

# Clicktracking: mapy kliknięć

*Clicktracking* jest stosunkowo młodą metodą wykorzystywaną do śledzenia aktywności użytkowników na stronach WWW, ale także jako narzędzie przy **Testach A/B**, umożliwiającym zweryfikowanie funkcjonalności konkurencyjnych prototypów interfejsu.

Clicktracking wykorzystuje system wizualizacji aktywności na danej stronie internetowej, śledząc kliknięcia użytkowników. Wizualizacja przypomina tą znaną z badań z wykorzystaniem urządzeń do *eyetrackingu*.

Tak o clicktrackingu wyraża się jeden z jego animatorów, Dan Zambonini:

*„Pomysł narodził się w listopadzie 2005 roku podczas prac konsultacyjnych związanych z usability. Pracowaliśmy nad optymalizacją formularza aplikacji ubezpieczeniowej dla jednego z międzynarodowych banków.*

*Podczas rozmów nad sposobem analizowania zebranych w trakcie testów z użytkownikami materiałów wideo, stało się jasne, że nie zebrano wielu dość istotnych danych, które miały być poddane szczegółowej analizie. Zadaniem testerów było obserwowanie jak zaproszone na testy osoby klikają na stronie z formularzem – nie w odnośniki, ale pola formularza. Przyszło nam wówczas do głowy, że dane te można by zebrać i przedstawić w formie graficznej – dużo bardziej czytelnej i dla nas podczas analiz, jak i dla klienta.” [tłumaczenie zmienione, za: „Magazyn Internet”, 6/2007.]*

Generalnie narzędzia do clicktrackingu wykorzystują informacje na temat:

- rozdzielczość, dla której dana strona została przygotowana,

- wielkość okna przeglądarki internetowej osoby dowiedzającej stronę,
- punkt na ekranie, w którym nastąpiło kliknięcie myszy.
- bardziej zaawansowane systemy potrafią także śledzić przestawiane w inne miejsca strony elementy, np. przy częstych aktualizacjach obniżający się tekst zawierający aktywne łącza, który spychany przez nowe posty schodzi na dół strony (wówczas dane statystyczne przemieszczają się wraz z nim).

W Sieci już kilka firm walczy o klientów chcących korzystać z generatorów map aktywności. Są to m.in.:

- **Clickdensity**,
- **CrazyEgg**,
- a u nas w Polsce – **EasyLabs**.

Kilka szczegółów nt. działania poszczególnych systemów z testów, które wykonywałem przez ostatnie 2 m-ce.

## **Clickdensity**

Jedno z pierwszych tego typu narzędzi na rynku.

Opcje, z których możemy skorzystać kształtują się następująco:

- **Heat Map** – mapa najbardziej gorących miejsc na naszej stronie WWW. Wszystkie kliknięcia z danego obszaru prezentowane są jako obrazy termiczne, gdzie miejsca o najwyższym współczynniku kliknięć przybierają czerwony kolor (jak wyżej na obrazku).
- **Click Map** – mapa przedstawiająca pojedyncze kliki.
- **Hover Map** – informacje nt. czasów kliknięć.
- **Page Stats** – dane nt. *page view* oraz *visitors started*.

Plusem tego narzędzia jest fakt, że bezpośrednio z niego

możemy wyeksportować daną mapę cieplną do pliku .JPG i zapisać ją na pulpicie swojego komputera.

Zasadniczym minusem jest to, że... mapy są źle wykalibrowane! Wszystkie strony, które testowałem, w oglądanych raportach miały przesuniętą warstwę strony zasadniczej względem mapy kliknięć (proszę zobaczyć drugi z rysunków powyżej, że wszystkie kliknięcia przesunięte są w lewo względem strony, która była testowana). Do tej pory nie udało mi się dojść do tego, co jest powodem złej kalibracji map.

Drugi minus, to naliczanie również pustych kliknięć w obszary nieaktywne – np. w tło testowanej strony. W rezultacie kliknięcia takie powodują szybszy wzrost wykorzystania przydzielonych kliknięć, w ramach wykupu danego abonamentu na usługę i sztucznie pobudzają potrzebę wykupienia droższych pakietów.

