


IT-Practicum

веб-аналитика

Настройка счётчиков

Метрика установка

 Метрика

Счётчики

Целевой звонок

Представители

API

Блог

Сводка

Отчеты

Карты

Вебвизор

Сегменты

Настройка

1 1.ru • 36913385

Настройка

Основное

Код счётчика

Вебвизор

Цели

Фильтры 1

Уведомления

Доступ

Основное

Номер счётчика

36913385

Имя счётчика

1

Домен сайта

1.ru

Дополнительные домены

Добавить домен

☒ Принимать данные только с указанных доменов

☐ Включая поддомены

Часовой пояс

(GMT+05:00) Екатеринбург

Тайм-аут визита в минутах

30

Целое число от 30 до 360

Удалить счётчик

Перенести счётчик

Метрика настройки до установки кода

Настройка

Основное Код счётчика Вебвизор Цели Фильтры 1 Уведомления Доступ

Код счётчика

- ☒ Вебвизор, карта скроллинга, аналитика форм ?
- ☐ Отслеживание хеша в адресной строке браузера ?
- ☒ Асинхронный код ?
- ☐ Для XML сайтов ?
- ☐ В одну строку
- ☒ Запрет отправки на индексацию страниц сайта
- ☐ Информер
- ☒ Отправка в Метрику данных электронной коммерции ?

Имя контейнера данных:

Установка

Для подсчета статистики необходимо добавить код счетчика на все страницы сайта. Код можно располагать в любом месте HTML-кода, желательно ближе к началу страницы. После изменения параметров кода, его необходимо обновлять на всех страницах сайта.

Метрика настройки до установки кода

Настройка

[Основное](#) [Код счётчика](#) [Вебвизор](#) [Цели](#) [Фильтры 1](#) [Уведомления](#) [Доступ](#)

Вебвизор

Запись страниц при просмотре посетителем ?

Выключено

Из браузера

Отдельным запросом

Запись страниц роботом ?

☐ Откл

Загрузка страниц в плеер ?

от вашего имени

от имени анонимного пользователя

Метрика настройки после установки кода

Настройка

Основное Код счётчика Вебвизор **Цели** Фильтры 1 Уведомления Доступ

Цели

Вы можете определить 200 целей для каждого сайта, указав:

- какое количество просмотренных страниц является показателем успешности рекламной кампании;
- один или несколько URL, посещение которых является желаемым действием.

Добавить цель

Конверсионные 0

Ретаргетинговые 0

№

Название цели

Описание

ID цели

Цели отсутствуют.

Метрика настройки после установки кода

Настройка

Основное

Код счётчика

Вебвизор

Цели

Фильтры 1

Уведомления

Доступ

Публичный доступ к статистике

Позволяет всем пользователям просматривать любую статистику этого счётчика по прямой ссылке или его номеру

☐

Откл

Индивидуальный доступ

Добавить пользователя

Регистрация

Выполните 3 шага, чтобы начать анализировать трафик своего веб-сайта

1 Зарегистрируйтесь в Google Analytics



Предоставьте основную информацию о сайте, который вы планируете отслеживать.

2 Размещение кода отслеживания



Вы получите код отслеживания, который необходимо разместить на своих страницах, чтобы система Google получала данные о посещениях сайта.

3 Подробная информация об аудитории



Через несколько часов появится первая статистика по вашему сайту.

Начните работу с Google Analytics

Регистрация

Зарегистрируйтесь сейчас – это просто и бесплатно!

Регистрация. GoogleAnalytics

The screenshot shows the Google Analytics homepage. At the top, there is a navigation bar with links: Главная, Возможности, Обучение, Партнеры, Справка. To the right of these links are buttons for 'Войти или' and 'Зарегистрироваться'. Two red arrows point to these buttons. Below the navigation bar, the main heading reads 'Веб-аналитика корпоративного уровня' with a subtitle 'Платформа мирового класса от Google. Подробнее...'. Below this is a section titled 'Моя сводка' (My Dashboard) containing three widgets: 'Посещения за день' (Visits per day) with a line chart, 'Типы трафика' (Traffic types) with a pie chart, and 'Длительность пребывания на сайте по странам' (Average session duration by country) with a table. The table lists countries and their corresponding visits and average session durations. At the bottom, there is a section titled 'Аналитические инструменты для вашего бизнеса' (Analytics tools for your business) with icons for various Google products.

Google Analytics

Поиск по сайту

Главная Возможности Обучение Партнеры Справка Войти или Зарегистрироваться

Веб-аналитика корпоративного уровня

Платформа мирового класса от Google. Подробнее...

Главная страница Стандартные отчеты Мои отчеты

Моя сводка

Посещения за день


Типы трафика

Длительность пребывания на сайте по странам

Страна	Посещения	Ср. длит. пребы- в. на сайте
США	67 445	00:01:54
Великобритания	18 948	00:01:37
Индия	8 882	00:00:58
Канада	6 371	00:01:02
Германия	5 645	00:00:32
Франция	5 243	00:00:38

Аналитические инструменты для вашего бизнеса

Регистрация. GoogleAnalytics

 ridero.ru
All Web Site Data ▾

ГЛАВНАЯ СТРАНИЦА ОТЧЕТЫ МОИ ОТЧЕТЫ **АДМИНИСТРАТОР**

Управление
Ridero

АККАУНТ
Ridero ▾
Поиск
IT-Practicum 43517621
Litres Android 26319421
ruson.ru 37098330
Ridero 43056424
up2sap.ru 44053158
www.etazhy.ru 21341867
www.l-w.ru 1848351
Книга Обученные 76201465
Кослапова 33030514
Создать аккаунт Используется 12 из 100

РЕСУРС
ridero.ru ▾
Настройки ресурса
Управление пользователями
Код отслеживания
СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ
Связь с AdWords
Связь с AdSense
Установление связи с Ad Exchange
Все продукты
Возврат данных
Настройки аудитории
Пользовательские определения

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ
All Web Site Data ▾
Настройки представления
Управление пользователями
Цели
Группы контента
Фильтры
Настройки канала
Настройки электронной торговли
Вычисляемые показатели BETA
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ
Сегменты
Аннотации
Модели атрибуции

Регистрация

Новый аккаунт

Что вы хотите отслеживать?

Веб-сайт

Мобильное приложение

Метод отслеживания

На этом ресурсе используется Universal Analytics. Чтобы завершить настройку, нажмите *Получить идентификатор отслеживания* и добавьте фрагмент кода отслеживания Universal Analytics на ресурс.

Настройка аккаунта

Название аккаунта обязательно

Аккаунты составляют самый верхний уровень иерархии и содержат один или несколько идентификаторов отслеживания.

Название нового аккаунта

Настройка ресурса

Название сайта обязательно

Мой новый веб-сайт

URL веб-сайта обязательно

http://

Пример: http://www.mywebsite.com

Отрасль ?

Выберите один вариант

Часовой пояс отчетов

Соединенные Штаты

(GMT-08:00) Тихоокеанское время

Регистрация

Мы гарантируем полную конфиденциальность данных, которые собираются, хранятся и обрабатываются в Google Analytics ("данных Google Analytics"). Эти данные используются для функционирования сервиса и выполнения важных системных операций, а также изредка в юридических целях в соответствии с [политикой конфиденциальности](#).

Функция предоставления доступа к данным позволяет управлять доступом к данным Google Analytics. [Подробнее...](#)

☒ **Продукты и сервисы Google** РЕКОМЕНДУЕТСЯ

Разрешить Google использовать мои данные, не содержащие личной информации, для усовершенствования продуктов и сервисов. *При отключенной функции данные все равно будут передаваться в другие сервисы Google, связанные с вашим аккаунтом. Просмотреть и изменить настройки для каждого ресурса можно в разделе [Связь с другими продуктами](#).*

☒ **Сравнение** РЕКОМЕНДУЕТСЯ

Разрешив сбор анонимных данных и их агрегирование, вы сможете воспользоваться публикациями, сравнением и другими функциями для анализа существующих тенденций. Google удалит всю информацию, на основе которой можно идентифицировать сайт, и объединит ваши данные с другими.

☒ **Техническая поддержка** РЕКОМЕНДУЕТСЯ

Разрешить специалистам службы поддержки Google доступ к вашему аккаунту и данным Google Analytics, если это потребуется для работы сервиса или решения технических проблем.

☒ **Специалисты по аккаунтам** РЕКОМЕНДУЕТСЯ

Предоставить специалистам Google по маркетингу и продажам доступ к данным и аккаунту Google Analytics, чтобы получать от них советы по оптимизации. Если вам не назначили специалиста по продажам, вы можете предоставить доступ уполномоченному представителю Google.

Узнайте, как организована [защита данных](#) в Google Analytics.

Используется аккаунтов: 0 из 100.

Получить идентификатор отслеживания

Отмена

Управление

поля / Мой магазин



РЕСУРС

Мой магазин

Настройки ресурса

Управление пользователями

.js Код отслеживания

Код отслеживания

Сбор данных

User-ID

Настройки сеанса

Источники обычных результатов поиска

Список исключаемых источников перехода

Список исключаемых поисковых запросов

СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ

Связь с AdWords

Связь с AdSense

Установление связи с Ad

Идентификатор отслеживания

UA-76459276-1

Статус

Данные о трафике не поступают в течение последних 48 часов. [Learn more](#)

Отслеживание веб-сайтов

Это код отслеживания Universal Analytics для вашего ресурса.

Чтобы использовать все преимущества Universal Analytics, разместите приведенный код на всех веб-страницах, которые необходимо отслеживать.

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){(['GoogleAnalyticsObject']=r,i[r]=i[r]||function(){
  (i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date());a=s.createElement(o),
  m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create', 'UA-76459276-1', 'auto');
ga('send', 'pageview');

</script>
```

Реализация PHP НЕОБЯЗАТЕЛЬНО

- С помощью приведенного выше кода создайте файл `analyticstracking.php` и добавьте его во все шаблоны страниц PHP.
- Добавьте следующую строку во все шаблоны страниц сразу после открывающего тега `<body>`:

```
<?php include_once("analyticstracking.php") ?>
```

Реализация динамического контента НЕОБЯЗАТЕЛЬНО

Чтобы не добавлять приведенный выше код вручную на каждую страницу, используйте директиву `include` или шаблон.

Готово

		Сессии	Сред.
☆	поля		
☆	Мой магазин (UA-76459276-1)		
☆	Все данные по веб-сайту	-	
☆	Ridero		
☆	Editor (UA-43058424-2)		
☆	All Web Site Data	-	
☆	Ridero Europe (UA-43058424-4)		
☆	All Web Site Data	-	
☆	ridero.ru (UA-43058424-1)		
☆	Только .eu	23 540	
☆	Только .ru	204 667	
☆	All Web Site Data	229 358	
☆	ridero_user_id	-	

Управление

Ridero

АККАУНТ

Ridero

Настройки аккаунта

Управление пользователями

Все фильтры

История изменений

Корзина

РЕСУРС

ridero.ru

Настройки ресурса

Управление пользователями

JS Код отслеживания

СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ

Связь с AdWords

Связь с AdSense

Установление связи с Ad Exchange

Все продукты

Возврат данных

Настройки аудитории

Пользовательские определения

Импорт данных

Социальные настройки

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

All Web Site Data

Настройки представления

Управление пользователями

Цели

Группы контента

Фильтры

Настройки канала

Настройки электронной торговли

 Вычисляемые показатели
BETA

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

Сегменты

Аннотации

Модели атрибуции

 Собственные группы каналов
BETA

Мои оповещения

Плановая рассылка

Отчеты

Дополнительные настройки в коде

- Кросс-доменное [отслеживание](#)

- Настройка [событий](#)

