



Оцениваем качество трафика по отскоку

**РИФ+КИБ, 24 апреля
2009**

**Александр Гагин
Promo Interactive**

www.promo.ru

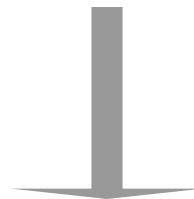


Аннотация

Обычно счетчики на сайтах используются лишь для оценки охвата аудитории. Но современные инструменты веб-аналитики позволяют пойти дальше: сегментировать аудиторию, определять цели на сайте, размечать ссылки. В результате качество трафика можно измерить: как минимум, по доле «отскоков», а лучше — по числу конверсий в достижение целей сайта.

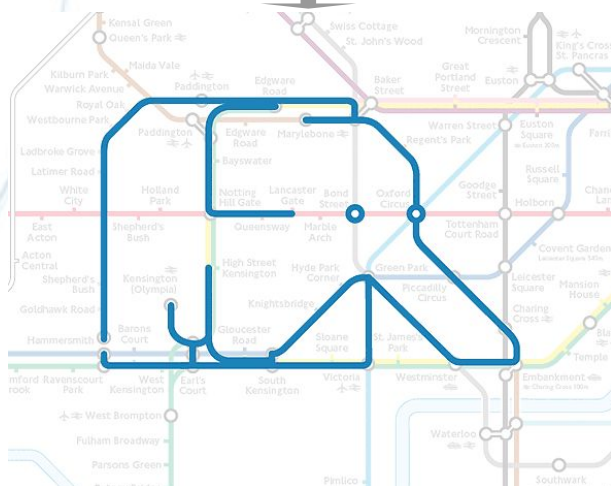
Что дает веб-аналитика

Получить полную и
объективную картину
работы сайта



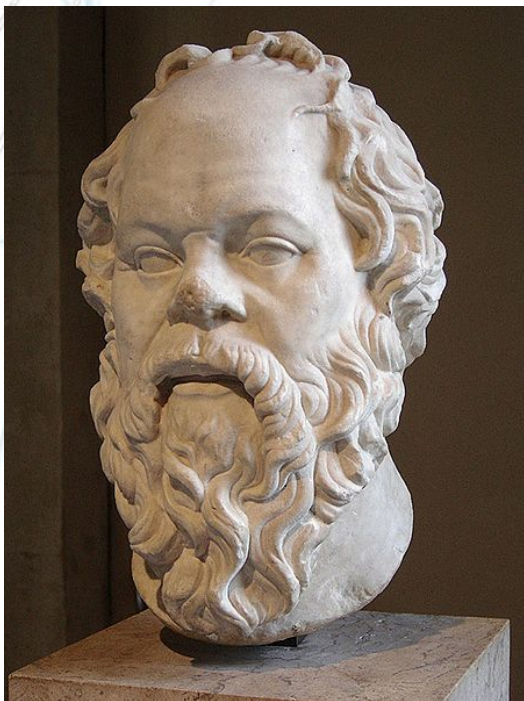
Построить на основе этой
карты более эффективную
программу маркетинга

И, в частности, оценить
качество трафика





Я знаю, что ничего не знаю



Использование веб-аналитики не обеспечивает полной ясности.

Но становится гораздо яснее, чем без нее.

Тезисы подробнее (для чтения)



От кликов к конверсиям

Современный подход к веб-аналитике - это не просто учет массы посещений, а анализ решения сайтом бизнес-задач. От учета числа визитов и просмотров страниц можно перейти к учету конверсий — сколько полезных действий выполняют привлеченные пользователи на сайте. Конверсии можно считать, и деятельность по привлечению посетителей на сайт анализировать именно с точки зрения уровня конверсий для различных источников трафика. Именно в такой идеологии организован бесплатный сервис веб-статистики Google Analytics. Правильно организовав рекламную кампанию, можно будет удобным образом сравнивать различные источники привлечения посетителей и их качество с точки зрения конверсий, то есть бизнес-эффективности работы сайта. Для того, чтобы сделать это правильно, есть ряд хитростей — специально формируемые ссылки на сайт, специальный код аналитики на динамических страницах сайта, динамические фильтры.

