

Открытия и переходы

Открытия и переходы по ссылкам

Версия 8.0



Эта документация предоставляется с ограничениями на использование и защищена законами об интеллектуальной собственности. За исключением случаев, прямо разрешенных в вашем лицензионном соглашении или разрешенных законом, вы не можете использовать, копировать, воспроизводить, переводить, транслировать, изменять, лицензировать, передавать, распространять, демонстрировать, выполнять, публиковать или отображать любую часть в любой форме или посредством любые значения. Обратный инжиниринг, дизассемблирование или декомпиляция этой документации, если это не требуется по закону для взаимодействия, запрещены.

Информация, содержащаяся в данном документе, может быть изменена без предварительного уведомления и не может гарантировать отсутствие ошибок. Если вы обнаружите какие-либо ошибки, сообщите нам о них в письменной форме.

Содержание

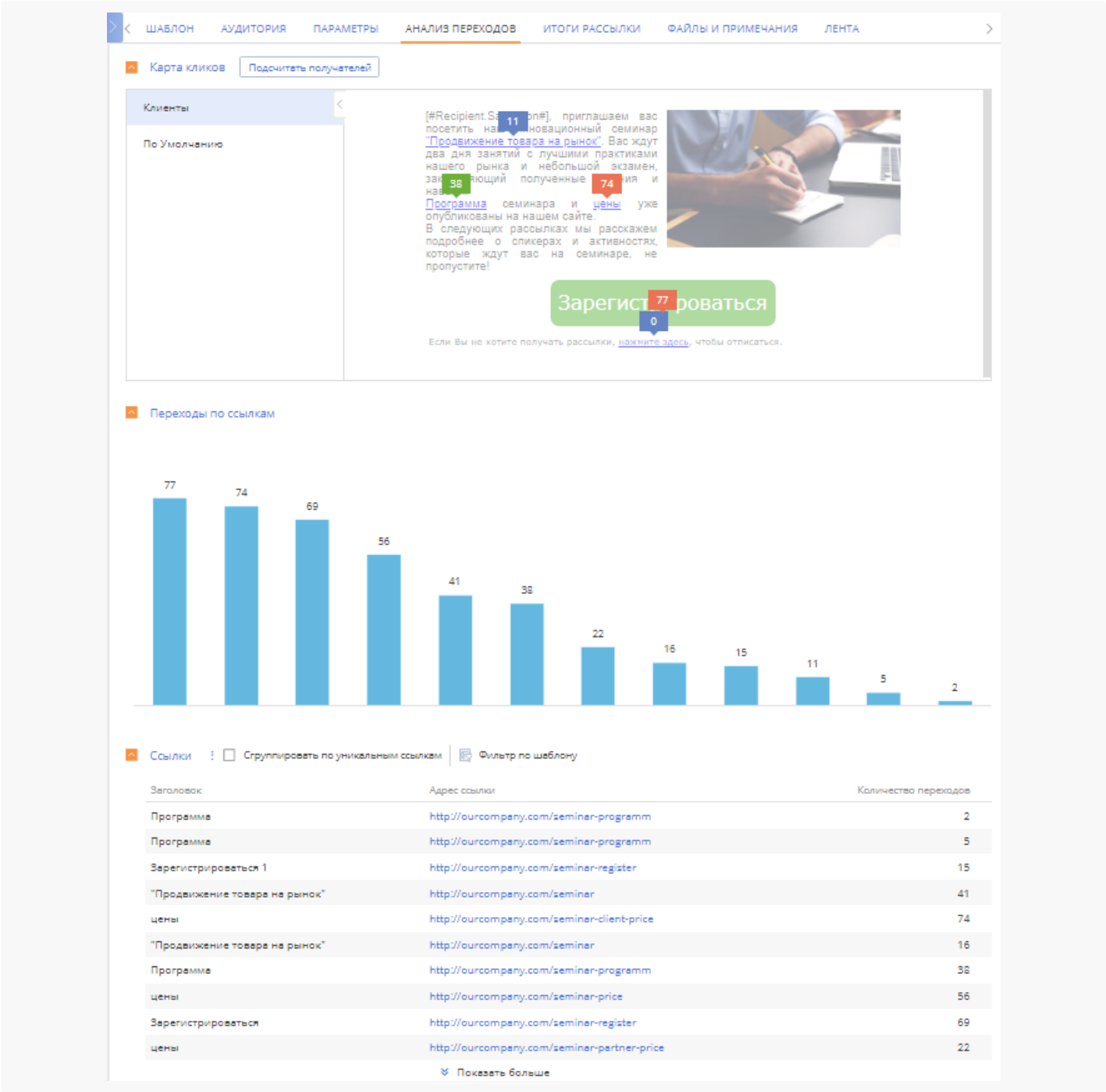
Открытия и переходы по ссылкам	4
Анализировать карту кликов	5
Анализировать график открытий/переходов	7
Анализировать переходы по ссылкам	8
Анализировать динамику открытий и переходов по времени	9

