

www.SEO-Study.ru
+7 (812) 363-16-60

Анализ эффективности интернет-рекламы (Веб-аналитика)

*Алексей Яковлев
руководитель проекта SEO-Study.ru*

www.seo-study.ru
Twitter: www.twitter.com/seostudy

Тел: +7 (812) 363-16-60



Определение веб-аналитики

Веб-аналитика предоставляет возможность анализировать рекламные кампании, оценивать затраты на определенный канал рекламы для того, чтобы расходовать рекламный бюджет наиболее эффективно, анализировать структуру и контент сайта, получать исчерпывающую информацию о посетителях и многое другое.



Основные термины веб-аналитики

Отказы – показатель, который показывает процент посетителей, посетивших только одну страницу сайта, но не перешли на любую другую страницу сайта.

Конверсия - количество посетителей, которые совершили действие, указанное вами в качестве цели. Например, приобрели конкретный товар, заполнили контактную форму или позвонили на телефонный номер, указанный на сайте.

Лог-файлы - файлы, где перечислены все мероприятия, которые произошли на сайте.

Рефералы – Сайты, источники переходов на ваш сайт. Рефералы помогут Вам узнать ссылки на ваш сайт, и путь, с которого вы получаете максимальный трафик.

Cookies - маркеры используются для аутентификации пользователей и сессий

KPI - Ключевые индикаторы эффективности. Определяются пользователем на основании того, что имеет важное значение для успеха рекламной кампании.

Какие показатели нужно анализировать в первую очередь:

- Количество уникальных посетителей в сутки;
- Средний уровень конверсии (продажи, регистрации, скачка файлов и т.п.);
- Наиболее популярная страница сайта;
- Средняя продолжительность пребывания одного посетителя на сайте;
- Как часто посетитель возвращается на сайт;
- Средняя глубина просмотра сайта (сколько страниц просмотрел и в какой очередности);
- География посетителей;
- Количество отказов (какой процент посетителей в течение первых секунд покидает сайт);



Оценив эти факторы, не сложно будет сделать определенные выводы:

- Средняя стоимость покупателя (затраты на одного покупателя);
- Важность конкретной веб-страницы;
- Наиболее выгодные рекламные кампании, проводимые в настоящее время;
- Как пользователи попадают на сайт и что они там делают?
- Какие варианты рекламных объявлений контекстной рекламы, какие баннеры, какие ссылки и т.п. приносят больше продаж?



Устанавливаем цели

- Просмотр онлайн презентации;
- Загрузка прайс-листа;
- Регистрация на сайте;
- Онлайн продажа (транзакция);
- И т.п.





Системы веб-аналитики автоматически подсчитают:

- ❖ 1. Сколько посетителей сайта доходят до Цели;
- ❖ 2. С каких страниц сайта посетители чаще всего приходят к странице «Цели»;
- ❖ 3. Какие рекламные кампании чаще всего приводит пользователя к странице «Цели»;
- ❖ 4. По каким ключевым фразам приходят те посетители, которые доходят до цели.

Методы повышения эффективности интернет-рекламы:

- 1) За счет оптимизации распределения рекламного бюджета;
- 2) За счет оптимизации рекламных кампаний;
- 3) За счет регулярного тестирования и улучшения целевых страниц;
- 4) За счет снижения негативных факторов (кликфрода)



1. Распределение рекламного бюджета



2. Оптимизация рекламных кампаний

Пример отчета

1	Поисковый запрос	Позиция в Яндекс	Количество показов по Яндекс.директ	Показы за 08.09	Клики за 08.09	Уровень конверсии	
						Регистрация на семинар	Покупка видео
3	семинар	4	123305	1828	12	0	0,4
4	онлайн	3	25335418	904	4	0,3	
5	семинары	5	123305	688	20	0,2	0,2
6	бесплатные семинары 2009 москва	1	237	192	14	8,4	7,6
7	семинары по маркетингу	1	372	164	12	7,6	6,4
8	бесплатные семинары	1	3865	136	8	3,4	4,2
9	онлайн семинары	1	510	128	4	9,4	8,3
10	вебинар	2	2064	112	5	1,2	2,4

Откуда берутся эти данные



СТАТИСТИКА КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ

[Помощь](#)[Статистика посещений](#)[Яндекс.Интересы](#)

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по неделям](#)

Ключевые слова
и словосочетания

Регионы:
[уточнить регион?](#)

Обновлено: 24/09/2009

Что искали со словом «**семинары**» — 178447 показа в месяц.

Что еще искали люди, искавшие «**семинары**»:

Слова	Показов в месяц
семинары	178447
семинар 2009	13126
семинары тренинги	6530
семинары жж	6526
бесплатные семинары	5248
темы семинаров	5137
семинары +в москве	4624
курсы семинары	3806
скачать семинары	3764
семинары петербург	3607

Слова	Показов в месяц
курсы	2834170
обучение	1447742
тренинги	185527
курсы повышения квалификации	47813
повышение квалификации	132532
переподготовка	40155
профессиональная переподготовка	10334
компьютерные курсы	29991
курсы бухгалтеров	20486
мигку	3177

Сервис по подбору ключевых фраз <http://wordstat.yandex.ru>

Откуда берутся эти данные

Яндекс

вебмастер

[Помощь](#) |

[Мои сайты](#) / [www.onlinesem.ru](#) ▾ / [Запросы](#)

Популярные запросы

[История запроса](#)

Популярные запросы

Информация о поисковых запросах в период

Запросы, по которым сайт наиболее часто **показывался** в результатах поиска.



Запрос	Показы	Позиция
семинар	478	7
онлайн	292	34
семинары	195	5
семенар	86	7
бесплатное видео	61	84
бесплатные семинары	53	2
скачать видео бесплатно	47	39
бесплатные семинары 2009	42	1
вебинар	40	20
бесплатное	37	15
онлайн семинары	32	2
www.google.ru	30	21
семинары по маркетингу	29	2
гугл карты онлайн	28	7
интернет-маркетинг	26	29
семинары в москве 2009	25	2
карты google онлайн	25	4
ctybyfh	24	7
--	--	--

Запросы, по которым на сайт наиболее часто **переходили** из результатов поиска.



Запрос	Клики	Позиция
семинары по маркетингу	8	2
бесплатные семинары 2009 м	7	1
бесплатные семинары	5	2
onlinesem	3	1
семинар по интернет-маркет	3	1
бесплатный интернет семина	3	1
семинары	3	5
семинар №14 по интернет-м	3	3
онлайн семинары	3	2
семенары	3	2
вебинар google	3	2
интернет семинар	2	2
семинары по маркетингу в мс	2	2
вебинар	2	20
семинары google	2	2
семинар по маркетингу беспл	2	1
бесплатная интернет реклам	2	3
семинары в москве 2009	2	2
-	-	-

Сервис Яндекса для веб-мастеров <http://webmaster.yandex.ru>

Уровень конверсии

Использование сайта		Достигнутые переходы		
Посещения 420 % общей суммы, полученной на сайте: 11,64 %	?	Цель 1: Регистрация 11,67 % Средн. по сайту: 13,67 % (-14,64 %)	?	Цель 2: Покупка видео 1,90 % Средн. по сайту: 0,53 % (261,60 %)
Размеры: <input type="text" value="Ключевое слово"/>		Посещения ↓	Регистрация	
1.	семинары	25	0,00 %	
2.	бесплатные семинары	16	12,50 %	
3.	бесплатные семинары в москве	15	26,67 %	
4.	бесплатный семинар	13	0,00 %	
5.	онлайн семинар	12	16,67 %	
6.	seo семинар	11	9,09 %	
7.	онлайн семинары	11	9,09 %	
8.	семинары по seo	10	0,00 %	
9.	семинары по маркетингу	10	30,00 %	
10.	бесплатные семинары по маркетингу	9	0,00 %	

Пример сайта
SEMonline.ru

It is more than consultancy

3. За счет регулярного тестирования и улучшения целевых страниц

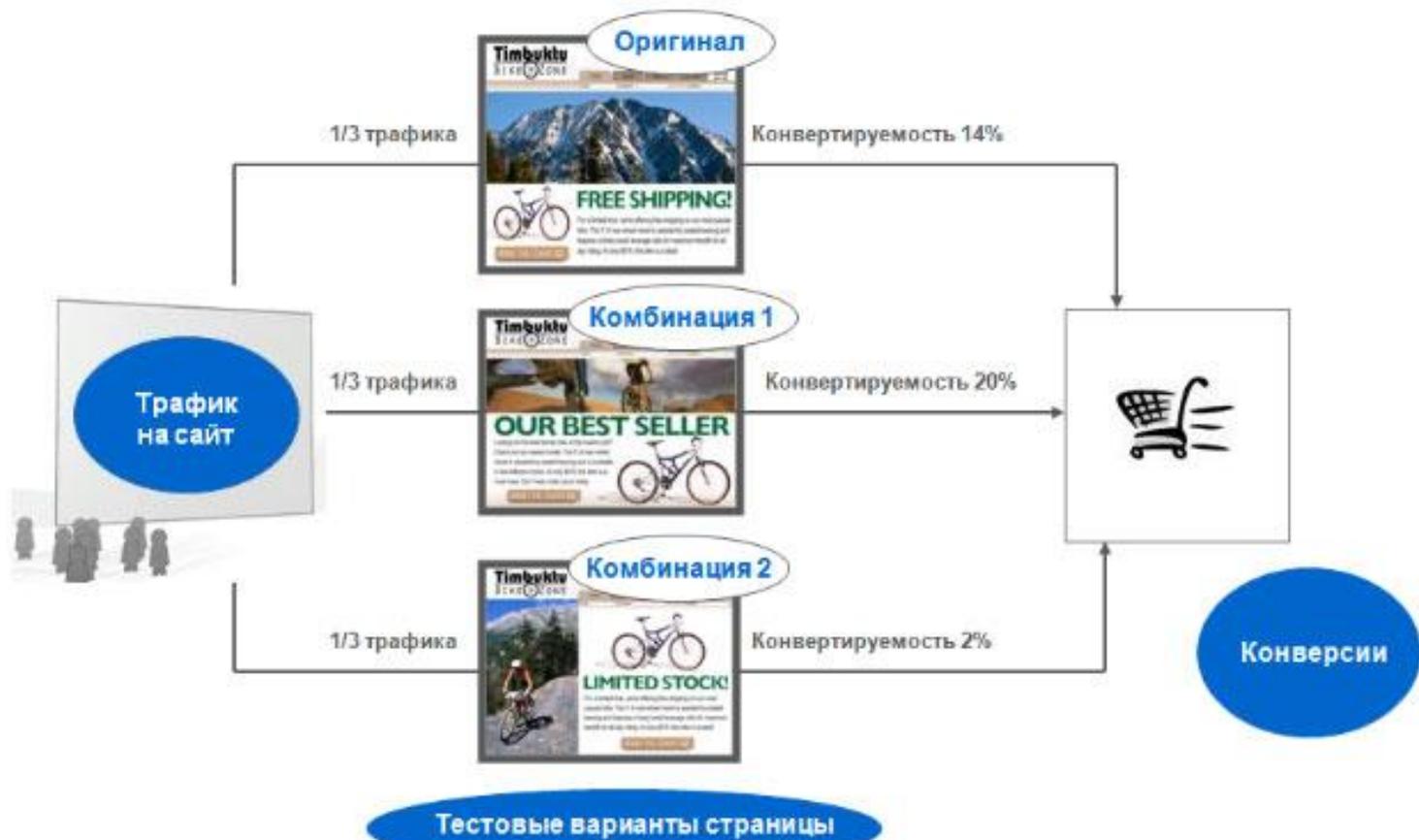


- Текст
- Кнопки
- Навигация
- Изображения
- И т.п.



За счет регулярного тестирования и улучшения целевых страниц

Как это работает?



Как это работает?



Google Website Optimizer

Пример эксперимента от компании Google

Гипотеза №1:
Лучше рассказывать о преимуществах продукта, чем о функциональности

Гипотеза №2:
На ссылки больше кликают, чем на кнопки

Гипотеза №3:
Если у продукта красивый интерфейс, его нужно показать

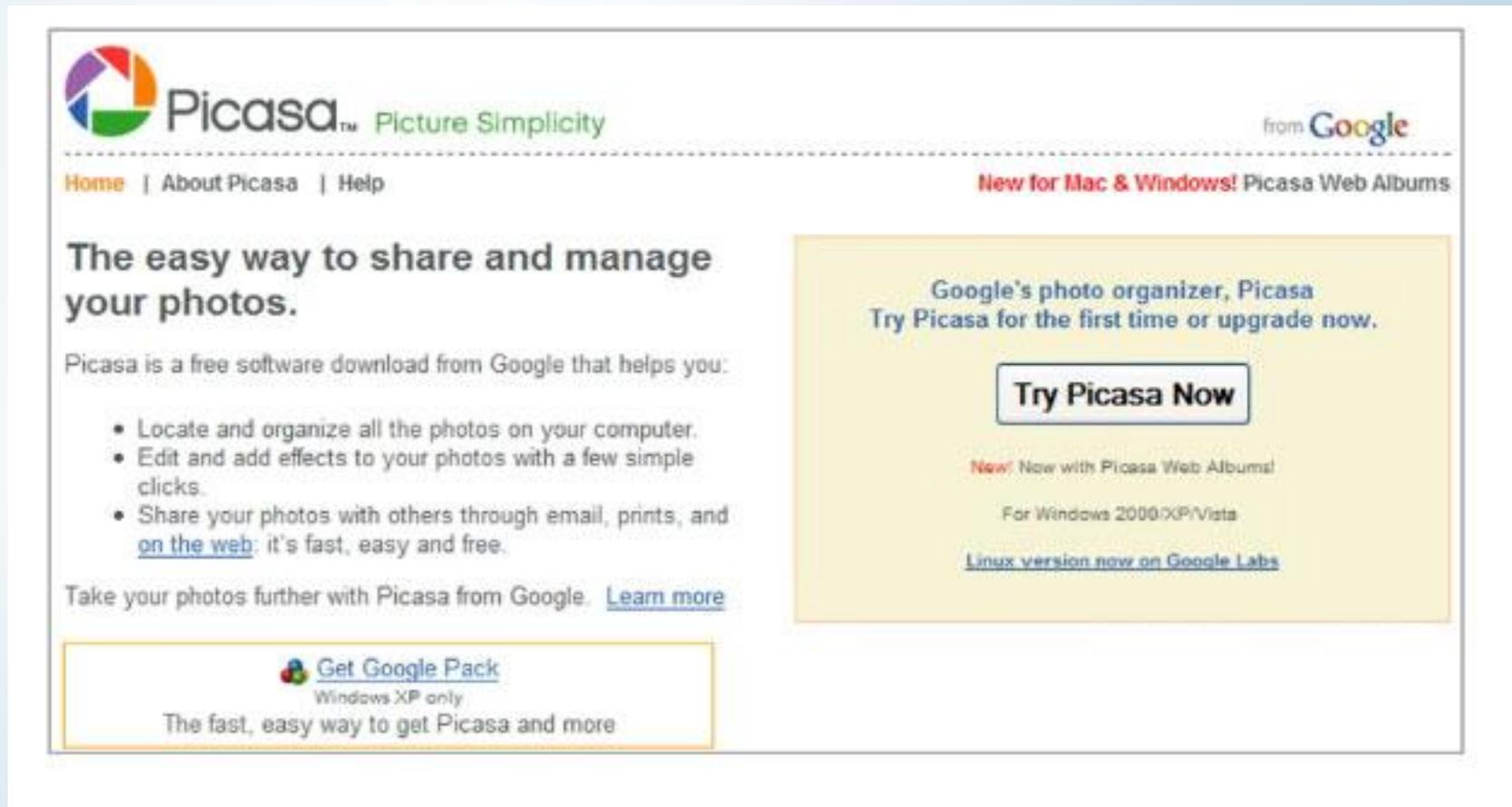
The screenshot shows the Picasa website with the following content:

- Navigation: Home | Picasa | Help
- Header: **Find, organize and share your photos.**
- Text: Picasa is a free software download from Google that helps you:
- List:
 - Locate and organize all the photos on your computer.
 - Edit and add effects to your photos with a few simple clicks.
 - Share your photos with others through email, prints, and on the web: it's fast, easy and free.
- Text: Take your photos further with Picasa from Google. [Learn more](#)
- Button: **Get Google Pack** (Windows XP only) - The fast, easy way to get Picasa and more
- Text: **Free Download** (Now with Picasa Web Albums) - For Windows 2000/XP/Vista - Linux version now on Google Labs
- Image: A screenshot of the Picasa software interface showing a photo gallery and a large photo of a garden.



Google Website Optimizer

Пример эксперимента от компании Google



The screenshot shows the Picasa website homepage. At the top left is the Picasa logo with the tagline "Picture Simplicity". To the right, it says "from Google". Below the logo are navigation links: "Home | About Picasa | Help". On the right side, there is a red banner that says "New for Mac & Windows! Picasa Web Albums". The main heading reads "The easy way to share and manage your photos." Below this, it states "Picasa is a free software download from Google that helps you:" followed by a bulleted list of features: "Locate and organize all the photos on your computer.", "Edit and add effects to your photos with a few simple clicks.", and "Share your photos with others through email, prints, and on the web: it's fast, easy and free." Below the list is a link "Learn more". On the right side, there is a yellow call-to-action box with the text "Google's photo organizer, Picasa Try Picasa for the first time or upgrade now." and a large button that says "Try Picasa Now". Below the button, it says "New! Now with Picasa Web Albums!" and "For Windows 2000/XP/Vista". At the bottom of the call-to-action box, there is a link "Linux version now on Google Labs". At the bottom left of the page, there is a box for "Get Google Pack" with the text "Windows XP only" and "The fast, easy way to get Picasa and more".

Picasa™ Picture Simplicity

from **Google**

[Home](#) | [About Picasa](#) | [Help](#)

New for Mac & Windows! Picasa Web Albums

The easy way to share and manage your photos.

Picasa is a free software download from Google that helps you:

- Locate and organize all the photos on your computer.
- Edit and add effects to your photos with a few simple clicks.
- Share your photos with others through email, prints, and [on the web](#): it's fast, easy and free.

Take your photos further with Picasa from Google. [Learn more](#)

Try Picasa Now

New! Now with Picasa Web Albums!

For Windows 2000/XP/Vista

[Linux version now on Google Labs](#)

Get Google Pack
Windows XP only
The fast, easy way to get Picasa and more

Финальные советы по тестированию

1. Тестируйте небольшое количество вариантов

- Для надежности данных нужно около 100 конверсий на комбинацию
- Комбинация = произведений количества вариантов для каждого раздела
- Чем больше комбинаций, тем больше нужно конверсий, тем длительнее эксперимент

2. Тестируйте значительные изменения

- Если ваши знакомые не видят разницу между комбинациями в течение 5-10 секунд, среднестатистический пользователь, скорее всего, тоже ее не увидит

3. Правильно выбирайте целевую страницу

- Если специфика бизнеса не позволяет набрать 100 конверсий на комбинацию, попробуйте сделать более частые действия своей целевой страницей, например, запрос информации, просмотр описания, прайс-листа и т.п

4. Не спешите с выводами

- смотрите на абсолютное количество конверсий
- 100 конверсий на комбинацию - это может занять пару недель





4. За счет снижения негативных факторов (кликфрод)

Определение кликфрода от Яндекс

Кликфрод - это все клики, имеющие единственной целью повлиять на статистические показатели рекламной кампании. Они могут осуществляться партнерами Директа (для увеличения заработка), конкурентами рекламодателя (для слива впустую его рекламного бюджета) и самим рекламодателем (для улучшения CTR). Они могут осуществляться скриптами с одного компьютера, одним или многими живыми пользователями, отработывающими определенное задание или сетью компьютеров, зараженных соответствующими вредоносными программами.

Евгений Ломизе, руководитель отдела рекламных технологий



Кликфрода в Рунете нет

Полная версия этой страницы: [Предлагаю взаимоклики](#)

[Помощь](#) - [Поиск](#)

[WmForum.net.ru - форум с оплатой за сообщения](#) > [Заработок в интернете](#) > [Оплата разных действий](#) > [Оплата за клики](#)

screen

Ну,ничего нового я вам не скажу.Вот действия которые нужно сделать:

- 1) заходим на http://screen*ucoz*ru/gb/ (звездочки убрать)
- 2) Находим рекламу от Гюогла и кликаем по ней и (!)делаем несколько переходов на сайте рекламодателя(!)
- 3)оставляем здесь(ИП,название ссылки,на которую вы кликали,куда кликнуть) ну и в принципе все...

П.С. Желательно кликать на английскую рекламу.

П.П.С КТО УЖЕ КЛИКАЛ ЗДЕСЬ СЕГОДНЯ ПОВТОРНО НЕ КЛИКАТЬ!!!!!!!

Бандос

IP 77.247.17.61

время поста

1й сайт в подписи клик по так ру

гон67

22-35 m

77.222.128.XXX

клик по ссылке от Google с 2 переходами

bankport*blogspot.com (вместо * ставь точку)

Источник:

<http://wmforum.net.ru/lofiversion/index.php/t40528.html>





Методы обнаружения кликфрода:

- Аномальное число кликов с одного IP-адреса
- Резкое увеличение показов, не порождаемых кликами по рекламному объявлению
- Резкое увеличение количества кликов и показов рекламы на партнерских сайтах
- Большое число кликов, приходящих из стран за пределами вашей обычной рыночной области



Методы защиты от кликфрода:

- Отслеживание кликов с одновременным учетом всех провайдеров (таким образом можно блокировать показ объявлений тем, кто на них уже кликал в других системах контекстной рекламы);
- Блокирование окончательных переходов и показов;
- Сортировка и идентификация каждого посетителя по IP;
 - Быстрое генерирование отчетов, которые можно предоставить в качестве доказательства мошенничества;
- Показ предупреждающего сообщения, которое может

Функция *Fraud Alerts*

Показать уведомления:

Когда пользователь совершает клики в течение 24 часов.

Заголовок уведомления:

Название уведомления:

Подозрительные действия:

seconds.

Текст уведомления:

Ваш IP заподозрен в мошеннических действиях.
Просим прекратить многократно кликать по
нашим рекламным объявлениям.

Если вам необходима информация с нашего
сайта, пожалуйста, зайдите на сайт напрямую.

Адрес нашего сайта <http://www.seo-study.ru>

Спасибо.)

Статус уведомления:

Наиболее интересные системы веб-аналитики. Российские системы веб-аналитики

Яндекс.Метрика <http://metrika.yandex.ru>

Западные системы веб-аналитики

Google Analytics <http://analytics.google.com/>

Urchin Software <http://www.urchin.com>

Microsoft adCenter Analytics beta (Microsoft Gatineau)
<http://adcenter/microsoft.com>

Omniure SiteCatalyst <http://www.omniure.com>

ClickTracks Optimizer <http://clicktracks.com/>

ClickTale - видео запись действий посетителя сайта
<http://clicktale.com>

CrazyEgg (карта кликов) <http://www.crazyegg.com/>



Яндекс.Метрика

Яндекс

[Директ](#) [Маркет](#) [Баян](#) [РСЯ](#) **Метрика** [Статистика](#) [Деньги](#) [ещё](#) ▼

метрика бета

Метрика

логин

пароль

запомнить меня

Войти

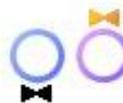
[Забыли пароль?](#)

[Зарегистрироваться](#)

Яндекс.Метрика — бесплатный инструмент для оценки посещаемости сайта, анализа поведения пользователей и эффективности рекламных усилий.



Актуальные данные за текущий день



Отчеты по демографии



Задание до десяти целей



Подсчёт трафика с рекламных систем



Карта переходов по сайту



Мониторинг и sms-уведомления

В Яндекс-метрике отслеживается

- глубина просмотра страниц сайта
- уровень конверсии
- демография и география пользователей
- стоимость конверсии

Возможные варианты целей в Я-метрике:

- Просмотр определённого количества страниц сайта (например, более 5)
- Просмотр заданной страницы сайта (например, contacts.html)
- страница подтверждения заказа (например, для интернет-магазина)
- страница завершения регистрации на сайте (например, для форума)
- страница подтверждения добавления адреса e-mail в подписку на рассылку
- Загрузка файлов (например, нажатие на ссылку "Загрузить прайс-лист")
- Нажатие посетителя на какую-либо ссылку или кнопку на сайте



Демография пользователей

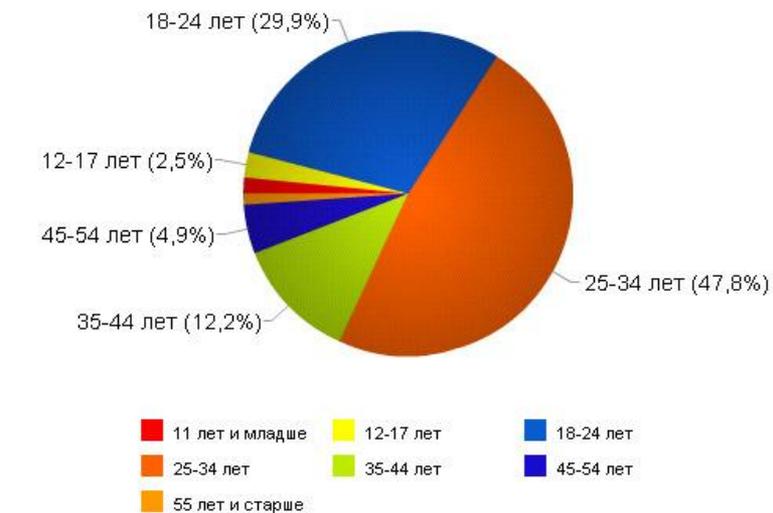
Пол

Яндекс



Возраст

Яндекс



Показывать данные по



Конструктор отчетов

Построить отчет по: [?](#)

IP адресу посетителя ▾ ▼ ▲ - +

Посчитать: [?](#)

идентификатор посетителя ▾	количество различных ▾	▼	▲	-	+
количество визитов ▾		▼	▲	-	+
количество просмотров ▾	сумма ▾	▼	▲	-	+
отказ ▾	среднее ▾	▼	▲	-	+
продолжительность визита ▾	среднее ▾	▼	▲	-	+

При условиях: [?](#)

Выберите показатель ▾ Выберите отношение ▾ ▼ ▲ - +

Показать диаграмму: [?](#)

Не выбрана ▾



CrazyEgg (карта кликов)

The image shows a screenshot of the SEO Study.ru website with a heatmap overlay from CrazyEgg. The heatmap highlights several key areas of user interaction:

- Header:** The logo and the main navigation menu.
- Hero Section:** The text "ЗДЕСЬ НАЧИНАЕТСЯ ОПТИМИЗАЦИЯ" and the "ДУСТАНЦИОННЫЕ КУРСЫ" section.
- Left Sidebar:** The "КУБНИК-РУБИК" section, specifically the "ОБУЧЕНИЕ ПРОГРАММА КУРСА" button and the "СКИДКА 20% НА PROMOSOFT" banner.
- Center:** The "КАК ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ" section, with a heatmap showing high click density on the "ГЛАВНАЯ" link.
- Right Column:** The "SEO БЕСЕДКА" section, with a heatmap showing high click density on the "Заканчивается регистрация на 11-й Российский Интернет Форум (РИФ-2007)" headline.

Практика работы с Google Analytics



Google Analytics позволяет получить ответы

- Как пользователи попадают на сайт и что они там делают?
- Какие варианты рекламных объявлений контекстной рекламы, какие баннеры, какие ссылки и т.п. приносят больше продаж?
- Кроме того, в Google Analytics вы можете определить рентабельность инвестиций (ROI) вашей маркетинговой кампании, включая:
 - SEO и контекстную рекламу;
 - Баннеры;
 - Ссылки на партнерских сайтах;
 - Бюллетени, рассылаемые по электронной почте;
 - Оффлайн-рекламу, например, рекламу в журналах или на ТВ.



Преимущества Google Analytics

- Абсолютно бесплатная;
- Хорошо работает с русским языком;
- Автоматическая интеграция с системой контекстной рекламы Google AdWords (возможность интеграции с системами Яндекс.Директ, Бегун и другими системами вручную);
- Хороший набор стандартных отчетов;
- Возможность создания пользовательских отчетов;
- Легко изолировать платный трафик (контекстная реклама) от натурального (SEO);
- Возможны отчеты по каждому ключевому слову;
- Предоставляется как онлайн-сервис. Нет необходимости беспокоиться о сохранности базы данных.



Недостатки Google Analytics

- Ограничение по глубине доступа к данным (нет возможности отследить каждый конкретный визит или каждый конкретный клик);
- Информация, собираемая Google Analytics, принадлежит не пользователю, а Google.



Настройка Google Analytics

1. Установка кода отслеживания (На все страницы сайта!)

Google Analytics: инструкции по отслеживанию

Общая информация > Контактная информация > Принять условия пользовательского соглашения > [Добавить отслеживание](#)

Стандартный

Дополнительно

Пользовательский

1 Что вы отслеживаете?

Один домен (по умолчанию)

Домен: `www.seo-study.ru`

Один домен с несколькими субдоменами

Несколько доменов верхнего уровня

Я хочу отслеживать кампании AdWords

2 Вставьте этот код на свой сайт

Скопируйте приведенный ниже код и вставьте его на каждую страницу, которую требуется отслеживать, непосредственно перед тегом `</body>`. [Подробнее](#)

```
<script type="text/javascript">
var gaJsHost = (("https:" == document.location.protocol)
? document.location.protocol + "www.google-analytics.com/"
: "www.google-analytics.com/");
document.write(unescape("%3Cscript src='" + gaJsHost + "analytics.js'>
</script>
<script type="text/javascript">
try {
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-12508193-1");
pageTracker._trackPageview();
} catch(err) {}</script>
```



Настройка Google Analytics

2. Установка целей

Цели

Вы можете создать в этом профиле до 20 целей конверсии. [Подробнее.](#)

Цели (набор 1)	+ Добавить цель (Доступных целей: 1)
Запись на курсы	Изменить
seo курс	Изменить
ppc курс	Изменить
Корпоративный семинар	Изменить
Цели (набор 2)	+ Добавить цель (Доступных целей: 4)
Комплексные услуги	Изменить
Цели (набор 3)	+ Добавить цель (Доступных целей: 2)
Переход на страницу семинаров	Изменить
Страница Курсов	Изменить
Страницы Книги	Изменить
Цели (набор 4)	+ Добавить цель (Доступных целей: 3)
Длительность пребывания	Изменить
Просмотрел страниц более	Изменить

Настройка Google Analytics

3. Установка фильтров

Диспетчер фильтров

Фильтры позволяют управлять данными, поступающими в ваш аккаунт. Вы можете отфильтровывать определенные IP-адреса, включать трафик только с субдомена или подкаталога, а также создавать пользовательские фильтры для расширенных требований. [Подробнее](#).

Существующие фильтры		+ Добавить фильтр		
«Пред. 1 - 10 / 15 След.»		Показать <input type="text" value="10"/>	Поиск <input type="text"/>	
Имя фильтра	Тип фильтра	Настройки	Удалить	
1. analytics клиенты	Исключить	Изменить	Удалить	
2. Images.Yandex.ru	Включить	Изменить	Удалить	
3. IP	Исключить	Изменить	Удалить	
4. only direct	Включить	Изменить	Удалить	
5. order	Включить	Изменить	Удалить	
6. Organic	Включить	Изменить	Удалить	
7. prc клиенты	Включить	Изменить	Удалить	
8. seo клиенты	Включить	Изменить	Удалить	
9. SERP 2	Включить	Изменить	Удалить	
10. Отслеживание ранжирования	Дополнительно	Изменить	Удалить	

Настройка Google Analytics

4. Настройка автоматической отправки отчетов

Настройка электронной почты
[Назад к отчету](#)

Отправить другим:
 (Разделите несколько адресов запятыми)

Отправить мне

Тема:

Описание:

Формат:
 PDF
 CSV
 XML
 TSV

Проверка слова: Введите символы, представленные на картинке ниже.





Google Analytics распознает

- AOL
- About
- Alice
- Allteweb
- AltaVista
- Ask
- Baidu
- CNN
- Clubinternet
- Gigablast
- Google
- Google.interia
- Live
- LookSmart
- Szukacz
- Lycos
- MSN
- Mama
- Mamma
- Najdu
- Netscape
- Onet
- Pchome
- Search
- Seznam
- Voila
- Wp
- Yahoo!
- Yam
- Yandex



Добавление других поисковых систем

Для того чтобы Google начал воспринимать другие системы поисковыми системами необходимо в код (GATC) своего счётчика добавить следующие строчки:

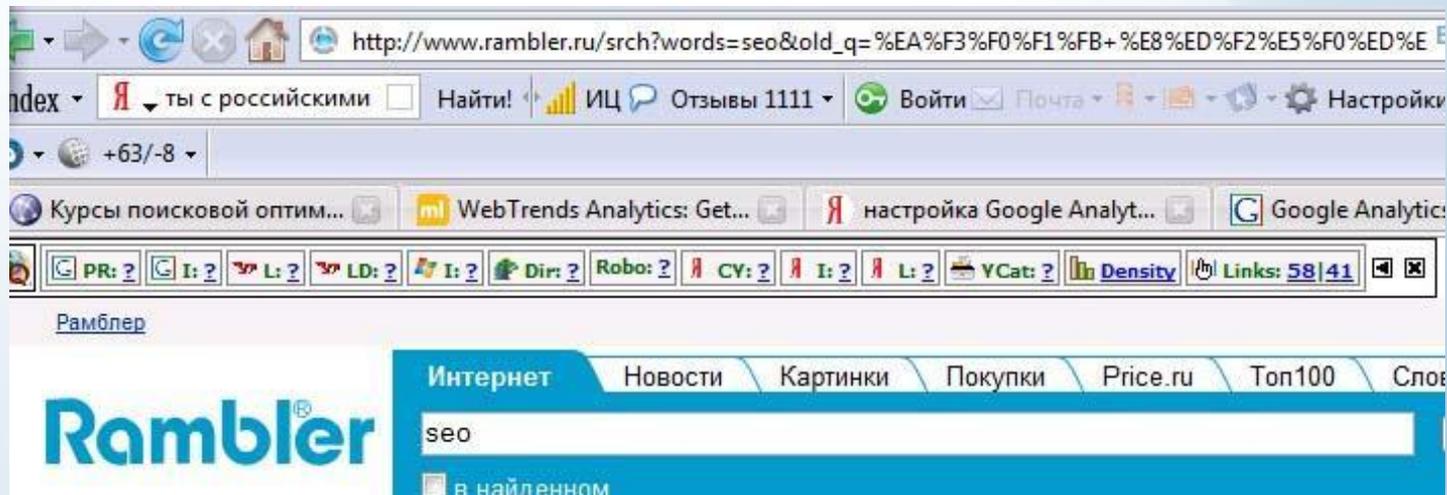
```
pageTracker._addOrganic("name_of_searchengine","q_var");
```

Значение для "name_of_searchengine" должно соответствовать названию поисковой системы, а значение для "q_var" - переменной запроса, содержащей ключевое слово (замените *name_of_searchengine* и *q_var* в примере выше).



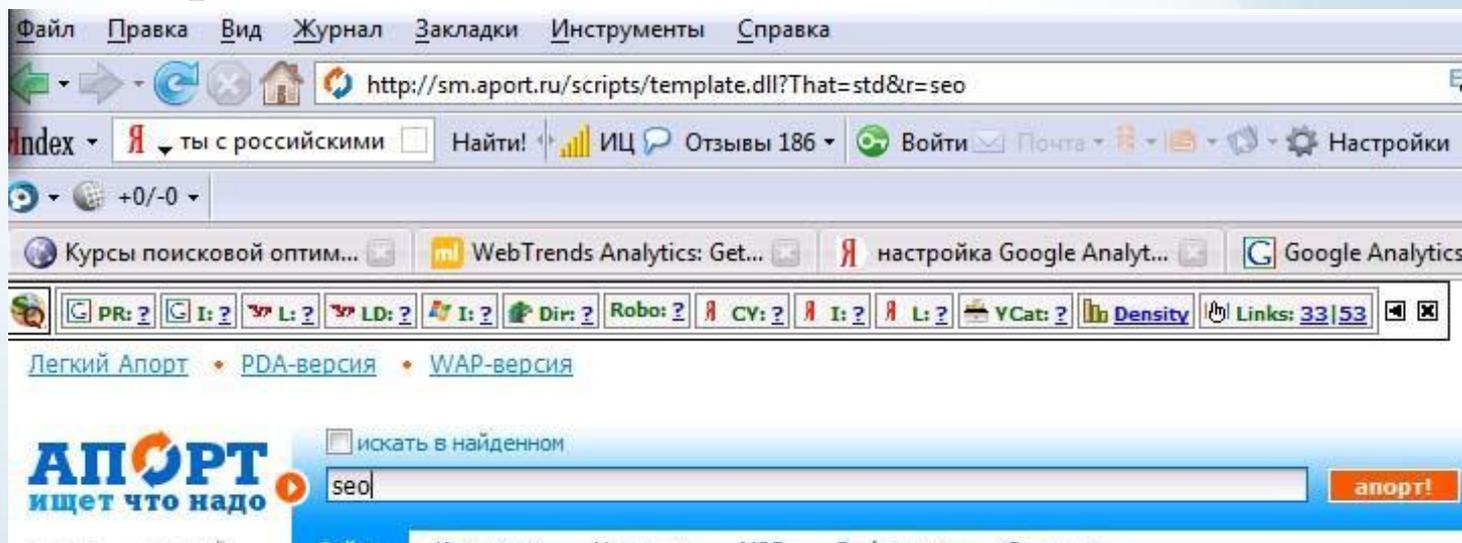
Пример добавления поисковой системы Rambler

```
<script type="text/javascript">  
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-XXXXXX-1");  
pageTracker.addOrganic("rambler.ru", "words");  
pageTracker._initData();  
pageTracker._trackPageview();  
</script>
```



Пример добавления поисковой системы Rambler

```
<script type="text/javascript">  
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-XXXXXX-1");  
pageTracker.addOrganic("aport.ru", "r");  
pageTracker._initData();  
pageTracker._trackPageview();  
</script>
```

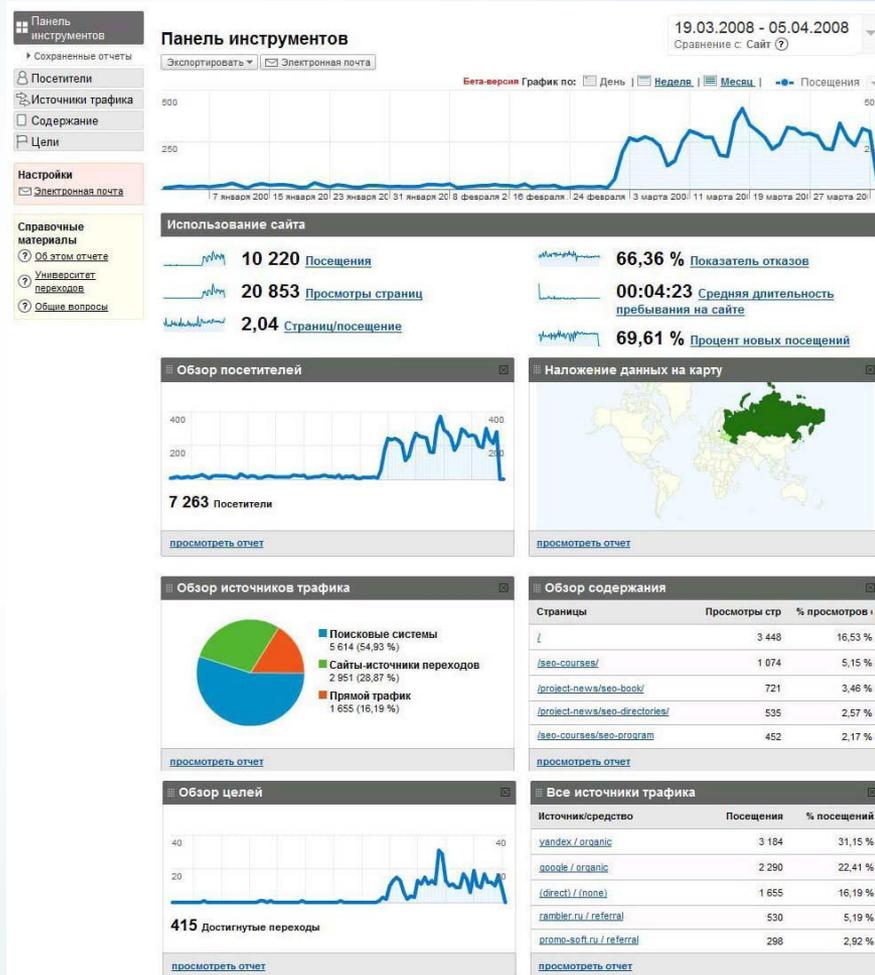




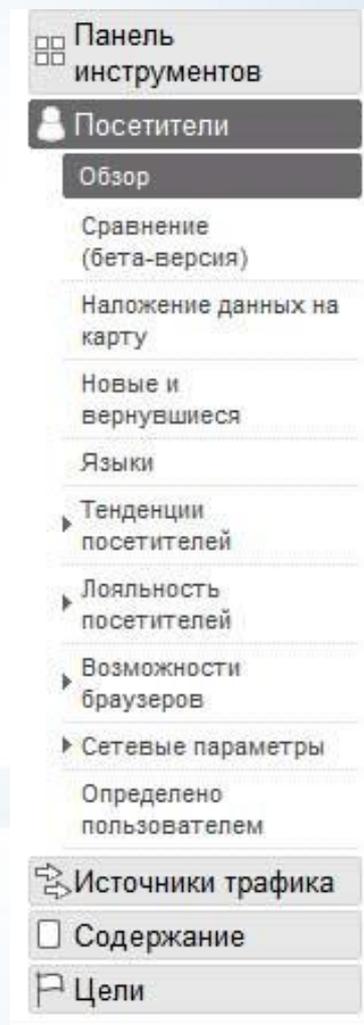
Параметры других систем

```
pageTracker._addOrganic("mail.ru", "q");  
pageTracker._addOrganic("rambler.ru", "words");  
pageTracker._addOrganic("nigma.ru", "s");  
pageTracker._addOrganic("webalta.ru", "q");  
pageTracker._addOrganic("aport.ru", "r");  
pageTracker._addOrganic("blogs.yandex.ru", "text");  
pageTracker._addOrganic("poisk.ru", "text");  
pageTracker._addOrganic("quintura.ru", "request");  
pageTracker._addOrganic("akavita.by", "z");  
pageTracker._addOrganic("meta.ua", "q");  
pageTracker._addOrganic("bigmir.net", "q");  
pageTracker._addOrganic("all.by", "query");  
pageTracker._addOrganic("i.ua", "q");  
pageTracker._addOrganic("online.ua", "q");  
pageTracker._addOrganic("tut.by", "query");  
pageTracker._addOrganic("a.ua", "s");  
pageTracker._addOrganic("ukr.net", "search_query");  
pageTracker._addOrganic("liveinternet.ru", "ask");  
pageTracker._addOrganic("search.com.ua", "q");  
pageTracker._addOrganic("search.ua", "query");  
pageTracker._addOrganic("km.ru", "sq");  
pageTracker._addOrganic("gogo.ru", "q");  
pageTracker._addOrganic("gde.ru", "keywords");
```

Навигация в Google Analytics



Панель инструментов в Google Analytics



Настройка временных рамок

Панель инструментов

Экспортировать ▾

✉ Электронная почта

📅 Календарь

📅 Хронология

февраль							Март							Апрель						
Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	сб	Вс	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	сб	Вс	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	сб	Вс
28	29	30	31	1	2	3	25	26	27	28	29	1	2	31	1	2	3	4	5	6
4	5	6	7	8	9	10	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13
11	12	13	14	15	16	17	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20
18	19	20	21	22	23	24	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27
25	26	27	28	29	1	2	24	25	26	27	28	29	30	28	29	30	1	2	3	4
							31	1	2	3	4	5	6							

07.03.2008 - 07.04.2008

Сравнение с: Сайт ?

Интервал дат

07.03.2008 - 07.04.2008

Сравнение

Сайт ▾

Применить отмена



Настройка временных промежутков

Панель инструментов

07.03.2008 - 07.04.2008
Сравнение с: Сайт ?

