CompSecur Sp. z o. o., Centrum Szkoleniowe CompLearn
ul. Piłsudskiego 74/309b, 50-020 Wrocław
tel. +48 71 722 80 38, fax. +48 71 722 80 39
e-mail: info@compsecur.pl; www.compsecur.pl
KRS: 0000303601, REGON: 020713664, NIP: 897-173-92-49

RAPORT

Ewaluacja akcji informacyjno-promocyjnej projektu

euroKobieta: „Kobiety posługujące się technologiami informatycznymi przyszłością rynku pracy (aktywizacja zawodowa kobiet poprzez bezpłatne szkolenia IT e-Learning, program stażowy i serwis informacyjno doradczy)”

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy”, współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Spis treści

1. Wprowadzenie 3

2. Logo i skrócona nazwa projektu 3

3. Projekt graficzny serwisów internetowych 4

4. Reklamowe kreacje tekstowe 6

5. Reklamowe kreacje graficzne 7

6. Analiza internetowych emisji reklamowych 10

7. Analiza skuteczności akcji informacyjno-promocyjnej 21

7.1. Analiza charakterystyki odwiedzin serwisu informacyjno-doradczego 21

7.2. Analiza źródeł odwiedzin serwisu informacyjno-doradczego 28

Opracowanie raportu:
Weronika Szota (Specjalistka ds. marketingu)

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

1. Wprowadzenie

W ramach niniejszej analizy przedstawiono wynika badania działań w ramach akcji informacyjno-promocyjnej zaplanowanej w projekcie euroKobieta, realizowanym przez firmę CompSecur sp. z o.o. Głównym celem badania jest ocena dotychczasowego przebiegu akcji informacyjno-promocyjnej. Cel osiągnięto dzięki ewaluacji działań w ramach akcji informacyjno-promocyjnej, opartej przede wszystkich na internetowych kanałach informacyjnych. Podstawowym narzędziem wykorzystanym w ramach niniejszego badania był informatyczny system analizy statystycznej Google Analytics oraz przetargowy system reklamy internetowej Google AdWords.

Podstawowym wnioskiem przeprowadzonego badania jest wskazanie na osiągnięcie i przekroczenie założonych rezultatów w ramach emisji reklamowych w Internecie (emisje reklamowe w radiu i w prasie nie zostały jeszcze uruchomione). Skuteczność emisji reklamowych prowadzonych w sposób ciągły od wdrożenia serwisu informacyjno-doradczego projektu jest wysoka i spowodowała przystąpienie do projektu dotychczas ponad 700 beneficjentów spełniających warunki grupy docelowej (w tym ponad 200 beneficjentów ostatecznych biorących udział w zaplanowanym programie szkoleniowym). Akcja informacyjno-promocyjna spowodowała również wyrażenie chęci otrzymania wsparcia projektowego przez kobiety nie spełniające warunków grupy docelowej (tj. kobiety nie spełniające warunku nieaktywności zawodowej, zgodnie z definicją Urzędu Pracy). W ramach serwisu informacyjno-doradczego zarejestrowanych jest obecnie imiennie ponad 1800 kobiet z woj. dolnośląskiego. Realizator w ramach możliwości planuje objęcie tych osób poza wsparciem informacyjno-doradczym, także wsparciem programu szkoleniowego.

Jak wykazało badanie, kanały informacyjne pozwalające na dotarcie do zaplanowanej grupy docelowej potencjalnych beneficjentów ostatecznych są skuteczne, jak również skuteczne są forma i przekaz akcji informacyjno-promocyjnej, która prowadzona jest w sposób ciągły bez znaczących zakłóceń. Także system informacji w godzinach pracy biura sekretariatu projektu (tj. 13-17, pn-pt) działa bez zarzutu: świadczona jest informacja stacjonarna w biurze (ul. Piłsudskiego 74, p.309b w budynku NOT we Wrocławiu), prowadzona jest infolinia typu 0-801, ponadto działają 2 linie telefoniczne, linia faksowa oraz kilka kont obsługi poczty elektronicznej (w domenie projektowej @eurokobieta.pl oraz w domenach realizatora @complearn.pl i @compsecur.pl).

2. Logo i skrócona nazwa projektu

Ustalono skróconą nazwę projektu jako „euroKobieta” w celu podkreślenia grupy docelowej i charakteru wsparcia pochodzącego z Unii Europejskiej. Dzięki technologii grafiki wektorowej logo projektu, integrujące gwiazdy z flagi europejskiej ze skróconą nazwą projektu, można drukować w dowolnej rozdzielczości.

3. Projekt graficzny serwisów internetowych

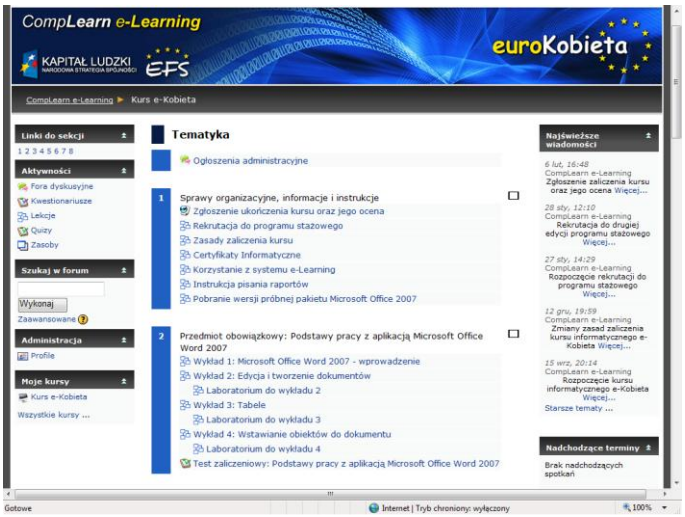
Fundamentalną część zaplanowanej w projekcie akcji promocyjno-informacyjnej stanowią kreacje graficzne serwisów internetowych projektu, tj. internetowego serwisu informacyjno-doradczego euroKobieta (http://www.euroKobieta.pl) oraz platformy CompLearn e-Learning dla informatycznego szkolenia projektowego z zakresu informatycznych kompetencji kluczowych na rynku pracy „e-Kobieta” (http://www.elearning.eurokobieta.pl).

Na szatę graficzną ww. serwisów składa się projekt graficzny integrujący logo projektu, zdjęcia z udziałem fotomodelki oraz inne elementy graficzne nadające spójności przekazowi wizualnemu. Po prawej stronie znajduje się przykładowy element graficznego projektu stanowiący część oprawy wizualnej serwisu informacyjno-doradczego euroKobieta. Poniżej zamieszczono kilka przykładowych zdjęć z serwisu informacyjno-doradczego:

Istotnym elementem kreacji szaty graficznej serwisów internetowych było zintegrowanie znaków graficznych Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki oraz Europejskiego Funduszu Społecznego (w tym loga i flagi Unii Europejskiej). W celu zróżnicowania szaty graficznej wprowadzono element zmiennego tła na głównej stronie serwisu informacyjno-doradczego: każda odsłona powoduje losowanie jednego z kilkunastu zdjęć fotomodelki w tle (co widać na kilku przykładowych zdjęciach powyżej).

W ramach platformy CompLearn e-Learning opracowanie odpowiedniej oprawy graficznej miało znacznie istotne nie tylko z punktu widzenia skuteczności oddziaływania przekazu akcji informacyjno-promocyjnej, ale także w ramach perspektywy ergonomii korzystania z platformy w celu długotrwałej realizacji procesu dydaktycznego (zawartość godzinowa minimum programowego realizowanego na platformie CompLearn e-Learning wynosi 180 godzin). W związku z tym szata graficzna platformy CompLearn e-Learning dla zaplanowanego w projekcie kursu e-Kobieta musiała być odpowiednio zrównoważona i stonowana. Poniżej przedstawiono projekt graficzny nagłówka platformy e-Learning, widocznego w ramach całego systemu zdalnego nauczania:

Kilka przykładowych zdjęć poniżej ilustruje z kolei ogólny wygląd platformy e-Learning (niebieski kolor jako jeden z najbardziej neutralnych został wybrany w celu implementacji interfejsu użytkownika z uwagi na długość czasu w ramach którego jest on widoczny).



W ramach platformy zintegrowany ikony nawigacyjne oraz inne elementy graficzne ułatwiające wizualną obsługę interfejsu użytkownika. Połączenie kolorystyczne odcieni szarości i koloru niebieskiego opracowano tak aby było jak najmniej męczące dla wzroku.

Bardziej jaskrawe barwy (odcienie koloru czerwonego) wykorzystano w celu zwrócenie uwagi na istotne elementy (np. podsystemy komunikacyjne w ramach forum ogłoszeń administracyjnych zostały wyróżnione kolorem czerwonym). Wszystkie strony serwisów internetowych (zarówno platformy e-Learning jak i serwisu informacyjno doradczego) zostały oznaczone znakami graficznymi zgodnie z wytycznymi systemu realizacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Rozplanowanie położenia elementów nawigacyjnych graficznego interfejsu użytkownika, tak aby korzystanie z internetowej platformy e-Learning było możliwie intuicyjne także stanowiło element projektowania graficznego serwisu.

4. Reklamowe kreacje tekstowe

Ważną częścią akcji informacyjno-promocyjnej było stworzenie tekstowych kreacji reklamowych. Przykładowe reklamy tekstowe emitowane w Internecie mają następującą postać:

euroKobieta
Wsparcie kobiet poszukujących pracy
Dofinansowane w 100% certyfikaty IT
http://www.euroKobieta.pl

Program EFS euroKobieta
Wsparcie kobiet na rynku pracy w UE
100% dofinansowanie szkoleń i staży
http://www.euroKobieta.pl

euroKobieta
Program wsparcia zawodowego kobiet
Dofinansowany do 100% certyfikat IT
http://www.euroKobieta.pl

Projekt EFS euroKobieta
Wsparcie kobiet poszukujących pracy
Dofinansowane w 100% szkolenia IT
http://www.euroKobieta.pl

euroKobieta
Projekt wsparcia zawodowego kobiet
Dofinansowane do 100% szkolenia IT
http://www.euroKobieta.pl

Program UE euroKobieta
Wsparcie kobiet szukających pracy
Dofinansowane do 100% e-szkolenia
http://www.euroKobieta.pl

Wykorzystane hasła i slogany reklamowe podkreślają elementy wsparcia projektowego adresowanego do kobiet na rynku pracy (tj. dofinansowane w wysokości 100% certyfikowane szkolenia informatyczne – pozwalające uzyskać certyfikat informatyczny, staże informatyczne z wynagrodzeniem). Część z tekstowych kreacji reklamowych kładzie główny nacisk na szkolenia (w tym niektóre na ich zdalny charakter, posługując się przedrostkiem „e-"), część na certyfikaty informatyczne (czyli na rezultat ukończonego szkolenia).

Hasła reklamowe w ramach internetowych reklam tekstowych podlegają standaryzacji długości (struktura reklamy to wiersz tytułowy zawierający nie więcej niż 16 znaków, 2 wiersze opisowe zawierające po 25 znaków i jeden wierz adresowy zawierający adres docelowy URL). W tak krótkich i sztywnych należy zmieścić możliwie treściwy i atrakcyjny przekaz informacyjny.