```
ga('send', 'event', [eventCategory], [eventAction], [eventLabel], [eventValue], [fieldsObject]);
```

- Настройка виртуальных страниц
- Модуль [электронной торговли](#) или enhanced e-commerce (для интернет-магазинов)
- [User-ID](#), [Client-ID](#)
- [Трекинг оплат](#) из CRM
- ...

Настройка статистики

События на сайте

- `ga('send', 'event', 'category', 'action', 'opt_label', opt_value, {'nonInteraction': 1});`
- `<input type="button" onclick="yaCounterXXXXXX.reachGoal('ORDER'); return true;" value="Заказать" />`

Настройка E-commerce

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

Все данные по веб-сайту ▾

Настройки представления

Управление пользователями

Цели

Группы контента

Фильтры

Настройки канала

Настройки электронной торговли

Настройка электронной торговли



Включите электронную торговлю

[Изменить](#)

Статус: ВКЛ

Сопутствующие товары: ВЫКЛ.

2

Настройки расширенной электронной торговли

Включение отчетов для расширенной электронной торговли

☐ **ВЫКЛ.**

Отправить

Отмена

Настройка E-commerce

```
<script>
dataLayer = [{
  'transactionId': '1234',
  'transactionAffiliation': 'Acme Clothing',
  'transactionTotal': 38.26,
  'transactionTax': 1.29,
  'transactionShipping': 5,
  'transactionProducts': [{
    'sku': 'DD44',
    'name': 'T-Shirt',
    'category': 'Apparel',
    'price': 11.99,
    'quantity': 1
  }, {
    'sku': 'AA1243544',
    'name': 'Socks',
    'category': 'Apparel',
    'price': 9.99,
    'quantity': 2
  }]
}];
</script>
```

Как выглядит e-commerce



Главные источники дохода

Продукт

Идентификатор продукта

Категория продуктов

Источник или канал

Источник или канал

1. (direct) / (none)

2. yandex / organic

3. google / organic

4. rambler / organic

Доход | Доход, %

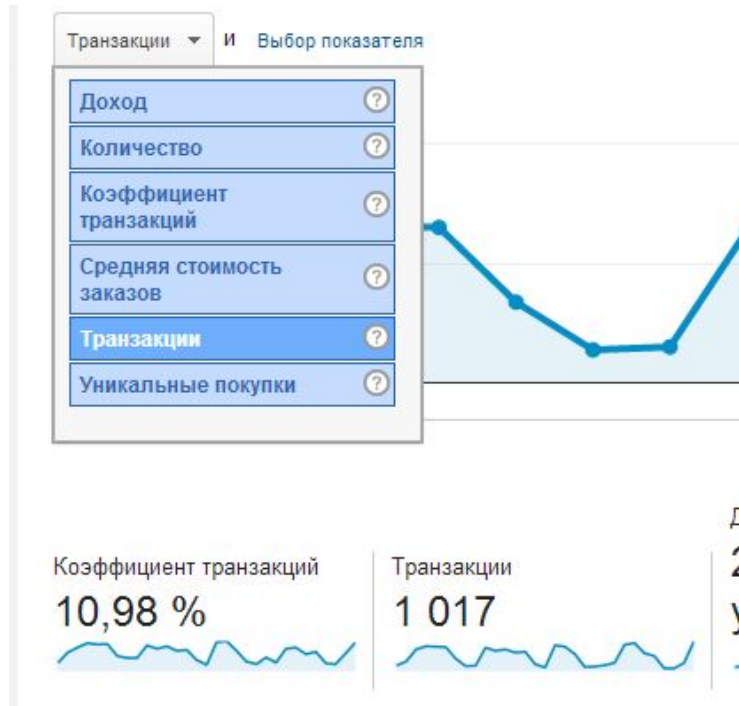
1 707 705,96 руб. 63,66 %

474 011,15 руб. 17,67 %

188 206,24 руб. 7,02 %

76 013,18 руб. 2,83 %

Как выглядит e-commerce



Как выглядит e-commerce

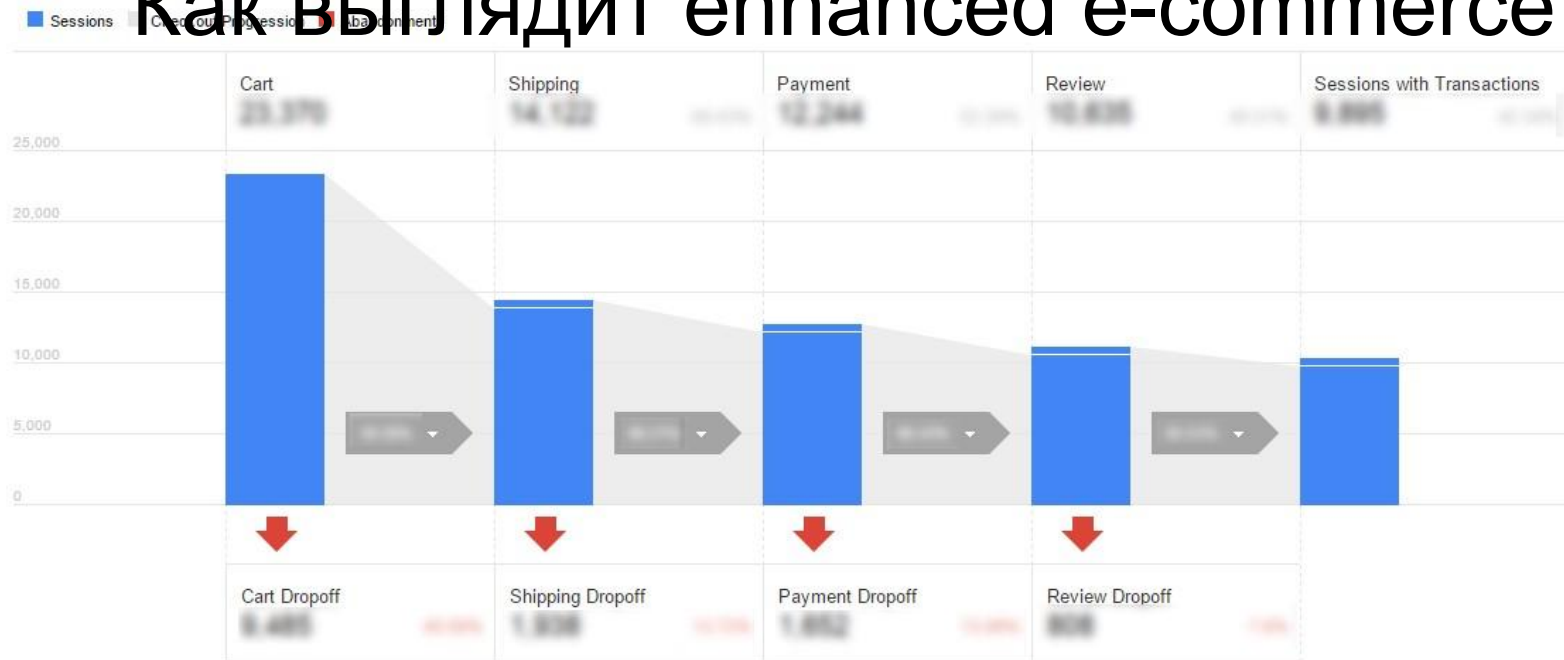


Основной параметр: Идентификатор продукта Категория продуктов

Дополнительный параметр: Источник или канал

Идентификатор продукта ?	Источник или канал ?	Количество ? ↓	Уникальные покупки ?	Доход от продукта ?	Средняя цена ?	Среднее кол-во ?
		251 % от общего количества: 1,26 % (19 875)	28 % от общего количества: 0,54 % (5 149)	10 171,77 руб. % от общего количества: 0,38 % (2 685 149,38 руб.)	40,52 руб. В среднем по сайту: 135,10 руб. (-70,00 %)	8,96 В среднем по сайту: 3,86 (132,24 %)
1. 1140102661	yandex / organic	103 (41,04 %)	11 (39,29 %)	4 043,29 руб. (39,75 %)	39,26 руб.	9,36
2. 1140102661	google / organic	65 (25,90 %)	8 (28,57 %)	2 699,84 руб. (26,54 %)	41,54 руб.	8,12
3. 1140102661	(direct) / (none)	41 (16,33 %)	5 (17,86 %)	1 714,56 руб. (16,86 %)	41,82 руб.	8,20
4. 1140102661	blukoshko.ru / referral	18 (7,17 %)	1 (3,57 %)	694,26 руб. (6,83 %)	38,57 руб.	18,00
5. 1140102661	go.mail.ru / organic	12 (4,78 %)	1 (3,57 %)	525,60 руб. (5,17 %)	43,80 руб.	12,00

Как выглядит enhanced e-commerce



Sessions		Abandonments		% Completion rate		Search			
User Type	Cart	Shipping	%	Payment	%	Review	%	Sessions with Transactions	%
1 Returning Visitor	15,155	8,100	53.43%	6,885	45.46%	6,085	40.19%	5,485	35.69%
2 New Visitor	10,215	6,022	58.94%	5,359	52.46%	4,753	46.53%	4,400	43.27%

Show rows: 10 Go to: 1 1 - 2 of 2

Электронная торговля в Метрике

