

15. Оценка эффективности маркетинга – задания по веб-аналитике

Оглавление

15. Веб-аналитика и оценка эффективности маркетинга	1
15.1. Пять вариантов рекламных кампаний для изучаемого проекта	1
15.2. Данные для 3 отчетов в Яндекс.Метрике и Google Analytics	2
15.2.1. Яндекс	2
15.2.2. Гугл.....	5

15.1. Пять вариантов рекламных кампаний для изучаемого проекта

Описание кампании	Ссылка на продвигаемый продукт/услугу	utm_source	utm_medium	utm_campaign	utm_content	utm_term	Итоговая ссылка
Email-рассылка с игрой про орехи через SendPulse: ссылка на главную стр	https://prof.alidi.ru/	sendpulse	email	orehovaya-arifmetika-ot-korkunova-2	glavnaya		https://prof.alidi.ru/?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=orehovaya-arifmetika-ot-korkunova-2&utm_content=glavnaya
Email-рассылка через SendPulse с игрой про орехи: ссылка на распродажу	https://prof.alidi.ru/sale	sendpulse	email	orehovaya-arifmetika-ot-korkunova-2	rasprodaja		https://prof.alidi.ru/sale?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=orehovaya-arifmetika-ot-korkunova-2&utm_content=rasprodaja
VK карусель на один из трех товаров: лосось	https://prof.alidi.ru/item/losos-file-na-kozhe-ohl--chili-trim-s-ves-12-kg-_659600003	vk	cpc	karusel_losos_parmezan_cheesecake	losos		https://prof.alidi.ru/item/losos-file-na-kozhe-ohl--chili-trim-s-ves-12-kg-_659600003?utm_source=vk&utm_medium=cpc&utm_campaign=karusel_losos_parmezan_cheesecake&utm_content=losos
Instagram карусель на один из трех товаров: лосось	https://prof.alidi.ru/item/losos-file-na-kozhe-ohl--chili-trim-s-ves-12-kg-_659600003	instagram	cpc	karusel_losos_parmezan_cheesecake	losos		https://prof.alidi.ru/item/losos-file-na-kozhe-ohl--chili-trim-s-ves-12-kg-_659600003?utm_source=instagram&utm_medium=cpc&utm_campaign=karusel_losos_parmezan_cheesecake&utm_content=losos

