

# Настройка аналитики (Google Analytics, Яндекс-Метрика, GTM)

Версия файла: 2021-01-26

Адрес техподдержки: [support.dms@kia.ru](mailto:support.dms@kia.ru)

<b>Список терминов (GTM, GA, YM)</b>	<b>1</b>
<b>Работа с Google Analytics (базовые настройки)</b>	<b>3</b>
Как создать ресурс GA	3
<b>Работа с Яндекс Метрикой (базовые настройки)</b>	<b>9</b>
Как создать счетчик в YM	9
<b>Работа с Google Tag Manager</b>	<b>12</b>
<b>Как создать свой контейнер GTM?</b>	<b>12</b>
Как установить свой контейнер GTM на сайт?	13
Как настроить отслеживание (страниц и целевых действий) в Google Analytics и Яндекс Метрики через GTM?	16
<b>Работа с Google Analytics (расширенные настройки)</b>	<b>21</b>
Как оптимально работать с представлениями?	21
Как создать дубликат представления?	22
Как настроить фильтр в представлении?	23
Как создать цели в Google Analytics?	25
Как установить код Google Analytics на сайт напрямую?	29
Как установить отслеживание целевых действий на сайте напрямую?	31
<b>Работа с Яндекс Метрикой (расширенные настройки)</b>	<b>33</b>
Фильтры в YM	33
<b>Работа с UTM-метками</b>	<b>36</b>
Что такое UTM-метки и для чего они используются?	36
Какие есть UTM-метки?	38
Существует пять основных параметров UTM. Они бывают обязательные (которые обязательно должны быть в ссылке из рекламного объявления) и опциональные.	38
Какие использовать UTM-метки для разных рекламных источников?	38

## **Важная информация по настройке аналитики**

Для корректной работы аналитики (сбор данных посещений страниц, событий) рекомендуем проводить установку кодов Google Analytics и Яндекс-Метрики через GTM.

1. Зарегистрировать счетчик Google Analytics
2. Зарегистрировать счетчик Яндекс-Метрика
3. Зарегистрировать GTM
4. Установить коды Google Analytics и Яндекс-Метрики в GTM

Подробные инструкции этих действий вы найдете ниже в этой инструкции

## **Список терминов (GTM, GA, YM)**

**Google Tag Manager** (далее **GTM**) — это система для удобного управления JavaScript и HTML тегами (фрагментами кода) без помощи или с минимальной помощью разработчиков. С его помощью вы можете: настроить отправку данных в Google Analytics, Яндекс. Метрику и другие аналитические системы; размещать на сайте теги ремаркетинга Google Ads, DoubleClick, Facebook и пр.; размещать на сайте кастомные HTML скрипты, например, скрипты коллтрекинга; быстро вносить изменения в установленные теги. Мы рекомендуем для настройки использовать именно GTM, а не способ внедрения через код сайта.

**Google Analytics** (далее **GA**) - сервис от компании Google, который позволяет собирать и анализировать данные о поведении пользователей на сайте.

**Яндекс Метрика** (далее **YM**) - сервис от компании Yandex, который позволяет собирать и анализировать данные о поведении пользователей на сайте.

**Аккаунт GTM** - высший уровень иерархии в GTM. Как правило, для компании достаточно одного аккаунта. В аккаунте GTM есть один или несколько контейнеров.

**Контейнер GTM** - следующая ступень в иерархии GTM после аккаунта. В нем хранятся все теги для вашего сайта. С технической стороны контейнер — это главный код GTM, который устанавливается на сайт и позволяет запускать теги остальных сервисов.

**Аккаунт GA** - это ваша точка доступа к GA. Одна организация может объединять несколько аккаунтов. Чтобы получить доступ к Google Analytics, нужен хотя бы один аккаунт, где указано, какие ресурсы вы будете отслеживать. Вы сами распределяете ресурсы по аккаунтам.

**Ресурс GA** - следующая ступень в иерархии GA после аккаунта, который определяет, как организуются и хранятся данные. С помощью одного ресурса можно отслеживать целый веб-сайт. Когда вы добавляете ресурс в аккаунт, GA создает код отслеживания,

необходимый для сбора данных по ресурсу, поэтому ресурс еще можно назвать просто счетчиком GA.

**Представление GA** - это уровень в аккаунте GA, обеспечивающий доступ к отчетам и аналитическим инструментам, самый нижний уровень иерархии. GA автоматически создает представление без фильтров для каждого ресурса, который вы добавляете в аккаунт. Для одного ресурса можно настроить несколько представлений.

**События** - это взаимодействия пользователя с контентом, которое можно отслеживать независимо от просмотров страниц. Это понятие включает загрузки, клики по ссылкам, отправки формы, количество просмотров видео и другие действия пользователей. Например, на сайтах дилеров с помощью GTM в этой инструкции описано как настроить как минимум следующие события: успешные отправки форм и клики по номерам телефонов.

**Цели** - позволяют узнать, как часто пользователи совершают нужное вам действие. Цели являются отличным индикатором эффективности работы вашего сайта. Целью может быть любое действие, в котором вы заинтересованы, называемое конверсией. Вот некоторые примеры целей: отправка заявки, скачивание файла, нажатие на ссылку.

**Фильтры** - позволяют ограничивать и изменять набор данных в представлении. Например, вы можете исключить трафик с отдельных IP-адресов, получить данные только по определенному субдомену или каталогу, а также преобразовать URL динамических страниц в текстовые строки.

**Счетчик YM** - аналог ресурса в GA.

## Работа с Google Analytics (базовые настройки)

### Как создать ресурс GA

1. Перейдите на страницу <https://analytics.google.com/> и в случае необходимости залогиньтесь/создайте аккаунт gmail
2. Нажмите “Создать аккаунт”

The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. On the left, there's a sidebar with icons for Home, Search, Account, User, Filter, Segment, and Help. The main area has three tabs: 'ADMINISTRATOR' (highlighted in blue), 'USER', and 'REPORTING'. Under 'ADMINISTRATOR', there are sections for 'Account' (with a '+ Create account' button highlighted by a red arrow), 'Resource' (with a '+ Create resource' button), and 'Presentation' (with a '+ Create presentation' button). Each section contains various configuration options like 'Update to GA4', 'Filter settings', 'Tracking', 'Change products', etc.

### 3. В поле “Название аккаунта” введите имя дилера

The screenshot shows the 'Create account' step in the Google Analytics Admin interface. It's a wizard-style screen with a blue circular icon and the number '1' indicating the current step. The title is 'Создание аккаунта'. The first section is 'Данные аккаунта' (Account data). It has a field labeled 'Название аккаунта (обязательно)' (Account name (required)) with the placeholder 'В аккаунтах может быть более одного идентификатора отслеживания.' (An account can have more than one tracking identifier.) and a text input field containing 'Имя дилера' (Dealer name). Below this is a section titled 'Связь с организацией' (Organization connection) with the text: 'Организация включает аккаунты компании в различных сервисах, а также упрощает управление аккаунтами и пользователями. Если вы установите связь с этим аккаунтом, администраторы организаций смогут управлять его пользователями.' (Organization connects accounts from various services and simplifies account and user management. If you connect this account, organization administrators will be able to manage its users.) and a checked checkbox 'Связь этот аккаунт с вашей организацией:' (Connect this account to your organization) followed by a dropdown menu showing 'Crowberry Media'.

### 4. Нажмите кнопку “След”

## Google Аналитика

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Гендерная система Google удаляет всю информацию, на основе которой можно идентифицировать пользователя, и сохраняет ваши данные в соответствии с действующим законодательством.

Показать пример

Техническая поддержка РЕКОМЕНДУЕТСЯ  
Разрешить специалистам службы поддержки Google доступ к вашему аккаунту и данным Google Аналитики, если это потребуется для работы с техническими проблемами.

Специалисты по аккаунтам РЕКОМЕНДУЕТСЯ  
Предоставить специалистам Google по маркетингу и продажам доступ к данным и аккаунту Google Аналитики, чтобы получать от них советы по тем, как улучшить ваш сайт. Если вы не назначили специалиста по продажам, вы можете предоставить доступ уполномоченному представителю Google.

Узнайте, как Google Аналитика защищает ваши данные.

You have access to 1 account. The maximum is 100.

**След.**

2 Настройка ресурса

3 Информация о компании

### 5. В поле “Название ресурса” введите название дилера

Google Аналитика

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Создание аккаунта

2 Настройка ресурса

Информация о ресурсе  
Ресурс представляет данные приложения и/или сайта компании. В аккаунте может быть один или несколько ресурсов. [Подробнее...](#)  
\*Если вы хотите добавить новый ресурс в существующий проект Firebase, перейдите в аккаунт Firebase.

Создайте ресурс типа "Google Аналитика 4", чтобы анализировать статистику сайта и/или приложения.

Название ресурса

Название дилера

### 6. Выберите часовой пояс в котором расположен дилер

Google Аналитика

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Настройка ресурса

Информация о ресурсе  
Ресурс представляет данные приложения и/или сайта компании. В аккаунте может быть один или несколько ресурсов. [Подробнее...](#)  
\*Если вы хотите добавить новый ресурс в существующий проект Firebase, перейдите в аккаунт Firebase.

Создайте ресурс типа "Google Аналитика 4", чтобы анализировать статистику сайта и/или приложения.

Название ресурса

Название дилера

Часовой пояс отчетов

Россия ▾ (GMT+02:00) Калининград ▾

### 7. Выберите в качестве валюты “Российский рубль”

## Google Аналитика

Создайте ресурс типа "Google Аналитика 4", чтобы анализировать статистику сайта и/или приложения.

Название ресурса  
Название дилера

Часовой пояс отчетов  
Россия (GMT+02:00) Калининград

Валюта  
российский рубль (RUB R)

Вы можете изменить сведения о ресурсе позже, используя полномочия администратора.

A red arrow points to the currency selection dropdown labeled "российский рубль (RUB R)".

### 8. Нажмите кнопку “Показать дополнительные параметры”

\*Если вы хотите добавить новый ресурс в существующий проект Firebase, перейдите в аккаунт Firebase.

Создайте ресурс типа "Google Аналитика 4", чтобы анализировать статистику сайта и/или приложения.

Название ресурса  
Название дилера

Часовой пояс отчетов  
Россия (GMT+02:00) Калининград

Валюта  
российский рубль (RUB R)

Вы можете изменить сведения о ресурсе позже, используя полномочия администратора.

**Показать дополнительные параметры**

Далее      Назад

A red arrow points to the blue "Показать дополнительные параметры" (Show additional parameters) button.

