

Тонкая настройка Google analytics.



Елена Ставровская, web аналитик ZV



Елена Ставровская, web
аналитик
ZV. Digital marketing agency.

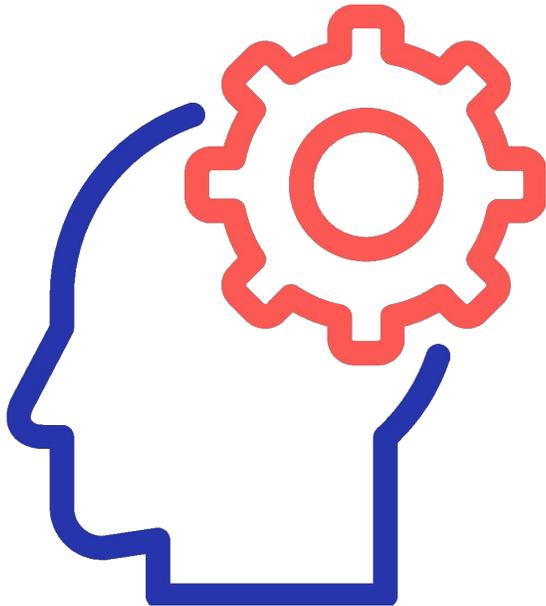


zv.digital



[elena.stavrovskaya](https://www.facebook.com/elena.stavrovskaya)

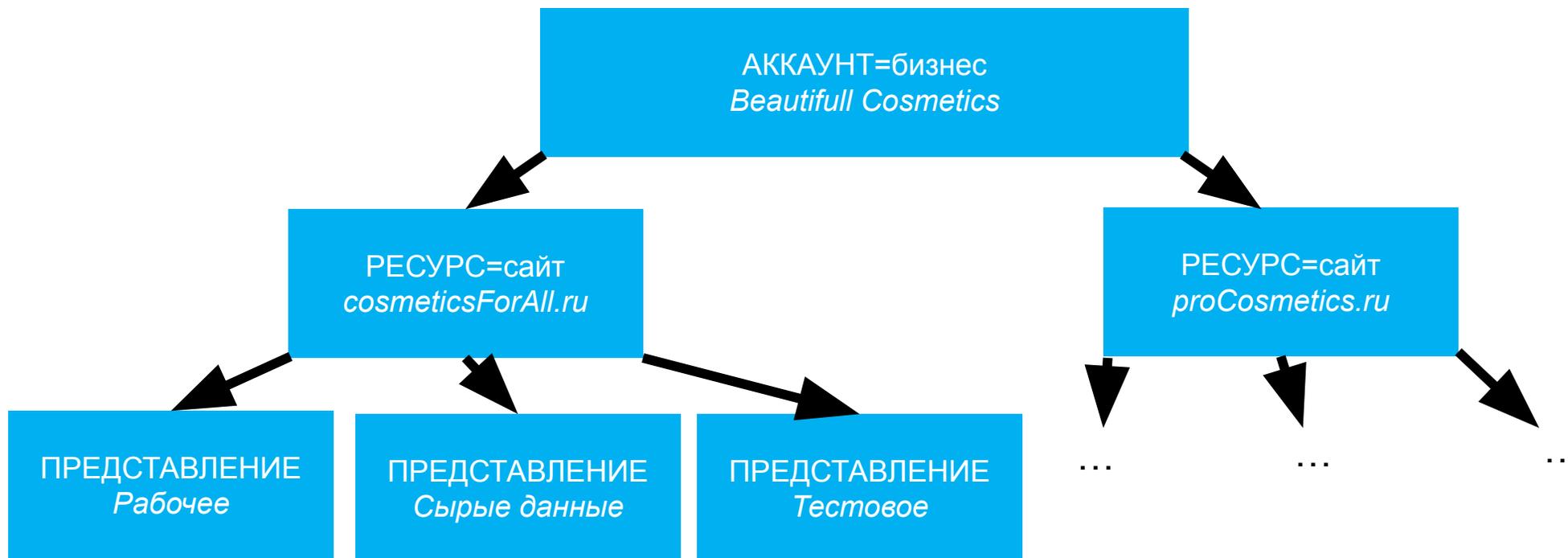
О чем сегодня будем говорить



- Структура аккаунта
- Настройка на уровне ресурса и на уровне представления
- Группы контента и группы каналов
- Пользовательские параметры и показатели
- Управление доступом
- Ограничения
- Импорт данных
- Расширенная электронная торговля
- Частые ошибки в настройке аналитики

Структура аккаунта.

Структура аккаунта





Задание

- В учебном ресурсе zv.study.ru создайте представление, назовите своим именем и фамилией

Ограничения.

Ограничения Google analytics

- На google аккаунт: 100 аккаунтов в GA
- На аккаунт GA: 50 счетчиков (ресурсов)
- На счетчик (ресурс):
 - 25 представлений
 - 20 пользовательских параметров
 - 20 пользовательских показателей
- На представление:
 - 20 целей
 - 5 вычисляемых показателей

Ограничения Google analytics

- 200 000 обращений на пользователя в день
- 500 обращений за сеанс, за исключением товаров и транзакций электронной торговли
- **Сверхлимитные обращения не будут обрабатываться на протяжении текущего сеанса. Эти ограничения распространяются и на премиум аккаунты**

Ограничения Google analytics

- На один счетчик: 10 миллионов обращений в месяц
- Могут потребовать удалить счетчик. Возможные решения: перейти на версию «премиум» или внедрить выборку, чтобы сократить объем данных, отправляемых в GA

Ограничения Google analytics

- Не поддерживает репроцессинг данных. **Нельзя изменить исторические данные**
- Сэмплинг. **При работе с большим объемом данных или при глубокой детализации со многими параметрами, система начинает использовать выборку с меньшим объемом данных для ускорения построения отчетов**
- Нельзя выгрузить более 5 000 строк через интерфейс самого GA

**Настройка на уровне
ресурса.**

Отчеты по демографии и ремаркетинг

После включения переключателей начнут собираться данные отчеты:

Настройки ресурса

Управление доступом

Отслеживание

связь с другими продуктами

Связь с Google Рекламой

Связь с AdSense

Связь с Ad Exchange

Все продукты

Возврат данных

Настройки аудитории

Пользовательские

Предметные данные

Представление по умолчанию: Рабочее представление

Отрасль: Интернет и телекоммуникации

Расширенные настройки

Разрешить пометку вручную (значения UTM), замещающую автома

Число обращений к ресурсу

Последний день: Нет обращений

Последние 7 дней: Нет обращений

Последние 30 дней: 43 обращения

Функции для рекламодателей

Включить демографические отчеты и отчеты по категориям интересов

Отчеты по демографическим группам и категориям интересов содержат рекламодателей. [Подробнее...](#)

вкл.

Статистика страницы

Настройки ресурса

Управление доступом

Отслеживание

Код отслеживания

Сбор данных

Хранение данных

User ID

Настройки сеанса

Источники обычных результатов поиска

Список исключаемых источников перехода

Список исключаемых

связь с другими продуктами

Связь с Google Рекламой

Связь с AdSense

Связь с Ad Exchange

Все продукты

Возврат данных

Настройки аудитории

устройствах и ремаркетинг на нескольких устройст

Сбор данных в функциях для рекламодат

Включая функции для рекламодателей, вы даете Google Аналитике убедиться, что вы соблюдаете действующие правила. Чтобы с

Примечание. Активируя эти переключатели, вы разрешаете Google Analytics собирать данные о функциях для рекламодателей. Также убедитесь, что вы не а

Ремаркетинг

Включает сбор данных для ремаркетинга в поисковой и контекстной рекламе, а также разрешения использовать данные Google Analytics для заполнения аудиторий. Вы можете отключить деликатные категории и уведомления конечных п



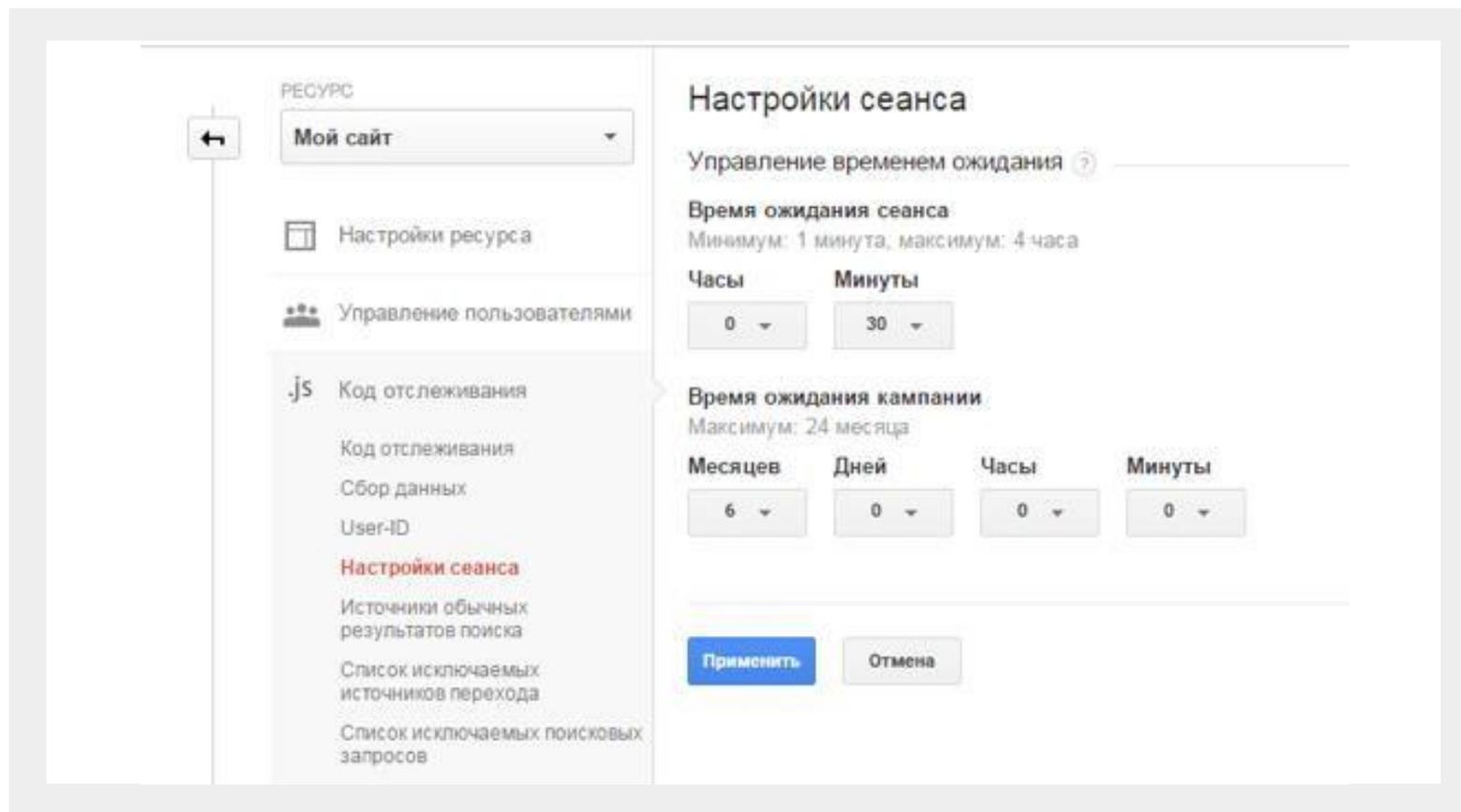
Функции отчетов по рекламе

Включает отчеты о рекламе, в том числе отчеты о демографии и контекстно-медийной сети и т. д. [Подробнее...](#)



Настройки сеанса

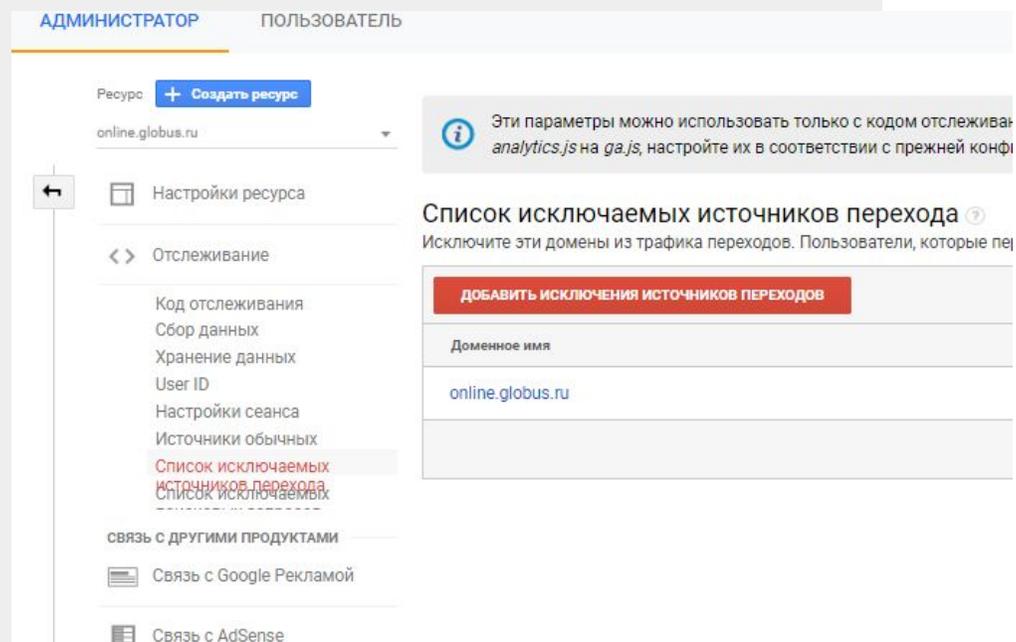
Как правило, не меняют



Исключение источников перехода

В данном разделе исключаются нежелательные источники. Чаще всего это оказываются сторонние платежные системы (при возврате из нее на страницу подтверждения заказа создается новый сеанс и учитывается переход с сайта платежки).

