталом, представленные в процентах от общего числа пользователей/сотрудников.

Уровень участия/Participation



- Сотрудники, которые пользуются порталом
- Сотрудники, которые НЕ пользуются порталом



- Сотрудники, которые пользуются мобильной версией
- Сотрудники, которые НЕ пользуются мобильной версией

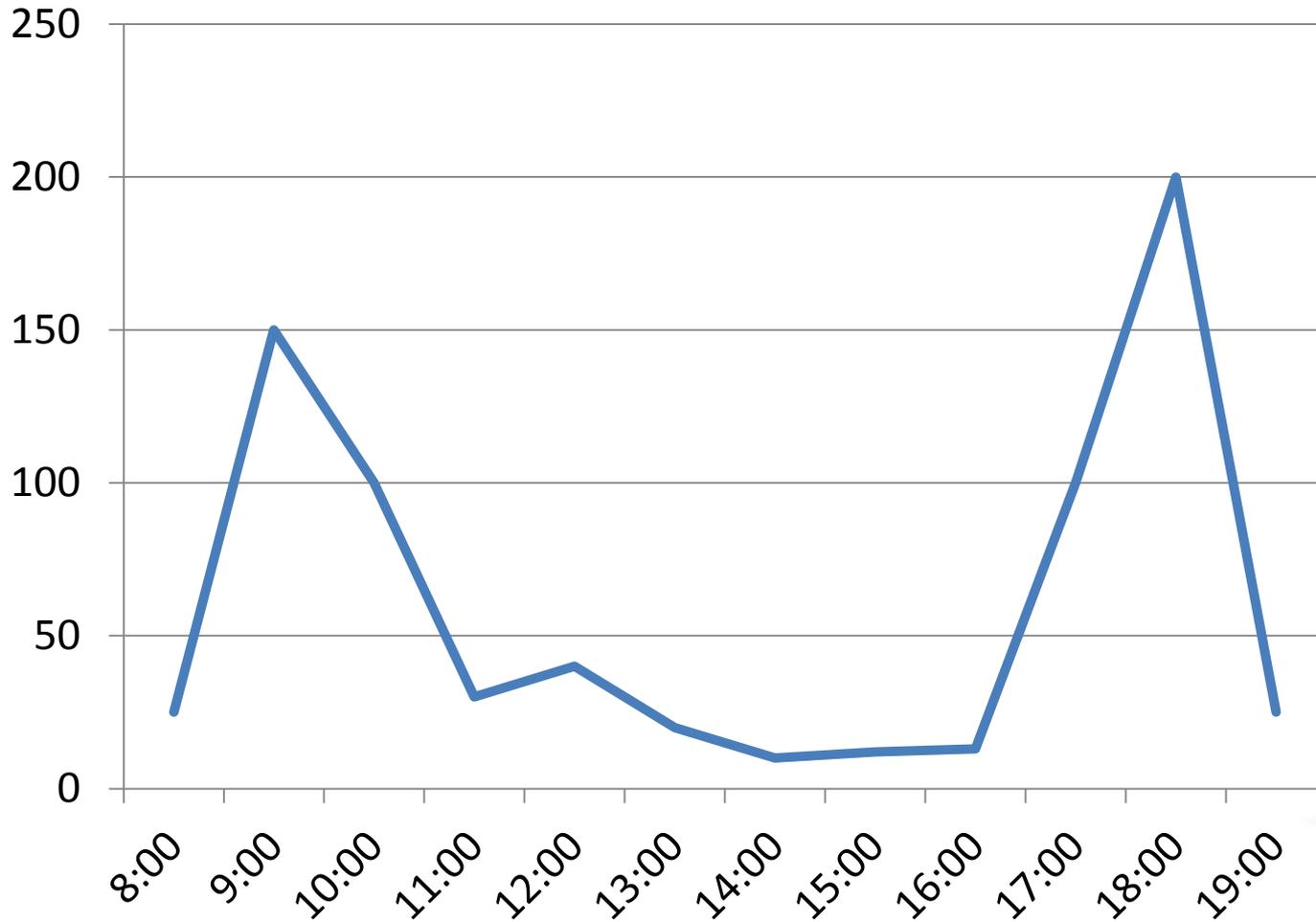
*Измеряется в количестве просмотров страниц
уникальными пользователями*

Часы пик/Peak time



Временные промежутки,
в которые на портале наблюдается
максимальное количество уникальных
пользователей или просмотров.

Часы пик/Peak time



Показатели на сотрудника



- Средняя продолжительность на сотрудника/ Average time spent on the intranet per employee
- Среднее количество просмотров /number of page views per employee

Активные пользователи/ Contributors



Количество пользователей за определенный период, которые создают страницы, редактируют страницы, и оставляют комментарии, представленные в процентах от общего числа пользователей.