### 9. Переключите тумблер “Создание ресурса Universal Analytics” в состояние вкл

Скрыть дополнительные параметры

Создание ресурса Universal Analytics

Ресурс Universal Analytics относится к предыдущей версии Google Аналитики. Он поддерживает только веб-отслеживание и не может быть использован для анализа статистики приложений. Мы не рекомендуем его для новых пользователей Аналитики. Если вы хотите создать ресурс Universal Analytics, включите его здесь.

A red arrow points to the blue toggle switch for "Создание ресурса Universal Analytics" (Create Universal Analytics resource).

### 10. Введите URL адрес сайта дилера

Создание ресурса Universal Analytics

Ресурс Universal Analytics относится к предыдущей версии Google Аналитики. Он поддерживает только веб-отслеживание и не может быть использован для анализа статистики приложений. Мы не рекомендуем его для новых пользователей Аналитики. Если вы хотите создать ресурс Universal Analytics, включите его здесь.

URL сайта



## 11. Переключитесь на “Создать только ресурс Universal Analytics”

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Создание ресурса Universal Analytics

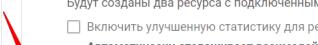
Ресурс Universal Analytics относится к предыдущей версии Google Аналитики. Он поддерживает только веб-отслеживание и не может быть использован для анализа статистики приложений. Мы не рекомендуем его для новых пользователей Аналитики. Если вы хотите создать ресурс Universal Analytics, включите его здесь.

URL сайта

Создать ресурс двух типов: Google Аналитика 4 и Universal Analytics  
Будут созданы два ресурса с подключенными тегами сайта. Вам нужно будет добавить тег на свой сайт один раз. [Подробнее...](#)

Включить улучшенную статистику для ресурса типа "Google Аналитика 4"  
**Автоматически отслеживает взаимодействия на сайтах в дополнение к стандартной статистике просмотров экрана.**  
Информация, связанная с элементами на странице, такими как ссылки и встроенные видео, может собираться вместе с данными по соответствующим событиям. Вы несете ответственность за то, чтобы в Google не передавалась информация, позволяющая идентифицировать личность. [Подробнее...](#)

Создать только ресурс Universal Analytics



## 12. Нажмите далее

Google Аналитика

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс Universal Analytics относится к предыдущей версии Google Аналитики. Он поддерживает только веб-отслеживание и не может быть использован для анализа статистики приложений. Мы не рекомендуем его для новых пользователей Аналитики. Если вы хотите создать ресурс Universal Analytics, включите его здесь.

URL сайта

Создать ресурс двух типов: Google Аналитика 4 и Universal Analytics  
Будут созданы два ресурса с подключенными тегами сайта. Вам нужно будет добавить тег на свой сайт один раз. [Подробнее...](#)

Включить улучшенную статистику для ресурса типа "Google Аналитика 4"  
**Автоматически отслеживает взаимодействия на сайтах в дополнение к стандартной статистике просмотров экрана.**  
Информация, связанная с элементами на странице, такими как ссылки и встроенные видео, может собираться вместе с данными по соответствующим событиям. Вы несете ответственность за то, чтобы в Google не передавалась информация, позволяющая идентифицировать личность. [Подробнее...](#)

Создать только ресурс Universal Analytics

**Далее** **Назад**



## 13. В качестве сферы деятельности выберите “Автотранспортные средства”

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Настройка ресурса

3 Информация о компании

Сведения о компании

Заполните следующую информацию для персонализации настроек.

Сфера деятельности

Автотранспортные средства ▾



## 14. Выберите нужный размер компании (дилера)

**АДМИНИСТРАТОР**      **ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ**

Заполните следующую информацию для персонализации настроек.

Сфера деятельности  
Автотранспортные средства ▾

Размер компании 

Небольшая: 1–10 сотрудников 

Средняя: 11–100 сотрудников

Крупная: 101–500 сотрудников

Очень крупная: более 500 сотрудников

## 15. Выберите следующие пункты:

Google Аналитика

**АДМИНИСТРАТОР**      **ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ**

Небольшая: 1–10 сотрудников 

Средняя: 11–100 сотрудников

Крупная: 101–500 сотрудников

Очень крупная: более 500 сотрудников

Как вы собираетесь использовать Google Аналитику? Выберите все подходящие варианты. 

Сбор данных о взаимодействии пользователей с сайтом или приложением

Оптимизация сайта или приложения

Сбор данных на разных устройствах и платформах

Оптимизация рекламных расходов

Увеличение числа конверсий

Оценка monetизации контента

Анализ онлайн-продаж

Учет количества установок

Учет привлеченных клиентов

Другое

**Создать**      **Пред.**

## 16. Нажмите кнопку “Создать”

Google Аналитика

**АДМИНИСТРАТОР**      **ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ**

Небольшая: 1–10 сотрудников

Средняя: 11–100 сотрудников

Крупная: 101–500 сотрудников

Очень крупная: более 500 сотрудников

Как вы собираетесь использовать Google Аналитику? Выберите все подходящие варианты.

Сбор данных о взаимодействии пользователей с сайтом или приложением

Оптимизация сайта или приложения

Сбор данных на разных устройствах и платформах

Оптимизация рекламных расходов

Увеличение числа конверсий

Оценка monetизации контента

Анализ онлайн-продаж

Учет количества установок

Учет привлеченных клиентов

Другое

**Создать**       **Пред.**

## 17. Примите пользовательское соглашение (предварительно поменяв страну на Россия и проставив чекбоксы)

The screenshot shows the Google Analytics account creation interface. A red arrow points from the top-left to the 'Россия' dropdown in the top right of the main window, indicating the selection of the country. Another red arrow points to the checkbox in the '1. Определения' section, which is checked and linked to GDPR compliance. A large red arrow at the bottom points to the 'Принимаю' (I accept) button, which is highlighted with a red border.

Google Аналитика

аналитики.com/web/#/a156439347w220403310p209719245/admin/account/create

Сервисы реклама Яндекс Почта Google Partners - А... Открываемость ма... DinVIO дом WEB руководле... Семантика Контекст Система продвиже... Другие закладки

Google Аналитика

АДМИНИСТРАТОР

Главная

Специальные отчеты

ОТЧЕТЫ

Отчет в реальном времени

Аудитория

Источники трафика

Поведение

Конверсии

Поиск в отчетах и Справки

Россия

УПОЛНОМОЧЕНЫ ДЕЙСТВОВАТЬ ОТ ИМЕНИ ВЛАДЕЛЬЦА АККАУНТА И ПРИНИМАТЬ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ЗА НЕГО. С УЧЕТОМ УКАЗАННОГО ВЫШЕ СТОРОНЫ ДОГОВОРИЛИСЬ О СЛЕДУЮЩЕМ:

1. Определения

"Аккаунт" Аккаунт в Сервисе. Перед определением платы за услуги Сервиса по тому или иному Ресурсу будет определяться единицей измерения. Образец: для сайта [www.google.ru](#) единицей измерения является страница.

Я также принимаю условия в отношении обработки моих персональных данных в соответствии с требованиями Генерального регламента ЕС о защите персональных данных (GDPR). [Подробнее...](#)

соответствию с требованиями Генерального регламента ЕС о защите персональных данных (GDPR). [Подробнее...](#)

Дополнительные условия в отношении данных, предоставляемых вами компанией Google

Вы указали, что хотите предоставлять свои данные из Google Аналитики другим сервисам Google. [Подробнее...](#)

Чтобы включить эту функцию, прочтайте и примите приведенные ниже Условия защиты данных при взаимодействии между контролерами. Эти условия применяются к данным, которые вы предоставляете Google с соблюдением требований Генерального регламента ЕС о защите персональных данных (GDPR).

Если вы не хотите принимать эти условия, вернитесь на предыдущий экран и отключите предоставление данных, затем продолжите настройку аккаунта.

Условия Google в отношении защиты данных при взаимодействии между контролерами

Соглашение

Клиент Аналитических сервисов, принимающий настоящие условия (далее – **Клиент**), заключает либо с Google, либо со сторонним реселлером (в зависимости от ситуации) соглашение на предоставление Аналитических сервисов, в которое время от времени может вноситься поправки (далее – **Соглашение**). Клиент обязывает

принимаю Условия защиты данных при взаимодействии между контролерами в отношении данных, которые я предоставляю компании Google.

Принимаю Не принимаю

# Работа с Яндекс Метрикой (базовые настройки)

## Как создать счетчик в Яндекс-Метрике

- Перейти по адресу <https://metrika.yandex.ru/list> и в случае необходимости залогиниться/создать аккаунт на Яндексе
- Нажать кнопку “Добавить счетчик”

The screenshot shows the Yandex Metrika dashboard. At the top, there is a navigation bar with links for 'Счетчики' (Counters), 'Целевой звонок' (Conversion Call), 'Представители' (Representatives), 'API', 'Блог' (Blog), and 'Помощь' (Help). Below the navigation bar, there is a search bar labeled 'Найти счётчик' (Find counter) and a yellow button labeled 'Добавить счётчик' (Add counter). A red arrow points to the 'Добавить счётчик' button. The main content area shows tabs for 'Счетчик' (Counter), 'Визиты' (Visits), 'Просмотры' (Views), 'Посетители' (Visitors), and 'Достижения целей' (Achievements of goals). Below these tabs, there are links for 'Мои счетчики 1', 'Удаленные', 'Избранные', and 'Все метки'.

- В поле “название счетчика” введите ваше название дилера

The screenshot shows the 'New counter' setup wizard. Step 1 is titled 'Задайте настройки' (Set up) and Step 2 is titled 'Установите код счетчика на сайт' (Install the counter code on your site). There are fields for 'Имя счетчика' (Counter name) and 'Название дилера' (Dealer name). A red arrow points to the 'Название дилера' input field.

- В поле “адрес сайта” введите адрес вашего сайта

The screenshot shows the 'New counter' setup wizard. Step 1 is titled 'Задайте настройки' (Set up) and Step 2 is titled 'Установите код счетчика на сайт' (Install the counter code on your site). There are fields for 'Имя счетчика' (Counter name), 'Название дилера' (Dealer name), and 'Адрес сайта' (Site address). A red arrow points to the 'Адрес сайта' input field, which contains the value 'avtoban-kia.ru/'. Below the input field is a small explanatory text: 'Сайт может быть недоступен из-за блокировки или отсутствия подключения к интернету.'

- Выберите часовой пояс региона в котором работает ваш дилер

## Новый счетчик

1 Задайте настройки ————— 2 Установите код счетчика на сайт

Имя счетчика

Адрес сайта

Дополнительные адреса ?

Принимать данные только с указанных адресов ?