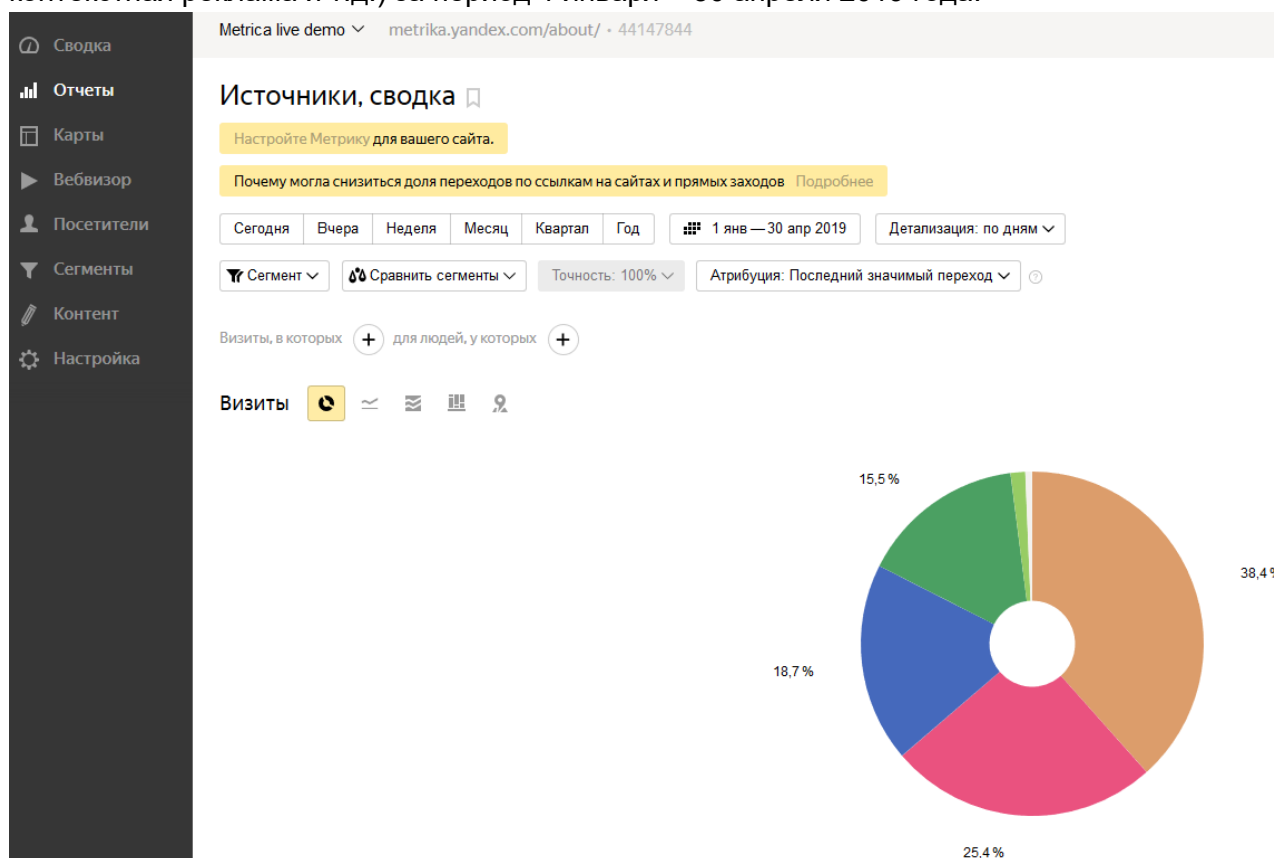
	_659600003						tm_medium=cpc&utm_campaign=karusel_losos_parmezan_cheesecake&utm_content=losos
Яндекс рекламное текстовое объявление	https://prof.alidi.ru	yandex	cpc	produkti_restoran		{keyword}	https://prof.alidi.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=produkti_restoran&utm_term=%7Bkeyword%7D
Google рекламное текстовое объявление	https://prof.alidi.ru	google	cpc	produkti_restoran		{keyword}	https://prof.alidi.ru/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=produkti_restoran&utm_term=%7Bkeyword%7D

15.2. Данные для 3 отчетов в Яндекс.Метрике и Google Analytics

Задание: найти данные для следующих отчетов

15.2.1. Яндекс

Отчет 1 — Распределение источников трафика (поисковая выдача, прямые переходы, контекстная реклама и т.д.) за период 1 января – 30 апреля 2019 года.





Итого и средние

☒ Переходы по ссылкам на сайтах☒ Переходы из поисковых систем☒ Переходы по рекламе☒ Прямые заходы☒ Внутренние переходы☐ Переходы из социальных сетей☐ Не определено☐ Переходы с почтовых рассылок☐ Переходы из мессенджеров☐ Переходы с сохранённых страниц

- ☒ Переходы по ссылкам на сайтах
- ☒ Переходы из поисковых систем
- ☒ Переходы по рекламе
- ☒ Прямые заходы
- ☒ Внутренние переходы
- ☐ Остальные

Скрыть график ^

Визиты

Посетители

Отказы

Глубина
просмотраВремя
на сайте

77 675

48 111

38,8 %

2,57

6:18

29 811

12 074

37,3 %

3,22

9:16

19 700

14 526

33 %

3,23

9:17

14 554

11 981

49,5 %

1,3

0:47

12 038

9 587

41 %

1,5

1:13

1 069

946

21 %

1,94

2:16

422

352

25,4 %

1,83

2:18

54

52

74,1 %

1,28

0:10

13

7

53,8 %

1,54

1:27

8

8

50 %

1,13

0:15

"Параметры".