```
15 <!-- Yandex.Metrika counter -->
16 <script type="text/javascript">
17   window.dataLayer = window.dataLayer || [];
18   (function (d, w, c) {
19     (w[c] = w[c] || []).push(function() {
20       try {
21         w.yaCounter31459303 = new Ya.Metrika({
22           id:31459303,
23           clickmap:true,
24           trackLinks:true,
25           accurateTrackBounce:true,
26           ecommerce:"dataLayer"
27         });
28       } catch(e) { }
29     });
```


Электронная торговля в Метрике

Яндекс

Метрика

Счётчики

Целевой звонок

Представители

API

Блог

Сводка

Отчеты

Карты

Вебвизор

Сегменты

Настройка

Стандартные отчёты >

Мои отчёты >

Избранные >

Отчёты предыдущей версии >

ЧАСТО ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ

Источники, сводка

Посещаемость

География

Поисковые фразы

Карта кликов

Страницы выхода

Популярное

Стандартные отчёты

Посещаемость

Конверсии

Источники >

Посетители >

Содержание >

Технологии >

Мониторинг >

Целевой звонок >

Электронная коммерция >

Заказы ✓

Содержимое заказов

Популярные категории и бренды

Популярные товары

Товары в корзине

Заказанные товары

Промокоды

Электронная торговля в Метрике

Яндекс Метрика

Счётчики

Целевой звонок

Представители

API

Блог



Сводка

Отчёты

Карты

Вебвизор

Сегменты

Настройка

Natalia Bryantseva ▾ nbryantseva.com • 31809985

Содержимое заказов



Сегодня Вчера **Неделя** Месяц Квартал Год 16 — 22 апр 2017

Сегмент ▾

Визиты, в которых + для людей, у которых +



ID покупки, Товар в заказе

Товаров куплено ▾

Сумма покупки

▽ %

▽ %

Итого и средние

34

314 300

+ 1798

3

39 000

+ 1801

3

16 000

+ 1793

2

9 200

+ 1794

2

19 600

+ 1797

2

12 000

+ 1803

2

2 800

+ 1805

2

3 500

+ 756

2

26 100

+ 757

2

28 000

+ 1795

1

6 000

< Свернуть

Что такое User-ID



Что такое User-ID

Управление
Ridero / ridero.ru

← ridero.ru

ПЕСУРС

Настройки ресурса

Управление пользователями

js

Код отслеживания

Код отслеживания

Сбор данных

User-ID

Настройки сеанса

Источники обычных результатов поиска

Список исключаемых источников перехода

Список исключаемых поисковых запросов

СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ

Связь с AdWords

Связь с AdSense

Установление связи с Ad Exchange

Все продукты

Включение функции "Идентификатор пользователя"

Функция User-ID позволяет связывать данные о действиях пользователей с различными устройства и сведения о повторных посещениях. Узнайте, как пользователи взаимодействуют с вашим контентом в течение длительного времени.

Вы можете включить эту функцию в своем аккаунте. Для этого примите указанные ниже правила, измените соответствующим образом код отслеживания и создайте специальное представление, в котором вы сможете анализировать данные. [Подробнее о функции User-ID...](#)

1

Ознакомьтесь с правилами в отношении User-ID

Изменить

Я принимаю правила в отношении User-ID. User-ID ВКЛ.

2

Настройка User-ID

Изменить

Узнайте, как настроить User-ID. Объединение сеансов ВКЛ.

3

Создание представления User-ID

Создайте представление User-ID, чтобы анализировать данные о сеансах, в которых обнаружен идентификатор пользователя. Это представление включает набор отчетов по разным устройствам, которые позволяют просматривать данные о взаимодействии посетителей с различными устройства в ходе нескольких сеансов.

В этом представлении показываются только данные о сеансах, в которых был обнаружен идентификатор пользователя. Сведения об остальных сеансах можно просмотреть в отдельном представлении.

Создать представление User-ID можно с помощью стандартной процедуры создания представлений в аккаунте. Чтобы перейти к ней, нажмите [Создать](#).

Создать

Дополнительные настройки в интерфейсе

- Фильтры данных
- Настройка каналов по умолчанию
- Отслеживание интересов и демографии
- Отслеживание поиска по сайту
- **Цели (обязательно)**
- ...

Цели живут на уровне представления

Управление

ПОЛЯ

АККАУНТ

поля



Настройки аккаунта



Управление пользователями



Все фильтры



История изменений



Корзина

РЕСУРС

Мой магазин



Настройки ресурса



Управление пользователями



.js Код отслеживания

связь с другими продуктами



Связь с AdWords



Связь с AdSense



Установление связи с Ad Exchange



Все продукты

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

Все данные по веб-сайту



Настройки представления



Управление пользователями



Цели



Группы контента



Фильтры



Настройки канала



Настройки электронной торговли



Вычисляемые показатели
БЕТА

Типы целей

✓

Установка цели

Изменение

Специальная цель

2

Описание цели

Название

Укажите название цели.

Идентификатор целевого рекламного места

Идентификатор цели 1/набор целей 1 ▾

Тип

☐ Целевая страница пример: thanks.html

☐ Продолжительность пример: не менее 5 минут

☐ Страниц/экранов за сеанс пример: 3 страницы

☐ Событие пример: просмотр видео

☐ Умная цель Умные цели недоступны

Отслеживать посещения сайта с наибольшим количеством взаимодействий и автоматически преобразовывать их в цели, а затем использовать полученные данные о целях для оптимизации ставок в AdWords. [Подробнее...](#)

Продолжить

Отмена

3

Подробные сведения о цели

Воронки (последовательности)

Можно построить только из страниц

Нелинейная логика отслеживания шагов

Воронки лучше строить в Метрике 😊

3 Подробные сведения о цели

Переход


☐ С учетом регистра

Например, укажите *Мой экран* для приложения и */thankyou.html* вместо *www.example.com/thankyou.html* для веб-страницы.

Ценность Необязательно


Назначьте ценность конверсии в денежном выражении.

Последовательность Необязательно



Для каждого шага используйте название экрана приложения или URL веб-страницы (например, *Мой экран* для приложения и */thankyou.html* вместо *www.example.com/thankyou.html* для веб-страницы).

