



SpyLOG

# **Анализ поискового продвижения средствами интернет-статистики**

Аналитический отдел компании SpyLOG.

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

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

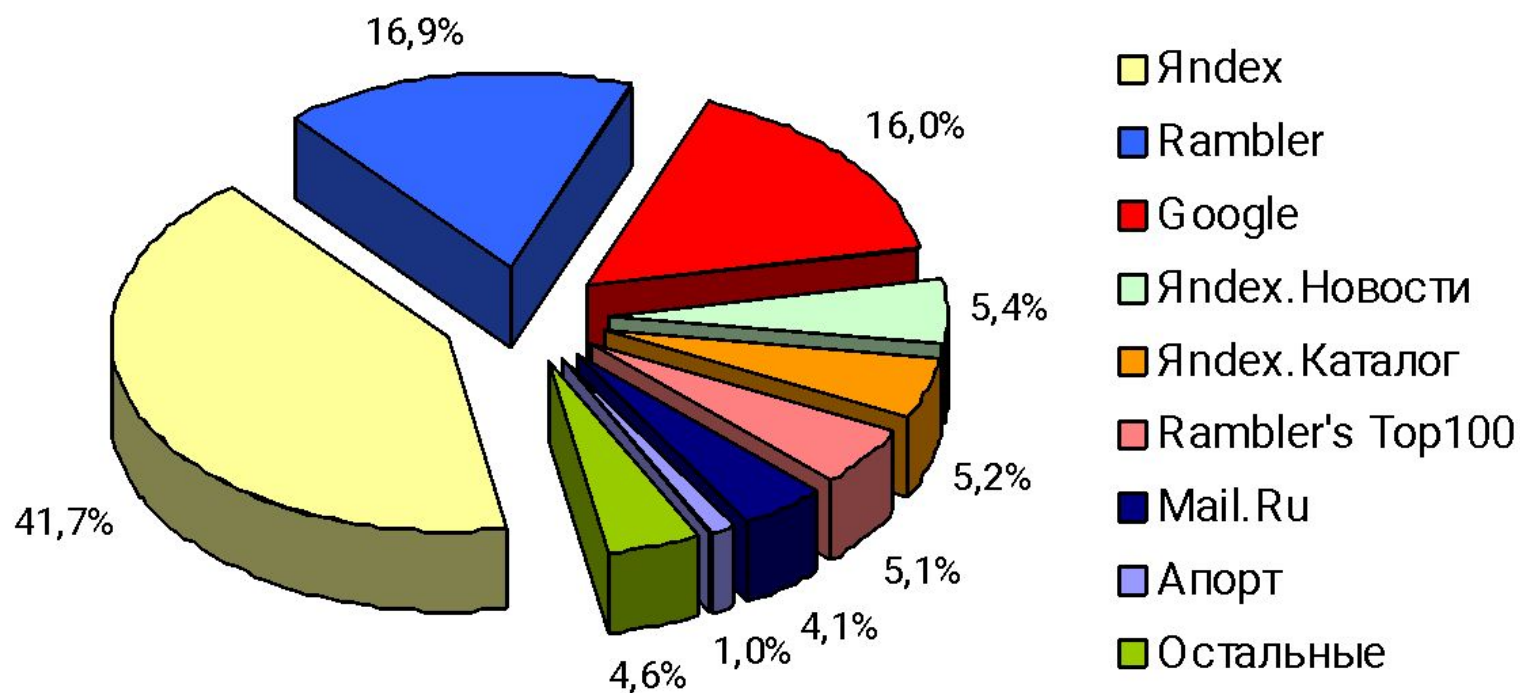


# Что может дать интернет-статистика оптимизатору?

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

# Доли поисковиков (данные глобалн. статистики SpyLOG)

Распределение трафика с навигационных сервисов в российском интернете



# 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

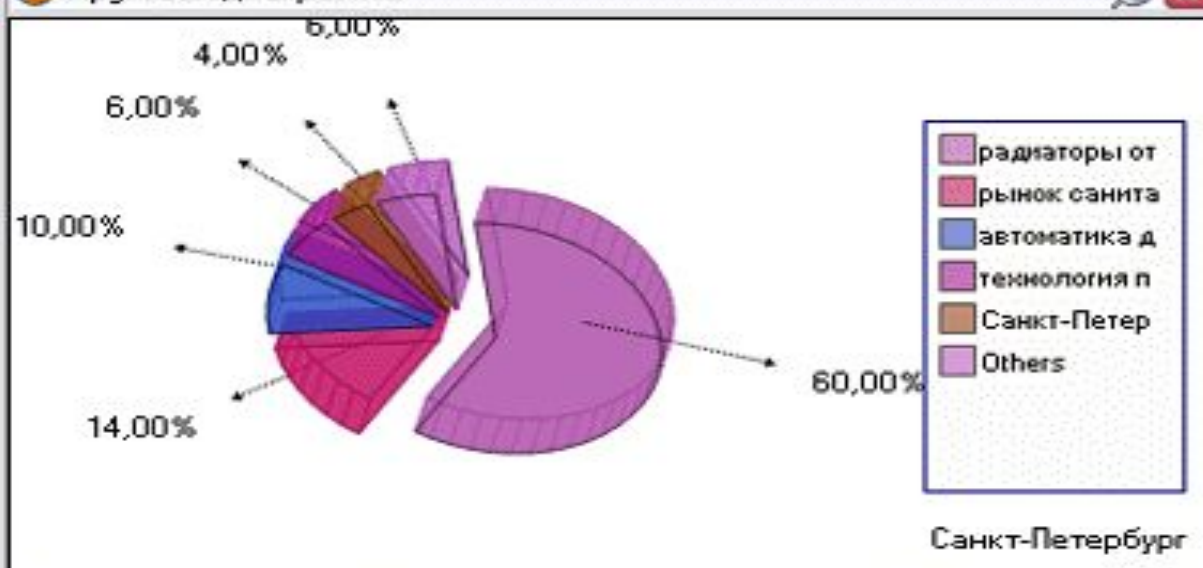
# поисковые фразы по городам

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 пetersбург	30	22	1	6743
рынок санитарно-керамических изделий	7	3	1	718
автоматика для распашных дверей Санкт-Пeters	5	5	1	2347
технология производства	3	2	1	71
Санкт-Петербург: водостойкий материал	2	2	1	72

Круговая диаграмма



Поля

- ☒ Загрузки
- ☐ Хиты
- ☐ Сессии
- ☐ Средняя дли



# 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.



26 января 2005 г.

Поисковый робот	Записей ▾	Записей %
<input checked="" type="checkbox"/> Rambler	3347	

Агент пользователя	Записей ▾	Записей %
