

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

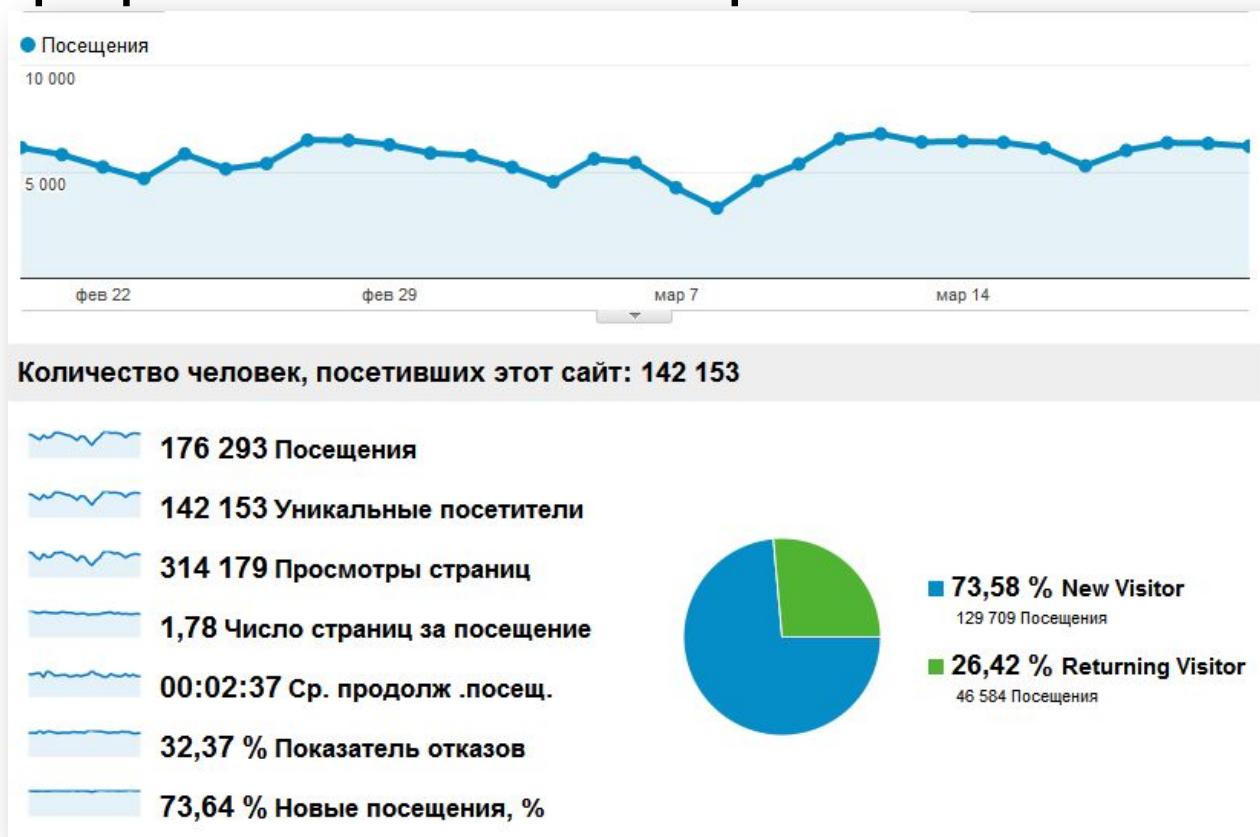
- Желательно разместить ДО любых скриптов на сайте
- Необходимо убедиться в правильности его работы
- Реальная статистика отображается через 3 – 4 часа
- Есть режим реального времени
- Не следует брать с ЧУЖИХ сайтов
- Если что-то в коде JavaScript не ясно, лучше это не использовать
- Самый правильный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

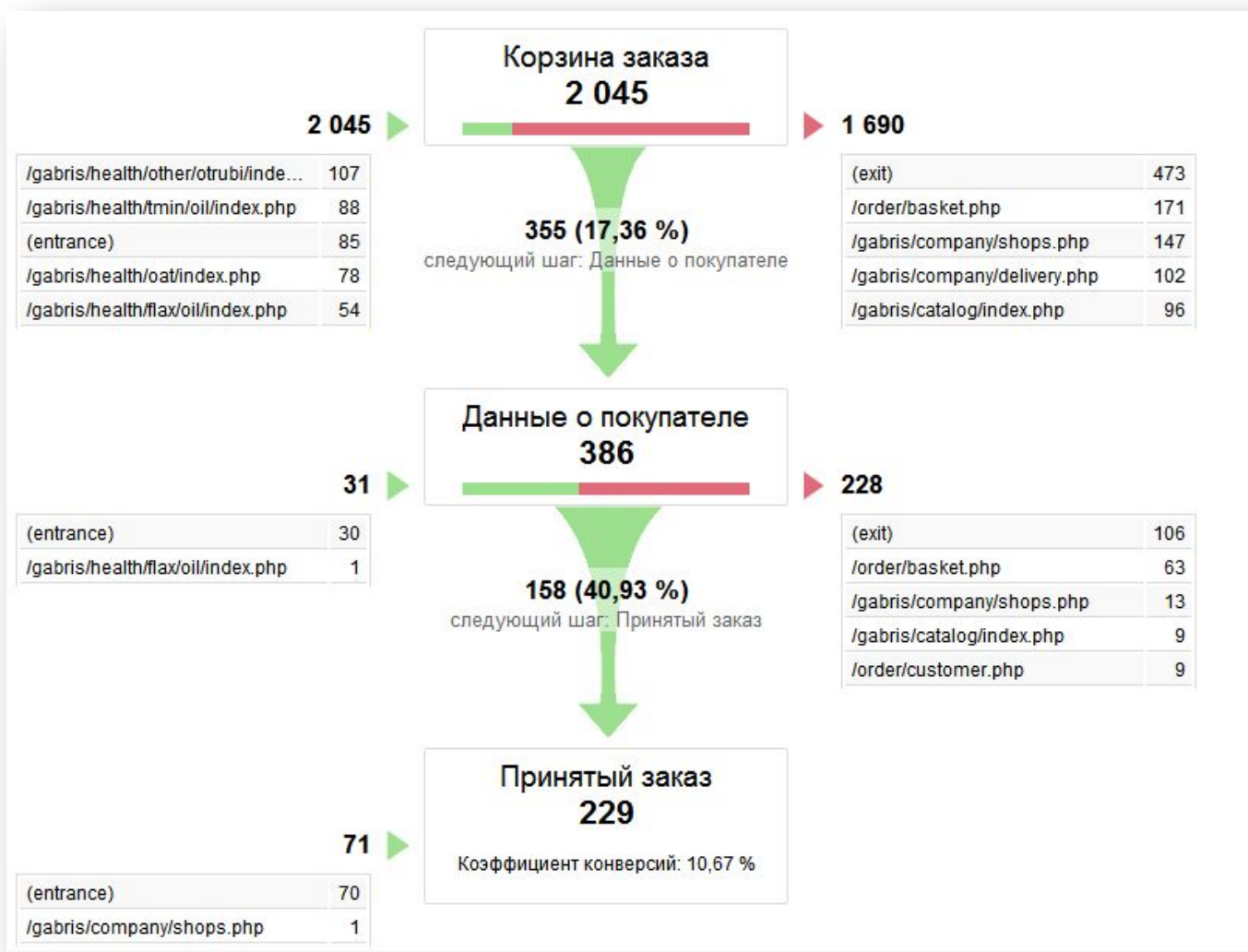


- 73,58 % New Visitor
129 709 Посещения
- 26,42 % Returning Visitor
46 584 Посещения

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

● Коэффициент транзакций



 **0,09 % Коэффициент транзакций**

 **162 Транзакции**

 **267 995,00 руб. Доход**

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 % от общего количества: 100,00 % (300 000)	50 000 % от общего количества: 100,00 % (50 000)	10 В среднем по сайту: 10 (0,00 %)	16,67 % В среднем по сайту: 16,67 % (0,00 %)