Сегментируй и властвуй

Google Analytics позволяет не только оценивать конверсии для разных частей кампании, но и анализировать поведение аудитории сайта по определенным сегментам. Например, лояльные пользователи могут составлять десятую часть общей аудитории сайта, и при этом обеспечивать половину просмотров страниц. Выделив этот сегмент аудитории и посмотрев на его поведение, можно получить новые идеи о том, как нужно изменить содержание и продвижение сайта для достижения больших успехов. С другой стороны, отдельно анализируя привлеченную аудиторию, которая быстро уходит, можно лучше разобраться в том, как ее удерживать.

Объединяй и властвуй

Google Analytics интегрирован с другими инструментами Google - AdWords, Website Optimizer, но с его помощью можно работать и с сервисами других поставщиков. Более того, хороший инструмент веб-аналитики позволяет объединить информацию о различных способах продвижения и использовать их в комплексе. Например, используя в AdWords и Яндекс-Директе ключевые слова, которые были эффективнее всего в органическом поисковом трафике.

Big picture

Пользуясь веб-аналитикой для принятия решений по контенту и продвижению сайта, следует помнить рамки применимости этой технологии: различные типы рекламы усиливают различные этапы "воронки продаж". Отслеживание конверсии на сайте, мы в большей степени получаем информацию о финальных этапах привлечения "клиента".

Простейший показатель качества трафика — отскок

Bounce rate в русской версии Google Analytics назван «показатель отказов». Это пользователи, длина сессии которых равна нулю: они не открыли вторую страницу сайта.

Landing Pages			
Entrances 343,044 % of Site Total: 100.00%	Bounces 244,284 % of Site Total: 100.00%	Bounce Rate 71.21% Site Avg: 71.21% (0.00%)	
Page	Bounces	Individual Page: Bounce	compared to site average
1. /odnoklassniki	11,199	25.30%	
2. /manul	10,032	9.59%	
3. /	7,997		-65.86%
4. /Susan_Boyle	7,009	23.87%	
5. /search/date/desc/1?search_by=subject_tagid&search_string=1092	5,885		-10.35%
6. /sputnikovye-karty	5,635	17.88%	
7. /show/post/2596	4,054	23.09%	
8. /vrotmnenogi	3,134	18.53%	
9. /svidetel-iz-fryazino	2,931	4.89%	
10. /photofun	2,638		-12.11%

Рецепт: какие ключи лучше

Возьмите ключевые слова, по которым к вам приходят посетители с поисковых машин. Отсортируйте их по показателю bounce rate. Используйте полученный таким образом список «качественных» слов для покупки дешевых низкочастотных кликов в системах контекстной рекламы.

Ad Group: Not-bouncers

[Сам ты \(keyword: красавец\)](#)

Искатели "(keyword: интернет-мемов)" уже оценили досье на NetLore.ru

[NetLore.ru](#)

1 of 3 - [view all](#)

Active — [Pause ad group](#) | [Delete ad group](#)

Explore the tabs to view details and fine-tune your account. [\[Close\]](#)

Mar 16, 2009 to Apr 5, 2009 [Change range](#)

In this ad group, keywords trigger ads on search and the content network. You have no placements. [Learn more](#)

+ Add keywords: [Quick add](#) | [Keyword tool](#)

