



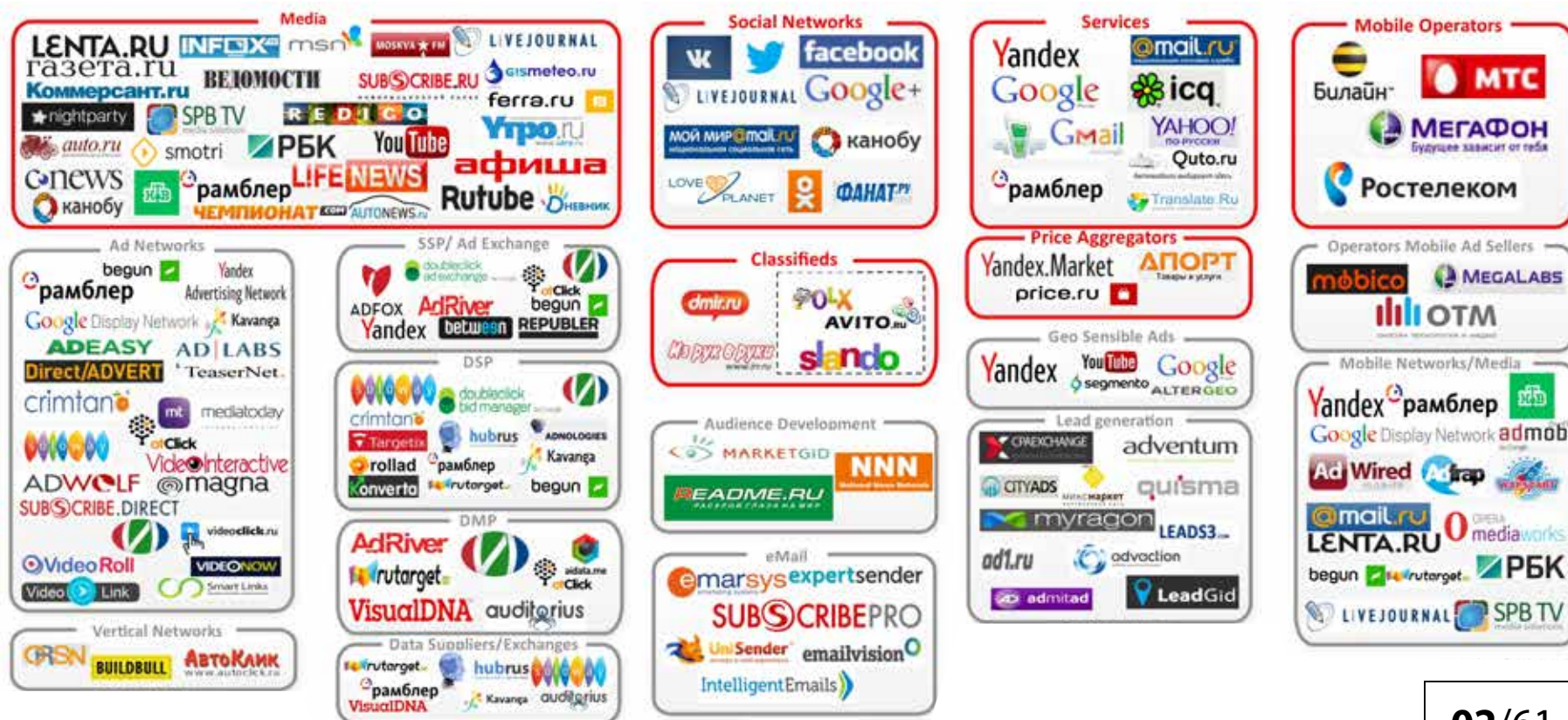
**МАРКЕТИНГОВЫЙ
КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ**
www.techart.ru

ВЕБ-АНАЛИТИКА ДЛЯ РЕКЛАМЫ: СБОР ДАННЫХ, АНАЛИЗ, УВЕЛИЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Андрей Титенко
Promo.TechArt

12 / 02 / 2014

МНОГООБРАЗИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА





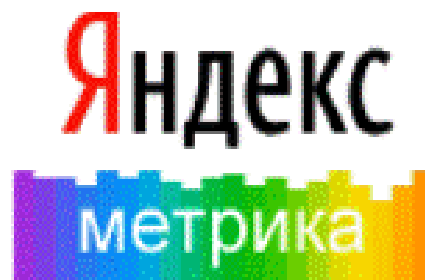
ЗАЧЕМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИНСТРУМЕНТ, КОТОРЫЙ НЕ ПРИНОСИТ НИКАКОЙ ПРИБЫЛИ?





СИСТЕМЫ ВЕБ- АНАЛИТИКИ В РОССИИ

/ Liveinternet
/ Яндекс. Метрика
/ Google Analytics
/ Rambler Top100
/ top.mail.ru





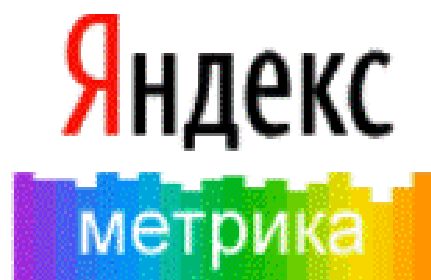
Веб-аналитика для рекламы

ПЛАТНЫЕ СИСТЕМЫ ВЕБ- АНАЛИТИКИ

- / IBM Coremetrics
- / Adobe Omniture (SiteCatalyst)
- / Webtrends
- / KISSmetrics
- / Visistat



РЕЗЕРВНАЯ СИСТЕМА СТАТИСТИКИ



СИСТЕМЫ МОГУТ ВЫДАВАТЬ РАЗНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПОСЕЩАЕМОСТИ.



График падения посещаемости.