Основной параметр: [Запрос](#) [Другое](#) ▾

Дополнительный параметр ▾

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 %

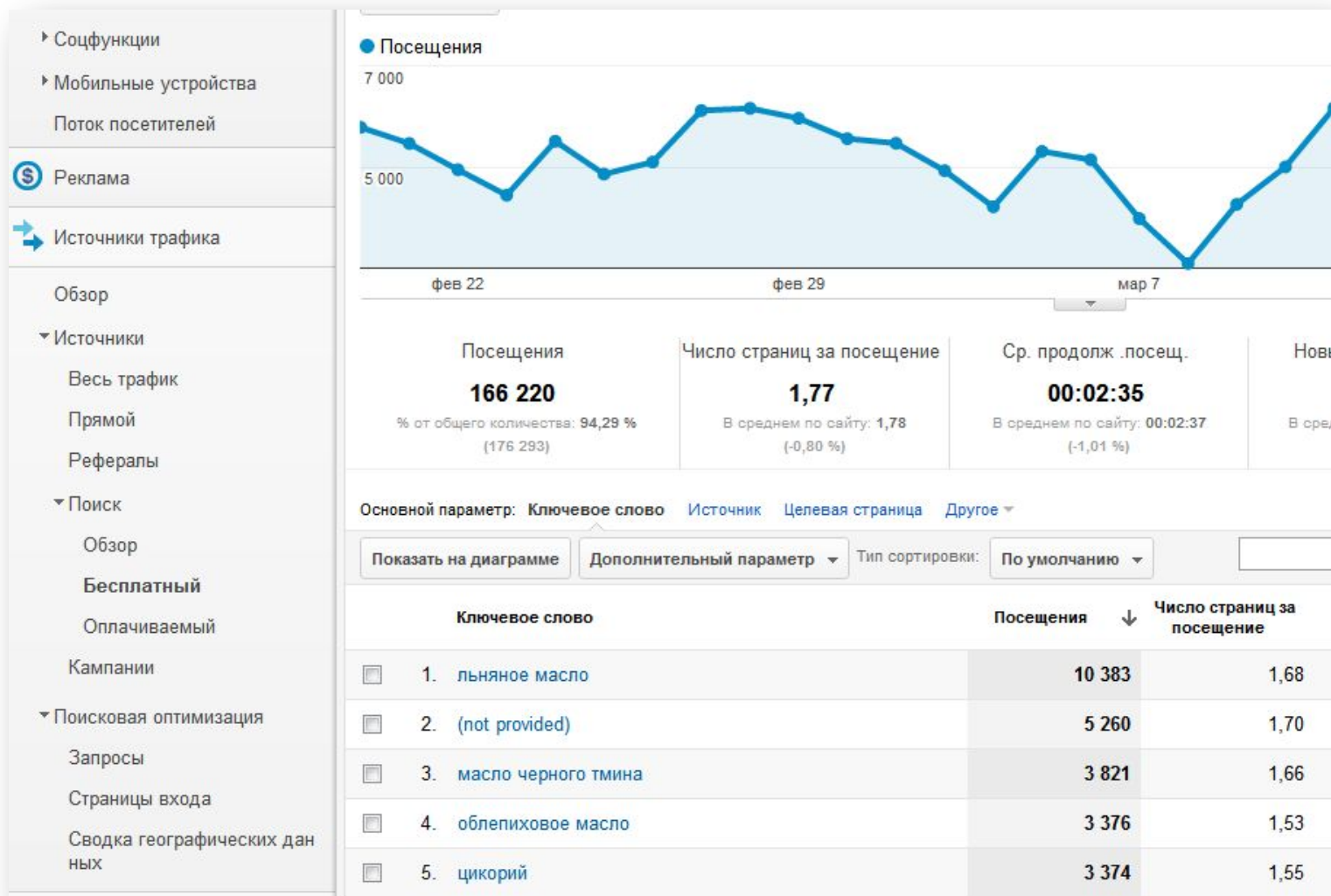
Основные отчеты по SEO и их интерпретация

- 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
<input type="checkbox"/> 1. google / organic	81 869	1,61	00:02:28	72,99 %	58,60 %
<input type="checkbox"/> 2. yandex / organic	60 442	2,00	00:02:36	74,11 %	9,44 %
<input type="checkbox"/> 3. go.mail.ru / organic	19 046	1,67	00:02:47	75,62 %	5,03 %
<input type="checkbox"/> 4. (direct) / (none)	7 802	1,96	00:02:47	72,29 %	23,51 %
<input type="checkbox"/> 5. rambler / organic	1 983	2,18	00:04:06	74,18 %	6,45 %
<input type="checkbox"/> 6. bing / organic	1 237	1,99	00:03:08	78,01 %	4,20 %
<input type="checkbox"/> 7. vk.com / referral	375	1,43	00:03:32	61,60 %	16,53 %
<input type="checkbox"/> 8. nigma.ru / organic	324	1,57	00:05:03	60,49 %	5,86 %
<input type="checkbox"/> 9. conduit / organic	224	1,96	00:03:04	78,12 %	2,23 %
<input type="checkbox"/> 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