GA по умолчанию исключает домен вашего сайта (это позволяет избежать переходов внутри домена). Остальные домены (включая поддомены и сторонние платежные системы) вы указываете вручную.



The screenshot displays the Google Analytics Admin interface for the resource 'online.globus.ru'. The top navigation bar shows 'АДМИНИСТРАТОР' and 'ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ'. The left sidebar contains a menu with 'Настройки ресурса' selected, and 'Отслеживание' expanded to show 'Список исключаемых источников перехода' highlighted in red. The main content area features a red button 'ДОБАВИТЬ ИСКЛЮЧЕНИЯ ИСТОЧНИКОВ ПЕРЕХОДОВ' and a table with one entry: 'online.globus.ru'. An information box at the top right states: 'Эти параметры можно использовать только с кодом отслеживания analytics.js на ga.js, настройте их в соответствии с прежней конфи'.

Исключение источников перехода

Трафиком переходов (реферальным) называется трафик, который поступает из внешних источников, например по ссылкам из другого домена. GA автоматически определяет предыдущий сайт, с которого пришел посетитель и записывает доменное имя этого сайта в качестве источника перехода.

На слайде представлены сайты, с которых идет трафик после оплаты онлайн (мало новых пользователей, огромный коэффициент конверсии в покупку).

Источники трафика	Источники	Источники трафика			Действия			Конверсии		
		Пользователи	Новые пользователи	Сеансы	Показатель отказов	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	Коэффициент транзакций	Транзакции	Доход
		66 899 % от общего количества: 25,17 % (265 838)	35 583 % от общего количества: 17,03 % (208 905)	127 180 % от общего количества: 21,96 % (579 211)	26,35 % Средний показатель для представления: 29,74 % (-11,38 %)	4,81 Средний показатель для представления: 4,99 (-3,53 %)	00:07:05 Средний показатель для представления: 00:09:05 (-22,01 %)	25,88 % Средний показатель для представления: 13,83 % (87,11 %)	32 919 % от общего количества: 41,08 % (80 127)	60 752 547,00 Р % от общего количества: 40,66 % (149 405 186,25 Р)
<input type="checkbox"/>	1. yandex.ru	37 120 (50,43 %)	27 048 (76,01 %)	57 342 (45,09 %)	28,70 %	5,15	00:05:30	13,59 %	7 792 (23,67 %)	14 043 351,75 Р (23,12 %)
<input type="checkbox"/>	2. i.ru	5 868 (7,97 %)	7 (0,02 %)	12 595 (9,90 %)	20,66 %	6,05	00:11:09	21,96 %	2 766 (8,40 %)	5 804 944,75 Р (9,56 %)
<input type="checkbox"/>	3. go.mail.ru	2 668 (3,62 %)	1 978 (5,56 %)	4 113 (3,23 %)	26,77 %	6,11	00:09:42	13,20 %	543 (1,65 %)	1 067 082,00 Р (1,76 %)
<input type="checkbox"/>	4. acs4.sbrf.ru	2 235 (3,04 %)	32 (0,09 %)	4 177 (3,28 %)	11,64 %	3,77	00:07:21	64,74 %	2 704 (8,21 %)	4 830 162,00 Р (7,95 %)
<input type="checkbox"/>	5. acs1.sbrf.ru	2 194 (2,98 %)	27 (0,08 %)	3 993 (3,14 %)	10,27 %	4,01	00:07:43	66,34 %	2 649 (8,05 %)	4 752 190,00 Р (7,82 %)
<input type="checkbox"/>	6. acs3.sbrf.ru	1 823 (2,48 %)	15 (0,04 %)	3 252 (2,56 %)	9,90 %	3,98	00:08:43	67,62 %	2 199 (6,68 %)	3 953 081,75 Р (6,51 %)
<input type="checkbox"/>	7. acs2.sbrf.ru	1 708 (2,32 %)	14 (0,04 %)	3 142 (2,47 %)	10,38 %	4,03	00:08:10	63,91 %	2 008 (6,10 %)	3 563 486,75 Р (5,87 %)
<input type="checkbox"/>	8. away.vk.com	1 581 (2,15 %)	884 (2,48 %)	2 784 (2,19 %)	33,08 %	4,00	00:08:24	3,95 %	110 (0,33 %)	166 120,75 Р (0,27 %)

**Настройка на уровне
представления.**

Основные настройки представления

- URL веб-сайта
- Часовой пояс
- Зачистка URL
- Валюта
- Фильтрация роботов и пауков поисковых систем
- Поиск по сайту

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление [+ Создать представлени](#)

online.globus.ru

Настройки представления

- Цели
- Группы контента
- Фильтры
- Настройки канала
- Настройки электронной торговли
- Вычисляемые показатели БЕТА

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

- Сегменты
- Заметки
- Модели атрибуции
- Собственная группа каналов БЕТА
- Специальные оповещения
- Плановая рассылка
- Сохраненные отчеты
- Общий доступ к объектам

Идентификатор представления

██████████

Название представления

██████████

URL веб-сайта

http:// online.globus.ru

Отчеты User-ID

Отключено

Страна часового пояса

Россия (GMT+03:00) Москва

Страница по умолчанию ? Не обязательно

██████████

Исключить параметры запроса URL ? Не обязательно

fbclid,cm_id,k50id,ymclid,clid,gclid_op enstat,gsaid,g_s_ctl,gs_ref,frommark

Валюта ?

российский рубль (RUB ₺)

Фильтрация роботов

Исключить обращения роботов и "пауков"

Связанные аккаунты Google Рекламы

Аккаунты Google Рекламы, связанные с этим представлением ?

- (317-646-1992)
- Глобус (417-777-7266)

Настройки поиска по сайту

Отслеживание поиска по сайту ? Не обязательно

вкл.

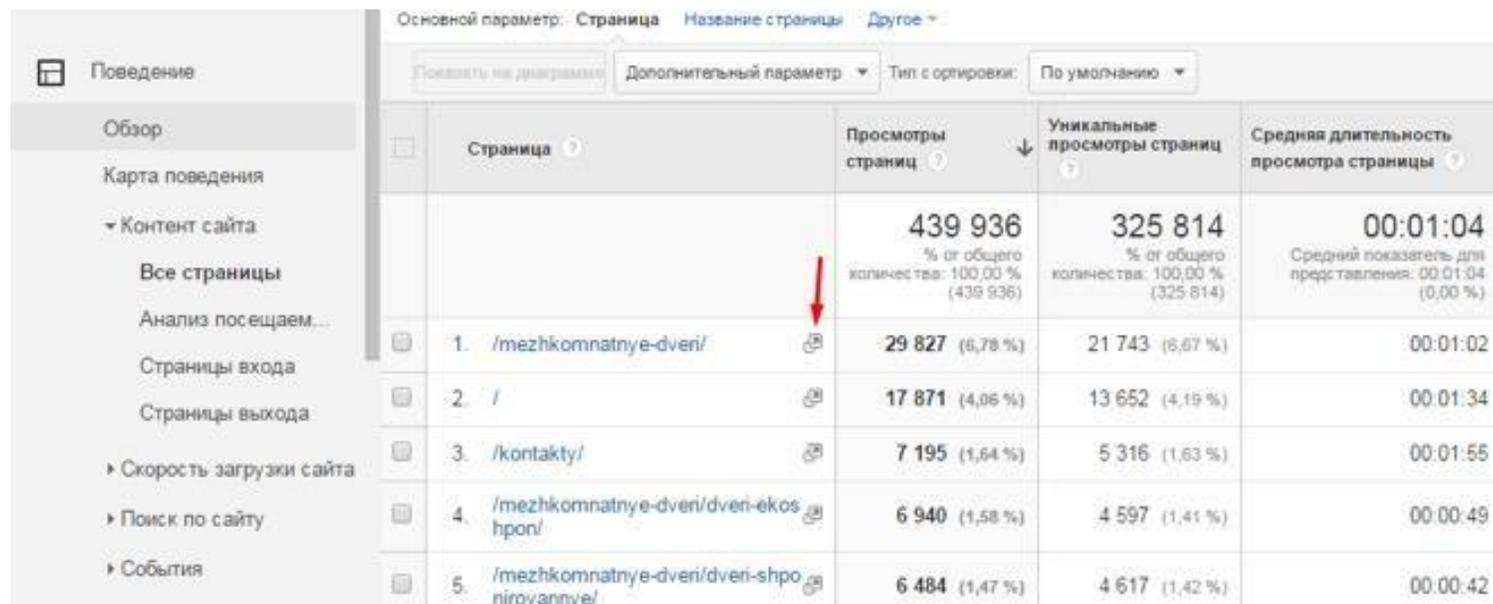
Параметр запроса

Вы можете указать до 5 параметров через запятую (без учета регистра)

q

URL веб-сайта

URL веб-сайта указывается для упрощения переходов на нужную страницу из отчетов «Контент сайта»



Основной параметр: Страница Название страницы Другое

Показать на диаграмме Дополнительный параметр Тип сортировки: По умолчанию

Страница	Просмотры страниц	Уникальные просмотры страниц	Средняя длительность просмотра страницы
	439 936 % от общего количества: 100,00 % (439 936)	325 814 % от общего количества: 100,00 % (325 814)	00:01:04 Средний показатель для представления: 00:01:04 (0,00 %)
1. /mezHKomnatnye-dveri/	29 827 (6,78 %)	21 743 (6,67 %)	00:01:02
2. /	17 871 (4,06 %)	13 652 (4,19 %)	00:01:34
3. /kontakty/	7 195 (1,64 %)	5 316 (1,63 %)	00:01:55
4. /mezHKomnatnye-dveri/dveri-ekoshpon/	6 940 (1,58 %)	4 597 (1,41 %)	00:00:49
5. /mezHKomnatnye-dveri/dveri-shponirovannye/	6 484 (1,47 %)	4 617 (1,42 %)	00:00:42

Зачистка URL

Видим, что к URL добавлены строки вида: ?метка1=значение1&метка2=значение2

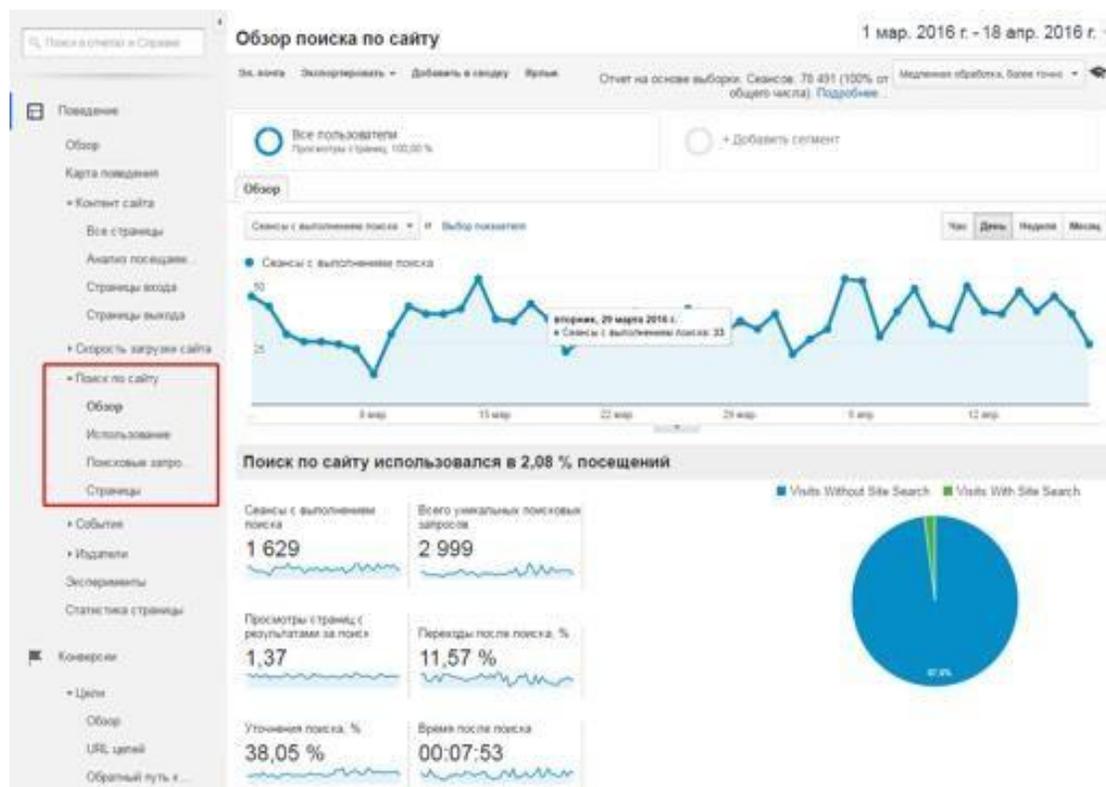
Страница ?	Просмотры страниц ? ↓	Уникальные просмотры страниц ?	Средняя длительность просмотра страницы ?
	133 202 % от общего количества: 1,03 % (12 898 703)	116 848 % от общего количества: 1,29 % (9 043 972)	00:02:24 Средний показатель для представления: 00:00:48 (201,44 %)
<input type="checkbox"/> 11. /catalog/product/1744493/?ymclid=15494322716434471268900000	34 (0,03 %)	29 (0,02 %)	00:13:16
<input type="checkbox"/> 12. /catalog/product/1023070/?ymclid=15515450415034725056600002	33 (0,02 %)	33 (0,03 %)	00:00:11
<input type="checkbox"/> 13. /catalog/product/1709477/?ymclid=15516476678012655104900000	33 (0,02 %)	30 (0,03 %)	00:06:12
<input type="checkbox"/> 14. /catalog/product/1026205/?ymclid=15493497441534141903200002	30 (0,02 %)	26 (0,02 %)	00:03:18
<input type="checkbox"/> 15. /catalog/product/971632/?yclid=6084889231575262048&k50id=0100000390558_Товарные категории	30 (0,02 %)	18 (0,02 %)	00:02:41
<input type="checkbox"/> 16. /catalog/product/1708125/?yclid=7124948241366626068&k50id=0100000390548_Товарные категории	29 (0,02 %)	29 (0,02 %)	00:05:18

Исключить параметры запроса URL. Необязательно

yclid, _openstat, keyword, position, block,
source, k50id, targetid, placement, ahclid

Чтобы «схлопнуть» все эти строки в одну, вы просто через запятую указываете метки, которые вы хотите убрать из отчетов по страницам, в настройках представления.