Включая поддомены

Часовой пояс



## 6. Не включайте сбор данных для вебвизора, карты скроллинга и аналитики форм

### Вебвизор, карта скроллинга, аналитика форм

Откл

Подробные записи действий посетителей на сайте: движения мышью, прокручивание страницы и клики.

Я принимаю условия [Пользовательского соглашения](#)

## 7. Примите условия пользовательского соглашения

1 Задайте настройки ————— 2 Установите код счетчика на сайт

Имя счетчика

Адрес сайта

Дополнительные адреса ?

Принимать данные только с указанных адресов ?

Включая поддомены

Часовой пояс

### Вебвизор, карта скроллинга, аналитика форм

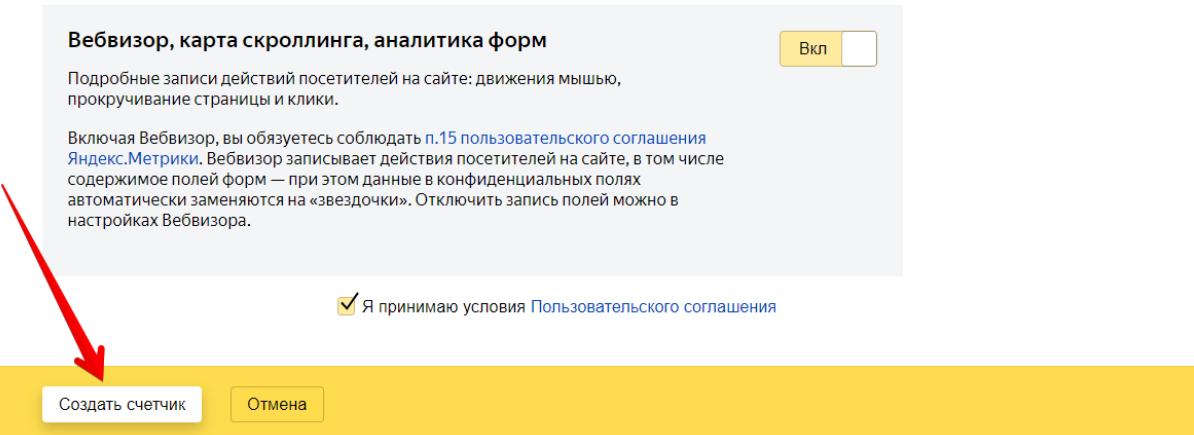
Вкл

Подробные записи действий посетителей на сайте: движения мышью, прокручивание страницы и клики.

Включая Вебвизор, вы обязуетесь соблюдать [п.15 пользовательского соглашения Яндекс.Метрики](#). Вебвизор записывает действия посетителей на сайте, в том числе содержимое полей форм — при этом данные в конфиденциальных полях автоматически заменяются на «звездочки». Отключить запись полей можно в настройках Вебвизора.

Я принимаю условия [Пользовательского соглашения](#)

## 8. Нажмите кнопку “Создать счетчик”



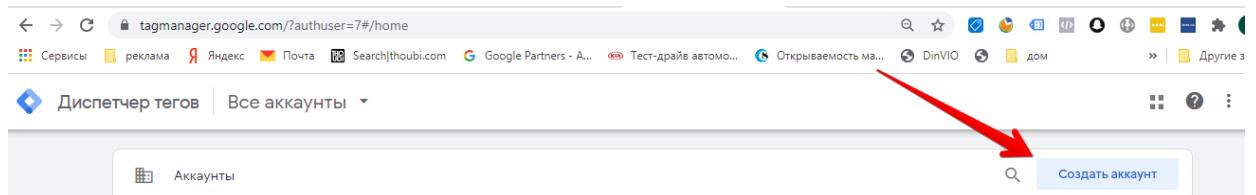
1. В следующем окне нужно не меняя никаких настроек нажать на кнопку “Начать пользоваться” внизу страницы. Счетчик станет доступен в списке всех счетчиков.

The screenshot shows the "Install counter" step of the Metrika setup process. It displays the JavaScript code for the counter and a note below it: "Устанавливая код счётика на сайт, вы соглашаетесь со всеми условиями Пользовательского соглашения." A red arrow points from the bottom of this note down to the "Начать пользоваться" (Start using) button at the bottom left of the page.

# Работа с GTM (Google Tag Manager)

## Как создать свой контейнер GTM?

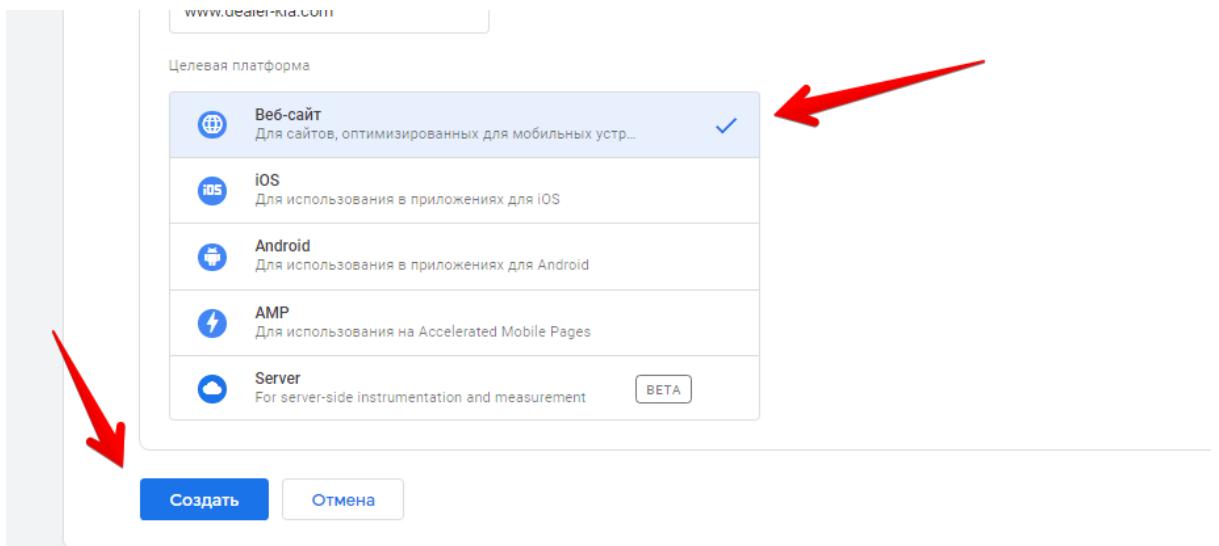
1. Перейти на сайт <https://tagmanager.google.com/> и залогиниться/создать аккаунт gmail в случае необходимости.
2. Нажать кнопку “Создать аккаунт”



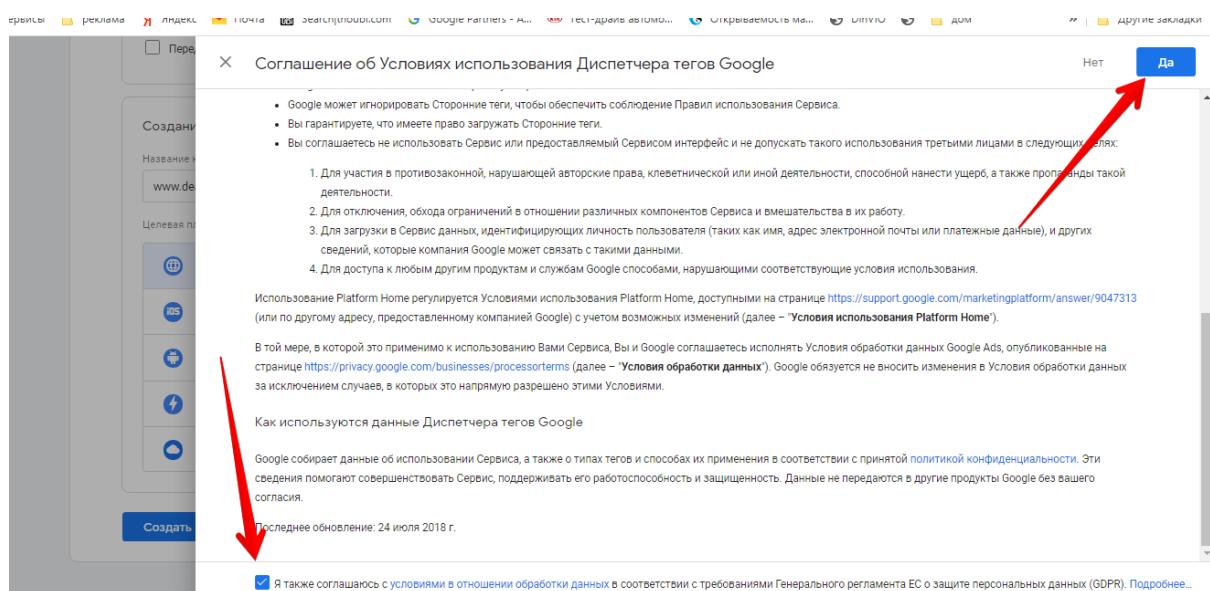
3. Заполнить поля “Название” (название компании), “Страна” (Россия), “Название контейнера” (web адрес вашего дилерского сайта)

A screenshot of the 'Добавление нового аккаунта' (Create new account) form. The form is divided into two sections: 'Создание аккаунта' (Account creation) and 'Создание контейнера' (Container creation). In the 'Создание аккаунта' section, the 'Название аккаунта' (Account name) field contains 'Моя компания'. The 'Страна' (Country) dropdown is set to 'Россия'. There is a checkbox for 'Передавать анонимные данные в Google и другие службы' (Allow anonymous data to be sent to Google and other services) which is unchecked. In the 'Создание контейнера' section, the 'Название контейнера' (Container name) field contains 'www.dealer-kia.com'. At the bottom right of the form, there is a large blue button labeled 'Создать' (Create).

4. В качестве целевой платформы выбрать “Веб-сайт” и нажать кнопку “Создать”.



## 5. Принять условия Соглашения



# Как установить свой контейнер GTM на сайт?

## 1. В GTM кликните на id контейнера

The screenshot shows the Google Tag Manager interface. In the top right corner, the container ID 'GTM-T8VPNTP' is displayed. A red arrow points from the text above to this ID. The interface includes a search bar, navigation tabs like 'Рабочая область', 'Версии', and 'Администрирование', and a sidebar with sections for 'Обзор', 'Теги', 'Триггеры', 'Переменные', 'Папки', and 'Шаблоны'. On the right, there's a summary card for 'Default Workspace' and another for 'Опубликованная версия'.

