

Brug af og brugere på LandbrugsInfo

Udarbejdet af Jens Peter Hansen, Forretningsudvikling

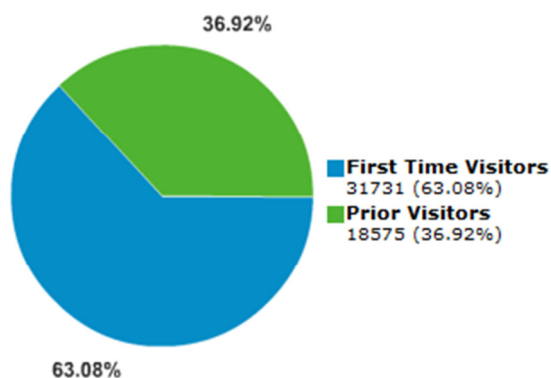
25. september 2012

Brugerne – hvem er de?

LandbrugsInfo har rigtig mange besøg. Således var der i august 2012 104.500 besøg på sitet genereret af imponerende 50.000 forskellige "brugere"¹ (visitors, tabel 1), der åbnede 9.500 forskellige sider excl. startsider, søgesider og system sider. Som det ses af figur 2 har 2 ud af 3 besøgende ikke været på LandbrugsInfo forud for august 2012. Den store andel førstegangsbesøgende kan undre. En logisk hypotese er, at disse i høj grad kommer via Google søgninger, eftersom LandbrugsInfo har meget indhold. Dette er ikke tilfældet: 92 % skulle ifølge Urchin komme direkte via url, mens blot godt 2 % kommer via Google. For gruppen af tilbagevendende besøgende kommer 26 % via Google!

Tabel 1 Nøgletal for brugen af LandbrugsInfo, august 2012.

Visitors	
Total Visitors	50,306
Total Visits	104,552
Total Pageviews	308,372
Average Visitors Per Day	1,622.77
Average Visits Per Day	3,372.65
Average Pageviews Per Day	9,947.48
Average Visit Length	00:04:43



Figur 1 Fordeling mellem førstegangsbesøgende ift. besøgende, der inden 1. august havde besøgt LandbrugsInfo

Hvem og hvor mange?

Et retvisende billede af hvem og hvor mange, der bruger LandbrugsInfo, kræver en dissektion af de overordnede besøgstal.

Det samlede antal besøg i august 2012 var 104.500. Ud af disse var 4/5 anonyme besøg, hvor den besøgende ikke loggede ind på LandbrugsInfo. Vi kan derfor ikke identificere disse besøgende. 1/5 af besøgende (20.354) loggede ind på LandbrugsInfo, hvorved deres brugernavn blev gemt i systemets logfiler.

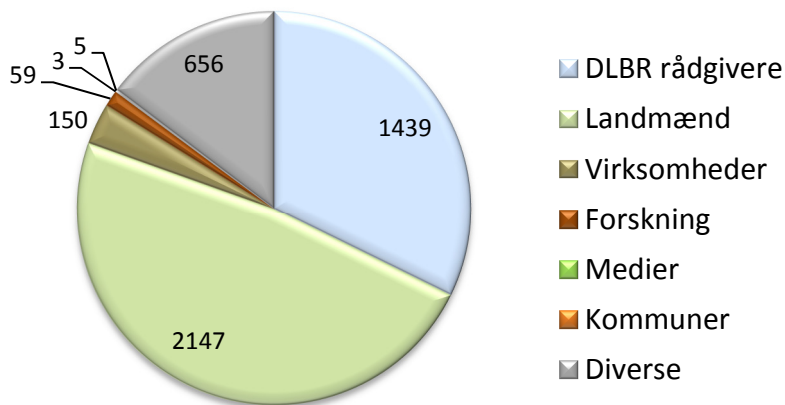
Total blev der benyttet 4.459 forskellige brugernavne. Det er teknisk muligt at lave opslag på hvert enkelt brugernavn, for således at få navn og adresse på den pågældende bruger. En sådan opgave ville dog være ganske tidskrævende. Derfor er brugernavne grupperet ud fra følgende kriterier:

- Et seks-cifret brugernavn antages at tilhøre en landmand
- Et brugernavn med tre tal efterfulgt af tre bogstaver antages at tilhøre en DLBR rådgiver
- Brugernavne inkluderende 'djf', 'kvl', 'kuli' m.fl. er grupperet som Forskning
- Genkendelse af dele af firmanavne medfører gruppering i Virksomheder eller i Medier
- Genkendelse af kommunenavne medfører gruppering i Kommuner

Som supplement til ovenstående er der foretaget opslag på brugernavne med mere end 20 besøg.

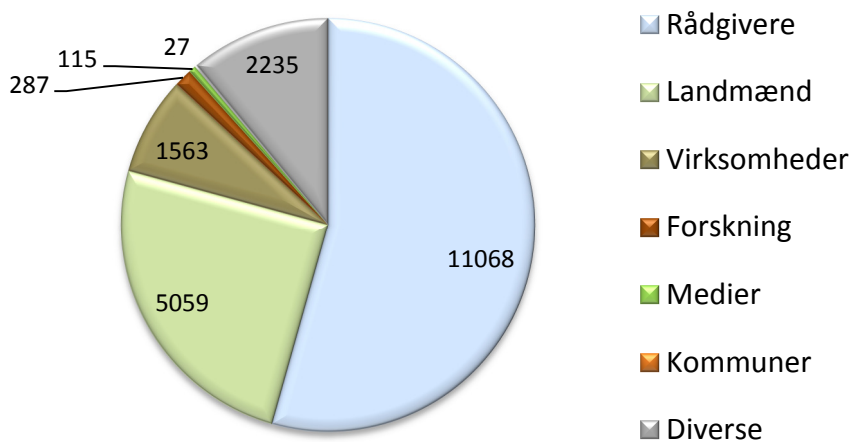
¹ En "bruger" er en web browser på pc'er, tablet eller smartphone. Besøg fra Videncentret er fra filtreret.