Поиск по сайту



Изначально GA не отслеживает поиск по сайту, пока вы ему не скажете подключить данные отчеты и не укажете, в какой метке URL ему нужно искать поисковые запрос, который ввел пользователь.

Поиск по сайту

Поиск по сайту подключается в настройках каждого представления отдельно.

Настройки поиска по сайту

Отслеживание поиска по сайту ? Не обязательно

Вкл. ←

Параметр запроса

Вы можете указать до 5 параметров через запятую (без пробелов)

←

Удалять параметры запроса из URL ?

Категории поиска по сайту Не обязательно

Откл.

The screenshot shows a web browser window with the URL `https://www.lamoda.ru/catalogsearch/result/?q=зонт&gender_section=women&from=button...`. A red box highlights the search parameter `q=зонт` in the URL, with a red arrow pointing to the text 'q - нужный нам параметр' on the page. The page header includes the LAMODA logo and navigation links for 'Женщинам', 'Мужчинам', and 'Детям'. A teal banner below the header reads 'По 29 марта: Дополнительная скидка 15% почти на все!'. The main content area displays 'Товары по запросу «зонт»'.

Параметр запроса – часть URL-адреса, которая расположена после «?» (или «&») и перед «=». После знака «=» содержится введенный пользователем поисковый запрос.



Задание

- Возьмите сайт своего любимого интернет магазина, на котором есть поиск. Настройте в своем учебном представлении отслеживание поиска, укажите параметр запроса, который соответствует вашему любимому магазину.

**Группы контента и
группы каналов.**

Группы контента

Можно отслеживать работу не отдельных страниц, а групп

Основной параметр: Страница Название страницы: Группы контента: Группы страниц (Группа контента) Другое *								
Показать на диаграмме Дополнительный параметр Тип сортировки: По умолчанию <input type="text"/> Ещё...								
<input type="checkbox"/>	Группы страниц (Группа контента)	Просмотры страниц	Уникальные просмотры 1 (Группы страниц)	Средняя длительность просмотра страницы	Входы	Показатель отказов	Процент выходов	Ценность страницы
		1 382 089 % от общего количества: 100,00 % (1 382 089)	938 404 % от общего количества: 100,00 % (938 404)	00:01:25 Средний показатель для представления: 00:01:25 (0,00 %)	712 350 % от общего количества: 100,00 % (712 350)	57,71 % Средний показатель для представления: 57,71 % (0,00 %)	51,54 % Средний показатель для представления: 51,54 % (0,00 %)	346,33 P % от общего количества: 100,00 % (346,33 P)
<input type="checkbox"/>	1. Карточки товаров	781 619 (56,55 %)	572 605 (61,02 %)	00:01:56	531 554 (74,62 %)	59,21 %	66,45 %	82,14 P (23,72 %)
<input type="checkbox"/>	2. Главная страница	159 749 (11,56 %)	131 267 (13,99 %)	00:01:03	127 378 (17,88 %)	48,28 %	46,03 %	169,20 P (48,86 %)
<input type="checkbox"/>	3. Страница раздела каталога	107 549 (7,78 %)	38 961 (4,15 %)	00:01:01	15 528 (2,18 %)	61,64 %	20,77 %	127,83 P (36,91 %)
<input type="checkbox"/>	4. Результаты поиска	85 926 (6,22 %)	50 795 (5,41 %)	00:01:07	9 986 (1,40 %)	73,80 %	35,23 %	193,58 P (55,89 %)
<input type="checkbox"/>	5. (not set)	57 611 (4,17 %)	0 (0,00 %)	00:00:48	13 074 (1,84 %)	68,12 %	30,87 %	913,42 P (263,74 %)
<input type="checkbox"/>	6. Заказ - Корзина	44 002 (3,18 %)	28 181 (3,00 %)	00:00:57	3 631 (0,51 %)	47,23 %	17,58 %	1 407,07 P (406,28 %)
<input type="checkbox"/>	7. Заказ - 1 Регистрация	23 327 (1,69 %)	18 631 (1,99 %)	00:01:21	910 (0,13 %)	68,63 %	20,17 %	1 875,54 P (541,55 %)
<input type="checkbox"/>	8. Доставка и оплата	22 575 (1,63 %)	19 126 (2,04 %)	00:01:53	4 308 (0,60 %)	71,55 %	47,76 %	175,48 P (50,67 %)
<input type="checkbox"/>	9. Заказ - 2 Куда доставить	16 475 (1,19 %)	10 524 (1,12 %)	00:01:14	153 (0,02 %)	22,15 %	8,83 %	2 831,32 P (817,53 %)
<input type="checkbox"/>	10. Контакты	12 526 (0,91 %)	11 136 (1,19 %)	00:01:44	1 285 (0,18 %)	71,44 %	50,25 %	125,79 P (36,32 %)

Группы контента

Справка: <https://support.google.com/analytics/answer/2853423?hl=ru>

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление [+ Создать представление](#)

← **Настройки представления**

Управление доступом

Цели

Группы контента

Фильтры

Настройки канала

Настройки электронной торговли

Вычисляемые показатели

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

Сегменты

Заметки

Модели атрибуции

Собственная группа каналов БЕТА

Специальные оповещения

Настройки группы контента

Название
Каталог

Настройка группы
Группы контента позволяют создавать логические коллекции содержания сайта или приложения и использовать их в качестве основных параметров отчетов. Используйте следующие методы, чтобы создавать группы контента. Подробнее...

ГРУППИРОВКА ПО КОДУ ОТСЛЕЖИВАНИЯ

+ Включить код отслеживания

ГРУППИРОВКА С ИЗВЛЕЧЕНИЕМ

+ Добавить извлечение

ГРУППИРОВКА НА ОСНОВЕ ПРАВИЛ

+ Создать набор правил

1. Сантехника разводящая страница

Определение правил

Страница соответствует регулярному выражению `*/catalog/santekhnika/$` или и

2. Ванны Определено пользователем

Для настройки могут понадобиться регулярные выражения:

<https://support.google.com/analytics/answer/1034324?hl=ru>

Группы каналов

Каналы по умолчанию – определяются алгоритмами Google

Google Аналитика | Все аккаунты > Google Merchandise St... | 1 Master View

Поиск в отчетах и Справк

ОТЧЕТЫ

- В режиме реального времени
- Аудитория
- Источники трафика
- Обзор
- Весь трафик
- Каналы**
- Карты эффективности
- Источник/канал
- Переходы
- Google Реклама
- Search Console

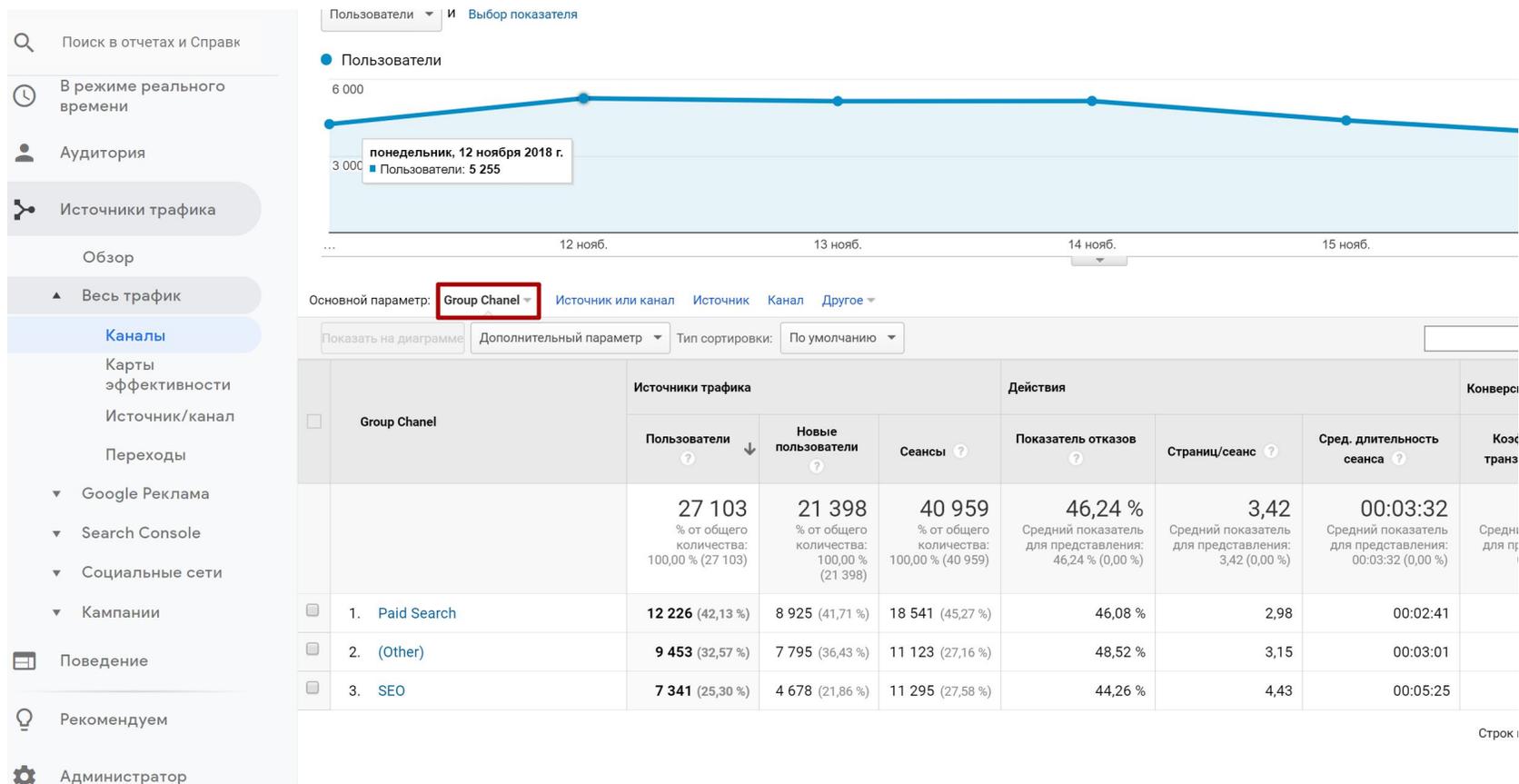
Основной параметр: Default Channel Grouping | Источник или канал | Источник | Канал | Другое

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

	Default Channel Grouping	Источники трафика			Действия			Конверсии
		Пользователи	Новые пользователи	Сеансы	Показатель отказов	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	Purchase Completed (Коэффициент конверсии для цели 1)
		15 159 % от общего количества: 100,00 % (15 159)	12 738 % от общего количества: 100,06 % (12 730)	18 933 % от общего количества: 100,00 % (18 933)	42,64 % Средний показатель для представления: 42,64 % (0,00 %)	4,27 Средний показатель для представления: 4,27 (0,00 %)	00:02:51 Средний показатель для представления: 00:02:51 (0,00 %)	0,09 % Средний показатель для представления: 0,09 % (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	1. Organic Search	8 425 (52,49 %)	7 176 (56,34 %)	9 735 (51,42 %)	51,28 %	3,61	00:02:16	0,07 %
<input type="checkbox"/>	2. Direct	2 627 (16,37 %)	2 246 (17,63 %)	3 127 (16,52 %)	29,26 %	4,96	00:03:28	0,19 %
<input type="checkbox"/>	3. Referral	2 493 (15,53 %)	1 336 (10,49 %)	3 142 (16,60 %)	22,72 %	6,16	00:04:28	0,00 %
<input type="checkbox"/>	4. Paid Search	960 (5,98 %)	784 (6,15 %)	1 119 (5,91 %)	46,56 %	3,99	00:02:11	0,27 %
<input type="checkbox"/>	5. Affiliates	830 (5,17 %)	590 (4,63 %)	951 (5,02 %)	43,43 %	4,09	00:03:11	0,11 %

Группы каналов

Можно создавать свои группы каналов



Группы каналов

Справка: <https://support.google.com/analytics/answer/6010097?hl=ru>

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление **+ Создать представл**

Main Perfekto

Настройки представления

Управление доступом

Цели

Группы контента

Фильтры

Настройки канала

Группы каналов

Управление названиями брендов

Настройки электронной торговли

Вычисляемые показатели BI

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

Сегменты

Настройки группы каналов

Название

Group Chanel Удалить группировку каналов

ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАНАЛОВ

+ Добавить канал

1. Paid Search

Определение правил

Источник или канал - или и

Отображаемый цвет:

Просмотр: Paid Search

Готово **Отмена**

2. SEO Определено пользователем

Для настройки могут понадобиться регулярные выражения:

<https://support.google.com/analytics/answer/1034324?hl=ru>

Фильтры в представлениях.