Этап	Название	Экран/страница	Обязательно?
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="ОТКЛ."/> <input type="button" value="ДА"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="ОТКЛ."/> <input type="button" value="ДА"/>

Проверка цели Укажите, сколько конверсий, соответствующих этой цели, можно получить, на основе данных за последние 7 дней. 

Воронки (последовательности)



Воронки (последовательности)

Добавить цель

Название

☐ Ретаргетинг

Тип условия:

Количество просмотров

Посещение страниц

JavaScript-событие

Составная цель

Введите идентификаторы JavaScript событий или URL страниц для задания от одного до пяти шагов, при прохождении которых цель будет считаться достигнутой.

Введите имя шага

✕

Добавить условие

№

Условие

Значение

1

url: содержит

▼

✕

Введите имя шага

✕

Добавить условие

№

Условие

Значение

1

url: содержит

▼

✕

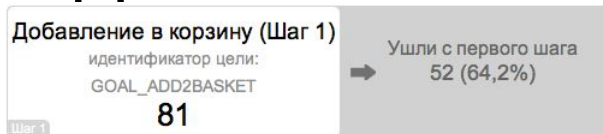
Добавить шаг

Добавить цель

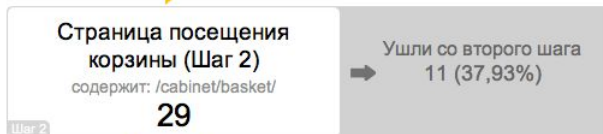
Отмена

Воронки (последовательности)

Всего визитов:
3 828 ➔ 2,12%



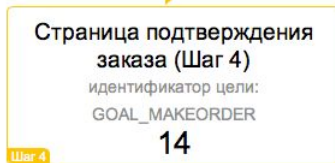
Перешли на шаг 2:
35,8%



Перешли на шаг 3:
62,07%



Перешли на шаг 4:
77,78%



Практика. Интерфейс

Попробуем работать в счетчике

Набор инструментов от Google Analytics

<https://ga-dev-tools.appspot.com>

Тестовый аккаунт

Логин: pbynova.gan@gmail.com

Пароль: googlestudent1

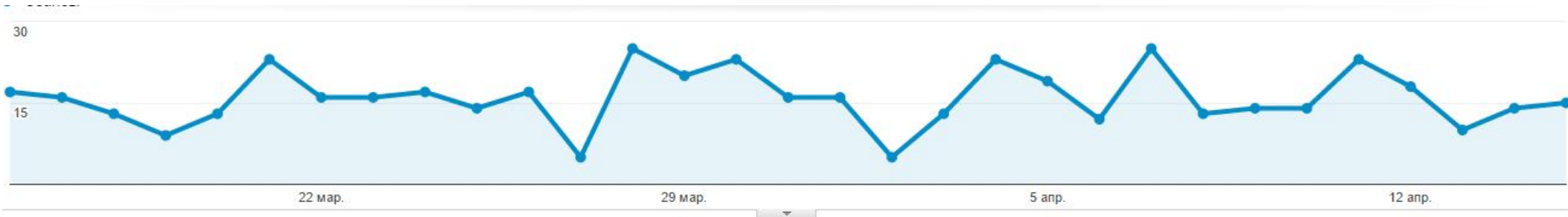
Параметры и показатели

Параметры

Показатели

Что считаем (по вертикали)

Количество (по горизонтали)



Основной параметр: Default Channel Grouping Источник или канал Источник Канал Другое ▾

параметры

показатели

Поиск: Ещё...

Default Channel Grouping	Источники трафика			действия			конверсии		
	Сеансы ? ↓	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Коэффициент конверсии цели ?	Достигнутые цели ?	Ценность цели ?
	494 % от общего количества: 100,00 % (494)	79,35 % Средний показатель для представления: 79,35 % (0,00 %)	392 % от общего количества: 100,00 % (392)	44,94 % Средний показатель для представления: 44,94 % (0,00 %)	2,33 Средний показатель для представления: 2,33 (0,00 %)	00:01:38 Средний показатель для представления: 00:01:38 (0,00 %)	0,00 % Средний показатель для представления: 0,00 % (0,00 %)	0 % от общего количества: 0,00 % (0)	0,00 \$ % от общего количества: 0,00 % (0,00 \$)
1. Organic Search	267 (54,05 %)	80,90 %	216 (55,10 %)	37,08 %	2,48	00:01:58	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$ (0,00 %)
2. Referral	113 (22,87 %)	89,38 %	101 (25,77 %)	44,25 %	2,49	00:01:28	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$ (0,00 %)
3. Direct	97 (19,64 %)	64,95 %	63 (16,07 %)	68,04 %	1,74	00:01:04	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$ (0,00 %)
4. Social	17 (3,44 %)	70,59 %	12 (3,06 %)	41,18 %	2,18	00:00:54	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 \$ (0,00 %)

Строк на странице: 10 ▾ К строке: 1 ▾ 1-4 из 4 < >

Важные разделы в интерфейсе

- Отчеты в реальном времени
- Аудитория
- Источники трафика (!)
- Поведение - содержание
- Конверсии (!)

Поиск значений

5 апр. 9 апр. 13 апр. 17 апр.

Основной параметр: Default Channel Grouping Источник или канал Источник Канал Другое

Показать на диаграмме Дополнительный параметр Тип сортировки: По умолчанию

Включить Источник или канал Содержит **абв**

и

+ Добавить параметр или показатель

С точным соответствием
Поиск соответствующего регулярного выражения
Начинается с
Заканчивается на
Содержит

Ещё...

Применить Отмена

Поиск значений

29 мар. 5 апр. 12 апр. 19 апр.

Основной параметр: Default Channel Grouping Источник или канал Источник Канал Другое

Показать на диаграмме Дополнительный параметр: Кампания Тип сортировки: По умолчанию

Расширенный фильтр включен **ИЗМЕНИТЬ**

Включить Источник Содержит facebook

и

Включить Кампания Содержит pl

и

+ Добавить параметр или показатель

Применить Отмена

	Источники трафика	Действия	Конверсии
	Сеансы	Показатель отказов	Регистрация-воронка (Коэффициент конверсии для цели 1)
Источники	Новые сеансы, %	Страниц/сеанс	Регистрация-воронка (Достигнутые переходы к цели 1)

Сочетание параметров

5 апр. 9 апр. 13 апр.

Основной параметр: Default Channel Grouping Источник или канал Источник Канал Другое ▾

Показать на диаграмме

Дополнительный параметр ▾

Тип сортировки: По умолчанию ▾

Источники

Время

Источники трафика

- Источник или канал ?
- Канал ?
- Путь перехода ?
- Тип трафика ?
- Default Channel Grouping (Группа каналов по умолчанию)

Показать в виде списка

трафик

Действия

Источники	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?
127 Средний показатель для представления: 43,11 % (0,00 %)	43,11 % Средний показатель для представления: 43,11 % (0,00 %)	59 975 % от общего количества: 100,04 % (59 954)	23,54 % Средний показатель для представления: 23,54 % (-0,02 %)	5,49 Средний показатель для представления: 5,49 (0,00 %)	00:04:2
23,48 %	57,73 %	18 855 (31,44 %)	42,40 %	4,80	00:03
13,93 %	45,93 %	8 900 (14,84 %)	18,29 %	6,28	00:05
3. yandex 18 777 (13,50 %)	32,63 %	6 127 (10,22 %)	24,67 %	7,14	00:06
4. vk.com 9 962 (7,16 %)	32,71 %	3 259 (5,43 %)	7,81 %	5,05	00:04
5. facebook 9 012 (6,48 %)	51,09 %	4 604 (7,68 %)	55,38 %	4,75	00:02

Тестовый аккаунт

Логин: pbynova.metrika

Пароль: pbynovametrika

Яндекс.Метрика. Отчеты

The screenshot displays the Yandex.Metrica Reports interface. On the left is a dark sidebar with navigation options: Сводка, **Отчеты**, Карты, Вебвизор, Сегменты, and Настройка. The main area is divided into three columns. The first column contains a search bar and a list of report categories: Стандартные отчёты, Мои отчёты, Избранные, and Отчёты предыдущей версии. Below these is a section titled 'ЧАСТО ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ' (Frequently Used) with links to 'Новый отчет', 'Метки UTM', 'Посещаемость', 'Источники, сводка', 'Карта кликов', and another 'Карта кликов'. The second column, titled 'Стандартные отчёты', lists various reports: Посещаемость, Конверсии, **Источники**, Посетители, Содержание, Технологии, Мониторинг, Целевой звонок, and Электронная коммерция. The third column, titled 'Источники, сводка', shows a list of sources: Сайты, Поисковые системы, Поисковые фразы, Социальные сети, Рекламные системы, ДИРЕКТ, Директ - сводка, Директ - площадки, Директ - расходы, Метки From, Метки UTM, and Метки Openstat.