Resultatet af denne dissektion af de 4.459 forskellige brugernavne giver fordelingen vist i Figur 2. Landmænd udgør den største gruppe efterfulgt af DLBR rådgivere. Der er blot 3 brugere i Medier og 5 i Kommuner. Disse brugernavne benyttes sandsynligvis af flere forskellige personer.



Figur 2 Antal besøgende fra forskellige bruger grupper

Billedet ændres, hvis der ses på antal besøg fra de enkelte grupper – her er det rådgiverne jf. Figur 3, der tegner sig for over halvdelen af alle påloggede besøg.

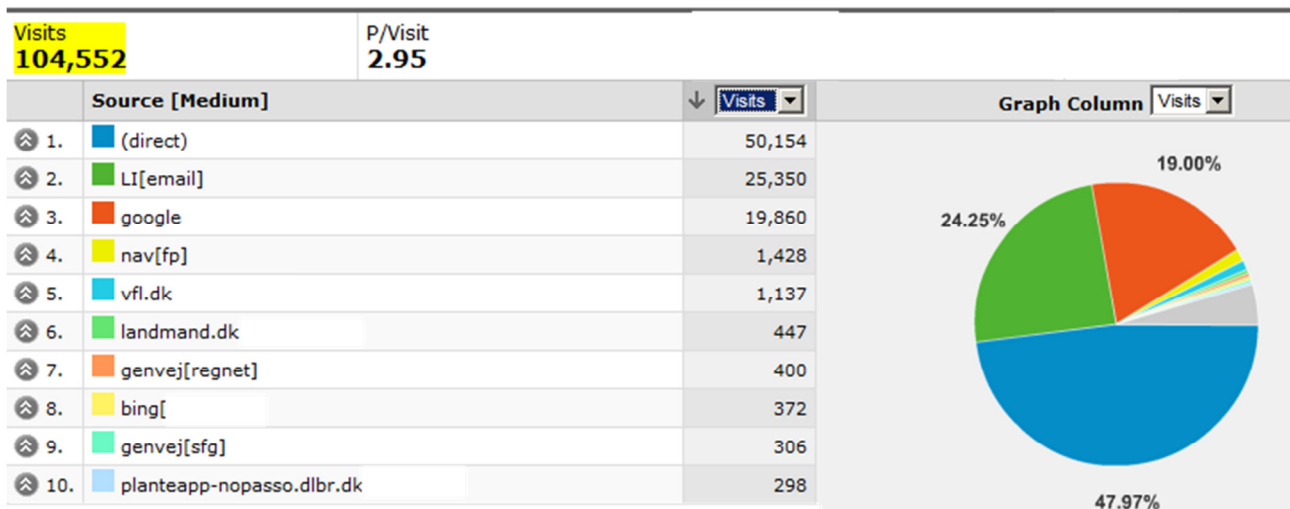


Figur 3 Antal besøg fra forskellige bruger grupper

Sete antal sider pr. besøg ligger fra 5 (Landmænd) til 7 (Kommuner, Diverse) med DLBR rådgivere i midten med ca. 6 sider pr. besøg.

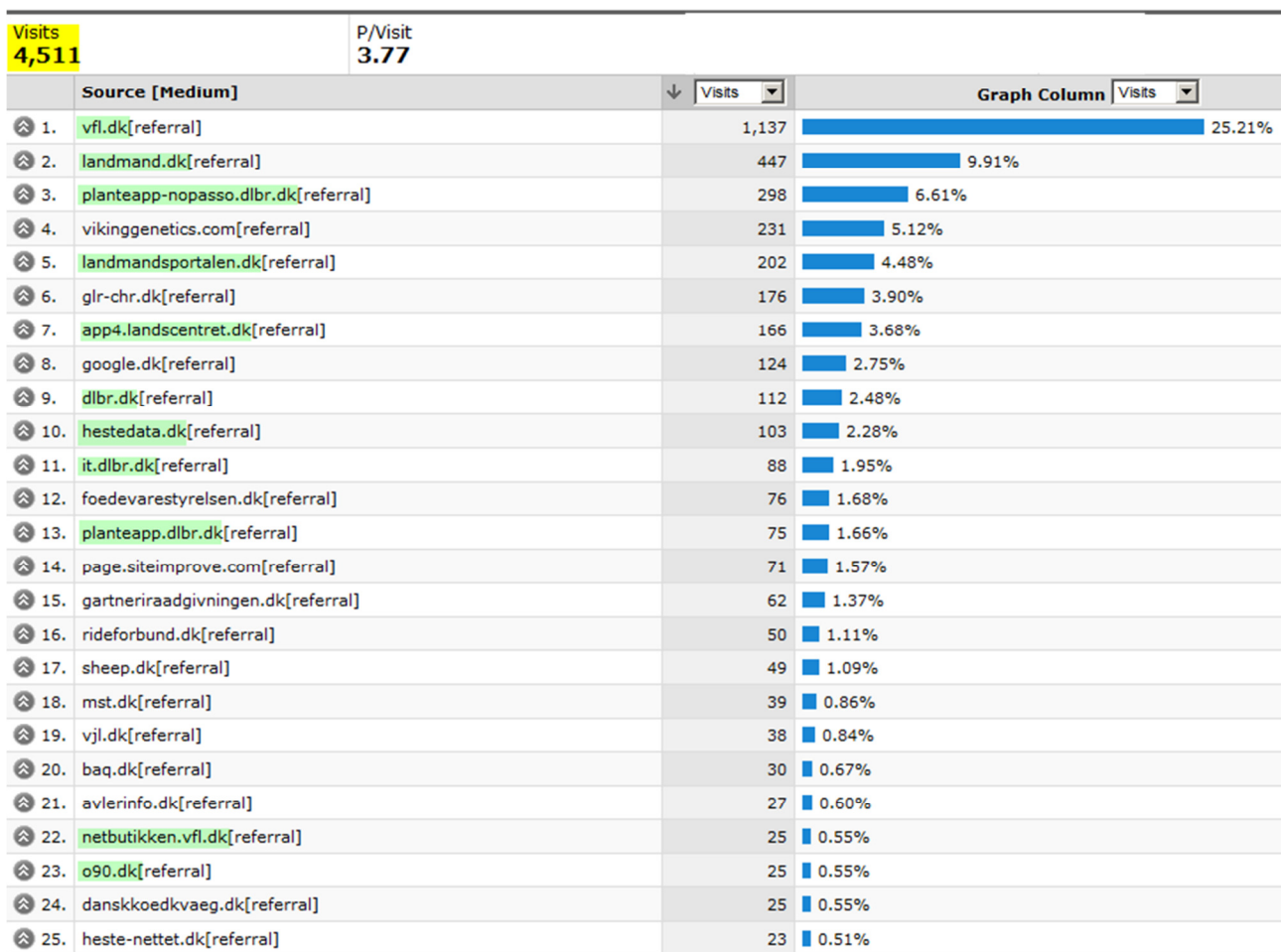
Hvor kommer de fra?