Назначение фильтров

1. Исключить нежелательный трафик.
 - Внутренний трафик (сотрудники и подрядчики)
 - Спам-трафик.
2. Показать только определенные данные по нужным вам правилам.
 - Трафик с отдельных источников (для подрядчиков).
 - Трафик в отдельные подкаталоги/поддомены.
 - Трафик по городам/устройствам и пр.



Назначение фильтров

3. Преобразовать отображение данных в отчетах GA.

- Отображение полного URL в отчетах по страницам.
- Привести все URL к нижнему/верхнему регистру.
- Вырезать или заменить определенные части URL и других параметров.



Примеры полезных фильтров

- исключение трафика сотрудников и подрядчиков
- выделение сайтов на поддоменах в отдельные представления
- отображение полного URL страниц (например, главная страница домена и поддомена будут выглядеть как www.site.ru/ и www.msk.site.ru/ вместо одной «/»)
- исключение посещений страниц с других сайтов
- смена регистра в URL страниц (приведение к нижнему регистру)
- смена регистра поисковых запросов (в мобильных по умолчанию запрос с большой буквы)

Виды фильтров: встроенные

- Встроенные (включить/исключить)

Тип фильтра

Встроенный Пользовательский

Выберите тип фильтра ▾

Выберите источник или цель ▾

Выберите выражение ▾

Проверка фильтра ?

Проверить этот фильтр Узнать больше

трафик из домена интернет-провайдера

трафик с IP-адресов

трафик в подкаталоги

трафик на хост

тра отразится на данных тек

Исключение внутреннего трафика

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ
Основное

Настройки представления
Управление пользователями
Цели
Группы контента
Фильтры
Настройки канала
Настройки электронной торговли
Вычисляемые показатели BETA
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ
Сегменты
Аннотации
Модели атрибуции

Добавление фильтра в представление

Выбор метода применения фильтра в представлении

Создать новый фильтр
 Применить существующий фильтр

Данные фильтра

Название фильтра
Исключить внутренний трафик

Тип фильтра
Встроенный Пользовательский

Исключить - трафик с IP-адресов - идентичные -

IP-адрес
195.208.51.180

Проверка фильтра (T)
Невозможно просмотреть этот фильтр. В настоящее время просмотр рас

Сохранить Отмена



Задание

- В своем учебном представлении настроить фильтр, исключающий местный ip адрес

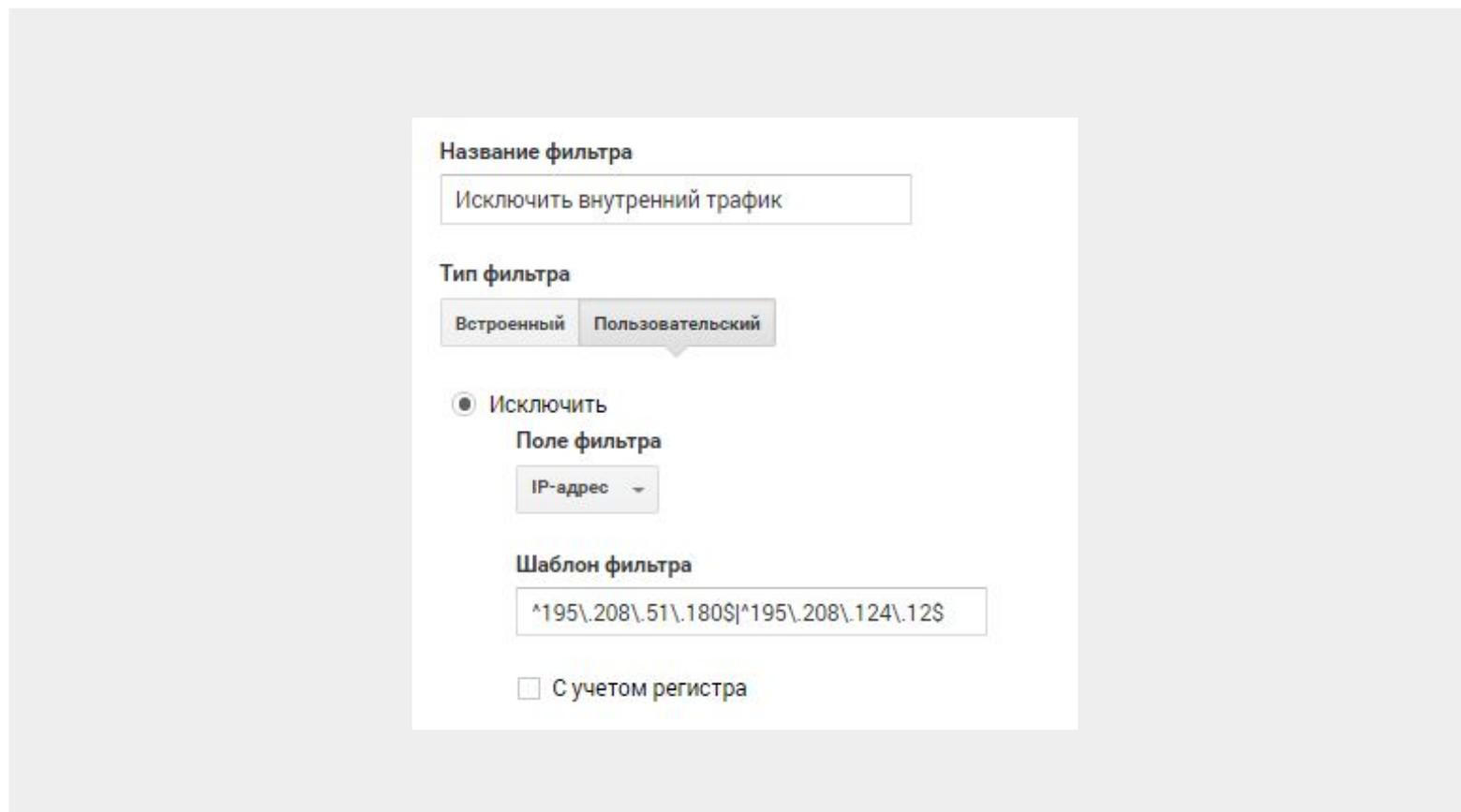


Виды фильтров: пользовательские

- Пользовательские
- Исключить/Включить.
- Нижний регистр/Верхний регистр. Приводит содержимое (например, URI запроса) к единому регистру. Действует на буквы.
- Найти и заменить. Позволяет заменить в отчете строку, приведенную в поле фильтра, на другую строку. Например, в URI запроса можно заменить `category id` на `category name`.
- Расширенный. Позволяет извлекать информацию из одного или нескольких полей и выводить ее в третье поле.

Исключение внутреннего трафика

Расширенный фильтр на несколько IP-адресов



The screenshot shows a configuration window for a firewall rule. The title is "Исключить внутренний трафик". The rule type is set to "Пользовательский" (User-defined). The action is "Исключить" (Exclude). The filter field is set to "IP-адрес" (IP address). The filter template is a regular expression: `^195\.208\.51\.180$|^195\.208\.124\.12$`. The "С учетом регистра" (Case sensitive) checkbox is unchecked.

Название фильтра
Исключить внутренний трафик

Тип фильтра
Встроенный Пользовательский

Исключить

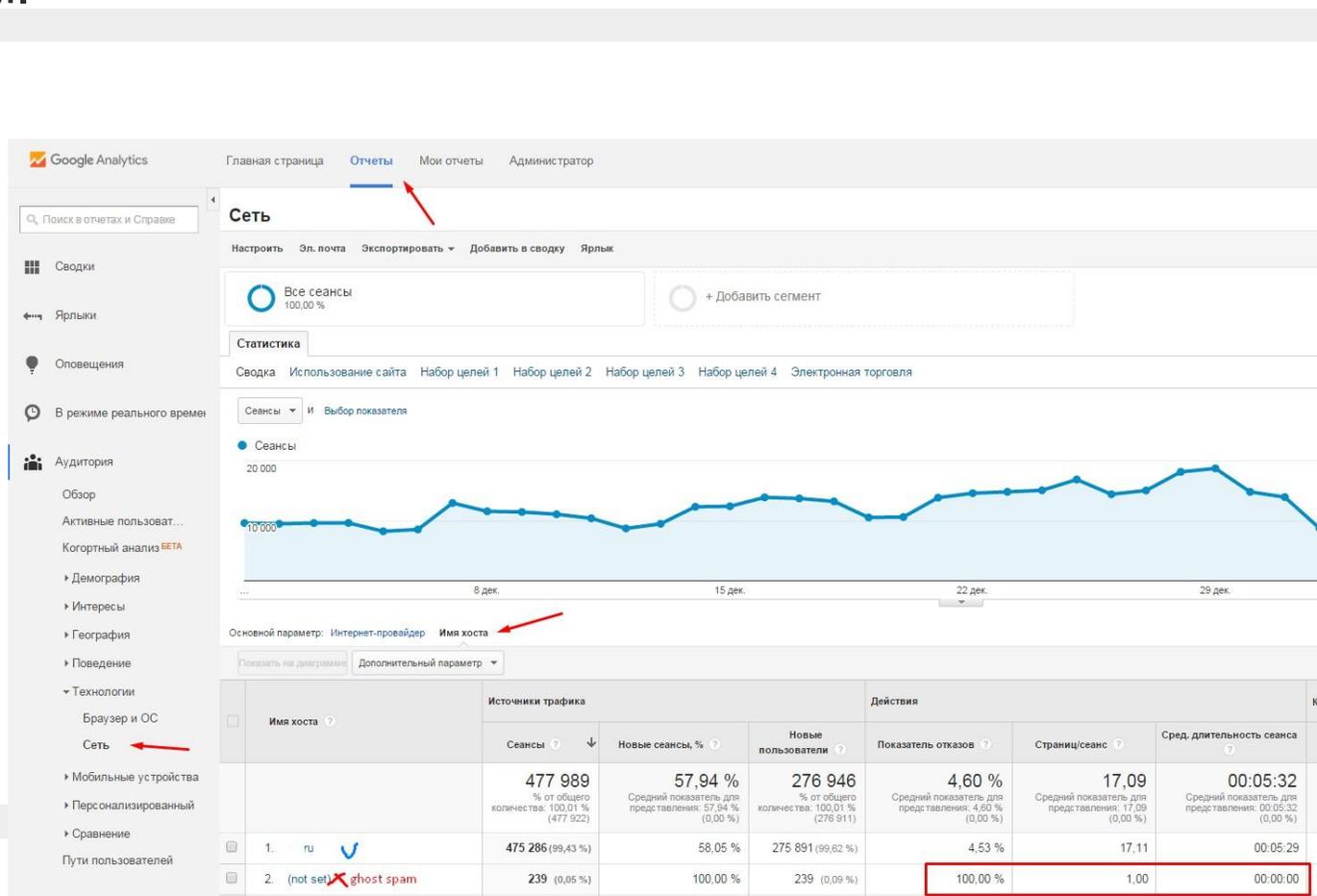
Поле фильтра
IP-адрес

Шаблон фильтра
`^195\.208\.51\.180$|^195\.208\.124\.12$`

С учетом регистра

Исключение спам-трафика

Часто в трафике встречаются некачественные посещения, которые являются спам-трафиком.



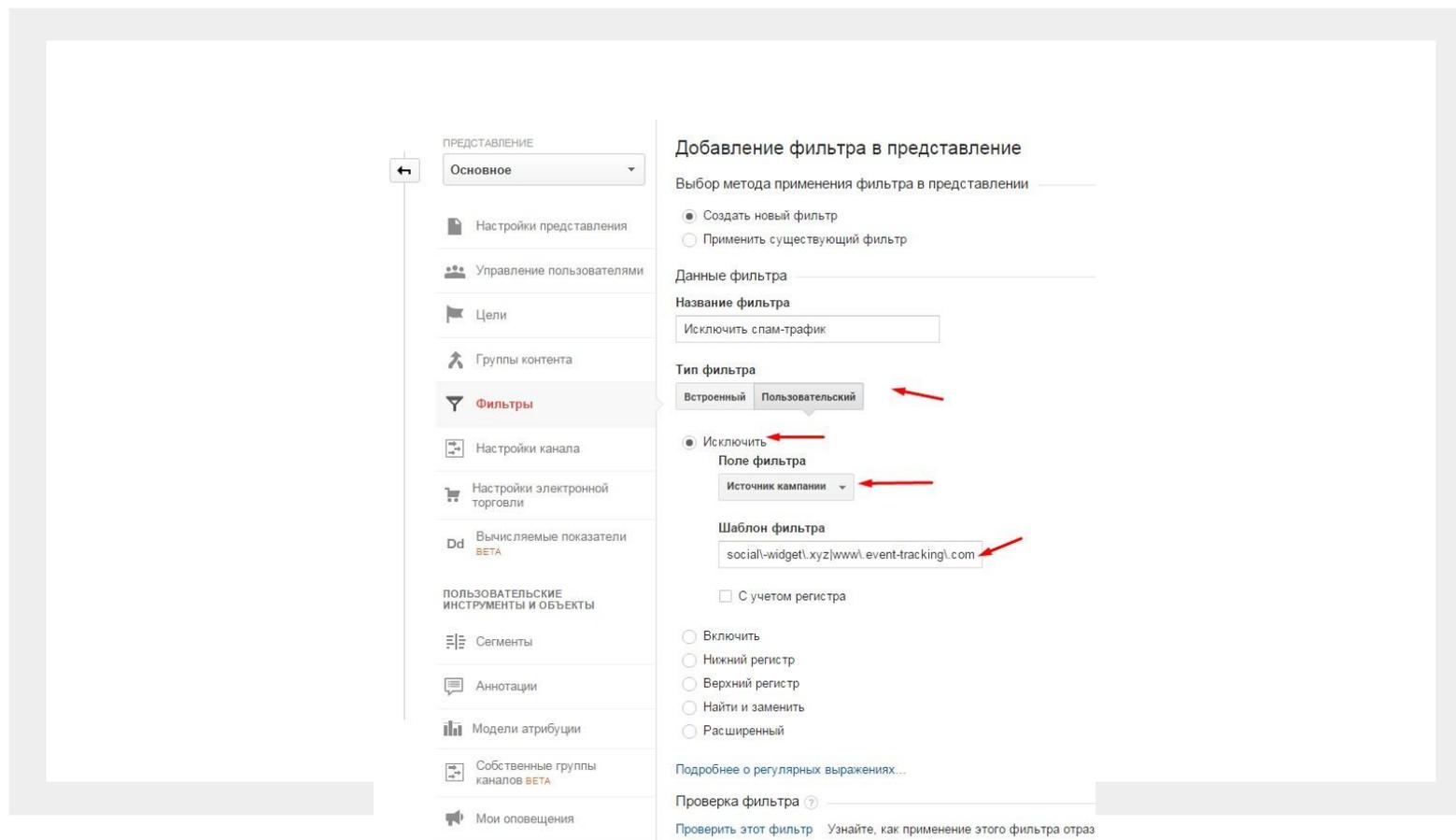
Исключение спама-трафика

Находим источники спама и создаем фильтр на их исключение.

Показать на диаграмме		Дополнительный параметр		Тип сортировки: По умолчанию		Расширенный фильтр включен		изменить		Электронная торговля	
Источники трафика		Действия			Конверсии						
Источник или канал	Сеансы	Новые сеансы, %	Новые пользователи	Показатель отказов	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	Кэффициент транзакций	Транзакции	Доход		
	349 % от общего количества: 0,05 % (712 513)	61,32 % Средний показатель для представления: 71,19 % (-13,86 %)	214 % от общего количества: 0,04 % (507 216)	100,00 % Средний показатель для представления: 57,71 % (73,28 %)	1,00 Средний показатель для представления: 1,94 (-48,45 %)	00:00:00 Средний показатель для представления: 00:01:20 (-100,00 %)	0,00 % Средний показатель для представления: 1,46 % (-100,00 %)	0 % от общего количества: 0,00 % (10 406)	0,00 Р % от общего количества: 0,00 % (45 169 849,60 Р)		
<input type="checkbox"/>	1. social-widget.xyz / referral	27 (7,74 %)	100,00 %	27 (12,62 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 Р (0,00 %)	

Исключение спама-трафика

Находим источники спама и создаем фильтр на их исключение.



Фильтры для сайтов с поддоменами

При наличии сайтов на поддоменах (мобильная версия, отдельные представительства, лендинги и пр.) необходимо настроить представления:

1. **Основное.**
2. **Для поддоменов** (фильтро с трафиком только на нужный поддомен).

Выделение трафика на поддомен

Добавление фильтра в представление

Выбор метода применения фильтра в представлении

Создать новый фильтр
 Применить существующий фильтр

Данные фильтра

Название фильтра

Включить только трафик на msk.site.ru

Тип фильтра

Встроенный Пользовательский

Включить только ▾ трафик на хост ▾ идентичные ▾

Имя хоста

msk.site.ru

Проверка фильтра [?](#)

Проверить этот фильтр Узнайте, как применение этого фильтра отразится на данных текущего представления за прошедшие 7 дней.

Сохранить Отмена



Полезный пользовательский фильтр

– поисковый трафик из Яндекса с мобильных устройств
(yandex.ru/referral -> yandex/organic)

<http://e2blogengine.blogspot.com/2017/11/yandexru-referral.html>

Важно помнить

- Начинают действовать только с момента добавления в представление.
- Меняют данные без возможности откатиться.
- Применяются в порядке следования, который можно поменять.
- Можно проверить их работу.

Проверка фильтра ?

До применения фильтра				После применения фильтра			
Имя хоста	Сеансы	Просмотры страниц	Просмотры экранов	Имя хоста	Сеансы	Просмотры страниц	Просмотры экранов
(not set)	17	50	0				
web.archive.org	1	0	0				

**Пользовательские
параметры и
показатели.**

Пользовательские параметры и показатели

- С помощью специальных параметров и показателей можно собирать данные, которые не отслеживаются в Google Analytics автоматически
- Пример: цвет товара, количество страниц в издании, год выпуска автомобиля
- В каждом ресурсе доступно 20 индексов для персонализированных параметров и ещё 20 – для показателей
- <https://support.google.com/analytics/answer/2709828?hl=ru>

Пользовательские параметры и показатели

Обращение к параметру извне (отправка данных с сайта, импорт данных) идет по индексу

Администратор Пользователь

+ СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПАРАМЕТР

Поиск

Название специального параметра	Индекс	Область действия	Последнее изменение	Состояние
ecommm_prodid	1	Hit	19 мая 2015 г.	Активная
ecommm_pageType	2	Hit	19 мая 2015 г.	Активная
ecommm_totalValue	3	Hit	19 мая 2015 г.	Активная
Регион пользовательский	4	Сеанс	1 июл. 2016 г.	Активная
Категория пользовательская	5	Сеанс	5 авг. 2016 г.	Активная
ID_объявления_яндексдирект	6	Сеанс	4 июл. 2016 г.	Активная
Ключевое_слово_яндексдирект	7	Сеанс	4 июл. 2016 г.	Активная
ecommm_prodid_off	8	Hit	14 дек. 2018 г.	Неактивная
ecommm_pageType_off	9	Hit	14 дек. 2018 г.	Неактивная
ecommm_totalValue_off	10	Hit	14 дек. 2018 г.	Неактивная
client ID	11	Сеанс	27 нояб. 2017 г.	Активная

название, которое отображается в отчетах

Пользовательские параметры и показатели

The screenshot displays a web application interface for managing user parameters and indicators. The interface is divided into a sidebar on the left and a main content area on the right.

Sidebar (Left):

- ADMINISTRATOR (highlighted) / ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ
- Настройка ресурса
- Управление доступом
- Отслеживание
- СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ
 - Связь с Google Рекламой
 - Связь с AdSense
 - Связь с Ad Exchange
- Все продукты
- Возврат данных
- Настройки аудитории
- Пользовательские
 - Специальные параметры
 - Специальные показатели (highlighted)
- Импорт данных

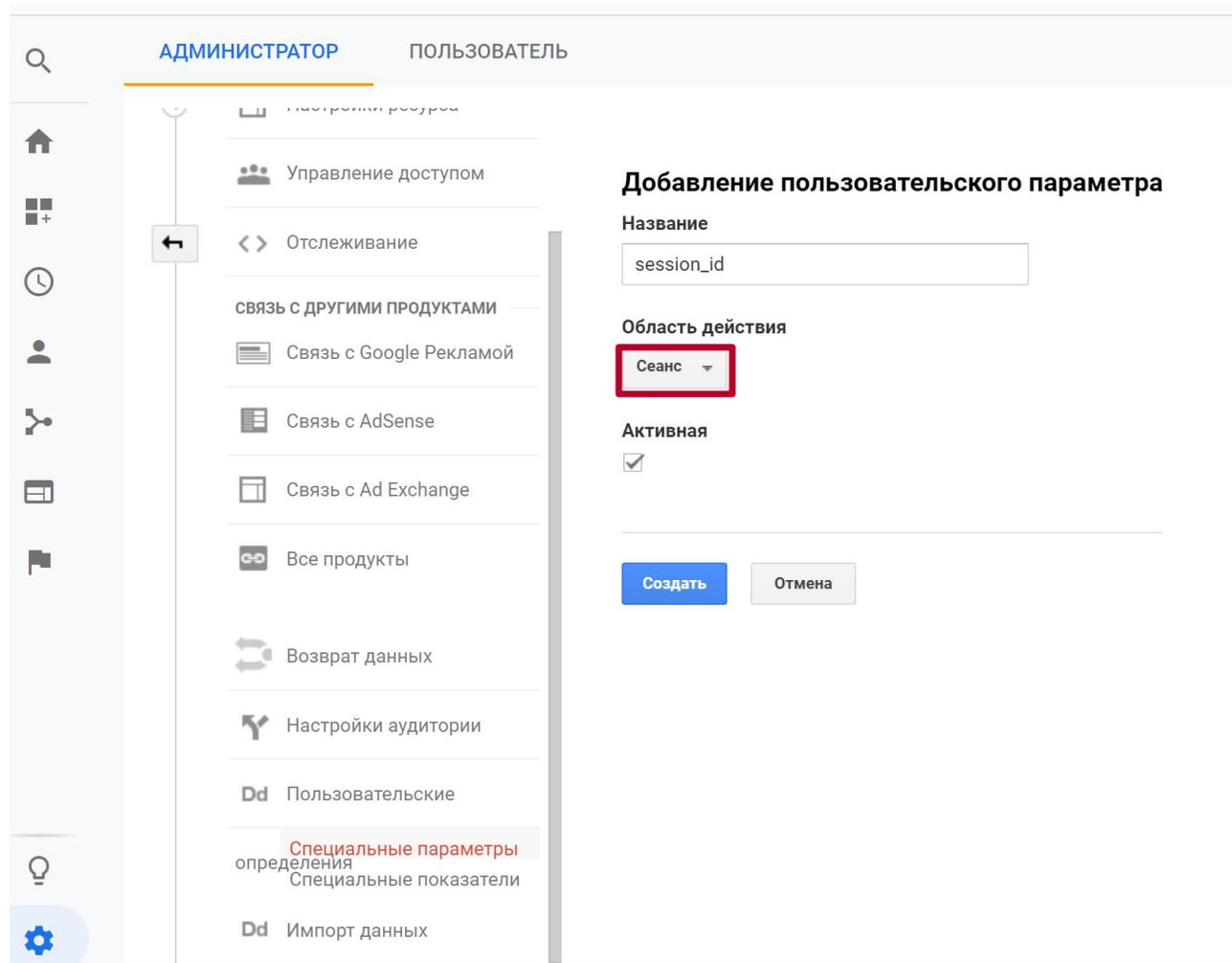
Main Content Area (Right):

Table of Special Indicators:

Название специального показателя	Индекс	Область действия	Тип форматирования	Последнее изменение	Состояние
Цена закупки товара	1	Товар	Валюта (десятичный формат)	16 июн. 2016 г.	Активная
Цена закупки транзакции	2	Hit	Валюта (десятичный формат)	16 июн. 2016 г.	Активная
Звонки	3	Hit	Целое число	19 сент. 2016 г.	Активная

Осталось 17 специальных показателей

Пользовательские параметры и показатели



The screenshot displays the Google Analytics Admin interface. At the top, there are tabs for 'ADMINISTRATOR' and 'USER'. The left sidebar contains a navigation menu with icons for home, search, and various settings. The main content area is titled 'Добавление пользовательского параметра' (Add user-defined parameter). The form includes the following fields:

- Название** (Name): A text input field containing 'session_id'.
- Область действия** (Scope): A dropdown menu with 'Сеанс' (Session) selected and highlighted by a red box.
- Активная** (Active): A checked checkbox.

At the bottom of the form, there are two buttons: 'Создать' (Create) in blue and 'Отмена' (Cancel) in grey. The left sidebar menu includes items like 'Управление доступом', 'Отслеживание', 'Связь с другими продуктами', 'Связь с Google Рекламой', 'Связь с AdSense', 'Связь с Ad Exchange', 'Все продукты', 'Возврат данных', 'Настройки аудитории', 'Пользовательские', 'Специальные параметры определения', 'Специальные показатели', and 'Импорт данных'.

Управление доступом.



Особенности

1. В аккаунте может быть неограниченное число пользователей
2. Добавлять пользователей можно на уровне аккаунта, ресурса или представления
3. Разрешения более высокого уровня наследуются по умолчанию. Чем ниже уровень в иерархии, тем больше разрешений вы можете предоставить, но сократить не сможете
4. Добавлять пользователей можно на любом уровне в иерархии, но удалять – только на уровне аккаунта



Уровни прав

Справка: <https://support.google.com/analytics/answer/1009702?hl=ru>

1. Управление пользователями: добавление и удаление пользователей, настройка разрешений.
2. Изменение: администрирование и составление отчетов. Предоставляется право на добавление, изменение и удаление аккаунтов, ресурсов, представлений, фильтров, целей и т. п.
3. Совместное использование: создание персональных объектов и предоставление доступа к ним.
4. Чтение и анализ: работа с отчетами и данными о конфигурации, управление информацией в отчетах (фильтрация таблиц, добавление дополнительных параметров, создание сегментов); создание персональных объектов, предоставление к ним доступа, а также просмотр общих объектов без внесения изменений.

Импорт данных.

Импорт данных: что можно загружать

- Данные о расходах по РК
- Информацию про пользователей (Номер карты лояльности клиента)
- Информацию про товар (цвет, размер, наличие)
- Возвраты в эл. торговле
- Данные о контенте (автор, дата публикации)
- Всё остальное

Импорт данных: что можно загружать

Администратор > ресурс > импорт данных

РЕСУРС

← [Иконка ресурса]

- Настройки ресурса
- Управление пользователями
- .js Код отслеживания
 - Код отслеживания
 - Сбор данных
 - User-ID
 - Настройки сеанса
 - Источники обычных результатов поиска
 - Список исключаемых источников перехода

 У вас нет разрешения на загрузку идентификационных данных. Выполняя эту операцию, вы подтверждаете, что у вас есть все необходимые права на добавление таких данных, и предоставляете нам разрешение на их использование. [Подробнее...](#)

СОЗДАТЬ

Название	Тип	Идентификатор набора данных	Действие
смарт баннеры	Данные о расходах	zPUtKXRHTtSkBz-IdJ9HHQ	Управление загрузками
яндекс маркет	Данные о расходах	6jHxVhj3TBG4ANLdqJw9fA	Управление загрузками
direct.mirali	Данные о расходах	aZyPd2A8QyqE1ZixGRUSZw	Управление загрузками
imedia.mirali	Данные о расходах	50E7r8WhQS2JWP_yqK5_2w	Управление загрузками
mirali_direct	Данные о расходах	tK4Vc1Z4QS6kuqVQoyoхrA	Управление загрузками

▼ Информация о квотах [Подробнее...](#)

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

1 Тип набора данных

Выберите тип данных ниже. [Подробнее о типах данных...](#) Все загрузки должны соответствовать правилам загрузки данных..

ИМПОРТ ДАННЫХ ОБРАЩЕНИЙ

- Данные о возврате средств Импорт данных о возврате средств для транзакций электронной торговли.

ИМПОРТ РАСШИРЕННЫХ ДАННЫХ

- Пользовательские данные Импорт пользовательских данных, например сведений о сегменте аудитории, общей ценности или месяце продления договора.
- Сведения о кампании Импорт метаданных кампании, например сведений о канале, источнике, контенте, пути перехода или специальных данных.
- Географические данные Группировка городов, регионов и стран на основе импортированных географических данных.
- Данные о контенте Импорт метаданных контента, например сведений о статье, авторе или категории.
- Данные о товарах Импорт метаданных товара, таких как бренд, категория, разновидность или собственные данные.
- Специальные данные Создание специального набора данных для импорта.

ИМПОРТ СВОДНЫХ ДАННЫХ

- Данные о расходах Импорт данных о расходах для сторонних рекламных кампаний.

Далее

Отмена

2 Сведения о наборе данных

3 Схема набора данных

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

✓ Тип набора данных [Изменить](#)
Тип: *Данные о расходах*

2 Сведения о наборе данных

Название

импорт из яндекс дире

Включенные представления

Выберите представления, которые будут использовать данные из этого набора.
Если не выбрать представления, набор данных будет неактивен.

Выбран 1 вариант. ▾

3

Поиск

- Все данные по веб-сайту
- Трафик с веб-сайтов
- рабочий трафик
- Miroli.ru
- Miroli.ru Events
- debug view

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

3

выбранные представления.

Схема набора данных

Обязательные столбцы.

Название	Идентификатор
Дата	ga:date
Канал	ga:medium
Источник	ga:source

Необходимо задать хотя бы один из следующих столбцов:

Выберите ключ ▾		
Название	Идентификатор	
В этом представлении нет данных.		

Можно задать любое количество следующих столбцов:

Выберите ключ ▾		
Название	Идентификатор	
В этом представлении нет данных.		

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

- ✓ Тип набора данных [Изменить](#)
Тип: *Данные о расходах*
- ✓ Сведения о наборе данных [Изменить](#)
Название: *импорт из яндекс директ*
Выбранные представления: *1*
- 3 Схема набора данных

Обязательные столбцы.

Название	Идентификатор
Дата	ga:date
	ga:medium
	ga:source

Поиск

Other

- Стоимость
- Число кликов
- Число показов

из следующих столбцов:

Выбрано 3 варианта. ▾

Название	Идентификатор	
Стоимость	ga:adCost	удалить
Число кликов	ga:adClicks	удалить
Число показов	ga:impressions	удалить

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

Ресурс [+ Создать ресурс](#)

myResource_11_02

- ← Настройки ресурса
- Управление доступом
- Отслеживание
- СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ
- Связь с Google Рекламой
- Связь с AdSense
- Связь с Ad Exchange
- Все продукты
- Возврат данных
- Настройки аудитории
- Пользовательские
- Импорт данных**

Название	Идентификатор
Дата	ga:date
Канал	ga:medium
Источник	ga:source

Поиск

- Google Реклама: позиция рекламного места
- Google Реклама: рекламное место
- Идентификатор группы объявлений Google Рекламы
- Идентификатор кампании Google Рекламы
- Идентификатор критерия в Google Рекламе
- Кампания
- Ключевое слово
- Отображаемый URL

Выбрано 2 варианта

Название	Идентификатор	
Кампания	ga:campaign	удалить
Ключевое слово	ga:keyword	удалить

Действия при импорте

Выберите действия при импорте данных о расходах

- Суммирование (ПО УМОЛЧАНИЮ)** Суммировать данные нескольких строк с одинаковыми параметрами.
- Перезаписать** Если есть несколько строк с одинаковыми параметрами, заменять старые данные новыми.

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

Загрузки с импорт из яндекс директ

[Назад к импорту данных](#)

<input type="checkbox"/>	ЗАГРУЗИТЬ ФАЙЛ	Обновить	Получить схему	Удалить выбранное	
<input type="checkbox"/>	Дата загрузки	↑	Имя файла	Статус	Скачив...
В этом представлении нет данных.					

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

Получение схемы ×

Заголовок файла CSV

Разместите заголовок в первой строке загружаемых файлов CSV, а затем загрузите их в этот набор данных. [Подробнее...](#)

```
ga:date,ga:medium,ga:source,ga:adCost,ga:adClicks,ga:impressions,ga:campaign
```

ИЛИ

Шаблон Excel

Откройте файл в редакторе электронных таблиц, добавьте данные в выбранные столбцы, сохраните документ в формате CSV и загрузите в этот набор данных. [Подробнее...](#)

Скачать шаблон схемы

Готово

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

```
ga:date,ga:medium,ga:source,ga:adCost,ga:adClicks,ga:impressions,ga:campaign  
20180205,cpc,yandex,754.04,70,17036,rsya_smartbannery-remarketing_msk  
20180206,cpc,yandex,290.49,29,9761,rsya_smartbannery-remarketing_msk  
20180207,cpc,yandex,177.26,17,5221,rsya_smartbannery-remarketing_msk  
20180208,cpc,yandex,140.95,15,4038,rsya_smartbannery-remarketing_msk  
20180209,cpc,yandex,197.72,19,6902,rsya_smartbannery-remarketing_msk  
20180210,cpc,yandex,201.38,16,4793,rsya_smartbannery-remarketing_msk  
20180211,cpc,yandex,137.09,13,4765,rsya_smartbannery-remarketing_msk
```

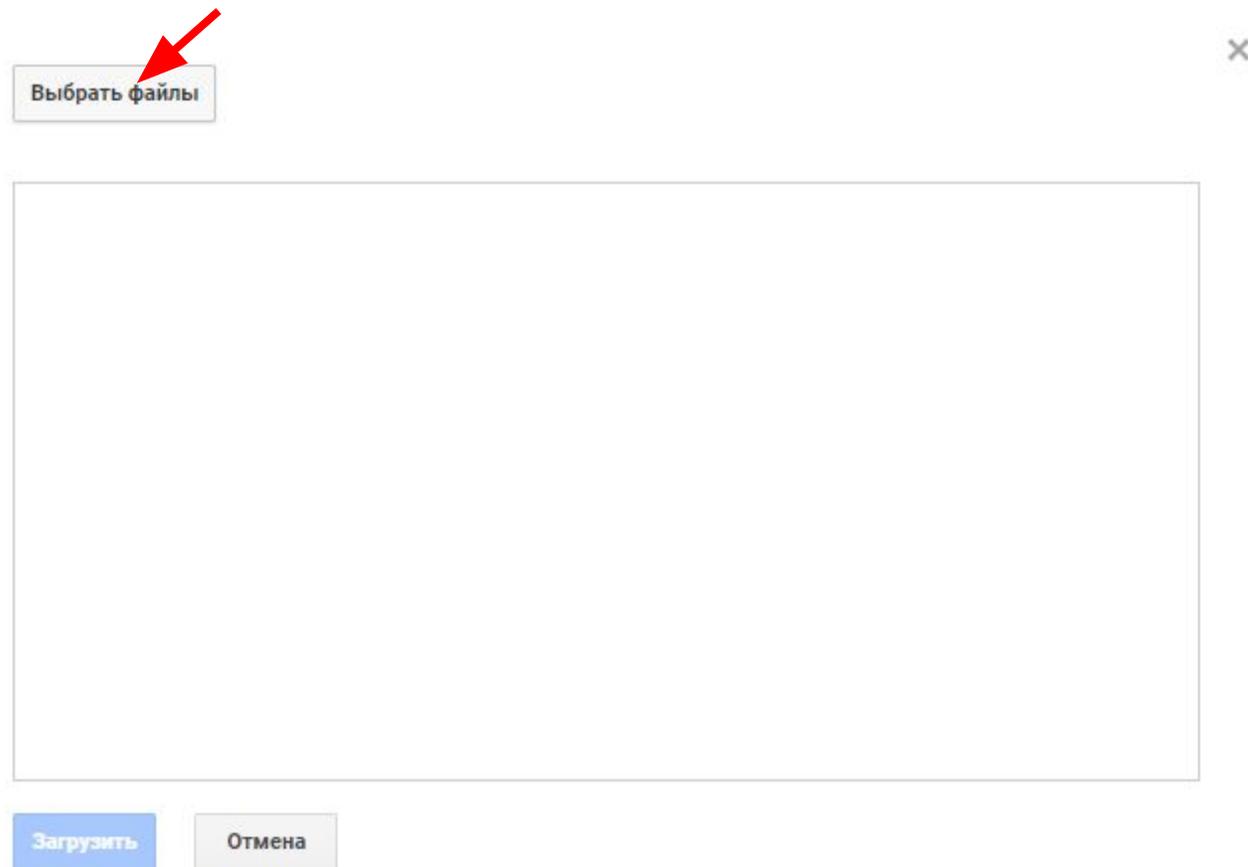
Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

Загрузки с импорт из яндекс директ

[Назад к импорту данных](#)

ЗАГРУЗИТЬ ФАЙЛ					Обновить	Получить схему	Удалить выбранное	
<input type="checkbox"/>	Дата загрузки	↑	Имя файла	Статус	Скачив...			
В этом представлении нет данных.								

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ



Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

Загрузки с импорт из яндекс директ

[Назад к импорту данных](#)

<input type="checkbox"/> ЗАГРУЗИТЬ ФАЙЛ					<input type="checkbox"/> Обновить	<input type="checkbox"/> Получить схему	<input type="checkbox"/> Удалить выбранное
<input type="checkbox"/>	Дата загрузки	↑	Имя файла	Статус	Скачив...		
<input type="checkbox"/>	13 мар. 2018 г. 14:04:37 PDT		direct_adcosts.csv	✓ Завершено	↓		

Пример: импорт расходов из Яндекс.Директ

- Можно загружать данные с помощью этой схемы, многократно. Например, раз в неделю

СОЗДАТЬ <input type="text" value="Поиск"/>			
Название	Тип	Идентификатор набора данных	Действие
импорт из яндекс директ	Данные о расходах	CnYBmpsDRYan40mFlsXMD Q	Управление загрузками



Задание

- Создать схему данных, в названии указать свою фамилию
- Загрузить в свою схему данные из файла `direct_adcosts.csv`

Автоматизированная загрузка данных (OWOX)



OWOX

Два потока данных на аккаунт бесплатно

Автоматизированная загрузка данных (OWOX)

1

Выберите источник данных ⓘ

 Google Analytics

 Google BigQuery

 CALLTOUCH

 Ringostat

 MANDRILL

Рекламные сервисы

 facebook

 bing ads

 Yandex Direct

 Yandex Market

 VKontakte

 hotline

 TRAFM.AG

Другие источники

ДАЛЕЕ

Автоматизированная загрузка данных (OWOX)



✓ Выберите источник данных 
источник: Рекламная площадка

✓ Предоставьте доступ к Рекламной площадке 
Доступ: Ваш аккаунт

3 Предоставьте доступ к Google Analytics 

 Добавить

ДАЛЕЕ

4 Выберите набор данных

5 Настройки

Автоматизированная загрузка данных (OWOX)

- ✓ Выберите источник данных 
источник: Рекламная площадка
- ✓ Предоставьте доступ к Рекламной площадке 
Доступ: Ваш аккаунт
- ✓ Предоставьте доступ к Google Analytics 
Доступ: j.doe@google.com
- 4** Выберите набор данных 
Выберите ресурс
example.com   Обновить
Выберите набор данных
Data Import set 
 ДАЛЕЕ
- 5 Настройки

Автоматизированная загрузка данных (OWOX)

✓ Выберите источник данных 
источник: Рекламная площадка

✓ Предоставьте доступ к Рекламной площадке 
Доступ: Ваш аккаунт

✓ Предоставьте доступ к Google Analytics 
Доступ: j.doe@google.com

✓ Выберите набор данных 
Набор данных: UA-XXXXXX-YY, Data Import set

5 Настройки 

Нужно исключить НДС %
Выберите представление
All Web Site Data  [Обновить](#)

Валюта: USD
Часовой пояс: Europe/Paris

Выберите создание нового проекта OWOX BI или существующий проект, к которому будут привязаны используемые в потоке сервисы:

- ресурс Google Analytics ("UA-XXXXXX-YY")

В случае создания нового проекта вы будете перенаправлены на страницу настройки пакета услуг и метода оплаты.

