



Promodo

Вилявин Роман:

**«Анализ эффективности
интернет-рекламы.**

Что скрывается за цифрами?»

V Международная конференция
«Интернет-маркетинг в Украине»
Киев, 20-21 мая 2009 г.

Организатор: интернет-агентство

Пищевая цепочка онлайн-рекламы:

- Пользователь ищет товар
- Нажимает на ссылку в результатах поисковой выдачи
- Переходит на сайт и производит его беглую оценку (до 8 сек)
- Производит вдумчивую оценку сайта
- Начинает процесс покупки/регистрации/...
- Доходит до конца процесса



Google Analytics

- Панель инструментов
- Посетители
- Источники трафика**
 - Обзор
 - Прямой трафик
 - Сайты-источники переходов
 - Поисковые системы**
 - Все источники трафика
 - Ключевые слова
 - AdWords
 - Кампании
 - Версии объявлений
- Содержание
- Цели
- Электронная торговля
- Пользовательские отчеты Бета-версия
- Настройки

Экспортировать | Электронная почта | Добавить на панель инструментов Бета-версия | Сегменты с расширенными настройками: Все посещения

Обзор >

Поисковые системы

16.03.2009 - 15.04.2009

Сравнение с: 13.02.2009 - 15.03.2009



Посещений, связанных с поисковыми системами: 219 592 неоплачиваемый (источники: 26)

Показать: [итого](#) | [оплачиваемый](#) | [неоплачиваемый](#)

Использование сайта	Достигнутые переходы	Электронная торговля	Представление данных: [Grid] [List] [Table] [Chart]		
Посещения 219 592 Предыдущий: 203 924 (7,68 %)	Страниц/посещение 3,03 Предыдущий: 3,18 (-4,63 %)	Средняя длительность пребывания на сайте 00:02:39 Предыдущий: 00:02:48 (-4,81 %)	Процент новых посещений 85,64 % Предыдущий: 85,21 %	Показатель отказов 64,35 % Предыдущий: 63,17 % (1,86 %)	



Группа отчетов «Посетители»

- **Географическое местоположение**
- **Язык** (установленный в ОС по умолчанию)
- **Разрешение экрана, браузеры, ОС, скорость соединения...**
Набор отчетов, полезных для разработчиков и дизайнеров
- **«Тенденции пользователей», «Лояльность пользователей»**

Обобщенные данные о посещаемости – взгляд на аудиторию:
 - **Средние показатели просмотров & пребывания на сайте**
 - **Лояльность пользователей** (% посетивших 1, 2, 3... раз)
 - **Время с предыдущего посещения** (1, 2, 3... дней назад)
 - **Продолжительность посещения** (0-10, 11-30 сек...)



Отчет «Лояльность посетителей»

Большинство пользователей посетило сайт: 1 раз(а)

Число посещений	Посещения	Процент всех посетителей
1 раз(а)	166 981,00	55,63 %
2 раз(а)	40 560,00	13,51 %
3 раз(а)	18 839,00	6,28 %
4 раз(а)	11 381,00	3,79 %
5 раз(а)	7 798,00	2,60 %
6 раз(а)	5 812,00	1,94 %
7 раз(а)	4 458,00	1,49 %
8 раз(а)	3 540,00	1,18 %
9-14 раз(а)	12 540,00	4,18 %
15-25 раз(а)	9 705,00	3,23 %
26-50 раз(а)	8 325,00	2,77 %
51-100 раз(а)	5 674,00	1,89 %
101-200 раз(а)	2 570,00	0,86 %
201+ раз(а)	1 956,00	0,65 %

