Иван Никитин
ivan@nikitin.biz

# Веб-аналитика

Кого и как считать, чтобы не было мучительно больно за бесцельно потраченные деньги

# Веб-аналитика

- Для чего нужна аналитика
- Основные инструменты и метрики
- Критерии качественных оценок
- Оценка качества сессий
- Сегментация трафика, каналы

# Основные настройки Google Analytics или с чего начать

- Сегодня существуют множество систем сбора статистики и аналитики
- Самые популярные и востребованные
  - Google Analytics
  - Яндекс.Метрика

# Типовой код отслеживания

- Типовой код отслеживания – небольшой фрагмент JavaScript
- Должен быть размещен на всех страницах в разделе HEAD
- Google Analytics:  Может значительно меняться под решение конкретных задач
- Яндекс.Метрика: Код лучше не менять

# Особенности размещения кода отслеживания на сайте

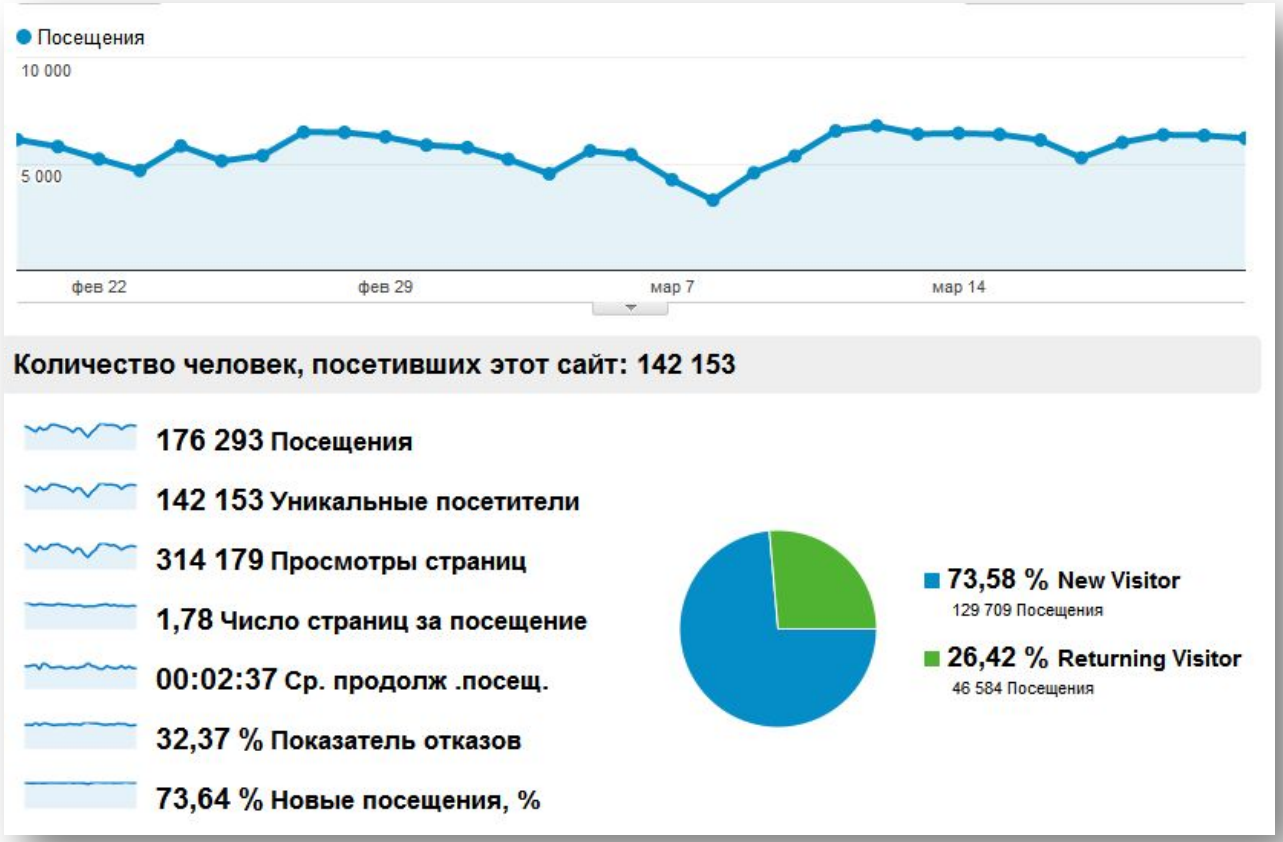
- Желательно разместить ДО любых скриптов на сайте
- Необходимо убедиться в правильности его работы
- Реальная статистика отображается через 3 – 4 часа
- Есть режим реального времени
- Не следует брать с ЧУЖИХ сайтов
- Если что-то в коде JavaScript не ясно, лучше это не использовать
- Самый правильный способ — обратитесь к профессионалам для настройки!

# Метрики оценки эффективности продвижения:

- Метрики — параметры отслеживания и измерения на сайте
  - Посещаемость
  - Отказы
  - Конверсия
  - Доходы

# Посещаемость

- Посещения (визиты, сессии) — количество непрерывных сеансов работы с сайтом



# Отказы

- Процент сеансов, состоящий из просмотра одной страницы к общему числу сеансов
- Стандартно время на странице не учитывается
- Точный показатель отказов учитывает время на странице и требует донастройки кода
- Нормальный точный показатель отказов 15 – 35 %
- Может увеличиваться с ростом посещаемости
- Слабо зависит от временных факторов
- Сильно зависит от источников и каналов перехода

# Показатель отказов

**Количество человек, посетивших этот сайт: 142 153**

**176 293** Посещения

**142 153** Уникальные посетители

**314 179** Просмотры страниц

**1,78** Число страниц за посещение

**00:02:37** Ср. продолж .посещ.

**32,37 %** Показатель отказов

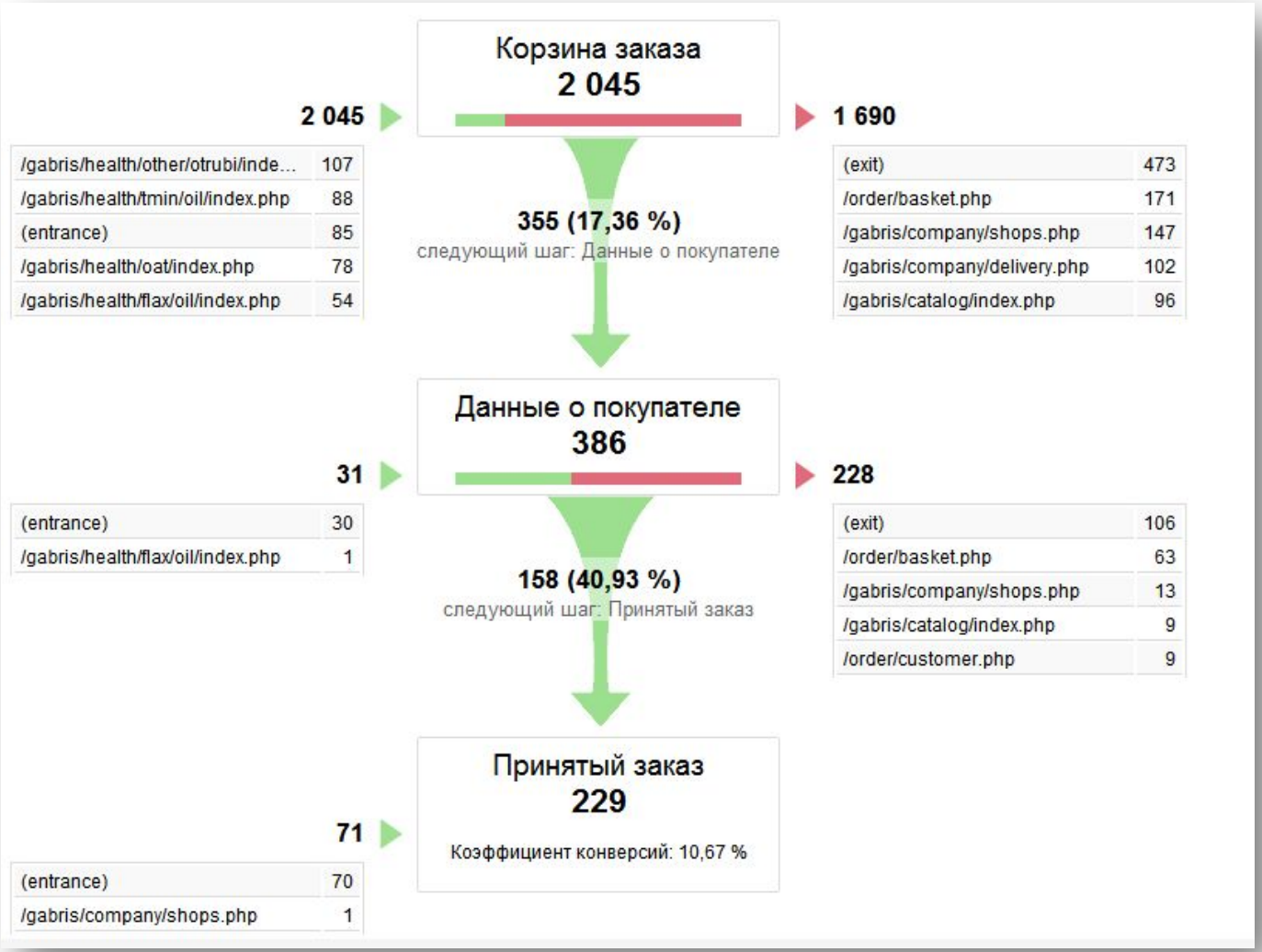
**73,58 %** New Visitor
129 709 Посещения

**26,42 %** Returning Visitor
46 584 Посещения

# Конверсия

- Процент посещений (сессий), в которых было выполнено некое полезное действие к общему числу сессий
- Сильно зависит от правильности выбора целей
- Основной способ измерения эффективности

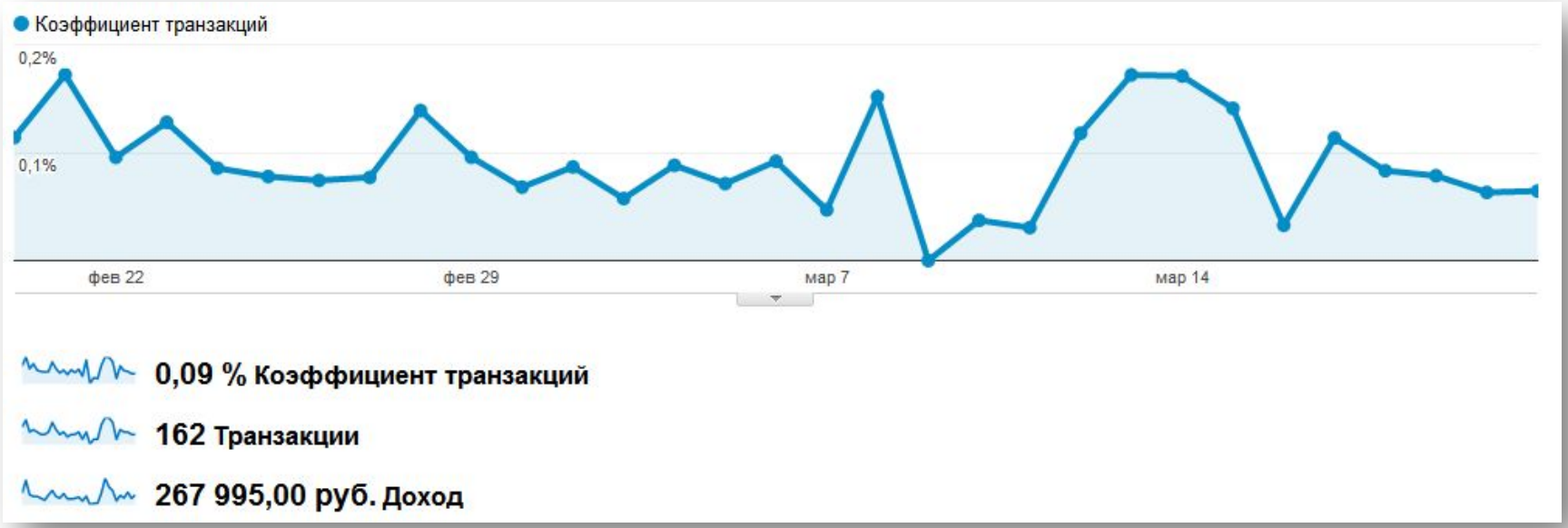
# Последовательность переходов



# Доходы

- Транзакция — как правило, покупка или иной акт, приводящий к получению прибыли
- Может быть измерена ТОЛЬКО в случае известной и зафиксированной цены на момент продажи
- Требует донастройки кода отслеживания
- Очень показательный способ оценки эффективности

# Учет транзакций

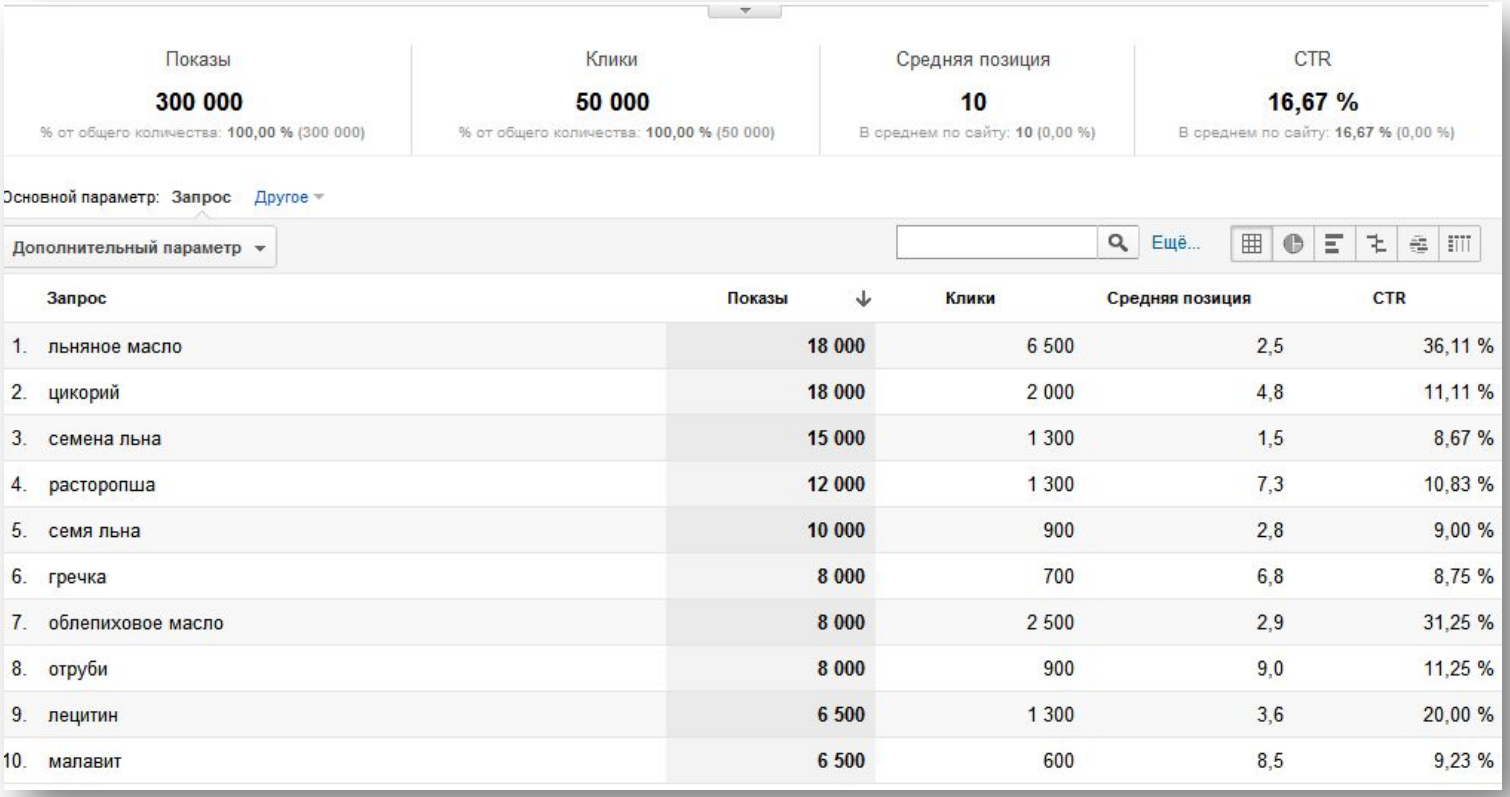


# Особенности настройки целей

- Важно четко определиться с формальными признаками конверсии (целями конверсии)
- Не следует создавать большое число целей (проблема суммирования целей)
- Как правило, цель конверсии — формальный параметр, показывающий заинтересованность клиента (посетителя)
- Следует максимально широко применять цели с последовательностью переходов

# Интеграция GA со статистикой поисковых систем

- Позволяет совместить статистику поисковых систем со статистикой сайта



| Показы | Клики | Средняя позиция | CTR |
|---|---|---|---|
| 300 000 | 50 000 | 10 | 16,67 % |
| % от общего количества: 100,00 % (300 000) | % от общего количества: 100,00 % (50 000) | В среднем по сайту: 10 (0,00 %) | В среднем по сайту: 16,67 % (0,00 %) |