Firkantet sagt går halvdelen af de besøgende direkte ind på LandbrugsInfo (startside, bogmærke, indtastet url); en fjerdedel kommer ved at følge links i nyhedsbreve og knap en fjerdedel via Google søgninger. Figur 4 viser de ti væsentligste adgangsveje i august 2012.



Figur 4 Væsentligste adgangssveje til LandbrugsInfo

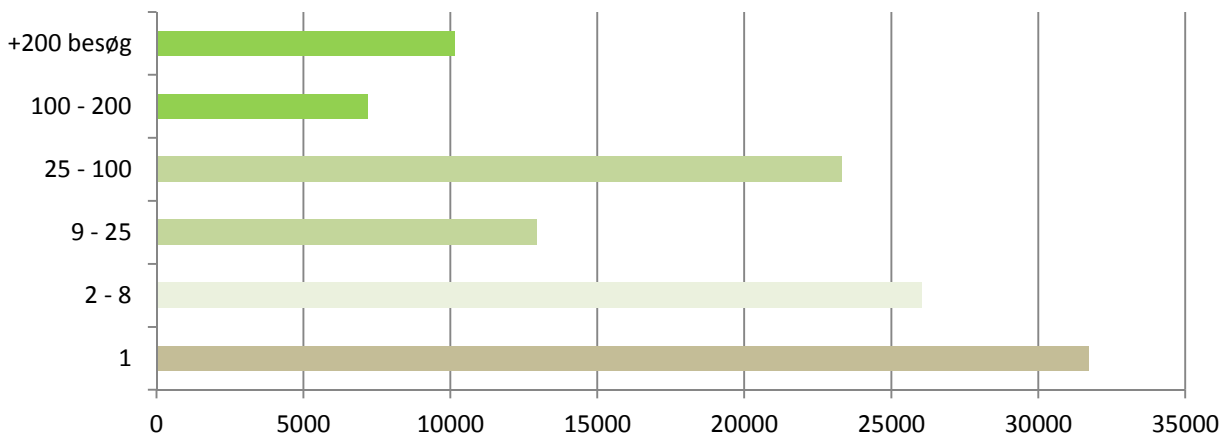
Der kommer kun ganske få besøgende via sites, der ikke er en del af VFL web universet. Det kan undre, at LandbrugsAvisen ikke er at finde på listen i Figur 5. Figur 4 - faktisk kom der blot 21 besøg via LandbrugsAvisen i august måned.



Figur 5 Hjemmesider, der sender besøgende til LandbrugsInfo. Grønne markeringer viser sites i DLBR web universet.

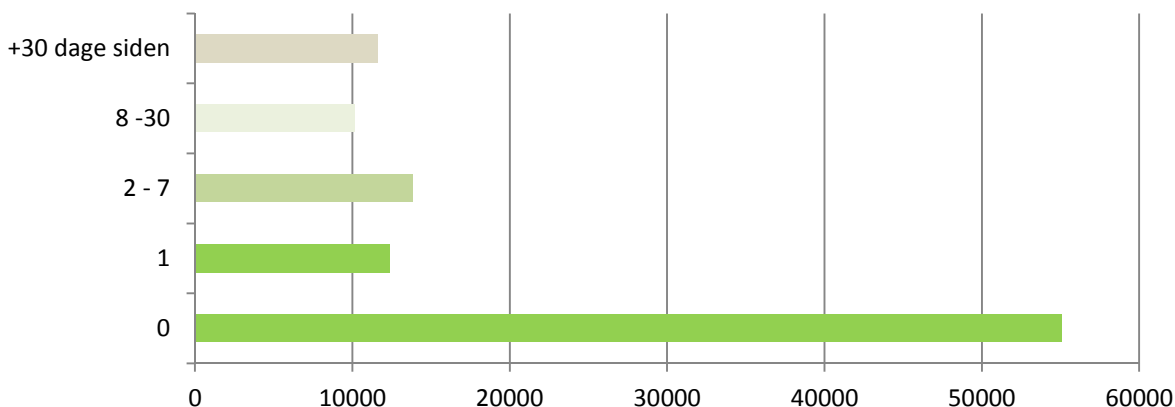
Loyalitet

LandbrugsInfo kendetegnes ved et stort antal meget loyale brugere, der benytter sitet som et dagligt værktøj. Figur 6 viser, hvordan de godt 100.000 besøg fordeler sig i forhold til hvor mange gange tidligere vedkommende "bruger" har besøgt sitet. Godt 40.000 af besøgene er genereret af brugere, der tidligere har besøgt LandbrugsInfo mindst 25 gange.



Figur 6 Antal besøg i forhold til antal tidligere besøg fra den besøgende

Af Figur 7 ses tydelig, at LandbrugsInfo er et dagligt anvendt arbejdsredskab. 55.000 af besøg er besøg, hvor den besøgende er på LandbrugsInfo flere gange samme dag (0 dage siden sidste besøg).