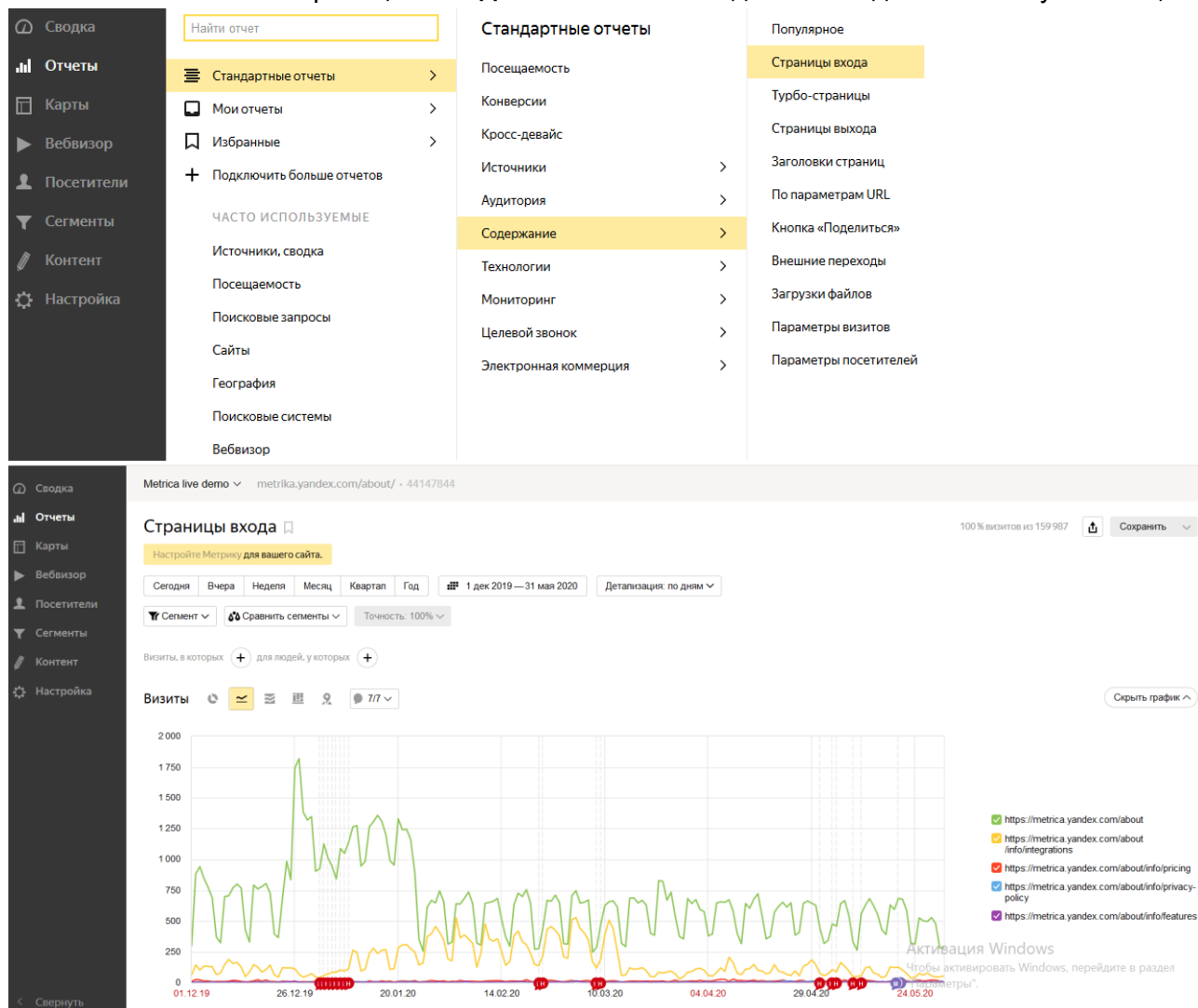
6

50 %

1,33

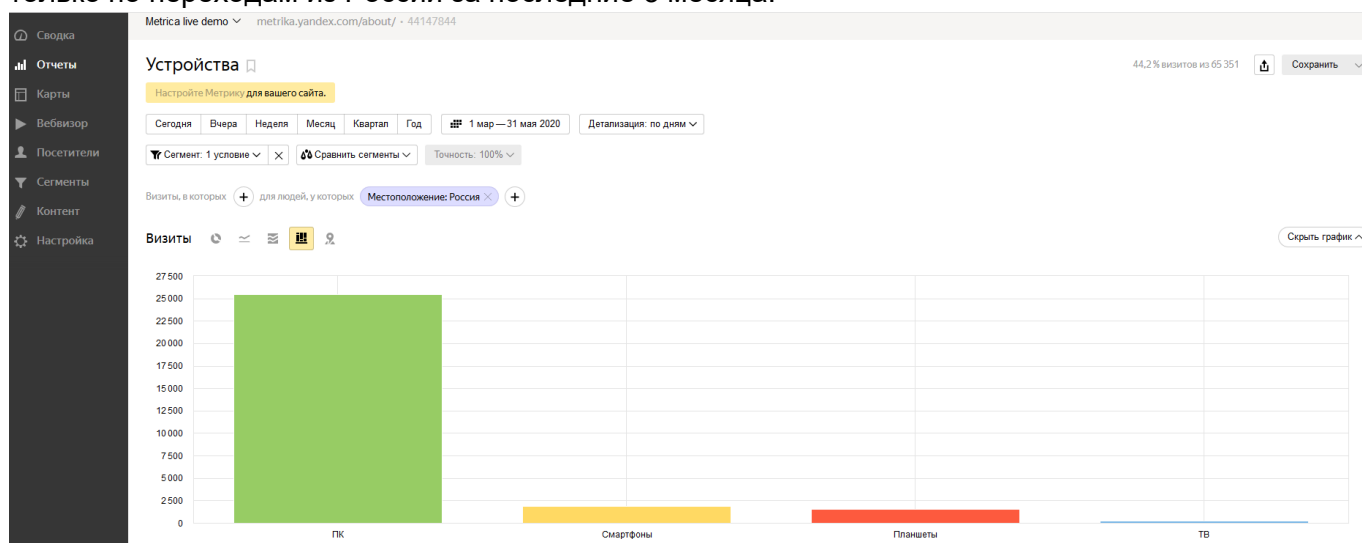
0:14

Отчет 2 - В отчете по страницам **входа** на сайт за последние полгода найти самую посещаемую.



самая посещаемая стр.входа: <https://metrika.yandex.com/about>

Отчет 3 — Отчет по тому, с каких ****типов устройств**** переходят на сайт. При этом нужны данные только по переходам из России за последние 3 месяца.