Należy podkreślić, że zawartość informacyjna reklam tekstowych jest dużo bardziej zróżnicowana niż przykłady podane powyżej. Dzięki wykorzystaniu zaawansowanego serwisu przetargowego reklamy internetowej Google AdWords (rozdział 6 niniejszej analizy) oraz specjalistycznych narzędzi analizy ruchu internetowego (rozdział 7) możliwe jest bieżące ocenianie skuteczności emitowanych reklam tekstowych i ich bieżąca ewolucja.

Reklamowe kreacje tekstowe dotyczą nie tylko samych reklam tekstowych (których wytworzono w ramach liczby kilkunastu spójnych wariantów, ujednolicających przekaz informacyjny), ale stanowią również elementy reklam graficznych (opisanych w kolejnym rozdziale). Są także istotną częścią szeroko rozumianych treści informacyjno-promocyjnych (publikowanych w ramach serwisów internetowych). Dobrym przykładem jest tu chociażby zawartość broszur informacyjnych projektu oraz innych opracowań tekstowych.

Obecnie w przygotowaniu są kolejne kreacje tekstowe i hasła reklamowe, zgodnie z zaplanowanym zakresem akcji informacyjno-promocyjnej. W najbliższym okresie przeprowadzona zostania reklama w radiu oraz reklama w prasie (oba kanały informacyjne wymagają dobrze przemyślanych kreacji tekstowych).

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

5. Reklamowe kreacje graficzne

W ramach projektu opracowano graficznie kilkanaście kreacji promocyjno-informacyjnych z udziałem profesjonalnej fotomodelki. Opracowane kreacje graficzne posłużyły zarówno do przygotowania wielkoformatowych plakatów jak i małoformatowych internetowych reklam graficznych (tzw. banerów reklamowych), emitowanych w dużym nakładzie w Internecie (w ramach nowoczesnej kampanii reklamowej w przetargowym systemie reklamy internetowej Google AdWords kierowanej kontekstowo i demograficznie do kobiet poszukujących pracy w województwie dolnośląskim w ramach powierzchni reklamowych wielu wydawców treści). Graficzne reklamy internetowe zostały opracowane z wykorzystaniem technologii Macromedia Flash, która pozwala na implementację animacji (jest to najbardziej rozpowszechniony standard animowanych reklam graficznych wykorzystywanych w reklamie internetowej). Poniżej przedstawiono przykładową kreację reklamy internetowej w postaci animowanego banera 728x90 (oczywiście animacji nie można zaobserwować).

Przykładowe kreacje graficzne, używane w ramach akcji informacyjno-promocyjnej projektu zamieszczono poniżej (dotychczas łącznie wydrukowano i rozwieszono kilkadziesiąt wielkoformatowych plakatów w miejscach publicznych w największych miastach woj. dolnośląskiego, ale przede wszystkim wyemitowano w Internecie ponad 19 mln reklam obejmujących te kreacje graficzne, kierowane kontekstowe do kobiet szukających pracy).

euroKobieta
www.euroKobieta.pl
Bezpłatne szkolenia IT, staże, doradztwo pracy
Warunkiem wstępnym i pierwszym krokiem do uzyskania wsparcia projektowego jest imienna rejestracja w portalu www.euroKobieta.pl
Sekretariat projektu euroKobieta
ul. Piłsudskiego 74, lok. 309b
50-020 Wrocław
Tel: 0 71 750 3413
Fax: 0 71 722 8039
Infolinia: 0 801 011 647
(czynny: pn-pt, 13.00-17.00)
Kobiety posługujące się technologiami informatycznymi przyszłoscią rynku pracy
Aktywizacja zawodowa kobiet poprzez bezpłatne szkolenia informatyczne e-Learning, program stażowy IT i serwis informacyjno-doradczy
CompSecur IT Solutions
CompLearn
KAPITAŁ LUDZKI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

euroKobieta
www.euroKobieta.pl
Bezpłatne szkolenia IT, staże, doradztwo pracy
Warunkiem wstępnym i pierwszym krokiem do uzyskania wsparcia projektowego jest imienna rejestracja w portalu www.euroKobieta.pl
Sekretariat projektu euroKobieta
ul. Piłsudskiego 74, lok. 309b
50-020 Wrocław
Tel: 0 71 750 3413
Fax: 0 71 722 8039
Infolinia: 0 801 011 647
(czynny: pn-pt, 13.00-17.00)
Kobiety posługujące się technologiami informatycznymi przyszłoscią rynku pracy
Aktywizacja zawodowa kobiet poprzez bezpłatne szkolenia informatyczne e-Learning, program stażowy IT i serwis informacyjno-doradczy
CompSecur IT Solutions
CompLearn
KAPITAŁ LUDZKI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

euroKobieta
www.euroKobieta.pl
Bezpłatne szkolenia IT, staże, doradztwo pracy
Warunkiem wstępnym i pierwszym krokiem do uzyskania wsparcia projektowego jest imienna rejestracja w portalu www.euroKobieta.pl
Sekretariat projektu euroKobieta
ul. Piłsudskiego 74, lok. 309b
50-020 Wrocław
Tel: 0 71 750 3413
Fax: 0 71 722 8039
Infolinia: 0 801 011 647
(czynny: pn-pt, 13.00-17.00)
Kobiety posługujące się technologiami informatycznymi przyszłoscią rynku pracy
Aktywizacja zawodowa kobiet poprzez bezpłatne szkolenia informatyczne e-Learning, program stażowy IT i serwis informacyjno-doradczy
CompSecur IT Solutions
CompLearn
KAPITAŁ LUDZKI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

euroKobieta
www.euroKobieta.pl
Bezpłatne szkolenia IT, staże, doradztwo pracy
Warunkiem wstępnym i pierwszym krokiem do uzyskania wsparcia projektowego jest imienna rejestracja w portalu www.euroKobieta.pl
Sekretariat projektu euroKobieta
ul. Piłsudskiego 74, lok. 309b
50-020 Wrocław
Tel: 0 71 750 3413
Fax: 0 71 722 8039
Infolinia: 0 801 011 647
(czynny: pn-pt, 13.00-17.00)
Kobiety posługujące się technologiami informatycznymi przyszłoscią rynku pracy
Aktywizacja zawodowa kobiet poprzez bezpłatne szkolenia informatyczne e-Learning, program stażowy IT i serwis informacyjno-doradczy
CompSecur IT Solutions
CompLearn
KAPITAŁ LUDZKI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

6. Analiza internetowych emisji reklamowych

Dominującą częścią akcji informacyjno-promocyjnej projektu euroKobieta jest reklama internetowa w systemie przetargowym Google AdWords, umożliwiającego realizację automatycznego procesu przetargowego względem emisji reklam internetowych pośród kilkunastu tysięcy wydawców treści internetowych w Polsce. Ponieważ system przetargowy Google AdWords jest systemem otwartym, każdy zainteresowany sprzedażą powierzchni reklamowej wydawca, może wziąć udział w przetargu.

System przetargowy reklamy internetowej Google AdWords funkcjonuje w oparciu o kryterium najwyższej efektywności kosztowej dla emisji każdej reklamy internetowej (system oblicza efektywność kosztową emisji bazując na oferowanej przez wydawcę cenie emisji reklamy na powierzchni reklamowej, jakości informacyjnej tej powierzchni reklamowej oraz jakości samej reklamy, jak również maksymalnej cenie jej emisji ustalonej przez reklamodawcę). System określa wymienione współczynniki dzięki statystycznej ocenie skuteczności reklam (skuteczność mierzona jest kliknięciami reklam oraz analizą przekserowań użytkowników Internetu dzięki integracji systemu ze stronami internetowymi reklamodawców).

Płatności dokonane przez reklamodawców są w ramach systemu Google AdWords przekazywane wydawcom treści zapewniających poszczególne emisje reklamowe, zgodnie z oferowanymi przez tych wydawców cenami za emisję reklam. Zautomatyzowane w systemie zapytania ofertowe dla każdej emisji reklamy internetowej docierają do kilkunastu tysięcy wydawców reklamowych w całej Polsce. System przetargowy wybiera najlepszą ofertę spośród ofert wydawców dla poszczególnych emisji.

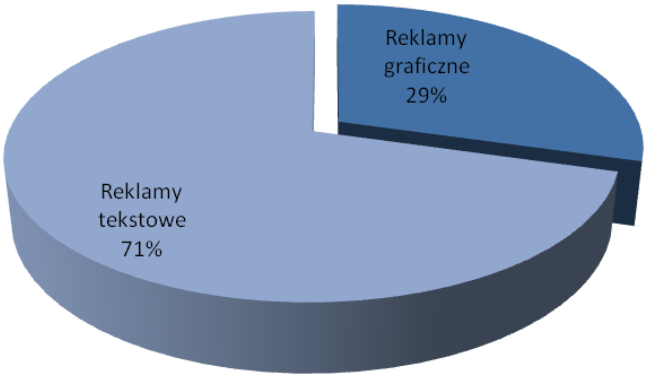
Zgodnie z poniższą analizą sporządzoną za pomocą narzędzi analitycznych systemu Google AdWords można prześledzić statystykę emisji poszczególnych reklam internetowych w ramach prowadzonej w projekcie akcji informacyjno-promocyjnej. Poniższa tabela ilustruje emisję reklam internetowych kierujących bezpośrednio na stronę główną serwisu informacyjno-doradczego projektu (www.euroKobieta.pl) w ramach kampanii kierowanych na słowa kluczowe – wyszukiwanie (tzw. kierowanie kontekstowe określone za pomocą słów kluczowych np. praca, oferty pracy, wsparcie zawodowe, doradztwo zawodowe, szkolenia, etc.) , na strony docelowe – strony CPA: strony (tzw. kierowanie tematyczne określone za pomocą tematów treści publikowanych przez wydawców, np. serwisu lub części serwisów ogólnych, poświęcone kobietom, macierzyństwu, pracy, etc.), a także na strony i słowa kluczowe – strony CPA: słowa i strony (kombinacja dwóch ww. typów kierowania).

Emisje reklam internetowych kierujących na www.euroKobieta.pl w systemie reklam Google AdWords	**Kampania: euroKobieta (strony CPA)**	**Kampania: euroKobieta (strony CPA)**	**Kampania: euroKobieta (wyszukiwanie)**	**Łącznie**
	Słowa i Strony	Strony	Wyszukiwarka	
Reklama graficzna	2 026 382	3 829 568	0	5 855 950
Reklama tekstowa	11 618 381	43 311	2 389 301	14 050 993
Nagłówek reklamy: **euroKobieta**	11 003 646	0	813 394	11 817 040
euroKobieta Program wsparcia zawodowego kobiet Dofinansowane w 100% certyfikaty IT http://www.euroKobieta.pl	276 360	0	440 857	717 217

euroKobieta Program wsparcia zawodowego kobiet Dofinansowany do 100% certyfikat IT http://www.euroKobieta.pl	32	0	0	32
euroKobieta Projekt wsparcia zawodowego kobiet Dofinansowane do 100% szkolenia IT http://www.euroKobieta.pl	10 727 254	0	372 537	11 099 791
Nagłówek reklamy: **euroKobieta (UE EFS)**	46 544	0	0	46 544
euroKobieta (UE EFS) Program wsparcia zawodowego kobiet Dofinansowane w 100% certyfikaty IT http://www.euroKobieta.pl	46 544	0	0	46 544
Nagłówek reklamy: **Program EFS euroKobieta**	308 965	43 311	1 053 473	1 405 749
Program EFS euroKobieta Program wsparcia zawodowego kobiet Dofinansowane w 100% szkolenia IT http://www.euroKobieta.pl	0	0	192 906	192 906
Program EFS euroKobieta Wsparcie kobiet na rynku pracy w UE 100% dofinansowanie szkoleń i staży http://www.euroKobieta.pl	306 269	43 311	860 567	1 210 147
Program EFS euroKobieta Wsparcie kobiet poszukujących pracy 100% dofinansowanie szkoleń i staży http://www.euroKobieta.pl	2 696	0	0	2 696
Nagłówek reklamy: **Program UE euroKobieta**	259 226	0	522 434	781 660
Program UE euroKobieta Program wsparcia zawodowego kobiet Dofinansowane w 100% szkolenia IT http://www.euroKobieta.pl	25 469	0	95 396	120 865
Program UE euroKobieta Wsparcie dla kobiet w nowej pracy Dofinansowane do 100% e-szkolenia http://www.euroKobieta.pl	2	0	0	2
Program UE euroKobieta Wsparcie kobiet poszukujących pracy Dofinansowane w 100% certyfikaty IT http://www.euroKobieta.pl	26 158	0	19 081	45 239
Program UE euroKobieta Wsparcie kobiet szukających pracy Dofinansowane do 100% e-szkolenia http://www.euroKobieta.pl	207 597	0	407 957	615 554
Łącznie emisje reklam	**13 644 763**	**3 872 879**	**2 389 301**	**19 906 943**

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Jak widać z powyższej tabeli łącznie wyemitowanych zostało aż 19 906 943 emisji reklam internetowych (statystyki na dzień 12.02.2009) – co oznacza, że reklama projektu wyświetliła się 19 906 943 razy na ekranach użytkowników Internetu w Polsce. Z tego emisje reklam graficznych stanowiły 5 855 950 emisji, natomiast emisje reklam tekstowych 14 050 993 emisji. Proporcje procentowe ilustruje poniższy wykres kołowy.