Сводка

Отчеты

Карты

Вебвизор

Сегменты

Настройка

Стандартные отчёты

Мои отчёты

Избранные

Отчёты предыдущей версии

ЧАСТО ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ

Новый отчет

Новый отчет

Метки UTM

Посещаемость

Источники, сводка

Карта кликов

Карта кликов

Стандартные отчёты

Посещаемость

Конверсии

Источники

Посетители

Содержание

Технологии

Мониторинг

Целевой звонок

Электронная коммерция

Источники, сводка

Сайты

Поисковые системы

Поисковые фразы

Социальные сети

Рекламные системы

ДИРЕКТ

Директ - сводка

Директ - площадки

Директ - расходы

Метки From

Метки UTM

Метки Openstat

Сегменты в Метрике

Отменить сравнение

Поменять условия местами

Точность: 100%

Атрибуция: Первый переход

1—27 авг 2016

Сегмент: 2 условия

Визиты, в которых Последняя значимая рекламная система: Facebook

для людей, у которых Устройство: Смартфоны или Планшеты

10,4 % визитов из 60 558

1—27 авг 2016

Сегмент: 2 условия

Визиты, в которых Последняя значимая рекламная система: Facebook

для людей, у которых Устройство: ПК

33 % визитов из 60 558

Визиты



Сегменты в Метрике

Задание:

Сравнить поисковый трафик с Яндекс и Google за ноябрь.

Яндекс.Метрика сегменты

Источники, сводка

100 % визитов из 566 621



Сохранить



Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

4 ноя — 3 дек 2016

Детализация: по дням

Сегмент

Сравнить сегменты

Точность: 100%

Атрибуция: Последний переход



Найти сегмент

Сохранить

Сохранить как

Переименовать

Недавно использованные условия

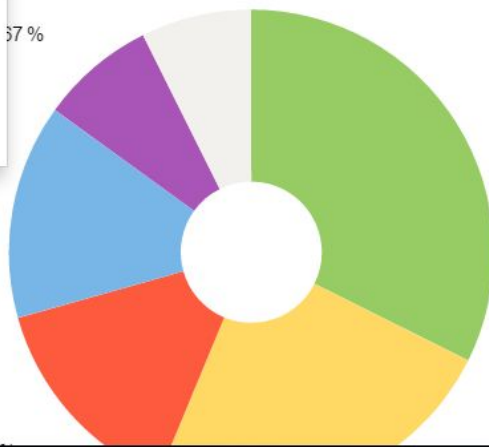
Готовые сегменты

Сохранённые сегменты

14,3 %

7,36 %

32,4 %



- Прямые заходы
- Переходы из социальных сетей
- Переходы из поисковых систем
- Переходы по рекламе
- Внутренние переходы
- Остальные

Яндекс.Метрика сегменты

Источники, сводка

100 % визитов из 566 62

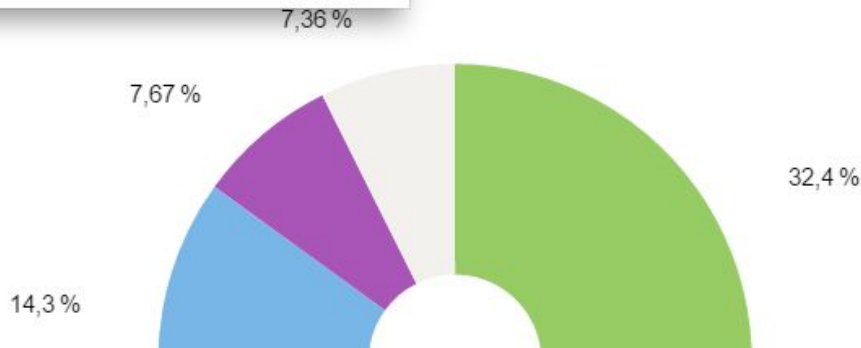
Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год 4 ноя — 3 дек 2016 Детализация: по дням

Сегмент Сравнить сегменты Точность: 100% Атрибуция: Последний переход

Визиты, в которых

Визиты

- С предыдущим периодом
- С сегментом, заданным вручную
- С готовым сегментом
- С сохранённым сегментом



Карта кликов в Метрике

Яндекс Метрика Карта ссылок Карта кликов Карта скроллинга Аналитика форм

https://ridero.ru Клик: 0 Видимых: 0 %

Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год 1 — 27 авг 2016 Тепловая карта

Сегмент Сравнить сегменты Точность: 100%

Просмотры, в которых + из визитов, в которых + для людей, у которых +

≈ 100 % просмотров из ≈ 939 920

Ridero. beta О НАС УСЛУГИ ПОМОЩЬ НОВОСТИ КНИГИ ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ ВОЙТИ

Создайте настоящую книгу:
печатную и электронную

СОЗДАТЬ КНИГУ БЕСПЛАТНО

Сегменты

ВСЕ » КАНАЛ: src

Настроить Эл. почта Экспортировать ▾ Добавить в сводку Ярлык

Все пользователи

Трафик с мобильных устройств

Выберите сегмент из списка

+

СЕГМЕНТ

Импортировать из Галереи

Опубликовать сегменты

Представление

Поиск сегментов

 ?

ПРОСМОТРЕТЬ СЕГМЕНТЫ

Все

Встроенные

Пользовательские

Общие

Помеченные

Выбранные

Название сегмента	Создан	Изменен	
<div><div></div> Газовые посетители</div>			Действия ▾
<div><div></div> Сеансы без отказов</div>			Действия ▾
<div><div></div> Сеансы с конверсиями</div>			Действия ▾
<div><div></div> Сеансы с транзакциями</div>			Действия ▾
<div><div></div> Трафик переходов</div>			Действия ▾
<div><div></div> Трафик планшетных и обычных ПК</div>			Действия ▾
<div><div><input checked="" type="checkbox"/></div> Трафик с мобильных устройств</div>			Действия ▾
<div><div></div> Трафик с планшетных ПК</div>			Действия ▾
<div><div></div> Трафик смартфонов и планшетных ПК</div>			Действия ▾

Применить

Отмена

Сегменты

Главная страница

Отчеты

Мои отчеты

Администратор

pbynova@gmail.com
ridero.ru - https://ridero.ru
All Web Site Data

1 апр. 2016 г. - 20 апр. 2016 г.

Каналы

Настроить Эл. почта Экспортировать Добавить в сводку Ярлык

Все пользователи

Выберите сегмент из списка

Сегмент

Импортировать из Галереи

Опубликовать сегменты

Представление

Поиск сегментов

	Название сегмента	Создан	Изменен	
ПРОСМОТРЕТЬ СЕГМЕНТЫ				
Все	Бесплатный трафик			Действия
Встроенные	Брендовый поисковый трафик (ридеро)	22 апр. 2015 г.	3 июн. 2015 г.	Действия
Пользовательские	Вернувшиеся пользователи			Действия
Общие	Все пользователи			Действия
Помеченные	Европа	19 мар. 2016 г.	19 мар. 2016 г.	Действия
Выбранные	Люди, которые приходят на страницы книг	16 окт. 2015 г.	16 окт. 2015 г.	Действия
	Небрендовый поисковый трафик (ридеро)	19 мая 2015 г.	16 окт. 2015 г.	Действия
	Неоднократные посетители			Действия
	Новички без HearstID	18 дек. 2014 г.	18 дек. 2014 г.	Действия

Применить

Отмена

Сегменты

Все пользователи

Сеансы: 100,00 %

+ Добавить сегмент

Название сегмента

Сохранить

Отмена

Предварительный просмотр

Сегмент виден в любом представлении. Изменить

Демографические данные

Технология

Поведение

Дата первого сеанса

Источники трафика

Расширенный

Условия

Последовательности

Демографические данные

Группировать пользователей по демографическим параметрам.

Возраст ?

☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55-64 ☐ 65+

Пол ?

☐ Female ☐ Male ☐ Unknown

Язык ?

содержит

Близкая категория (охват) ?

содержит

Сегмент аудитории, присутствующей на рынке ?

содержит

Другая категория ?