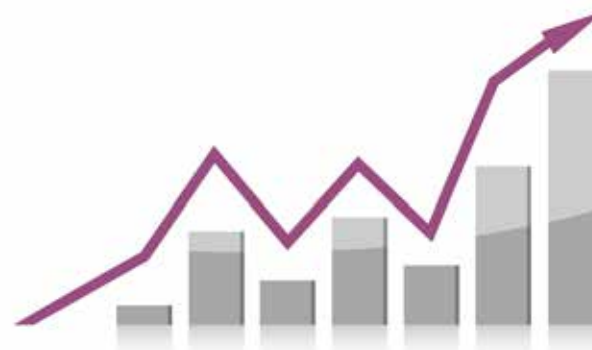


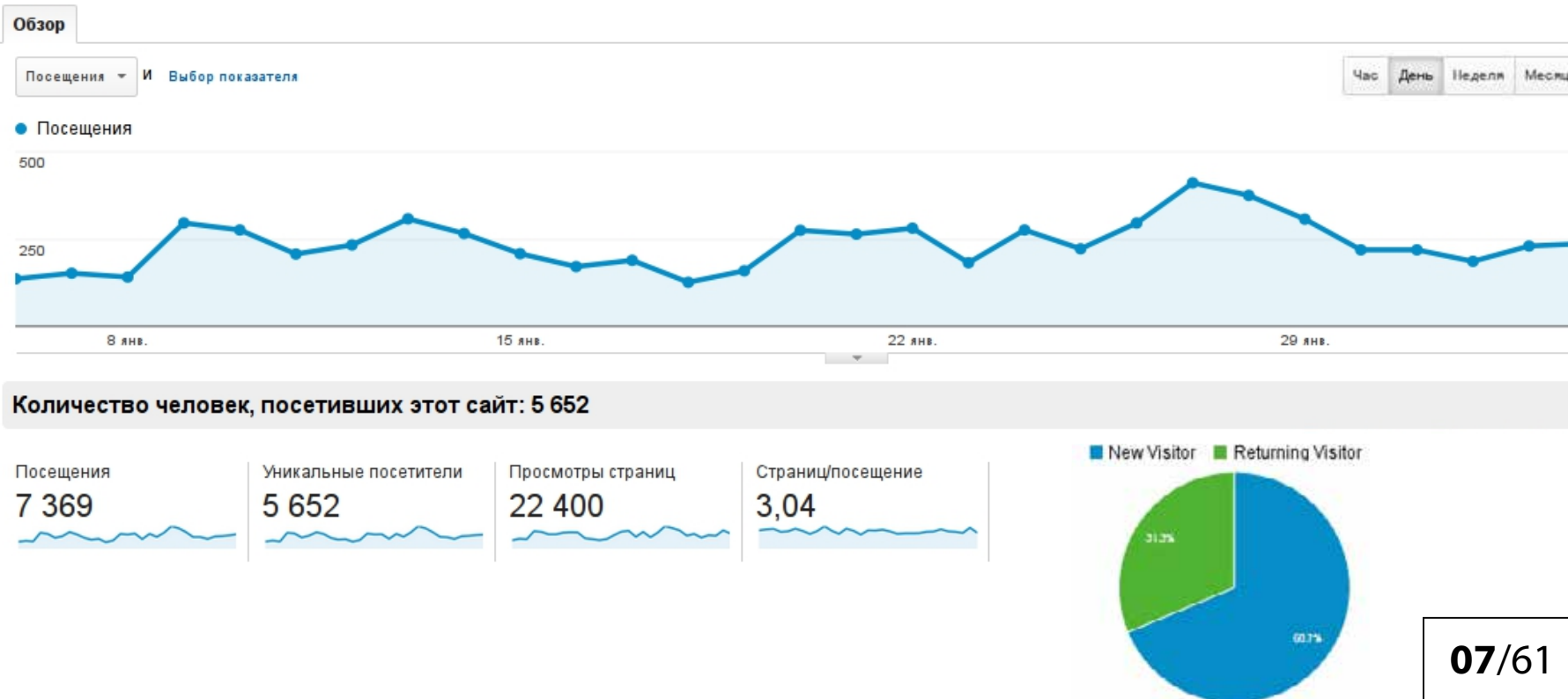
График роста посещаемости.



GOOGLE ANALYTICS — ЧТО ЭТО?

GOOGLE ANALYTICS

Средство веб-аналитики, которое позволяет оценить эффективность различных маркетинговых мероприятий.





GOOGLE ANALYTICS

БЕСПЛАТНАЯ ВЕРСИЯ



ОГРАНИЧЕНИЕ НА СБОР ДАННЫХ

(10 000 000 обращений
к сайту в месяц)



ЗАДЕРЖКА ОБРАБОТКИ ДАННЫХ 24–48 ЧАСОВ



GOOGLE ANALYTICS PREMIUM

- / Официальный договор
- / Гарантия предоставления сервиса 24/7
- / Техническая поддержка, обучение, консультации
- / До 1 000 000 000 обращений в месяц
- / Интеграция с Google Drive (выгрузка больших массивов данных)
- / Доступ к BigQuery (платно)



Веб-аналитика для рекламы

GOOGLE ANALYTICS PREMIUM

- / Официальный договор
- / Гарантия предоставления сервиса 24/7
- / Техническая поддержка, обучение, консультации
- / До 1 000 000 000 обращений в месяц
- / Интеграция с Google Drive (выгрузка больших массивов данных)
- / Доступ к BigQuery (платно)

