

Яндекс Метрика

[Яндекс Метрика](#) [🔗](#) — инструмент веб-аналитики, с помощью которого можно собирать данные о визитах и посетителях вашего сайта. Для этого нужно [создать и установить счетчик](#) — код, который встраивается на страницы сайта. Данные счетчика можно использовать для настройки стратегий и аудитории рекламы в кампаниях Директа.

[Узнайте больше об отчетах по затратам на рекламу](#)

Цели и сегменты Метрики

В Директе можно использовать созданные в Метрике цели (поведение пользователей) и сегменты (пользователи с определенными характеристиками).

Цели

Цели позволяют отслеживать конкретные действия посетителей сайта, например:

- просмотр нескольких страниц товаров за один визит;
- посещение страницы со скидками;
- нажатие кнопки «Положить в корзину».

Чтобы создать цель, в настройках счетчика Метрики на вкладке Цели нажмите Добавить цель.

Добавить цель

Название

Страница со скидками

☐ Ретаргетинг

Тип условия:

Количество просмотров

Посещение страниц

JavaScript-событие

Составная цель

Клик по номеру телефона

Клик по email

Отправка формы

Переход в мессенджер

Укажите страницы, посещение которых для вас важно — например, страницы с контактами или с формой обратной связи. [Подробнее.](#)

Условие

url: содержит

 sale

Доход RUB

Добавить цель

Отмена

Подробнее о [целях](#) в Справке Метрики.

Сегменты

Посетителей сайта с определенными характеристиками можно выделить в сегмент Метрики. Например, можно сгруппировать:

- посетителей, пришедших на сайт из социальных сетей;
- пользователей мобильных устройств;
- посетителей-женщин от 18 до 25 лет из Владивостока.

Чтобы создать сегмент Метрики, перейдите к любому отчету и настройте условия отбора визитов и людей. Например, так можно отобрать посетителей, которые пришли на сайт из социальных сетей.

Сегмент ▼ Сравнить сегменты ▼ Точность: 100% ▼

Визиты, в которых + для людей, у которых +

Найти условие

Источники

Последний источник

Тип источника

Рекламная система

Поисковая система

Поисковая фраза

Переходы с сайтов

Социальные сети

Группа соц. сети

Директ

Включить ○ Исключить

☐ Прямые заходы 920 811

☐ Переходы по ссылкам на сайтах 834 288

☐ Внутренние переходы 481 705

☐ Переходы из поисковых систем 391 579

☒ Переходы из социальных сетей 25 217

☐ Переходы с почтовых рассылок 19 781

☐ Переходы по рекламе 37

☐ Переходы с сохранённых страниц 31

☐ Переходы по внешним ссылкам

Применить

После этого нажмите Сегмент → Сохранить как и укажите название сегмента.

Подробнее о [сегментах](#) в Справке Метрики.

Что можно настроить с помощью Метрики

Данные Метрики, собираемые со страниц сайта, можно использовать для настройки ретаргетинга и автоматических стратегий.

Ретаргетинг и подбор аудитории

Вы можете показывать объявления тем, кто уже взаимодействовал с вашим сайтом. Например, можно рассказать о скидке на следующую покупку тем, кто уже заказывал товары на сайте. Или предложить посетителям, которые просматривали сайт с мобильных устройств, удобное приложение.

Для этого вы можете использовать цели и сегменты Метрики. На странице редактирования объявления нажмите Ретаргетинг и подбор аудитории → Добавить. Подробнее об [ретаргетинге и подборе аудитории](#).

Автоматические стратегии

Самые важные клики для рекламодателя — те, которые приводят к полезному действию пользователя. Например, к добавлению товара в корзину или к оформлению заказа. В Метрике можно настроить цели, соответствующие полезным действиям, и по ним рассчитать бюджет рекламной кампании.

Для этого в Директе созданы автоматические стратегии: « [Максимум конверсий](#) », « [Максимум конверсий с ограничением по рентабельности](#) » и « [Максимум конверсий](#) ». Вам нужно только указать в настройках стратегии цель и значение для соответствующего показателя (например, цены конверсии). После этого система будет подбирать ставки и ключевые фразы, чтобы приблизить среднее значение показателя за неделю к заданному и принести как можно больше конверсий.

i Примечание. Если после выбора стратегии не появляются настройки, возможно, на счетчике Метрики нет целей, по которым накопилось достаточно статистики. Требования к целям указаны в разделах Справки о соответствующих стратегиях.

Узнайте больше

- [Статистика кампании и сайта в Метрике](#)
- [Справка Метрики](#)

Остались вопросы?

⚠ Внимание. Специалисты отдела клиентского сервиса могут вас проконсультировать только по рекламным кампаниям того логина, с которого вы обращаетесь. Логин можно увидеть в правом верхнем углу экрана. Специалист получит доступ к вашим данным только при обработке обращения.

Написать в WhatsApp

Написать в чат

Позвонить

Написать письмо