Z analizy powyższej tabeli wynika także, że największą skutecznością cieszyła się reklama tekstowa w postaci:

euroKobieta
Projekt wsparcia zawodowego kobiet
Dofinansowane do 100% szkolenia IT
http://www.euroKobieta.pl

która wyemitowana została aż w 11 099 791 emisjach (reklama ta uzyskały tak wysoką liczbę emisji, ponieważ swoją jakością, obliczaną na bieżąco przez system przetargowy Google AdWords w oparciu o skuteczność – tzw. współczynnik klikalności – znacznie przewyższyła pozostałe reklamy zestawione w ramach powyższej tabeli).

Przedmiot bardzo istotnej analizy stanowi nakierowanie reklam emitowanych w ramach systemu przetargowego Google AdWords na poszczególne lokalizacje geograficzne (wysoki priorytet ustawiony był na emisje reklamowe w obszarze województwa dolnośląskiego – od strony technicznej system jest w stanie emitować reklamy internetowe użytkownikom Internetu na stronach wydawców treści – np. na portalach informacyjnych – na podstawie bieżącej lokalizacji geograficznej ich adresu sieciowego). Wyniki badań ilustruje poniższa tabela.

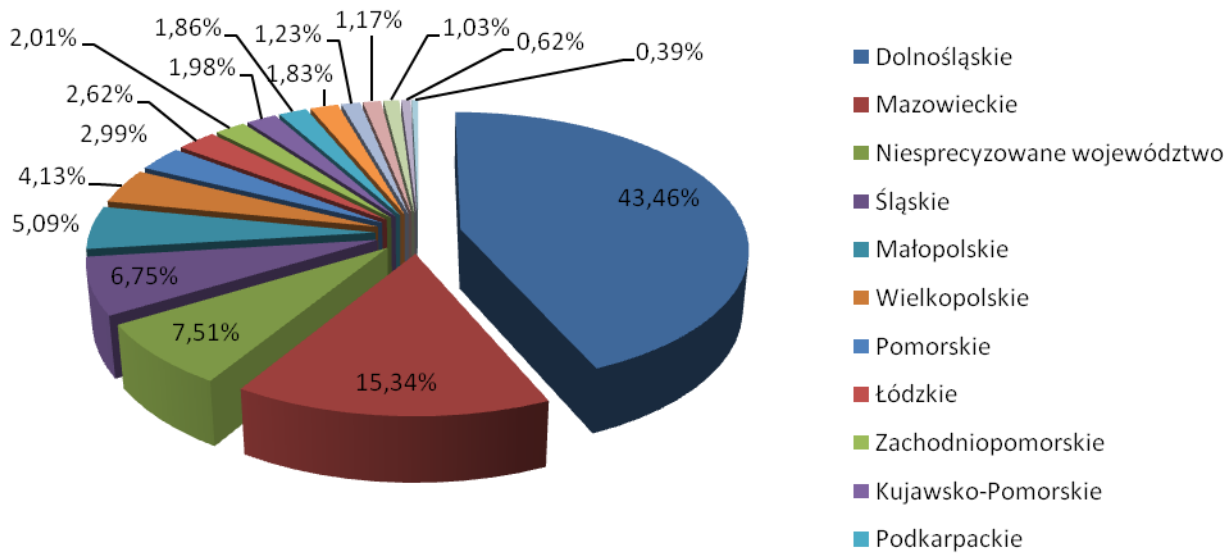
Suma z Wyświetlenia	Kampania: euroKobieta (strony CPA)	Kampania: euroKobieta (strony CPA)	Kampania: euroKobieta (wyszukiwanie)	Łącznie
Miejsce emisji reklamy	Słowa i Strony	Strony	Wyszukiwarka	
Dolnośląskie	2 457 099	3 871 829	2 322 864	8 651 792
Wrocław	1 891 982	2 591 769	1 860 687	6 344 438
Wałbrzych	222 806	347 266	136 348	706 420
Legnica	56 820	237 416	113 337	407 573
Niesprecyzowane miasto	114 429	38 277	128 865	281 571
Lubin	88 694	104 535	34 492	227 721

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Jelenia Góra	20 503	71 800	5 824	98 127
Głogów	14 336	70 852	5 729	90 917
Dzierżoniów	22 983	28 937	6 697	58 617
Zgorzelec	436	36 225	8 208	44 869
Polkowice	3 511	28 320	9 742	41 573
Bolesławiec	3 590	34 671	2 626	40 887
Kamienna Góra	5 686	30 384	485	36 555
Strzegom	525	29 276	1 993	31 794
Rawicz	1 513	25 079	2 286	28 878
Lubań	1 834	20 854	434	23 122
Kłodzko	643	15 442	1 308	17 393
Wołów	0	15 975	956	16 931
Bierutów	2 141	11 456	337	13 934
Bogatynia	0	13 259	123	13 382
Jawor	2 353	10 674	100	13 127
Nowa Ruda	0	10 649	133	10 782
Złotoryja	117	10 138	134	10 389
Prochowice	0	10 310	67	10 377
Mysłakowice	143	8 976	255	9 374
Bielawa	509	8 145	16	8 670
Lwówek Śląski	0	8 642	23	8 665
Świdnica	1 274	5 083	183	6 540
Trzebnica	0	5 416	868	6 284
Chojnów	6	5 406	114	5 526
Milicz	128	4 379	45	4 552
Leśna	0	4 241	26	4 267
Chocianów	0	4 189	0	4 189
Wleń	0	3 862	0	3 862
Karpacz	0	3 515	14	3 529
Świeradów-Zdrój	0	3 416	0	3 416
Piechowice	0	3 314	3	3 317
Jelenia Glowa	0	2 872	0	2 872
Kaczorów	0	2 157	3	2 160
Twardogóra	0	1 489	0	1 489
Mieroszów	0	1 133	3	1 136
Ziębice	0	1 009	0	1 009
Polanica-Zdrój	0	728	0	728
Oleśnica	137	159	394	690
Ząbkowice	0	134	0	134
Bystrzyca Kłodzka	0	0	6	6

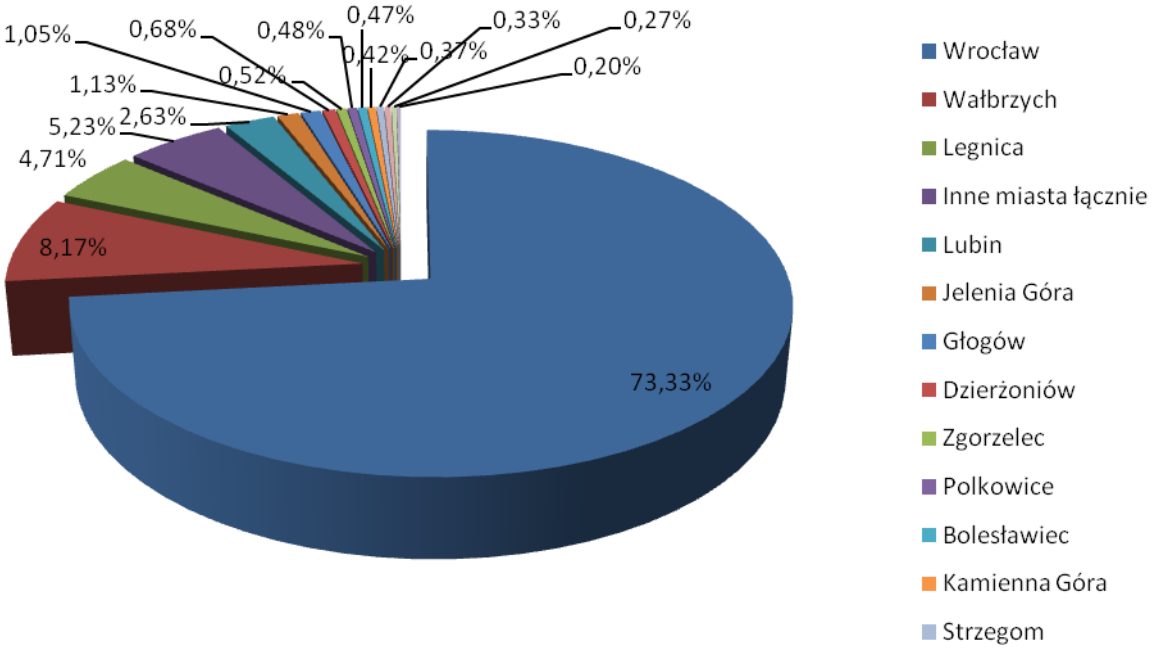
Mazowieckie	3 054 204	0	0	3 054 204
Niesprecyzowane województwo	1 493 267	0	2 298	1 495 565
Śląskie	1 343 386	0	0	1 343 386
Małopolskie	1 013 126	0	0	1 013 126
Wielkopolskie	822 936	0	0	822 936
Pomorskie	595 163	0	0	595 163
Łódzkie	520 817	0	0	520 817
Zachodniopomorskie	400 549	0	0	400 549
Kujawsko-Pomorskie	393 229	0	0	393 229
Podkarpackie	369 955	0	0	369 955
Lubelskie	363 464	0	0	363 464
Podlaskie	244 246	0	0	244 246
Warmińsko-Mazurskie	233 102	0	0	233 102
Świętokrzyskie	204 375	0	0	204 375
Lubuskie	122 473	0	0	122 473
Opolskie	75 384	0	3 177	78 561
Suma końcowa	**13 706 775**	**3 871 829**	**2 328 339**	**19 906 943**

Na podstawie wyników tej analizy widać, że spośród 19 906 943 emisji reklamowych aż 8 651 792 emisji wyświetlonych było użytkownikom Internetu, podłączonym do sieci na terenie województwa dolnośląskiego. Drugim województwem pod względem liczby emisji reklam było woj. mazowieckie (ponad 3 mln emisji) – pozostałe województwa miały znacznie niższe współczynniki emisji (niesprecyzowane województwo ponad 1 mln, woj. śląskie i woj. małopolskie około 1 mln, pozostałe województwa poniżej 1 mln emisji). Pomimo określenia priorytetu emisji w woj. dolnośląskim emisje w innych województwach zdarzały się ze względu na czasem występujący brak możliwości określenia adresu użytkownika przed emisją (po emisji była ona już znana).



