

Отчет по заданию 5

Цель задания

Целью работы являлся анализ статистики посещаемости официального сайта Ассоциации любителей гребного спорта (row365.ru) на основе данных, предоставленных системой Яндекс.Метрика, для понимания поведения пользователей, источников трафика и популярности разделов сайта.

Отчет по проделанной работе

Руководством АЛГС были предоставлены данные из Яндекс.Метрики за период с 1 января 2026 по 15 февраля 2026 года. В ходе выполнения задания был проведён детальный анализ этих данных, который позволил составить объективную картину того, как посетители взаимодействуют с сайтом.

В ходе работы были выполнены следующие этапы:

- изучение структуры отчётов Яндекс.Метрики (сводка, источники, поведение, география, устройства);
- анализ ключевых показателей за указанный период;
- определение наиболее популярных страниц и разделов;
- анализ источников трафика и характеристик аудитории;
- формулировка выводов и рекомендаций.

Результаты анализа

За рассматриваемый период сайт посетило более 1200 пользователей, которые совершили около 3100 просмотров страниц. В среднем каждый посетитель просматривал две-три страницы за визит и проводил на сайте около трёх минут. Это говорит о том, что посетители находят нужную информацию достаточно быстро, но не задерживаются надолго.

Наибольшей популярностью пользовался раздел «Календарь», на который пришлось около 40% всех просмотров. Это ожидаемо, поскольку календарь является ключевым ресурсом для спортсменов. Раздел «Контакты» также востребован (примерно 20% просмотров), что свидетельствует о наличии запроса на обратную связь. Главная страница и раздел «О спорте» привлекли меньше внимания, возможно, из-за того, что постоянные пользователи заходят сразу в нужные разделы.

Анализ источников трафика показал, что около половины посетителей заходят на сайт напрямую, вводя адрес в браузере или переходя по закладкам. Примерно треть приходит из поисковых систем (Яндекс, Google), причём большинство запросов связаны с названием ассоциации и соревнованиями. Около 20% переходов приходится на социальные сети, главным образом из сообщества ВКонтакте. Это подтверждает, что сайт и группа ВК работают в связке.

География посетителей охватывает преимущественно регион, где базируется АЛГС, и соседние области. Около 60% визитов совершается с мобильных устройств, что подчёркивает важность адаптации сайта под смартфоны (которая в целом реализована хорошо).

Выводы и предложения

Полученные данные позволяют лучше понять аудиторию сайта. Календарь — самая востребованная информация, поэтому его следует всегда поддерживать в актуальном состоянии и, возможно, вынести на главную страницу в виде виджета. Также полезно усилить раздел с результатами соревнований, так как сейчас они публикуются только в ВК, а часть пользователей ищет их на сайте. Высокая доля мобильного трафика подтверждает правильность адаптивного дизайна.

Рекомендуется продолжить мониторинг посещаемости ежемесячно, чтобы отслеживать динамику и оперативно реагировать на изменения поведения пользователей.