

Be F1rst
Marketing school

**Маркетинговый рост вместе с
“Be F1rst”**

www.befirst.com.ua

Оценка эффективности рекламы в Интернете

Антон Воронюк,
Web-Promo

КТО МЫ?

- 3 офиса в Украине: Киев, Харьков, Одесса;
- более 420 клиентов в работе;
- клиенты из Украины, России, США, Британии, Германии, Австралии;
- среди них:



ПриватБанк



- Наши партнеры:



Поисковый маркетинг

- **настраиваем веб-аналитику;**
- **запускаем контекстную рекламу (PPC);**
- **по конвертирующим запросам начинаем продвижение в органической выдаче (SEO);**

Веб-аналитика

- **Google Analytics;**
- **Яндекс Метрика;**
- **Webvisor;**



+



=



Основные показатели эффективности (KPI)

Этап 1 - Привлечение:

- Показы;
- Клики;
- CTR (кликабельность);

CTR

Основные показатели эффективности (KPI)

Этап 2 - Интерактивность:

- Показатель отказов;
- Время пребывания на сайте;
- Глубина просмотра;
- Новые посещения;



Основные показатели эффективности (KPI)

Этап 3 – Конверсионность;

- Коэффициент конверсии;
- Коэффициент отложенной конверсии;
- Коэффициент конверсии в электронной торговле;
- ROI;



Основные показатели эффективности (KPI)

Этап 4 – Абсолютные метрики;

- Конверсии;
- Транзакции;
- Доход;

Цель Интернет-маркетинга



При анализе

- **Ориентируемся на тренды;**
- **Оцениваем больше одного показателя ;**
- **Смотрим на данные в их контексте;**

Чем меряем? Google Analytics

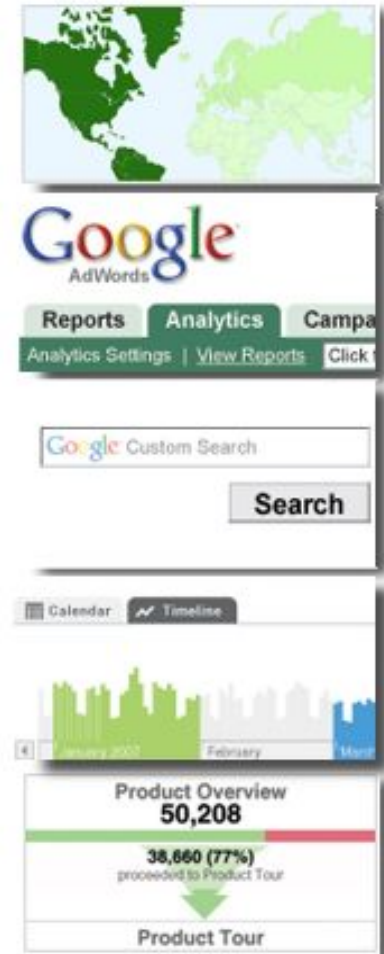
E-commerce (модуль электронной торговли)

AdWords Integration (интеграция с AdWords)

Internal Site Search (Поиск по сайту)

Goals (настройка целей)

Event Tracking (Отслеживание событий)



Чем меряем? Яндекс Метрика

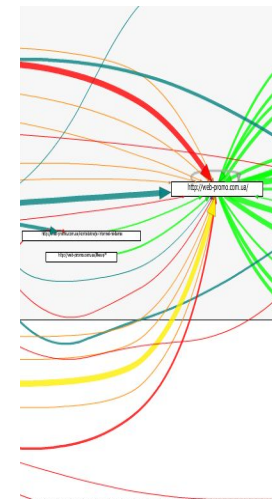
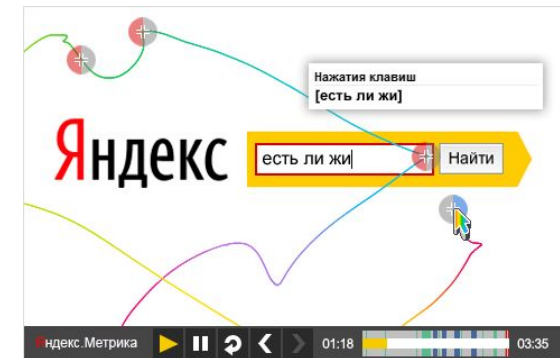
WebVisor

Мониторинг доступности сайта

Карта кликов

Целевой звонок

Цели



Google Analytics

- **Бесплатно;**
- **Функционально;**
- **Много настраивать;**



Установка. Настройка. Доступы.

Google Analytics

Русский

Поиск

ГЛАВНАЯ СТРАНИЦА ПРОДУКТ ПОДДЕРЖКА ОБРАЗОВАНИЕ ПАРТНЕРЫ

Средства веб-аналитики корпоративного уровня теперь еще более интеллектуальны, еще более удобны и бесплатны.

Google Analytics – инструмент веб-аналитики корпоративного уровня. Эта служба позволяет оценить трафик на веб-сайт и эффективность различных маркетинговых мероприятий. Мощные, гибкие и очень простые в использовании функции гарантируют невероятное удобство просмотра и анализа данных по трафику. С Google Analytics вы с легкостью настроите точный таргетинг объявлений, повысите эффективность маркетинговых мероприятий и создадите веб-сайты, позволяющие повысить коэффициент конверсии.

