

Checklista Analityki i testowania

– optymalizacja konwersji strony

(Skorzystaj z naszej checklisty, aby nic nie przeoczyć.

Wydrukuj, sprawdź i odhacz każdy punkt, który masz wdrożony.)

Cel: Zapewnić, że strona działa sprawnie, użytkownicy wykonują pożądane akcje, a decyzje dotyczące zmian i optymalizacji opierają się na rzetelnych danych. Dzięki temu strona staje się bardziej efektywna, zwiększa konwersję i zapewnia pozytywne doświadczenie użytkownika.

1. Narzędzia analityczne (Google Analytics, Hotjar) są wdrożone

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy wszystkie podstrony strony są śledzone?
- ✓ Czy zainstalowane narzędzia pozwalają analizować ruch, źródła odwiedzin i zachowania użytkowników?
- ✓ Czy narzędzia rejestrują dane zgodnie z RODO i innymi przepisami?

Sugestie:

- ✓ Upewnij się, że kody śledzenia są prawidłowo osadzone w całej witrynie.
- ✓ Skonfiguruj cele konwersji w Google Analytics, np. wypełnienie formularza, kliknięcie CTA, zakup.
- ✓ W przypadku Hotjar lub podobnych narzędzi skonfiguruj heatmapy, nagrania sesji i ankiety użytkowników.

Notatki:

2. Śledzenie zdarzeń (kliknięcia, formularze, CTA) działa poprawnie

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy wszystkie przyciski, linki i formularze mają przypisane zdarzenia?
- ✔ Czy zdarzenia poprawnie raportują w narzędziach analitycznych?
- ✔ Czy w razie błędu w formularzu użytkownik otrzymuje odpowiednią informację?

Sugestie:

- ✔ Sprawdź, czy każde CTA jest śledzone osobno (np. „Kup teraz”, „Zapisz się”).
- ✔ Testuj formularze, aby upewnić się, że dane trafiają do systemu i e-maili.
- ✔ Monitoruj zdarzenia w czasie, aby wychwycić błędy i nie działające elementy.

Notatki:

3. Testy A/B dla kluczowych elementów strony zostały zaplanowane

Status : ☐

Pytania:

- ✔ Czy wiesz, które elementy strony wymagają testowania (CTA, nagłówki, układ treści)?
- ✔ Czy masz jasno określony cel testu (np. większa liczba zapisów, więcej kliknięć)?
- ✔ Czy określiłeś grupy docelowe i czas trwania testu?

Sugestie:

- ✔ Zacznij od testowania elementów, które mają największy wpływ na konwersję.
- ✔ Używaj narzędzi do testów A/B (Google Optimize, VWO).
- ✔ Analizuj wyniki w kontekście danych statystycznych, aby podejmować świadome decyzje.

Notatki:

4. Strona przetestowana na różnych przeglądarkach i urządzeniach

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy strona działa poprawnie na Chrome, Firefox, Safari, Edge itp.?
- ✓ Czy układ i funkcje działają na komputerach, tabletach i smartfonach?
- ✓ Czy wszystkie media (grafiki, wideo) wczytują się prawidłowo?

Sugestie:

- ✓ Wykorzystaj narzędzia do testowania cross-browser (np. BrowserStack).
- ✓ Sprawdź responsywność i dostosowanie treści do różnych rozdzielczości.
- ✓ Upewnij się, że wszystkie formularze, przyciski i interaktywne elementy działają prawidłowo.

Notatki:

5. Formularze działają poprawnie i przesyłają dane

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy wszystkie formularze przesyłają dane do systemu lub maila?
- ✓ Czy pojawiają się komunikaty o błędach w przypadku nieprawidłowych danych?
- ✓ Czy formularze działają poprawnie na urządzeniach mobilnych?

Sugestie:

- ✓ Testuj różne scenariusze wypełniania formularza (prawidłowe i nieprawidłowe dane).
- ✓ Sprawdź integracje z CRM lub systemem mailingowym.
- ✓ Zadbaj o potwierdzenie dla użytkownika (np. wiadomość „Dziękujemy za wysłanie formularza”).

Notatki:

6. Strona reaguje prawidłowo na błędy i brak połączenia internetowego

Status : ☐

Pytania:

- ✓ Czy pojawiają się przyjazne komunikaty w przypadku błędów 404 lub braku połączenia?
- ✓ Czy użytkownik może łatwo wrócić do funkcjonujących sekcji strony?
- ✓ Czy strona zachowuje podstawową funkcjonalność w przypadku chwilowych problemów?

Sugestie:

- ✓ Stwórz dedykowane strony błędów (404, 500) z linkami powrotnymi do strony głównej lub popularnych sekcji.
- ✓ Sprawdź, czy formularze i interakcje informują użytkownika o problemach.
- ✓ Zadbaj o minimalną funkcjonalność offline (np. cache dla treści statycznych).

Notatki:

7. Regularne raportowanie wyników i wdrażanie usprawnień

Status ☒ : ☐

Pytania:

- ✓ Czy regularnie analizujesz dane z Google Analytics, Hotjar lub innych narzędzi?
- ✓ Czy masz system do dokumentowania problemów i wniosków z testów?
- ✓ Czy wprowadzasz zmiany w oparciu o faktyczne dane?

Sugestie:

- ✓ Ustal harmonogram raportów (np. tygodniowy lub miesięczny).
- ✓ Zbieraj dane o konwersjach, kliknięciach, czasie spędzonym na stronie.
- ✓ Wdrażaj zmiany krok po kroku i monitoruj efekty.

Notatki: