SpyLOG

Анализ поискового продвижения средствами интернет-статистики

Аналитический отдел компании SpyLOG.

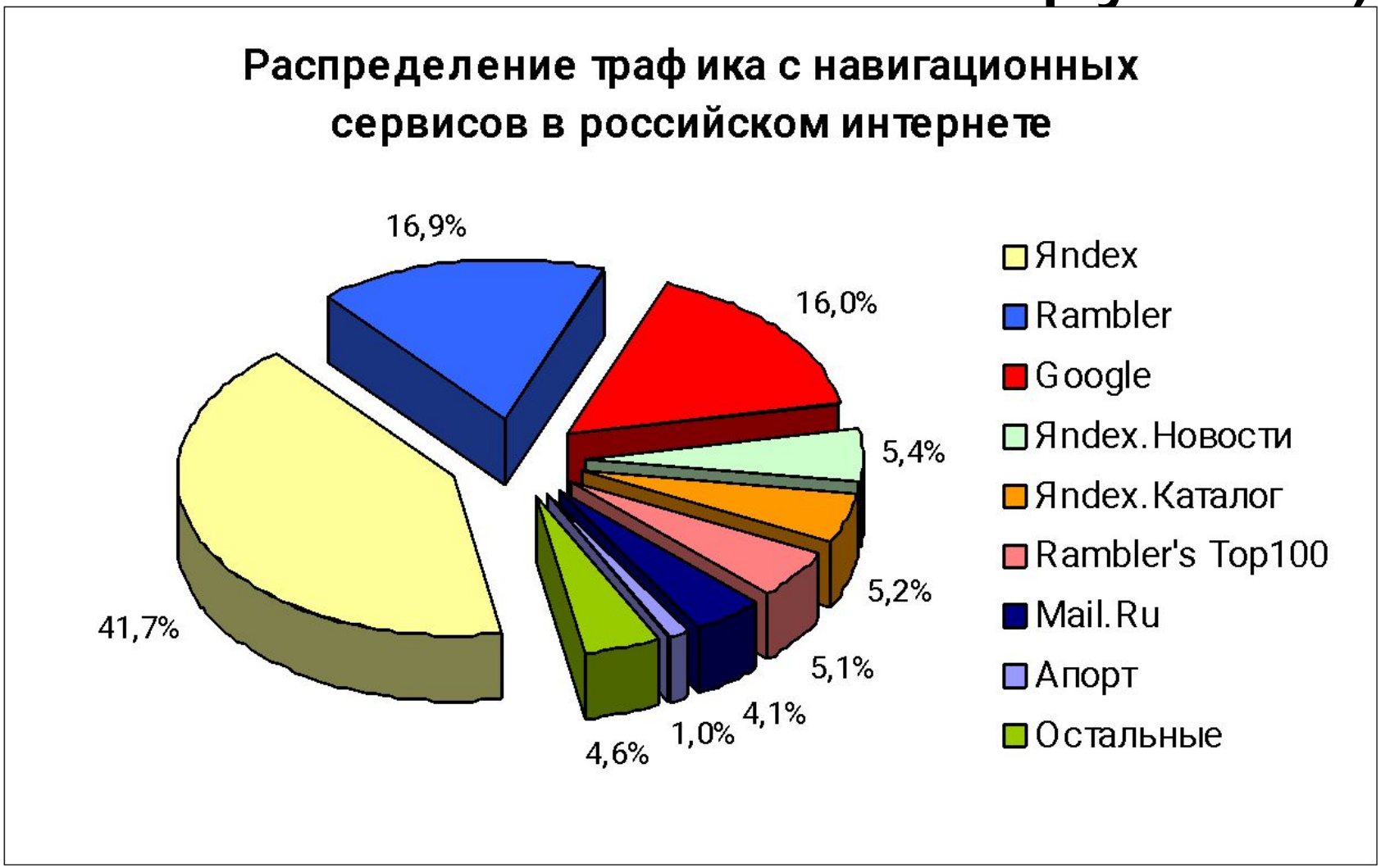
Тел. (095) 234-2780, e-mail: expert@spylog.ru

Подробнее об интернет-статистике:
http://www.spylog.ru

Что может дать интернет-статистика оптимизатору?

