

В. А. Рубин

(УО «ГГУ им. Ф. Скорины», Гомель)

ТЕПЛОВЫЕ КАРТЫ ДЛЯ АНАЛИЗА АКТИВНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СЕТИ

Сегодня практически каждый человек имеет доступ к глобальной сети. И за внимание этих людей постоянно идет борьба. Предприятия сферы услуг и обычные производственные предприятия пытаются сделать жизнь своих конечных потребителей лучше. Но для того, чтобы делать это эффективно и экономически целесообразно необходимо правильно донести суть своей деятельности до целевой аудитории.

Основным способом воздействия на целевую аудиторию сейчас является реклама в глобальной сети. Именно поэтому встает вопрос об эффективном управлении вниманием пользователей. Для этого необходимо знать поведенческие факторы потенциального потребителя. Таким образом, получение данных о точечной активности целевой аудитории услуги или продукта становится важным еще до полноценного запуска финального варианта этой услуги или продукта.

Наибольший интерес для точечного анализа предоставляют такие метрики активности, которые легко поддаются визуализации и следовательно более легкому и простому восприятию. Движения курсора мыши пользователя и клики по различным областям экрана как раз относятся к таким метрикам. Владея этой информацией можно строить тепловые карты для каждого посетителя сайта или мобильного приложения. Но проблема заключается в том, что сегодня нет открытых программных средств моделирования тепловых карт.

Построение тепловых карт разработанным методом предоставляет возможность учета плотности расположения данных, дистанции перекрытия и градиента интенсивности.

Метод отлично показывает себя при оценке удобства использования интерфейса пользователя, при непосредственном анализе активности пользователя, а так же при проведении научных исследований.