Шаблон для web-аналитики по Я.Метрике по готовым отчетам (основные пункты, необходимые для блока web-аналитики для отчетов по клиентам)

**Основные метрики:**

* Визиты
* Посетители (новые, вернувшиеся, авторизованные, из источника)
* Процент отказов
* Глубина просмотра
* Время на сайте
* Конверсии (достижение целей)

**Сегменты**:

* Применение фильтра “Роботность – только люди” для исключения ботов
* Сравнить сегменты → с готовым сегментом → новые посетители / вернувшиеся посетители для оценки эффективности привлечения и удержания аудитории
* Сегмент Авторизованные посетители: Для людей, у которых + Характеристики → Параметры посетителей → Имя параметра UserID
* Сегмент по источнику: Визиты, в которых + Источники → Последний значимый источник → Тип источника → например, Переходы с почтовых рассылок
* Сегмент по времени на сайте: Визиты, в которых + Поведение → Время на сайте → например, меньше 60 сек
* Сегмент Посетители, достигшие конкретной цели: Визиты, в которых + Конверсии -> Достижение цели -> например, Отправка формы регистрации
* Сегмент Посетители из конкретного региона: Для людей, у которых + География -> Регион -> [выберите регион]
* Сегмент Посетители с определенным типом устройства: Для людей, у которых + Технологии -> Тип устройства -> [выберите тип устройства]

**Отчеты:**

1. **Анализ посещаемости (Отчеты → Посещаемость)**

Цель**:** Оценка общей динамики трафика и выявление трендов.

Действия**:**

* 1. Просмотр динамики основных метрик (Визиты, Посетители, Отказы, Глубина просмотра, Время на сайте) за выбранный период. Сравнение с предыдущим периодом.
  2. Просмотр динамики основных метрик в разрезе сегментов
  3. Анализ динамики по дням недели/времени суток для выявления пиков активности и оптимизации контент-стратегии.

1. **Анализ источников трафика (Отчеты → Источники, сводка)**

Цель: Оценка эффективности различных источников трафика и выявление наиболее перспективных каналов.

Действия:

1. Сравнение показателей (Визиты, Посетители, Отказы, Глубина просмотра, Время на сайте, Конверсии) по источникам трафика.
2. Сравнение показателей в разрезе сегментов
3. Выявление источников с высоким процентом отказов и низким временем на сайте.
4. Оценка конверсии по каждому источнику трафика
5. **Детализация по источникам трафика (Отчеты → Источники → Поисковые системы /Социальные сети/ Мессенджеры)**

Цель: Оценка динамики, выявление наиболее перспективных кампаний внутри отдельного источника.

Действия:

1. Сравнение показателей (Визиты, Посетители, Отказы, Глубина просмотра, Время на сайте, Конверсии) внутри определенного источника трафика.
2. Сравнение показателей в разрезе сегментов
3. **Детализация по страницам входа (Отчеты → Страницы входа/выхода**

Цель: Выявления страниц с высоким процентом отказов или выходов, а также топ страниц по количеству посетителей для повышения конверсии и улучшения пользовательского опыта

1. Сравнение показателей (Визиты, Посетители, Отказы, Глубина просмотра, Время на сайте, Конверсии) по страницам входа/выхода.
2. Сравнение показателей в разрезе сегментов (например, посетители из яндекс/посетители из google)
3. Выявление страниц с высоким процентом отказов и низким временем на сайте
4. Выявление топ-страниц (контента на сайте) по количеству посетителей
5. **Детализация по поисковым запросам (Отчеты → Источники → Поисковые запросы)**

Цель: Выявление наиболее популярных поисковых запросов, приводящих трафик на сайт для оптимизации контента и рекомендациям по продвижению

Действия:

1. Сравнение показателей (Визиты, Посетители, Отказы, Глубина просмотра, Время на сайте, Конверсии) по поисковым фразам.

2. Сравнение показателей в разрезе сегментов (например, посетители из яндекс/посетители из google)

3. Выявление поисковых фраз с высоким процентом отказов и низким временем на сайте

4. Выявление топ поисковых фраз по количеству посетителей за период

5. Выявление новых ключевых слов для оптимизации контента (заголовков)

1. **Частота/Периодичность визитов (Отчеты → Аудитория → Периодичность визитов)**

Цель: Выявление частоты возвращения на сайт, оценка эффективности стратегий удержания. Определение, какие сегменты аудитории демонстрируют высокую периодичность, а какие нуждаются в дополнительной мотивации для повторных посещений

Действия:

1. Сравнение показателей (Визиты, Посетители) в разрезе временных отрезков (день, неделя, месяц) для выявления трендов и сезонности в посещаемости
2. Сравнение показателей в конкретных сегментах (например, “новые vs вернувшиеся”, “посетители из поисковых систем vs посетители из социальных сетей”, “авторизованные vs неавторизованные”) для выявления закономерностей в поведении различных групп пользователей
3. Определение наиболее распространенного интервала между посещениями (например, ежедневно, еженедельно, ежемесячно)
4. **Время на сайте (Отчеты → Аудитория → Время на сайте)**

Цель: Выявление наиболее популярного времени на сайте (с группировкой времени по отрезкам) для оценки вовлеченности пользователей и оптимизации контента

Действия:

1. Сравнение времени на сайте для конкретных сегментов (например, “новые vs вернувшиеся”, “посетители из поисковых систем vs посетители из социальных сетей”, “авторизованные vs неавторизованные”) для выявления закономерностей в поведении различных групп пользователей
2. Определение наиболее распространенного промежутка времени на сайте (например, 1 мин., 5 мин., более 20 мин.)
3. **Анализ целей (Отчеты → Конверсии)**

Цель: Оценка эффективности достижения бизнес-целей сайта (например, отправка формы регистрации, войти, заявка, дочитывание статей, досматривание видео и т.д.).

Действия:

1. Оценка общего количества достигнутых целей
2. Анализ конверсии по источникам трафика, типу устройств, сегментам аудитории
3. Выявление слабых мест по достижению целей
4. **Анализ отчета “Технологии → Браузеры / Операционные системы / Устройства”**

Цель: Выявление путей для оптимизации сайта под различные платформы и устройства, формирование рекомендаций для клиента

Действия:

1. Оценка распределения посетителей по Браузерам / Операционным системам / Устройствам
2. Сравнение показателей по источникам трафика, сегментам аудитории
3. Выявление слабых мест, зон роста
4. **Аналитика переходов по конкретным UTM-меткам, например, trigger\_welcome (Отчеты → Источники → Метки UTM)**

Цель: Выявление путей для оптимизации сайта под различные платформы и устройства, формирование рекомендаций для клиента

Действия:

1. Сравнение показателей (Визиты, Посетители, Отказы, Глубина просмотра, Время на сайте) по конкретным UTM-меткам
2. Анализ количества посетителей, нажавших определенную кнопку на контенте
3. Сравнение показателей по сегментам аудитории
4. Анализ динамики посетителей по конкретным UTM-меткам