Основной параметр: Запрос Другое

Дополнительный параметр

Ещё...

| | Запрос | Показы ↓ | Клики | Средняя позиция | CTR |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | льняное масло | 18 000 | 6 500 | 2,5 | 36,11 % |
| 2. | цикорий | 18 000 | 2 000 | 4,8 | 11,11 % |
| 3. | семена льна | 15 000 | 1 300 | 1,5 | 8,67 % |
| 4. | расторопша | 12 000 | 1 300 | 7,3 | 10,83 % |
| 5. | семя льна | 10 000 | 900 | 2,8 | 9,00 % |
| 6. | гречка | 8 000 | 700 | 6,8 | 8,75 % |
| 7. | облепиховое масло | 8 000 | 2 500 | 2,9 | 31,25 % |
| 8. | отруби | 8 000 | 900 | 9,0 | 11,25 % |
| 9. | лецитин | 6 500 | 1 300 | 3,6 | 20,00 % |
| 10. | малавит | 6 500 | 600 | 8,5 | 9,23 % |

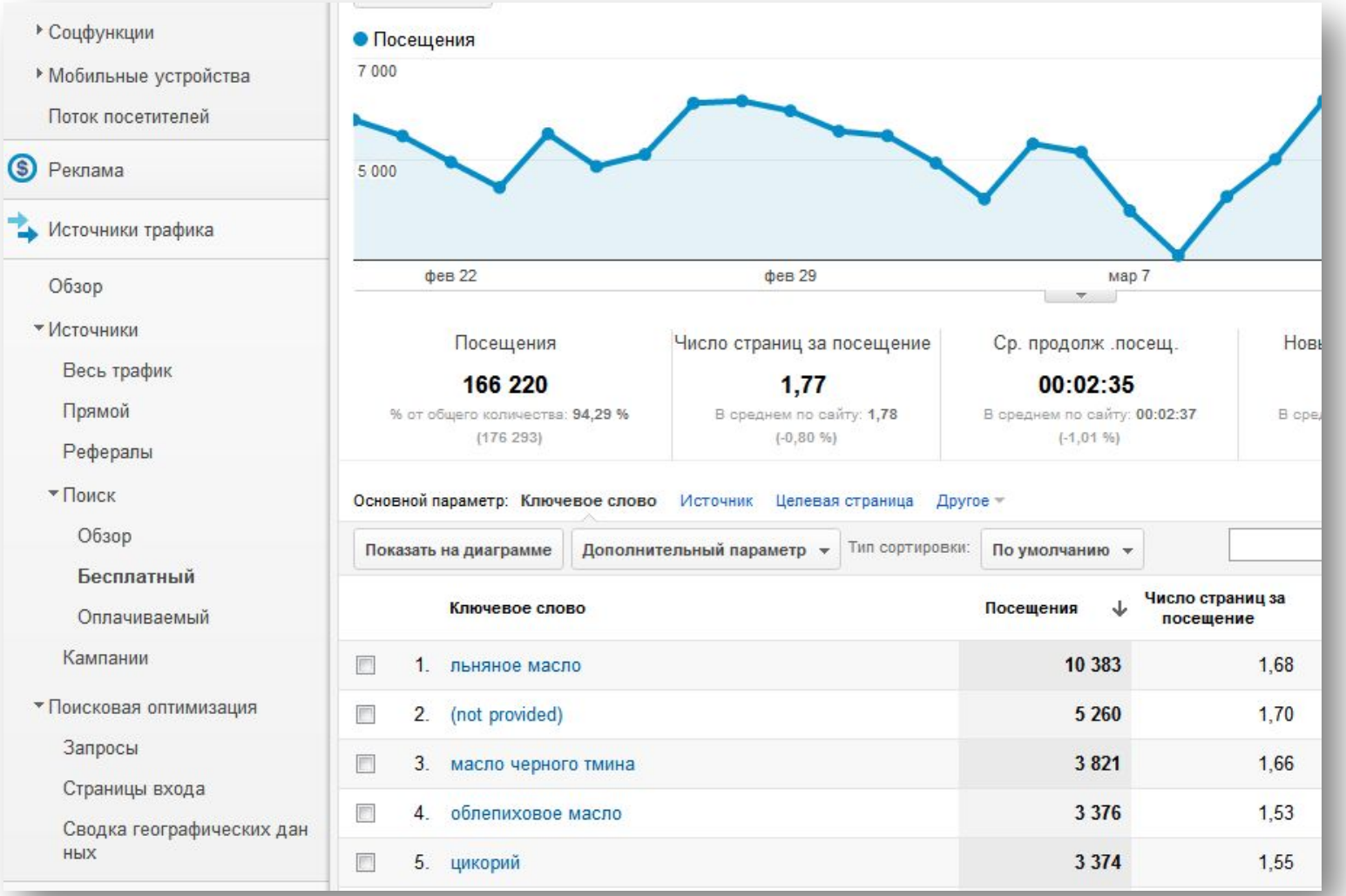
# Основные отчеты по SEO и их интерпретация