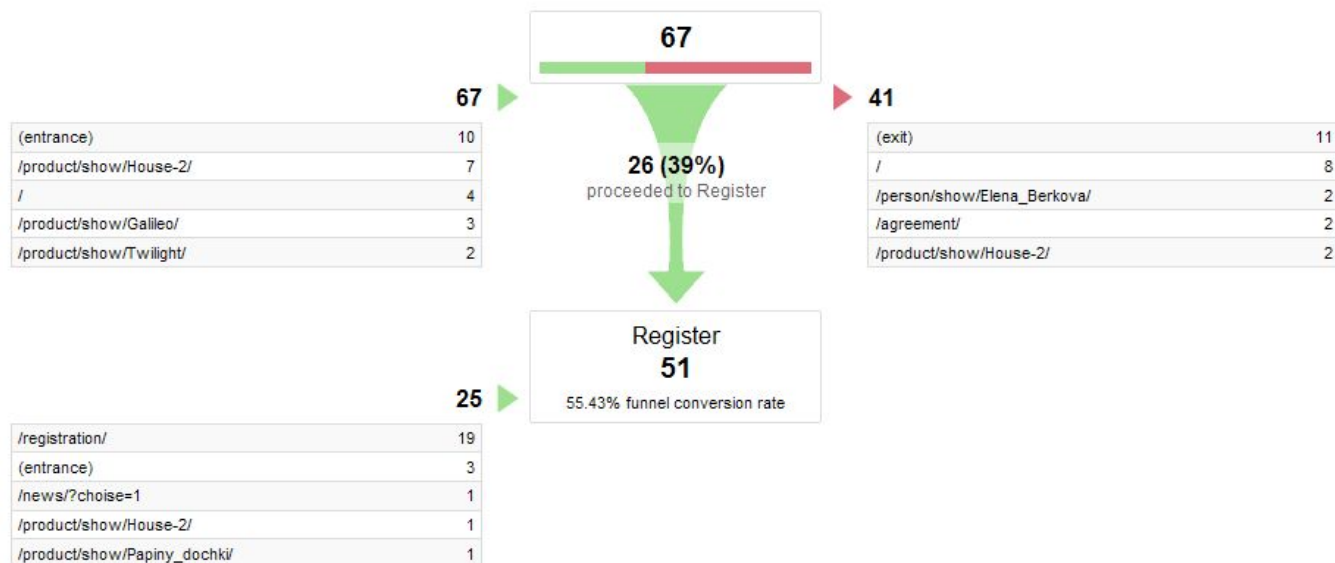
[Edit keywords](#) | [Diagnose keywords](#) ^{New!} | [Search this list](#) | [Customize columns](#)

[Pause](#) [Unpause](#) [Delete](#) [Edit Keyword Settings](#)

1 - 30 of 195 keywords. [Next >](#)

<input type="checkbox"/>	Keyword	Status ⓘ	Current Bid Max CPC	Hide Settings Sort by: Bid URL	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost	Avg. Pos
<input type="checkbox"/>	сява	Active Bid is below first page bid estimate of \$0.20	\$0.01	▼ Settings Default Max CPC (Edit)	104	43,875	0.24%	\$0.01	\$1.04	1.2
<input type="checkbox"/>	упячка	Active Bid is below first page bid estimate of \$0.30	\$0.01	▼ Settings \$0.01 Max CPC (Edit)	23	1,853	1.24%	\$0.01	\$0.34	1.0
<input type="checkbox"/>	пара крофт	Active Bid is below first page bid estimate of \$0.05	\$0.01	▼ Settings Default Max CPC (Edit)	10	288	3.47%	\$0.01	\$0.10	1.6

От кликов к конверсиям



Site Usage Goal Conversion

Visits 31,978 % of Site Total: 80.17%	Goal1: Register 1.14% Site Avg: 1.18% (-4.06%)	Goal2: Add new content bits 0.08% Site Avg: 1.09% (-93.12%)	Goal3: Add new product/person 0.00% Site Avg: 0.08% (-100.00%)	Goal4: Affiliate outbound click 1.65% Site Avg: 1.41% (16.77%)	Goal Conversion Rate 2.86% Site Avg: 3.77% (-24.14%)
--	---	--	---	---	---

Dimension: Source	Visits	Individual Source: Goal Cor	compared to site average
1. google	28,236		-20.29%
2. search	1,055		-59.75%
3. ya_direct	1,018		-27.00%
4. yandex	816		-77.23%
5. begun	775		-52.06%
6. aol	60		-100.00%
7. ask	15		76.94%

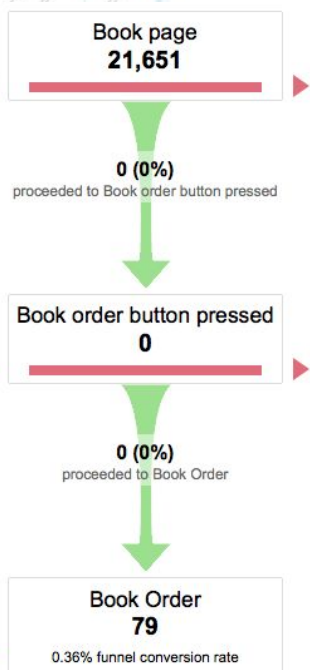
Рецепт – выбор между целевой и развлекательной рекламными площадками

Принцип

Определив цели своего сайта и считая конверсии посетителей в достижение целей, можно сравнивать качество различных рекламных каналов.