Экспортировать ▾ Электронная почта

Календарь Хронология

февраль							Март							Апрель						
Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	сб	Вс	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	сб	Вс	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	сб	Вс
28	29	30	31	1	2	3	25	26	27	28	29	1	2	31	1	2	3	4	5	6
4	5	6	7	8	9	10	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13
11	12	13	14	15	16	17	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20
18	19	20	21	22	23	24	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27
25	26	27	28	29	1	2	24	25	26	27	28	29	30	28	29	30	1	2	3	4
							31	1	2	3	4	5	6							

Интервал дат
07.03.2008 - 07.04.2008

Сравнение
Диапазон дат ▾
04.02.2008 - 06.03.2008

Применить отмена



Сравнение двух различных промежутка времени





Отслеживание действий

Анализ загрузок файлов, заполнений форм, переходов по внешним ссылкам...





Анализ загрузок PDF, AVI и т.п.

Поскольку эти ссылки не переводят на страницу вашего сайта, содержащую код отслеживания, вам необходимо пометить саму ссылку с помощью функции JavaScript `_trackPageview()`. Этот фрагмент JavaScript назначает просмотр страницы каждому нажатию на ссылку, а просмотр затем приписывается указанному названию файла.

```
<a href="http://  
www.seo-study.ru/seo-course/seminar.pdf "  
onClick="javascript:  
pageTracker._trackPageview('/downloads/seminar); ">
```



Настройка отслеживания кликов по исходящим ссылкам и баннерам

Например, чтобы зарегистрировать каждое нажатие определенной ссылки на **www.sem-complex.ru** как просмотр страницы для **"/outgoing/semcomplex"**, нужно добавить следующий атрибут в тег **<a>** ссылки:

```
<a href="http://www.sem-complex.ru"
onClick="javascript: pageTracker._
trackPageview ('/outgoing/semcomplex') ;">
```

```
<a href="http://www.sem-complex.ru"
onClick="javascript: pageTracker._
trackPageview
('/banner1/companyname/bannername') ;">
```



Фильтры

Фильтрация данных для анализа





Фильтры в Google Analytics

- **Исключить весь трафик из домена**

Отсеивает посещения с отдельных сайтов

- **Исключить весь трафик с IP-адреса**

Отсеивает посещения с определенных IP-адресов, например, исключить всех работников компании.

Можно фильтровать информацию по образцу, например 193.186.15.1 [5,6] будет отсеивать и 193.186.15.15, и 193.186.15.16.

- **Включить только трафик подкаталога**

Позволяет анализировать конкретные продукты, имеющиеся на вашем сайте, что позволит вам включать лишь специфическую информацию, которая вам нужна.

- **Пользовательский фильтр**



Порядок работы фильтров

Все фильтры, применяемые к веб-сайту, работают в том порядке, в котором были установлены!

Фильтры, применяемые в профиле ? [Назначить порядок фильтров](#) | + Добавить фильтр

Фильтры применяются в том порядке, в котором они перечислены ниже. Если нужно изменить порядок применения фильтров, выберите ссылку "Назначить порядок фильтров".

	Имя фильтра	Тип фильтра	Настройки	Удалить
1.	Полный реферал	Дополнительно	Изменить	Удалить
2.	IP	Исключить	Изменить	Удалить

Если вы хотите поменять последовательность, нажмите кнопки **Выше** или **Ниже**, чтобы переместить фильтр на нужное место.

Текущие фильтры

Полный реферал

IP

Выбранный фильтр

Заказ: 1

Имя фильтра: Полный реферал

Тип фильтра: Дополнительно

[↑ Переместить вверх](#) [↓ Переместить вниз](#)

[Сохранить изменения](#) [Отмена](#)



Практическое применение фильтров Google Analytics

Отслеживание трафика только моего сайта

Введите информацию о фильтре

Имя фильтра:

Тип фильтра:

- Исключить
- Включить
- Нижний регистр
- Верхний регистр
- Найти и заменить
- Дополнительно

Поле фильтра:

Шаблон фильтра:

[Какие специальные символы можно использовать?](#)

Учитывать регистр: Да Нет

Сохранить изменения

Отмена



Практическое применение фильтров Google Analytics

Объединение регионов сбыта

Введите информацию о фильтре

Имя фильтра:

Тип фильтра:

- Исключить
- Включить
- Нижний регистр
- Верхний регистр
- Найти и заменить
- Дополнительно

Поле А -> Извлечь А

Поле Б -> Извлечь Б

Вывод в -> Конструктор

Поле А обязательное Да Нет

Поле Б обязательное Да Нет

Переопределить поле вывода Да Нет

Учитывать регистр Да Нет

Сохранить изменения

Отмена

Практическое применение фильтров Google Analytics

Отслеживание полных реферальных ссылок на ваш сайт

Введите информацию о фильтре

Имя фильтра:

Тип фильтра:

Исключить
 Включить
 Нижний регистр
 Верхний регистр
 Найти и заменить
 Дополнительно

Поле А -> Извлечь А:

Поле Б -> Извлечь Б:

Вывод в -> Конструктор:

Поле А обязательное: Да Нет

Поле Б обязательное: Да Нет

Переопределить поле вывода: Да Нет

Учитывать регистр: Да Нет



Практическое применение фильтров Google Analytics

Отслеживание полных реферальных ссылок на ваш сайт

Размеры:	Источник
1. seo-stu	Нет
2. seonev	Средство
3. win.me	Кампания
4. wnradi	Ключевое слово
5. forum.s	Содержание объявления
6. torrent	Тип посетителей
7. google	Страница входа
8. free-lan	Язык
9. mail.go	Континент
10. search	Субконтинентальный регион
	Страна/регион
	Регион
	Город
	Браузер
	Операционная система
	Цвета экрана
	Разрешение экрана
	Версия Flash
	Поддержка Java
	Местоположение в сети
	Название хоста
	Скорость подключения
	Переменная, определенная пользо

Размеры:	Переменная, определенная пользователем
1. (not set)	
2. http://googlerussiablog.blogspot.com/2009/02/blog-post.htm	
3. http://www.seo-study.ru/project-news/vii-seminar/	
4. http://www.google.com/reader/view/	
5. http://wmradio.ru/	
6. http://www.wmradio.ru/	
7. http://googlerussiablog.blogspot.com/?utm_campaign=ru&ut	
8. http://www.seonews.ru/calendar/detail/116358.php	
9. http://googlerussiablog.blogspot.com/	
10. http://mail.google.com/mail/?ui=2&view=bsp&ver=1qygpcgu	



Практическое применение фильтров Google Analytics

Фильтр строчных букв

В вашем отчете «Содержание» вы можете увидеть различные виды написания одной и той же страницы, например:

/seo-courses/ - 1000 просмотров
/SEO-courses/ - 100 просмотров
/SEO-Courses/ - 10 просмотров

И т.п.

Введите информацию о фильтре

Имя фильтра:

Тип фильтра:

Исключить
 Включить
 Нижний регистр
 Верхний регистр
 Найти и заменить
 Таблица поиска
 Дополнительно

Поле фильтра





Практическое применение фильтров Google Analytics

Фильтрация пользователей с мобильных устройств

Вариант 1 – Разрешение экрана

Создание нового фильтра

Введите информацию о фильтре

Имя фильтра:

Тип фильтра:

Исключить
 Включить
 Нижний регистр
 Верхний регистр
 Найти и изменить
 Дополнительно

Поле фильтра:

Шаблон фильтра:
[Какие специальные символы можно использовать?](#)