## 2. Скопируйте первую часть кода

The screenshot shows the 'Установить Google Менеджер тегов' dialog box. It contains two code snippets: one for the head section and one for the body section. The text in the dialog reads:  
Скопируйте приведенный ниже код и вставьте его на каждую страницу сайта.  
Вставьте этот фрагмент в раздел <head> кода страницы как можно ближе к началу:  
<!-- Google Tag Manager -->  
<script>(function(w,d,s,l,i){w[l].push([['gtm.start',  
new Date().getTime(),{}}]);var f=d.getElementsByTagName('script')[0],  
j=d.createElement('script'),l=l+'gtm.js';f.async=true;j.src=  
'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i;f.parentNode.insertBefore(j,f);  
</-- End Google Tag Manager -->  
Также вставьте сразу после открывающего тега <body> следующий фрагмент:  
<!-- Google Tag Manager (noscript) -->  
<noscript><iframe src="https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-T8VPNTP"  
height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe></noscript>  
<!-- End Google Tag Manager (noscript) -->  
Подробнее о том, как добавить фрагмент кода Google Менеджера тегов, читайте в [руководстве по началу работы](#).

## 3. В админке зайдите в “SEO и Аналитика/Скрипты”

The screenshot shows the KIA SEO and Analytics interface. On the left, there's a sidebar with a 'Сервисы' (Services) section containing various SEO tools like SEO и Аналитика, Скрипты, and Meta-теги. A red arrow points to the 'Скрипты' link. The main area is titled 'Скрипты' (Scripts). It has a 'Фильтр' (Filter) section with fields for 'Название' (Name), 'Место добавления' (Addition place), 'Публикация' (Publication), and 'Активность' (Activity). Below the filter is a button to 'Применить' (Apply) and another to 'Очистить' (Clear). A table below shows 25 elements, with one row visible: ID заявки (0a9c146f-a470-43fa-), Статус модерации (Одобрено), Название (пиксель Facebook), Место добавления (После открывающего), Данные на модерации (empty), Комментарий (empty), Активность (Да), Публикация (Да).

4. Нажмите добавить

This screenshot is similar to the previous one, showing the 'Скрипты' (Scripts) section. A red arrow points to the 'Добавить' (Add) button located at the bottom right of the table area.

5. Введите следующие данные в поля (в поле код вставьте скопированный код, выберите место добавления -"Перед закрывающим тегом head", отметьте галку

активность) и сохраните

Создание

Общее

Название

Место добавления

Код

Активность

Сохранить

Вернуться к списку

## 6. Для второй части кода GTM создайте второй скрипт

Dispatcher tags

Новый тег

Описание

Изменения в рабочей области

Имя

Google Analytics

kia.nato-group.ru

Триггер

Удалено

6 часов назад

onalytics@gmail.com

OK

В поле код вставьте скопированный код, выберите место добавления - "После открывающего тела body", отметьте галку активность

Создание

Общее

Название

Место добавления

Код

Активность

Сохранить

Вернуться к списку

После одобрения модератором скрипт станет активным (если модерация не происходит в течение 2 рабочих дней, то напишите в техподдержку support.dms@kia.ru)

## Работа с Google Analytics (расширенные настройки)

### Как оптимально работать с представлениями?

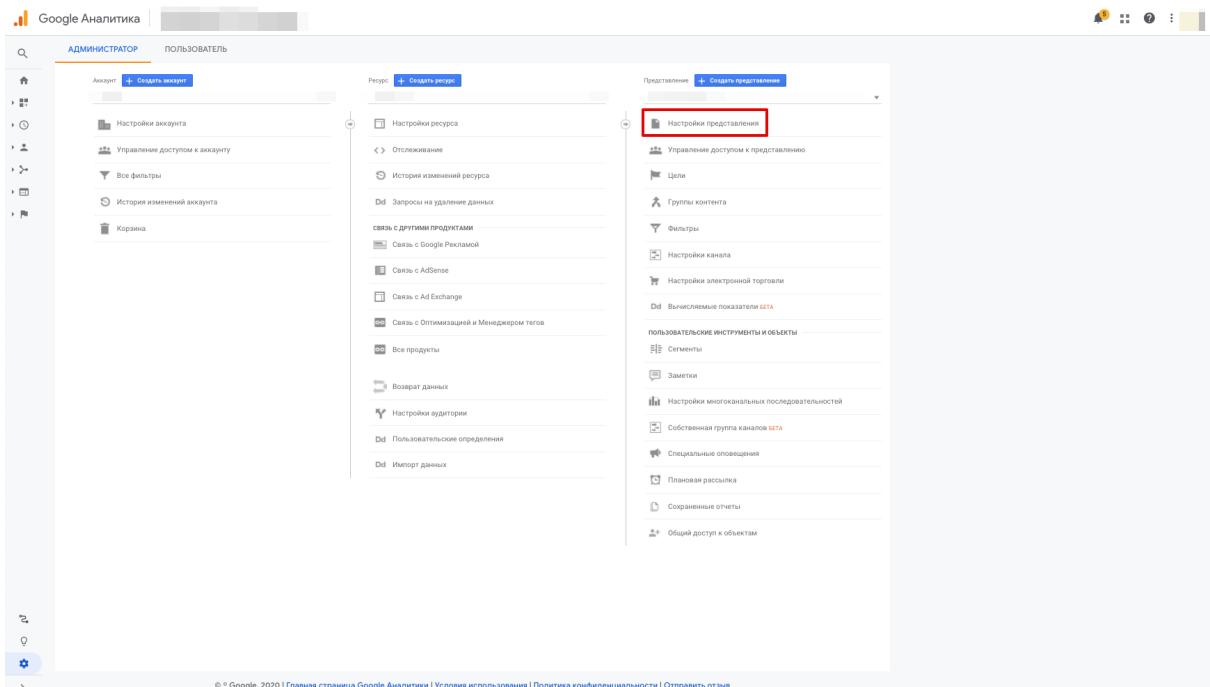
Мы рекомендуем в счетчике (ресурсе) Google Analytics иметь минимум два представления. Первое — “Все данные по веб-сайту”, оно создаётся, когда создаётся аккаунт Google Analytics. Мы рекомендуем к нему не применять никаких “ограничивающих” настроек: фильтров, группировок каналов и пр. Второе — например, “Фильтрация трафика”. Мы рекомендуем отфильтровать IP-адреса, используемые сотрудниками вашей компании и привлекаемых аутсорсеров (например, рекламного агентства).

### Как создать дубликат представления?

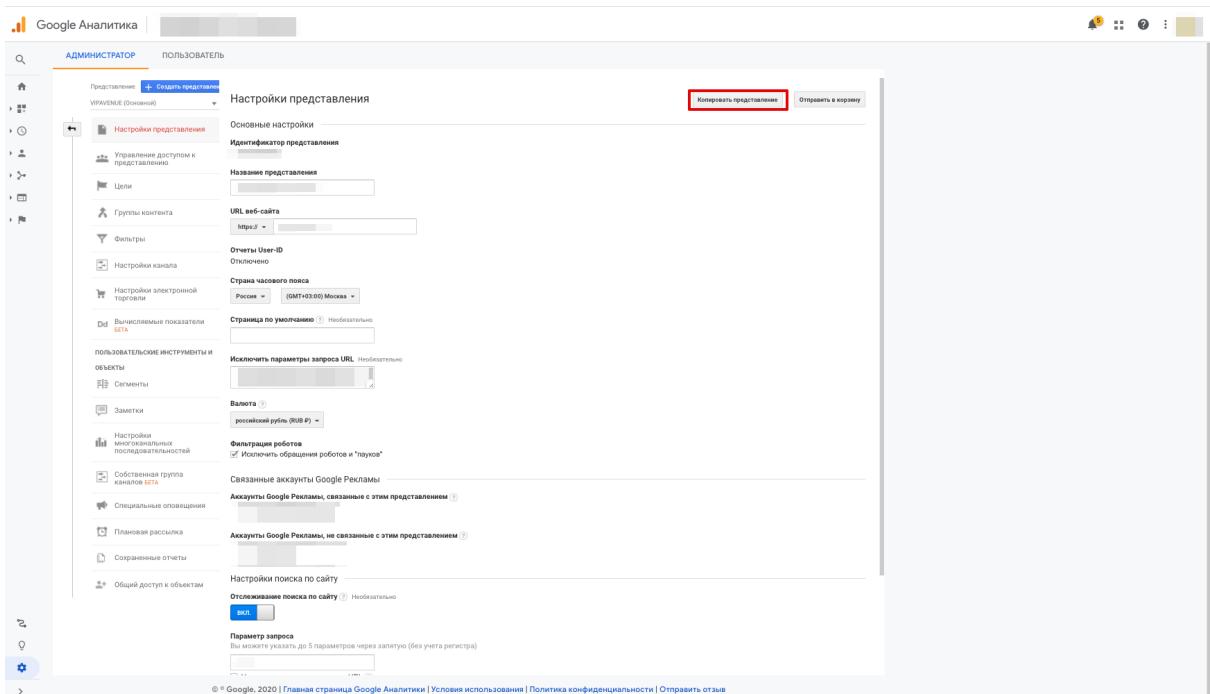
- Перейти на вкладку “Администратор”.

The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'Google Analytics', 'Report Home', and other account management options. Below this is a search bar and a sidebar with sections like 'Главная' (Home), 'Специальные отчеты' (Special Reports), 'ОТЧЕТЫ' (REPORTS) with sub-options like 'Отчет в реальном времени' (Real-time report), 'Аудитория' (Audience), 'Источники трафика' (Traffic Sources), 'Поведение' (Behavior), and 'Конверсии' (Conversions). The main content area displays several reports: 'Пользователи' (Users), 'Доход' (Revenue), 'Коэффициент конверсии' (Conversion Rate), 'Сеансы' (Sessions), 'Активные пользователи сейчас' (Active users now), and 'Дополнительная статистика' (Additional statistics). At the bottom left, there are buttons for 'Атрибуция' (Attribution), 'Рекомендации' (Recommendations), and a red-bordered 'Администратор' (Admin) button. A URL at the bottom indicates the page is https://analytics.google.com/analytics/web/#/report-home/a99760633w69104437p152222063/%3F\_u.date00%3D20201001%26\_u.date01%3D20201011.

2. Выбрать пункт меню “Настройки представления”.