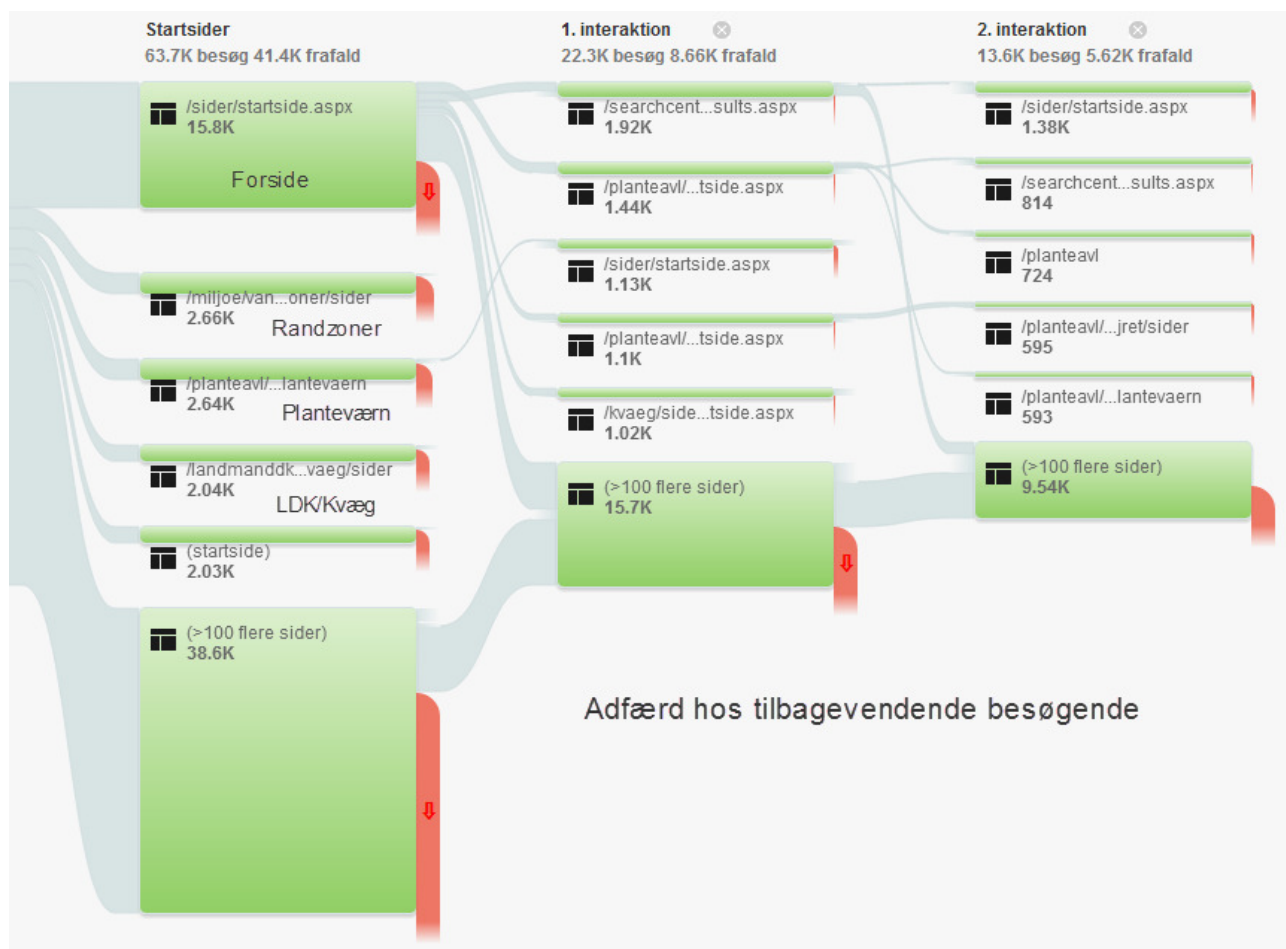
Figur 7 Antal besøg i forhold til dage siden sidste besøg.

Adfærd

Figur 8 og Figur 9 viser nogle "hovedveje" for hvordan henholdsvis tilbagevendende og nye besøgende navigerer på LandbrugsInfo.

Slet ikke alle kommer ind af "hoveddøren" – ud af et totalt antal besøg på 104.000, kommer knap 19.000 via forsiden (15,8 K + 3.13 K). Aktuelle sider så som temasider om Randzoner og Planteværn fungerer som indgangssider for en del tilbagevendende brugere, men ellers er billedet, at brugerne kommer ind på LandbrugsInfo på mange forskellige sider.

Frafaldet er stort. Blandt tilbagevendende brugere forlader 2 ud af 3 LandbrugsInfo uden at besøge yderligere sider. Væsentlige årsager formodes at omfatte, at LandbrugsInfo er brugerens startside, at brugeren har fulgt et specifikt link i et nyhedsbrev eller at brugeren har bogmærket et link til f.eks. vejrpogno sen.



Figur 8 Illustration af hvordan tilbagevendende besøgende navigerer på LandbrugsInfo. Røde strømme viser, at sitet forlades.

Blandt nye brugere forlader næsten 4 ud af 5 LandbrugsInfo uden at se yderligere sider. En logisk antagelse ville være, at flertallet af nye besøgende kommer via vildledende Google søgning (søger patter og får vist et yver). Dog viser data fra såvel Urchin analyse programmet og det web baserede Analytics, at ganske få nye brugere kommer via Google (men til gengæld en god del tilbagevendende ??).



Figur 9 Illustration af hvordan nye besøgende navigerer på LandbrugsInfo. Røde strømme viser, at sitet forlades.

Tabel 2 viser hvordan brugerne klikker sig videre fra forsiden på LandbrugsInfo. 30 % forlader straks LandbrugsInfo, mens 27 % genindlæser forsiden efter login.

Tabel 2 Navigation fra forsiden af LandbrugsInfo.