Открытия и переходы по ссылкам

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Для получения детальной статистики переходов по каждой из ссылок в письме используйте вкладку [Анализ переходов] страницы email-рассылки (Рис. 1).

Рис. 1 — Вкладка [Анализ переходов] страницы email-рассылки



На вкладке [*Анализ переходов*] доступны:

- **Карта кликов.** Позволяет детально проанализировать интересы ваших подписчиков и улучшить верстку писем. Обновляется каждые полчаса.
- **Диаграмма переходов по ссылкам.** Используйте ее для анализа популярности тех или иных ссылок в рассылке.
- **Ссылки.** Отображает количество переходов по указанным ссылкам.

Обратите внимание, что количество переходов по ссылкам, которое вы увидите на вкладке [*Анализ переходов*], может отличаться от статистики доставки на вкладке [*Итоги рассылки*]:

- На вкладке [*Итоги рассылки*] показатель [*Переходы*] отображает суммарное количество уникальных контактов, для которых в ходе рассылки был получен отклик “Переход по ссылке”. Например, переходы одного получателя по нескольким ссылкам в письме учитываются как один переход.
- На вкладке [*Анализ переходов*] показано количество уникальных переходов по каждой из ссылок в письме. Например, если получатель перешел по двум и более ссылкам, то учитывается каждый из переходов.

Отображение графиков на вкладке [*Анализ переходов*] зависит от типа контента, который используется в рассылке — **динамический** или **статический**. Особенностью аналитики рассылок с динамическим контентом является то, что в ней количество ссылок зависит не только от количества использованных URL-адресов, но и от количества реплик шаблона. Все ссылки в каждой из версий являются уникальными, независимо от того, размещены они в динамических блоках или в статических. Для этого ко всем URL-адресам в шаблоне автоматически добавляется уникальный параметр, по которому система различает ссылки из разных реплик. Аналитика переходов рассчитывается отдельно для каждой реплики. Подробнее: [Настроить динамический контент рассылок](#).

Анализировать карту кликов

Карта кликов — инструмент для измерения и отображения статистики по кликам. На карте кликов в режиме предварительного просмотра представлен шаблон рассылки, в котором возле каждой ссылки отображается отметка с количеством получателей, выполнивших переход по этой ссылке (Рис. 2). Цвет отметок иллюстрирует популярность ссылок: минимальное количество переходов в рассылке отмечено темно-синим цветом, а максимальное — красным.

Рис. 2 — Карта кликов рассылки со статическим контентом

Карта кликов

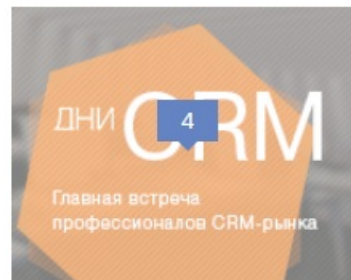
Terrasoft

Добрый день, [#Адресат.Приветствие#]!