содержит

Местоположение ?

Континент

содержит

Сводка

100%

пользователей

Пользователи

-

Сеансы

-

100% сеансов

Без фильтров

Статистика

Периоды

pbynova@gmail.com
ridero.ru - https://ridero.ru
All Web Site Data

1 апр. 2016 г. - 20 апр. 2016 г. ▲

февраль 2016 г.							март 2016 г.							апрель 2016 г.						
п	в	с	ч	п	с	в	п	в	с	ч	п	с	в	п	в	с	ч	п	с	в
1	2	3	4	5	6	7								1	2	3				
8	9	10	11	12	13	14	7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10
15	16	17	18	19	20	21	14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17
22	23	24	25	26	27	28	21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24
29							28	29	30	31				25	26	27	28	29	30	

Диапазон дат:

-

☒ Сравнить с:

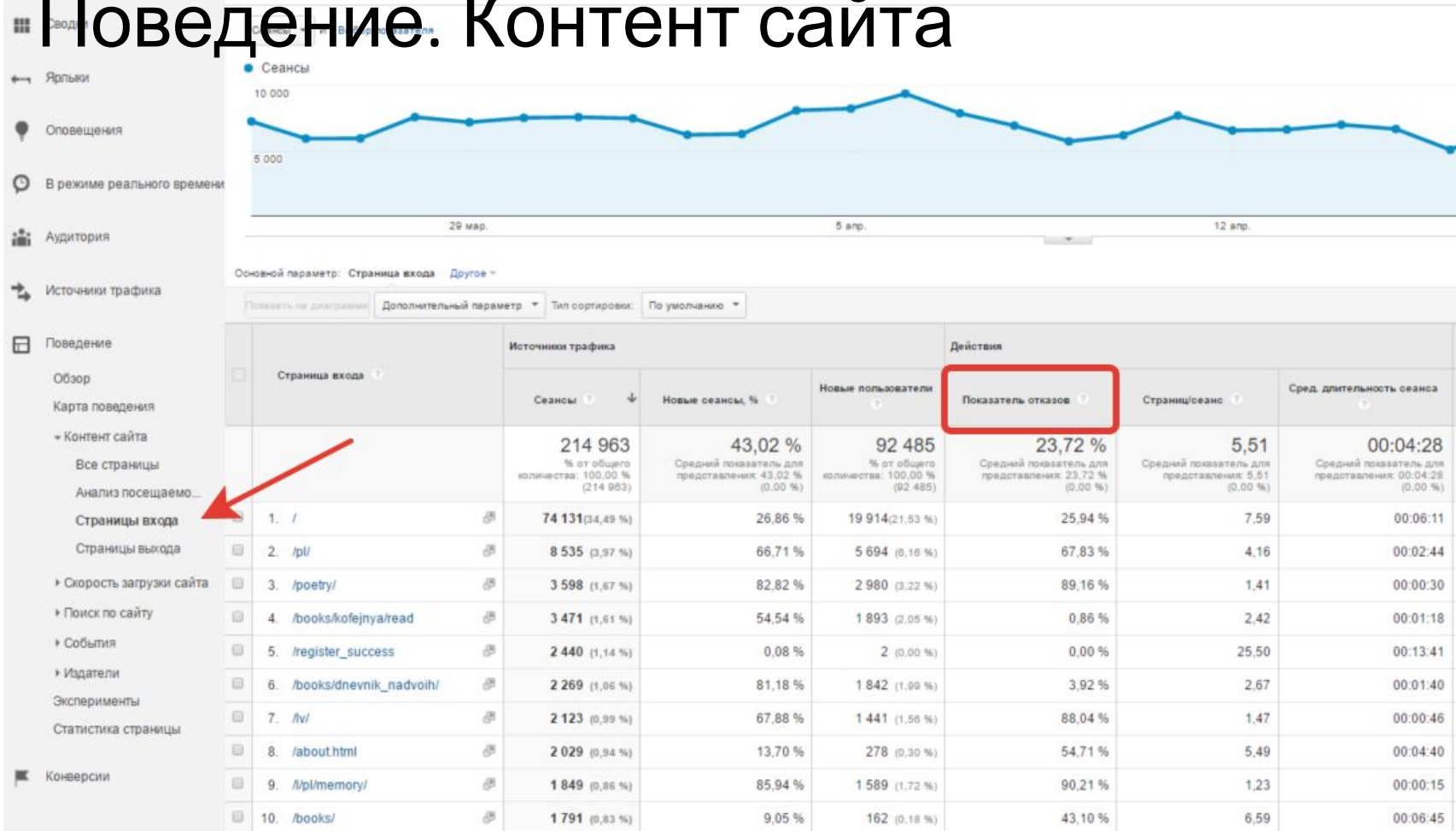
-

[Отмена](#)

Сводка

4000%

Поведение. Контент сайта



Поведение. Контент сайта

Основной параметр: Страница входа Другое

Показать на диаграмме | Дополнительный параметр | Тип сортировки: По умолчанию

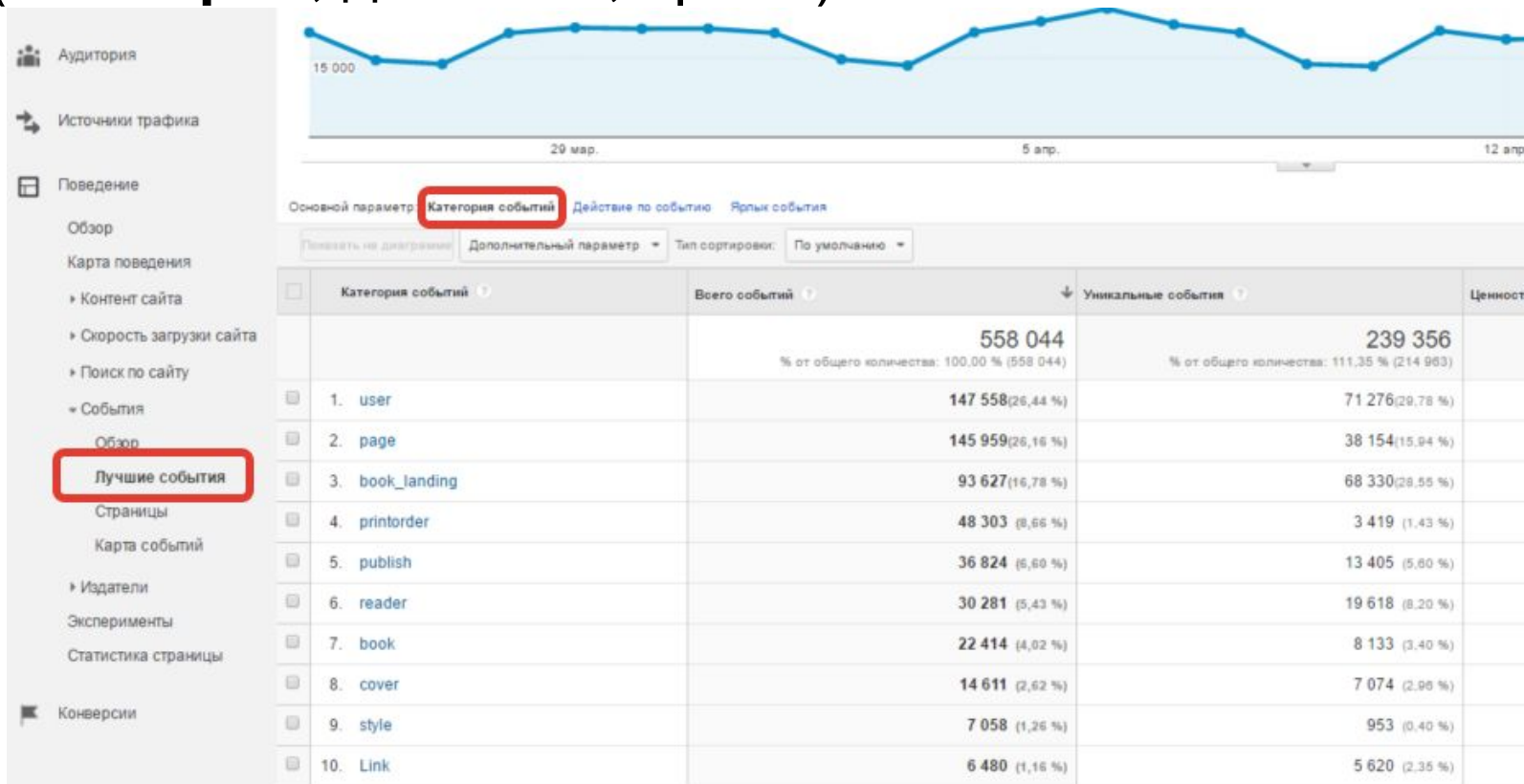
Включить | **Сессии** | Больше чем | 100

+ Добавить параметр или показатель

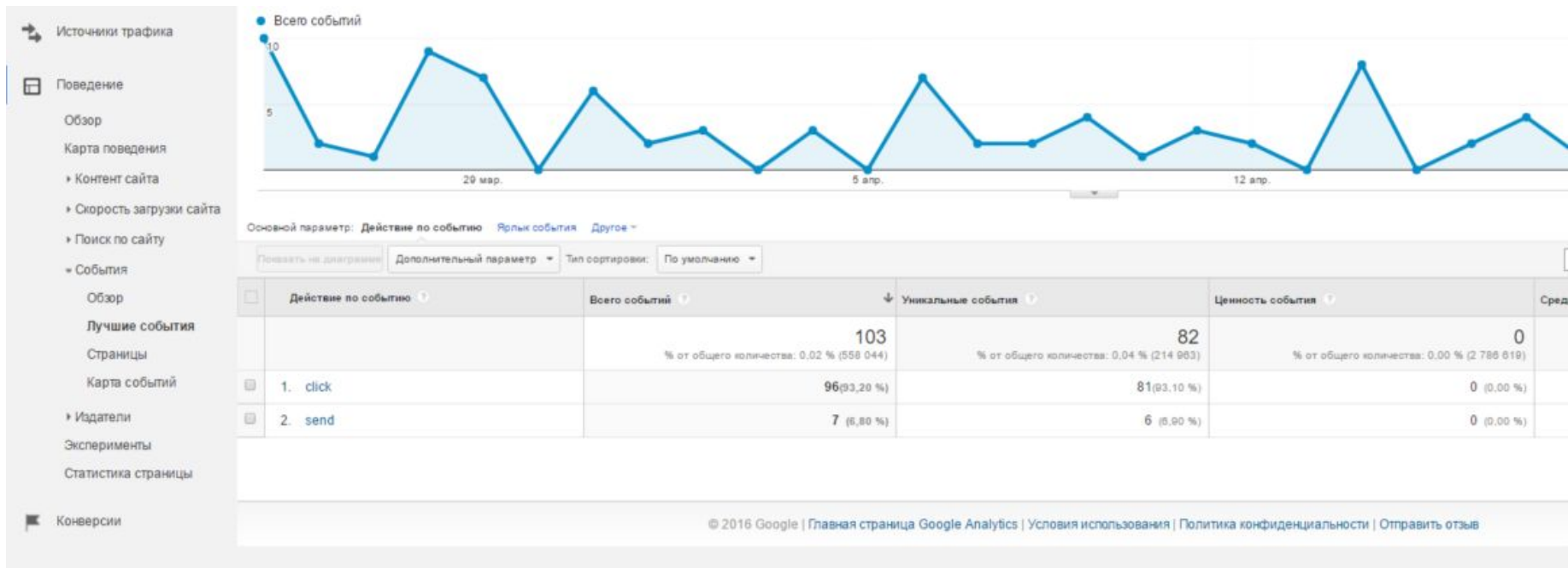
Применить | Отмена

	Страница входа	Источники трафика			Действия			Конверсии Цель 5: Регистрация		
		Сессии	Новые сессии, %	Новые пользователи	Показатель отказов	Страниц/сессия	Сред. длительность сессии	Регистрация (Коэффициент конверсии для цели 5)	Регистрация (Достигнутые переходы к цели 5)	Регистрация (Ценность цели 5)
		214 963 % от общего количества: 100,00 % (214 963)	43,02 % Средний показатель для представления: 43,02 % (0,00 %)	92 485 % от общего количества: 100,00 % (92 485)	23,72 % Средний показатель для представления: 23,72 % (0,00 %)	5,51 Средний показатель для представления: 5,51 (0,00 %)	00:04:28 Средний показатель для представления: 00:04:28 (0,00 %)	1,68 % Средний показатель для представления: 1,68 % (0,00 %)	3 614 % от общего количества: 100,00 % (3 614)	0,00 Р % от общего количества: 0,00 % (0,00 Р)
1.	/?_escaped_fragment_=/book/569850e79cf50d4635618cc8/edit	2 (0,00 %)	100,00 %	2 (0,00 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 Р (0,00 %)
2.	/?amp.utm_medium=cpc&utm_campaign=google-net&utm_term=keywords	1 (0,00 %)	100,00 %	1 (0,00 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 Р (0,00 %)
3.	/?amp.utm_medium=cpc&utm_campaign=google-net&utm_term=keywords&amcclid=CiPE65DG8ssCFWl.2cnod9SQJwA	1 (0,00 %)	100,00 %	1 (0,00 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 Р (0,00 %)

Поведение. События (категория, действие, ярлык)



Поведение. События (категория, **действие**, ярлык)



Поведение. События

(категория, действие, **ярлык**)

- Поведение
 - Обзор
 - Карта поведения
 - » Контент сайта
 - » Скорость загрузки сайта
 - » Поиск по сайту
 - » События
 - Обзор
 - Лучшие события
 - Страницы
 - Карта событий
 - » Издатели
 - Эксперименты
 - Статистика страницы
- Конверсии



Основной параметр: **ярлык события** Другое

Показывать на диаграмме

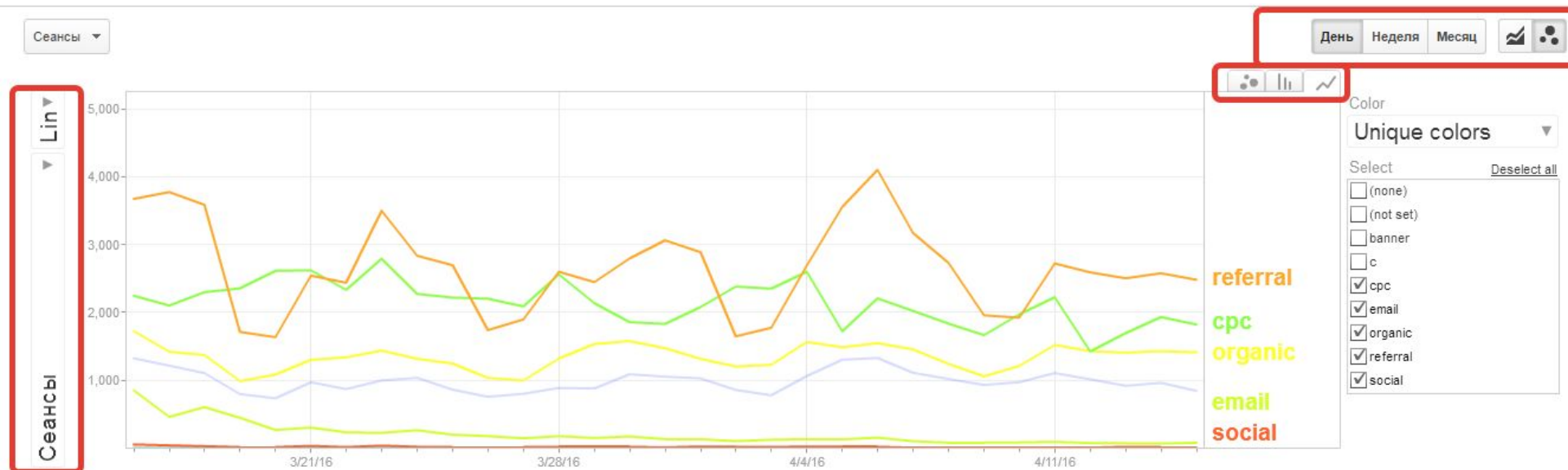
Дополнительный параметр

Тип сортировки: По умолчанию

<input type="checkbox"/>	Ярлык события	Всего событий	Уникальные события	Ценность события	Средняя ценность
		96 % от общего количества: 0,02 % (558 044)	81 % от общего количества: 0,04 % (214 903)	0 % от общего количества: 0,00 % (2 786 619)	
<input checked="" type="checkbox"/>	1. correcto2	62(64,58 %)	54(66,67 %)	0 (0,00 %)	
<input checked="" type="checkbox"/>	2. audiobook	29(30,21 %)	22(27,16 %)	0 (0,00 %)	
<input checked="" type="checkbox"/>	3. lawyer	5 (5,21 %)	5 (6,17 %)	0 (0,00 %)	

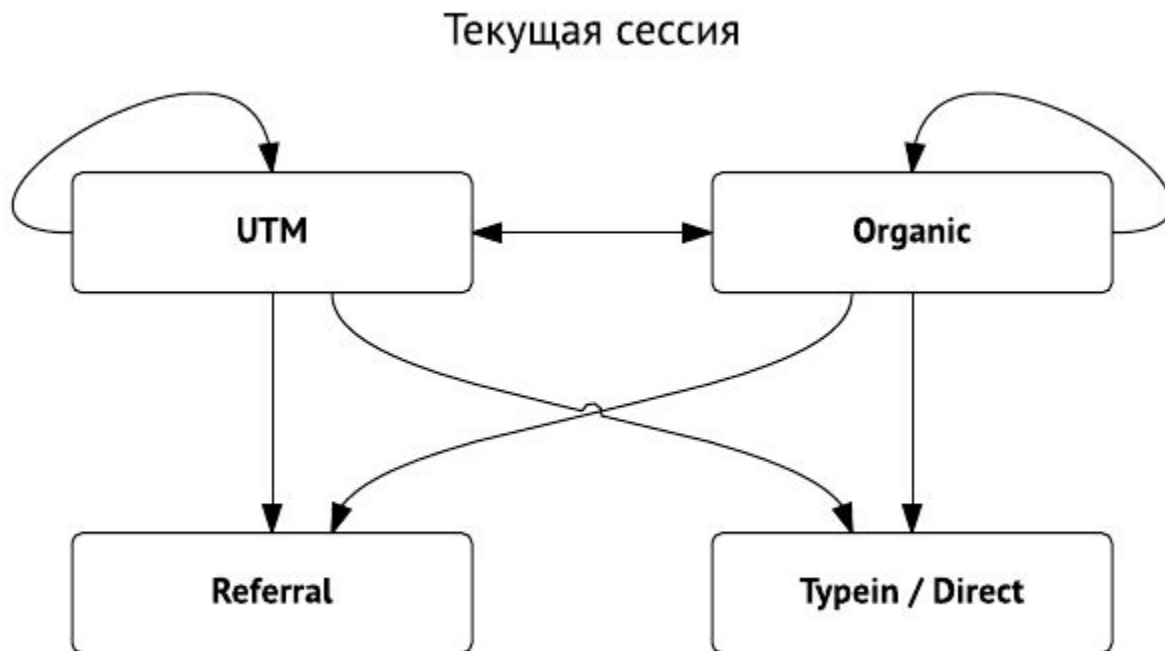
Строки

Блок визуализации данных

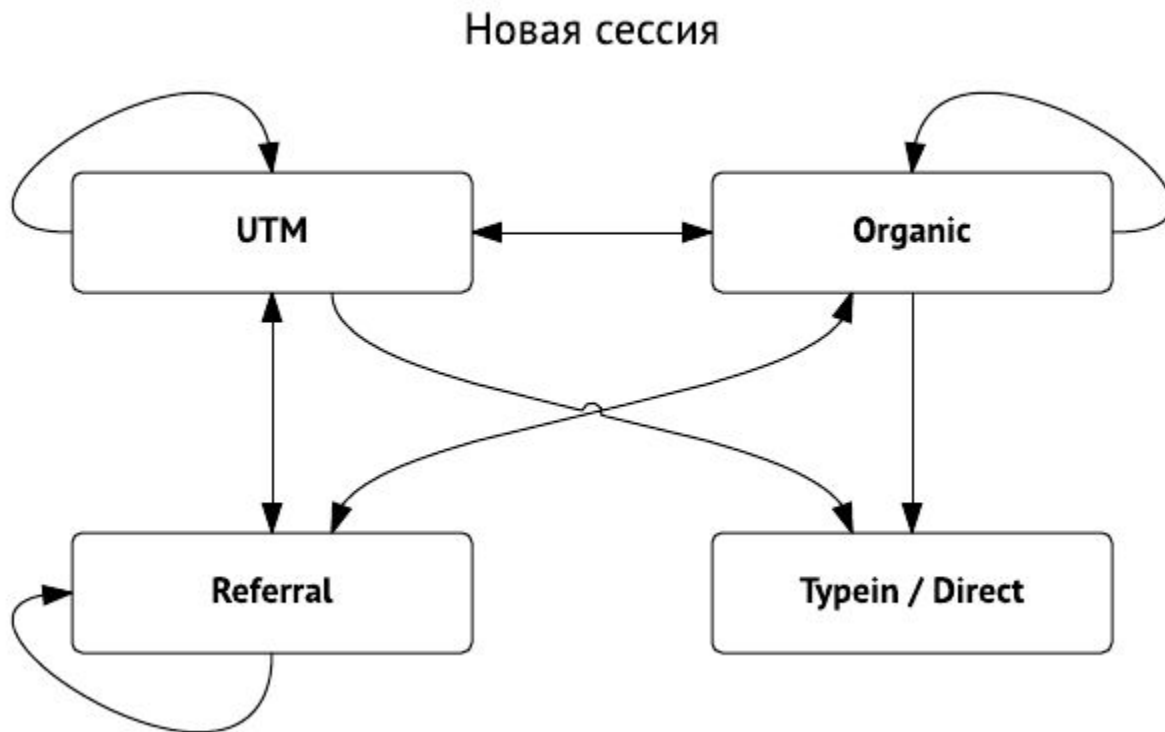


UTM разметка

Правила перезаписи источников



Правила перезаписи источников



Правила перезаписи источников

- Переходы с utm-разметкой перезаписывают всё и всегда (даже самих себя).
- Переходы из органической выдачи аналогично — перезаписывают всё и всегда.
- Прямые переходы не перезаписывают никогда и ничего. Они фиксируются только в случае самого первого захода на сайт, при условии что других источников до этого зафиксировано не было.
- Реферальные переходы в рамках текущей сессии ничего не перезаписывают, перезапись происходит только при условии отсутствия сессии у пользователя. Почему — поясню на примере: часто посетитель в рамках текущего визита переходит на сайт со стороннего ресурса, который реальным источником не является — например из почтового сервиса, где у него была ссылка на активацию регистрации.

UTM-метки

- Всего 5 меток
 - Источник (utm_source) *:
 - Канал (utm_medium) *:
 - Название (utm_campaign) *:
 - Ключевые слова (utm_term):
 - Описание (utm_content):
- Из них 3 – обязательные, 2 – опциональные
- С их помощью можно нужно разметить **все** рекламные и e-mail кампании
- Это стандарт отрасли

Ссылки на компоновщики

<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

<http://prometrika.ru/komponovshik-url/>

Не компоновщик, но тоже очень полезно))

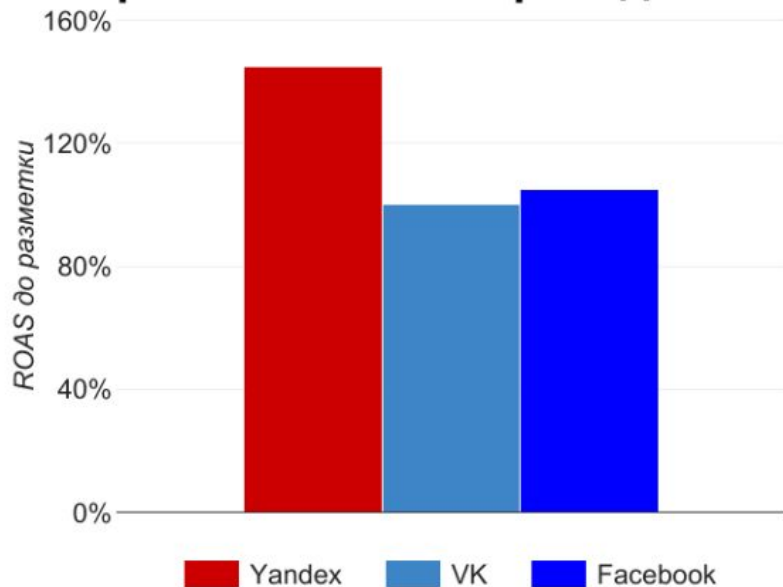
<http://sbjs.rocks/sourcebuster>

Единая база UTM-меток

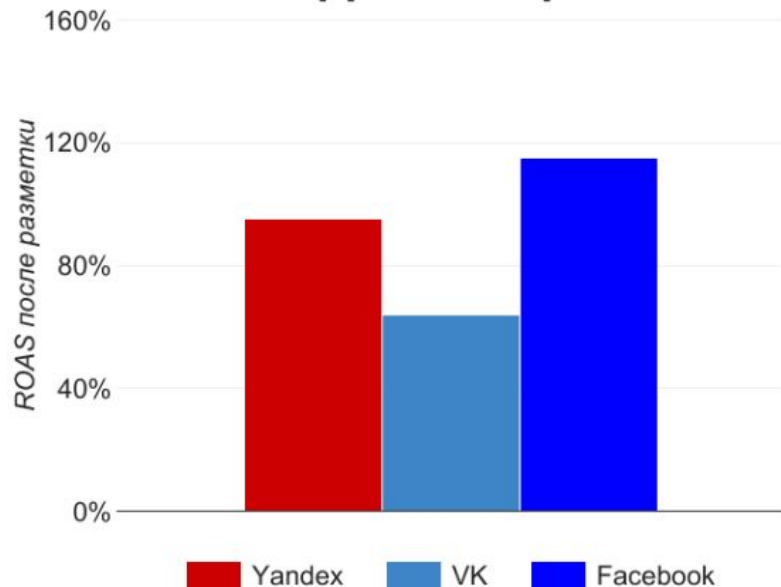
#	source	medium	campaign	content	term	описание кампании	коммент	link
94	facebook	opc	kreser	svjaz		друзья друзей Ридеро кроме М и СП		utm_source=facebook&utm_medium=opc&utm_c
95	facebook	opc	kreser	svjaz+MiP		друзья друзей Ридеро из М и СП		utm_source=facebook&utm_medium=opc&utm_c
96	facebook	opc	fantast			фантасты по интересам		utm_source=facebook&utm_medium=opc&utm_c
97	vk	opc	fantast			фантасты по интересам, категориям интересов, активные из сообществ		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_campaig
98	facebook	opc	lookalike			похожая аудитория на ридеро.ру		utm_source=facebook&utm_medium=opc&utm_c
99	facebook	opc	izdatelstva			подписчики всех издательств в фб		utm_source=facebook&utm_medium=opc&utm_c