150 000 \$
В ГОД

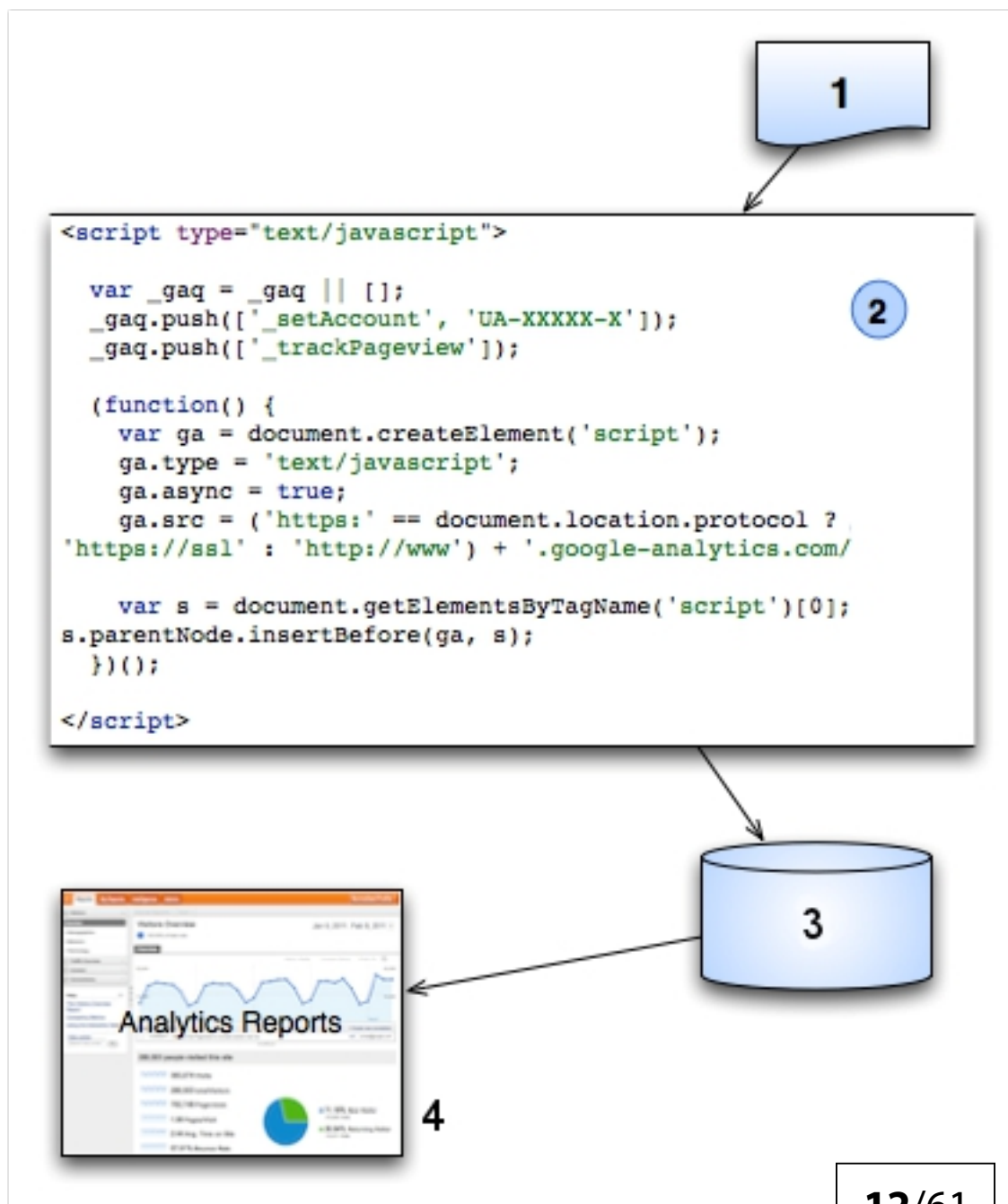


СХЕМА РАБОТЫ





СБОР ДАННЫХ





КАК РАБОТАЕТ GA

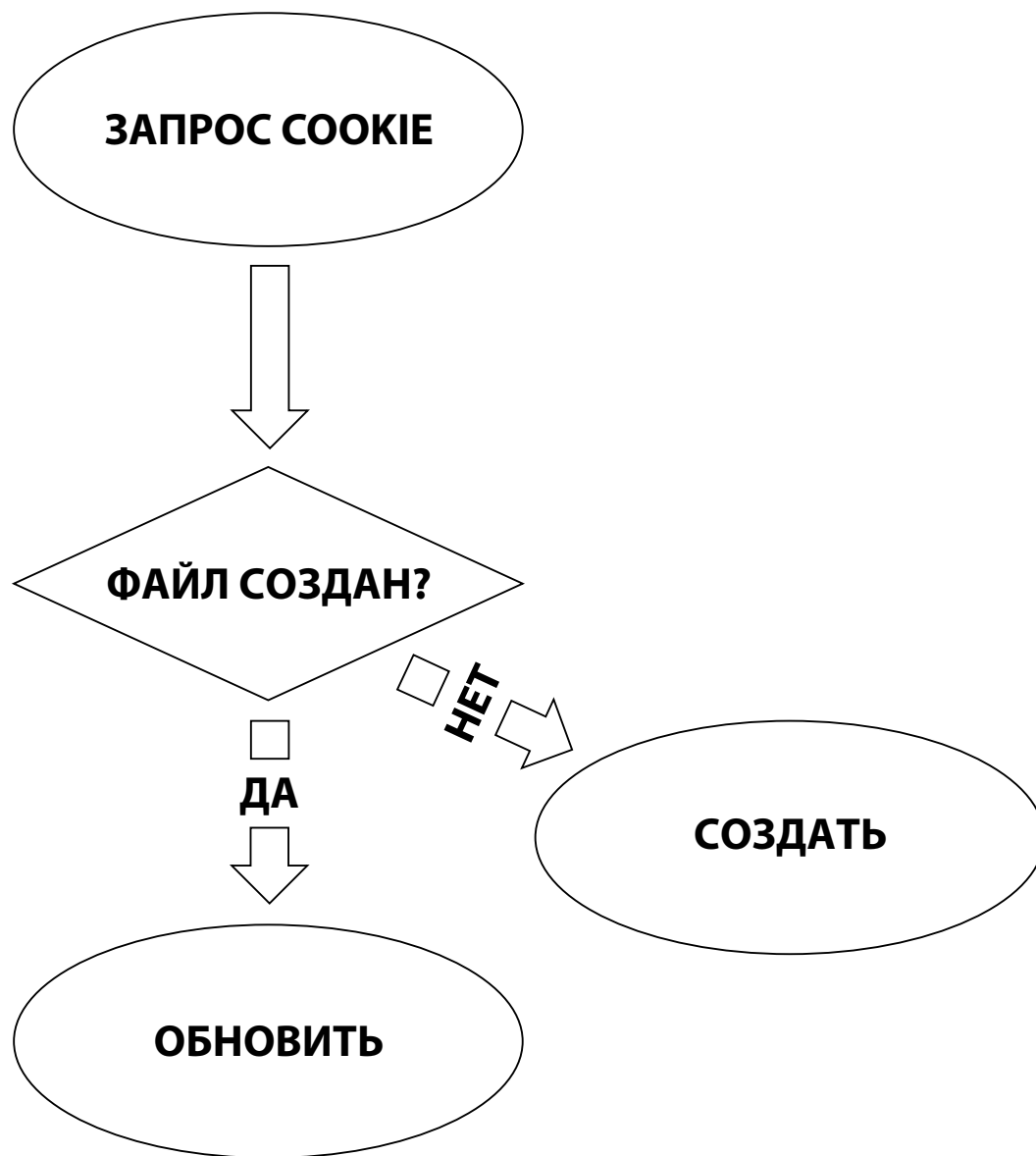


COOKIE

Cookie — это специальный файл, который используется для хранения различной служебной информации на компьютере пользователя.

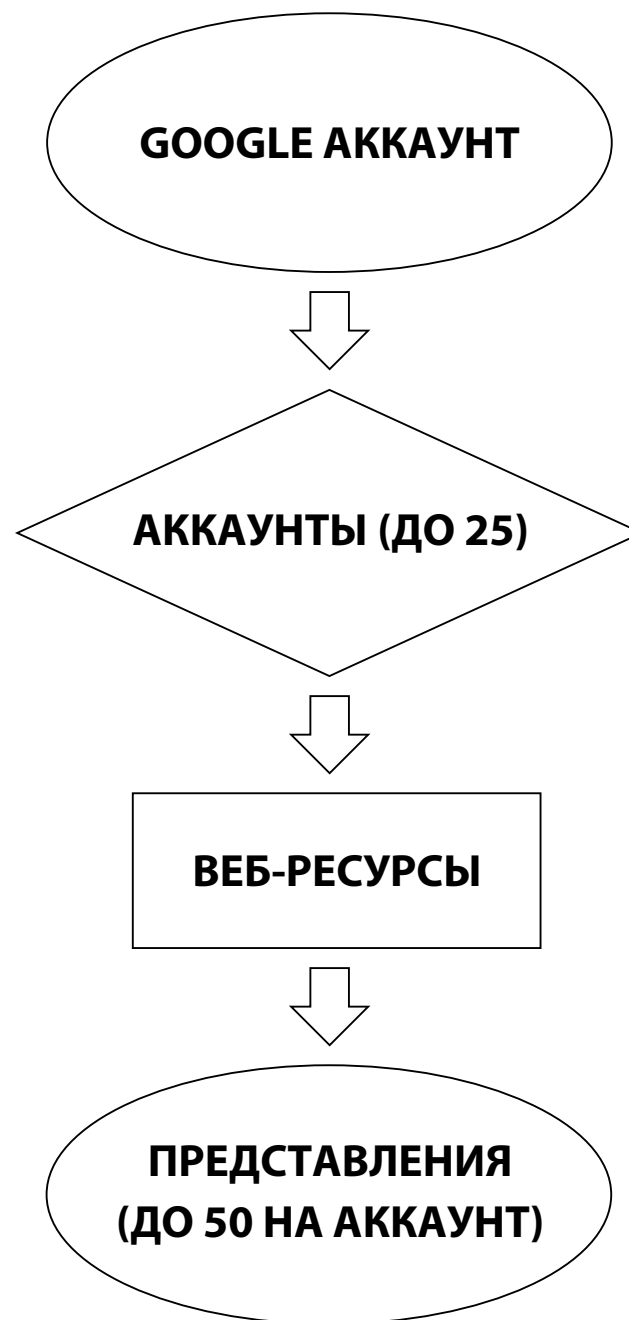


КАК РАБОТАЕТ GA





СТРУКТУРА АККАУНТА GA





Веб-аналитика для рекламы

GOOGLE ANALYTICS: ОТ ПРОСТОГО К СЛОЖНОМУ





ПРОСМОТРЫ СТРАНИЦ

УЧИТЫВАЕТ ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ОБРАЩЕНИЙ К СТРАНИЦАМ САЙТА.



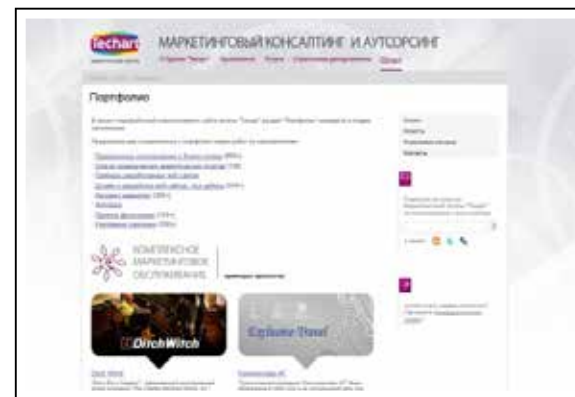
👁 ПРОСМОТРЫ: 3



ПОСЕЩЕНИЕ / ВИЗИТ / СЕССИЯ

ОТРАЖАЕТ ВРЕМЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БРАУЗЕРА И САЙТА.

Считается завершенной, если пользователь закрывает браузер, не проявляет активности в течение 30 минут, или если наступает полночь.



ОТСУТСТВИЕ
АКТИВНОСТИ
30 МИНУТ



ПРОСМОТРЫ: 3



ПОСЕЩЕНИЯ: 2



GOOGLE ANALYTICS: БАЗОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ



УНИКАЛЬНЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ

Количество не повторяющихся посетителей сайта
(тех, кто учитывался только один раз) за указанный период времени



КОЛИЧЕСТВО СТРАНИЦ, ПРОСМОТРЕННЫХ ЗА ПОСЕЩЕНИЕ

ОТРАЖАЕТ ГЛУБИНУ ПРОСМОТРА САЙТА И ПОЗВОЛЯЕТ ОЦЕНИТЬ СТЕПЕНЬ
ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ.

