



Światełko nadziei

**płonie w Internecie!**



success  
story



**Zasięg:**  
Cały świat**Branża:**  
NGO**Rozpoczęcie działań:**  
rok 2011**Czas trwania:**  
5 lat**success  
story**

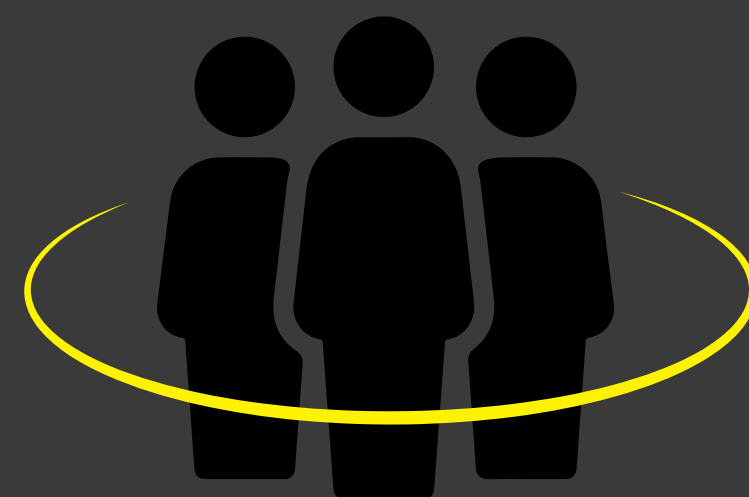
## Amnesty International

### Google Analytics w służbie międzynarodowej organizacji

Amnesty International to międzynarodowy ruch na rzecz praw człowieka. Obecnie organizacja działa w ponad 150 krajach i regionach, koordynując akcje, których celem jest walka z niesprawiedliwością i nadużyciami w różnych dziedzinach ludzkiej działalności.

Serwisy Amnesty International mają dość rozbudowaną strukturę, co ma swoje odzwierciedlenie, między innymi, w przepływie ruchu pomiędzy poszczególnymi podstronami.

Oprócz portalu [www.amnesty.org](http://www.amnesty.org), w wielu krajach działają lokalne serwisy Amnesty, zarejestrowane pod różnymi domenami, w różnych językach i z niezależną strukturą wewnętrzną.



- prawie 1600 darczyńców
- 7370 członków i członkiń
- 53 115 fanów na Facebooku  
2361 followersów na Twitterze





**Zasięg:**  
Cały świat**Branża:**  
NGO**Rozpoczęcie działań:**  
rok 2011**Czas trwania:**  
5 lat**success  
story**

## Rzeczywistość, a potrzeby analityczne

W obliczu tak złożonej struktury, zebranie i analiza statystyk w obrębie jednego, zbiorczego widoku danych, jest niezwykle trudne. Biorąc dodatkowo pod uwagę fakt, że każdy kraj zarządza swoimi stronami raczej niezależnie, wspólna konfiguracja wymagałaby unifikacji wszystkich stron. To wykluczone, przy założeniu, że każdy kraj realizuje indywidualnie obrane cele przy wykorzystaniu różnych procedur. Z drugiej jednak strony, „ostatnio w strukturach Amnesty International pojawiła się potrzeba scentralizowanego nadzoru nad kluczowymi wskaźnikami efektywności strony i innymi czynnikami odpowiedzialnymi za jakość”, zauważa **Piotr Poznański z Amnesty International**.

„Cele były jasne: przyjąć rozwiązanie, które ma jak najwięcej punktów zbieżnych z dotychczas zastosowanymi wdrożeniami. Jednocześnie, wspomniane rozwiązanie powinno być na tyle uniwersalne, by pozwalało łatwo agregować dane z różnych widoków danych, a następnie tworzyć z nich raporty, które odzwierciedlają najważniejsze czynniki dla każdego z działań prowadzonych przez Amnesty International”, dodaje **Zbigniew Nowicki, Dyrektor Zarządzający Bluerank**.



**Lepiej zapalić świecę,  
niż przeklinać ciemność**





**Zasięg:**  
Cały świat**Branża:**  
NGO**Rozpoczęcie działań:**  
rok 2011**Czas trwania:**  
5 lat**success  
story**

## Wypracowując globalne rozwiązanie

Wyzwania projektowe to przede wszystkim reagowanie na pojawiające się problemy i eliminowanie ewentualnych błędów poprzez consulting, nowe wdrożenia i wypracowanie nowych, indywidualnych analiz i rozwiązań dla celów operacyjnych Amnesty International i lokalnych struktur organizacji.