Koszt:

<b>Ilość klików</b>	<b>Ilość stron</b>	<b>Cena</b>
do 5 tys. przez 1 mc	1	za darmo
5-10 tys.	1	2,5£ / mc
10-45 tys.	10	10£ / mc
45-250 tys.	25	50£ / mc
250 tys.-1 mln	50	100£ / mc
1-5 mln	nieograniczona	200£ / mc

Oficjalna strona: <http://clickdensity.com>.

Blog z dodatkowymi informacjami.

UWAGA: Clickdensity opublikował cały skrypt tworzący heat map do użytku w ramach swojej trony. Można go ściągnąć i zainstalować u siebie na serwerze!

Tekst uzupełniający: info. nt. clickdensity na blogu WebAudit.

## CrazyEgg

Mój faworyt... do czasu.

Opcje:

- **Overlay** – liczba klików w dany obszar wraz z listą referencyjną skąd osoby przyszły.
- **List** – dokładna lista elementów, które zostały kliknięte na stronie wraz z informacjami nt. tego, czy dane łącze było tekstowe, czy też zalinkowane na pliku graficznym, oraz procentowy udział we wszystkich kliknięciach na danej stronie. UWAGA: możliwość wyeksportowania listy do pliku CSV, obsługiwanego chociażby przez program Microsoft Excel.
- **Heatmap** – termiczna mapa wszystkich kliknięć.
- **Confetti** – bardzo ciekawa mapa, pozwalająca stwierdzić skąd przychodzą do nas użytkownicy i gdzie po wejściu na naszą stronę klikają. Opcje dodatkowe zawierają jeszcze informacje nt. systemu operacyjnego klikających *userów*, przeglądarki internetowej którą używają, rozdzielczości okna (NIE ekranu!) oraz czasu, który spędzili na stronie.

Podstawowym plusem tego narzędzia jest to, że świetnie nadaje się do stron ze zmieniającym się *contentem*. Kiedy w ramach aktualizacji strony nowe posty wchodzi na miejsce starych, system przesuwa zmapowane elementy wraz treścią oraz danymi

statystycznymi. Przez to system ten nadaje się też do eksperymentów: np. z banerami graficznymi – w miejscu strony X dany baner A jest klikany  $n$ -razy, co będzie jeśli przeniosę go na miejsce Y tej strony?

Drugim świetnym ficzerem jest zliczanie kliknięć pustych, ale... tylko na elementach graficznych, które nie zostały podlinkowane – więc kliknięć nieprzypadkowych (jak w przypadku kliknięcia w tło strony), ale intencjonalnych, zamierzonych przez użytkowników!

Minusem – od niedawna, stąd pisałem wyżej, że to mój faworyt „do czasu” – jest nowy ficzer, który nie został przez producenta zoptymalizowany. Chodzi o niedawno dodaną opcję *Confetti* (ma może 1 m-c), która skutkuje brakiem możliwości oglądania strony docelowej, na której zainstalowano CrazyEgg w przeglądarce MSIE w wersji 7 (nie sprawdzałem na innych wersjach).

Pewnie prędzej czy później problem zostanie rozwiązany, ale przy dzisiejszych statystykach związanych z tym, z jakich przeglądarek korzystają użytkownicy, skutecznie obniża sens stosowania tego rozwiązania (po co komu narzędzie do statystyki strony, skoro strona się nie otwiera?).

Koszt:

Ilość klików	Ilość stron	Cena
do 5 tys.	4	za darmo
5-10 tys.	10	9\$ / mc
10-25 tys.	20	19\$ / mc
25-100 tys.	50	49\$ / mc
100-250 tys.	100	99\$ / mc

Oficjalna strona: <http://crazyegg.com>.

Blog z dodatkowymi informacjami.

## **EasyLabs**

PolSKI system do clicktrackingu.