ФОРМУЛА РАСЧЕТА

$$\frac{\text{Просмотренные страницы}}{\text{Посещения}} = \text{Количество страниц, просмотренных за посещение}$$

	ХОРОШО	ПЛОХО
БОЛЬШАЯ ГЛУБИНА ПРОСМОТРА	Информационный сайт	Сайт службы поддержки (пользователь не может найти информацию)



ПОКАЗАТЕЛЬ ОТКАЗОВ

ПРОЦЕНТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, НЕ СОВЕРШИВШИХ НИКАКИХ ДЕЙСТВИЙ НА СТРАНИЦЕ И ПОКИНУВШИХ САЙТ.

ФОРМУЛА РАСЧЕТА

$$\frac{\text{Посещения с единичным просмотром страниц}}{\text{Посещения}} \times 100\% = \text{Показатель отказов}$$

	ХОРОШО	ПЛОХО
ВЫСОКИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ОТКАЗОВ	Интернет-магазин (пользователи звонят по телефону)	Интернет-магазин (нет звонков, высокий показатель отказа по количеству страниц)



СРЕДНЯЯ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ПРЕБЫВАНИЯ НА САЙТЕ

ГОВОРIT О СРЕДНЕЙ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ СЕССИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА САЙТЕ.

ФОРМУЛА РАСЧЕТА

Время обращения к
последней странице
в сессии — Время обращения
к первой странице
в сессии = Время
пребывания
на сайте

	ХОРОШО	ПЛОХО
БОЛЬШОЕ ВРЕМЯ ПРОСМОТРА СТРАНИЦЫ	Страница с описанием услуг (например, информация о банковских депозитах)	Страница регистрации (пользователь не может разобраться с полями)



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ GOOGLE ANALYTICS

Источник или канал ?	Источники трафика			Действия		
	Посещения ? ↓	Новые посещения, % ?	Новые посещения ?	Показатель отказов ?	Страниц/посещение ?	Ср. продолж. посещ. ?
	32 688 % от общего количества: 100,00 % (32 688)	67,58 % В среднем по сайту: 67,47 % (0,17 %)	22 090 % от общего количества: 100,17 % (22 053)	42,74 % В среднем по сайту: 42,74 % (0,00 %)	3,48 В среднем по сайту: 3,48 (0,00 %)	00:02:58 В среднем по сайту: 00:02:58 (0,00 %)
1. yandex / organic	13 712	69,29 %	9 501	28,05 %	3,77	00:03:14
2. yandexdirect / cpc	10 203	60,60 %	6 183	55,96 %	2,93	00:02:15
3. google / organic	2 121	71,33 %	1 513	47,67 %	3,96	00:03:42
4. (direct) / (none)	2 055	68,32 %	1 404	48,47 %	4,49	00:04:53
5. go.mail.ru / organic	1 413	73,67 %	1 041	54,07 %	3,37	00:02:20
6. irr.ru / referral	1 080	78,89 %	852	45,83 %	3,33	00:03:01



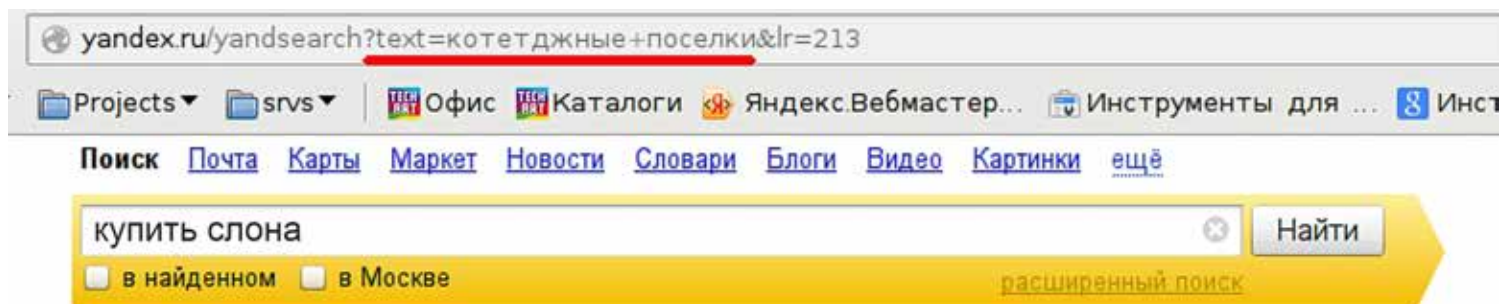
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ GOOGLE ANALYTICS

- / **ПРЯМОЙ ТРАФИК** (источник direct / none) — это type-in (ввод адреса в адресной строке) и переход на сайт с закладок в браузере.
- / **ПЕРЕХОДЫ ПО ССЫЛКАМ** (referral) — это переходы по прямой ссылке с какого-либо сайта.
- / **ПЕРЕХОД С ПОИСКА** (organic) — это посетители, которые попадают на сайт со страниц результатов выдачи различных поисковых систем (yandex, google, rambler и т. п.).
- / **ОПЛАЧИВАЕМЫЙ ТРАФИК** (cpc) — переходы с систем контекстной рекламы, например, Google Adwords (Яндекс Директ по умолчанию не отслеживается).



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ GOOGLE ANALYTICS

ORGANIC



CPC

http://my-homes.ru/?utm_source=yandexdirect&utm_medium=cpc

REFERRAL

пользователь пришел с другого сайта, который не является поисковой системой, и в URL нет специальной метки.



Веб-аналитика для рекламы

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ GOOGLE ANALYTICS

ИНТЕРФЕЙС «КОМПОНОВЩИКА URL»

Этап 1. Укажите URL своего сайта.

Адрес веб-сайта *

Пример: <http://www.example.com/zagruzka.html>

Этап 2. Введите соответствующие данные ниже.

кампании обязательны для заполнения.

Источник кампании *

URL перехода: google, citysearch, newsletter4

Канал кампании *

Маркетинговый канал: src – кампания с оплатой за клики, banner -

Ключевое слово в кампании

Определяет оплачиваемые ключевые слова

Содержание кампании

Позволяет различать объявления

Название кампании *

Товар, промокод или рекламный слоган

Отправить

* Обязательное поле



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ GOOGLE ANALYTICS

ПРИМЕР МЕТКИ ДЛЯ БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЫ

Этап 1. Укажите URL своего сайта.

Адрес веб-сайта *

www.my-site.ru

Пример: <http://www.example.com/zagruzka.html>

Этап 2. Введите соответствующие данные ниже.

кампании обязательны для заполнения.