	Top 10 Clicks To	Clicks	Clicks %
1.	(exit)	12,381	30.30%
2.	/sider/startside.aspx	11,035	27.01%
3.	/planteavl/sider/startside.aspx	2,093	5.12%
4.	/searchcenter/sider/results.aspx	1,853	4.54%
5.	/kvaeg/sider/startside.aspx	1,616	3.96%
6.	/planteavl/vejret/sider/startside.aspx	1,044	2.56%
7.	/oekonomi/sider/startside.aspx	821	2.01%
8.	/planteavl/vejret/sider/pl_nedboersprognose.aspx	652	1.60%
9.	/planteavl/sider/hoestudbytter-paa-sortinfo-2012_pl_12_931.aspx	649	1.59%
10.	/planteavl/afgroeder/sider/startside.aspx	523	1.28%

Figur 10 er et eksempel på, hvordan brugerne kommer til en temaside samt deres videre færd fra denne. Eftersom randzoner har fyldt rigtig meget i august måned, er godt 40 % kommet direkte ind på siden og knap

30 % forlader LandbrugsInfo fra tema siden – måske efter at de har været "dykket" ned i en eller flere artikler under temasiden.

	Top 10 Clicks From	Clicks	Clicks %
1.	(entrance) Kommer direkte ind på siden	1,359	41.36%
2.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/pl_12_831.aspx	411	12.51%
3.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/startside.aspx	342	10.41%
4.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/pl_pn_12_524.aspx	114	3.47%
5.	/sider/startside.aspx	106	3.23%
6.	/miljoe/vandplaner/sider/startside.aspx	91	2.77%
7.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/randzoner-definitioner_pl_12_913.aspx	87	2.65%
8.	/searchcenter/sider/results.aspx	80	2.43%
9.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/saadan-aendres-kompensationskort-randzoner_pl_ri_12_145.aspx	59	1.80%
10.	/regelfo/kommenteringer/sider/lov_om_randzoner.aspx	53	1.61%

Vandløb, bræmmer og randzoner

	Top 10 Clicks To	Clicks	Clicks %
1.	(exit) Forlader LandbrugsInfo uden at se yderligere sider	945	28.76%
2.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/pl_12_831.aspx	750	22.82%
3.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/startside.aspx	342	10.41%
4.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/pl_pn_12_524.aspx	155	4.72%
5.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/randzoner-definitioner_pl_12_913.aspx	127	3.86%
6.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/pl_ri_12_111.aspx	78	2.37%
7.	/jura/sider/spoerg-kommunen-vandloeb-sloven_pl_ri_11_142.aspx	69	2.10%
8.	/regelfo/kommenteringer/sider/lov_om_randzoner.aspx	68	2.07%
9.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/saadan-aendres-kompensationskort-randzoner_pl_ri_12_145.aspx	55	1.67%
10.	/miljoe/vandplaner/braemmer-og-randzoner/sider/pl_12_828.aspx	55	1.67%

Figur 10 Adgangsvej til og videre navigation fra temasiden "Vandløb, bræmmer og randzoner"

SØGNINGER

Som vist i Figur 4 kom 19 % af besøgende via Google søgninger. I Tabel 1 Tabel 3 er vist de hyppigst benyttede søge termer (venstre kolonner) samt de søgetermer, der har givet anledning til flest sidevisninger under besøget (højre kolonner).

Søgeord som "ryk" og "landbrugsinfo" er sandsynligvis fra rutinerede brugere, der er klar over, at en sådan søgning er hurtigere og lige så effektivt, som at skrive den komplette url.

Søgning på "etablering af korn" resulterede i et bemærkelsesværdigt højt antal sete sider.

Tabel 3 Hyppigste søgeord, der sender brugeren til LandbrugsInfo og sortering af disse ift. antal viste sider, som besøget giver anledning til.

Søge term	Antal	Sider/besøg	Søge term	Antal	Sider/besøg
ryk	234	3.79	etablering af korn	33	13,00
landbrugsinfo	232	3.83	nøgen bygbrand	22	8,64
lr.dk	193	5.63	ferskenbladlus	24	6,71
hestepas	118	3.07	dyrskuer	23	6,26
planteinfo	108	5.31	ghi	20	5,95
ryk syd	108	3.77	forsøg vinterraps 2011	25	5,92
kålminerfluer	107	4.08	lr.dk	193	5,63
randzone kort	104	2.10	teleledninger i landbrugsjord	70	5,59
landscentret	95	2.81	planteinfo	108	5,31
hestepas.dk	80	1.99	klovbeskæringsboks	27	5,22
randzoner	80	3.73	smartbayt sneglemiddel dose-ring	21	4,90
chr register	78	2.08	midler mod flyvehavre	52	4,71
landskontoret for heste	74	3.26	www.hestepas.dk	25	4,60
teleledninger i landbrugsjord	70	5.59	besætningslister	25	4,52
nedbørsprognose	69	2.43	nye efterafgrøde regler	35	4,51
ryk fremtid	68	2.00	krav udbringning af dybstrøelse	23	4,48
jordtemperatur	65	1.82	ryk øst	31	4,39
ryk skejby	61	2.39	lucerne	24	4,21
husdyrgødningsbekendtgørelsen	56	2.43	vårbrandbæger	47	4,09
dosering nexide	55	1.16	kålminerfluer	107	4,08
landscentret for heste	55	3.18	ensilering af crimpet korn	26	4,04
landscentret heste	52	3.13	lr	26	3,85
midler mod flyvehavre	52	4.71	landbrugsinfo	232	3,83
engbrandbæger	51	2.80	ryk	234	3,79
majsvarmeenheder	51	2.16	videncenter for heste	46	3,78