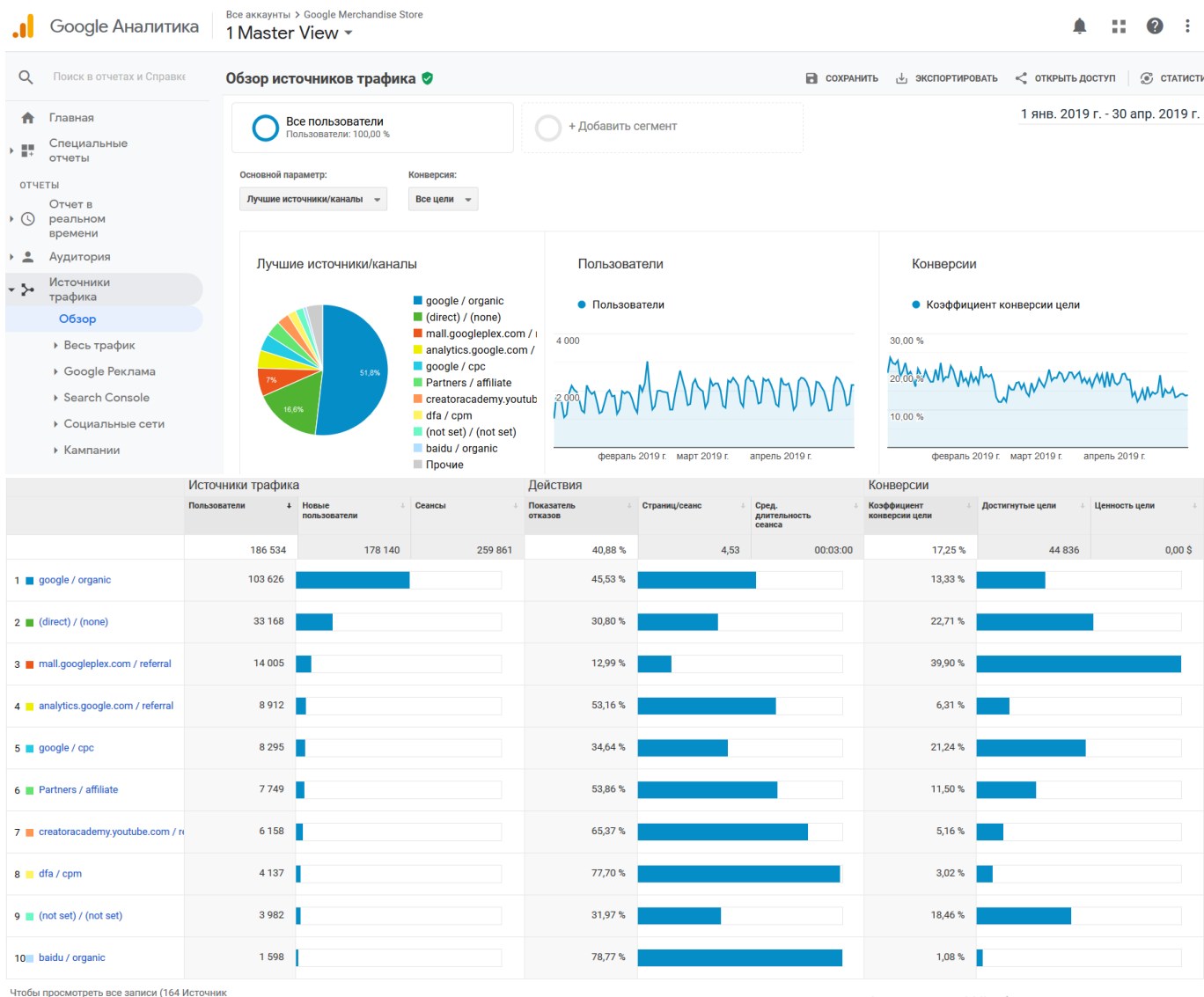


✓ Тип устройства, Производитель устройства, Модель устройства

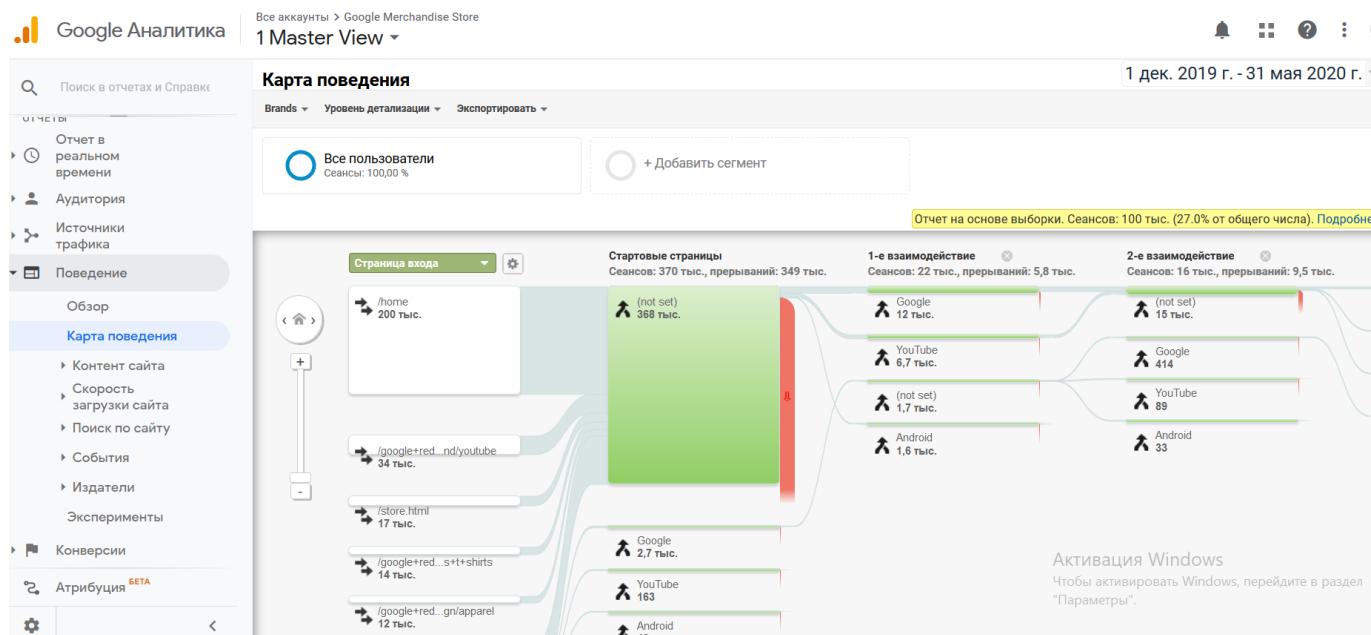
	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
<input type="checkbox"/> Итого и средние	28 893	15 550	36,4 %	4,07	11:45
<input checked="" type="checkbox"/> ПК	25 434	13 806	37 %	2,89	8:25
<input checked="" type="checkbox"/> Смартфоны	1 895	1 643	37,9 %	1,51	1:12
<input checked="" type="checkbox"/> Планшеты	1 560	1 101	25,1 %	26,3	1:19:00
<input checked="" type="checkbox"/> ТВ	4	2	25 %	3	15:02