Источник кампании *

vashdom.ru

URL перехода: google, citysearch, newsletter4

Канал кампании *

display

Маркетинговый канал: src – кампания с оплатой за клики, banner – баннер,

Ключевое слово в кампании

Определяет оплачиваемые ключевые слова

Содержание кампании

Позволяет различать объявления

Название кампании *

sale2014

Товар, промокод или рекламный слоган

Отправить

www.my-site.ru/?utm_source=vashdom.ru&utm_medium=display&utm_campaign=sale2014



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ GOOGLE ANALYTICS

/ БАННЕР НА ПОРТАЛЕ:

www.my-site.ru?utm_source=vashdom.ru&utm_medium=display&utm_campaign=sale2014

/ РАССЫЛКА С САЙТА ИЛИ ВНЕШНИХ СЕРВИСОВ:

www.my-site.ru?utm_source=subscribe&utm_medium=email&utm_campaign=18-01-14

/ КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА:

www.my-site.ru?utm_source=yandexdirect&utm_medium=cpc&utm_campaign=goods&utm_content=paint&utm_term=red_pain

Источник или канал	Источники трафика			Действия		
	Посещения	Новые посещения, %	Новые посещения	Показатель отказов	Страниц/посещение	Ср. продолж. посещ.
	32 688 % от общего количества: 100,00 % (32 688)	67,58 % В среднем по сайту: 67,47 % (0,17 %)	22 090 % от общего количества: 100,17 % (22 053)	42,74 % В среднем по сайту: 42,74 % (0,00 %)	3,48 В среднем по сайту: 3,48 (0,00 %)	00:02:58 В среднем по сайту: 00:02:58 (0,00 %)
1. yandex / organic	13 712	69,29 %	9 501	28,05 %	3,77	00:03:14
2. yandexdirect / cpc	10 203	60,60 %	6 183	55,96 %	2,93	00:02:15
3. google / organic	2 121	71,33 %	1 513	47,67 %	3,96	00:03:42
4. (direct) / (none)	2 055	68,32 %	1 404	48,47 %	4,49	00:04:53
5. subscribe / e-mail	1 413	73,67 %	1 041	54,07 %	3,37	00:02:20
6. vashdom / display	1 080	78,89 %	852	45,83 %	3,33	00:03:01



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ GOOGLE ANALYTICS

ЕСЛИ БЫ НЕ БЫЛО МЕТОК

/ БАННЕР НА ПОРТАЛЕ:

vashdom.ru / referral

/ РАССЫЛКА С САЙТА ИЛИ ВНЕШНИХ СЕРВИСОВ:

direct / none

/ КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА:

yandex / organic

Источник или канал	Источники трафика			Действия		
	Посещения	Новые посещения, %	Новые посещения	Показатель отказов	Страниц/посещение	Ср. продолж. посещ.
	32 688 % от общего количества: 100,00 % (32 688)	67,58 % В среднем по сайту: 67,47 % (0,17 %)	22 090 % от общего количества: 100,17 % (22 053)	42,74 % В среднем по сайту: 42,74 % (0,00 %)	3,48 В среднем по сайту: 3,48 (0,00 %)	00:02:58 В среднем по сайту: 00:02:58 (0,00 %)
1. yandex / organic	2 915	69,29 %	9 501	28,05 %	3,77	00:03:14
3. google / organic	2 121	71,33 %	1 513	47,67 %	3,96	00:03:42
4. (direct) / (none)	3 468	68,32 %	1 404	48,47 %	4,49	00:04:53
5. go.mail.ru / organic	1 413	73,67 %	1 041	54,07 %	3,37	00:02:20
6. vashdom / display	1 080	78,89 %	852	45,83 %	3,33	00:03:01



РЕГИОНЫ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Регион ?	Источники трафика			Действия		
	Посещения ? ↓	Новые посещения, % ?	Новые посещения ?	Показатель отказов ?	Страниц/посещение ?	Ср. продолж. посещ. ?
	24 021 % от общего количества: 86,24 % (27 853)	61,42 % В среднем по сайту: 65,32 % (-5,98 %)	14 753 % от общего количества: 81,08 % (18 194)	62,41 % В среднем по сайту: 64,30 % (-2,94 %)	2,89 В среднем по сайту: 2,72 (6,18 %)	00:03:11 В среднем по сайту: 00:03:02 (5,41 %)
1. Moscow	8 684	56,01 %	4 064	59,58 %	3,32	00:04:42
2. Moskovskaya oblast	1 689	61,34 %	1 036	59,27 %	3,04	00:02:48
3. Saint Petersburg	1 635	62,20 %	1 017	69,17 %	2,20	00:01:23
4. Sverdlovsk Oblast	672	65,18 %	438	65,77 %	2,43	00:02:47
5. Krasnodar Krai	554	72,56 %	402	63,00 %	2,36	00:02:33
6. Republic of Tatarstan	546	60,81 %	332	60,26 %	2,76	00:02:25
7. Samara Oblast	472	63,14 %	298	65,47 %	2,25	00:01:38
8. Nizhny Novgorod Oblast	407	67,01 %	276	67,32 %	2,44	00:02:10
9. Novosibirsk Oblast	359	67,13 %	241	58,77 %	3,30	00:03:23
10. Rostov Oblast	351	63,25 %	222	68,09 %	2,53	00:02:11



ТИП УСТРОЙСТВА

Тип устройства ?	Источники трафика			Действия		
	Посещения ? ↓	Новые посещения, % ?	Новые посещения ?	Показатель отказов ?	Страниц/посещение ?	Ср. продолж. посещ. ?
	27 853 % от общего количества: 100,00 % (27 853)	65,39 % В среднем по сайту: 65,32 % (0,11 %)	18 214 % от общего количества: 100,11 % (18 194)	64,30 % В среднем по сайту: 64,30 % (0,00 %)	2,72 В среднем по сайту: 2,72 (0,00 %)	00:03:02 В среднем по сайту: 00:03:02 (0,00 %)
1. desktop	26 652	65,09 %	17 347	64,30 %	2,74	00:03:05
2. tablet	643	70,30 %	452	60,65 %	2,53	00:02:07
3. mobile	558	74,37 %	415	68,64 %	2,03	00:01:41



ОТСЛЕЖИВАНИЕ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ В GOOGLE ANALYTICS

GOOGLE ANALYTICS ПОДДЕРЖИВАЕТ 4 ТИПА ЦЕЛЕЙ:

- / Время пребывания на сайте
- / Количество страниц, просмотренных за посещение
- / Переход по указанному URL
- / Событие



ОТСЛЕЖИВАНИЕ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ В GOOGLE ANALYTICS

ТИПОВЫЕ ЦЕЛИ ДЛЯ САЙТОВ:

1. Отправка форм (каждой отдельно!)
2. Посещение страницы «Контакты»
3. Регистрация
4. Корзина (каждый шаг) и т.д.



GOOGLE ANALYTICS: ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

ВРЕМЯ НА САЙТЕ

Goals (set 1): Goal 4

Общая информация

Название цели

☒ Активная ☐ Неактивная

Тип цели ☐ Переход по URL

☒ Длительность посещения

☐ Страниц/посещение

☐ Событие

Сведения о цели

Посещения с

Условие

Часы

Минуты

Секунды

Длительность посещения

Больше чем ▼

Ценность цели необязательно



GOOGLE ANALYTICS: ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

ПРОСМОТРЕННЫЕ СТРАНИЦЫ

Goals (set 1): Goal 4

Общая информация

Название цели

☒ Активная ☐ Неактивная

Тип цели

☐ Переход по URL

☐ Длительность посещения

☒ Страниц/посещение

☐ Событие

Сведения о цели

Посещения с

Условие

Количество просмотренных страниц

Посещено страниц

Больше чем ▼

Ценность цели необязательно



GOOGLE ANALYTICS: ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

ПЕРЕХОД ПО URL

Goals (set 1): Goal 4

Общая информация

Название цели

☒ Активная ☐ Неактивная

Тип цели

☒ Переход по URL

☐ Длительность посещения

☐ Страниц/посещение

☐ Событие

Сведения о цели

Целевой URL

Например, для целевой страницы <http://www.moisait.ru/spasibo.html> введите [/spasibo.html](#). Прочитайте эти рекомендации, которые помогут вам проверить целевой URL.

Тип соответствия

С учетом регистра

☐

Использование заглавных букв в указанных выше URL должно точно соответствовать таковому в целевых URL.

Ценность цели **необязательно**



GOOGLE ANALYTICS: ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

_TRACKEVENT (CATEGORY, ACTION, OPT_LABEL, OPT_VALUE, OPT_NONINTERACTION)

category — категория события (например, form — взаимодействие с формами);

action — действие (например, submit — отправка);

opt_label — ярлык события (например, название формы — sale_order);
(необяз.)

opt_value — некое числовое значение события, привязанное к событию;
(необяз.)

opt_noninteraction — параметр, отвечающий за использование
(необяз.) данного события при расчете показателя отказов.