Применение

Что выгоднее — дорогая реклама на узкотематических площадках или дешевая на развлекательных? Поставив ссылки специального формата, посчитайте не только клики с каждого рекламного источника, но и их конверсию в покупателей. Теперь можно сравнить не цену клика, а цену конверсии.



Пример – оценка отдачи от товарных каталогов

Принцип

Код счетчика на страницах электронного магазина может передавать информацию о цене покупки, совершенной данным посетителем. Инструменты веб-аналитики позволяют экспортировать данные по конверсии посетителей с различных источников трафика в электронную таблицу. Во внешней таблице можно сопоставить их с затратами на размещение на каждом источнике.

Применение

Владелец электронного магазина, размещающийся в нескольких товарных каталогах может сопоставить цены размещения и обнаружить, какой возврат по продажам дает каждый потраченный на размещения рубль.



Качество еще подробнее?

Увы, отследить «хвост» кампании нельзя



_utma	ID броузера — 2 года
_utmb	ID сессии — 30 минут
_utmc	контроль сессии при перезапуске броузера
_utmz	реферал — обновляется на каждой странице — 6 месяцев
_utmv	если использовали SetVar — 2 года
_utmh	для Website Optimizer — 2 года

Оценить качество можно, сегментируя аудиторию

Manage Advanced Segments » Edit Advanced Segment

type to filter
☐ list view

Dimensions

- Visitors
- Traffic Sources
- Content
- E-Commerce
- Systems

Metrics

- Site Usage
- E-Commerce
- Content
- Goals

Drag and drop dimensions and metrics into the boxes to create a visit segment.

[Learn More](#) about Advanced Segmentation and how to build a custom advanced segment.

Out of a total of 343,026 visits...

Bounces Condition Less than Value 70 → 342,981 visits

or

Add "or" statement

and

Pageviews Condition Greater than Value 3 → 45,197 visits

or

Add "or" statement

and

Add "and" statement

...this segment matches 45,197 visits

Beta Advanced Segments: Branded visits Netlore+Virusvideo


Mar 1, 2008 - Apr 22, 2009

Пример применения — брендовые

ВИЗИТЫ



Сегменты: доля качественной аудитории



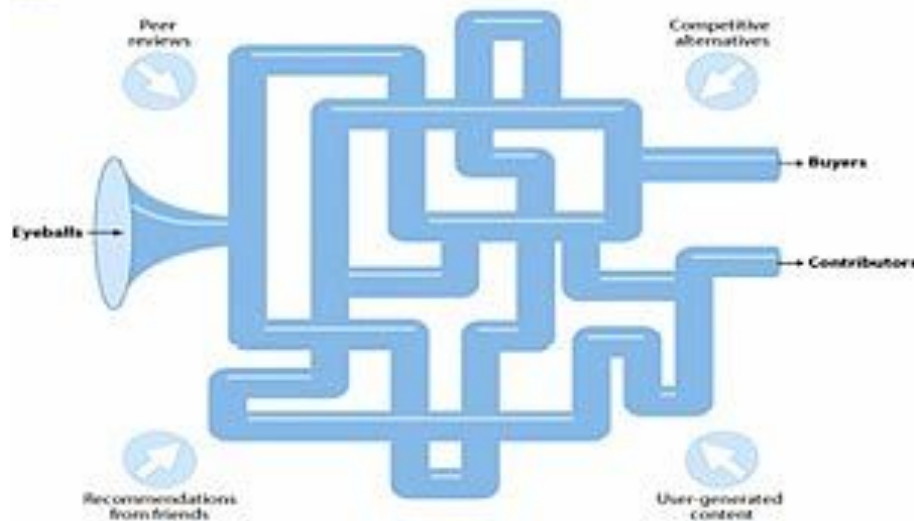
Dimension: Source ▾		Visits ↓	Pages/Visit	Avg. Time on Site
1.	google			
	All Visits	22,201	2.22	00:02:15
	Отскок меньше 70% и больше трех страниц	2,679 ±5%	7.84	00:13:16
	% of Total	12.07%	252.75%	487.44%
2.	yandexdirect			
	All Visits	170	1.69	00:03:27
	Отскок меньше 70% и больше трех страниц	10 -	7.17	00:29:00
	% of Total	5.88%	323.03%	740.90%
3.	begun			
	All Visits	26	1.35	00:00:23
	Отскок меньше 70% и больше трех страниц	1 -	4.00	00:05:38
	% of Total	3.85%	197.14%	1,350.17%
4.	ydirect			
	All Visits	17	1.71	00:02:44
	Отскок меньше 70% и больше трех страниц	1 -	7.00	00:01:59
	% of Total	5.88%	310.34%	-27.59%

