07.04.2015 r.

Informacja prasowa

**Rośnie rola analityki internetowej w Polsce - nowy raport ,,Web analytics survey-study Poland 2014”**

**Webtrekk opublikował nowy raport dotyczący statusu analityki internetowej w Polsce w 2014 roku. Tegoroczna publikacja prezentuje ewolucję digital analytics w Polsce na przestrzeni ostatnich trzech lat oraz przewiduje przyszłe trendy. Partnerem raportu jest Bluerank.**

W badaniu wzięli udział przedstawiciele agencji, mediów oraz organizacji należących do branży turystycznej, finansowej, IT i e-commerce. Jednym z głównych wniosków jest to, że Polska staje się krajem coraz lepiej wyedukowanym i świadomym pod względem roli, jaką pełni analityka internetowa w organizacji.

Raport pokazuje, że analityka internetowa wymusza zmianę podejścia do biznesu, a w konsekwencji pozwala czerpać informacje z danych i przekładać je na realne korzyści. Dane pochodzące z analityki internetowej są kluczowe do zrozumienia powiązań istniejących nie tylko w konkretnej organizacji, ale w całej branży. Pozwalają też marketerom przewidzieć, co czeka organizację w przyszłości i na co położyć nacisk podejmując decyzje.

Wyniki przeprowadzonego badania dowodzą, że marketerzy coraz częściej zdają sobie sprawę z tego, że przełożenie danych zaczerpniętych z narzędzi analitycznych na decyzje podejmowane w organizacji, przyczynia się do poprawy wyników całego zespołu oraz funkcjonowania firmy na rynku. Z kolei właściciele firm chętniej decydują się na zatrudnienie osób odpowiedzialnych za działania analityczne i zdają sobie sprawę, że członków zespołu nie muszą poszukiwać wśród przedstawicieli branży IT. Z tego powodu zawód analityka staje się atrakcyjny szczególnie z perspektywy młodych osób, które dopiero wchodzą na rynek pracy i planują ścieżkę kariery, ale niekoniecznie wiążą ją z kształceniem stricte technologicznym.

Nie ma istotnych zmian jeśli chodzi o korzystanie z narzędzi analitycznych. Raport pokazuje, że najczęściej używanym jest nadal Google Analytics, aczkolwiek wzrasta również liczba decyzji o korzystaniu z płatnych opcji, co jest dowodem na to, że wśród polskich marketerów nie tylko rośnie świadomość analityczna, ale też zaufanie do nowych narzędzi.

Raport można bezpłatnie pobrać [tutaj](http://www.bluerank.pl/aktualnosci/raporty).

**O Webtrekk**

Webtrekk is a global provider of digital intelligence solutions, headquartered in Berlin with offices in China, Italy, Spain, the Netherlands and the USA. Webtrekk’s solutions allow companies to optimise their digital efforts.

**O Bluerank**

Bluerank to biznesowy partner największych firm w Polsce i na świecie, dostarczający usługi marketingu w wyszukiwarkach internetowych (SEM) oraz Digital Analytics. Jedyna polska agencja nagrodzona przez światowych ekspertów w konkursie European Search Awards, zwycięzca kategorii ,,Marketing internetowy – SEM” w konkursie Golden Arrow. Działa w kluczowych organizacjach branżowych. Zaufali jej m.in. 3M, Agito.pl, Dbam o Zdrowie, Deutsche Bank, Inter Cars, Mitsubishi, Rainbow Tours oraz Rossmann.