GOOGLE ANALYTICS: ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

В КАЧЕСТВЕ СОБЫТИЯ МОГУТ ВЫСТУПАТЬ РАЗЛИЧНЫЕ ДЕЙСТВИЯ:

- клики по элементам;
- отправка форм;
- прокрутка страницы на определенное расстояние;
- время, проведенное на странице.

НАПРИМЕР:

```
<a href="http://www.site.com/price.xls"  
onClick=_gaq.push(['_trackEvent', 'price', 'download'])>.
```



GOOGLE ANALYTICS: ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КОНТЕНТОМ:

☐ Действие по событию	Всего событий ↓	Уникальные события
☐ 1. ArticleLoaded	49 453	26 019
☐ 2. StartReading	37 787	22 421
☐ 3. ContentBottom	31 407	18 871
☐ 4. PageBottom	6 464	5 545





GOOGLE ANALYTICS: ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

Источник или канал ?	Посещения ?	Страница "Офисы" (Коэффициент конверсии для цели 1) ?	Страница "Офисы" (Достигнутые переходы к цели 1) ?
	143 171 % от общего количества: 100,00 % (143 171)	6,01 % В среднем по сайту: 6,01 % (0,00 %)	8 601 % от общего количества: 100,00 % (8 601)
1. yandex / organic	55 605	5,53 %	3 075
2. google / organic	28 943	4,64 %	1 342
3. (direct) / (none)	19 079	4,93 %	941
4. yandex.ru / referral	17 054	7,93 %	1 352
5. yandexdirect / cpc	5 944	6,39 %	380
6. rambler / organic	2 204	6,49 %	143
7. google / cpc	1 448	2,62 %	38
8. vashdom / display	905	7,40 %	67
9. bing / organic	646	6,97 %	45
10. maps.yandex.ru / referral	481	11,43 %	55

Конверсия — достижение какой-либо цели в Google Analytics.

Коэффициент достигнутых конверсий — отношение числа конверсий ко всем посещениям сайта.



GOOGLE ANALYTICS: ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

Источник конверсии — последний источник в цепи посещений пользователя.



НО:

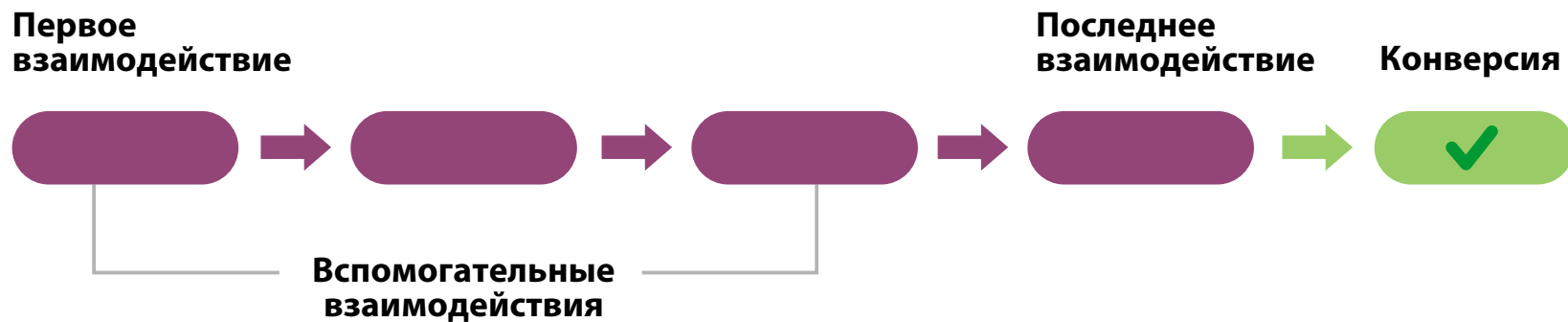


Источник конверсии:
поиск Яндекса



GOOGLE ANALYTICS: МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

ПОДРОБНАЯ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ КОНВЕРСИИ



Длина последовательности = 4 (число взаимодействий до конверсии)

Время до конверсии (количество дней до конверсии)

«МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ»

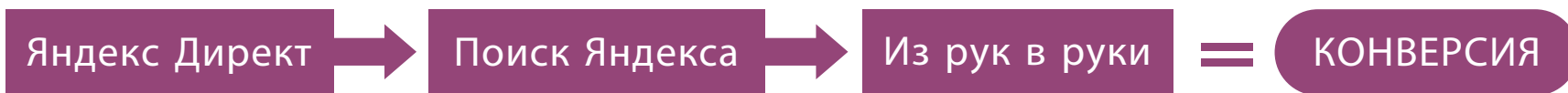
позволяют проследить всю цепь источников, которая привела к конверсии.



GOOGLE ANALYTICS: МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

КОНВЕРСИЯ ПО ПОСЛЕДНЕМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ —
последний источник перед осуществленным целевым действием.

ПРИМЕР:



КОНВЕРСИЯ ПО ПОСЛЕДНЕМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

— Из рук в руки

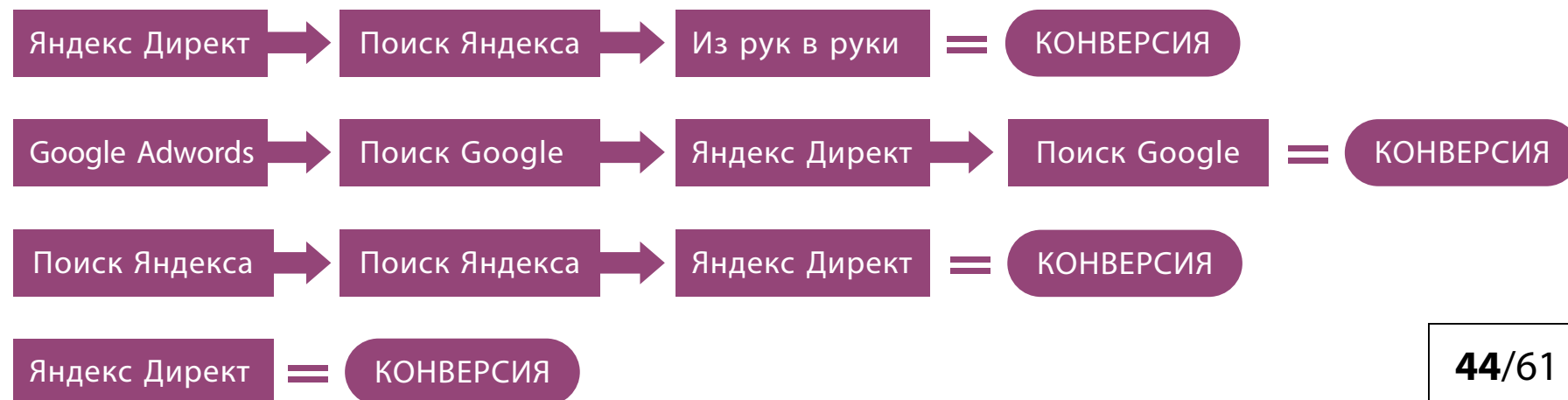


GOOGLE ANALYTICS: МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

АССОЦИИРОВАННЫЕ КОНВЕРСИИ —

это количество уникальных вхождений источника в цепи конверсий.