Мы рады, что Вы примете участие в Днях CRM - главной встрече профессионалов CRM-рынка! Наш менеджер свяжется с Вами в ближайшее время, чтобы ответить на Ваши вопросы и оформить 31 для оплаты участия.

Совсем скоро на [странице мероприятия](#) появится детальное расписание сессий - следите за новостями 10 [шей страничке в Facebook](#).

Ждем встречи с Вами на Днях CRM!

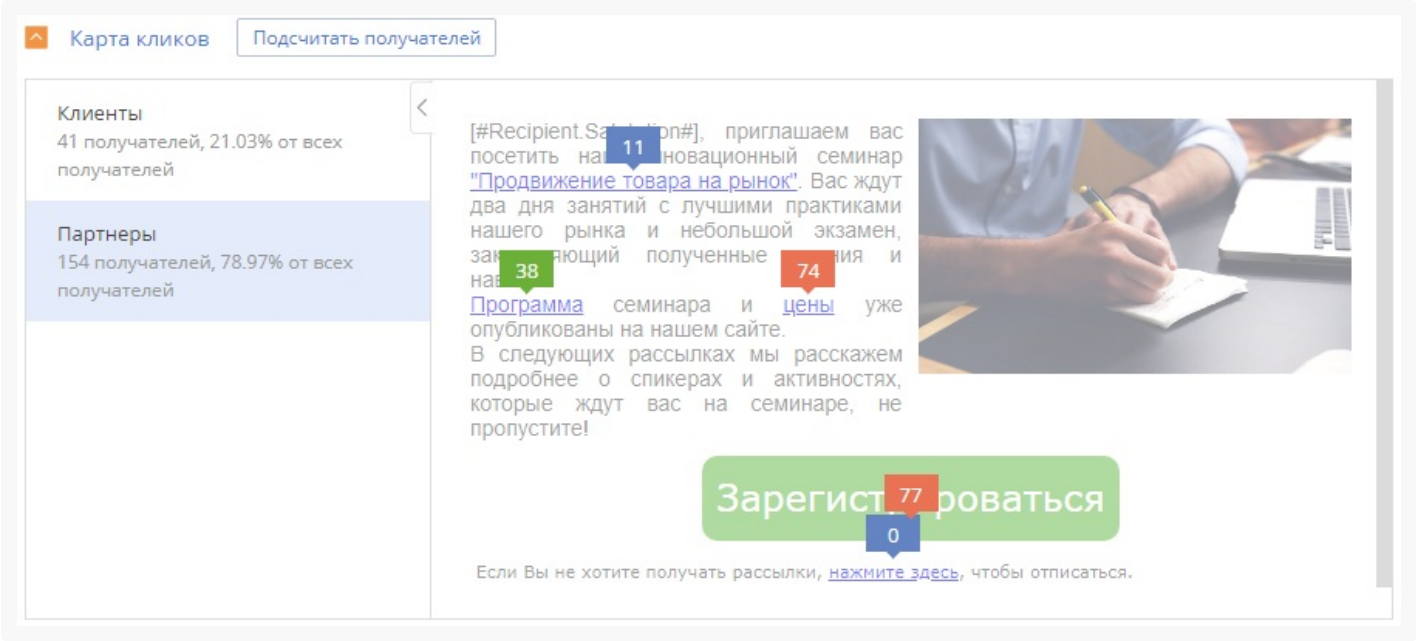


Переходом считается единичный клик уникального контакта в аудитории рассылки. Если один получатель выполнил несколько переходов по одной и той же ссылке, на карте кликов это не отобразится.

Для рассылок с **динамическим контентом** на карте кликов в режиме предварительного просмотра представлены все отправленные реплики (Рис. 3). Чтобы увидеть статистику по каждой из реплик, кликните по ее заголовку в левой части карты. Количество переходов рассчитывается отдельно для каждой реплики.

Также здесь доступна кнопка [Подсчитать получателей]. По нажатию этой кнопки для каждой из реплик шаблона выполняется расчет количества контактов, которым была отправлена данная реплика, а также процентное соотношение количества получателей этой реплики от всей аудитории рассылки. Результаты подсчета отображаются рядом с заголовками реплик.

Рис. 3 — Карта кликов рассылки с динамическим контентом

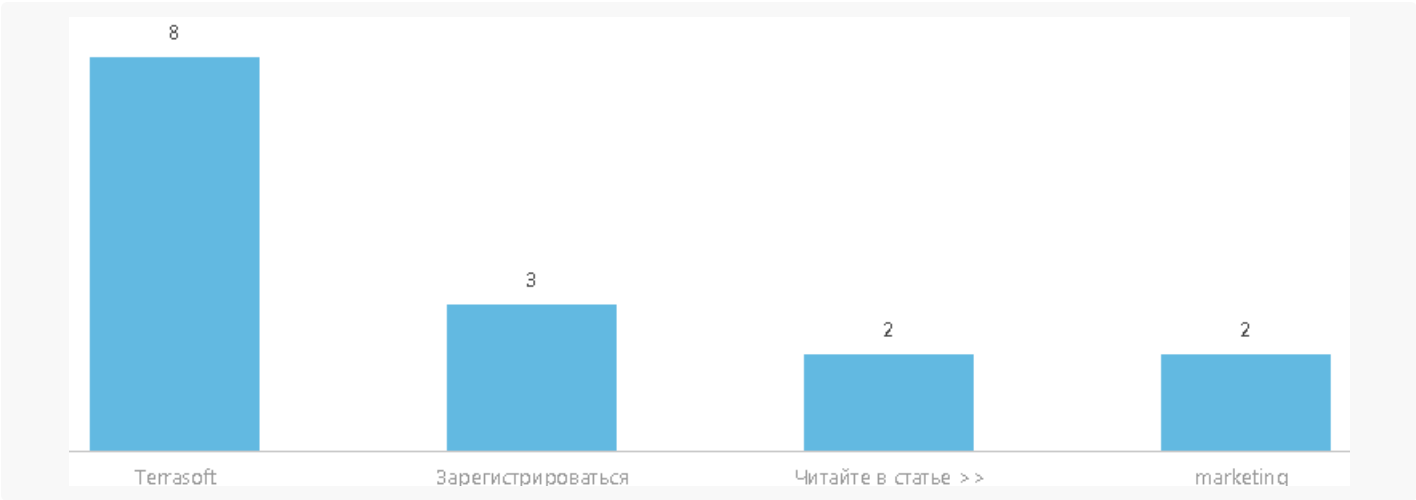


Анализировать график открытий/переходов

На **диаграмме переходов по ссылкам** отображается количество уникальных переходов по каждой из ссылок рассылки (Рис. 4).