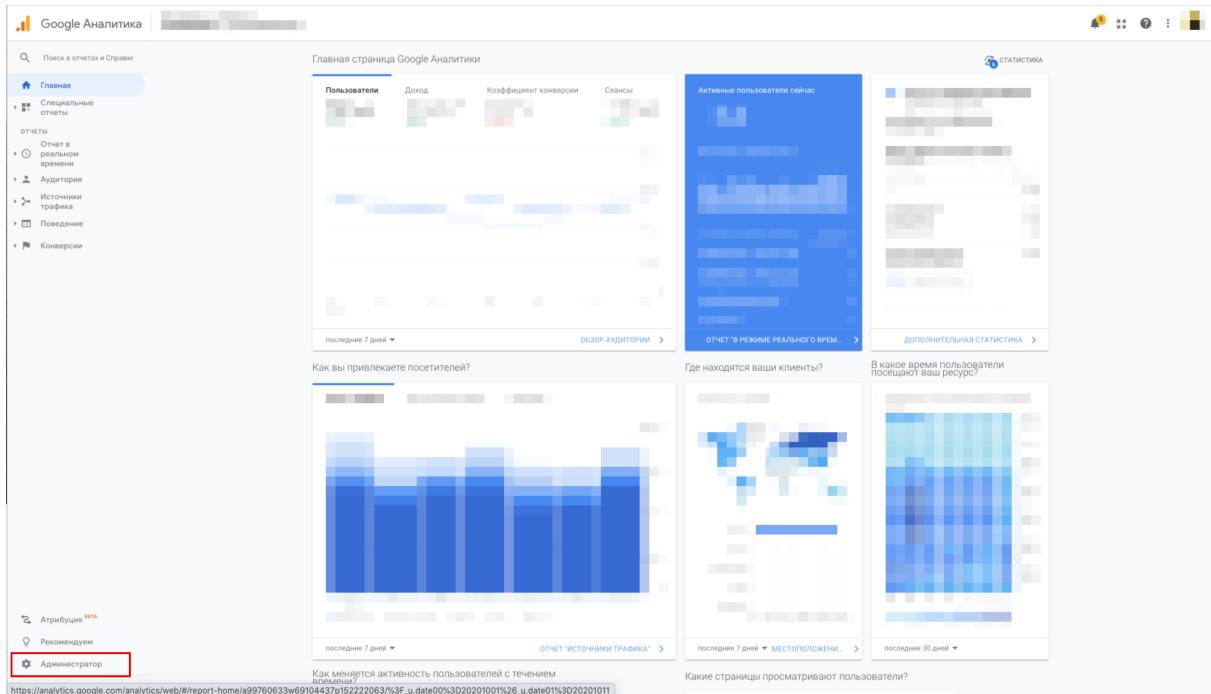
3. Нажать на кнопку “Копировать представление”.



Подробнее о настройке представлений в справочной [статье](#). В этой инструкции мы не обращаем внимания на настройки представлений, о них подробней читайте в [справочной статье](#).

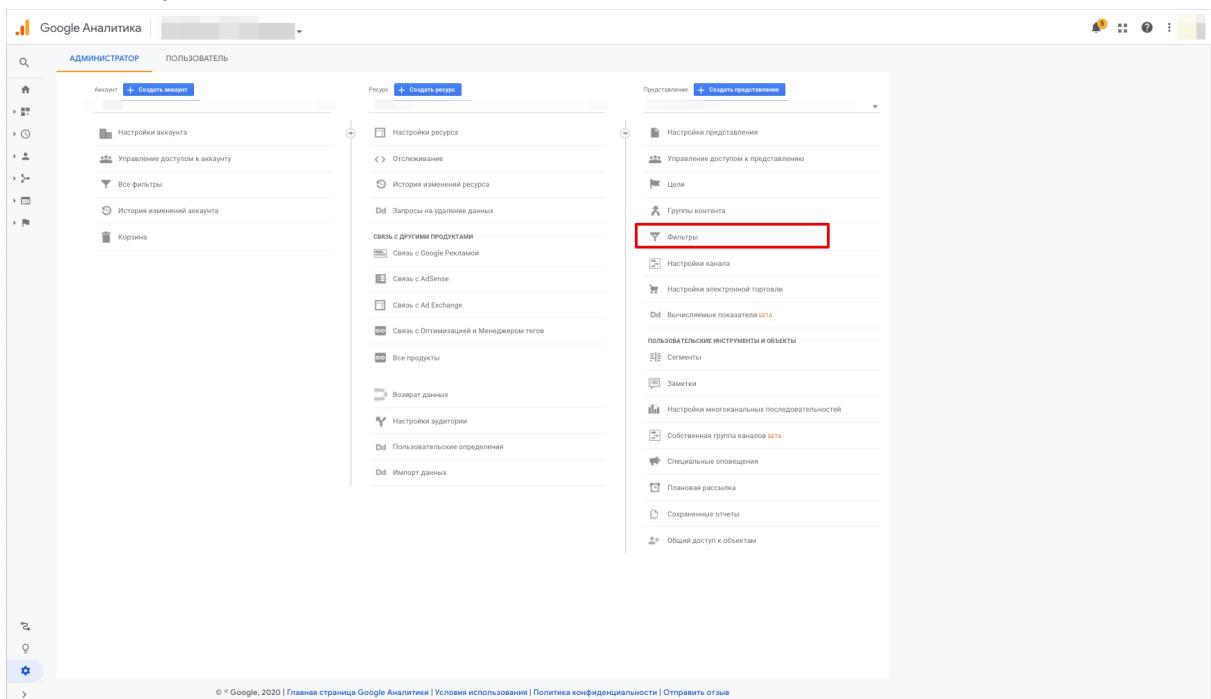
# Как настроить фильтр в представлении?

## 1. Перейти на вкладку “Администратор”.



The screenshot shows the main dashboard of Google Analytics. On the left, there is a sidebar with navigation links like 'Главная', 'Специальные отчеты', 'отчеты', 'Отчет в реальном времени', 'Аудитория', 'Источники трафика', 'Поведение', and 'Конверсии'. Below this, there are sections for 'Пользователи', 'Доход', 'Коэффициент конверсии', and 'Сеансы'. A large blue box on the right displays 'Активные пользователи сейчас' and 'ОТЧЕТ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЯ...'. At the bottom of the sidebar, the 'Администратор' link is highlighted with a red box. The URL in the address bar is [https://analytics.google.com/analytics/web/#/report-home/a99760633w69104437p152222063%3F\\_u.date00%3D20201001%26\\_u.date01%3D20201011](https://analytics.google.com/analytics/web/#/report-home/a99760633w69104437p152222063%3F_u.date00%3D20201001%26_u.date01%3D20201011).

## 2. Выберите пункт меню “Фильтры”.



The screenshot shows the 'ADMINISTRATOR' menu of Google Analytics. It includes sections for 'Аккаунт' (with '+ Создать аккаунт'), 'Ресурс' (with '+ Создать ресурс'), and 'Представление' (with '+ Создать представление'). Under 'Представление', there is a list of items including 'Настройки представления', 'Управление доступом к представлению', 'Цели', 'Группы контента', and 'Фильтры'. The 'Фильтры' link is highlighted with a red box. The URL in the address bar is [@/filter](https://analytics.google.com/analytics/web/#/admin/account/@/resource/@/view/@/filter).

### 3. Нажмите на кнопку “+ Добавить фильтр”.

The screenshot shows the Google Analytics interface under the 'ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ' tab. In the left sidebar, 'Фильтры' is selected. On the main page, there is a table of filters. At the top right of the table area, a red box highlights the 'Добавить фильтр' (Add filter) button. Below the table, there is a search bar and a 'Поиск' (Search) button.

### 4. Настройте фильтр.

- Выберите “Создать новый фильтр”.
- Присвойте фильтру понятное название.
- Выберите тип фильтрации “Исключить”.
- Выберите критерий фильтрации “Трафик с IP-адресов”.
- Выберите подходящее для вашей задачи выражение. В большинстве случаев подходит выражение “идентичные”.
- Укажите фильтруемые IP-адреса.

The screenshot shows the 'Добавление фильтра в представление' (Add filter to presentation) dialog box. It has several sections:

- 'Выбор метода применения фильтра в представлении': A radio button for 'Создать новый фильтр' (Create new filter) is selected, while 'Применить существующий фильтр' (Apply existing filter) is unselected.
- 'Название фильтра': A text input field labeled 'Название фильтра' (Filter name) is highlighted with a red box.
- 'Тип фильтра': A dropdown menu labeled 'Тип фильтра' (Filter type) is set to 'Исключить' (Exclude), which is also highlighted with a red box.
- 'Выберите выражение': A dropdown menu labeled 'Выберите выражение' (Select expression) is highlighted with a red box.
- 'IP-адрес': A dropdown menu labeled 'IP-адрес' (IP address) is expanded, showing the value '74.125.19.103 или 2001:db8:1:1'. A tooltip below it says 'Пример: 74.125.19.103 или 2001:db8:1:1 для идентичных начинавшихся с заканчивающихся на содержание' (Example: 74.125.19.103 or 2001:db8:1:1 for identical ones starting with ending with).
- 'Проверка фильтра': A note at the bottom states 'Невозможно просмотреть этот фильтр. В настоящее время просмотр расширенных фильтров по местоположению (например, по стране или IP-адресу) не поддерживается.' (It is impossible to view this filter. Viewing extended filters by location (such as country or IP address) is not supported at the moment.).

Подробнее о работе с фильтрами читайте в [справочной статье](#).

## Как создать цели в Google Analytics?

Мы рекомендуем создавать единые цели для обоих представлений, указанных в статье. Если вы решите придерживаться этой рекомендации, то более удобным будет создавать второе представление, когда цели для представлени “Все данные веб-сайта” будут созданы. Для настройки целей выполните следующие действия.

1. Перейдите на вкладку “Администратор”.

The screenshot shows the main dashboard of the Google Analytics Admin interface. On the left, there's a sidebar with navigation links like 'Главная', 'Специальные отчеты', 'Очтеты', 'Аудитории', 'Историки трафика', 'Поведение', and 'Конверсии'. The main area displays various reports: 'Пользователи', 'Доход', 'Коэффициент конверсии', 'Сессии', 'Активные пользователи сейчас', and 'Где находятся ваши клиенты?'. At the bottom of the sidebar, the 'Администратор' link is highlighted with a red box.

2. Выберите пункт меню “Цели”.

The screenshot shows the 'Администратор' (Admin) section of Google Analytics. In the top navigation bar, 'Администратор' is selected. The main menu on the left includes 'Аккаунт', 'Ресурс', and 'Представление'. Under 'Представление', the 'Цели' (Goals) option is highlighted with a red box. Other options in this menu include 'Настройки представления' and 'Управление доступом к представлению'. The right side of the screen shows a list of other administrative tasks such as 'Настройки аккаунта', 'Настройки ресурса', 'Запросы на удаление данных', 'Связь с другими продуктами', 'Настройки аудитории', 'Пользовательские определения', and 'Импорт данных'.