ПРИМЕР:

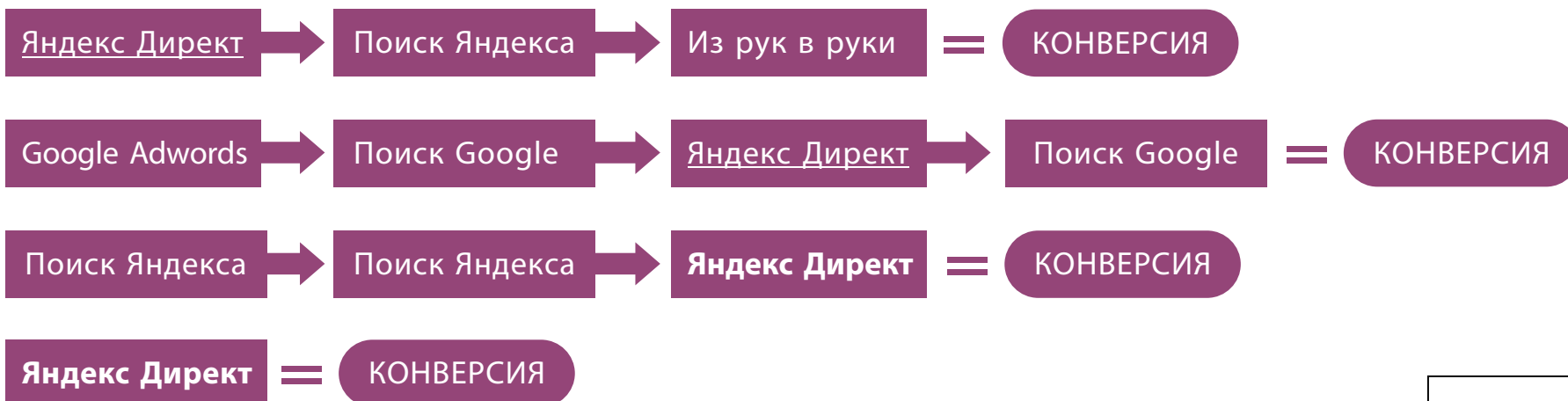




GOOGLE ANALYTICS: МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

КОНВЕРСИЯ ПО ПОСЛЕДНЕМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

Ассоциированная конверсия





GOOGLE ANALYTICS: МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

КОНВЕРСИЯ ПО ПОСЛЕДНЕМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ

Ассоциированная конверсия

Источник	АК	КППВ
yadirect / cpc	2	2
google / cpc	1	0
yandex / organic	2	0
google / organic	1	1
irr.ru / referral	0	1



GOOGLE ANALYTICS: МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

АК/КППВ — степень «вспомогательности» источника. Чем больше число, тем чаще источник встречается в цепи, но не в самом её конце.

Источник или канал	Ассоциированные конверсии ↓	Ценность ассоциированных конверсий	Конверсии по последнему взаимодействию	Ценность конверсий по последнему взаимодействию	Ассоциированные конверсии/конверсии по последнему клику
yandex / organic	4 848	103 715,00 \$	13 624	71 395,00 \$	0,36
yandexdirect / cpc	3 651	100 988,00 \$	9 027	53 943,00 \$	0,40
(direct) / (none)	2 701	63 122,00 \$	4 402	467 290,00 \$	0,61
google / cpc	2 273	12 540,00 \$	5 871	50 045,00 \$	0,39
google / organic	1 476	191 317,00 \$	3 742	21 074,00 \$	0,39
lfr.ru / referral	964	25 637,00 \$	2 302	19 285,00 \$	0,42
go.mail.ru / organic	593	3 553,00 \$	1 324	14 004,00 \$	0,45
rambler / organic	224	39 380,00 \$	522	5 032,00 \$	0,43
msk.reform.ru / referral	174	24 711,00 \$	345	497,00 \$	0,50
reality.dmic.ru / referral	97	38 447,00 \$	94	268,00 \$	1,03



ОТСЛЕЖИВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В GOOGLE ANALYTICS

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ —

это инструмент, который позволяет оценить доходность интернет-магазина.

Настроив отслеживание электронной торговли, мы сможем получать информацию об осуществляемых заказах, проданных товарах и их стоимости.

1. Включаем сбор данных в профиле:

«Настройки профиля» =>

«Изменение информации профиля»:

Настройки электронной торговли

Отслеживание электронной торговли необязательно



2. Устанавливаем код отслеживания электронной торговли:

```
var _gaq = _gaq || [ ];  
_gaq.push (['_setAccount', 'UA-XXXXX-X']);  
_gaq.push (['_trackPageview']);  
_gaq.push (['_addTrans',  
...]);  
_gaq.push (['_trackTrans']);
```



ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ — СТРУКТУРА ДАННЫХ

Источник или канал ?	Посещения ? ↓	Доход ?	Транзакции ?	Средняя стоимость заказов ?	Коэффициент транзакций ?	Ценность посещения ?
	27 522 % от общего количества: 100,00 % (27 522)	6 977 093,00 руб. % от общего количества: 100,00 % (6 977 093,00 руб.)	135 % от общего количества: 100,00 % (135)	51 682,17 руб. В среднем по сайту: 51 682,17 руб. (0,00 %)	0,49 % В среднем по сайту: 0,49 % (0,00 %)	253,51 руб. В среднем по сайту: 253,51 руб. (0,00 %)
1. yandex / organic	9 314	3 950 121,00 руб.	50	79 002,42 руб.	0,54 %	424,11 руб.
2. dir / cpc	4 710	590 388,00 руб.	23	25 669,04 руб.	0,49 %	125,35 руб.
3. (direct) / (none)	3 756	168 098,00 руб.	9	18 677,56 руб.	0,24 %	44,75 руб.
4. market / cpc	3 029	1 466 146,00 руб.	31	47 295,03 руб.	1,02 %	484,04 руб.
5. google / organic	2 548	695 013,00 руб.	9	77 223,67 руб.	0,35 %	272,77 руб.
6. google / cpc	2 474	16 100,00 руб.	3	5 366,67 руб.	0,12 %	6,51 руб.
7. go.mail.ru / organic	862	34 126,00 руб.	4	8 531,50 руб.	0,46 %	39,59 руб.
8. rambler / organic	150	1 306,00 руб.	1	1 306,00 руб.	0,67 %	8,71 руб.



ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ — СТРУКТУРА ДАННЫХ

Транзакции — количество заказов, сделанных на сайте
(~нажатие кнопки «Купить» / «Заказать»).

Уникальные покупки — заказ конкретного товара в течение одной транзакции
(может быть несколько в одной транзакции).

Количество — общее число проданных единиц конкретного товара
(может быть несколько в одной уникальной покупке).

Единица продукции — товар на сайте.



Веб-аналитика для рекламы

БУДУЩЕЕ РЯДОМ

UNIVERSAL ANALYTICS —
это новый виток развития
Google Analytics.

