

Яндекс



Введение в веб-аналитику

на примере сервиса

Яндекс.Метрика

Илья Огданец, агентство СПб Медиа

Содержание

01 | Веб-аналитика: что это такое

02 | Веб-аналитика: как это работает

03 | Терминология

04 | Группы отчётов

05 | Онлайн + офлайн

06 | Какие задачи решает веб-аналитика

07 | Кейс

08 | Полезные ссылки

01. Веб-аналитика: что это такое?

- 1.1. Данные о посещениях сайта
- 1.2. Данные о посетителях сайта
- 1.3. Что дают данные веб-аналитики

Веб-аналитика

Материал из Википедии — свободной энциклопедии

[\[править \]](#) [\[править код \]](#)

Веб-аналитика (англ. *Web analytics*) — система измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о [посетителях веб-сайтов](#) с целью их улучшения и оптимизации. Основной задачей веб-аналитики является мониторинг посещаемости [веб-сайтов](#), на основании данных которого определяется [аудитория сайта](#) и изучается поведение посетителей для принятия решений по развитию и расширению функциональных возможностей веб-ресурса. Веб-аналитика позволяет не только работать над улучшением сайтов, но и проводить работы по оптимизации бюджета на онлайн-продвижение.

Что происходит на сайте? Отвлечённый пример

Сколько было доставлено товаров?

Сколько ушло бензина на доставку?

Исправны ли машины?

Сколько клиентов отказались от своих заказов?

Неизвестно:

неэффективная работа бизнеса,
невозможно масштабировать процессы
и планировать развитие



Известно:

контроль над развитием бизнеса



Что владелец сайта знает про своих посетителей?

альность

Сейчас в СМИ в Москве Рекомендуем 6.11, 11 32

Напавшие на погранзаставу в Таджикистане были боевиками ИГ

МВД заглушит сотовую связь в тюрьмах

Отец рядового Шамсутдинова назвал причину бойни

Почти 60% жителей России хотят «решительных перемен»

Внутренней политикой Крыма и связью займётся Сергей Аксёнов

USD MOEX 63,62 +0,13 EUR MOEX 70,47 +0,16 НЕФТЬ 62,55 −0,65% ...

Задачи решаются в Яндекс.Трекере

Видео Картинки Новости Карты Маркет Переводчик Музыка Афиша ещё

Найдётся всё. Например, куда впадает ока

Персональный сайт учителя начальных классов Елены Робертовны Корчагиной

главная портфолио достижения обучающихся учебно-методические материалы для вас, ученики! родительская гостиная нормативно-правовая база карта сайта

ОZON

Каталог

Везде Искать на Ozon

Хочу Premium Акции Супермаркет Бренды Магазины Книги Электроника Одежда и обувь Детские товары Дом и сад

НИЗКИЕ ЦЕНЫ — ВЫСОКИЕ ГОРЫ

Успейте купить выгодные билеты в Сочи

Билеты от 2500 Р

КиноПоиск

Афиша Фильмы Рейтинги Медиа Онлайн-кино

Терминатор: Тёмные судьбы

Сторож

Семейка Аддамс

Малефисента: Владычица тьмы

pikabu

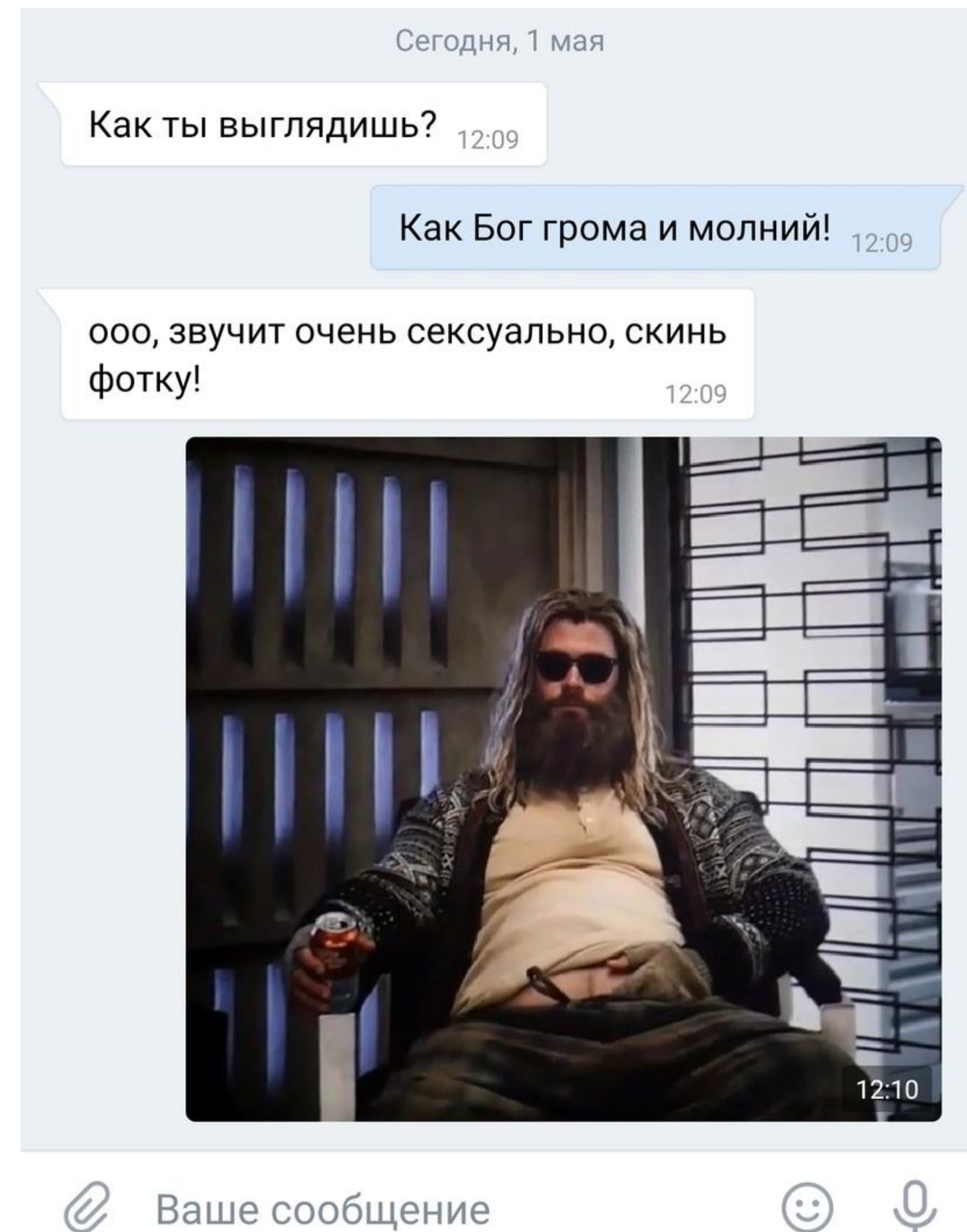
горячее лучшее свежее сообщества сохраняемое

за сегодня

У Вас хорошее настроение? Тогда мы идём к Вам! Самые тяжёлые фантастические произведения по версии пикабушников

Что владелец сайта знает про своих посетителей?

Ничего!



Вопросы века

Кто посещает сайт?

Как часто?

Что делают на сайте?

Совершают ли целевые действия? Как часто?

Откуда они пришли?

Какие страницы посещают чаще, а с каких – сразу уходят?

Как работает сайт во время посещений?

...

и т.д. и т.п.



Для чего всё это знать?

А для чего существует ваш сайт?



Прибыль или другие выгоды!

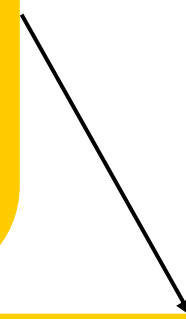
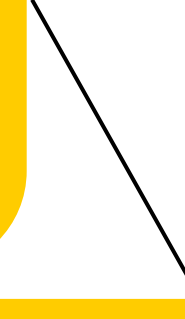
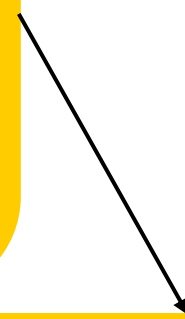
Что дают данные веб-аналитики?

Понимаешь потребности
пользователей сайта

Удовлетворяешь
потребности
пользователей сайта

Контролируешь процессы
бизнеса в интернете

Достигаешь свои
цели/цели бизнеса



02. Веб-аналитика: как это работает?