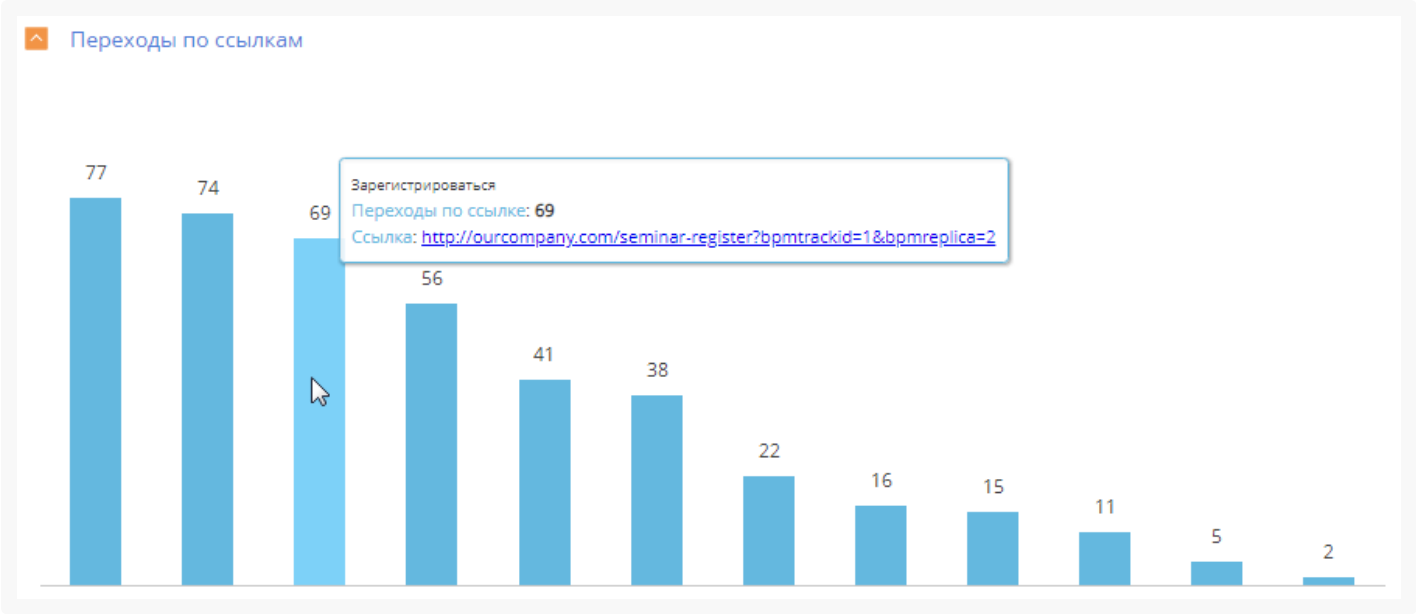
Вы можете использовать ее для анализа популярности тех или иных ссылок в рассылке. Отображаемые на графике заголовки ссылок можно отредактировать на детали [Ссылки].

Рис. 4 — Диаграмма переходов по ссылкам



Если в рассылке используется более 7 уникальных ссылок, то их заголовки на графике не отобразятся. Чтобы просмотреть подробную информацию по каждой из ссылок, наведите курсор мыши на столбик гистограммы — появится легенда, в которой будут указаны все параметры ссылки (Рис. 5).

Рис. 5 — Просмотр данных ссылки на гистограмме переходов



Для рассылок с **динамическим контентом** на этой диаграмме вы увидите количество переходов по каждой отдельной ссылке для каждой версии шаблона.

Анализировать переходы по ссылкам


Количество переходов по каждой ссылке в письме вы можете проанализировать на детали [Ссылки] страницы email (Рис. 6).

Рис. 6 — Деталь [Ссылки]

Ссылки ☐ Сгруппировать по уникальным ссылкам

Заголовок	Адрес ссылки	Количество переходов
Зарегистрироваться	http://ourcompany.com/seminar-register	15
Зарегистрироваться	http://ourcompany.com/seminar-register	69
Зарегистрироваться	http://ourcompany.com/seminar-register	77
Программа	http://ourcompany.com/seminar-programm	38
Программа	http://ourcompany.com/seminar-programm	5
Программа	http://ourcompany.com/seminar-programm	2
цены	http://ourcompany.com/seminar-price	56
цены	http://ourcompany.com/seminar-partner-price	22
цены	http://ourcompany.com/seminar-client-price	74
"Продвижение товара на рынок"	http://ourcompany.com/seminar	16
"Продвижение товара на рынок"	http://ourcompany.com/seminar	41
"Продвижение товара на рынок"	http://ourcompany.com/seminar	11

Здесь вы можете изменить заголовок ссылки, который также будет отображаться на детали [*Переходы по ссылкам*]. Для этого:

1. Выделите ссылку в реестре детали.
2. Нажмите кнопку  и выберите в меню пункт [*Изменить*].
В шаблоне письма заголовок останется без изменений.
3. Сохраните.

Используйте признак [*Сгруппировать по уникальным ссылкам*], чтобы увидеть суммарную статистику переходов по использованным в письме URL-адресам.