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Wyniki analizy wskazują także, że ogromna większość emisji reklam internetowych na terenie województwa dolnośląskiego miała miejsce we Wrocławiu (73,3% emisji, co stanowi 6 344 438 emisji – dwukrotnie więcej niż w całym województwie Mazowieckim i sześciokrotnie więcej niż w całych woj. śląskim i małopolskim). Na kolejnych miejscach w ramach emisji reklam w poszczególnych miastach woj. dolnośląskiego znalazły się: Wałbrzych (ok. 8,1%) i Legnica (4,7%), inne miasta łącznie (5,2%, w tym miasta nieokreślone ze względu na brak możliwości ich określenia w systemie informatycznym nawet po doknaniu emisji reklamy) oraz Lubin (2,6%) i Jelenia Góra (1,1%).



Kolejnym aspektem analizy wyemitowanych reklam internetowych jest rozkład na powierzchnie reklamowe poszczególnych wydawców treści w Internecie (którzy konkurowali w ramach automatycznego systemu przetargowego reklamy internetowej Google AdWords o emisję poszczególnych reklam internetowych projektu). Jak wynika z poniższej tabeli w czołówce tych wydawców znalazły się największe portale kraju.

Suma z Wyświetlenia	Kampania: euroKobieta (strony CPA)	Kampania: euroKobieta (strony CPA)	Kampania: euroKobieta (wyszukiwanie)	Łącznie
Etykiety wierszy	Słowa i Strony	Strony	Wyszukiwarka	
Tylko sieć partnerska	13 552 510	3 872 879	0	17 425 389
Kierowana na miejsca docelowe	13 485 590	3 872 879	0	17 358 469
gazeta.pl	9 913 198	1 280	0	9 914 478
nasza-klasa.pl	426 917	3 678 828	0	4 105 745
kafeteria.pl	766 998	1 591	0	768 589
wizaz.pl	714 440	21 691	0	736 131
papilot.pl	647 101	12 539	0	659 640

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

kozaczek.pl	516 976	20 223	0	537 199
o2.pl	364 406	5 819	0	370 225
dict.pl	16 528	46 223	0	62 751
cba.pl	0	54 252	0	54 252
we-dwoje.pl	51 072	2 131	0	53 203
polki.pl	48 574	1 294	0	49 868
harry-potter.net.pl	7 774	3 359	0	11 133
wp.pl	5 391	1 316	0	6 707
angielski.edu.pl	0	5 139	0	5 139
szybkopraca.pl	0	4 188	0	4 188
niania.pl	3 655	0	0	3 655
spryciarze.pl	0	2 925	0	2 925
pajeczyna.pl	0	2 464	0	2 464
szkolnictwo.pl	0	1 806	0	1 806
gala.pl	1 782	3	0	1 785
randki24.pl	0	1 701	0	1 701
eoferty.com.pl	0	1 630	0	1 630
epraca.com.pl	0	900	0	900
czasdzieci.pl	46	699	0	745
e-prawnik.pl	732	10	0	742
wspollokator.pl	0	382	0	382
gratka.pl	0	363	0	363
portel.pl	0	89	0	89
naszapraca.pl	0	29	0	29
szkolenia24h.pl	0	5	0	5
Sieć partnerska	66 920	0	0	66 920
Razem - kierowanie na sieć partnerską	66 920	0	0	66 920
Tylko dla wyszukiwania	92 253	0	2 389 301	2 481 554
Zbliżone	92 253	0	2 389 301	2 481 554
praca	62 487	0	1 933 209	1 995 696
praca wrocław	4 644	0	146 002	150 646
praca legnica	2 818	0	75 835	78 653
kursy	1 065	0	44 859	45 924
praca wałbrzych	1 794	0	25 447	27 241
praca dolnośląskie	104	0	20 722	20 826
nauka	1 284	0	18 113	19 397
praca we wrocławiu	935	0	17 543	18 478
cv	894	0	10 922	11 816
dotacje unijne	114	0	10 773	10 887
oferty pracy wrocław	3	0	10 452	10 455

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

praca w legnicy	432	0	8 961	9 393
praca w wałbrzychu	376	0	8 942	9 318
szkolenia	610	0	6 491	7 101
studia	1 310	0	4 866	6 176
oferty pracy legnica	9	0	4 708	4 717
oferty pracy wałbrzych	7	0	4 597	4 604
praca dla kobiet	60	0	3 962	4 022
staże	307	0	2 765	3 072
telepraca	91	0	2 953	3 044
oferty pracy	2 178	0	0	2 178
praca zdalna	45	0	2 068	2 113
szkolenia efs	24	0	1 988	2 012
dofinansowanie z ue	48	0	1 918	1 966
informatyka	308	0	1 641	1 949
bezpłatne szkolenia	28	0	1 849	1 877
urlop wychowawczy	181	0	1 688	1 869
dziewczyny	1 852	0	0	1 852
kursy zawodowe	25	0	1 813	1 838
miłość	1 616	0	0	1 616
darmowe kursy	38	0	1 320	1 358
dofinansowanie z unii europejskiej	24	0	1 306	1 330
urlop macierzyński	187	0	1 044	1 231
bezpłatne kursy	14	0	1 185	1 199
dziecko	1 176	0	0	1 176
darmowy kurs	22	0	958	980
darmowe szkolenia	8	0	745	753
poród	718	0	0	718
ciąża	704	0	0	704
dziewczyna	679	0	0	679
szkolenia unijne	9	0	651	660
szkolenia zawodowe	12	0	577	589
uczelnie	304	0	271	575
szkolenia dofinansowane	16	0	525	541
bezpłatny kurs	12	0	527	539
dla kobiet	522	0	0	522
odchudzanie	515	0	0	515
kobieta	497	0	0	497
kobiety	486	0	0	486
kursy efs	4	0	457	461
darmowa nauka	17	0	392	409

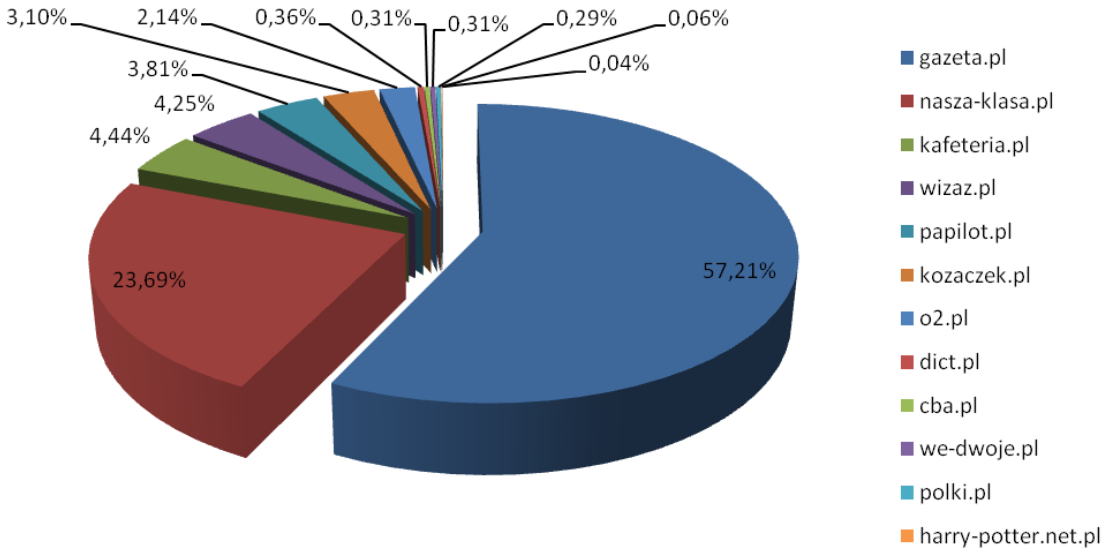
KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

kursy dla kobiet	1	0	402	403
praktyki zawodowe	15	0	333	348
bezpłatne studia	5	0	331	336
szkolenia ue	2	0	333	335
dofinansowanie efs	12	0	308	320
projekty efs	11	0	304	315
kursy ue	2	0	312	314
kursy dofinansowane	9	0	295	304
dofinansowanie nauki	23	0	273	296
mama	289	0	0	289
szkolenia dla kobiet	1	0	270	271
bezpłatna nauka	7	0	230	237
dofinansowanie szkolenia	7	0	229	236
kursy unijne	1	0	221	222
bezpłatne szkolenie	3	0	127	130
wsparcie unijne	1	0	109	110
kobiecy	105	0	0	105
cellulit	57	0	0	57
darmowe szkolenie	1	0	54	55
dofinansowanie kursu	4	0	51	55
kobietą	42	0	3	45
wsparcie dla kobiet	0	0	36	36
ciaza	32	0	0	32
dofinansowane kursy	0	0	16	16
dofinansowane szkolenia	0	0	14	14
macierzyństwo	10	0	0	10
wsparcie efs	0	0	5	5
Suma końcowa	**13 644 763**	**3 872 879**	**2 389 301**	**19 906 943**

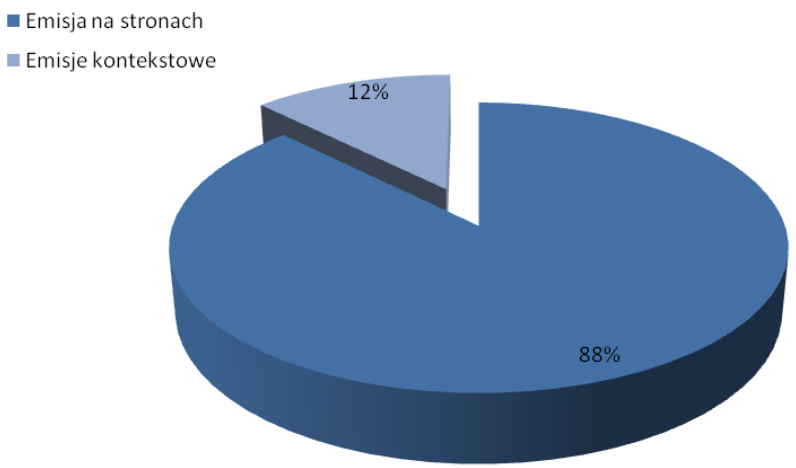
Ponadto powyższa tabela analizuje kontekst emisji reklamowych dla wyszukiwanych słów kluczowych (np. dla słów kluczowych ‘praca’ i ‘praca wroclaw’ było to odpowiednio 1 995 696 i 150 646 emisji reklamowych).

Ciekawe wyniki analizy określają kontekst reklamowy akcji informacyjno-promocyjnej projektu. Słowa kluczowe kontekstu treści emisji reklamy odnoszą się do zagadnień rynku pracy istotnych dla kobiet (np. urlop wychowawczy, poród, ciąża, dziecko – ale także, ‘kursy dla kobiet’, ‘szkolenia dla kobiet’ ‘wsparcie dla kobiet’, etc.), jak również słowa kluczowe związane bezpośrednio z rynkiem pracy oraz rynkiem szkoleń: ‘praca’, ‘kursy’, ‘nauka’, ‘cv’, ‘dotacje unijne’, ‘studia’, ‘szkolenia’, ‘oferty pracy’ etc.