Big picture: не забывайте, что конверсия — это еще не вся «воронка продаж»

1-1 The traditional marketing funnel



1-2 Complexity lies at the center of the marketing funnel



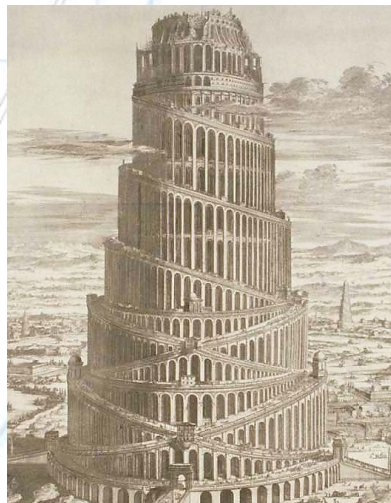
Памятка – первые шаги



Устанавливая счетчик Google Analytics, не забудьте:

- Установить код для учета AJAX-событий, загрузки файлов, внешних ссылок, событий во Flash-модулях, транзакций э-коммерции
- Создать резервный профиль для данных без фильтров
- Отфильтровать адреса своего офиса
- Указать цели сайта с «воронками» к ним
- Уточнить длину сессии, если сайт предполагает долгие визиты
- Разметить через URL Builder внешние рекламные ссылки
- Создать профиль для расширенного учета ключевых слов в контекстной рекламе
- Сохранять полный адрес реферер (по умолчанию он обрезается после вопросительного знака)
- «Склеить» данные, если у вас несколько доменных имен
- Связать экаунт с экаунтом AdWords, если пользуетесь им
- Добавить в список экаунтов доступом для своих технологов и маркетологов, в частности – своим специалистов по SEO
- Настроить учет и анализ запросов к внутреннему поиску сайта

не настроив корректных сбор нужных данных сразу, вы не сможете их вернуть и потеряете данные...



Правильная разметка ссылок



Google Analytics URL Builder

Fill in the form information and click the **Generate URL** button below. If you're new to tagging links or this is your first time, [tag my links?](#)

If your Google Analytics account has been linked to an active AdWords account, there's no need to tag your AdWords links; you automatically.

Step 1: Enter the URL of your website.

Website URL: *
(e.g. <http://www.urchin.com/download.html>)

Step 2: Fill in the fields below. **Campaign Source**, **Campaign Medium** and **Campaign Name** should always be used.

Campaign Source: *	<input type="text" value="virusvideo"/>	(referrer: google, citysearch, newsletter4)
Campaign Medium: *	<input type="text" value="banner"/>	(marketing medium: cpc, banner, email)
Campaign Term:	<input type="text"/>	(identify the paid keywords)
Campaign Content:	<input type="text" value="manul"/>	(use to differentiate ads)
Campaign Name*:	<input type="text" value="virusvideo"/>	(product, promo code, or slogan)

Step 3

Пример настройки – как разворачиваются ключевые слова ?

Принцип

Покупая контекстную рекламу, вы можете разрешить использование «широких» ключевых слов, но в отчетах не будет указано, по каким фразам посетители на самом деле приходили.

Применение

В отчете указано слово «видео». Если через аналитику проанализировать, по какому на самом деле слову был запрос, там может обнаружиться слово «порно». Вы наверняка повысите качество трафика, «заминусовав» это слово.



☒ Advanced

Field A -> Extract A

Referral

Field B -> Extract B

Campaign Medium

Output To -> Constructor

Custom Field 1

Field A Required

☒ Yes ☐ No

Field B Required

☒ Yes ☐ No

Override Output Field

☒ Yes ☐ No

Case Sensitive

☐ Yes ☒ No



Спасибо

Александр Гагин

gagin@promo.ru

www.promo.ru

Ссылка на скачивание
файла будет в
gagin.livejournal.com