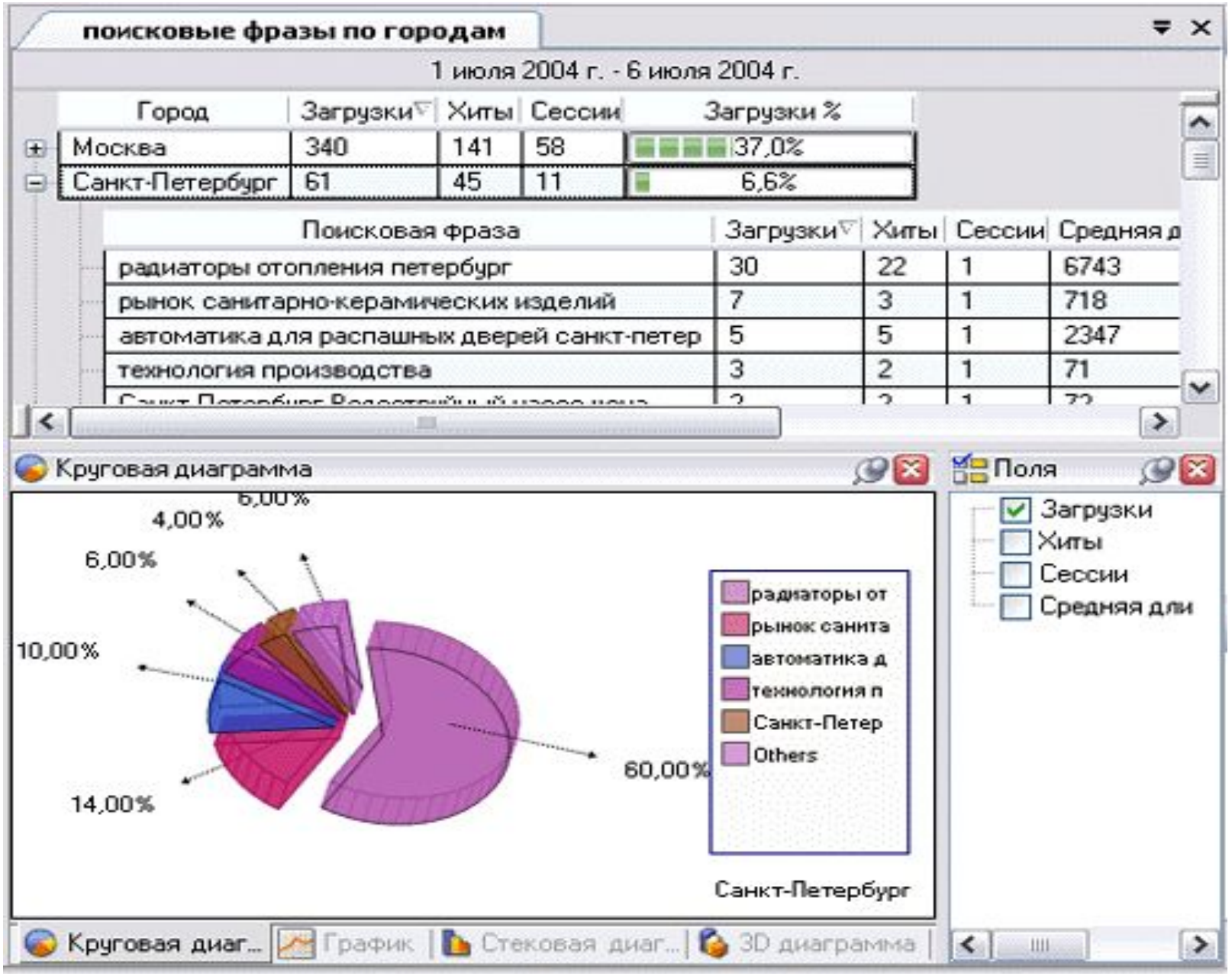
- Мелкие удобства (например, уточнение семантического ядра)
- Сегментацию и оценку качества привлеченной аудитории
- Анализ общей эффективности поисковой оптимизации

Доли поисковиков (данные глобальн. статистики SpyLOG)



Для чего это нужно?

- Спрос определяется количеством запросов
- Неискаженную частоту запросов можно узнать только в Рамблере: http://adstat.rambler.ru/wrds/
- Соотношение между поисковиками http://gs.spylog.ru
- Умножить частоту в Рамблере на 2,4, чтобы получить частоту в Яндексе


поисковые фразы по городам
1 июля 2004 г. - 6 июля 2004 г.
Город
Загрузки
Хиты
Сессии
Загрузки %
Москва
340
141
58
37,0%
Санкт-Петербург
61
45
11
6,6%
Поисковая фраза
Загрузки
Хиты
Сессии
Средняя д
радиаторы отопления петербург
30
22
1
6743
рынок санитарно-керамических изделий
7
3
1
718
автоматика для распашных дверей санкт-петер
5
5
1
2347
технология производства
3
2
1
71
Круговая диаграмма
6,00%
4,00%
6,00%
10,00%
14,00%
60,00%
радиаторы от
рынок санита
автоматика д
технология п
Санкт-Петер
Others
Санкт-Петербург
Поля
Загрузки
Хиты
Сессии
Средняя дли
Круговая диаг...
График
Стековая диаг...
3D диаграмма

Для чего нужно?