- Группа Источники трафика
- Оценка бесплатного поискового трафика (канал organic)
- Сегмент бесплатного поискового трафика
- Оценка источников
- Оценка ключевых слов

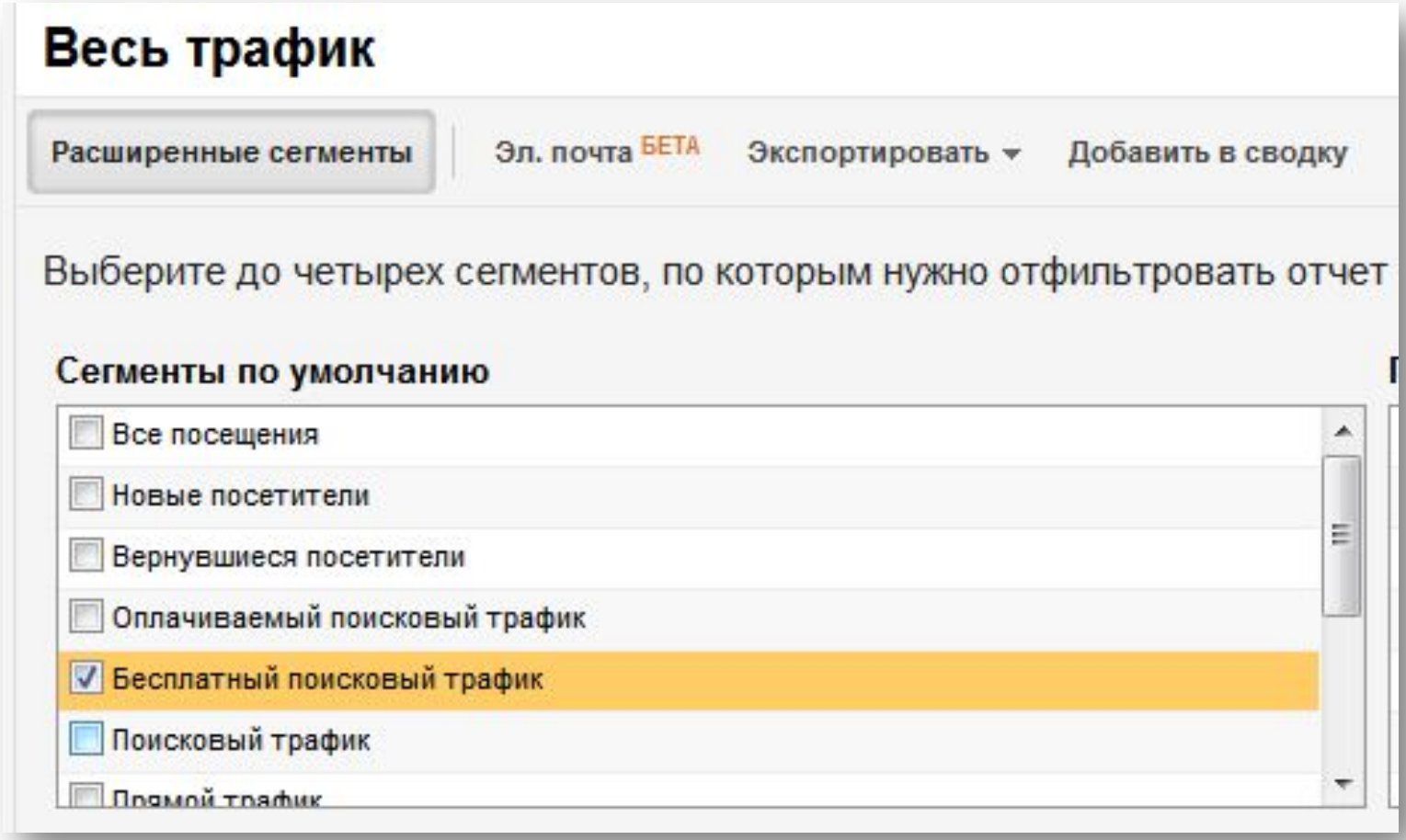
# Группа Источники трафика

| | Источник или канал | Посещения ↓ | Число страниц за посещение | Ср. продолж .посещ. | Новые посещения, % | Показатель отказов |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | google / organic | 81 869 | 1,61 | 00:02:28 | 72,99 % | 58,60 % |
| 2. | yandex / organic | 60 442 | 2,00 | 00:02:36 | 74,11 % | 9,44 % |
| 3. | go.mail.ru / organic | 19 046 | 1,67 | 00:02:47 | 75,62 % | 5,03 % |