Podsumowanie najważniejszych wniosków płynących z analizy wyników badań internetowej akcji informacyjno-promocyjnej zawartych w powyższej tabeli, w formie graficznej przedstawiają następujące wykresy:



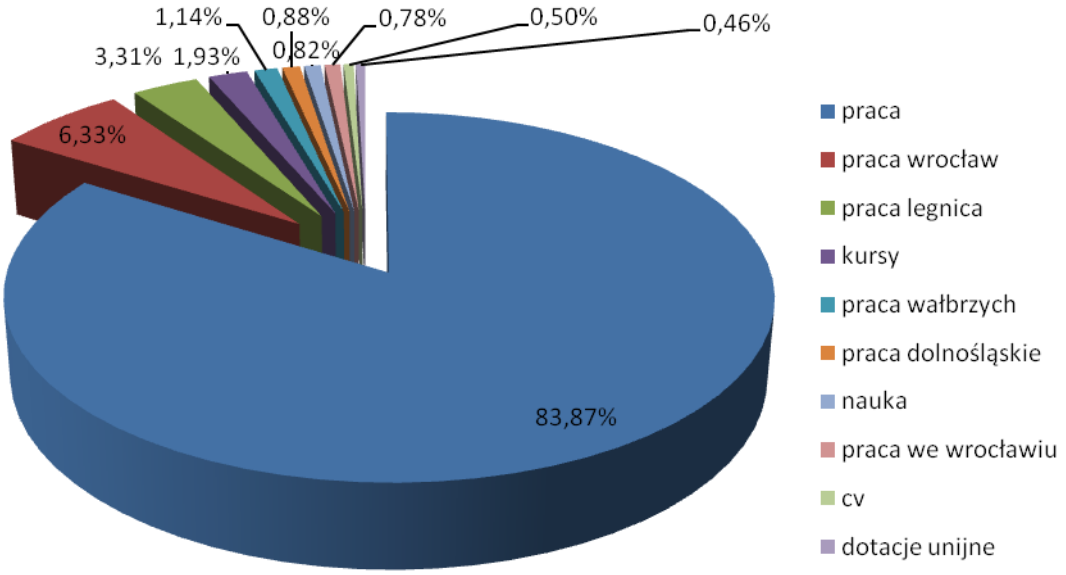
Jak widać, ponad 57% emisji reklamowych (tj. aż 9 914 478 emisji) zostało wyświetlonych w ramach przestrzeni reklamowej wydawcy portalu gazeta.pl (tj. Gazety Wyborczej). Wynik ten spowodowany był najkorzystniejszą ofertą przetargową automatycznie obliczoną dla tych emisji przez system przetargowy Google AdWords. Bardzo dużą część emisji reklamowych (prawie 24%) wyświetlił portal nasza-klasa.pl (który obecnie staje się jednym z najpopularniejszych portali społecznościowych w kraju i prowadzi bardzo agresywną konkurencyjnie politykę cenową emisji reklamowych). Pozostali wydawcy – w kolejności kafeteria.pl, wizaz.pl, papilot.pl, kozaczek.pl (łącznie ponad 10% emisji) – stanowią portale internetowe skierowane przede wszystkim do kobiet (system przetargowy w tych portalach wykazał wyższą skuteczność reklamy skierowanej do kobiet, dzięki czemu tam właśnie odbyły się omawiane emisje reklam).



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Ważnym wynikiem analizy emisji reklamowych jest stwierdzenie dużej różnicy w emisjach reklamy na określonych powierzchniach reklamowych wydawców oraz w określonych kontekstach reklamowych. Na powyższym wykresie zilustrowano, że aż 88% czyli 17 425 389 emisji reklamowych to emisje na stronach poszczególnych wydawców bez kontekstu informacyjnego (wybranych na podstawie automatycznie realizowanej przez system Google AdWords procedury przetargowej). Z kolei około 12% emisji (łącznie 2 481 554 emisji) stanowiły emisje kontekstowe (tj. emisje reklamy w określonym kontekście informacyjnym – zadanym przez odpowiednie słowa kluczowe, które zestawione w omawianej wcześniej tabeli).

Analizując jedynie emisje reklamy wyświetlone w określonym kontekście informacyjnym zadanym przez słowa kluczowe, na poniższym wykresie kołowym widać ogromną dominację kontekstu informacyjnego słowa kluczowego 'praca' (jest to kontekst informacyjny emisji prawie 84% reklam emitowanych kontekstowo, tj. przeważającej liczby 1 995 696 emisji reklam). Drugim w kolejności jest kontekst 'praca wroclaw' (odpowiedzialny już tylko za dalsze 6% emisji reklamy kontekstowej). Kontekst informacyjny zawarty w słowach kluczowych 'kursy' i 'nauka' stanowi zaledwie łącznie niecałe 5% wszystkich emisji kontekstowych. Oznacza to, że większość z beneficjentów ostatecznych do których dotarła reklama internetowa emitowana w kontekście informacyjnym treści, poszukiwali pracy (jedynie niewielkie część ok. 5% była zainteresowana kursami, szkoleniami i nauką).



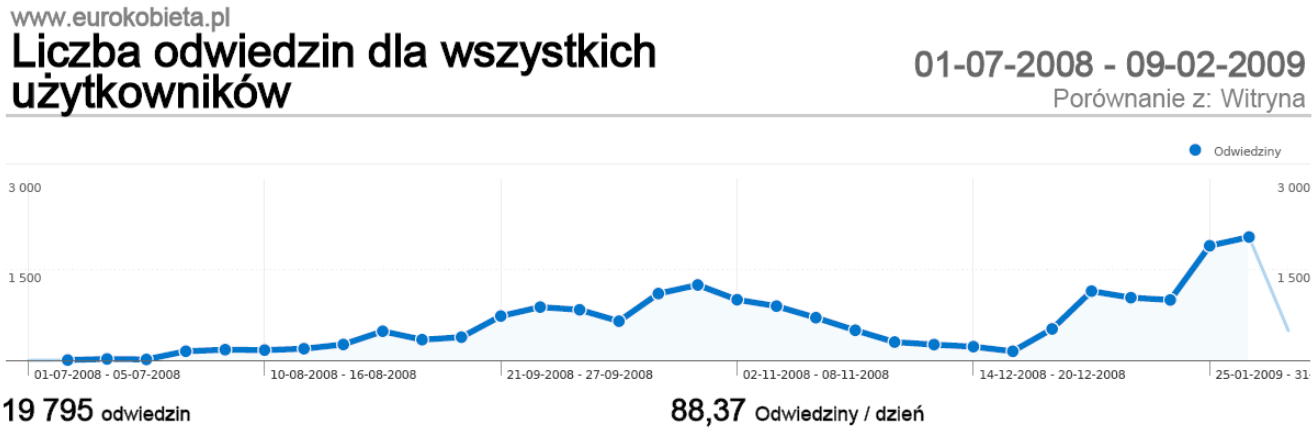
7. Analiza skuteczności akcji informacyjno-promocyjnej

7.1. Analiza charakterystyki odwiedzin serwisu informacyjno-doradczego

W poprzednim rozdziale omówiono szczegółowo wyniki analizy emisji reklam internetowych w systemie przetargowym Google AdWords w ramach prowadzonej akcji informacyjno-promocyjnej projektu.

Niniejszy rozdział zawiera badanie skuteczności akcji informacyjno-promocyjnej prowadzonej w ramach projektu. Badania te przeprowadzone zostały w systemie analitycznym Google Analytics, w odniesieniu do zintegrowanego z tym systemem serwisu informacyjno-doradczego projektu euroKobieta (http://www.euroKobieta.pl).

Serwis informacyjno-doradczy euroKobieta, stanowi centralny punkt rekrutacyjny projektu. Poniżej zawarto najważniejszą statystykę liczby odwiedzin serwisu w okresie od jego uruchomienia do dnia 9 lutego 2009 roku (statystyka liczby serwisu bezpośrednio przekłada się na oceną skuteczności akcji informacyjno-promocyjnej).



Zgodnie z powyższym wykresem serwis odwiedziło łącznie 19 795 użytkowników Internetu (co dało średnią około 88 odwiedzin serwisu dziennie).

Należy tu podkreślić, że unikalne odwiedziny serwisu to inna statystyka. Jak wynika z powyższego wykresu takich niepowtarzalnych użytkowników było już tylko 13,5 tys. Biorąc pod uwagę przybliżoną liczbę emisji reklam rzędu

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

19 mln (emisje reklam plakatowych w kilkudziesięciu egzemplarzach wydają się być tu zaniedbywalne), można oszacować pełną skuteczność przekazu 1 na 1400 emisji reklamy (oznacza to, że aby jedna osoba zapoznała się z ofertą projektu różnym użytkownikom Internetu reklama musiała wyświetlić się łącznie 1400 razy na ekranach komputerów – co jest spowodowane dużą 'odpornością' użytkowników na coraz bardziej wszechobecne reklamy w Internecie) – zapewne współczynnik skuteczności reklamy plakatowej był wyższy – ale przy takiej różnicy rzędów nadal wydaje się być zaniedbywalny.

Większość unikalnych odwiedzin w serwisie euroKobieta.pl, tj. 57,67% ogólnej liczby odwiedzin (w sumie 11 415 odwiedzin) trwało powyżej 10 sekund. Znaczna liczba odwiedzin (dokładnie 8 380 tj. 42,33%) mieszczących się w przedziale 0-10 sekund oznacza tzw. odbicia (są to osoby, które zdecydowały się wejść na stronę projektu, jednak po wstępnym zapoznaniu się z projektem nie wyraziły zainteresowania w udziale). Jak widać z powyższej statystyki stosunkowo niewiele było odwiedzin dłuższych niż 10 sekund ale krótszych niż 1 minuta – co oznacza, że osoby, które były zainteresowane projektem spędziły na stronie projektowej dłuższy czas. Aż 10% odwiedzin (łącznie 2 069 unikalnych odwiedzin) mieściło się w przedziale od 10 minut do pół godziny. Taki czas przebywania na stronie serwisu informacyjno-doradczego pozwala stwierdzić, że osoby te korzystały ze wsparcia projektowego w postaci doradztwa on-line (zadając pytania lub czytając odpowiedzi doradcy zawodowego na już zadane pytania). Świetnie ilustruje to poniższy wykres.

www.eurokobieta.pl
Długość odwiedzin

01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna

Długość odwiedzin	Odwiedziny	Procent wszystkich użytkowników
0-10 sekund	8 380,00	42,33%
11-30 sekund	743,00	3,75%
31-60 sekund	1 207,00	6,10%
61-180 sekund	3 114,00	15,73%
181-600 sekund	3 644,00	18,41%
601-1 800 sekund	2 069,00	10,45%
1 801+ sekund	638,00	3,22%

Lojalność użytkowników jest istotnym aspektem analizy skuteczności wsparcia informacyjno-doradczego, udzielanego w ramach projektu. Łącznie wszystkich unikalnych użytkowników w okresie od uruchomienia serwisu do dnia 09.02.2009 było około 19 tys., z czego ponad 13 tys. odwiedziło stronę projektu jedynie 1 raz (są to tzw. odbicia – czyli osoby, które nie stanowiły grupy docelowej projektu, pomimo kontekstu informacyjnego reklamy). Jak widać z powyższego wykresu znaczny wzrost w statystyce liczby odwiedzin pojawia się w przedziale powyżej 9 odwiedzin (jest 569 odwiedzin unikalnych użytkowników). Serwis informacyjno doradczy powyżej 15 razy odwiedziło 369 unikalnych użytkowników, a od 26 do 50 razy 320 unikalnych użytkowników). Liczba odwiedzin powyżej 9 razy (łącznie dla prawie 2 tysięcy unikalnych użytkowników) oznacza z dużym prawdopodobieństwem korzystanie z funkcjonalności informacyjno-doradczych serwisu internetowego (bezpośrednia analiza zarejestrowanych użytkowników wykazuje tu korelacje – do projektu przystąpiło obecnie 1900 kobiet, z tego 700 spełniających warunki grupy docelowej, tj. będących osobami nieaktywnymi zawodowo).