15.2.2. Гугл

Отчет 1 — Распределение источников трафика (поисковая выдача, прямые переходы, контекстная реклама и т.д.) за период 1 января – 30 апреля 2019 года.

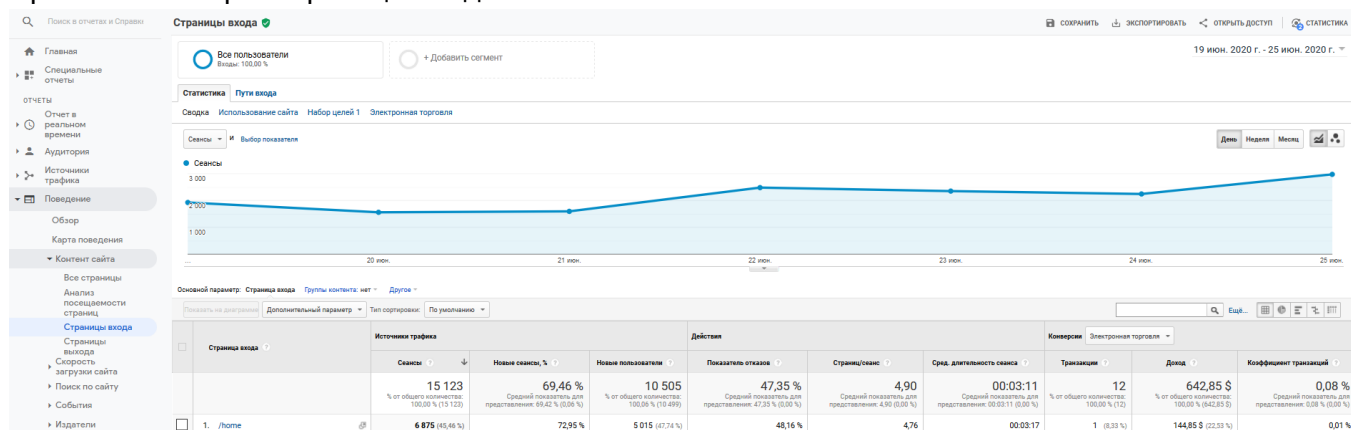


Отчет 2 — В отчете по страницам входа на сайт за последние полгода найти самую посещаемую.



страница /home - самая посещаемая страница входа.

Правильно – через страницы входа:



Отчет 3 — Отчет по тому, с каких **типов устройств**переходят на сайт. При этом нужны данные только по переходам из России за последние 3 месяца.