**3. Нажмите на кнопку “+ Цель”.**

**4. Выберите вид цели “Собственная”, нажмите “Далее”.**

**5. Присвойте цели корректное наименование и выберите тип целевого действия “Событие”**

Google Аналитика | Crowberry Media > название  
Все данные по веб-сайту ▾

**АДМИНИСТРАТОР**

Представление + Создать представление  
Все данные по веб-сайту

Настройки представления  
**Цели**  
Группы контента  
Фильтры  
Настройки канала  
Настройки электронной торговли  
Вычисляемые показатели БЕТА

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

**1 Описание цели**

**Название**  
тест

**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 Google Рекламе. Подробнее...

**Далее** **Отменить**

6. Далее по очереди создадим 2 цели - “Лиды” и “Клик по номеру телефона”

Цель “Лиды” фиксирует отправку любой заявки на сайте. Для ее создания заполните поля следующим образом:

Категория:

**Lead**

**Описание цели** Изменение

Название: Лид  
Тип цели: Событие

**2 Подробные сведения о цели**

**Условия события**  
Задайте одно или несколько условий. Конверсия будет засчитываться, если произошло определенное событие и при этом выполнены все заданные вами условия. Для цели этого типа необходимо настроить по крайней мере одно событие.  
Подробнее...

|           |              |          |
|-----------|--------------|----------|
| Категория | Равно ▾      | Lead     |
| Действие  | Равно ▾      | Действие |
| Ярлык     | Равно ▾      | Ярлык    |
| Ценность  | Больше чем ▾ | Ценность |

Цель “Клик по номеру телефона” фиксирует клик по номеру телефона на сайте.

Для ее создания заполните поля следующим образом:

Категория:

**Tel\_click**

2 Подробные сведения о цели

**Условия события**

Задайте одно или несколько условий. Конверсия будет засчитываться, если произошло определенное событие и при этом выполнены все заданные вами условия. Для цели этого типа необходимо настроить по крайней мере одно событие.

[Подробнее...](#)

|           |            |           |
|-----------|------------|-----------|
| Категория | Равно      | Tel_click |
| Действие  | Равно      | Действие  |
| Ярлык     | Равно      | Ярлык     |
| Ценность  | Больше чем | Ценность  |



7. Для сохранения цели нужно нажать кнопку “Сохранить”

Представление [+ Создать представление](#)

Все данные по веб-сайту

Настройки представления

Управление доступом к представлению

**Цели**

Группы контента

Фильтры

Настройки канала

Настройки электронной торговли

Вычисляемые показатели BETA

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ

2 Подробные сведения о цели

**Условия события**

Задайте одно или несколько условий. Конверсия будет засчитываться, если произошло определенное событие и при этом выполнены все заданные вами условия. Для цели этого типа необходимо настроить по крайней мере одно событие.

[Подробнее...](#)

|           |            |           |
|-----------|------------|-----------|
| Категория | Равно      | Категория |
| Действие  | Равно      | Действие  |
| Ярлык     | Равно      | Ярлык     |
| Ценность  | Больше чем | Ценность  |

Использовать ценность события в качестве ценности цели конверсии

Да

Если в условии выше не задано значение, соответствующее вашему коду отслеживания событий, ценность цели не будет указана.

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

**Сохранить** Отменить

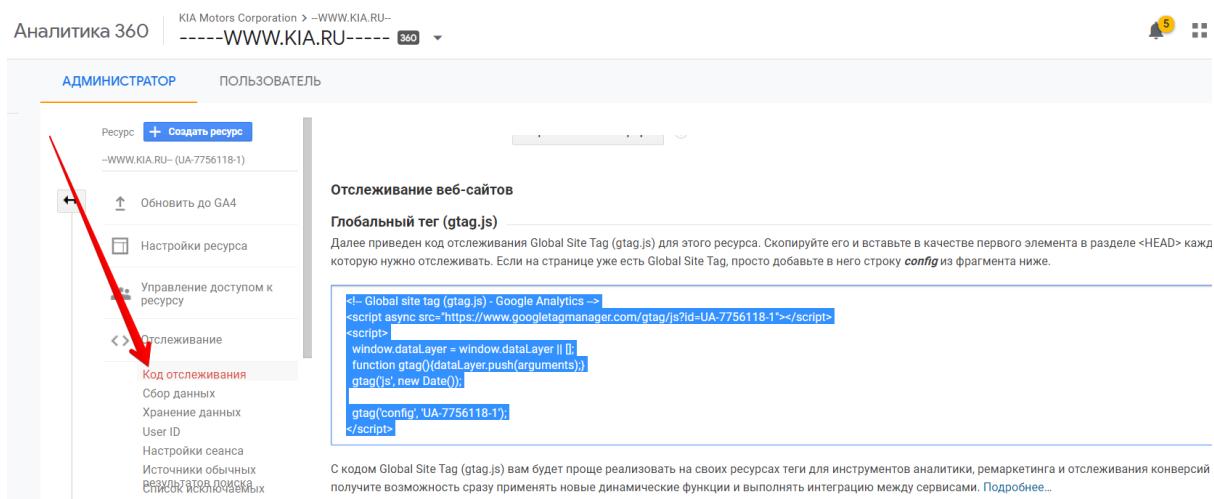


## Как установить код Google Analytics на сайт напрямую?

Мы рекомендуем установку Google Analytics через GTM. Также имейте ввиду, что при использовании GTM устанавливать Google Analytics через админку напрямую уже не нужно, иначе это приведет к некорректной работе.

Для того чтобы установить GA на сайт напрямую, необходимо:

- Скопировать код GA в настройках ресурса

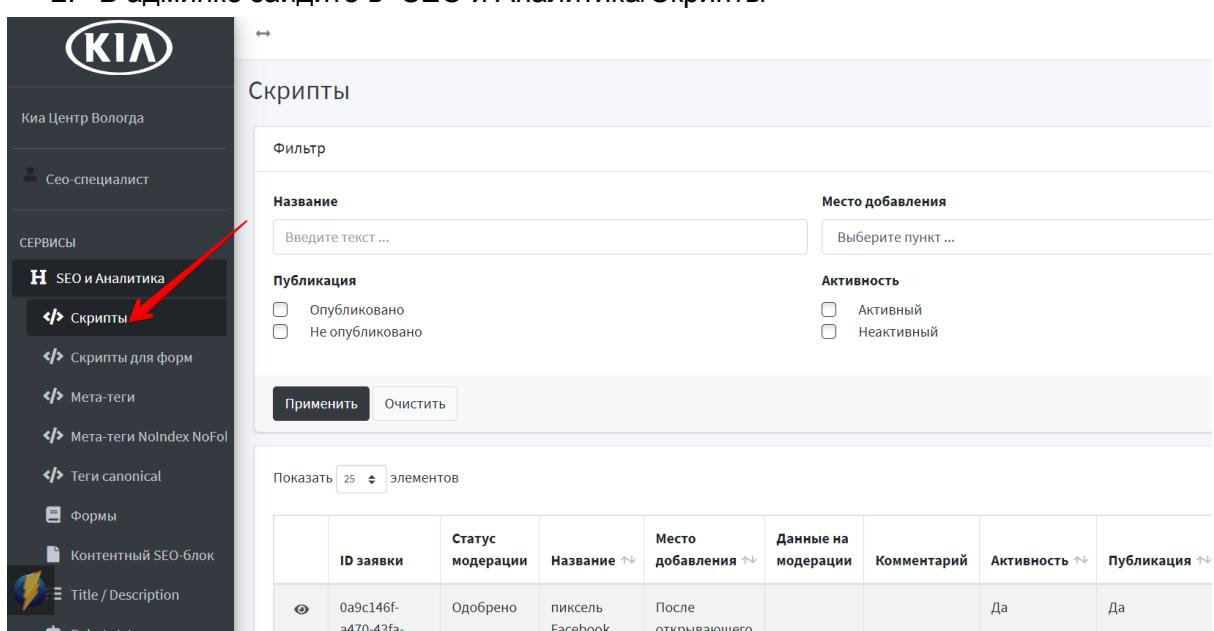


The screenshot shows the 'Admin 360' interface for KIA Motors Corporation. The top navigation bar includes 'KIA Motors Corporation > WWW.KIA.RU-> -----WWW.KIA.RU----- 360'. On the left, there's a sidebar with 'АДМИНИСТРАТОР' and 'ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ' tabs. Under 'Ресурсы', it lists 'WWW.KIA.RU- (UA-7756118-1)'. The main content area is titled 'Отслеживание веб-сайтов' and specifically 'Глобальный тег (gtag.js)'. It contains the code snippet:

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src='https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-7756118-1'></script>
<script>
window.dataLayer = window.dataLayer || [];
function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
gtag('js', new Date());
gtag('config', 'UA-7756118-1');
</script>
```

A red arrow points from the text 'Код отслеживания' in the sidebar to the code block in the main content area.

- В админке зайдите в “SEO и Аналитика/Скрипты”



The screenshot shows the 'SEO и Аналитика' section of the KIA Centre Vologda admin panel. On the left, a sidebar lists various SEO and analytics tools, with 'Скрипты' highlighted and a red arrow pointing to it. The main content area is titled 'Скрипты' and shows a table with columns: 'Название', 'Место добавления', 'Публикация', 'Активность', 'Применить', and 'Очистить'. The table has one row with the following data:

| ID заявки          | Статус модерации | Название         | Место добавления   | Данные на модерации | Комментарий | Активность | Публикация |
|--------------------|------------------|------------------|--------------------|---------------------|-------------|------------|------------|
| 0a9c146f-a470-43fa | Одобрено         | пиксель Facebook | После открывшегося |                     |             | Да         | Да         |

- Нажмите добавить

Скрипты

Фильтр

Название

Место добавления

Публикация

Активность

Применить    Очистить

Показать: 25 элементов

| ID заявки           | Статус модерации | Название         | Место добавления   | Данные на модерации | Комментарий | Активность | Публикация | Дата создания          | Дата обнов.      |
|---------------------|------------------|------------------|--------------------|---------------------|-------------|------------|------------|------------------------|------------------|
| 0a9c146f-a470-43fa- | Одобрено         | пиксель Facebook | После открывающего |                     |             | Да         | Да         | 06.11.2020<br>15:29:31 | 06.11.<br>15:34: |

Добавить

4. Введите следующие данные в поля (в поле код вставьте скопированный код) и сохраните

Создание

Общее

Название

Место добавления

Код

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-7756118-1"></script>
<script>
window.dataLayer = window.dataLayer || [];
```