2.1. Немного истории

2.2. Виды программного обеспечения

2.3. Обработка данных счётчиком

Яндекс.Метрики

2.4. Типы собираемых данных

2.5. Сбор данных глазами пользователя

Яндекс.Метрики



Системы веб-аналитики: немного истории

1990 год – появление возможности записи взаимодействия пользователя с сервером в лог-файлы

1995 год – первая бесплатная система анализа лог-файлов

2006 год – технология анализа поведения пользователей

Сбор данных: программное обеспечение

2 типа программ для сбора данных.
Бывают коммерческие и некоммерческие

1. Счётчики
(внешние программы)

2. Лог-анализаторы
(внутренние программы)

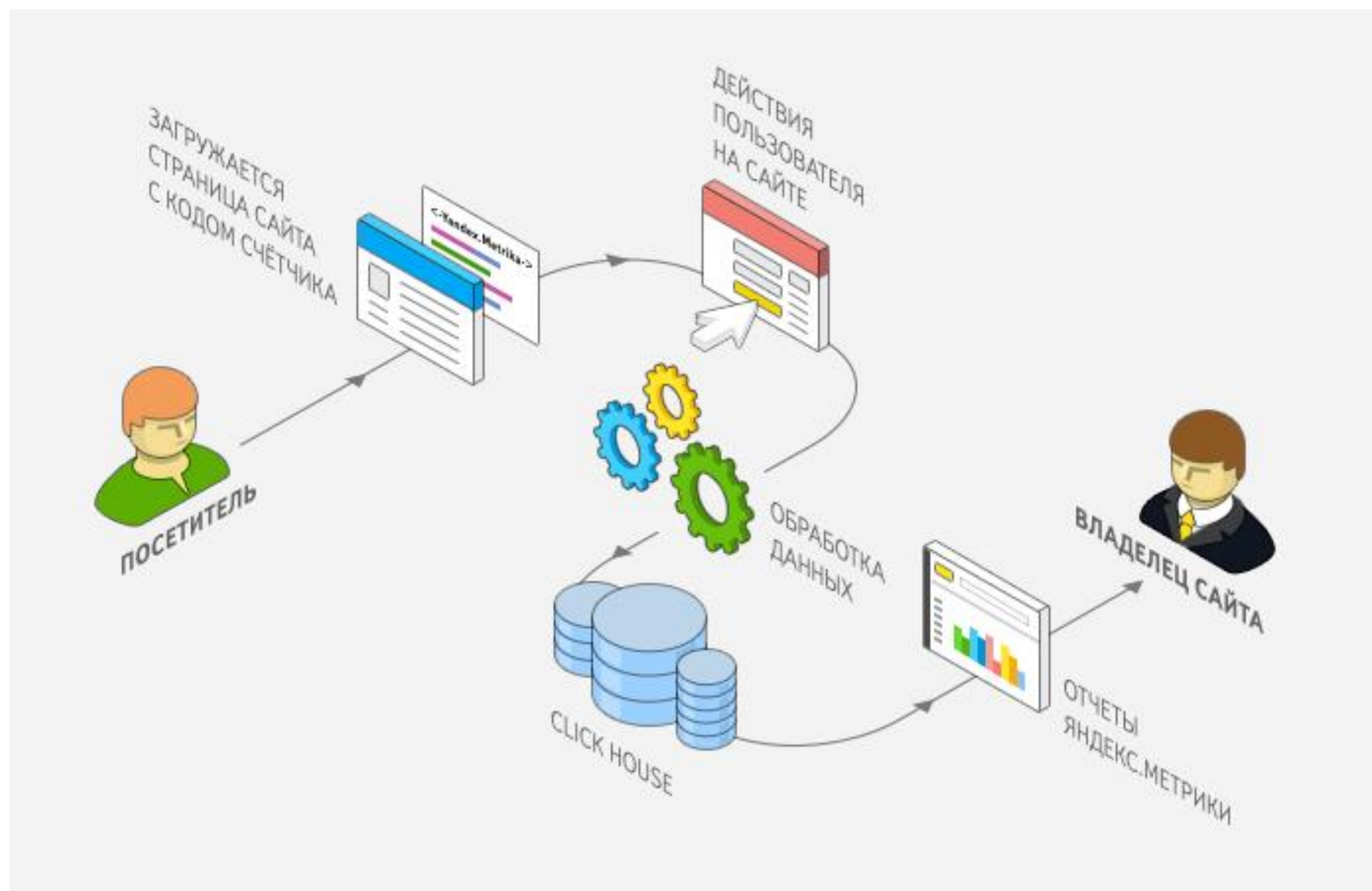
Примеры программ для сбора данных

Яндекс.Метрика, Google Analytics,
Liveinternet и др.

WebTrends, Webalizer, AWStats и др.

Данные о посещениях и посетителях сайта

Обработка данных счётчиком (на примере счётчика Я.Метрики)





Что про меня известно системам веб-аналитики?

Типы собираемых данных*

Собирается	Не собирается
Данные о посещениях сайта (количество, продолжительность, поведение и действия на сайте и т.д.)	Личные данные (ФИО, адрес, телефон и т.д.)
Соцдем (пол, возраст, местоположение и т.д.)**	Пароли
Данные об используемом устройстве (тип устройства, ОС, браузер и т.д.)	Данные банковских карт
Данные об источнике перехода на сайт	
Данные о покупках на сайте и офлайн***	

По умолчанию Яндекс.Метрика собирает сведения о всех посетителях сайта
Заблокировать сбор данных о себе можно при помощи специального плагина

*В Яндекс.Метрике. Подробная информация здесь: <https://yandex.ru/support/metrika/code/data-collected.html>

** Определяется при помощи Крипты *** Дополнительные настройки

Сбор данных: как это выглядит?



Сбор данных: как это выглядит?

```
<!-- Yandex.Metrika counter -->
<script type="text/javascript" >
  (function(m,e,t,r,i,k,a){m[i]=m[i]||function(){(m[i].a=m[i].a||
  []).push(arguments)};
  m[i].l=1*new Date();k=e.createElement(t),a=e.getElementsByTagName(t)
  [0],k.async=1,k.src=r,a.parentNode.insertBefore(k,a)})
  (window, document, "script", "https://mc.yandex.ru/metrika/tag.js",
  "ym");

  ym(24226447, "init", {
    clickmap:true,
    trackLinks:true,
    accurateTrackBounce:true,
    webvisor:true
  });
</script>
<noscript><div></div></noscript>
<!-- /Yandex.Metrika counter -->
```



Данные
в интерфейсе

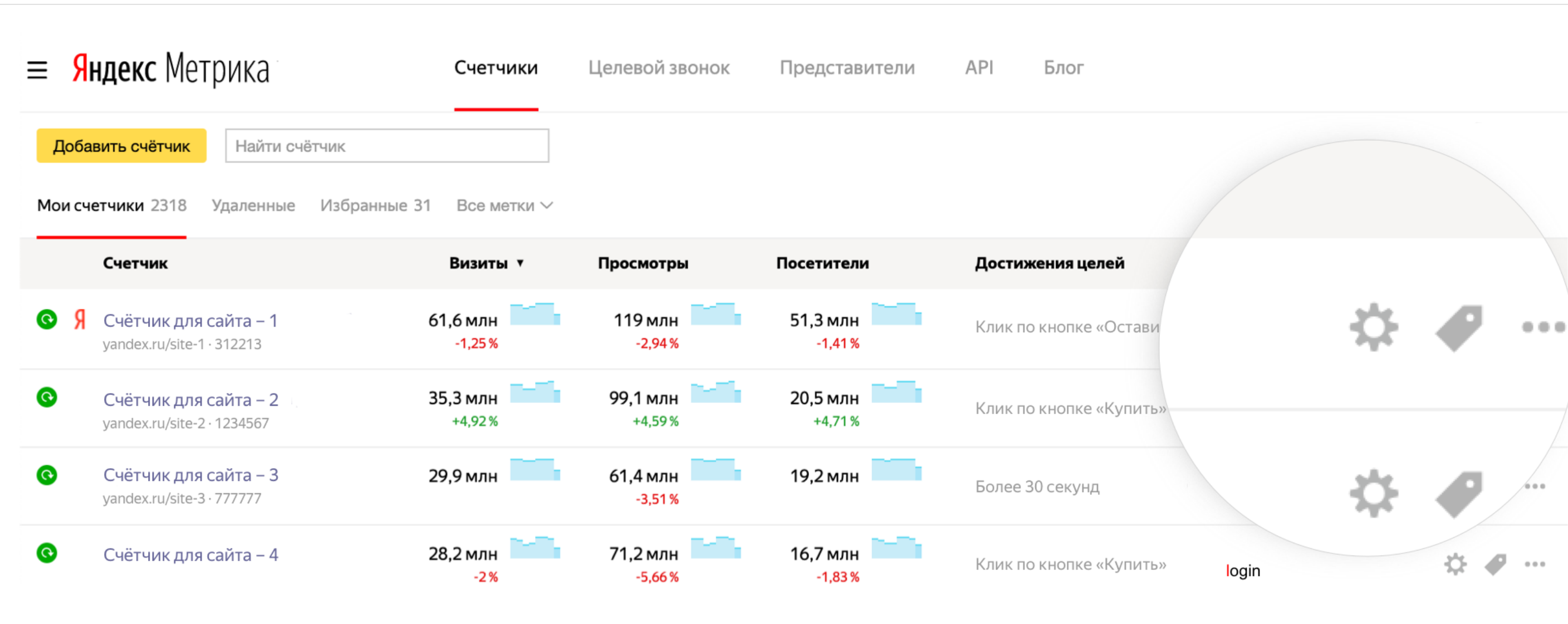
Интерфейс для работы с данными в Я.Метрике

metrika.yandex.ru

- › Личный кабинет (страница «Мои счётчики»)
- › Настройки счётчика
- › Просмотр и настройка отчётов