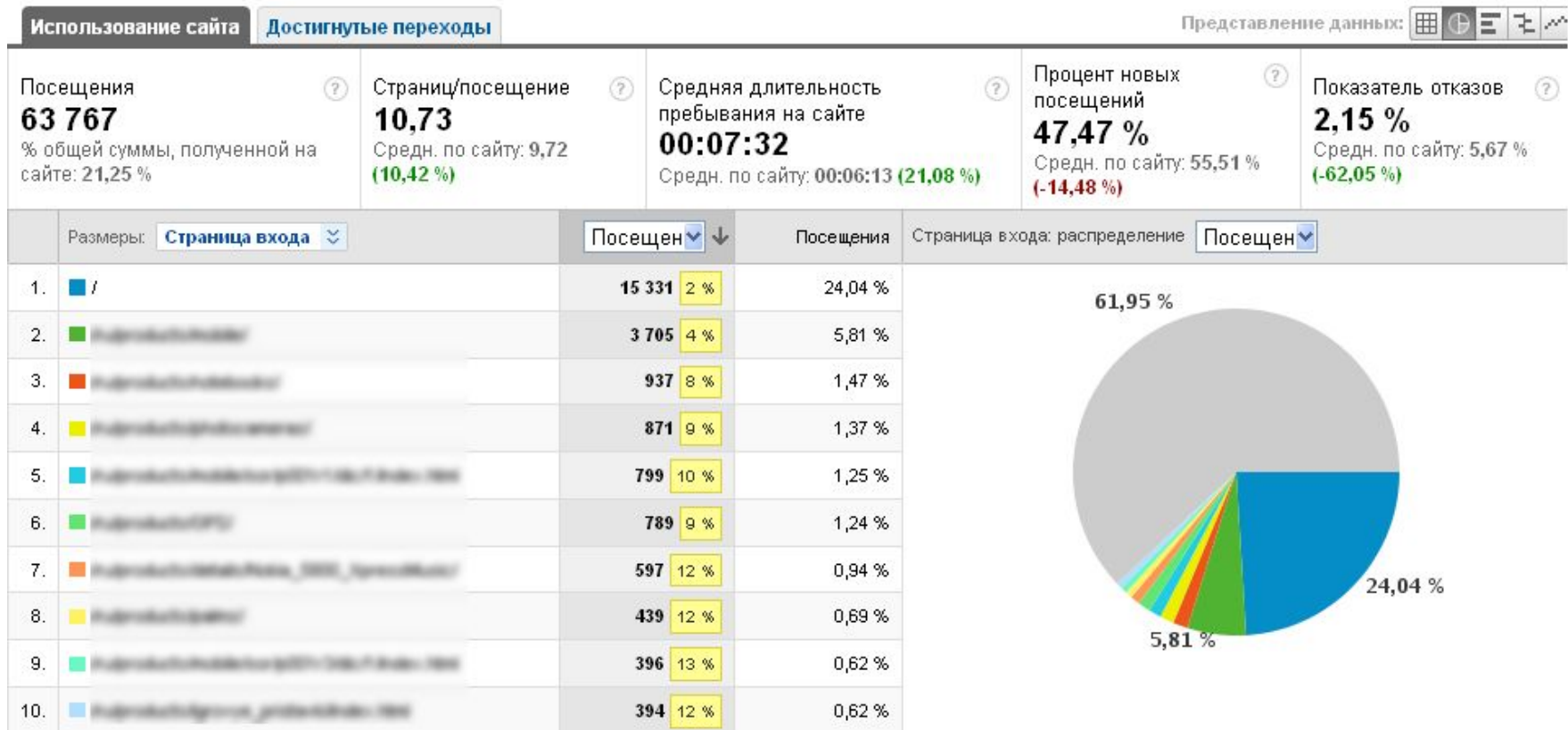


Группа отчетов «Источники трафика»

- **Прямой трафик** – из адресной строки, закладок, ICQ, TheBat...
Оценка интереса к сайту как бренду (наряду с брендовыми поисками)
- **Сайты-источники переходов** – какие сайты дают трафик, какого качества, поведение этих пользователей на сайте
- **Поисковые системы** – с каких поисковых систем, по каким ключевым словам, как себя ведут на сайте, достигают ли целей?
- **AdWords** – интеграция с Google AdWords, по каким ключевым словам приходят, поведение, конверсия
- **Кампании** – отслеживание собственных кампаний (email, баннерных, офлайн)



Сколько посетителей Google приходят на главную?