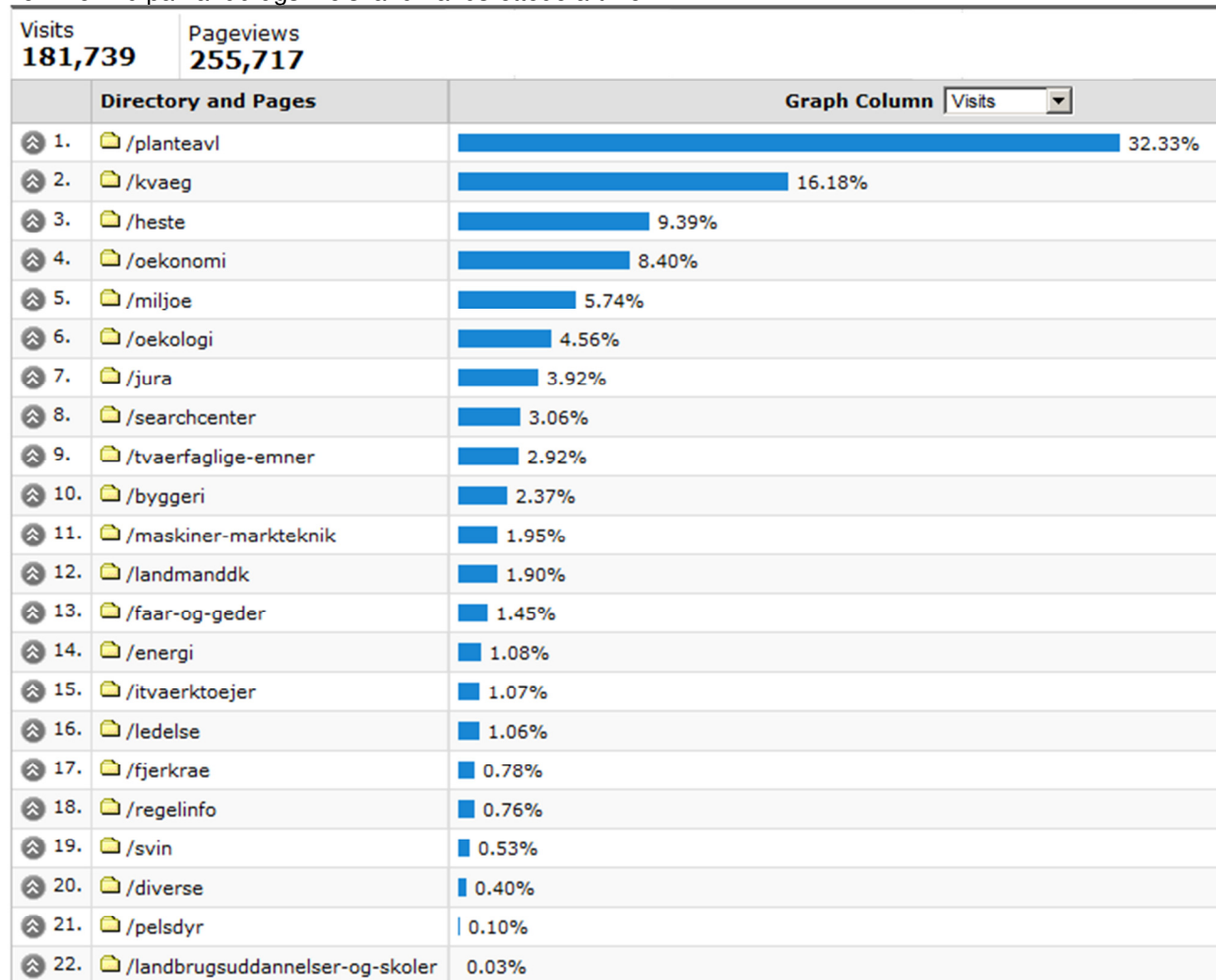
Indholdet – hvad bruges?

Fordeling på hovedområder

Figur 11 viser antal besøg fordelt på de forskellige faglige områder. Ikke overraskende ligger Planteavl, Kvæg og Økonomi i toppen, mens Svin logisk nok kun besøges af ganske få, da informationen til svineproducenter primært leveres via Videncenter for Svineproduktion.

De faglige små områder som Får & geder og Fjerkræ har ikke mange besøg, men til gengæld bruger den besøgende længere tid pr. side, se

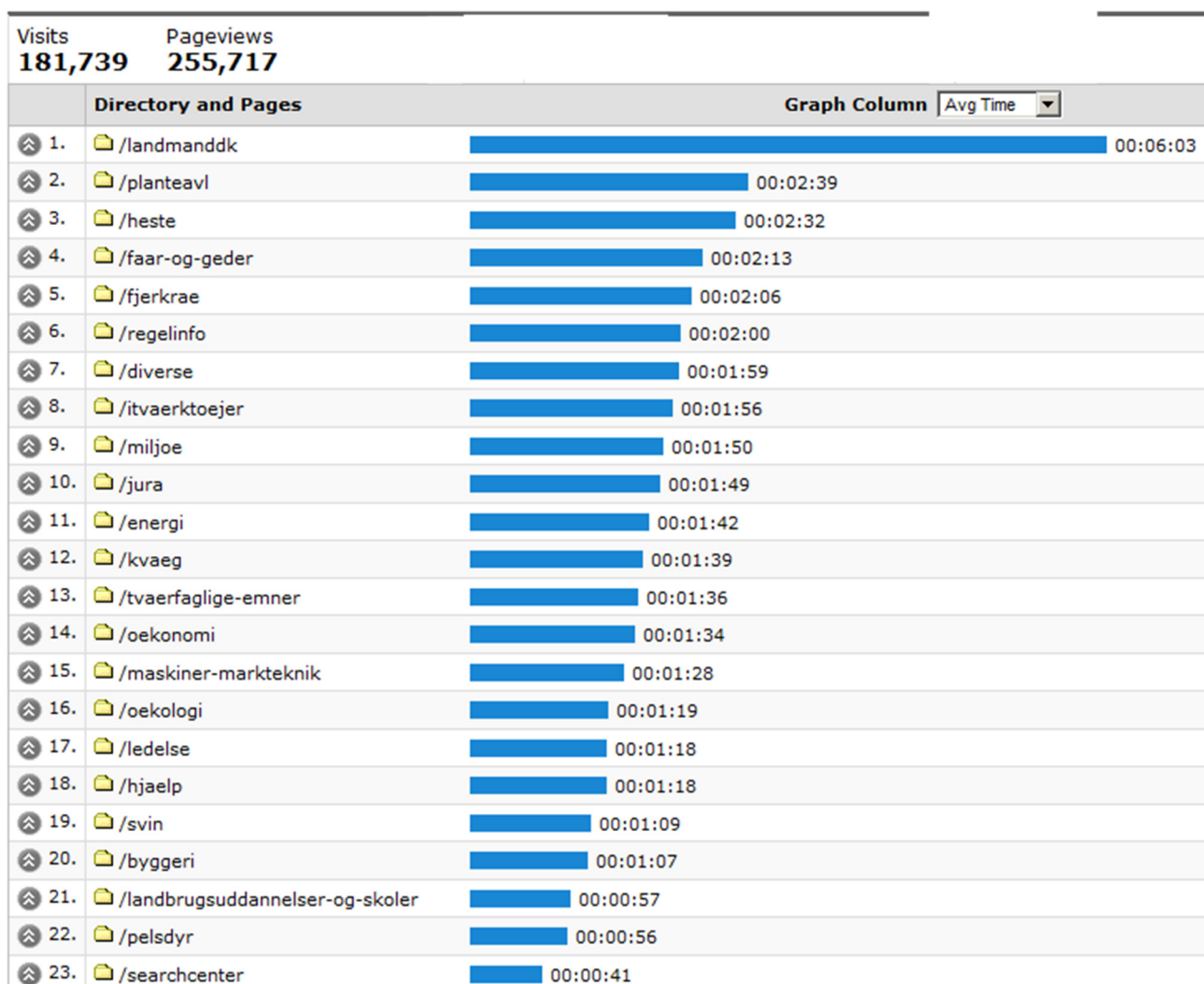
Figur 12. Samme gør sig også gældende for hvor – sandsynligvis primært landmænd – via Landmand.dk kommer ind på LandbrugsInfo's landmandsrettede artikler.



