



Myyntisuppilon seuraaminen on yrityksen myynnin kannalta keskeinen menestymisen osa-alue. Siksi on oleellista tunnistaa sen seuraamiseen liittyvät mittarit (KPI:t) ja seurata niitä jatkuvasti. Seurannan kehittämiseksi on hyvä perehtyä [Digitaalisen markkinoinnin käsikirjan](#) lukuun 7. Voit luoda oman excel-pohjan myyntisuppilon seuraamiseen tämän templatien pohjalta.

## 1. KVARTAALI

### SAAVUTTAMINEN

\*Trafikki (uusi ja palaava trafikki): \_\_\_\_\_

Trafiikin lähteet: \_\_\_\_\_

\*Saavuttamisen hinta, (CPC) Cost per click: \_\_\_\_\_

\*Bounce Rate, välitön poistuminen: \_\_\_\_\_

\*Sivulla käynnin kesto ja sivumäärät: \_\_\_\_\_

### INNOSTAMINEN

Katsotuimmat tuotteet: \_\_\_\_\_

Katsotuimmat sisällöt: \_\_\_\_\_

\*Sivujen vierailumäärät: \_\_\_\_\_

\*Tuotteiden lisääminen ostoskoriin \_\_\_\_\_

\*SCAR (Shopping Cart Abandon Rate), Ostoskorin hylkääminen: \_\_\_\_\_

### KONVERSIOT

\*Konversioprosentti (Conversion rate): \_\_\_\_\_

Keskiosoksen summa: \_\_\_\_\_

Ostosmäärät: \_\_\_\_\_

Maksu- ja tilaustavat: \_\_\_\_\_

\*Konversion hinta, Cost per conversion: \_\_\_\_\_



## 2. KVARTAALI

---

### SAAVUTTAMINEN

---

\*Trafiiikki (uusi ja palaava trafiiikki): \_\_\_\_\_

Trafiiikin lähteet: \_\_\_\_\_

\*Saavuttamisen hinta, (CPC) Cost per click: \_\_\_\_\_

\*Bounce Rate, välitön poistuminen: \_\_\_\_\_

\*Sivulla käynnin kesto ja sivumäärät: \_\_\_\_\_

### INNOSTAMINEN

---

Katsotuimmat tuotteet: \_\_\_\_\_

Katsotuimmat sisällöt: \_\_\_\_\_

\*Sivujen vierailumäärät: \_\_\_\_\_

\*Tuotteiden lisääminen ostoskoriin \_\_\_\_\_

\*SCAR (Shopping Cart Abandon Rate), Ostoskorin hylkääminen: \_\_\_\_\_

### KONVERSIOT

---

\*Konversioprosentti (Conversion rate): \_\_\_\_\_

Keskiostoksen summa: \_\_\_\_\_

Ostosmäärät: \_\_\_\_\_

Maksu- ja tilaustavat: \_\_\_\_\_

\*Konversion hinta, Cost per conversion: \_\_\_\_\_