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

www.eurokobieta.pl

Lojalność użytkowników

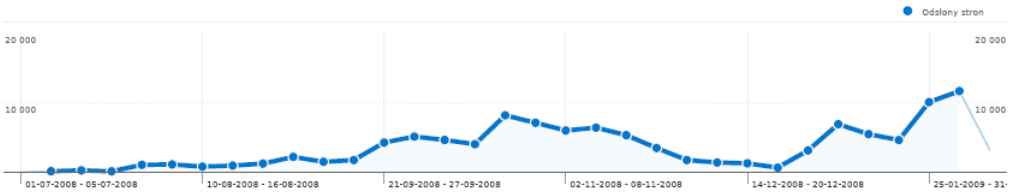
01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna

Liczba odwiedzin	Odwiedziny	Procent wszystkich użytkowników
1 razy	13 550,00	68,45%
2 razy	2 424,00	12,25%
3 razy	971,00	4,91%
4 razy	553,00	2,79%
5 razy	339,00	1,71%
6 razy	260,00	1,31%
7 razy	202,00	1,02%
8 razy	152,00	0,77%
9-14 razy	569,00	2,87%
15-25 razy	369,00	1,86%
26-50 razy	320,00	1,62%
51-100 razy	73,00	0,37%
101-200 razy	2,00	0,01%
201+ razy	11,00	0,06%

www.eurokobieta.pl

Treść wg tytułu

01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna



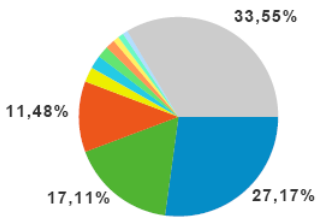
3 739 tytuły stron wyświetlono łącznie 116 344 razy

Skuteczność treści

Odsłony stron	Liczba unikatowych odsłon strony	Śr. czas na stronie	Wskaźnik odrzuceń	liczba wyjść: %	Wskaźnik $
116 344 % witryny łącznie: 100,00%	80 326 % witryny łącznie: 100,00%	00:01:42 Średnia witryny: 00:01:42 (0,00%)	39,34% Średnia witryny: 39,34% (0,00%)	17,01% Średnia witryny: 17,01% (0,00%)	$0,00 Średnia witryny: $0,00 (0,00%)

Tytuł strony	Odsłony stron	Odsłony stron
euroKobieta | Europejski projekt społeczny wsparcia zawodowego kobiet w Polsce	31 614	27,17%
Oferty pracy dla kobiet (agregowane z zewnętrznych portali pracy). | euroKobieta	19 906	17,11%
Dolnośląskie | euroKobieta	13 359	11,48%
Uczestniczki projektu euroKobieta | euroKobieta	2 827	2,43%
Dziękujemy za rejestrację | euroKobieta	2 502	2,15%
O projekcie euroKobieta | euroKobieta	2 205	1,90%
Forum | euroKobieta	1 766	1,52%
Kontakt | euroKobieta	1 111	0,95%

Odsłony stron



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Powyższy wykres pozwala z kolei zanalizować bezpośrednio najczęściej odwiedzane sekcje serwisu informacyjno-doradczego w ramach jego otwartej części (tj. bez uwzględnienia doradztwa zawodowego). Widać, że aż 17% odsłon dotyczyło agregowanych w serwisie ofert pracy (łącznie prawie 20 tys. odsłon). Regionalność serwisu podkreśla 12% liczba odsłon filtra województwa dolnośląskiego (filtrującego wszystkie informacje zawarte w portalu na dotyczące jedynie województwa dolnośląskiego – łącznie 13 tys. odsłon). Pozostała liczba odsłon dotyczy innych uczestniczek projektu (2,5%, czyli 2 800 odsłon) w ramach nawiązywania nowych kontaktów.

Bardzo ważna obserwacja wynika z analizy „głębokości" odwiedzin poszczególnych stron w ramach serwisu informacyjno-doradczego. Wykres, który analizuje głębokość odwiedzin serwisu informacyjno-doradczego euroKobieta znajduje się na następnej stronie. Jak widać ze statystyki osoby, które odwiedziły tylko 1 stronę (stronę tytułową) serwisu euroKobieta.pl stanowią te same osoby, które nie były zainteresowane projektem (opuściły stronę projektu po czasie krótszym niż 10 sekund). Stosunkowo liczną grupę poszczególnych odwiedzin stanowią odwiedziny, w ramach których odwiedzające osoby przejrzały ponad 20 stron serwisu informacyjno-doradczego (są to aż 1 272 unikalne odwiedziny). Można wobec tego wyciągnąć wniosek, że ponad 1 272 osoby skorzystały ze wsparcia projektowego w ramach serwisu informacyjno-doradczego (przeglądanie ponad 20 stron serwisu z dużym prawdopodobieństwem oznacza zapoznanie się z licznymi pytaniami uczestniczek projektu i odpowiedziami doradcy zawodowego, oraz wyświetlenie ofert pracy).

www.eurokobieta.pl
Głębokość odwiedzin

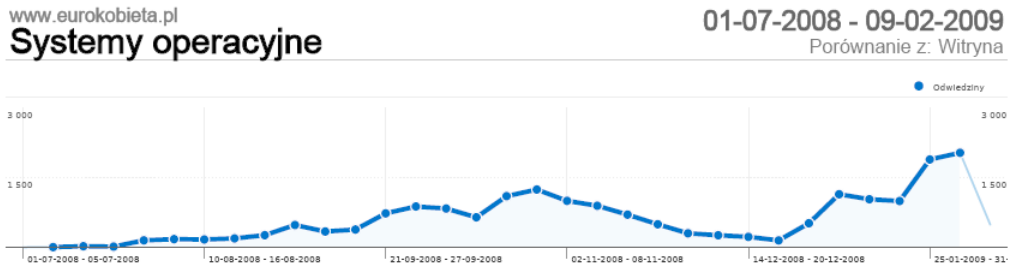
01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna

Głębokość odwiedzin	Odwiedziny	Procent wszystkich użytkowników
<1 stron	1,00	0,01%
1 stron	8 134,00	41,09%
2 stron	2 331,00	11,78%
3 stron	1 858,00	9,39%
4 stron	1 093,00	5,52%
5 stron	925,00	4,67%
6 stron	650,00	3,28%
7 stron	618,00	3,12%
8 stron	484,00	2,45%
9 stron	370,00	1,87%
10 stron	325,00	1,64%
11 stron	310,00	1,57%
12 stron	264,00	1,33%
13 stron	231,00	1,17%
14 stron	199,00	1,01%
15 stron	179,00	0,90%
16 stron	165,00	0,83%
17 stron	138,00	0,70%
18 stron	130,00	0,66%
19 stron	118,00	0,60%
20+ stron	1 272,00	6,43%

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Kolejnym aspektem analizy korzystania z serwisu informacyjno-doradczego euroKobieta jest statystyka liczby odsłon (tj. wywołań dowolnych podstron w ramach serwisu). Jak to ilustruje poniższy wykres, łącznie na serwisie euroKobieta.pl zanotowano aż 116 tys. odsłon (średnio przypada więc nieco mniej niż 10 odsłon na 1 unikalnego użytkownika serwisu – co wydaje się być raczej wysokim wskaźnikiem). Oznacza to, że każda z niepowtarzalnych osób, które odwiedziły serwis, średnio obejrzała w ramach serwisu około 10 różnych stron.

Istotnym wynikiem badań statystycznych użytkowników serwisu euroKobieta, jest ocena wykorzystania systemów operacyjnych. Jak widać z poniższego wykresu ogromna większość (98%) wykorzystuje system Windows (jest to doskonałym potwierdzeniem założeń przyjętych przez realizatora w ramach opracowania programu szkolenia informatycznego z aplikacji działających w środowisku systemu operacyjnego Windows).



Liczba odwiedzin z użyciem 5 systemy operacyjne: 19 795

Wykorzystanie witryny

Odwiedziny	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin	Wskaźnik odrzuceń
19 795 % witryny łącznie: 100,00%	5,88 Średnia witryny: 5,88 (0,00%)	00:08:18 Średnia witryny: 00:08:18 (0,00%)	68,45% Średnia witryny: 68,34% (0,17%)	39,34% Średnia witryny: 39,34% (0,00%)

System operacyjny	Odwiedziny	Odwiedziny
Windows	19 410	98,06%
Linux	238	1,20%
Macintosh	136	0,69%
iPhone	8	0,04%
(not set)	3	0,02%

Odwiedziny

1 — 5 z 5

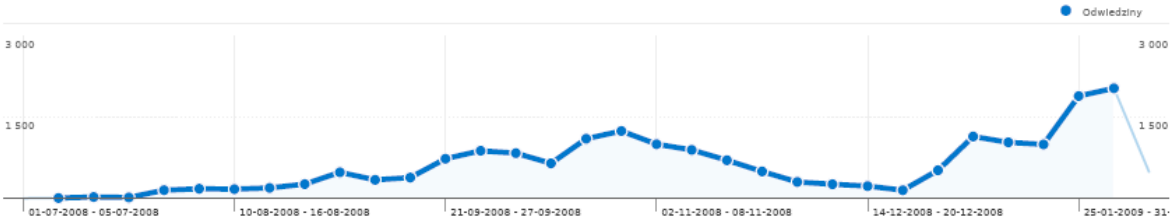
KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

W powyższym kontekście interesujące może być także wykorzystanie różnych typów przeglądarek przez użytkowników serwisu informacyjno-doradczego (ma to znaczenie względem optymalizacji poprawności działania dla najpopularniejszych typów). Ilustruje to poniższy wykres.

www.eurokobieta.pl
Przeglądarka

01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna



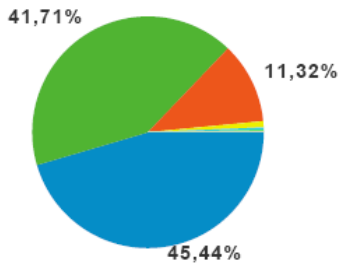
Liczba odwiedzin z użyciem 11 przeglądarki: 19 795

Wykorzystanie witryny

Odwiedziny	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin	Wskaźnik odrzuceń
19 795 % witryny łącznie: 100,00%	5,88 Średnia witryny: 5,88 (0,00%)	00:08:18 Średnia witryny: 00:08:18 (0,00%)	68,45% Średnia witryny: 68,34% (0,17%)	39,34% Średnia witryny: 39,34% (0,00%)

Przeglądarka	Odwiedziny	Odwiedziny
Internet Explorer	8 995	45,44%
Firefox	8 256	41,71%
Opera	2 240	11,32%
Chrome	174	0,88%
Mozilla	58	0,29%
Safari	54	0,27%
SeaMonkey	13	0,07%
Nutscrape	2	0,01%
Konqueror	1	0,01%
Netscape	1	0,01%
squidclam-0.20	1	0,01%

Odwiedziny



1 — 11 z 11

Zgodnie z wynikami badań większość odwiedzin (48,4%) stanowią odwiedzin użytkowników korzystając z przeglądarki Internet Explorer (stanowiącej zintegrowany element systemu operacyjnego Windows). Na drugim miejscu jest przeglądarka Firefox (41%), której wykorzystanie odpowiada nieco bardziej zaawansowanemu charakterowi profilu użytkownika Internetu. Trzecią i ostatnią liczącą się przeglądarką jest Opera (11% wszystkich wizyt). Dla wszystkich 3 podstawowych typów przeglądarek serwis informacyjno-doradczy ma zoptymalizowaną formę graficzną i nie stwarza żadnych przeszkód interfejsowych.