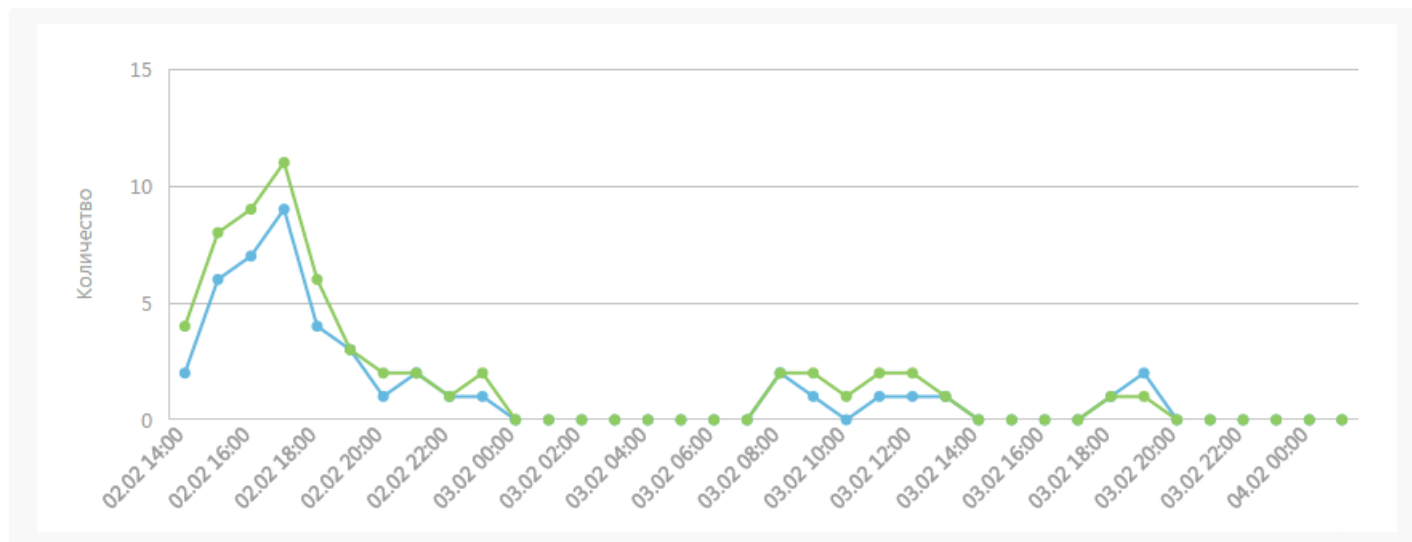
Для рассылок с **динамическим контентом** на детали [*Ссылки*] отобразится полный список гиперссылок из всех реплик шаблона. Оценить активность переходов для каждой из реплик рассылки вы можете, воспользовавшись быстрым **фильтром по шаблону**. URL-адреса ссылок представлены на детали в том виде, в котором они были добавлены в шаблон рассылки. Параметры, которые система автоматически присваивает каждой ссылке, отображаться не будут.

Анализировать динамику открытий и переходов по времени

График открытий и переходов (Рис. 7) позволит проанализировать динамику открытий и переходов во времени, чтобы определить наиболее **удачное время для отправки рассылок**.

Вы можете просмотреть график открытий/переходов на вкладке [*Итоги*] рассылки. График обновляется каждые полчаса.

Рис. 7 — График открытий/переходов



На линейной диаграмме отображается количество уникальных открытий и переходов по ссылкам из писем в рассылке.

По горизонтали отображается **период после запуска рассылки** (по умолчанию — 2 дня) с интервалом в 1 час.

По вертикали отображается **количество откликов уникальных получателей** рассылки. Например, если в определенном промежутке времени получатель открыл письмо и перешел по различным ссылкам

несколько раз, то на графике будет учтено только время первого открытия письма и время первого из переходов по ссылкам. А если получатель открыл письмо и перешел по ссылке отписки, то на графике будет учтено время открытия и время перехода по ссылке отписки.

На заметку. Период, отображаемый на графике открытий/переходов, можно изменить с помощью системной настройки “Интервал сбора статистики по рассылкам Email (часов)”.