Учитывать регистр: Да Нет

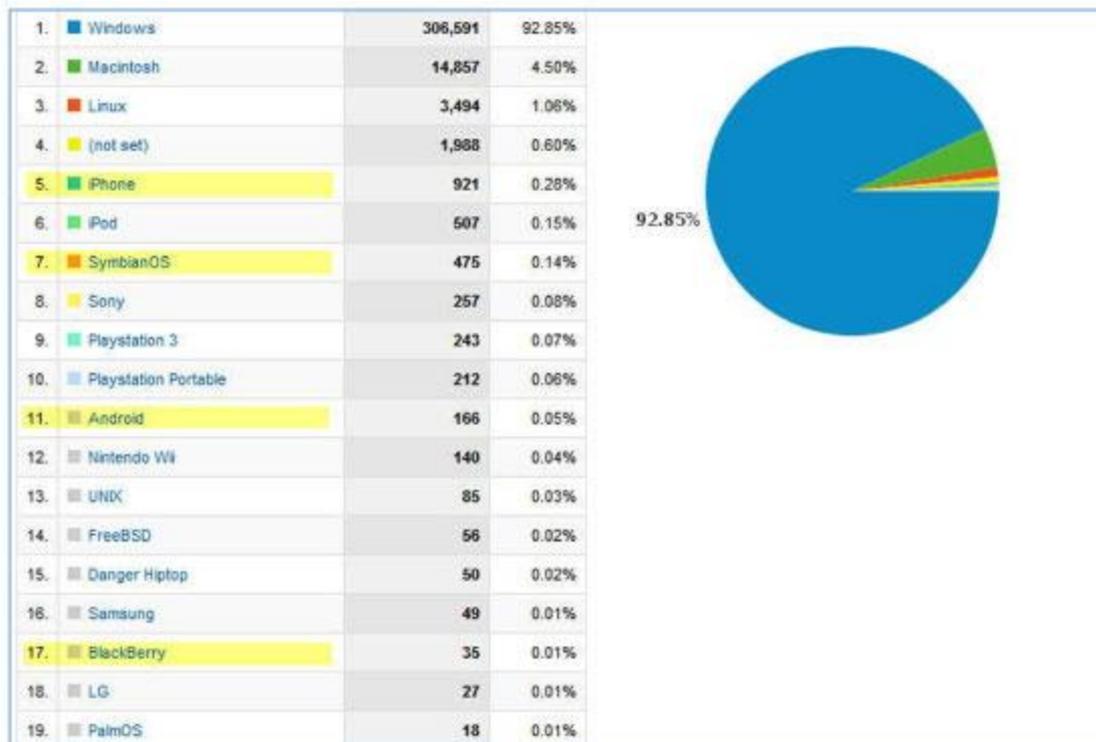




Практическое применение фильтров Google Analytics

Фильтрация пользователей с мобильных устройств

Вариант 2 – Тип браузера и ОС





Расширенная сегментация

Сегментируем посетителей в режиме реального времени



Сегменты с расширенными настройками

Управление сегментами с расширенными настройками Бета-версия

Сегменты позволяют группировать вместе посещения определенного типа.

[+ Создать новый](#)

Сегмент с расширенными настройками	Действия
Сегменты по умолчанию:	
Все посещения	применить к отчету
Новые посетители	копировать применить к отчету
Возвращающиеся пользователи	копировать применить к отчету
Оплачиваемый трафик	копировать применить к отчету
Неоплачиваемый трафик	копировать применить к отчету
Поисковый трафик	копировать применить к отчету
Прямой трафик	копировать применить к отчету
Трафик переходов	копировать применить к отчету
Посещения с конверсиями	копировать применить к отчету
Посещения с транзакциями	копировать применить к отчету
Пользовательские сегменты:	
Пользователи из Москвы	изменить копировать удалить применить к отчету

Дополнительные идеи для сегментаций

Идея № 1: сегментируйте брендовые ключевые слова

Нажимаем на ссылку «Создать сегмент с расширенными настройками», а затем в поисковом окне над выбором характеристики начинаем вводить фразу «ключевое слово», и аналитическая программа предложит вам подходящие опции...

ключе

в виде списка

- Ключевое слово
- Скорость подключения
- Уточненное ключевое слово

Чтобы создать сегмент посещений, перетащите показатели и данные в соответствующие поля.

Из общего количества посещений

ключевое слово

значение или показатель

или

Добавить оператор "or"

и

Добавить оператор "and"



Дополнительные идеи для сегментаций

Идея № 1: сегментируйте брендовые ключевые слова

Вводим, например "seo-study" для определения наших брендовых терминов. У вас это могут быть "Максим Галкин", или "Михаил Задорнов", или "название вашей книги", или "dell", или все что угодно..

 в виде списка

- Ключевое слово
- Скорость подключения
- Уточненное ключевое слово

Чтобы создать сегмент посещений,

Из общего количества посещений (?) ...

Ключевое слово	Условие	Значение
Ключевое слово	Точное соответствие <input type="checkbox"/> учитывать регистр	seo-study
или		
Добавить оператор "or"		
..		

- seo-study.ru
- seo-study
- промокод seo-study
- www.seo-study.ru
- seo-study интервью
- seo-study.ru.

Назначить для сегмента имя: Брендовые слова

Создать сегмент

Отмена



Дополнительные идеи для сегментаций

Идея № 1: сегментируйте брендовые ключевые слова

Достигнутых переходов: 16 в сегменте "Брендовые слова"

 4 Переходы к Цели 1: Запись на курсы

 9 Переходы, Цель 2: seo курс

 3 переходы, Цель 3: ppc курс

Эффективность цели

Показатель достигнутой конверсии



27,59 % Показатель достигнутой конверсии
[просмотреть полный отчет](#)

Общая полезность цели



\$113 600,00 Общая полезность цели
[просмотреть полный отчет](#)



Дополнительные идеи для сегментаций

Идея № 1: сегментируйте брендовые ключевые слова

Из общего количества посещений (?) ...

<input type="text" value="Ключевое слово"/>	Условие Не содержит ▾ <input type="checkbox"/> учитывать регистр	Значение seo-study ▾
или		
Добавить оператор "or"		
И		
<input type="text" value="Источник"/>	Условие Содержит ▾ <input type="checkbox"/> учитывать регистр	Значение yandex ▾
или		
<input type="text" value="Источник"/>	Условие Содержит ▾ <input type="checkbox"/> учитывать регистр	Значение google ▾ google google.com google.ru mail.google.com google-analytics.ru
или		
Добавить оператор "or"		



Дополнительные идеи для сегментаций

Идея № 2. Посещения с высокой «степенью вовлеченности»

В секторе характеристик выбираем глубину страницы...

The screenshot shows a user interface for creating a segment. On the left, a list of characteristics is displayed, with 'Число просмотренных страниц' (Number of pages viewed) highlighted in green. On the right, a configuration panel titled 'Из общего количества посещений (?) ...' (From the total number of visits (?)) is shown. It contains a table with columns 'Условие' (Condition) and 'Значение' (Value). The condition is 'Число просмотренных страниц' (Number of pages viewed) and the value is '3'. Below the table, there are options to 'Добавить оператор "or"' (Add operator "or") and 'Добавить оператор "and"' (Add operator "and"). A large arrow points down from the 'and' option to the text '...этот сегмент соответствует ? посещен.' (...this segment corresponds to ? visits).

Условие	Значение
Число просмотренных страниц	3

или

Добавить оператор "or"

и

Добавить оператор "and"

...этот сегмент соответствует ? посещен.

Что нам нужно - узнать, сколько людей просматривают больше определенного числа страниц. Чтобы осознать мое величие, вы должны прочесть как минимум три моих поста!





Дополнительные идеи для сегментаций

Идея № 3. Сегмент драгоценных пользователей для интернет-магазинов

Можно вычислять драгоценных пользователей по количеству товаров, купленных на сайте товаров.

	Условие	Значение
<input type="text" value="Количество"/>	<input type="text" value="Больше чем ▼"/>	<input type="text" value="3"/>
<input type="text"/>	или	<input type="text"/>
<input type="text" value="Добавить оператор 'or'"/>		



Дополнительные идеи для сегментаций

Идея № 4. используйте сегментацию для узкоспециализированного анализа.

У нас возникает множество специальных вопросов, требующих ответа. Мы также можем получить их, используя функцию пользовательских отчетов

Возник вопрос: какова степень вовлечённости людей, пришедших с сайта SEOnews.ru?

The screenshot shows a user segmentation tool interface with two filter conditions. The first condition is for the number of viewed pages, and the second is for the source of traffic.

Условие	Значение
Число просмотренных страниц	Больше чем 3
Источник	seonews.ru

Additional options include checkboxes for "учитывать регистр" (case sensitive) and buttons for "или" (or) and "Добавить оператор 'ог'" (add operator 'and').





Поиск по сайту

Анализ поисковых запросов, совершаемых на вашем сайте



Установка функции поиска по сайту

Поиск по сайту

- Отслеживать поиск по сайту
- Не отслеживать поиск по сайту

Параметр запроса (обязательный):

Использовать запятые для разделения параметров (макс

- Да, удалять параметры запроса из URL-адреса ?
- Нет, не удалять параметры запроса из URL-адреса

Search results for схема - Mozilla Firefox

Файл Правка Вид Журнал Закладки Инструменты Справка

http://www.seo-study.ru/?s=схема&ie=windows%3D1251&oe=windows%3D1251

Google Constructor in go Поиск Закладки PageRank Переводчик Отправить

Яндекс Я Найти Войти Почта Фотки Мой К

Info PR: n/a I: 1,970 L: 0 LD: 4,644 I: 1610 Rank: 94013 Age: Jul 17, 2006 I: 0



SEO STUDY.RU
ЗДЕСЬ НАЧИНАЕТСЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

обучение seo, поисковая оптимизация,
новости и статьи для оптимизатора,
дистанционные курсы, аналитика рынка -
все в одном месте...