Figur 11 De enkelte hovedområders andel af besøg. Startside og system sider er fra filtrerede.

De faglige små områder som Får & geder og Fjerkræ har ikke mange besøg, men til gengæld bruger den besøgende længere tid pr. side, se

Figur 12. Samme gør sig også gældende for hvor – sandsynligvis primært landmænd – via Landmand.dk kommer ind på LandbrugsInfo's landmandsrettede artikler.



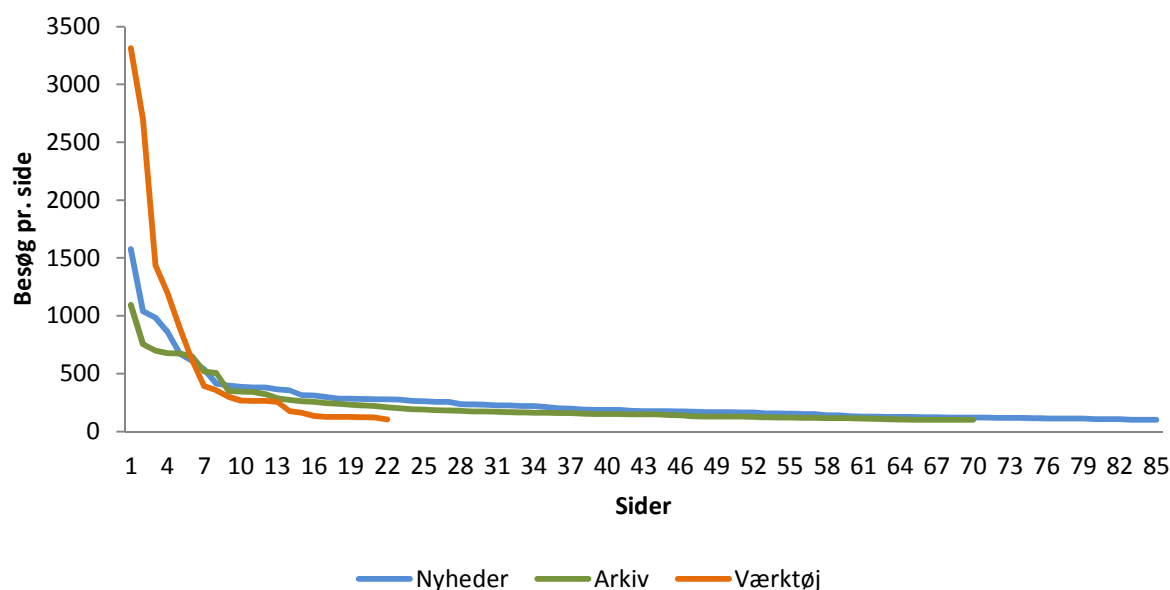
Figur 12 Gns. tid pr. besøg på hovedområder.

Nyheder, arkiv og værktøjskasse

LandbrugsInfo kan siges at stå på tre "ben", idet den fungerer som

- Nyhedskilde: Løbende formidling af ny information.
- Bibliotek: Adgang til via navigation og søgninger at finde information blandt sitets +50.000 artikler.
- Værktøjskasse: Vejrognoser, varslinger, databaser, oversigter osv.

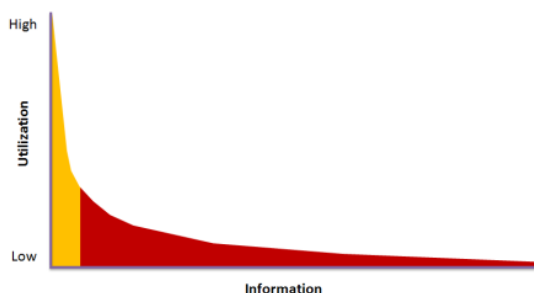
For at vurdere balancen mellem disse tre "ben" er 175 sider med mere end 100 besøg i august grupperet i nævnte kategorier, idet kriteriet for kategorien Nyhed er, at siden blev publiceret i august måned. Som det ses af Figur 13 er få værktøjssider meget benyttede, mens der er en ligelig fordeling mellem nye sider og ældre.



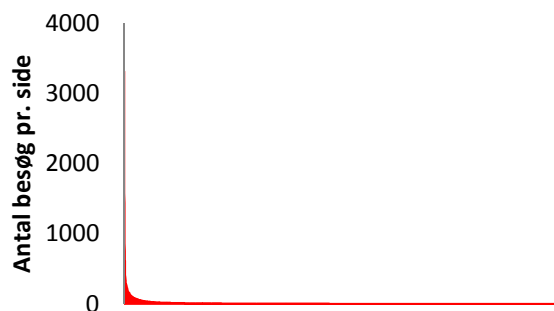
Figur 13 Antal besøg på populære nye sider (publiceret i august måned); øvrige sider og "værktøjs" sider.