Активные пользователи/ Contributors

Сотрудник	Новые страницы	Редактирование	Комментарии	Общее количество действий	% от общего количества действий
Фамилия Имя	35	70	47	152	20%
Фамилия Имя	19	38	25	82	11%
Фамилия Имя	32	64	43	139	18%
Фамилия Имя	19	38	25	82	11%
Фамилия Имя	16	32	21	69	9%
Фамилия Имя	15	30	20	65	9%
Фамилия Имя	20	40	27	87	11%
Фамилия Имя	15	30	20	65	9%
Фамилия Имя	3	6	4	13	2%
Фамилия Имя	1	2	1	4	1%
	175	350	233	758	100%

Популярные темы/Top Topics



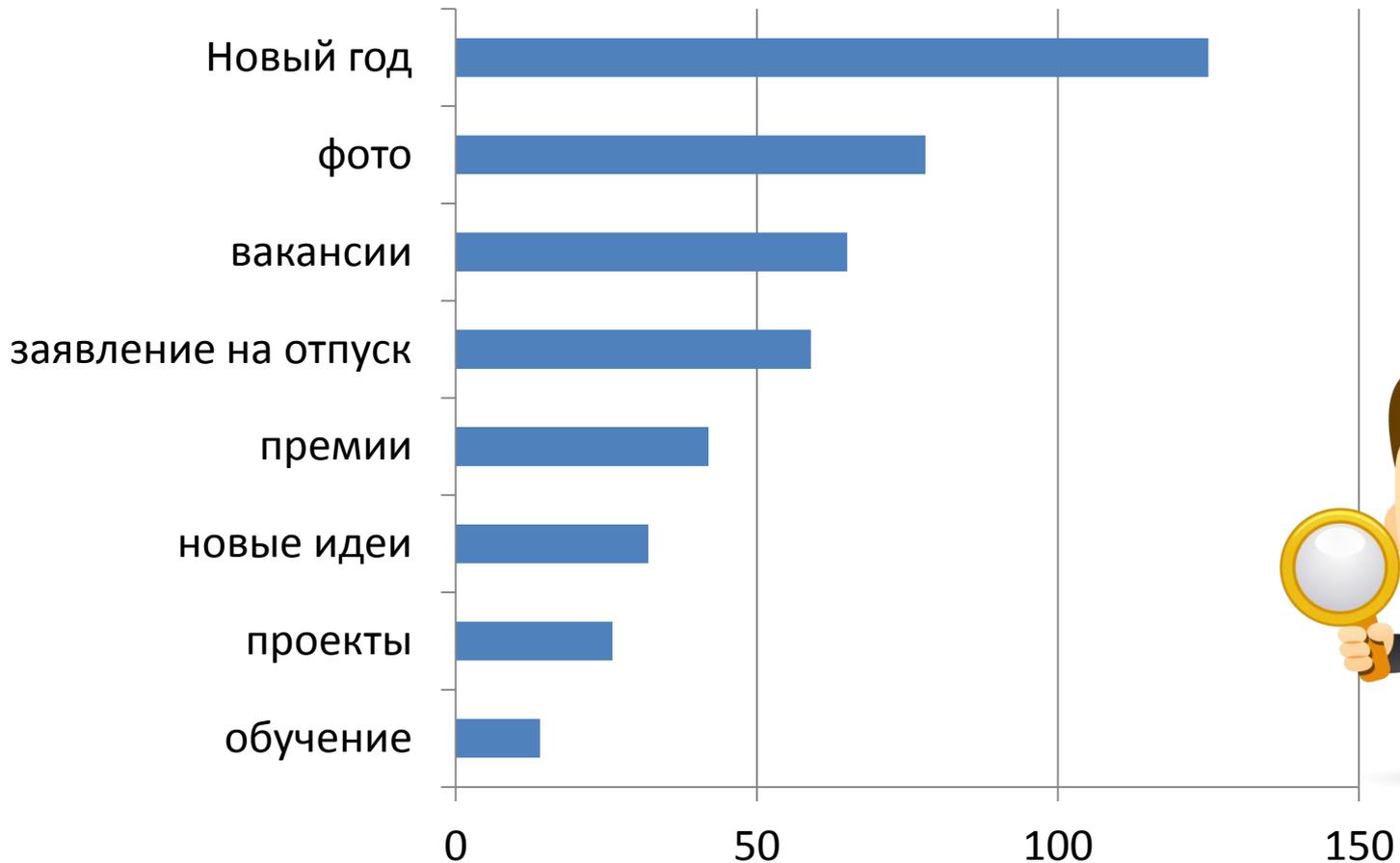
Темы/новости за определенный период времени, которые имели самые высокие показатели количества просмотров, комментариев. Если у вас есть много новостей, вы можете выбрать главные новости в нескольких категориях.

Поисковые запросы/Search terms



Наиболее часто используемые ключевые слова, которые сотрудники вводили в поле поиска за определенный период времени.

Поисковые запросы/Search terms



Бизнес-задачи / Business outcomes

Изменяется в зависимости от целевого бизнес-процесса. В зависимости от вашей цели, вы можете создать "интранет преобразование", чтобы отслеживать его. Например, если один из ваших целей является более последовательное использование фирменных стандартов, вы могли бы иметь цель преобразования для каждого времени работник просматривает страницу бренда стандартов.



Формула успеха (KPI)



Количество просмотров + Количество уникальных пользователей + Количество активных пользователей + Общая продолжительность времени, проведенного посетителем на сайте = Успех портала

Инструментарий статистики

PIWIK



- Открытые платформы – Piwik
- <http://demo.piwik.org/index.php?module=CoreHome&action=index&idSite=7&period=day&date=yesterday#/module=Dashboard&action=embeddedIndex&idSite=7&period=day&date=yesterday&idDashboard=1>

Контакты

Спасибо за внимание!

PR News

www.prnews.ru

Глазова Лилия, Managing Director

e-mail: lglazova@prnews.ru

Тел.: +7 (495) 789 42 59