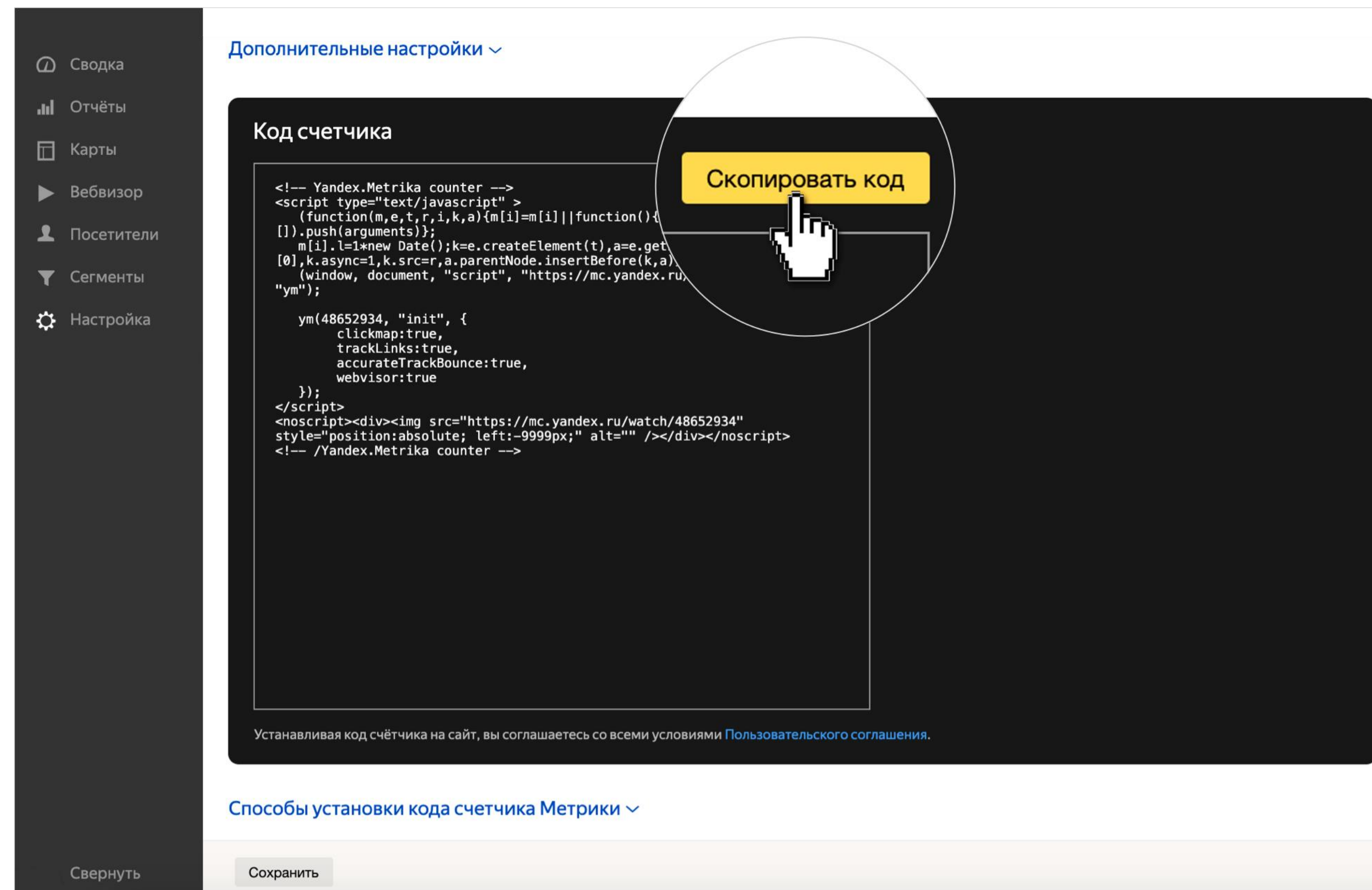
Яндекс.Метрика: страница «Мои счётчики»

- › Регистрация новых счётчиков
- › Управление счётчиками в личном кабинете
- › Доступ к счётчикам (настройки, отчёты)
- › Полезные ссылки



Яндекс.Метрика: настройки и код счётчика

- › Скопировать код счётчика для установки на сайт
- › Задать настройки сбора данных



The screenshot displays the Yandex.Metrica settings page. On the left is a dark sidebar with navigation links: Сводка, Отчёты, Карты, Вебвизор, Посетители, Сегменты, and Настройка. The main content area is titled 'Дополнительные настройки' and contains a section 'Код счетчика' with a text area showing the tracking code. A yellow button labeled 'Скопировать код' is highlighted with a white hand cursor. Below the code area is a link to the 'Пользовательского соглашения' (Terms of Service). At the bottom, there is a 'Свернуть' button in the sidebar and a 'Сохранить' button in the main area.

Дополнительные настройки

Код счетчика

```
<!-- Yandex.Metrica counter -->
<script type="text/javascript" >
  (function(m,e,t,r,i,k,a){m[i]=m[i]||function(){
    [].push(arguments)};
    m[i].l=1*new Date();k=e.createElement(t),a=e.get
    [0],k.async=1,k.src=r,a.parentNode.insertBefore(k,a)
    (window, document, "script", "https://mc.yandex.ru
    "ym");

    ym(48652934, "init", {
      clickmap:true,
      trackLinks:true,
      accurateTrackBounce:true,
      webvisor:true
    });
  }
</script>
<noscript><div></div></noscript>
<!-- /Yandex.Metrica counter -->
```

Скопировать код

Устанавливая код счётчика на сайт, вы соглашаетесь со всеми условиями [Пользовательского соглашения](#).

Способы установки кода счетчика Метрики

Свернуть

Сохранить

Яндекс.Метрика: интерфейс отчётов

- › Просмотр и настройка отчётов
- › Переход в настройки
- › Переход на страницу «Мои

счётчики»

≡ Яндекс Метрика

Счетчики

Целевой звонок

Представители

API

Блог

📄 Сводка

📊 Отчёты

🗺 Карты

▶ Вебвизор

👤 Посетители

🔍 Сегменты

⚙ Настройка

Метрика ▾ metrika.yandex.ru • 24226447

mapa

Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

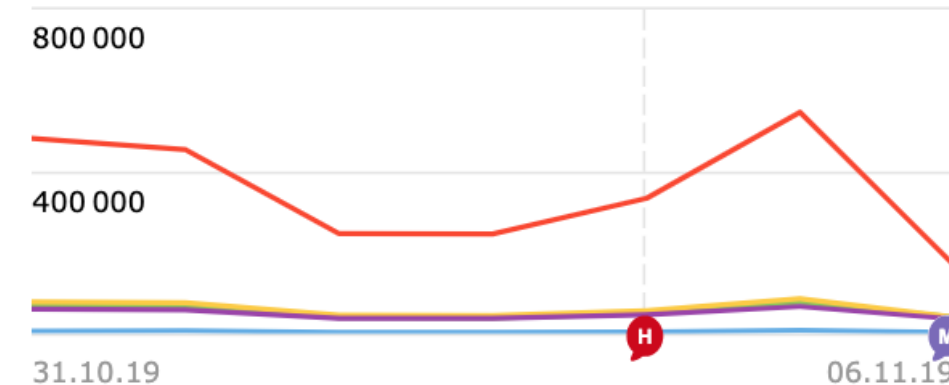
📅 31 окт — 6 ноя 2019

Детализация: по дням ▾

Точность: 1% ▾

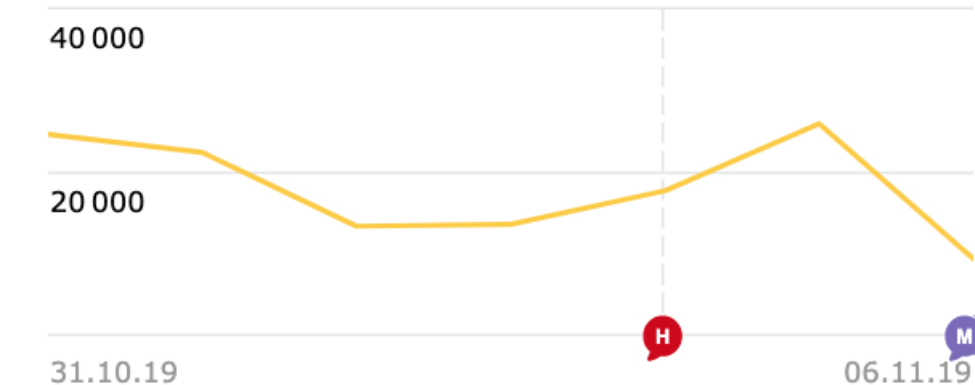
💬 7/7 ▾

Посетители, визиты, просмотры, ... ⚙



Посетители	167 796
Визиты	428 380
Просмотры	2 48 млн

Новые посетители ⚙



Новые посетители	126 505
------------------	---------

Последняя поисковая фраза ⚙

Последняя поисковая фраза	Визиты
Я метрика	12 705
Я Яндекс Метрика	7 749
Я метрика Яндекс	4 979
Я vtnhbrf	453
Я metrika.yandex.ru	443
Я Яндекс Метрика официальный блог	443