The Long Tail of information

Begrebet The Long Tail blev oprindeligt lanceret af Chris Anderson i 2004 som en beskrivelse af det moderne samfund, der gør det muligt ud over volumen produkter også at levere en lang hale af små niche produkter. Denne opfattelse er overført til internettets informationer, hvor en lille del af informationer bruges rigtig meget. Princippet i The Long Tail er vist i Figur 14 og som det ses af Figur 15 gælder The Long Tail absolut også for LandbrugsInfo – faktisk i en sådan grad, at "hovedet" knap er synlig i figuren – højeste antal besøg på en side var 3.312 (Høstudbytter på SortInfo).

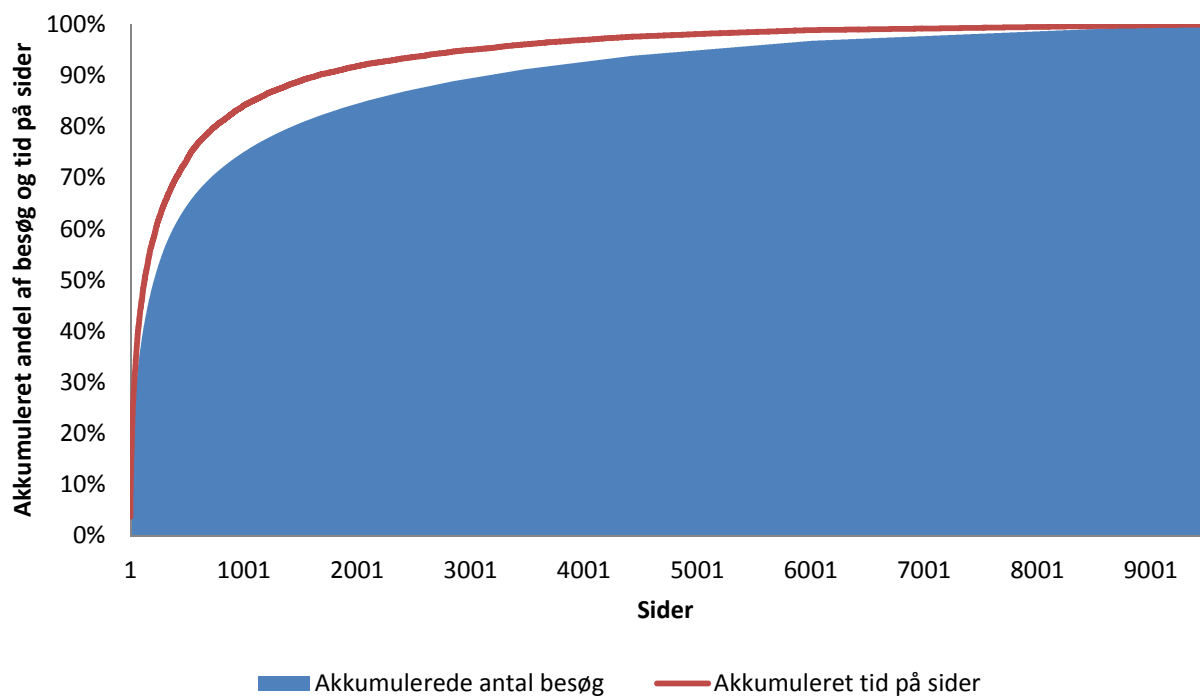


Figur 14 The Long Tail of Information



Figur 15 The Long Tail for LandbrugsInfo

I august 2012 blev der vist 9.500 forskellige sider excl. startsider og søgesider. Af disse 9.500 sider tegnede de 200 mest populære sider sig for halvdelen af det akkumulerede antal på 108.000 jf. Figur 16 . Ses på tidsforbruget – den røde linje i Figur 16 – blev halvdelen af månedens samlede tidsforbrug (5.121 timer) brugt på blot 122 sider.

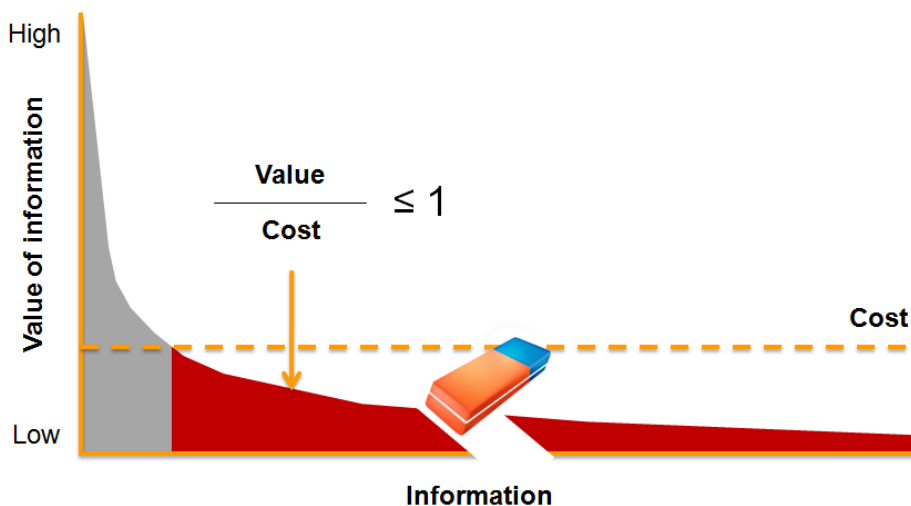


Figur 16 Akkumulerede antal besøg på sider samt anvendt tidsforbrug på LandbrugsInfo, august 2012.

Til yderligere belysning af The Long Tail viser analysen at

- 175 sider havde mere end 100 besøg
- 7.000 sider havde 5 eller færre besøg
- 3.400 sider blev blot besøgt en enkelt gang

Sådanne tal bør jf. principskiten i Figur 17 give anledning til en forstærket indsats omkring fjernelse af ikke anvendte sider samt påpasselighed med kun at producere, hvor der er et behov.



Figur 17 Omkostninger til produktion og håndtering af information bør være lavere end værdien af denne information.