93	odnoklassniki	opc	dnevnik					utm_source=odnoklassniki&utm_medium=opc&ut
94	vk	opc	community	chitau		пост Читающие		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
95	vk	opc	community	tip4knig		пост Типичный книголюб		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
96	vk	opc	community	litbeseodka		пост Лит беседа		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
97	vk	opc	community	knigi		пост Книги		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
98	vk	opc	community	litota		пост Литота		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
99	vk	opc	community-coach	uspeh		пост Тренинг успеха		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
100	vk	opc	community-poetry	luchiestihi		пост Лучшие стихи		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
101	facebook	opc	kreser-pl			Польша крейсер		utm_source=facebook&utm_medium=opc&utm_c
102	vk	opc	community-poetry	shedevr		Шедевры поэзии		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
103	vk	opc	community-fantast	mirfantast		Мир фантастики		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
104	vk	opc	community-poetry	zolotyslova		Золотые слова великих поэтов		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
105	vk	opc	community-poetry	velistihivelpoetov		Великие стихи великих поэтов		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
106	vk	opc	community	literaturaKI		Литература (litratre)		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
107	vk	opc	community-poetry	stih1		Стихи (best_poems)		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
108	vk	opc	community-poetry	stih2		Стихи (stih_club)		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
109	vk	opc	community	na4itanij		Начитанный		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
110	vk	opc	community	literatura		Литература (literabook)		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
111	vk	opc	community	tip-pis		Типичный писатель		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
112	vk	opc	community	public49573982		Стихи		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
113	vk	opc	community	1books		Читай меня полностью		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
114	vk	opc	community	booksworm		Книжный червь		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
115	vk	opc	community	dyshevno		Мысли		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
116	vk	opc	community	pisatelstvo00		Писательство		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
117	vk	opc	community	t_w_f		Типичный писатель фанфиков		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
118	vk	opc	community	typical_author		Типичный писатель2		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
119	vk	opc	community	eternity		Цитаты и книги		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:
120	vk	opc	community	litorg		Литорг		utm_source=vk&utm_medium=opc&utm_content:

Влияние UTM меток на ROAS

Какой ROAS источников до разметки всех переходов?



Какой ROAS источников после корректной разметки?



UNIT экономика

Давайте считать ROI
(Return On Investment)

$$ROI = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1 + r_R)^i}$$

Давайте считать ROI
(Return On Investment)

$$ROI = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r_R)^i} - \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r_D)^i}}{1}$$

Давайте считать ROI
(Return On Investment)

$$ROI = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r_R)^i} - \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r_D)^i} - \sum_{i=1}^n \frac{M_i}{(1+r_M)^i}}{1}$$

Давайте считать ROI
(Return On Investment)

$$ROI = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r_R)^i} - \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r_D)^i} - \sum_{i=1}^n \frac{M_i}{(1+r_M)^i}}{\sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r_D)^i} - \sum_{i=1}^n \frac{M_i}{(1+r_M)^i}}$$

ROI каналов продвижения

$$\text{ROI} = \frac{\text{Доходы} - \text{Затраты}}{\text{Затраты}} \times 100\%$$

Как посчитать доходы с конкретных кампаний?

- Протянуть оффлайн оплаты в счетчик
- Протянуть источник и кампанию в базу CRM

Как посчитать доходы с конкретных кампаний?

- Протянуть оффлайн оплаты в счетчик:

- E-commerce
- Ценность целей и событий
- Звонки
- Купоны
- **Measurement protocol**

- Протянуть источник и кампанию в базу CRM

Достать из URL utm-метки и сделать их параметрами пользователя

Как посчитать доходы с конкретных кампаний?

Measurement Protocol. Учёт offline конверсий:



Цикл расчета ROI

1. Промечаем ссылки в каждой новой РК (UTM-метки)

Цикл расчета ROI

1. Промечаем ссылки в каждой новой РК (UTM-метки)
2. GA считает продажи и доход для разных РК

Цикл расчета ROI

1. Промечаем ссылки в каждой новой РК (UTM-метки)
2. GA считает продажи и доход для разных РК
3. Точные расходы на РК нам известны.

Цикл расчета ROI

1. Промечаем ссылки в каждой новой РК (UTM-метки)
2. GA считает продажи и доход для разных РК
3. Точные расходы на РК нам известны.
4. Считаем 1 раз в месяц ROI

Цикл расчета ROI

1. Промечаем ссылки в каждой новой РК (UTM-метки)
2. GA считает продажи и доход для разных РК
3. Точные расходы на РК нам известны.
4. Считаем 1 раз в месяц ROI
5. Повторять пп. 1-4 для всех РК в онлайне.

Какой должен быть ROI?

100%

-100%

Какой должен быть ROI?
Никакой!

100%

-100%

Что такое unit-экономика?

- Отслеживание прибыли/убытка в расчете на одного клиента
- Способ понять, есть ли финансовый смысл в масштабировании проекта
- Одна формула для всех

Что такое unit-экономика?

Придумали -> настроили -> протестировали -> считаем ->
СЧАСТЬЕ

Что такое unit-экономика?

Придумали -> настроили -> протестировали -> считаем ->
СЧАСТЬЕ

(на самом деле нет)

Что такое unit-экономика?

Придумали -> настроили -> протестировали -> считаем ->
СЧАСТЬЕ

(на самом деле нет)