03. Терминология

3.1. Базовые метрики

3.2. Параметры url и метки

3.3. Настройки счётчика

3.4. Настройки отчётов

Базовые термины и метрики

Посетитель	Пользователь интернета, который зашел на сайт (определяется по кукам браузера)
Визит	Последовательность действий (активность) одного посетителя на сайте. Визит заканчивается, когда в течение определённого времени от посетителя не поступает новых событий — по умолчанию это 30 минут
Просмотр	Загрузка страницы сайта при переходе посетителя на нее
Отказ	Визит, в котором не более 1 просмотра страницы, длительность при этом не более 15 секунд* и нет других событий
Тайм-аут визита	Время, по истечении которого визит считается завершённым

* Время по умолчанию

Учёт визитов: исключение

При каждом новом переходе по рекламе — независимо от того, сколько времени прошло от предыдущей активности этого посетителя — фиксируется **новый** визит

Базовые метрики

	Выберите цель ▾						
Интервал дат визита	🔍 Визиты ▾	🔍 Посетители	🔍 Просмотры	🔍 Доля новых посетителей	🔍 Отказы	🔍 Глубина просмотра	🔍 Время на сайте
	🔍 % 📊	🔍 % 📊	🔍 % 📊	🔍 📊	🔍 📊	🔍 📊	🔍 📊
Итого и средние	3 732	2 722	9 073	82,3 %	32,2 %	2,43	5:09
06.11.2019 ср	908	761	2 587	68,5 %	31,6 %	2,85	5:46
05.11.2019 вт	828	720	2 053	71,4 %	34,4 %	2,48	6:11

Вопрос

Посетитель на ноутбуке нашёл ваш сайт в поисковой системе, зашёл на него и провёл на нём 2 часа, регулярно переходя с одной страницы на другую

Затем он отошёл на 40 минут, после чего продолжил просмотр.

Затем, выключив ноутбук, сразу же продолжил просмотр с планшета, введя на нём адрес сайта вручную.

Через 20 минут он сделал новый поисковый запрос, в результатах увидел заинтересовавшее его рекламное объявление Яндекс.Директа и, перейдя по нему, заново попал на ваш сайт.

Увидев, что это тот же сайт, посетитель завершил просмотр

Сколько посетителей и визитов зафиксирует Метрика?

1 посетитель,
3 визита

2 посетителя,
3 визита

2 посетителя,
1 визит

2 посетителя,
4 визита

Параметры url и метки

yandex.ru?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=test&.....

Метки – стандартизированные параметры url

- › UTM
- › OpenStat
- › Yclid
- › ...

Настройки отчётов: терминология

Опция	Описание
Сегменты	Применяется для сегментирования данных в отчётах
Группировки	Срезы данных, отображаемых в отчёте
Метрики	Показатели для данных в группировках
Атрибуция	Позволяет различными способами настроить отчет по источникам трафика. Помогает точно определить источник перехода, а также выяснить, какой из них привел к конверсии
Цель (достижение цели)	Желаемое действие на сайте

Опции настройки отчётов

Источники, сводка

Настройте Метрику для вашего сайта.

Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год 1 — 7 ноя 2019 Детализация: по дням

Сегмент Сравнить сегменты Точность: 100% Атрибуция: Последний переход

Атрибуция

Визиты, в которых для людей, у которых

Сегментация

Группировки

Группировки

Скрывать статистически недостоверные данные

Метрики

Выберите цель

Метрики
и цели

Источник трафика, источник трафика (детально)

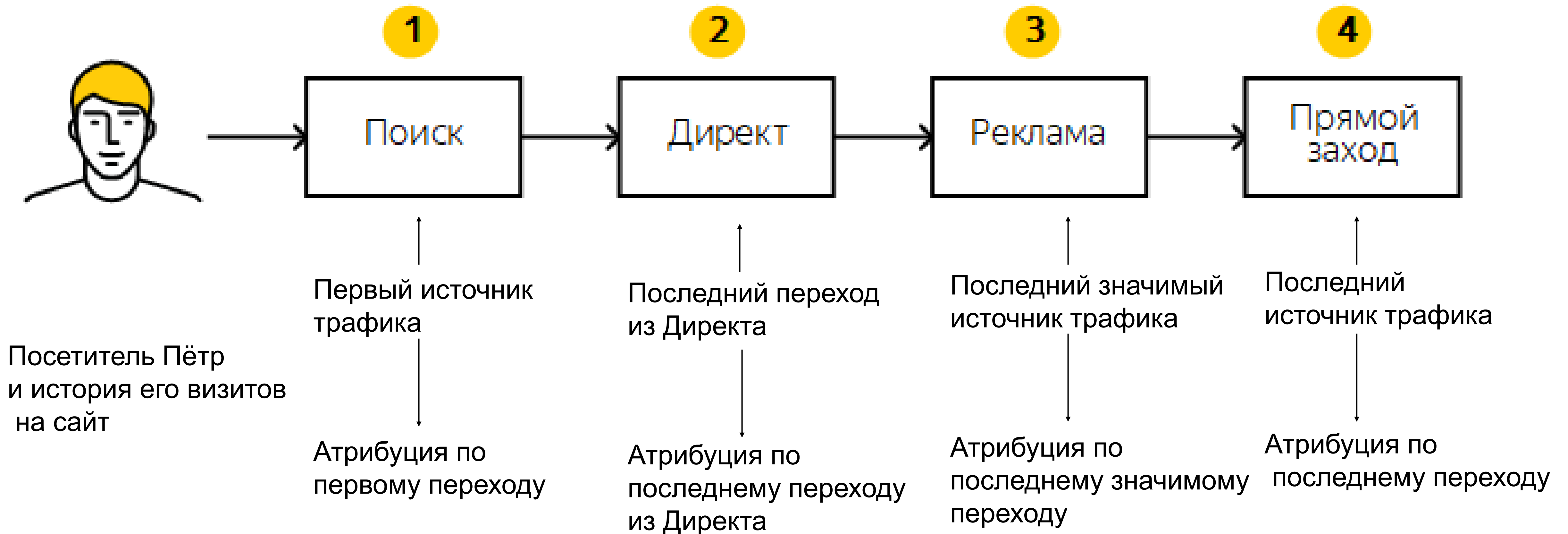
Визиты Посетители Отказы

3 732 2 723 32,2 %

1 500 899 31,9 %

1 046 883 29,4 %

Модели атрибуции и источники трафика



Типы целей в Метрике

- › Количество просмотров
- › Посещение страниц (просмотр определённой страницы сайта)
- › Java-Script событие (отправка формы, наполнение корзины и т.д.)
- › Составная цель (комбинация из достижений целей других типов)

04. Группы отчётов

Отчёты: количественные и качественные

Количественная оценка	Качественная оценка	Количественная оценка	Количественная оценка
Стандартные отчёты	Вебвизор, Карты кликов, скроллинга, Аналитика форм	Контент	Посетители

Посещаемость

Конверсии

Кросс-девайс

Источники

Аудитория

Содержание

Технологии

Мониторинг

Электронная коммерция

Звонки

Монетизация

Отчёт по конверсиям

Конверсии

Настройте Метрику для вашего сайта.

Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

1 — 7 ноя 2019

Детализация: по дням

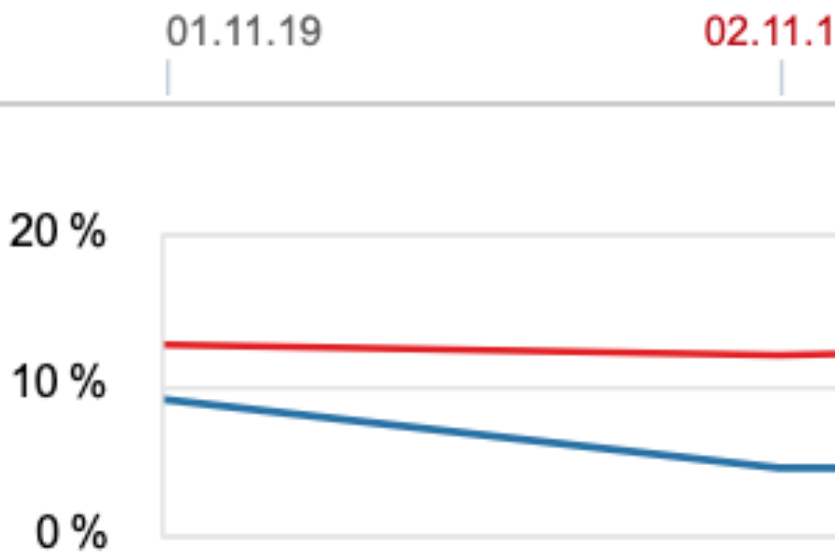
Сегмент

Точность: 100%

Визиты, в которых + для людей, у которых +

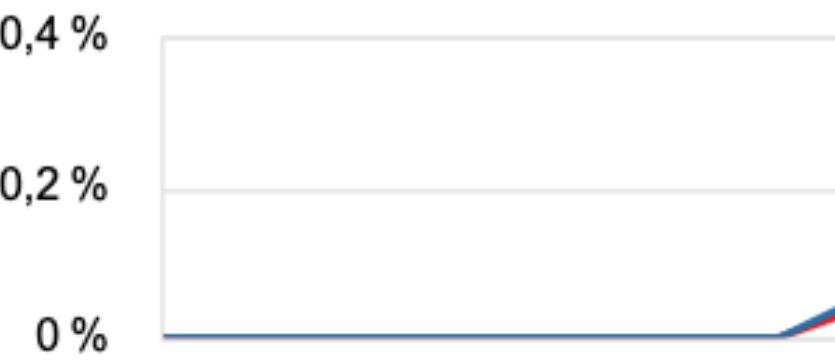
1. 3+ hits

Конверсия	13,3 %
Достижения цели	529
Целевые визиты	529



2. To blog

Конверсия	0,03 %
Достижения цели	1
Целевые визиты	1



Источники: какие выгоднее?

Группировки		Метрики	Выберите цель ▾	
☒ Источник трафика, Источник трафика (детально)		🔍 Визиты ▾	🔍 Товаров куплено	🔍 Стоимость купленных товаров
		%	%	%
☐ Итого и средние		28 271	3 642	2 057 442,93
− ☒  Переходы по рекламе		12 160	740	421 147,67
☐  Яндекс: Директ		9 338	509	288 048,57
☐  Google Ads		1 221	95	52 741,11
☐  Яндекс: Не определено		995	57	44 425,04
☐  Маркет		604	79	35 932,95
− ☒  Переходы из социальных сетей		1 319	272	140 261,37
☐  ВКонтакте		761	109	53 430,08
☐  instagram.com		503	163	86 831,29

Поисковые фразы: сколько приносят слова?

Группировки		Метрики	Выберите цель ▾	
☒ Поисковая фраза, Поисковая система		? Визиты ▾ ▾ %	? Товаров куплено ▾ %	? Стоимость купленных товаров ▾ %
Итого и средние		58 010	1 831	4 853 618
+ ☒ Я обувь баден		92	7	22 550
+ ☒ Я интернет магазин обуви екатеринбург		64	9	31 370
+ ☒ Я туфли индиана бразилия официальный сайт		52	133	271 230
+ ☒ Я ремонте обуви официальный сайт интернет магазин		49	10	47 360
+ ☒ Я обувь из турции		47	6	25 720
+ ☐ Я обувь большого города нижний тагил каталог		40	10	37 240
+ ☐ Я интернет магазин обуви спб		38	12	19 440

Отчёт по интересам: кто ваши пользователи?

Группировки Метрики Выберите цель			
✓ Категория интересов, ур. 1, Пол, Возраст, Город Найти		Визиты	Количество посетителей, купивших товар
Итого и средние		68 435	1 739
✓ Одежда, обувь и аксессуары → женский → 35-44 года → Екатеринбург		5 535	252
✓ Развлечения и досуг → женский → 35-44 года → Екатеринбург		5 289	252
✓ Строительство, обустройство и ремонт → женский → 35-44 года → Екатеринбург		4 951	238
✓ Отдых и путешествия → женский → 35-44 года → Екатеринбург		4 694	231
✓ Развлечения и досуг → женский → 25-34 года → Екатеринбург		4 213	188
Одежда, обувь и аксессуары → женский → 45-54 года → Екатеринбург		4 082	175
Одежда, обувь и аксессуары → женский → 25-34 года → Екатеринбург		4 025	186

Карта ссылок: удачный дизайн?

Каталог ламп

[Готовые наборы ламп](#)
[Светодиодные лампы](#)

[Acura](#)
[Alfa Romeo](#)
[Audi](#)
[BMW](#)
[Cadillac](#)
[Chevrolet](#)
[Chrysler](#)
[Citroen](#)
[Daewoo](#)
[Dodge](#)
[Fiat](#)
[Ford](#)
[Honda](#)
[Hyundai](#)
[Infiniti](#)
[Jaguar](#)
[Jeep](#)
[Land Rover](#)
[Lexus](#)
[Mercedes-Benz](#)

Наши новые светодиодные автолампы



Комплект автомобильных светодиодных ламп Solarzen H11-16W

Цена: 3990 руб.

[Подробнее ►](#)



Mazda 3 (09-13) - Седан - Набор светодиодных ламп для освещения салона, багажника и заднего номера

Цена: 2690 руб.

[Подробнее ►](#)



Комплект автомобильных светодиодных ламп MoonLight H4-18W

Цена: 6690 руб.

[Подробнее ►](#)



Mitsubishi ASX - Набор светодиодных ламп для освещения салона и багажника

Цена: 2290 руб.

[Подробнее ►](#)



Набор светодиодных ламп для подсветки салона и багажника Subaru Forester (07-12) с люком в крыше

Цена: 2060 руб.

[Подробнее ►](#)



Комплект автомобильных светодиодных ламп MoonLight H11-18W

Цена: 4790 руб.

[Подробнее ►](#)

Аналитика форм: где потери?

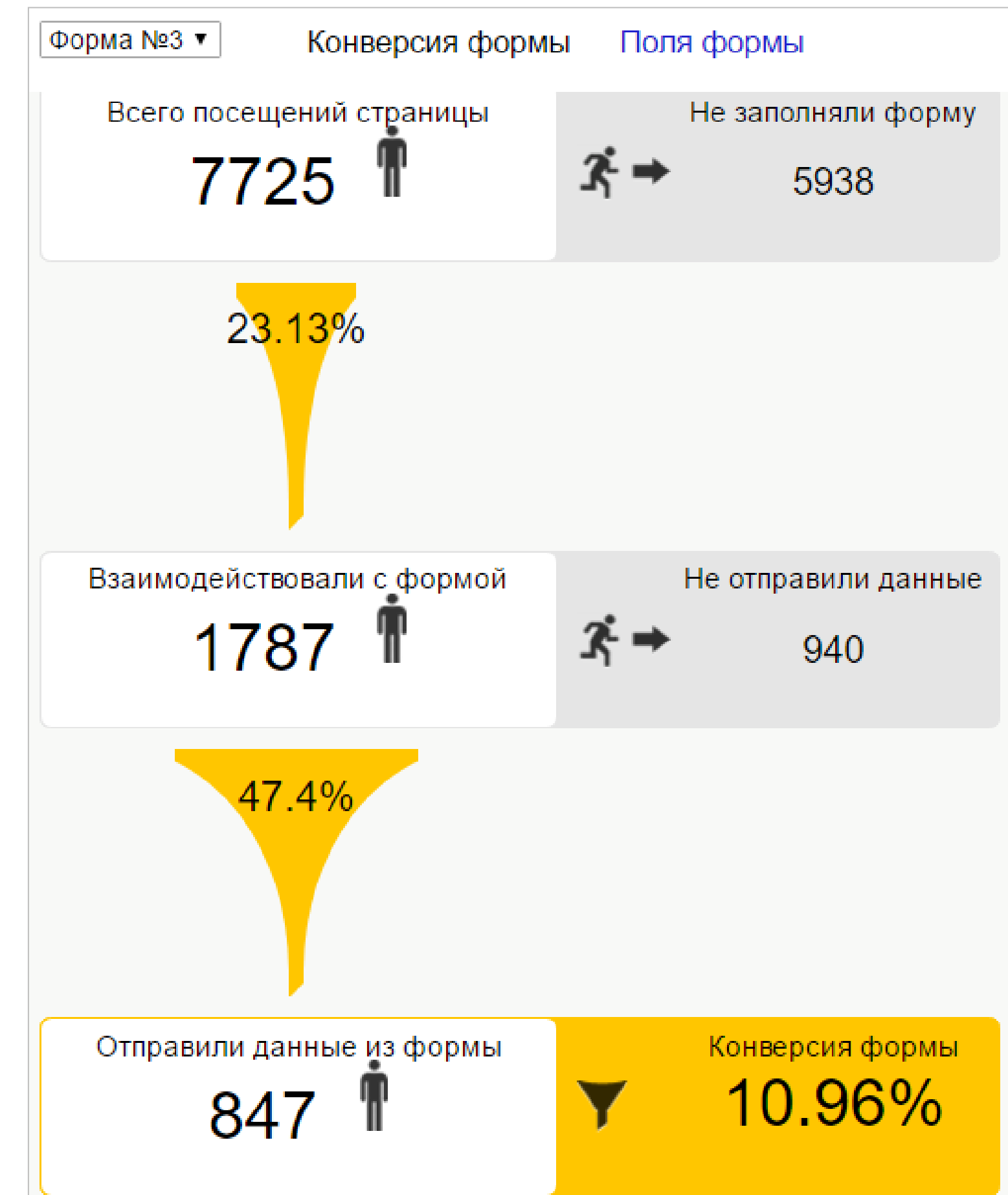
Ф.И.О. *

Эл.Почта *

Телефон *

Город *

Введите название Вашего населенного пункта.