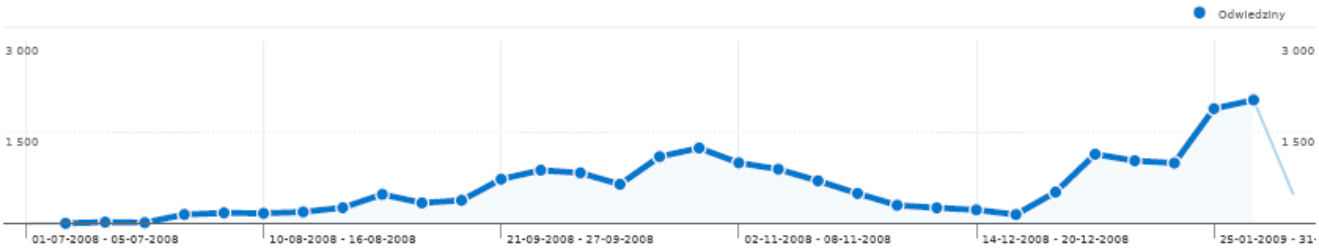
KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

W ramach bardziej technicznej analizy możliwe jest określenie typów łącz wykorzystywanych przez użytkowników odwiedzających serwis euroKobieta.

Ten aspekt ma znaczenie w kontekście oceny możliwości 'ciężaru' serwisu internetowego (rozumiane w kategoriach ilości danych transmitowanych przy korzystaniu z jego zawartości). Serwis pod tym względem musiał być zoptymalizowany, tak aby umożliwić sprawne korzystanie osobom niedysponującym szerokopasmowym łączom (np. aż 700 użytkowników korzystało ze zwykłego modemu, a ponad 43%, tj. 8 500 z łącza telefonicznego DSL).

www.eurokobieta.pl
Szybkość połączenia

01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna



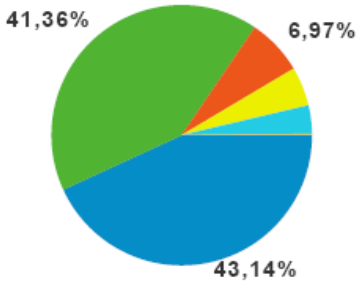
Liczba odwiedzin z użyciem 7 prędkości połączenia: 19 795

Wykorzystanie witryny

Odwiedziny	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin	Wskaźnik odrzuceń
19 795	5,88	00:08:18	68,45%	39,34%
% witryny łącznie: 100,00%	Średnia witryny: 5,88 (0,00%)	Średnia witryny: 00:08:18 (0,00%)	Średnia witryny: 68,34% (0,17%)	Średnia witryny: 39,34% (0,00%)

Szybkość połączenia	Odwiedziny	Odwiedziny
DSL	8 539	43,14%
Unknown	8 187	41,36%
Cable	1 380	6,97%
T1	959	4,84%
Dialup	689	3,48%
ISDN	26	0,13%
OC3	15	0,08%

Odwiedziny



1 — 7 z 7

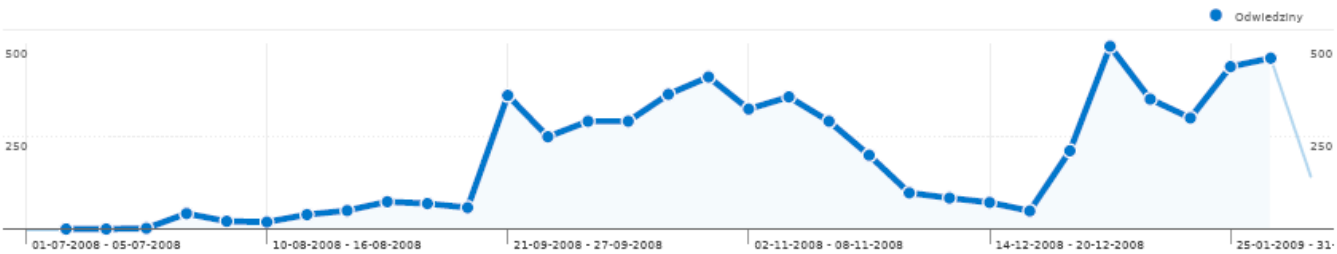
KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

7.2. Analiza źródeł odwiedzin serwisu informacyjno-doradczego

Przechodząc do analizy źródeł odwiedzin serwisu informacyjno-doradczego euroKobieta, poza bezpośrednią akcja reklamową można przedstawić następujący wykres dotyczący odwiedzin w ramach wyników obiektywnego wyszukiwania w wyszukiwarkach internetowych względem konkretnych słów kluczowych.

www.eurokobieta.pl
Słowa kluczowe

01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna



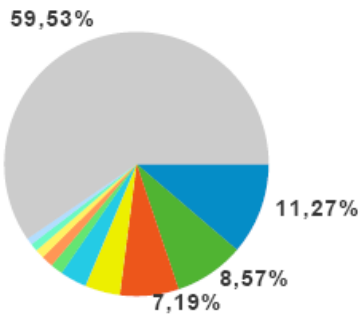
Liczba odwiedzin z wyników wyszukiwania: 6 230 łącznie przez 2 390 słowa kluczowe

Wykorzystanie witryny

Odwiedziny	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin	Wskaźnik odrzuceń
6 230 % witryny łącznie: 31,47%	5,99 Średnia witryny: 5,88 (1,95%)	00:04:06 Średnia witryny: 00:08:18 (-50,56%)	68,51% Średnia witryny: 68,34% (0,25%)	38,73% Średnia witryny: 39,34% (-1,54%)

Słowo kluczowe	Odwiedziny	Odwiedziny
eurokobieta	702	11,27%
praca	534	8,57%
eurokobieta.pl	448	7,19%
praca wrocław	268	4,30%
euro kobieta	204	3,27%
praca legnica	94	1,51%
www.eurokobieta.pl	90	1,44%
telepraca	70	1,12%
praca we wrocławiu	59	0,95%
praca wałbrzych	52	0,83%
oferty pracy wrocław	31	0,50%
wrocław praca	31	0,50%

Odwiedziny



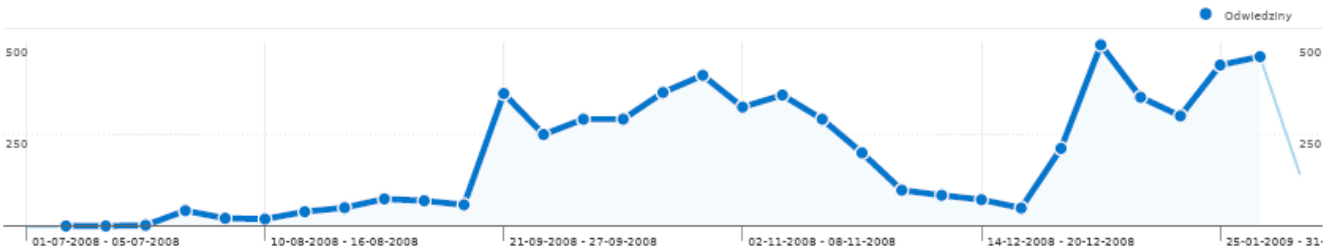
Jak wskazuje powyższy wykres, liczba odwiedzin z wyników wyszukiwania wcale nie jest mała – wynosi aż 6 230 wizyt (w ramach ponad 2 tys. słów kluczowych). Najpopularniejsze ze słów kluczowych, powodujących

wyświetlenie łącza do serwisu projektowego, to 'eurokobieta' (11 % czyli 700 odwiedzin – to słowo kluczowe wskazuje na uprzednią znajomość projektu, odwiedziny mogą być przypisane do osób, które usłyszały o projekcie i wyszukują go po nazwie w wyszukiwarce internetowej takiej jak Google). Kolejnym słowem kluczowym powodującym wyświetlenie łącza do serwisu euroKobieta jest 'praca' – to słowo kluczowe jest bardzo dobrze powiązane kontekstowo z zawartością serwisu. Razem ze słowem kluczowym 'praca wrocław' odpowiada za 13% wszystkich odwiedzin z obiektywnych rezultatów wyszukiwania (łącznie ponad 800 wejść, co stanowi nie małą liczbę).

W ramach źródeł odwiedzin spośród konkretnych wyszukiwarek analiza jest następująca:

www.eurokobieta.pl
Wyszukiwarki

01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna



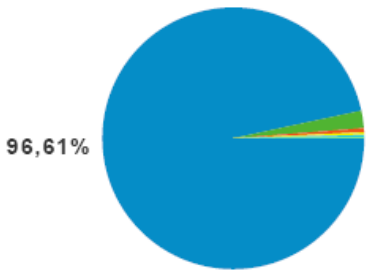
Liczba odwiedzin z witryn odsyłających: 6 230 łącznie przez 6 źródła

Wykorzystanie witryny

Odwiedziny	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin	Wskaźnik odrzuceń
6 230 % witryny łącznie: 31,47%	5,99 Średnia witryny: 5,88 (1,95%)	00:04:06 Średnia witryny: 00:08:18 (-50,56%)	68,51% Średnia witryny: 68,34% (0,25%)	38,73% Średnia witryny: 39,34% (-1,54%)

Źródło	Odwiedziny	Odwiedziny
google	6 019	96,61%
onet	134	2,15%
search	31	0,50%
wp	21	0,34%
ask	18	0,29%
aol	7	0,11%

Odwiedziny



1 — 6 z 6

Powyższy wykres stanowi dość oczywiste potwierdzenie dominującej pozycji na rynku krajowym wyszukiwarki Google (odwiedziny z tej wyszukiwarki stanowią 96% tj. 6 tys. ze wszystkich odwiedzin serwisu, pochodzących z

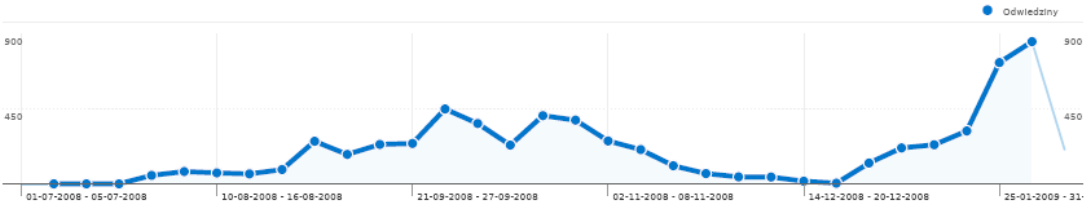
KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

wyszukiwarek internetowych). Druga pozycja wyszukiwarki portalu onet.pl jest nieporównywalnie słabsza (jedynie 2%, tj. 134 odwiedziny pochodzą bezpośrednio z tego największego polskiego serwisu internetowego).