Думаем -> настраиваем -> тестируем -> считаем -> чот нет
счастья

-> для счастья не хватает...

Думаем -> настраиваем -> тестируем -> считаем -> чот нет
счастья

-> для счастья не хватает...

Думаем -> настраиваем -> тестируем -> считаем -> чот нет
счастья

Что такое unit-экономика?

Настройка и поддержка unit-таблицы – это постоянная работа.
На всю жизнь.

Что такое unit-экономика?

Настройка и поддержка unit-таблички – это постоянная работа.

На всю жизнь.

НО (*минутка позитива*)

- Уже на первом этапе есть данные, которым можно верить!
- Остановиться можно в любой момент, хотя и очень сложно



Главная формула для всех

- $UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$

Главная формула для всех

$$- UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$$

—

Прогноз емкости аудитории в канале

Главная формула для всех

$$- UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$$

Прогноз рекламного бюджета

Главная формула для всех

$$- UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$$

Стоимость привлечения лида (CPA)

Главная формула для всех

$$- UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$$

Стоимость привлечения клиента (платника)

Главная формула для всех

$$-UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$$

Прибыль от одного клиента с учетом внутренних и рекламных затрат

Главная формула для всех

$$- UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$$

Прибыль от одного клиента с учетом всех затрат
и повторных продаж

Главная формула для всех

$$- UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$$

В этой модели важно следить за всеми показателями:

- Падение конверсии – не всегда катастрофа
- Показатели ведут себя по-разному в разных сегментах аудитории
- В модели будет очень много предположений

Главная формула для всех

$$- UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$$

В этой модели важно следить за всеми показателями:

- Падение конверсии – не всегда катастрофа
- Показатели ведут себя по-разному в разных сегментах аудитории
- В модели будет очень много предположений
- На старте вся эта модель – одно сплошное предположение

Да кому это надо?

- UA * CPC * CR1

Большинство клиентских кампаний
запускаются с прогнозом бюджета

Да кому это надо?

- $UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$

Добавьте данные о продажах из CRM – и Unit-таблица готова!

Да кому это надо?

- $UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$

- Такая модель подходит любому бизнесу

Да кому это надо?

- $UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$

- Такая модель подходит любому бизнесу
- На 5000 визитов в месяц уже можно настраивать unit-таблицу

Это нужно всем!

- $UA * CPC * CR1 * CR2 + (AvP - Cogs) * Ret$

- Такая модель подходит любому бизнесу
- На 5000 визитов в месяц уже можно настраивать unit-таблицу
- Дома у вас уйдет не больше часа на такую же таблицу! 😊

Описание аудитории



Типы кампаний

Постоянные кампании:

- Существующий спрос
- Удачные эксперименты

Быстрые эксперименты:

- новые посылы для аудитории
 - Сезонный спрос
 - новые услуги в сервисе
- Новые сегменты аудитории
 - Невесты
 - Бизнес-тренеры

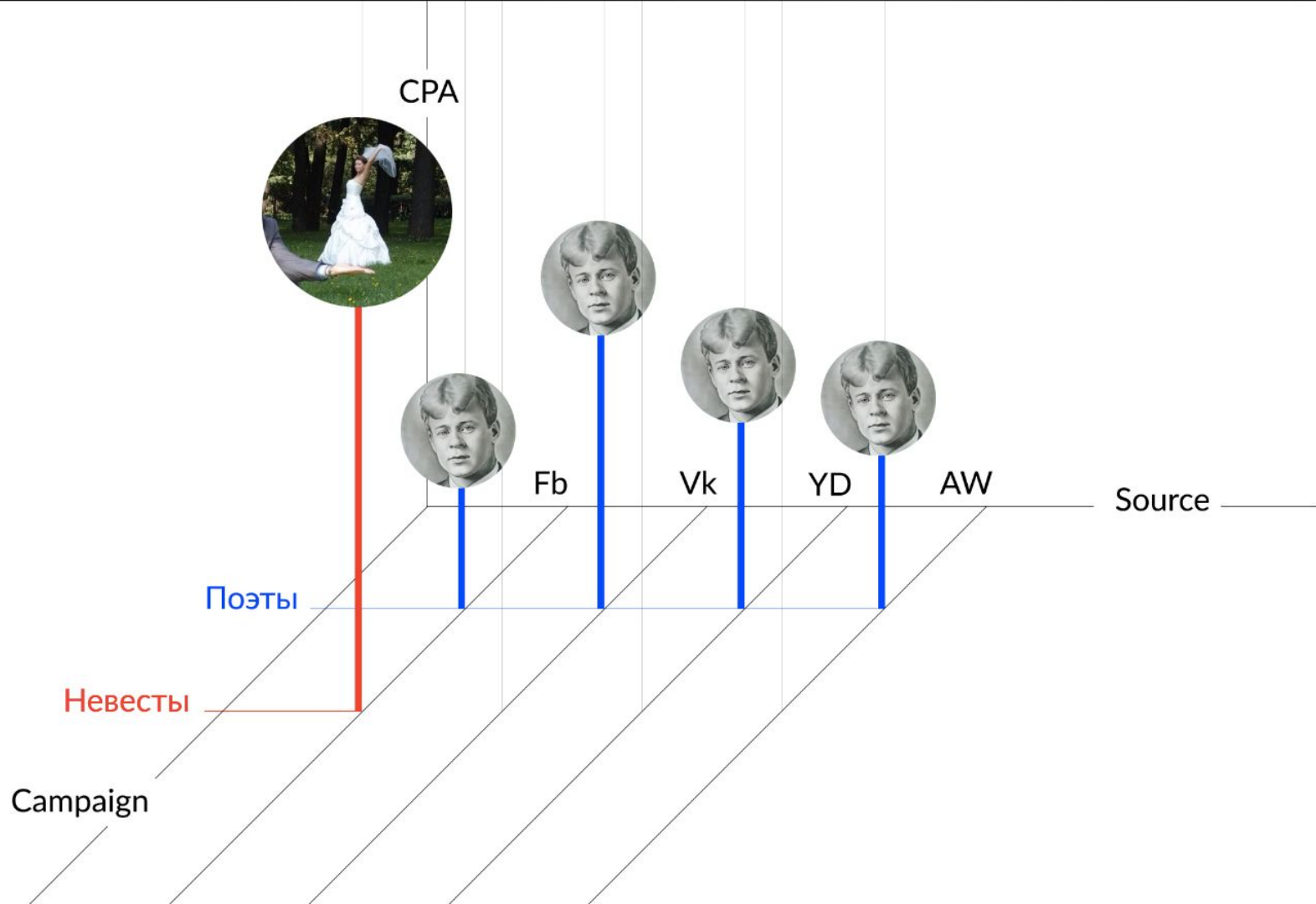
Типы кампаний + посадочные

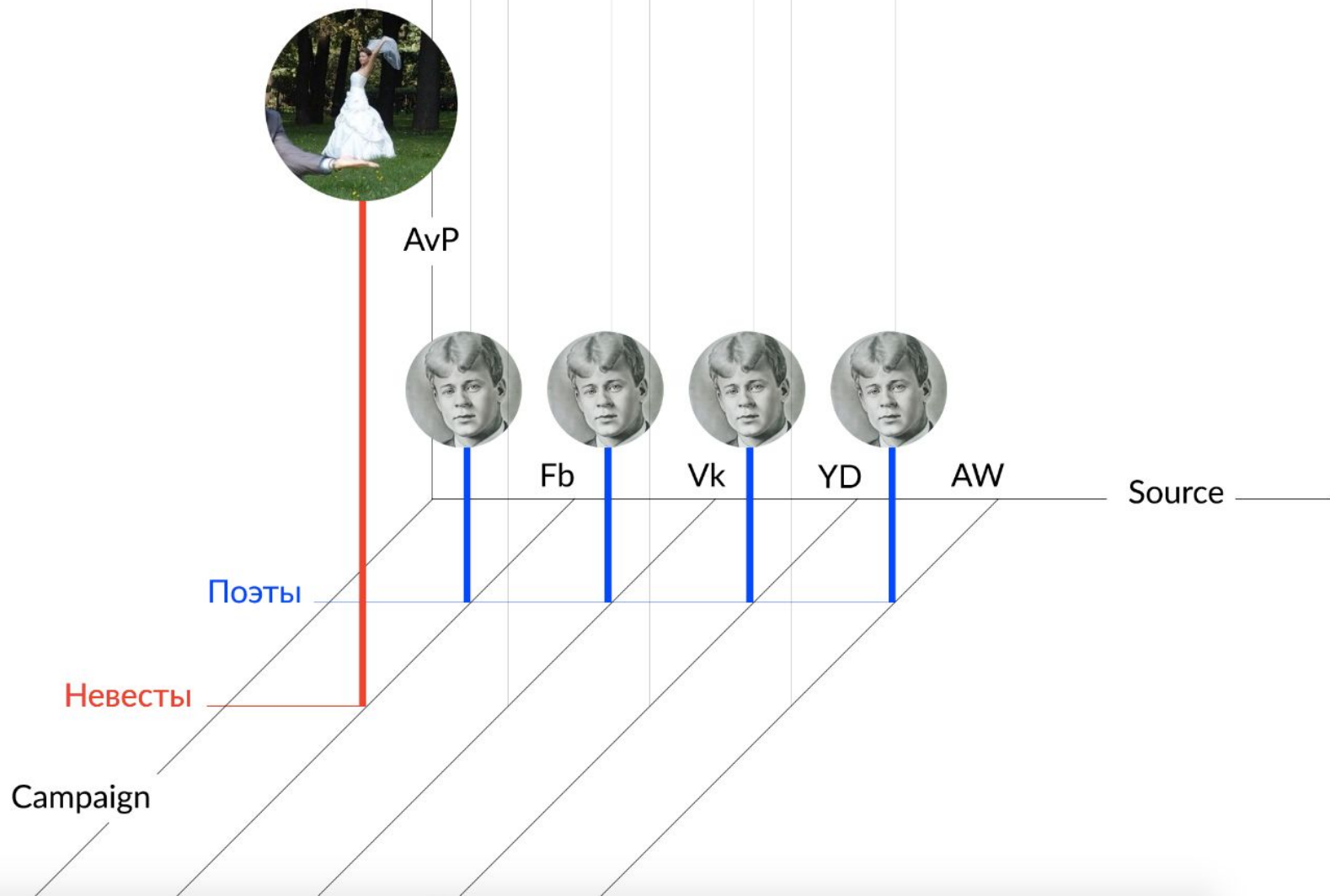
Постоянные кампании:

Длинный цикл с живым тестированием формулировок и элементов под работающую аудиторию.

Быстрые эксперименты:

- Минимум 1 лэндинг под каждый новый сегмент
- Разработка лэндинга от портрета пользователя из конкретного сегмента
 - мозговые штурмы командой
 - опросы представителей сегмента
 - тестирование нескольких посылов на уровне рекламного сообщения





На самом деле

Никакой красоты – все в таблицах

неделя	источник	кампания	ua	cpc	cr1	cr2	ap	cogs	ret	бюджет
05.10.2015	facebook	google	385	p-8.15	p-0.04	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	10.00
05.10.2015	google	google maps	907	p-7.04	p-0.04	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	11736.4
05.10.2015	vk	google	384	p-4.07	p-0.00	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	1.744
12.10.2015	google	google	214	p-4.00	p-0.00	p-1.00	p-0.00	0.0000	1.0000	1000.1
12.10.2015	facebook	google	490	p-10.17	p-0.00	p-0.11	p-0.00	0.0000	1.0000	4710.15
12.10.2015	vk	google	384	p-5.00	p-0.04	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	1.402
12.10.2015	google	google maps	315	p-7.75	p-0.00	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	2400.7
18.10.2015	vk	google	258	p-6.40	p-0.00	p-0.11	p-0.00	0.0000	1.0000	1000
18.10.2015	facebook	google	386	p-8.70	p-0.00	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	1000.41
18.10.2015	google	google maps	313	p-7.40	p-0.04	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	2100.7
25.10.2015	google	google maps	421	p-8.11	p-0.04	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	1000
25.10.2015	vk	google	381	p-6.04	p-0.01	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	1.732
25.10.2015	facebook	google	327	p-11.00	p-0.00	p-0.11	p-0.00	0.0000	1.0000	3000.10
02.11.2015	google	google	140	p-4.00	p-0.01	p-0.00	p-0.00	0.0000	0.0000	1000.3
08.11.2015	facebook	google	386	p-10.12	p-0.00	p-0.10	p-0.00	0.0000	1.0000	4710.1

Немного терминов

- **Пользователи vs сессии, визиты vs просмотры**
- **IMPR** — показы
- **CTR** — кол-во кликов/кол-во показов
- **CPC** — цена за клик
- **CPM** — цена за тысячу показов
- **CPA** — цена за действие
- **CPO** — стоимость привлеченного заказа
- **CR** — конверсия (в покупку/регистрацию)
- **ARPU** — Средний доход на юзера
- **ARPPU** — средний доход на платника
- **LTV** — выручка с покупателя за весь его жизненный цикл
- **ROI** — возврат инвестиций

Калькулятор юнита

Ценный калькулятор по [ссылке](#)

[Калькулятор для ИМ](#)

Калькулятор [для маркетплейса](#)

<http://khanin.info/uecalc>

https://www.slideshare.net/tceh_com/unit-48792829