Вебвизор: запись посещений сайта

Показать избранные посещения

Показать непросмотренные визиты

Пометить все посещен

Настроить столбцы		Дата и время визита		Активность
+ 1	     	19:40		
+ 2	     	19:39		
+ 3	     	19:39		
+ 4	     	19:39		
+ 5	    	19:39		
+ 6	    	19:39		
+ 7	     	19:39		

Вебвизор поможет



Проверить каждую страницу
и сайт в целом на удобство
использования



Найти ошибки
в структуре сайта и дизайне
интерфейса



Повысить
конверсию сайта



Увидеть, как ведут себя
посетители на сайте

05. Онлайн + офлайн



Как проследить путь клиента от знакомства с брендом до покупки?



Реклама отработала эффективно, но об этом никто не знает

Настройка передачи расширенных данных в Метрику свяжет онлайн и офлайн данные

- › Данные электронной коммерции
- › Офлайн-данные
- › Параметры визитов
- › Параметры посетителей



06. Какие задачи решает веб-аналитика

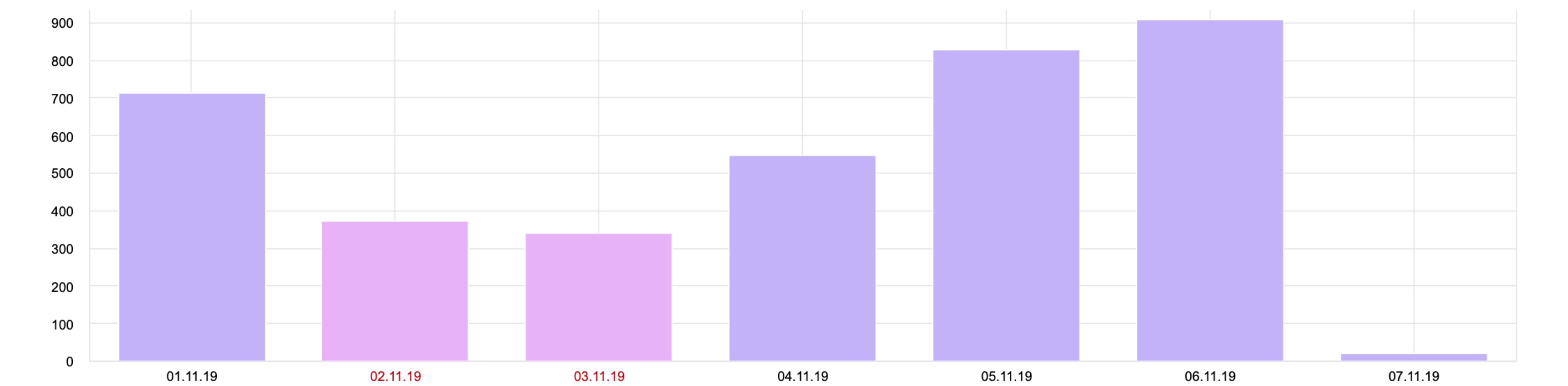


Какие задачи может решить веб-аналитика

- › Оценка эффективности каналов трафика и вложений в рекламу
- › Настройка ретаргетинга
- › Работа с аудиторией (выявление активной аудитории/целевой аудитории и т.д.)
- › Работа над юзабилити сайта (адаптивность, техническая исправность, удобство навигации по сайту, релевантность контента и т.д.)
- › Маркетинговая аналитика (RFM, Retention/Churn, LTV и т.д., пост и предиктивный анализ)
- › Сквозная аналитика
- › Анализ посещаемости сайта (тенденции, абсолютные и относительные показатели)
- › SEO, a/b тестирование

Анализ посещаемости сайта

Отчёт «Посещаемость»



Интервал дат визита		Выберите цель ▾						
		Визиты ▾	Посетители	Просмотры	Доля новых посетителей	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
		📏 % 📊	📏 % 📊	📏 % 📊	📏 📊	📏 📊	📏 📊	📏 📊
Итого и средние		3 732	2 722	9 073	82,3 %	32,2 %	2,43	5:09
06.11.2019 ср		908	761	2 587	68,5 %	31,6 %	2,85	5:46
05.11.2019 вт		828	720	2 053	71,4 %	34,4 %	2,48	6:11

Выявляем целевую аудиторию

Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

4 янв — 3 апр 2019

Детализация: по неделям ▾

Сегмент: 1 условие ▾

×

Сравнить сегменты ▾

Точность: 1% ▾

Атрибуция: Последний переход ▾

?

Визиты, в которых

+

 для людей, у которых

Суммарный доход > 0

×

+

ИЛИ

Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

4 апр 2018 — 3 апр 2019

Детализация: по неделям ▾

Сегмент: 1 условие ▾

×

Сравнить сегменты ▾

Точность: 100% ▾

Атрибуция: Последний переход ▾

?

Визиты, в которых

Достижение цели "Промо: Кнопка Try live demo главная"

×

+

 для людей, у которых

+

Отложенная конверсия по источникам трафика

Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

6 мар — 5 апр 2019

Детализация: по дням

Сегмент: 4 условия

Сравнить сегменты

Точность: 100%

Визиты, в которых

Достижение цели "Промо: Кнопка Try live demo главная"

+

 для людей, у которых

Дата первого визита 6 мар

 и

Количество достижений цели "Промо: Кнопка Try live demo главная" = 0 6 мар

 и

Тип первого источника: Переходы по рекламе

+

☒ Источник трафика, Источник трафика (детально)	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
☐ Итого и средние	3 732	2 723	32,2%	2,43	5:09
+ ☒ Переходы по ссылкам на сайтах	1 500	899	31,9%	2,46	6:21
+ ☒ Переходы из поисковых систем	1 046	883	29,4%	3,44	7:17
☒ Прямые заходы	809	684	32,4%	1,56	2:00
+ ☒ Переходы по рекламе	285	232	44,9%	1,19	0:43
+ ☒ Внутренние переходы	61	58	23%	2,23	3:12

Ретаргетинг: завершение покупки

🏠 Сегмент: 2 условия ▾

✕

💧 Сравнить сегменты ▾

Точность: 10% ▾

Визиты, в которых

Достижение цели "Страница товара" ✕

 и

Достижение цели **не** "Заказ" ✕

+

 для людей, у которых

+

ИЛИ

🏠 Сегмент: 2 условия ▾

✕

💧 Сравнить сегменты ▾

Точность: 10% ▾

Визиты, в которых

Количество покупок в визите = 0 ✕

 и

Товаров просмотрено в визите > 0 ✕

+

 для людей, у которых

+

■ Это самая популярная задача: вернуть пользователя, который ушёл, не совершив покупку

Сопутствующие товары: данные для апсейла

Заказанные товары

Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

 12 — 18 мар 2019

Детализация: по дням 

 Сегмент: 1 условие  

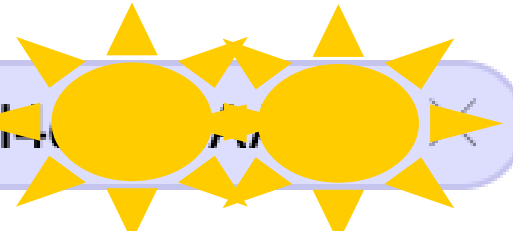
 Сравнить сегменты 

Точность: 10% 

Валюта: RUB 

Визиты, в которых 

для людей, у которых

Покупка товара: 



☒ Название товара	 Визиты	 Товаров  куплено	 Стоимость купленных товаров	 Количество посетителей, купивших товар
Найти	  	  	  	  
☐ Итого и средние	750	620	1 699 870	170
Товар 1	320	210	774 450	170
Товар 2	30	30	89 760	10
Товар 3	10	20	23 980	10
Товар 4	20	20	79 800	10

Анализ адаптивности сайта: группировки

Отказы

☒		ПК	15,9 %
☒		Смартфоны	21,6 %
☒		Планшеты	19,9 %

1

Отказы

☐	☒		Смартфоны	21,6 %
☐	☒		Apple	26,3 %
☐	☐		Samsung	16,9 %
☐	☐		Huawei	18,6 %
☐	☐		Xiaomi	20,6 %
☐	☐		Sony	16,4 %
☐	☐		ASUS	17,1 %

2

Отказы

☐	☐		Mobile Safari	25,7 %
☐	☐		Яндекс.Браузер	22 %
☐	☐		Chrome Mobile	40 %
☐	☐		Google: мобильное приложение	33,1 %
☐	☐		Яндекс: мобильное приложение	28,7 %
☐	☐		Opera Mini	26,7 %

3

и т. д.