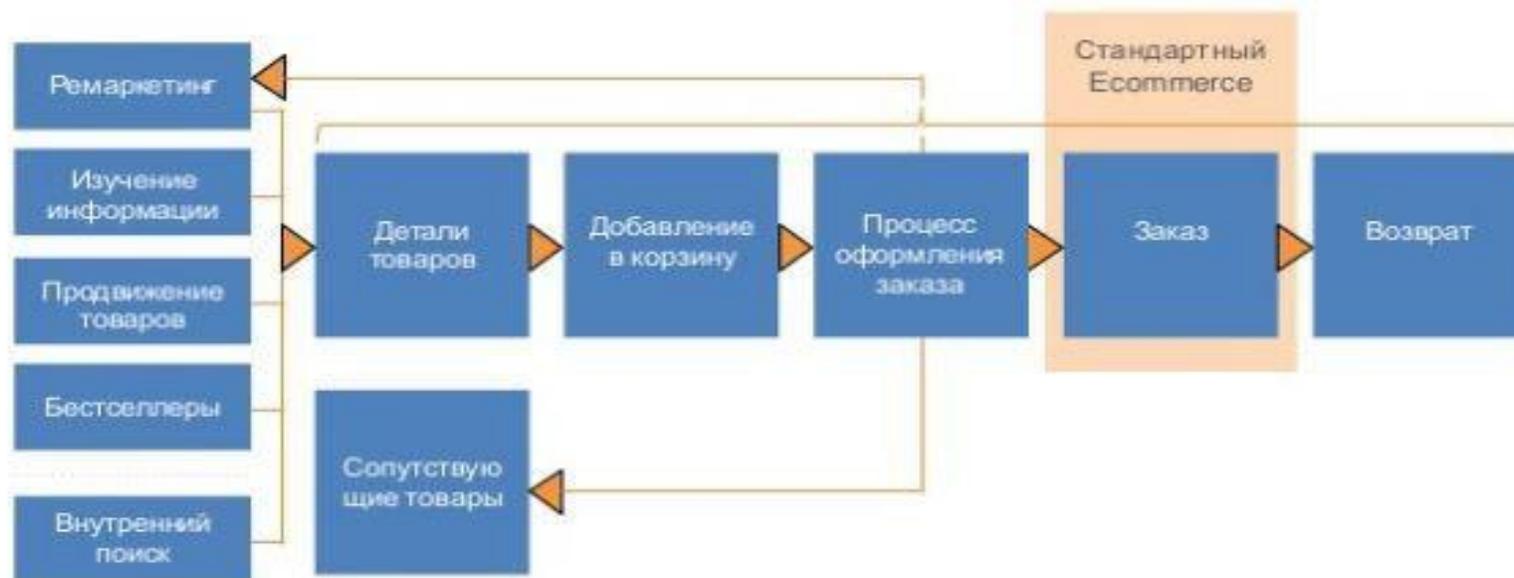
Создать новый проект OWOX BI 

СОЗДАТЬ

Расширенная электронная торговля.

Электронная торговля и расширенная электронная торговля

В стандартной электронной торговле - только факт покупки



Расширенная электронная торговля



- Просмотр товара в списке
- Клик товара в списке
- Просмотр карточки товара
- Добавление в корзину
- Переход на корзину
- Движение по корзине
- Покупка
- Возврат
- Внутренний маркетинг

Эффективность списка товаров

Основной параметр: [Название списка товаров](#) [Позиция списка товаров](#) [Продукт](#) [Идентификатор продукта](#)

Дополнительный параметр

Название списка товаров ?	Просмотры товаров из списка ?	Клики по товарам из списка ?	CTR списка товаров ?	Количество добавлений товара в корзину ?	Число выполненных покупок товара ?	Уникальные покупки ?	Доход от продукта ?
	5 344 669 % от общего количества: 100,00 % (5 344 669)	121 353 % от общего количества: 100,00 % (121 353)	2,27 % Средний показатель для представления: 2,27 % (0,00 %)	35 931 % от общего количества: 100,00 % (35 931)	36 551 % от общего количества: 100,00 % (36 551)	32 547 % от общего количества: 100,00 % (32 547)	15 396 574,00 Р % от общего количества: 100,00 % (15 396 574,00 Р)
	☰ ☰ ☰	☰ ☰ ☰	☰ ☰ ☰	☰ ☰ ☰	☰ ☰ ☰	☰ ☰ ☰	
1. Поиск	995 506 (18,63 %)	55 459 (45,70 %)	5,57 %	9 673 (26,92 %)	9 640 (26,37 %)	8 252 (25,35 %)	4 238 298,00 Р (27,53 %)
2. Каталог книг	979 493 (18,33 %)	2 589 (2,13 %)	0,26 %	1 134 (3,16 %)	1 103 (3,02 %)	958 (2,94 %)	409 738,00 Р (2,66 %)
3. Автор	961 506 (17,99 %)	43 079 (35,50 %)	4,48 %	4 183 (11,64 %)	4 185 (11,45 %)	3 443 (10,58 %)	1 170 446,00 Р (7,60 %)
4. Художественная литература	804 214 (15,05 %)	9 050 (7,46 %)	1,13 %	577 (1,61 %)	560 (1,53 %)	523 (1,61 %)	157 791,00 Р (1,02 %)
5. Также рекомендуем	743 741 (13,92 %)	2 253 (1,86 %)	0,30 %	141 (0,39 %)	138 (0,38 %)	118 (0,36 %)	41 587,00 Р (0,27 %)
6. Профессиональная и учебная литература	255 436 (4,78 %)	4 063 (3,35 %)	1,59 %	502 (1,40 %)	500 (1,37 %)	464 (1,43 %)	318 481,00 Р (2,07 %)
7. Детская литература	200 753 (3,76 %)	1 720 (1,42 %)	0,86 %	113 (0,31 %)	113 (0,31 %)	104 (0,32 %)	31 586,00 Р (0,21 %)

Эффективность товаров

Основной параметр: [Продукт](#) [Идентификатор продукта](#) [Категория товаров \(расширенная электронная торговля\)](#) [Бренд товара](#)

Продукт ?	Эффективность продаж						Поведение покупателей	
	Доход от продукта ? ↓	Уникальные покупки ?	Количество ?	Средняя цена ?	Среднее кол-во ?	Сумма возврата за товар ?	Коэффициент выбранных товаров ?	Коэффициент совершенных покупок ?
	509 530,00 руб. % от общего количества: 100,00 % (509 530,00 руб.)	24 % от общего количества: 100,00 % (24)	24 % от общего количества: 100,00 % (24)	21 230,42 руб. Средний показатель для представления: 21 230,42 руб. (0,00 %)	1,00 Средний показатель для представления: 1,00 (0,00 %)	0,00 руб. % от общего количества: 0,00 % (0,00 руб.)	29,95 % Средний показатель для представления: 29,95 % (0,00 %)	12,83 % Средний показатель для представления: 12,83 % (0,00 %)
1.	81 600,00 руб. (16,01 %)	1 (4,17 %)	1 (4,17 %)	81 600,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	200,00 %	100,00 %
2.	68 400,00 руб. (13,42 %)	2 (8,33 %)	2 (8,33 %)	34 200,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 %	40,00 %
3.	37 600,00 руб. (7,38 %)	1 (4,17 %)	1 (4,17 %)	37 600,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 %	100,00 %
4.	33 550,00 руб. (6,58 %)	1 (4,17 %)	1 (4,17 %)	33 550,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 %	0,00 %
5.	30 700,00 руб. (6,03 %)	1 (4,17 %)	1 (4,17 %)	30 700,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 %	100,00 %
6.	30 700,00 руб. (6,03 %)	1 (4,17 %)	1 (4,17 %)	30 700,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 %	25,00 %
7.	30 700,00 руб. (6,03 %)	1 (4,17 %)	1 (4,17 %)	30 700,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	100,00 %	100,00 %
8.	23 800,00 руб. (4,67 %)	2 (8,33 %)	2 (8,33 %)	11 900,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 %	0,00 %
9.	22 200,00 руб. (4,36 %)	2 (8,33 %)	2 (8,33 %)	11 100,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 %	200,00 %
10.	19 900,00 руб. (3,91 %)	1 (4,17 %)	1 (4,17 %)	19 900,00 руб.	1,00	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 %	100,00 %

Эффективность продаж

Основной параметр: Идентификатор транзакции Дата

Идентификатор транзакции ?	Доход ?	Налог ?	Доставка ?	Сумма возврата ?	Количество ?
	498 640,00 руб. % от общего количества: 100,00 % (498 640,00 руб.)	0,00 руб. % от общего количества: 0,00 % (0,00 руб.)	0,00 руб. % от общего количества: 0,00 % (0,00 руб.)	0,00 руб. % от общего количества: 0,00 % (0,00 руб.)	24 % от общего количества: 100,00 % (24)
1. :84	80 800,00 руб. (16,20 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)
2. :88	35 720,00 руб. (7,16 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)
3. :54	34 200,00 руб. (6,86 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)
4. :55	34 200,00 руб. (6,86 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)
5. :77	32 750,00 руб. (6,57 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)
6. :64	31 900,00 руб. (6,40 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	3 (12,50 %)
7. :69	30 700,00 руб. (6,16 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)
8. :70	30 700,00 руб. (6,16 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)
9. :72	29 700,00 руб. (5,96 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)
10. :86	19 900,00 руб. (3,99 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	0,00 руб. (0,00 %)	1 (4,17 %)



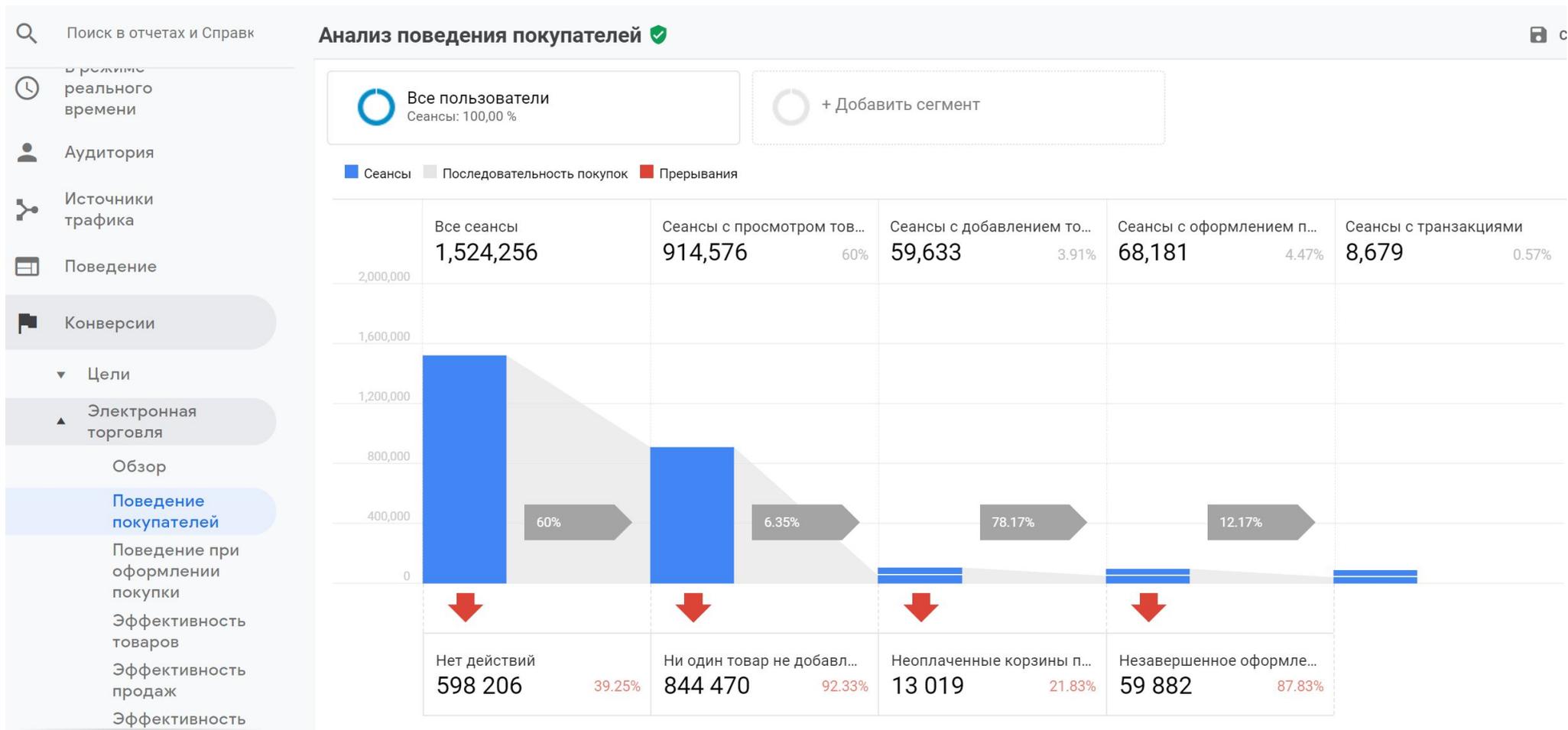
Примеры вопросов

- Какая категория товаров наиболее популярна в продажах на Facebook?
- Мы знаем, сколько продаж получили от последней рассылки. Давайте узнаем, сколько просмотров страниц (и каких именно) мы получили.