EasyLabs jest w fazie testowej i zdaje się, że nie wystartował jeszcze jako usługa komercyjna.

Jego autorem jest Maciej Zając, który na Goldeline prowadzi grupę dyskusyjną nt. swojego systemu.

EasyLabs jest w zasadzie systemem jednoficzerowym: po prostu pokazuje mapę termiczną i już. Nie ma tu rozbudowanych opcji ani z CrazyEgg, ani z Clickdensity.

Niedawno został wprowadzony system zliczania kliknięć, biorąc pod uwagę czas przebywania użytkownika na stronie. Dzięki temu możemy zobaczyć kliknięcia dokonane już w pierwszych 5 sekundach pobytu na stronie i w innych rozpiętościach czasowych.

Podstawową wadą systemu jest fakt, że nie odnotowuje on liczby kliknięć przypadających na dany element – termiczne mapy pokazują jedynie, które miejsca są bardziej ciepłe, a które mniej, bez informacji ile kliknięć przypada na dany obszar.

Drugą wadą jest to, że – tak samo zresztą jak w przypadku Clickdensity – zlicza kliknięcia puste, w obszary nieklikalne (a więc kliknięcia przypadkowe), jak w tło strony. Gdyby zliczał tylko te, które użytkownik generuje intencjonalnie – jak w CrazyEgg – to aktualna wada stałaby się z miejsca zaletą.

Trzecią w końcu jest system opłat, nie naliczanych od m-ca, ale preferujących abonamenty długoterminowe, oraz sama cena usługi – wygórowana, biorąc pod uwagę ceny systemów zachodnich firm – dużo tańszych i bardziej rozbudowanych.

Koszt:

Czas	Cena
1 m-c i 1 tys. odsłon (NIE kliknięć)	za darmo
3 m-ce	362,34 zł
6 m-cy	695,40 zł
12 m-cy	1 244,40 zł
24 m-ce	2 020,32 zł

Oficjalna strona: <http://easylabs.pl>.

\*\*\*

### Generalne uwagi:

1. *Clicktracking* jest na prawdę świetnym narzędziem, które umożliwia badanie i analizowanie aktywności użytkowników liczonej kliknięciami na stronie. Otwiera drogę w podejściu jakościowym, a nie ilościowym – nie tylko wiemy ile kliknięć przypada na dany element, ale jak te kliknięcia się rozkładają na poszczególne obszary naszej strony.
2. *Clicktracking* jest kapitalnym uzupełnieniem *eyetrackingu*. Z jednej strony dostajemy mapę najcieplejszych miejsc ze względu na oglądalność danej strony (*eyetracking*), z drugiej – ze względu na klikalność (*clicktracking*).
3. Wszystkie systemy mają problem z analizowaniem części stron dostępnych po zalogowaniu! Stąd nie nadają się do analizy forów dyskusyjnych czy portali społecznościowych (chyba, że ma się zdolnych programistów ☐ ).
4. Czasy odpowiedzi poszczególnych systemów, wpływające na ogólny czas ładowania się testowanej strony (wg analizy przy pomocy Pingdom Tools, w kolejności – od góry: CrazyEgg, EasyLabs, ClickDensity):

\*\*\*

I na koniec jeszcze jedna informacja.

W ramach pakietu analitycznego **Google Analytics** można znaleźć część zatytułowaną *Site Overlay*. Jest to opcja w dużej mierze prezentująca to, co pokazują mapy ciepłe wyżej wymienionych systemów – aktywność użytkowników na stronie, mierzoną ilością kliknięć w dany element interfejsu.

Minusem z pewnością jest sposób prezentowania danych – trochę archaiczny. Ale znając działalność Google, zapewne wkrótce zostanie to zmienione.

W serwisie [dyplom.com.pl](http://dyplom.com.pl) prezentujemy obronione prace dyplomowe, które mogą służyć za wzór do napisania własnej pracy - gdyby potrzebowali jeszcze Państwo konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](http://pisanieprac.pl) - fachowa pomoc w pisaniu prac.