Раскрытие группировок с max показателем отказа

07. Кейсы, настало ваше время



На изображении Р.Дауни младший, к/ф «Железный человек»

Клиент

Официальный дилер Toyota в Челябинске «Автомир Тойота Челябинск»,
chel.toyota-avtomir.ru

В цифрах

1993 год основания, **48** дилерских центров в России и Казахстане

Модельный ряд

Откройте для себя модельный ряд Toyota

 Corolla От 975 000р. От 5 200р. в месяц ⓘ	 Новая Camry От 1 471 000р. От 7 900р. в месяц ⓘ	 Новый Toyota C-HR От 1 299 000р. От 7 000р. в месяц ⓘ	 RAV4 От 1 449 000р. От 7 800р. в месяц ⓘ
 Highlander От 3 279 000р. От 17 500р. в месяц ⓘ	 Fortuner От 1 999 000р. От 10 700р. в месяц ⓘ	 Land Cruiser Prado От 2 329 000р. От 12 500р. в месяц ⓘ	 Land Cruiser 200 От 3 799 000р. От 20 300р. в месяц ⓘ
 Hilux От 2 184 000р. От 11 700р. в месяц ⓘ	 Alphard От 4 467 000р. От 23 900р. в месяц ⓘ	 Prius От 2 186 000р. От 11 700р. в месяц ⓘ	 Поиск автомобилей с пробегом

Кейс подготовлен совместно с агентством Registratura.ru

<https://yandex.ru/adv/solutions/cases/toyota-avtomir-ab-test>

Какой лендинг более конверсионный?

Цены на автомобили на протяжении всего теста не изменялись.

Вариант А с выгодой

chel.toyota-avtomir.ru

Toyota Camry	Toyota RAV4	Toyota Corolla
Первый/Семейный автомобиль – 10%***	Первый/Семейный автомобиль – 10%***	
от 9 200 руб./месяц****	от 9 700 руб./месяц****	от 6 200 руб./месяц****
Выгода до 180 000 руб.*	Выгода до 200 000 руб.*	Выгода до 120 000 руб.*

Вариант В с ценами

chel.toyota-avtomir.ru

Toyota Camry	Toyota RAV4	Toyota Corolla
Первый/Семейный автомобиль – 10%***	Первый/Семейный автомобиль – 10%***	
от 9 200 руб./месяц****	от 9 700 руб./месяц****	от 6 200 руб./месяц****
Цена от 1 377 000 руб.*	Цена от 1 450 000 руб.*	Цена от 933 000 руб.*

Если не показывать цену, а посчитать выгоду —
увеличится ли конверсия в звонки и заявки?

Как получить лид, если посетитель

- 1) чувствителен к цене
- 2) не до конца определился, какой автомобиль ему нужен

Вводные для оценки тестирования

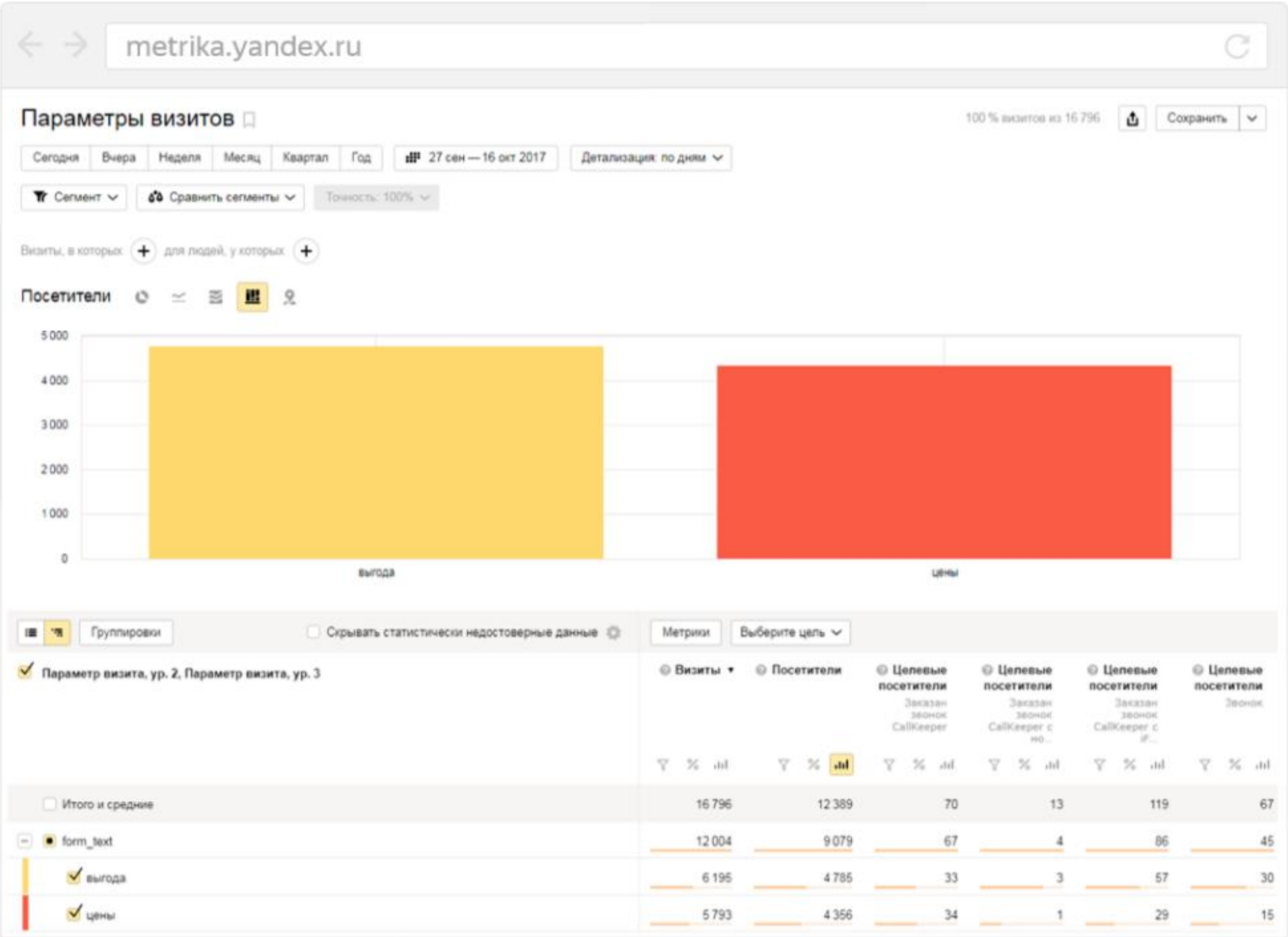
Если исходная конверсия 2%, а минимальный видимый эффект 50% — для теста страницы нужно 3292 посетителя

Все посетители имеют равный шанс увидеть любой из двух вариантов — он назначается случайным образом

Заявки на звонки учитывали через javascript-события, полученные звонки — через передачу офлайн-данных