Активность

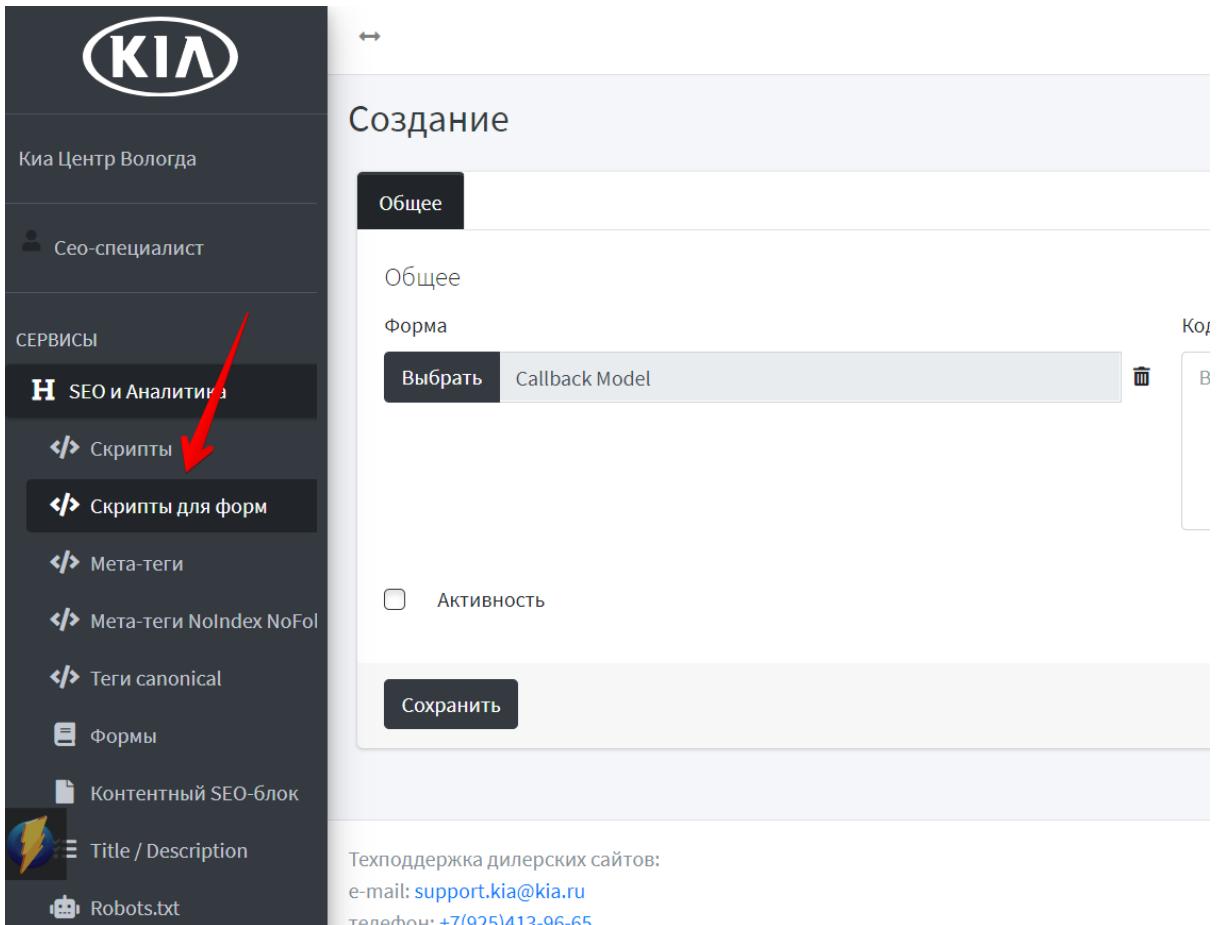
Сохранить

Вернуться к списку

## Как установить отслеживание целевых действий на сайте напрямую?

Мы рекомендуем настраивать отслеживание через GTM. Также имейте ввиду что при использовании GTM устанавливать через админку напрямую уже не нужно, иначе это приведет к некорректной работе. Для настройки отслеживания напрямую вам необходимо самостоятельно сформировать javascript код для каждого события.

1. Зайдите в админке в “SEO и Аналитика/Скрипты для форм”



The screenshot shows the left sidebar of the Kia Center Vologda website's administration interface. The sidebar has a dark background with white text and icons. It includes sections for 'Кия Центр Вологда', 'Сeo-специалист', 'СЕРВИСЫ', and a list of SEO-related items. A red arrow points to the 'Скрипты для форм' (Scripts for forms) item, which is highlighted with a black background. To the right of the sidebar, the main content area has a light gray header with the word 'Создание' (Create). Below it, there are tabs for 'Общее' (General), 'Форма' (Form), 'Выбрать' (Select), and 'Callback Model'. A large empty text area follows, with a checkbox labeled 'Активность' (Activity) and a 'Сохранить' (Save) button at the bottom. At the very bottom of the page, there is a footer with contact information: 'Техподдержка дилерских сайтов: e-mail: support.kia@kia.ru телефон: +7(925)413-96-65'.

2. Нажмите “Добавить”

The screenshot shows the 'Скрипты для форм' (Scripts for forms) section of the KIA Vologda website. On the left, there's a sidebar with navigation links: 'Кия Центр Вологда', 'Сео-специалист', 'СЕРВИСЫ', 'SEO и Аналитика' (with 'Скрипты' selected), 'Мета-теги', 'Мета-теги NolIndex NoFol', 'Теги canonical', and 'Формы'. The main area has a 'Фильтр' (Filter) section with dropdowns for 'Форма' (Выбрать), 'Публикация' (Опубликовано, Не опубликовано), and 'Активность' (Активный, Неактивный). Below these are 'Применить' (Apply) and 'Очистить' (Clear) buttons. A red arrow points to the 'Добавить' (Add) button at the bottom right of the filter panel. The message 'Элементов не найдено' (No elements found) is displayed below the filter.

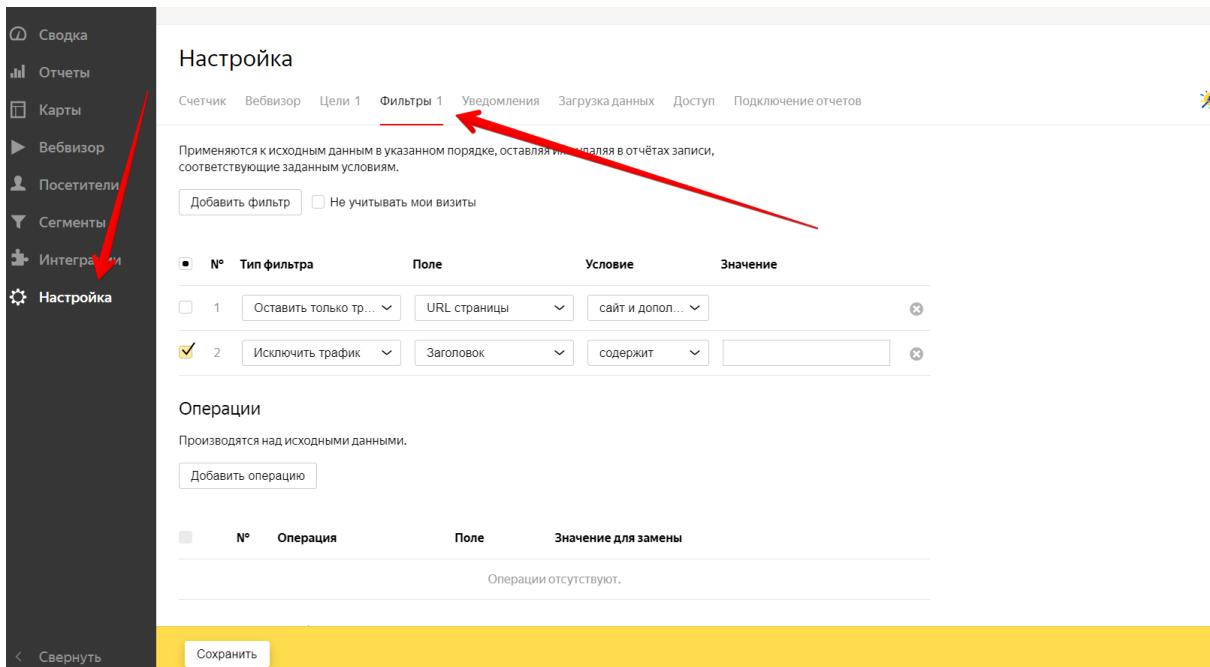
3. Выберите форму и вставьте код для отслеживания формы. Код будет выполняться в момент успешной отправки формы. Сохраните изменения. Они станут доступны после модерации.

# Работа с Яндекс Метрикой (расширенные настройки)

## Фильтры в YM

Фильтровать трафик по IP адресам можно и в YM, для этого:

- Перейдите в раздел “Настройка”/“Фильтры”



Настройка

Сводка Отчеты Карты Вебвизор Цели 1 Фильтры 1 Уведомления Загрузка данных Доступ Подключение отчетов

Применяются к исходным данным в указанном порядке, оставляя или удаляя в отчетах записи, соответствующие заданным условиям.

Добавить фильтр  Не учитывать мои визиты

| № | Тип фильтра          | Поле         | Условие          | Значение |
|---|----------------------|--------------|------------------|----------|
| 1 | Оставить только т... | URL страницы | сайт и дополн... |          |
| 2 | Исключить трафик     | Заголовок    | содержит         | значение |

Операции

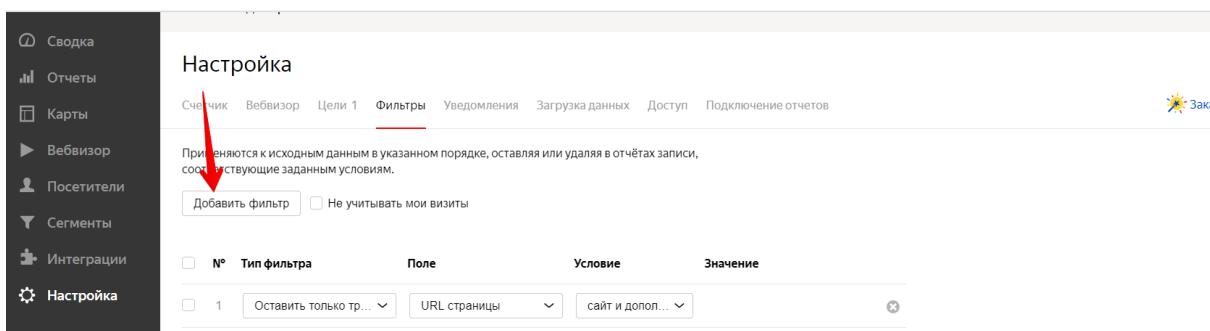
Производятся над исходными данными.