*„Stworzyliśmy wyspecjalizowaną aplikację wykorzystującą API Google Analytics. Bluerank posiada w tej dziedzinie spore doświadczenie – także w kreowaniu własnych rozwiązań, które są z sukcesem wdrażane w projektach prowadzonych dla naszych Klientów. Aplikacje wykorzystujące API tworzymy od momentu, w którym Google umożliwiło taką opcję. To dlatego decyzję o wykorzystaniu potencjału API podjęto niemal natychmiast po tym, jak Amnesty zdecydowała, by stworzyć globalny raport. Użycie API pozwoliło zminimalizować interferencję pomiędzy bieżącymi konfiguracjami poszczególnych widoków danych, a to z kolei, umożliwiło łatwą agregację olbrzymiej ilości informacji, które należało przeprocесować”, komentuje Maciej Gałęcki, CEO Bluerank.*

globalne rozwiązania



indywidualne analizy





**Zasięg:**  
Cały świat**Branża:**  
NGO**Rozpoczęcie działań:**  
rok 2011**Czas trwania:**  
5 lat**success  
story**

## Wdrożenie aplikacji wykorzystującej API Google Analytics

Niemal 2 miesiące zajęło Bluerank stworzenie aplikacji API BlueStat. Kolejny miesiąc poświęcono na testy, a 5 następnych na wdrażanie dodatkowych funkcjonalności. Już wtedy do globalnego projektu analitycznego przyłączono 15 widoków danych z różnych krajów.

Rezultatem zastosowanego wdrożenia było uzyskanie istotnych, z punktu widzenia Amnesty, rozwiązań, w nieuregulowanych dotąd kwestiach. Przede wszystkim dało ono możliwość agregowania informacji z różnych widoków danych, co pozwoliło na łatwą kompilację kluczowych wskaźników efektywności z poszczególnych miesięcy i porównanie ich.

Z drugiej strony – umożliwiło to również kadrze zarządzającej pomiar efektywności działań prowadzonych przez Amnesty, poprzez monitorowanie np. liczby pozyskanych członków czy kwot wpływających z donacji od zarejestrowanych użytkowników (aktywnych członków) oraz zwykłych użytkowników.





**Zasięg:**  
Cały świat**Branża:**  
NGO**Rozpoczęcie działań:**  
rok 2011**Czas trwania:**  
5 lat**success  
story**

Analiza takich informacji pozwala nie tylko oszacować wartości liczbowe i dostosować do nich właściwe współczynniki, ale również zdefiniować udział poszczególnych krajów w procesie konwersji i generowania leadów, z podziałem na źródła ruchu.

Dzięki tak zaawansowanej segmentacji danych, można nie tylko wyodrębnić udział danego kraju w ogólnej liczbie konwersji, ale również dowiedzieć się jaki wkład w ogół konwersji miała globalna witryna [www.amnesty.org](http://www.amnesty.org).

Inne dodatkowe możliwości, które przyniósł projekt, to, między innymi, analiza aktywności użytkowników i monitorowanie zewnętrznych źródeł ruchu, co pozwala uzyskać pełen obraz wydajności poszczególnych działań w Internecie.



- **API BlueStat**
- analiza wydajności działań w Internecie
- monitorowanie działalności stowarzyszenia

**Zasięg:**  
Cały świat**Branża:**  
NGO**Rozpoczęcie działań:**  
rok 2011**Czas trwania:**  
5 lat**success  
story**

”

„Analiza podstawowych wskaźników, takich jak współczynnik odrzuceń czy czas spędzony na stronie, pozwala określić, czy dana strona spełnia oczekiwania użytkownika. Natomiast analiza słów kluczowych, zarówno z wyszukiwarek zewnętrznych jak i wewnętrznej, w ramach serwisów, dostarcza listę tematów interesujących dla użytkownika. Uniwersalność przyjętego rozwiązania znacznie poprawiła użyteczność Google Analytics jako profesjonalnego narzędzia do analizy danych”, twierdzi **Maciej Gałęcki, CEO Bluerank.**

”

„Oczywiście, metodologia pomiaru dopuszcza również proces odwrotny: analizę udziału witryn lokalnych w konwersjach wykonanych w obrębie globalnego serwisu [www.amnesty.org](http://www.amnesty.org)”, podsumowuje **Piotr Poznański, Information Architect, Digital Communications, Amnesty International.**





**Zasięg:**  
Cały świat**Branża:**  
NGO**Rozpoczęcie działań:**  
rok 2011**Czas trwania:**  
5 lat**success  
story**

## Google Analytics

Google Analytics Certified Partners to zespół specjalistów do spraw optymalizacji konwersji, którzy pomogą rozwinąć twoją działalność, poprzez wdrożenie najlepszych praktyk dotyczących konwersji.  
[google.com/analytics/partners](http://google.com/analytics/partners)

Google Analytics Google Analytics to darmowe, intuicyjne narzędzie analityki internetowej, które pomaga zrozumieć zwyczaje użytkowników odwiedzających daną stronę, ich poziom zaangażowania w prezentowane treści oraz prześledzić kanały, dzięki którym tam trafili.  
<http://www.google.com/analytics/>



„Połączenie Google Analytics i API wydaje się doskonałym rozwiązaniem. Jego największą zaletą jest możliwość wykorzystania w pełni weryfikowalnego narzędzia do pomiaru i dostarczania informacji dotyczących użytkowników i ich odwiedzin na stronach. Ponieważ dane gromadzone są na serwerach Google, eliminuje to konieczność samodzielnego przechowywania danych. Wystarczy stworzyć aplikację, która przetworzy dane, używając API, a później wygeneruje raporty” – Piotr Poznański, Information Architect, Digital Communications, Amnesty International.