Узнайте свой сайт лучше:

- Популярные страницы сайта
- Страницы входа на сайт
- Страницы выходы с сайта
- ...



Отслеживание целей



□ 45% проходят 1 шаг

□ 75% уходят на шаге 2

87% не могут купить онлайн



Отслеживание транзакций электронной торговли

- На какую сумму купили посетители из Google за две недели?
- Сколько продаж принесло размещение баннера?
- Как конвертируется трафик AdWords?
- ...



Узнайте своего покупателя ближе!

Большинство покупок совершается через: 0 дн.

Число дней до покупки	Транзакции	Процент в всех покупках
0 дн.	712,00	75,74 %
1 дн.	41,00	4,36 %
2 дн.	19,00	2,02 %
3 дн.	24,00	2,55 %
4 дн.	11,00	1,17 %
5 дн.	10,00	1,06 %
6 дн.	15,00	1,60 %
7 дн.	11,00	1,17 %
8-14 дн.	23,00	2,45 %
15-30 дн.	31,00	3,30 %
31-60 дн.	29,00	3,09 %
61-120 дн.	12,00	1,28 %
121-365 дн.	2,00	0,21 %



Use Case: эффективность рекламной кампании

введите значение для фильтрации

в виде списка

Размеры

Посетители

Источники трафика

- Кампания
- Группа объявлений
- Ключевое слово
- Содержание объявления
- Место объявления
- Позиция объявления
- Источник
- Средство

Из общего количества посещений (1 169 307) ...

Тестировать сегмент

Источник	Условие	Значение	
Источник	Точное соответствие	marketing.com	→ 137 446 посещен.
или			
Добавить оператор "or"			
и			
Добавить оператор "and"			
↓			
...этот сегмент соответствует 137 446 посещен.			

Тестировать сегмент

Назначить для сегмента имя: 123

Создать сегмент

Создать и применить к отчету

Отмена



Use Case: эффективность рекламной кампании

Большая часть посещений продлилась: 0-10 сек.

Продолжительность посещения	Посещения	Процент всех посетителей
0-10 сек.	110 452,00	80,36 %
11-30 сек.	3 022,00	2,20 %
31-60 сек.	4 045,00	2,94 %
61-180 сек.	7 699,00	5,60 %
181-600 сек.	8 044,00	5,85 %
601-1 800 сек.	3 747,00	2,73 %
1 801+ сек.	432,00	0,31 %

80% посетителей проводят на сайте менее 10 секунд!



Создаем собственные отчеты

введите значение для фильтра

в виде списка

Показатели

- Использование сайта
- Содержание
- Цели
- Электронная торговля
- Реклама

Размеры

- Посетители
- Источники трафика
- Содержание
- Электронная торговля
- Системы

Перетяните показатели в голубые поля, а измерения – в зеленые

Подробнее о допустимых комбинациях показателей и значений.

Пользовательский заголовок 16 апреля 2009 г. [изменить](#)



Новая вкладка [изменить](#) + [Добавить вкладку](#)

показатель	показатель	показатель	показатель	показатель	показатель	показатель	показатель	показатель	показатель
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Измерение: **размеры**

1.									
2.									

- вложенная размерность
- вложенная размерность
- вложенная размерность
- вложенная размерность



Спасибо за внимание!

Задавайте вопросы

Вилявин Роман, компания «Promodo»

+38(057) 755-90-60 (Харьков)

+7(495) 411-08-17 (Москва)

roman@promodo.com

www.promodo.ru





Интернет-маркетинг в Украине

V Международная конференция
«Интернет-маркетинг в Украине»
Киев, 20-21 мая 2009 г.

Организатор: интернет-агентство

UAMASTER
e-marketing solutions

Подробная информация на
imu.org.ua
uamaster.com

читайте также
ace.kiev.ua