Задание

- Дать ответ на вопрос по данным тестового аккаунта за последние полгода (с 1-го сентября по 1 марта):
 - Какая категория товаров имела большую среднюю цену при переходах с платной рекламы и количестве уникальных покупок больше 10?
 - Какой список товаров имеет наибольший CTR?

Анализ поведения покупателей



Поведение при оформлении покупки

Поиск в отчетах и Справк

Анализ поведения при оформлении покупки ✓

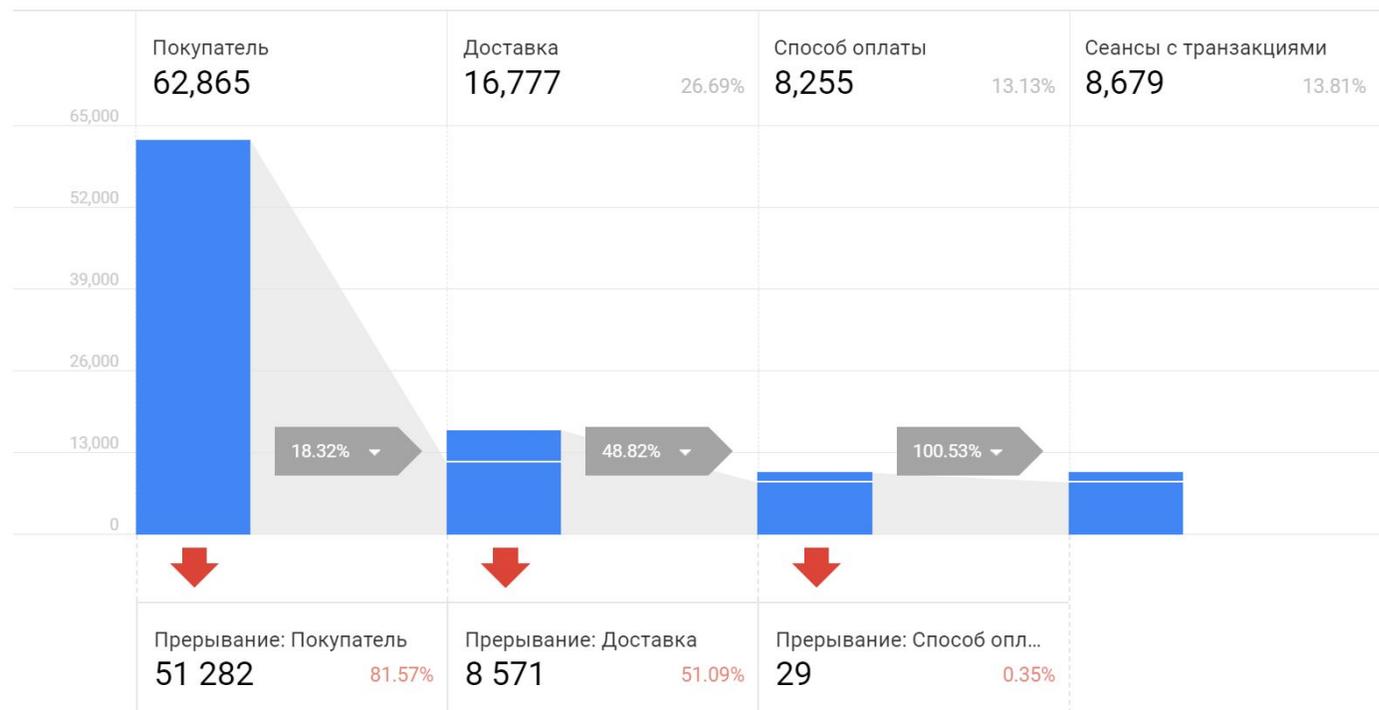


Все пользователи
Сеансы: 100,00 %



+ Добавить сегмент

■ Сеансы ■ Последовательность оформления покупки ■ Прерывания



В режиме реального времени

Аудитория

Источники трафика

Поведение

Конверсии

Цели

Электронная торговля

Обзор

Поведение покупателей

Поведение при оформлении покупки

Эффективность товаров

Эффективность продаж

Эффективность



Задание

- За последние за последние полгода (с 1-го сентября по 1 марта)
 - Какой город дал больше количество сессий с оформлением покупки?
 - Какой источник реферального трафика лидирует по количеству пользователей, которые прервали оплату (Payment) покупки?

Как включить отчеты расширенной электронной торговли в GA

The screenshot displays the Google Analytics Admin interface. At the top, there are tabs for 'ADMINISTRATOR' and 'USER'. The left sidebar contains a navigation menu with icons for Home, Admin, Reports, Users, Filters, Channel Settings, E-commerce Settings (highlighted in red), Calculated Metrics (BETA), User-defined Instruments and Objects, Segments, Notes, and Attribution Models. The main content area is titled 'Настройка электронной торговли' (E-commerce Settings). It includes a section 'Включите отслеживание электронной торговли' (Enable e-commerce tracking) with a toggle switch set to 'Вкл.' (On). Below this is a section 'Включение отчетов для расширенной электронной торговли' (Enable reports for enhanced e-commerce) with a toggle switch also set to 'Вкл.' (On). The 'Checkout Labeling' section is marked as optional and includes a text input field. A section titled 'ШАГИ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ' (Checkout Steps) lists three steps: '1. Покупатель', '2. Доставка', and '3. Способ оплаты', each with an edit icon and a delete icon. A dashed box below the list contains a plus sign and the text 'Добавить шаг последовательности' (Add checkout step). At the bottom of the page, there are 'Сохранить' (Save) and 'Отмена' (Cancel) buttons.

ADMINISTRATOR ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление [+ Создать представл](#)

Данные по веб-сайту

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

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

- Сегменты
- Заметки
- Модели атрибуции

Настройка электронной торговли

Включите отслеживание электронной торговли

Чтобы правильно настроить код отслеживания на сайте, следуйте инструкциям в руководстве для разработчиков.

Вкл.

Включение отчетов для расширенной электронной торговли

Вкл.

Checkout Labeling Необязательно

Создайте ярлыки для шагов последовательности, определенных в коде отслеживания электронной торговли. Используйте понятные названия, так как они будут отображаться в ваших отчетах.

ШАГИ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

1. Покупатель
2. Доставка
3. Способ оплаты

+ Добавить шаг последовательности

Сохранить Отмена

Как настроить расширенную электронную торговлю

- Активируем отчеты расширенной электронной торговли в GA.
- Настраиваем передачу данных с сайта в GA

Подводные камни и частые ошибки в настройке аналитики.

Частые ошибки

- Неправильно выставлен часовой пояс и валюта
- Изменена минимальная длина сеанса
- Дублирование просмотров
- Дублирование транзакций
- Использование utm разметки на внутренних ссылках сайта

Пример №1: не исключен трафик из платежной системы



- создается новый сеанс и транзакция переходит к источнику платежной системы : на сайте часто фигурирует источник трафика платежная система, это вносит неточность в данные.
- Нужно исключить его из источников переходов

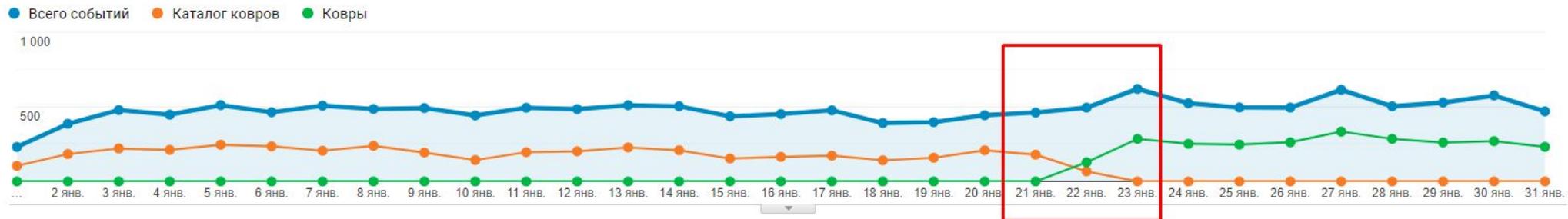
<https://support.google.com/analytics/answer/2795830?hl=ru>

Пример №2 Не используется UTM-разметка на сайте

<input type="checkbox"/>	1. (direct) / (none)	6 727 (21,60 %)	6 375 (24,17 %)	9 082 (20,82 %)
<input type="checkbox"/>	2. google / cpc	6 484 (20,82 %)	5 619 (21,30 %)	9 378 (21,50 %)
<input type="checkbox"/>	3. yabs.yandex.ru / referral	5 675 (18,22 %)	4 962 (18,81 %)	8 336 (19,11 %)
<input type="checkbox"/>	4. yandex.ru / referral	2 522 (8,10 %)	1 875 (7,11 %)	3 466 (7,95 %)
<input type="checkbox"/>	5. yandex / organic	1 633 (5,24 %)	1 286 (4,88 %)	2 333 (5,35 %)
<input type="checkbox"/>	6. google / organic	1 418 (4,55 %)	1 056 (4,00 %)	2 093 (4,80 %)
<input type="checkbox"/>	7. news.yandex.ru / referral	890 (2,86 %)	770 (2,92 %)	1 039 (2,38 %)
<input type="checkbox"/>	8. zen.yandex.ru / referral	385 (1,24 %)	313 (1,19 %)	455 (1,04 %)
<input type="checkbox"/>	9. mail.yandex.ru / referral	281 (0,90 %)	225 (0,85 %)	337 (0,77 %)
<input type="checkbox"/>	10. nadavi / (not set)	216 (0,69 %)	111 (0,42 %)	334 (0,77 %)

- Это все платный трафик, но он не размечен UTM-метками

Пример №3 Поменяли название ярлыка события



- Важно учитывать при анализе, иначе - ошибка в данных

Пример №4 Различная верстка на мобильной версии и ПК

Ярлык события ?	Всего событий ? ↓
мобильный трафик без операторов	203 % от общего количества: 0,02 % (1 302 841)
десктоп и планшет без операторов	61 839 % от общего количества: 4,75 % (1 302 841)
1. Основная выдача	
мобильный трафик без операторов	153 (75,37 %)
десктоп и планшет без операторов	47 033 (76,06 %)
2. (not set)	
мобильный трафик без операторов	38 (18,72 %)
десктоп и планшет без операторов	8 412 (13,60 %)
3. Выбор покупателей	
мобильный трафик без операторов	6 (2,96 %)
десктоп и планшет без операторов	3 762 (6,08 %)
4. Поисковые подсказки	
мобильный трафик без операторов	5 (2,46 %)
десктоп и планшет без операторов	1 777 (2,87 %)
5. Ещё ковры коллекции	
мобильный трафик без операторов	1 (0,49 %)
десктоп и планшет без операторов	741 (1,20 %)
6. С этим ковром также смотрят	
мобильный трафик без операторов	0 (0,00 %)
десктоп и планшет без операторов	114 (0,18 %)

- Некорректно настроены события на сайте без учета моб. верстки - потеряли часть данных

Пример №4 Различная верстка на мобильной версии и ПК

Ярлык события ?	Всего событий ? ↓
мобильный трафик без операторов	14 363 % от общего количества: 4,00 % (359 348)
десктоп и планшет без операторов	17 555 % от общего количества: 4,89 % (359 348)
1. Основная выдача	
мобильный трафик без операторов	12 907 (89,86 %)
десктоп и планшет без операторов	14 301 (81,46 %)
2. Выбор покупателей	
мобильный трафик без операторов	610 (4,25 %)
десктоп и планшет без операторов	1 043 (5,94 %)
3. Ещё ковры коллекции	
мобильный трафик без операторов	387 (2,69 %)
десктоп и планшет без операторов	1 066 (6,07 %)
4. Поисковые подсказки	
мобильный трафик без операторов	343 (2,39 %)
десктоп и планшет без операторов	831 (4,73 %)
5. С этим ковром также смотрят	
мобильный трафик без операторов	116 (0,81 %)
десктоп и планшет без операторов	314 (1,79 %)

- После исправления

СПАСИБО!

The logo is contained within a white-outlined speech bubble shape on a blue background. The text inside the bubble is white, with red dots at the end of the first and last lines.

ZV.
Digital
marketing
agency.