Весь трафик

Расширенные сегменты

Эл. почта **БЕТА**

Экспортировать ▾

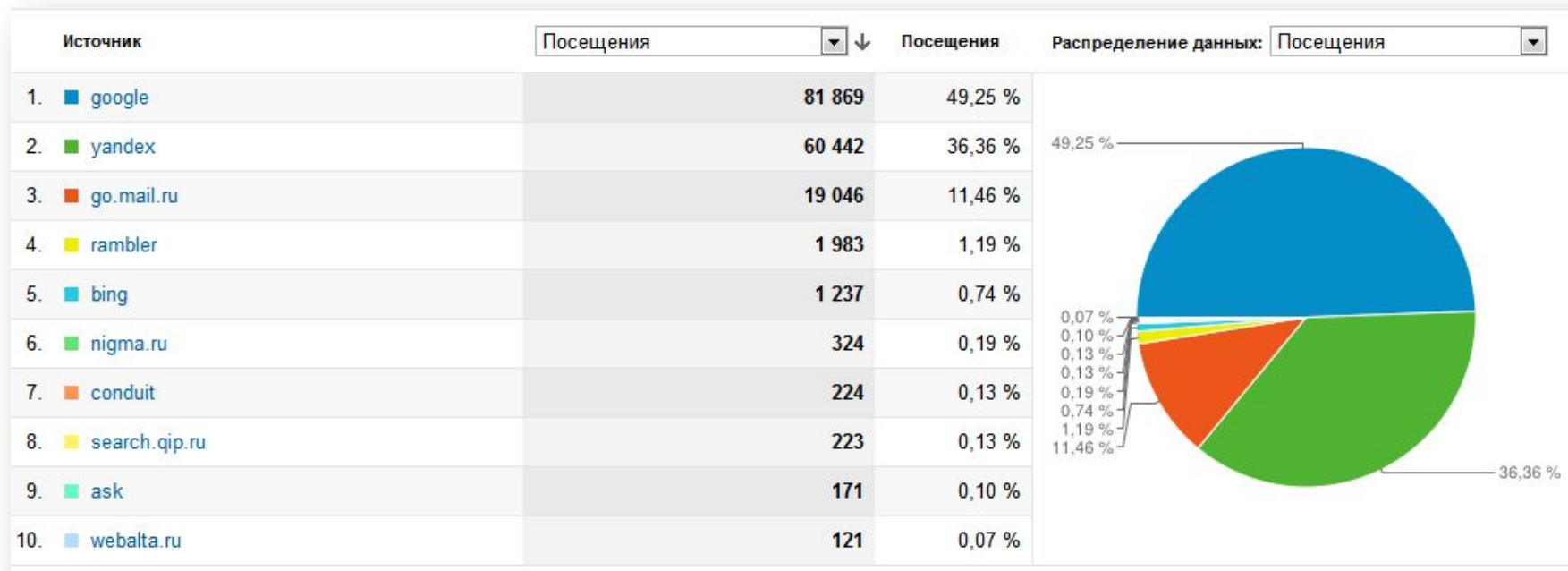
Добавить в сводку

Выберите до четырех сегментов, по которым нужно отфильтровать отчет

Сегменты по умолчанию

- Все посещения
- Новые посетители
- Вернувшиеся посетители
- Оплачиваемый поисковый трафик
- Бесплатный поисковый трафик
- Поисковый трафик
- Прямой трафик

Оценка источников



Оценка ключевых слов

Основной параметр: Ключевое слово Источник Целевая страница Другое ▾

Показать на диаграмме Дополнительный параметр Тип сортировки: Взвешенная ▾ [Поиск] Ещё...

Ключевое слово	Посещение	Цель	Ценность цели посещения	Принятый заказ (Кoeffициент конверсии для цели 1)	Страница контактов (Кoeffициент конверсии для цели 3)	Страница где купить (Кoeffициент конверсии для цели 4)
<input type="checkbox"/> 1. льняная каша	1 025	29,66 %	0,00 руб.	0,59 %	1,95 %	9,85 %
<input type="checkbox"/> 2. овсяные отруби купить в москве	266	69,55 %	0,00 руб.	1,50 %	5,64 %	39,47 %
<input type="checkbox"/> 3. полба купить	281	61,21 %	0,00 руб.	0,00 %	2,14 %	38,43 %
<input type="checkbox"/> 4. габрис	200	70,00 %	0,00 руб.	0,50 %	10,00 %	20,50 %
<input type="checkbox"/> 5. масло черного тмина	3 821	16,41 %	0,00 руб.	0,44 %	0,58 %	2,28 %
<input type="checkbox"/> 6. стевиозид купить в москве	93	89,25 %	0,00 руб.	1,08 %	4,30 %	73,12 %
<input type="checkbox"/> 7. купить овсяные отруби в москве	128	66,41 %	0,00 руб.	5,47 %	3,91 %	25,78 %
<input type="checkbox"/> 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