| 4. | (direct) / (none) | 7 802 | 1,96 | 00:02:47 | 72,29 % | 23,51 % |
| 5. | rambler / organic | 1 983 | 2,18 | 00:04:06 | 74,18 % | 6,45 % |
| 6. | bing / organic | 1 237 | 1,99 | 00:03:08 | 78,01 % | 4,20 % |
| 7. | vk.com / referral | 375 | 1,43 | 00:03:32 | 61,60 % | 16,53 % |
| 8. | nigma.ru / organic | 324 | 1,57 | 00:05:03 | 60,49 % | 5,86 % |
| 9. | conduit / organic | 224 | 1,96 | 00:03:04 | 78,12 % | 2,23 % |
| 10. | search.qip.ru / organic | 223 | 2,01 | 00:02:10 | 74,89 % | 4,48 % |

# Оценка бесплатного поискового трафика (канал organic)



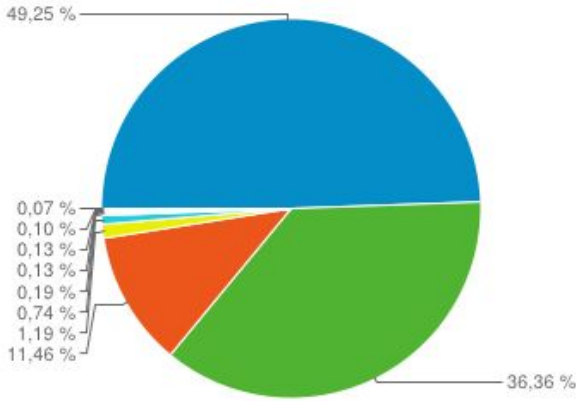
# Сегмент бесплатного поискового трафика