W kontekście dalszego badania źródeł odwiedzin istotna jest analiza następującego wykresu:

www.eurokobieta.pl
Witryny odsyłające

01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna



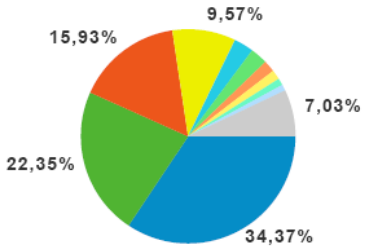
Liczba odwiedzin z witryn odsyłających: 6 511 przez 75 źródła

Wykorzystanie witryny

Odwiedziny	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin	Wskaźnik odrzuceń
6 511 % witryny łącznie: 32,89%	5,19 Średnia witryny: 5,88 (-11,77%)	00:10:22 Średnia witryny: 00:08:18 (24,71%)	69,77% Średnia witryny: 68,34% (2,11%)	44,36% Średnia witryny: 39,34% (12,75%)

Źródło	Odwiedziny	Odwiedziny
wroclaw.gumtree.pl	2 238	34,37%
jobrapido.pl	1 455	22,35%
pagead2.googlesyndication.com	1 037	15,93%
googleads.g.doubleclick.net	623	9,57%
forum.gazeta.pl	194	2,98%
warszawa.gumtree.pl	170	2,61%
poczta.onet.pl	114	1,75%
poczta.wp.pl	94	1,44%
krakow.gumtree.pl	68	1,04%
mail.google.com	60	0,92%

Odwiedziny



1 — 10 z 75

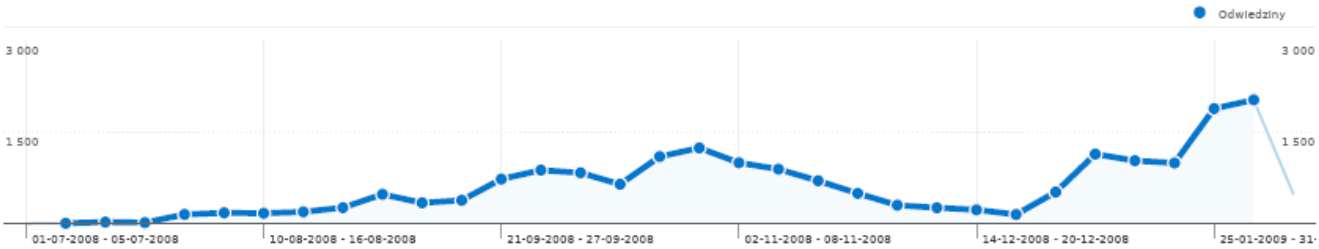
Duża liczba odwiedzin otrzymanych z zewnętrznych witryn odsyłających przypada na serwis ogłoszeniowy Gumtree (w ramach którego kontekstowo publikowane są miedzy innymi reklamy sieci Google AdWords) – jest to łącznie 34% odwiedzin odsyłających. Poza jobrabido.pl (portal pracy odpowiedzialny za 22% odwiedzin odsyłających, także będący elementem sieci partnerskiej Google AdWords) pozostałe kategorie są bezpośrednio związane z systemem przetargowym reklamy internetowej Google AdWords – łącznie 25%. Inne witryny odsyłające związane z podsystemami pocztowymi (co oznacza, że pewna część odwiedzin pochodzi bezpośrednio z łączy reklamowych pojawiających się w trakcie używania poczty internetowej w portalach poczta.onet.pl, poczta.wp.pl, mail.google.com – lub zaraz po wylogowaniu z konta).

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

www.eurokobieta.pl

Wszystkie źródła odwiedzin

01-07-2008 - 09-02-2009
Porównanie z: Witryna



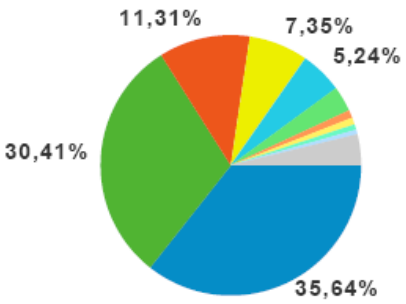
Liczba odwiedzin ze wszystkich źródeł: 19 795 przez 82 źródła i media

Wykorzystanie witryny

Odwiedziny	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin	Wskaźnik odrzuceń
19 795 % witryny łącznie: 100,00%	5,88 Średnia witryny: 5,88 (0,00%)	00:08:18 Średnia witryny: 00:08:18 (0,00%)	68,45% Średnia witryny: 68,34% (0,17%)	39,34% Średnia witryny: 39,34% (0,00%)

Źródło/medium	Odwiedziny	Odwiedziny
(direct) / (none)	7 054	35,64%
google / organic	6 019	30,41%
wroclaw.gumtree.pl / referral	2 238	11,31%
jobrapido.pl / referral	1 455	7,35%
pagead2.googlesyndication.com / referral	1 037	5,24%
googleads.g.doubleclick.net / referral	623	3,15%
forum.gazeta.pl / referral	194	0,98%
warszawa.gumtree.pl / referral	170	0,86%
onet / organic	134	0,68%
poczta.onet.pl / referral	114	0,58%
poczta.wp.pl / referral	94	0,47%

Odwiedziny



Podsumowująca statystyka wszystkich źródeł odwiedzin zawarta jest powyżej. Zgodnie z danymi analitycznymi ponad 35% odwiedzin (co prawda niekoniecznie niepowtarzalnych) odpowiada bezpośredniemu wpisaniu adresu serwisu w pole przeglądarki (łącznie ponad 7 tys. wizyt). Odwiedziny te są najprawdopodobniej związane z użytkownikami, którzy odwiedzają serwis po raz kolejny (pamiętając już jego adres www). Ogromną grupę źródeł stanowi sieć reklamowa systemu przetargowe Google AdWords (w tym Google, Gumtree, Jobrapido, Gazeta.pl). Do niezależnych źródeł odwiedzin zaliczyć można portal Onet.pl (co prawda odpowiada jedynie za niewiele ponad 1% odwiedzin łącznie ze swoim podsystemem pocztowym – tj. 240 wizyt) – wartość nie do porównania z około 19 tys. wizyt związanymi z systemem przetargowym reklamy internetowej Google AdWords. Ostatnim elementem analizy źródeł jest badanie geograficzne, przedstawione na wykresie na następnej stronie. Potwierdza ono skuteczność akcji promocyjno-informacyjnej, w ramach kierowanie emisji reklam na województwo dolnośląskie.

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY
Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

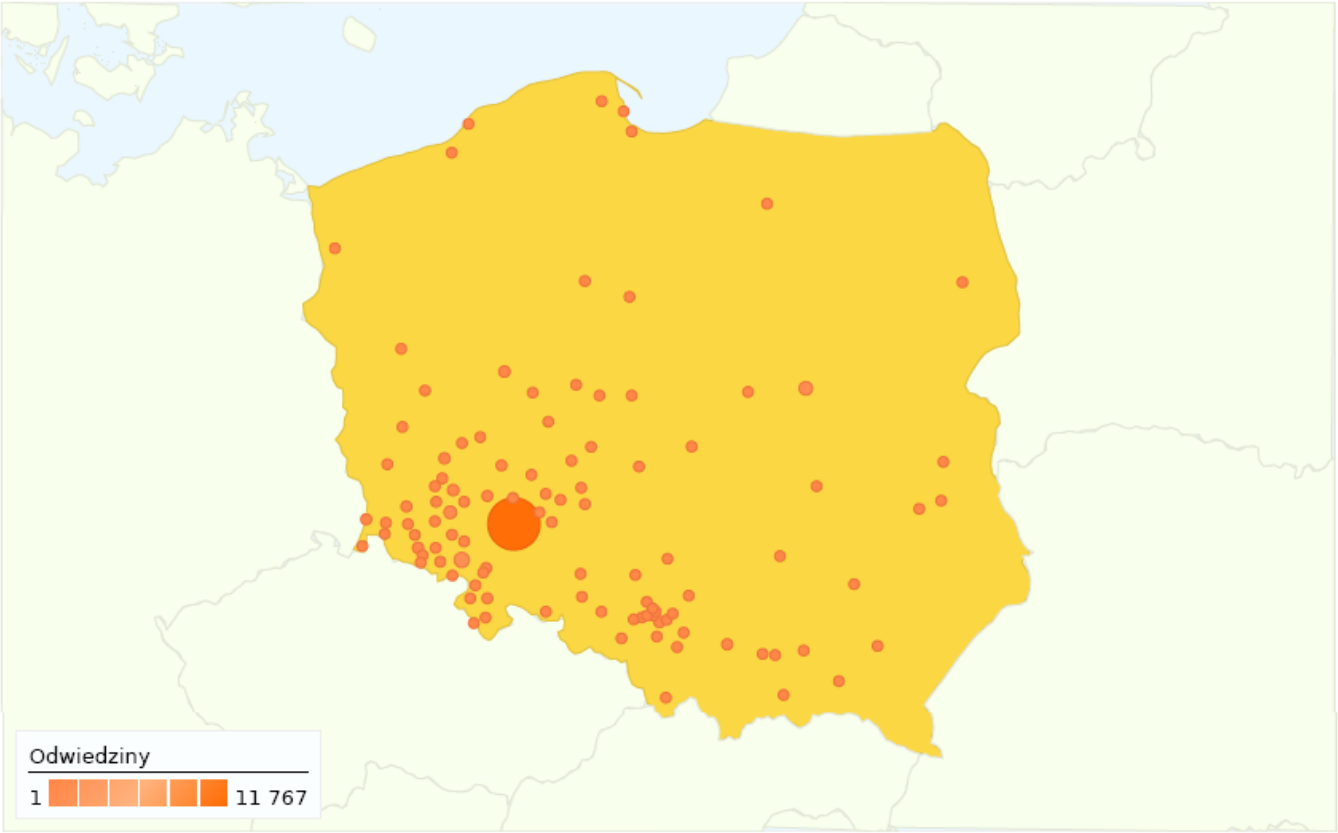
www.eurokobieta.pl

Szczegóły kraju/terytorium:

Poland

01-07-2008 - 09-02-2009

Porównanie z: Witryna



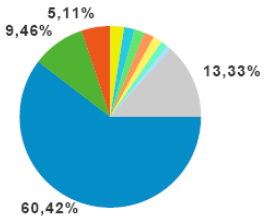
Ten kraj/to terytorium odpowiada 19 476 wizyt za pośrednictwem 218 miasta

Wykorzystanie witryny

Odwiedziny	Strony/odwiedziny	Śr. czas spędzony w witrynie	% nowych odwiedzin	Wskaźnik odrzuceń
19 476 % witryny łącznie: 98,39%	5,90 Średnia witryny: 5,88 (0,46%)	00:08:20 Średnia witryny: 00:08:18 (0,23%)	68,39% Średnia witryny: 68,34% (0,08%)	39,10% Średnia witryny: 39,34% (-0,61%)

Miasto	Odwiedziny	Odwiedziny
Wroclaw	11 767	60,42%
Warsaw	1 843	9,46%
Walbrzych	996	5,11%
Legnica	484	2,49%
Poznan	361	1,85%
Krakow	360	1,85%
Katowice	347	1,78%
Lubin	314	1,61%
(not set)	246	1,26%
Lodz	162	0,83%

Odwiedziny



1 — 10 z 218

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
EFS
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 6.1.1 „Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy", współfinansowany ze środków Budżetu Państwa oraz Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.