Добавить операцию

| № | Операция | Поле | Значение для замены   |
|---|----------|------|-----------------------|
|   |          |      | Операции отсутствуют. |

< Свернуть Сохранить

- Нажмите “Добавить” фильтр



Настройка

Сводка Отчеты Карты Вебвизор Цели 1 Фильтры Уведомления Загрузка данных Доступ Подключение отчетов

Применяются к исходным данным в указанном порядке, оставляя или удаляя в отчетах записи, соответствующие заданным условиям.

Добавить фильтр  Не учитывать мои визиты

| № | Тип фильтра          | Поле         | Условие          | Значение |
|---|----------------------|--------------|------------------|----------|
| 1 | Оставить только т... | URL страницы | сайт и дополн... |          |

- Введите следующие условия и ip адрес, трафик с которого нужно исключить

Настройка

Счетчик Вебвизор Цели 1 Фильтры 1 Уведомления Загрузка данных Доступ Подключение отчетов

Заказать настройку Метрики

Применяются к исходным данным в указанном порядке, оставляя или удаляя в отчетах записи, соответствующие заданным условиям.

Добавить фильтр  Не учитывать мои визиты

| №                                   | Тип фильтра | Поле  | Условие      | Значение                       |
|-------------------------------------|-------------|---|--------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/>            | 1           | Оставить только страницы с сайтом и дополнительным параметром | URL страницы | сайт и дополнительный параметр |
| <input checked="" type="checkbox"/> | 2           | Исключить трафик из IP-адреса                                 | IP-адрес     | равно                          |

## Как создать цели в YM

Создадим 2 цели: лид и клик по номеру телефона (как и в GA). Для этого

1. Переходим на страницу <https://metrika.yandex.ru/list/> и в случае необходимости логинимся на Яндексе
2. Находим в списке счетчиков ваш, кликаем на него

metrika.yandex.ru/list/

Сервисы Яндекс.реклама Яндекс.Почта Google Partners - А... Открываемость ма... DinVIO дом WEB руководство | К... Семантика Контекст Система продвиже...

Яндекс Метрика sandrakusova2012

Добавить счетчик Найти счетчик Учетная запись

Мои счетчики 2 Удаленные Избранные Все метки

Заказать настройку Метрики

| Счетчик                                      | Визиты | Просмотры | Посетители | Достижения целей | Владелец         |
|--|--------|-----------|------------|------------------|------------------|
| Название дилера<br>autoban-kia.ru - 69830699 | 0      | 0         | 0          |                  | sandrakusova2012 |

1. Переходим в раздел “Настройка”

The screenshot shows the Yandex Metrika interface. On the left, a sidebar menu includes 'Сводка' (Summary), 'Отчеты' (Reports), 'Карты' (Maps), 'Вебвизор' (Webvisor), 'Посетители' (Visitors), 'Сегменты' (Segments), 'Интеграции' (Integrations), and 'Настройка' (Setup). A red arrow points from the sidebar to the 'Настройка' tab in the main content area. The main content area is titled 'Настройка' and shows basic account information like the name and address. It also includes sections for 'Фильтры' (Filters), 'Уведомления' (Notifications), 'Загрузка данных' (Data Import), 'Доступ' (Access), and 'Подключение отчетов' (Report Connection).

## 1. Переходим в подраздел “Цели”

The screenshot shows the 'Цели' (Goals) section of Yandex Metrika. The sidebar menu is identical to the previous screenshot. A red arrow points to the 'Цели' tab in the top navigation bar. Below the tabs, there is a note about defining up to 200 goals per site. There are three buttons: 'Добавить цель' (Add Goal), 'Конверсионные 0' (Conversion 0), and 'Ретаргетинговые 0' (Retargeting 0). A table below shows columns for 'Название цели' (Goal Name), 'Описание' (Description), and 'Номер цели' (Goal Number). A message at the bottom states 'Цели отсутствуют.' (No goals found).

1. Кликаем “Добавить цель”
2. Вводим настройки цели: название, выбираем тип условия - “JavaScript - событие” и вводим идентификатор цели: **Lead**

Для цели “Лид” выбираем следующие настройки:

**Добавить цель**

**Название**

Ретаргетинг

**Тип условия:**

Количество просмотров  Посещение страниц  JavaScript-событие  Составная цель

Клик по номеру телефона  Клик по email  Отправка формы

Позволяет отследить нажатие на кнопку, заполнение формы и другие события на сайте. Такая же цель понадобится и для передачи оффлайн-конверсий. [Подробнее. Диагностика проблем.](#)

Идентификатор цели:

Код цели для сайта

```
ym(69830899,'reachGoal','Lead!')
```

**Доход**  RUB

≡ Яндекс Метрика

Счетчики Целевой звонок Представители API Блог Помощь

Сводка Отчеты Карты Вебвизор Посетители Сегменты Интеграции Настройка

Название дилера avtoban-kia.ru • 69830899

**Настройка**

Счетчик Вебвизор Цели Фильтры Уведомления Загрузка данных Доступ Подключение отчетов

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.

Конверсионные 0 Ретаргетинговые 0

Для цели “Клик по номеру телефона” идентификатор следующий:  
**Tel\_click**

## Добавить цель

X

### Название

Клик по номеру телефона

Ретаргетинг

### Тип условия:

Количество просмотров

Посещение страницы

JavaScript-событие

Составная цель

Клик по номеру телефона

Клик по email

Отправка формы

Позволяет отследить нажатие на кнопку, заполнение формы и другие события на сайте. Такая же цель понадобится и для передачи оффлайн-конверсий. [Подробнее. Диагностика проблем.](#)

Идентификатор цели: Tel\_click

Код цели для сайта

ym(69830899,'reachGoal','Tel\_click')

Доход  RUB

## Google Analytics

Стандартные события настроенные на платформе.

**Lead** - настроенное событие отправки заявки.

|   | Тип заявки   | EventCategory<br>категория | EventAction<br>Ярлык |
|---|--|----------------------------|----------------------|
| 1 | <b>Авто в наличии</b><br>Пример<br><a href="https://kia-companyt.ru/buy/cars/">https://kia-companyt.ru/buy/cars/</a> | Lead                       | New_cars             |
| 2 | <b>Кредит</b><br>Пример<br><a href="https://kia-companyt.ru/buy/calc/">https://kia-companyt.ru/buy/calc/</a>         | Lead                       | Credit               |
| 3 | <b>Авто с пробегом</b><br>Пример   | Lead                       | Used_cars            |

|          |  |      |                       |
|----------|--|------|-----------------------|
| <b>4</b> | <b>Обратный звонок</b><br>Пример<br><a href="https://kia-companyt.ru/callback/">https://kia-companyt.ru/callback/</a>                  | Lead | <b>Callback</b>       |
| <b>5</b> | <b>Тест драйв</b><br>Пример<br><a href="https://kia-companyt.ru/buy/testdrive/">https://kia-companyt.ru/buy/testdrive/</a>             | Lead | <b>Test_drive</b>     |
| <b>6</b> | <b>Запись на сервис</b><br>Пример<br><a href="https://kia-companyt.ru/service/booking/">https://kia-companyt.ru/service/booking/</a>   | Lead | <b>Service</b>        |
| <b>7</b> | <b>Спецпредложения</b><br>Пример<br><a href="https://kia-companyt.ru/buy/special/">https://kia-companyt.ru/buy/special/</a>            | Lead | <b>Special_offers</b> |
| <b>8</b> | <b>Комплектации</b><br>Пример<br><a href="https://kia-companyt.ru/models/rio/options/">https://kia-companyt.ru/models/rio/options/</a> | Lead | <b>Prices</b>         |
| <b>9</b> | <b>Конфигуратор</b><br>Пример<br><a href="https://kia-companyt.ru/buy/configurator/">https://kia-companyt.ru/buy/configurator/</a>     | Lead | <b>Configurator</b>   |

**Tel\_click** - настроенное событие нажатия на номер телефона.

|          | <b>Тип события</b>               | EventCategory    | EventAction |
|----------|----------------------------------|------------------|-------------|
| <b>1</b> | <b>Нажатие на номер телефона</b> | <b>Tel_click</b> | <b>N</b>    |

## Работа с УТМ-метками

Что такое УТМ-метки и для чего они используются?

UTM-метки — небольшие фрагменты кода, которые добавляются в URL. Каждый параметр в UTM-метке состоит из двух частей — название параметра и его значение.

Например:

www.kia-dealer.ru/?utm\_source=google&utm\_medium=cpc&utm\_campaign=sportage

где:

- utm\_source/medium/campaign — названия параметров UTM;
- google/cpc/sportage — их значения.

В приведенном примере значения меток указывают на следующее:

- google — рекламная система, источник, который привел пользователя на сайт;
- cpc — тип трафика, оплата за клик;
- sportage — название рекламной кампании.

В записи пары «параметр=значение» всегда разделяется знаком «равно» (=), а для того, чтобы отделить одну такую пару от другой, используется амперсанд (&).

Утм метки используются в первую очередь для получения данных об эффективности рекламы, в разрезе конкретной кампании, объявления, ключевого слова и т д и выяснения где реклама работает более результативно.

## Какие есть UTM-метки?

Существует пять основных параметров UTM. Они бывают обязательные (которые обязательно должны быть в ссылке из рекламного объявления) и optionalные.

| UTM-метка   | Описание   | Пример  |
|---|--|---|
| Обязательные (метки, которые должны всегда присутствовать в ссылке) |  |   |
| utm_source  | Рекламная система, например:<br>Яндекс.Директ<br>Bing Ads<br>Google Ads            | utm_source=yandex-direc<br>utm_source=bing<br>utm_source=google |
| utm_medium  | Тип трафика, например:<br>cpc<br>cpm<br>email-рассылка                             | utm_medium=cpc<br>utm_medium=cpm<br>utm_medium=email            |
| utm_campaign  | Название рекламной кампании, например:<br>Sportage<br>Rio                          | utm_campaign=sportage<br>utm_campaign=rio                       |
| Опциональные (метки, которые используются по необходимости)         |  |   |
| utm_term  | Ключевое слово, которое инициировало показ объявления                              | utm_term=рио  |
| utm_content   | Информация, которая помогает различать объявления, если совпадают другие параметры | utm_content=text<br>utm_content=link                            |

## Какие использовать UTM-метки для разных рекламных источников?

В [таблице](#) есть примеры разметки для основных рекламных систем. Для других систем разметку нужно делать по аналогии. Для разметки очень удобно использовать следующий инструмент <https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