- Информация по запросам, по которым есть переходы, помогает уточнить семантическое ядро.
- нахождение запросов, под которые сайт не оптимизировался вообще, но которые вследствие смежности тематик и совпадения части поисковой фразы приводят посетителей на сайт.

Поисковые фразы | HtmlReport | Роботы по агентам пользователя

26 января 2005 г.

Поисковый робот	Записей	Записей %
Rambler	3347	88,2%

Агент пользователя	Записей	Записей %
StackRambler/2.0 (MSIE incompatible)	3347	100,0%
Всего по типу	**3347**	100,0%
Всего	**3347**	100,0%

Поисковый робот	Записей	Записей %
Google	463	12,2%

Агент пользователя	Записей	Записей %
Mozilla/5.0 (compatible; Googlebot/2.1; +http://www.go	440	95,0%
Googlebot/2.1 (+http://www.google.com/bot.html)	23	4,9%
Всего по типу	**463**	100,0%
Всего	**463**	100,0%

Поисковый робот	Записей	Записей %
MSN	47	1,1%
Yahoo! Slurp	24	0,6%

Агент пользователя	Записей	Записей %
Mozilla/5.0 (compatible; Yahoo! Slurp; http://help.yahoo	24	100,0%
Всего по типу	**24**	100,0%
Всего	**24**	100,0%

Для чего нужно?

- Отчеты по роботам по роботам помогают понять, какие страницы и как часто индексируются различными поисковиками

Фильтруя данные по различным критериям

- можно получить ***анализ качества перехода по поисковым запросам***. То есть посмотреть, насколько те, кто приходят по оптимизации, владельцу сайта вообще интересны.

При отчете перед заказчиком

- для тех, у кого позиции средние, одним из факторов отчетности станут аргументы типа "у нас 35-я позиция по запросу "А", но я так хорошо сделал титул, что к нам из Яндекса по этому запросу идут по 30 человек в день, и из них - десять делают заказ".

Эффективность проектов и технологии ее измерения

Метод купонов

Метод заинтересованной аудитории

Метод ключевых страниц

Метод возвратов

Анализ перекрывания аудитории

Классификация сайтов по критерию целевого действия

- 1. «Продажа любой ценой»

(посещение страницы контактов или фиксация телефонного звонка)

- 2. «Продажи автоматом»

(заход в корзину или страницу заказа)

Целевые действия

- 3. «Поддержка».

(Целевое действие - к примеру, загрузка, заход в гостевую книгу, участие в какой-либо интерактивной процедуре на сайте. Возможно целевое действие - заход на определенную **ключевую страницу**).

Целевые действия

- 4. Рекламный сайт. Целевое действие – прохождение определенного числа страниц.

В метод целевых страниц заложена еще и эффективность работы сайта как такового. Поэтому метод заинтересованной аудитории наиболее универсален из всех методов, которые упоминались.

для анализа поисковой оптимизации неприменима технология меток

- Но технология меток поможет отделить рекламу от оптимизации в случаях, если вы используете и то, и другое по одним и тем же запросам.

С точки зрения инструментов анализа

- Надо настроить дополнительный отчет в лог-анализаторе или создать фильтры со следующими условиями:
- - переход без известных меток
- - переход по запросу «такому-то»
- - переход с поисковика «такого-то»
- - переход на такую-то страницу.

Если интересует вся оптимизация вместе,

тогда следующие критерии:

- - переход из результатов поиска поисковых машин;
- - переход без известных меток.

построение таблицы эффективости по отдельным запросам

	Посещений первой ключевой страницы
поисковый запрос 1	780
поисковый запрос 2	190

Продолжение построения таб.

	Стоимость оптимизации	Количество переходов	Пос. ключ. страницы
п/з 1	$ 500	100	50
п/з 2	$ 800	1000	30

чтобы не оказывать предпочтение какому-либо интернет-счетчику

- для иллюстраций были использованы отчеты из лог-анализатора SpyLOG Flexolyzer
- Разработчик этого продукта представлен на следующем слайде

(с сертификатом журнала PC Magazine/RE)

Типичная цель анализа

- **Стоимость контакта** рассчитывается как величина затрат на совершение одним уникальным посетителем одного целевого действия. Стоимость контакта – основная величина оценки эффективности в интернет-маркетинге.

Сертификат
PC
BEST
2005
SOFT
Редакция
PC Magazine/Russian Edition
отмечает
SpyLOG FlexoLyzer
компанию
SpyLOG
В номинации
Интернет-коммуникации
обзора
«Россия: приклдное ПО 2005»

Контакты

- Подробнее об исследованиях SpyLOG можно прочитать **http://www.spylog.ru**
- E-mail expert@spylog.ru
- Тел.: (095) 234-27-80