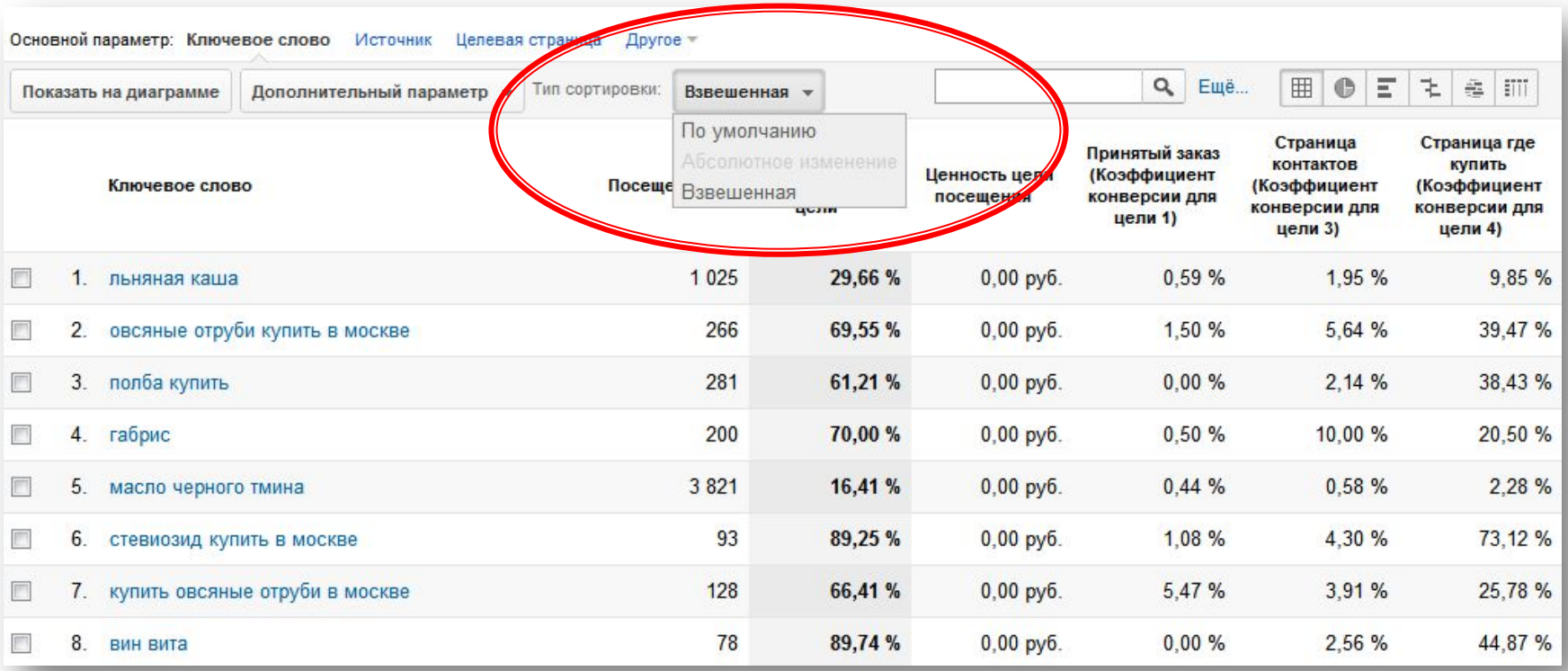
# Оценка источников

| | Источник | Посещения | Посещения |
|---|---|---|---|
| 1. | google | 81 869 | 49,25 % |
| 2. | yandex | 60 442 | 36,36 % |
| 3. | go.mail.ru | 19 046 | 11,46 % |
| 4. | rambler | 1 983 | 1,19 % |
| 5. | bing | 1 237 | 0,74 % |
| 6. | nigma.ru | 324 | 0,19 % |
| 7. | conduit | 224 | 0,13 % |
| 8. | search.qip.ru | 223 | 0,13 % |
| 9. | ask | 171 | 0,10 % |
| 10. | webalta.ru | 121 | 0,07 % |

Распределение данных: Посещения



# Оценка ключевых слов



Основной параметр: Ключевое слово | Источник | Целевая страница | Другое

Показать на диаграмме | Дополнительный параметр | Тип сортировки: Взвешенная | Ещё...

По умолчанию
Абсолютное изменение
Взвешенная

| | Ключевое слово | Посеще | | Ценность цели посещения | Принятый заказ (Коэффициент конверсии для цели 1) | Страница контактов (Коэффициент конверсии для цели 3) | Страница где купить (Коэффициент конверсии для цели 4) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | льняная каша | 1 025 | 29,66 % | 0,00 руб. | 0,59 % | 1,95 % | 9,85 % |
| 2. | овсяные отруби купить в москве | 266 | 69,55 % | 0,00 руб. | 1,50 % | 5,64 % | 39,47 % |
| 3. | полба купить | 281 | 61,21 % | 0,00 руб. | 0,00 % | 2,14 % | 38,43 % |
| 4. | габрис | 200 | 70,00 % | 0,00 руб. | 0,50 % | 10,00 % | 20,50 % |
| 5. | масло черного тмина | 3 821 | 16,41 % | 0,00 руб. | 0,44 % | 0,58 % | 2,28 % |
| 6. | стевиозид купить в москве | 93 | 89,25 % | 0,00 руб. | 1,08 % | 4,30 % | 73,12 % |
| 7. | купить овсяные отруби в москве | 128 | 66,41 % | 0,00 руб. | 5,47 % | 3,91 % | 25,78 % |
| 8. | вин вита | 78 | 89,74 % | 0,00 руб. | 0,00 % | 2,56 % | 44,87 % |

# Выводы

- Важно использовать инструменты аналитики работы сайта
- Самый мощный и функциональный инструмент — Google Analytics
- Необходимо четко определить показатели эффективности
- Регулярная оценка канала organic позволяет отследить эффективность поисковой оптимизации

# С удовольствием отвечу на Ваши вопросы

Иван Никитин

ivan@nikitin.biz

+7 (495) 565-34-88