ДИСТАНЦИОННЫЕ
поисковой оптимизации
и интернет-маркетинга

КУБИК-РУБИК
ВАШИ ЖЕЛАНИЯ
БЕСПЛАТНЫЙ МИНИ-КУРС

Ваше имя
Ваш E-mail

КУРСЫ SEO
С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ

КУРСЫ PPC
С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ

схема

НАШИ КНИГИ
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

**КОНТЕКСТНАЯ
РЕКЛАМА**

**КАК ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ
НАВИГАЦИЯ**

Главная
Запись на курсы
Курсы PPC
Курсы SEO
Курсы в еб-аналитики
Отзывы
О проекте
Преимущества
Контакты
Партнерство
Сотрудничество

МИНИ ПРОЕКТЫ
БЕТА-ТЕСТИРОВАНИЕ

Курс eduCORE
SEO-Векторы

Результаты

Западный ва
2 ДЕКАБРЯ 2008

Руководство
сайтов
29 НОЯБРЯ 2008

Как оценить
конкуренты
28 ИЮЛЯ 2008

Запуск курса
21 ЯНВАРЯ 2008

Схема «Стра
10 ДЕКАБРЯ 2008

Для чего нуж
31 АВГУСТА 2008

It is more than consultancy

- Панель инструментов
- Посетители
- Источники трафика
- Содержание**
 - Обзор
 - Самое популярное содержание
 - Содержание по заголовкам
 - Развернутый просмотр содержания
 - Самые популярные страницы входа
 - Самые популярные страницы выхода
 - Наложение данных на сайт
- Поиск по сайту
 - Обзор**
 - Использование
 - Поисковые запросы
 - Стартовые страницы
 - Страницы назначения
 - Категории
 - Тенденции

Общая информация о поиске по сайту



Поиск по сайту использовался в 0,70 % посещений

- 37** [Посещения с выполнением поиска](#)
- 46** [Всего уникальных поисков](#)
- 1,24** [Просмотров страниц результатов за поиск](#)
- 26,09 %** [Выходы после поиска](#)
- 17,54 %** [Уточнение поиска](#)
- 00:03:50** [Время после поиска](#)
- 2,22** [Глубина поиска](#)

Посещения: Кто и когда выполнял поиск?

[Когда посетители выполняли поиск по сайту?](#)
[Чем посетители, выполнявшие поиск, похожи на тех, которые ничего не искали?](#)

Поиск: что искали посетители?

[Какие поисковые запросы использовали посетители?](#)
[В каких категориях посетители выполняли поиск?](#)

Содержание: где посетители проводили поиск?



Ключевые индикаторы эффективности (КРИ)

Отчеты для руководства, способствующие принятию оптимальных решений.



KPI (Key Performance Indicator)



Цитата: «Если изменение в 10% KPI не заставит вас подняться с кресла и начать разбираться в происходящем, это значит, что KPI определены неправильно. Хорошие KPI побуждают к действиям».

Брайен Клинтон, “Advanced Web Metrics with Google Analytics”

Примеры KPI

Среднее количество загрузок прайс-листа



Средняя прибыль от посетителя



Среднее количество продаж в сутки



Предоставление КРІ

КРІ Отчет					
	Май	Июнь	% изменения	Июль	% изменения
Уровень конверсии	НД	3,7%		4,1%	10,8% ▲
Доход от заказов	НД	464 823руб.		378руб.	-18,7% ▼▼
% посетителей с поисковых систем (от общего кол-ва)	90,4%	90,1%	-0,3% ▼	87,6%	-2,8% ▼
% посетителей не с поисковых систем	9,6%	9,9%	2,9% ▲	12,4%	25,6% ▲
Качество посетителей с поисковых систем (% заказов)	НД	26,7%		26,5%	-0,5% ▼
Качество посетителей не с поисковых систем (% заказов)	НД	5,1%		6,8%	34,3% ▲
Качество посетителей с контекстной рекламы (% заказа)	НД	34,8%		33,8%	-3,0% ▼
Качество посетителей с натуральных результатов поиска	НД	23,3%		27,2%	16,7% ▲
% посетителей, которые не смогли заказать товар (не IE браузер)	НД	5,0%		4,7%	-6,0% ▼▼
Потеря денег за счет несостоявшихся заказов	НД	23 078руб.		17 638руб.	-23,6% ▼▼

- Прибыль от онлайн-коммерции снизилась в июле на 18,7% по сравнению с июнем.
- Приблизительно 90% посетителей сайта пришли с поисковых систем.
- Посетители с поисковых систем почти в пять раз чаще используют систему заказа, чем остальные посетители.
- Посетители с контекстной рекламы будут использовать систему заказов на 24-49% вероятнее, чем посетители с органических результатов поиска.
- Из-за того, что система заказов работает только с браузером Internet Explorer, веб-сайт теряет 17000-23000 рублей прибыли ежемесячно.



Выводы для принятия решений

- Узнать, является ли упадок в продаж сезонным явлением для всего бизнеса или характерен только для интернет-коммерции.
- Посещаемость в 90% с поисковых систем на первый взгляд является высокой; обсудите её с сотрудниками. Является ли это результатом удачной маркетинговой кампанией в поисковых системах или просто другие каналы трафика не работают как надо?
- Увеличьте расходы на контекстную рекламу – она работает! Однако это увеличение может быть связано с неудачами в области поисковой оптимизации и ухудшением органических результатов. Поэтому вы должны инвестировать дальше.
- Проведите собрание отдела веб-разработки и обсудите создание улучшенной системы заказов, которая будет работать с Firefox и другими браузерами.





Результаты = конкретные действия

Если представлять данные не так четко и ясно, определять дальнейшие действия будет гораздо сложнее



Пользовательские отчеты в Google Analytics

Показатели

Электронная торговля

Уникальные покупки

Доход от продукта

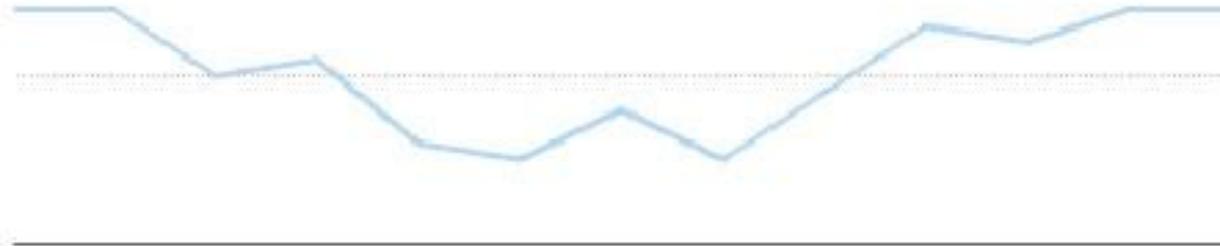
Количество

Доход

Полезность посещения

Доход от клика

Средняя полезность



Новая вкладка [изменить](#)

+ [Добавить вкладку](#)

Всего достигнутых	Общий показатель	показатель	показатель	показатель
-------------------	------------------	------------	------------	------------

Измерение:

Источник

1			
2			



AnalyticsView

Автоматический расчет КРІ. (Платный инструмент – 25 долл./мес)



Key Performance Indicators

\$14,711.93

Total Revenue

0.12%

Ecommerce Conversion Rate

67

Total Transactions

Products sorted by Quantity

Avirex NY Fleece Hoody Blk.XL	5
Coogi Red Stitched C Dome Red.7.5/8	4
#9257B Timberland Plaid Short Blk.32	3
#9277 Unk NBA Rockets Fitted Red.6.7/8	3
#9322O Five Pointz Egyptian God Short Orange.34	3
#9325B Cult 45 Dreams Do Come Tru Jacket Blue.XXXL	3
Parish Nation Still Wanted Hoody Grey.Lrg	3
#5970 Request Polo Red.XL	2
#6295 Triple 5 Soul Xtreme Polo Periwinkle.Large	2
#7471 Essensia Capri Denim 24	2

Data

Data	Baseline	Historical 1	Historical 2	Historical 3	Current	Change
	Jan01,08 – Mar31,08	Jul03,07 – Oct01,07	Oct02,07 – Dec31,07	Jan01,08 – Mar31,08	Apr01,08 – Jun30,08	Baseline/Current
Total Revenue	\$16,556.91	\$16,389.84	\$29,107	\$16,556.91	\$14,711.93	▼ -11.14%
Total Transactions	81	83	132	81	67	▼ -17.28%
Average revenue per transaction	\$204.41	\$197.47	\$220.51	\$204.41	\$219.58	▲ 7.42%
Number of Products Sold	173	212	316	173	206	▲ 19.08%
Ecommerce Conversion Rate	0.15%	0.17%	0.22%	0.15%	0.12%	▼ -20.0%
Average revenue per Day	\$183.97	\$182.11	\$323.41	\$183.97	\$163.47	▼ -11.14%



Полезные ссылки по теме:

- <http://www.google.com/support/googleanalytics/> – Справочный центр Google Analytics
- <http://analytics.blogspot.com/> - Официальный блог Google Analytics
- <http://www.webanalyticsassociation.org/> - Ассоциация веб-аналитиков
- <http://www.roirevolution.com/blog/> - Блог по веб-аналитике
- <http://www.kpis.ru> – Блог «Аналитика на практике»
- <http://www.semonline.ru> – Бесплатные онлайн-семинары по интернет-маркетингу
- <http://www.seo-study.ru> – Обучение в области интернет-маркетинга

Вопросы?



Спасибо за внимание

Докладчик:

Яковлев Алексей

Руководитель проекта
SEO-Study.ru

www.seo-study.ru

E-mail:

AYakovlev@seo-study.ru

Тел. +7 (812) 777-1010

Тел. +7 (812) 363-1660