Результаты

Распределение конверсий по визитам с параметрами теста

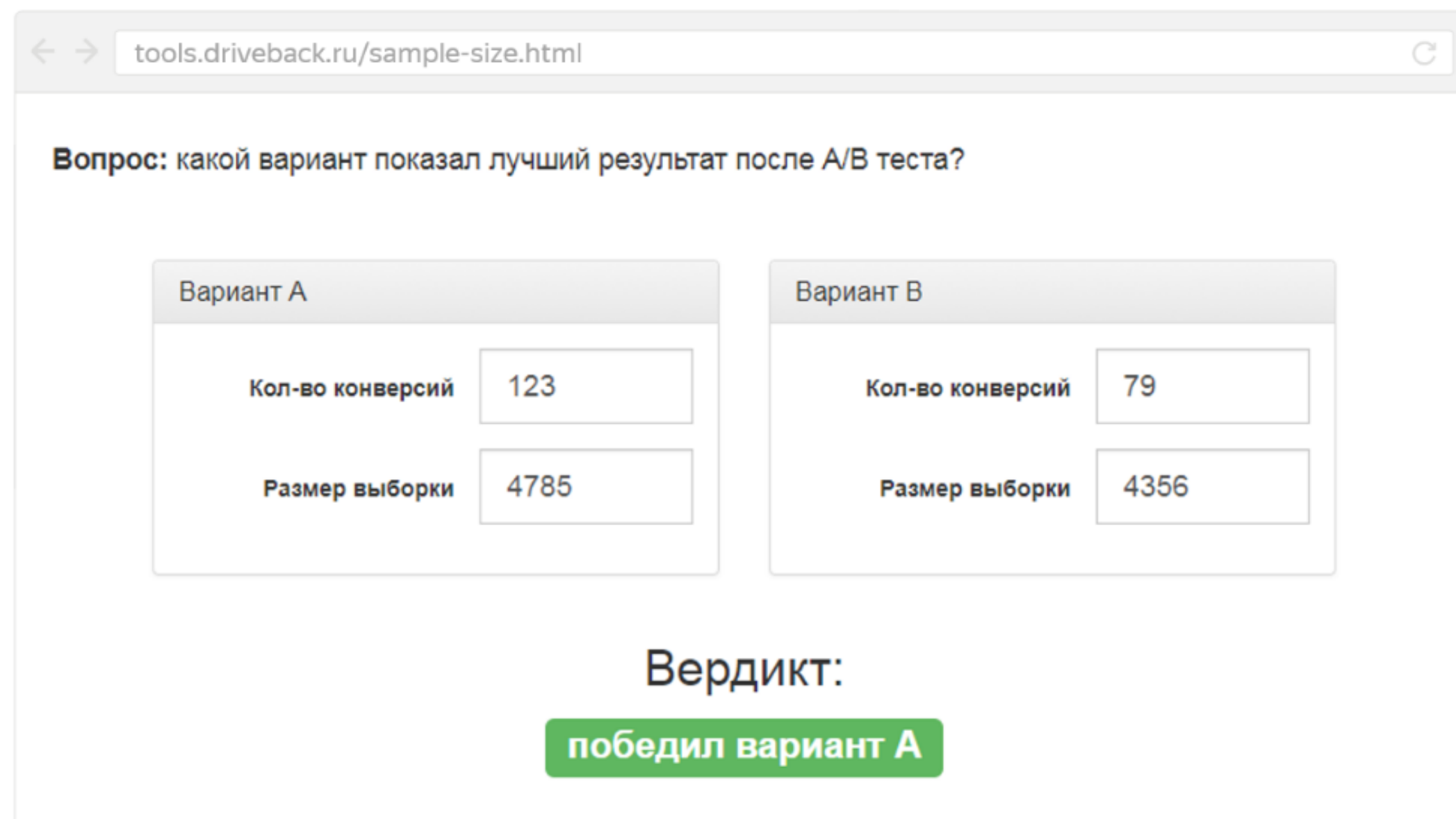


Вывод: указание выгоды на посадочной странице повышает конверсию

После того, как через A/B-тест прошло необходимое количество посетителей, нужно проверить статистическую значимость результатов.

Конверсия варианта А (с выгодой) — 2,57%

Конверсия варианта В (с ценами) — 1,81%



tools.driveback.ru/sample-size.html

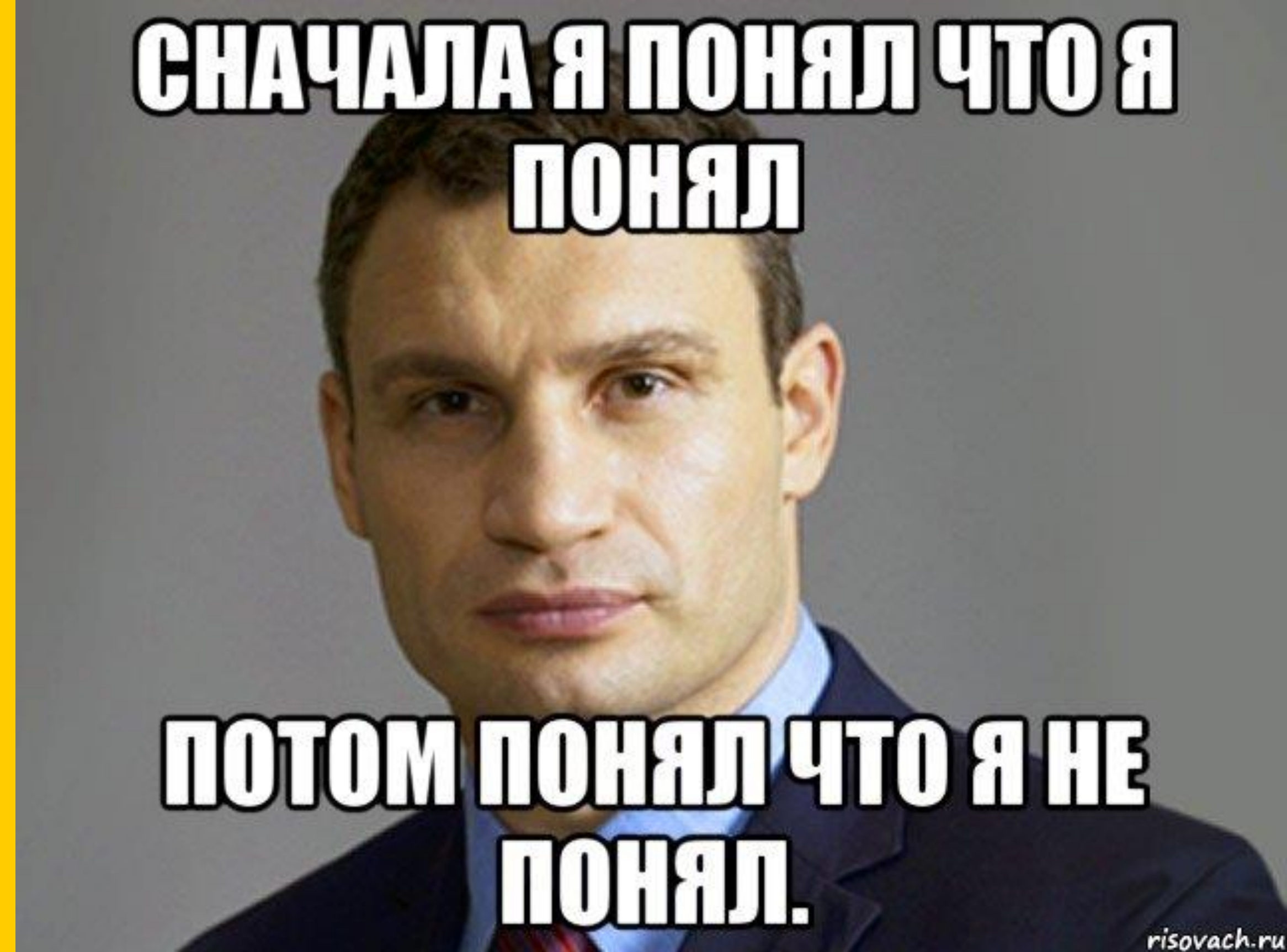
Вопрос: какой вариант показал лучший результат после A/B теста?

Вариант А		Вариант В	
Кол-во конверсий	123	Кол-во конверсий	79
Размер выборки	4785	Размер выборки	4356

Вердикт:

победил вариант А

08. Полезные ссылки



Полезные ссылки

Справочная информация	https://yandex.ru/support/metrika/
Обучение	https://yandex.ru/adv/edu/online/metrika https://www.youtube.com/playlist?list=PLjEKjSpX1kHXiwpHpR_j44YFxXaq7GYrh
Информационные ресурсы	https://yandex.ru/blog/metrika-club https://yandex.ru/blog/metrika
Кейсы	https://yandex.ru/adv/solutions/cases?products=metrika
Телеграм-канал	https://t.me/yandexmetrika

Практика

**Учись студент и может
быть, когда-то**



станешь директором

Регистрация и установка счётчика

1.Регистрация счётчика: metrika.yandex.ru

2.Установка счётчика:

2.1. Сайт на CMS: плагин или вставка кода счётчика в файл, отвечающий за генерацию заголовка (header) всех страниц сайта

2.2. Сайт без CMS: установка кода счётчика в исходный код всех страниц сайта

Практическое задание

Демо-счётчик Яндекс.Метрики:

<https://metrika.yandex.ru/dashboard?id=44147844>

Практическое задание

Период: 01.09.18 – 31.08.19

1. Откройте отчёт: «Посещаемость». Сколько посетителей было за это время всего?
2. Откройте отчёт «Аудитория – География». Из какого города было больше всего посетителей?
3. Откройте отчёт «Источники Сводка». Сегментируйте отчёт по людям из города в п.2. (нажмите на Плюсик «для людей, у которых». Выберите в выпадающем меню «Характеристики – география – местоположение»).
- 3.1. Из какого источника пришло больше всего таких посетителей?
- 3.2. Добавьте метрику «Целевые метрики – Конверсия» по цели» «3+ hits»
- 3.3. Для какого источника самый высокий показатель конверсии по этой цели?
- 3.4. Добавьте в отчёт группировку «Аудитория – Возраст», сохраните
- 3.5. В источнике «Переходы по ссылкам на сайтах» есть источник «Yandex.ru». Из какой возрастной группы пришло больше всего посетителей из источника «Yandex.ru»?
- 3.6. Сколько посетителей возраста 55+ пришло из источника «Yandex.ru»?