StackRambler/2.0 (MSIE incompatible)	3347	
<b>Всего по топу</b>	<b>3347</b>	
<b>Всего</b>	<b>3347</b>	

Поисковый робот	Записей ▾	Записей %
<input checked="" type="checkbox"/> Google	463	

Агент пользователя	Записей ▾	Записей %
Mozilla/5.0 (compatible; Googlebot/2.1; +http://www.go	440	
Googlebot/2.1 (+http://www.google.com/bot.html)	23	4,9%
<b>Всего по топу</b>	<b>463</b>	
<b>Всего</b>	<b>463</b>	

Поисковый робот	Записей ▾	Записей %
<input checked="" type="checkbox"/> MSN	47	1,1%
<input checked="" type="checkbox"/> Yahoo! Slurp	24	0,6%

Агент пользователя	Записей ▾	Записей %
Mozilla/5.0 (compatible; Yahoo! Slurp; http://help.yahoo	24	
<b>Всего по топу</b>	<b>24</b>	
<b>Всего</b>	<b>24</b>	



# 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 интересуется  
вся оптимизация вместе,

тогда следующие критерии:

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

# построение таблицы эффективности 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



Редакция  
PC Magazine/Russian Edition  
отмечает

**SpyLOG FlexoLyzer**

компания  
**SpyLOG**

В номинации  
**Интернет-коммуникации**  
обзора  
«Российские приложения ИТ 2005»





# Контакты

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