analytics.js



ga.js



urchin.js





СЕССИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ УСЛОЖНЯЮТСЯ



65%

пользователей

заходят на сайт
с разных устройств
в процессе покупки



USER-CENTERED ANALYTICS

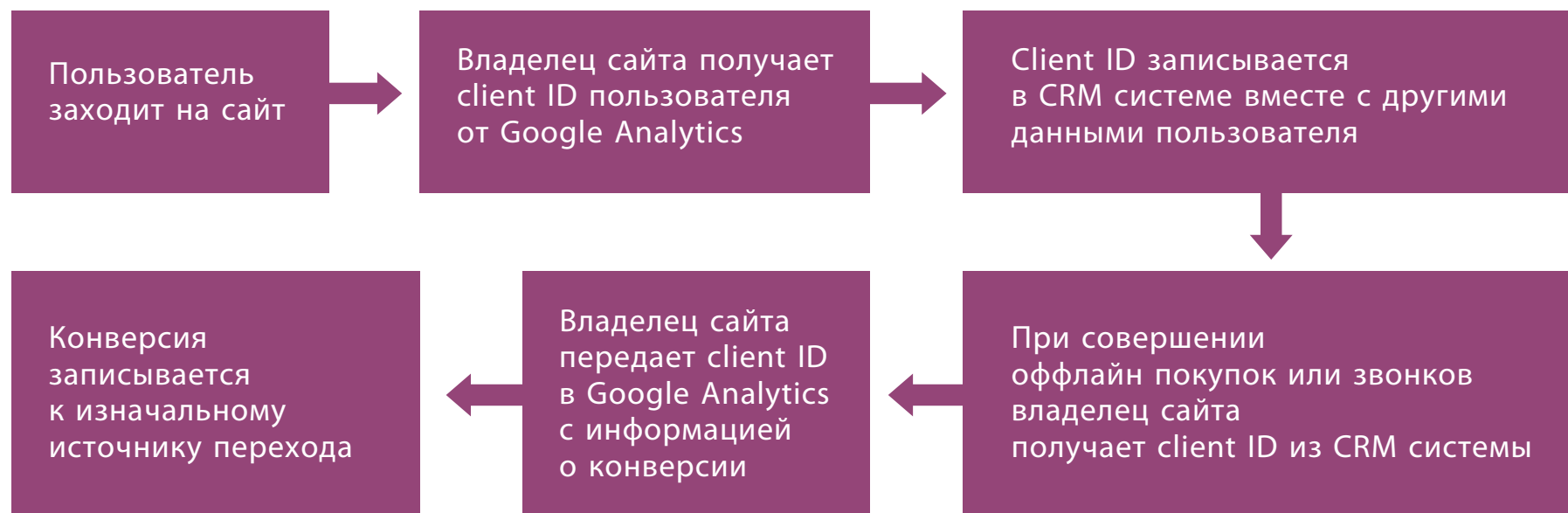
UNIVERSAL ANALYTICS





НОВОВВЕДЕНИЯ UNIVERSAL ANALYTICS

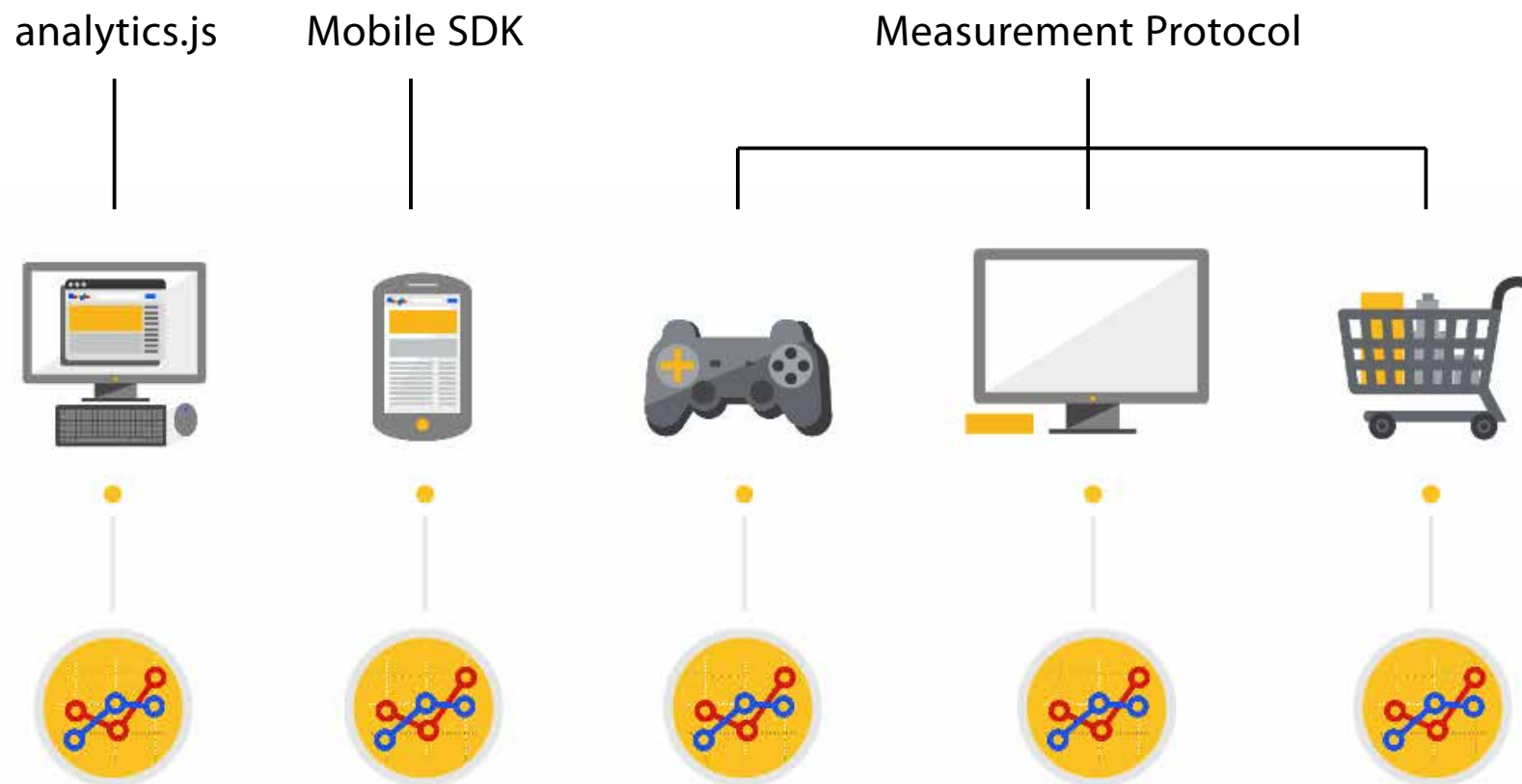
1. ПЕРЕДАЧА ДАННЫХ ОБ ОФФЛАЙН КОНВЕРСИЯХ В GOOGLE ANALYTICS





USER-CENTERED ANALYTICS

2. СБОР ДАННЫХ С РАЗНЫХ УСТРОЙСТВ И ПЛАТФОРМ





НОВОВВЕДЕНИЯ UNIVERSAL ANALYTICS

3. МЕНЬШИЙ ОБЪЁМ ПЕРЕДАВАЕМЫХ ДАННЫХ



ga.js:

до 5 кук

(`__utma`, `__utmb`, `__utmz` и т. д.)

analytics.js:

1 кука (`__ga`)

GA1.2.415009351.1345727548



НОВОВВЕДЕНИЯ UNIVERSAL ANALYTICS

4. ДОБАВЛЕНИЕ СОБСТВЕННЫХ ПАРАМЕТРОВ ОТЧЁТОВ И ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ:

- пол;
- возраст;
- количество звонков;
- выручка.



НОВОВВЕДЕНИЯ UNIVERSAL ANALYTICS

5. НАСТРОЙКА ПАРАМЕТРОВ ОТСЛЕЖИВАНИЯ БЕЗ ИЗМЕНЕНИЯ КОДА

- обработка времени ожидания сессий и кампаний;
- добавление дополнительных поисковиков (addOrganic);
- исключение доменов из реферальных переходов;
- исключение ключевых слов из отчётов.



НОВОВВЕДЕНИЯ UNIVERSAL ANALYTICS

ОГРАНИЧЕНИЯ:

1. Не работает ремаркетинг Adwords.
2. В куках нет данных об источнике/канале (используется в системах коллтрекинга).
3. Регламентированное время обработки отчётов — 48 часов (в 2 раза больше).
4. Не работают «Эксперименты».



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

АНАЛИЗИРУЙТЕ ТРЕНДЫ, а не абсолютные значения метрик.

Для проведения комплексного анализа
НЕОБХОДИМО ЗНАТЬ НЕ ТОЛЬКО О СВОЕМ САЙТЕ,
но и о рынке в целом.

Для более глубокого изучения поведения пользователей на сайте,
ИСПОЛЬЗУЙТЕ СПЕЦИАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ:

Clicktale (<http://www.clicktale.com>),

Вебвизор Яндекс.Метрики (<http://metrika.yandex.ru>) и т.п.

ВНОСИТЕ ИЗМЕНЕНИЯ, АНАЛИЗИРУЙТЕ, ПОЛУЧАЙТЕ ПРИБЫЛЬ!



**МАРКЕТИНГОВЫЙ
КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ**

www.techart.ru

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! ПОЖАЛУЙСТА, ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ.

Андрей Титенко
Promo.TechArt

(495) 790-7591
info@techart.ru
www.techart.ru
<http://twitter.com/techart/>
<http://www.facebook.com/techartgroup>