Доступ к Google Analytics

Новичок в Google Analytics?
[Зарегистрируйтесь](#)

Нет аккаунта Google?
[Создайте аккаунт прямо сейчас](#)

Войдите, указав аккаунт Google

Электронная почта:

Например: pat@example.com

Пароль:

Остаться в системе

[Не удается войти в аккаунт?](#)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ GOOGLE ANALYTICS
Google Analytics отслеживает статистику в отчетах и автоматически извещает обо всех существенных

РАСШИРЕННАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ
Выделяйте и анализируйте подгруппы трафика с помощью интерактивного компоновщика сегментов.

ГИБКАЯ НАСТРОЙКА
Просматривайте релевантные данные, организованные удобным для вас образом, настроив пользовательские отчеты, пользовательские переменные и API гибкого

Начало работы с Google Analytics

- ✓ Регистрация в Google Analytics
- ✓ Установка кода отслеживания на страницы сайта
- ✓ Привязка аккаунта Google Analytics с аккаунтом AdWords

Аккаунты и профили в Google Analytics

Аккаунт

это набор профилей

доступ на уровне администратора
(администраторам аккаунта
предоставляется доступ ко всем отчетам
и профилям в вашем аккаунте);

настройка связи с аккаунтом AdWords.

Профиль

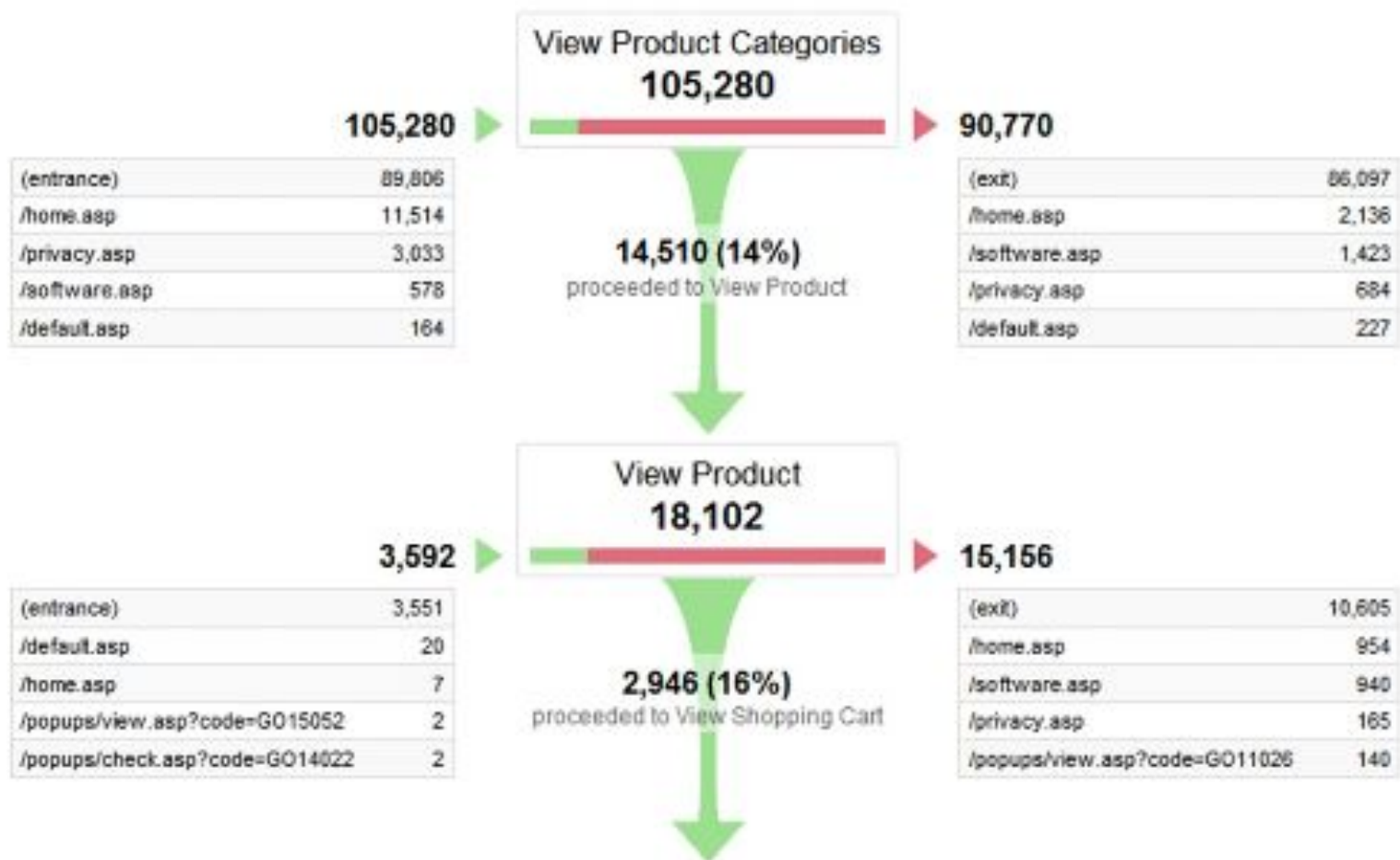
это группа правил и настроек,
определяющих отчеты, которые можно
создать

доступные панели и категории отчетов;
валюта;
исключения параметров запроса URL;
цели и последовательности переходов;
фильтры;
доступ на уровне пользователя;
импорт данных о затратах AdWords (связь
с аккаунтом AdWords устанавливается на
уровне аккаунта).

Цели

- **Целевая страница;**
- **Время пребывания на сайте;**
- **Количество просмотров страниц;**
- **Событие (NEW!)**

Воронка продаж



Модуль e-commerce

Продукты

Просмотры:    

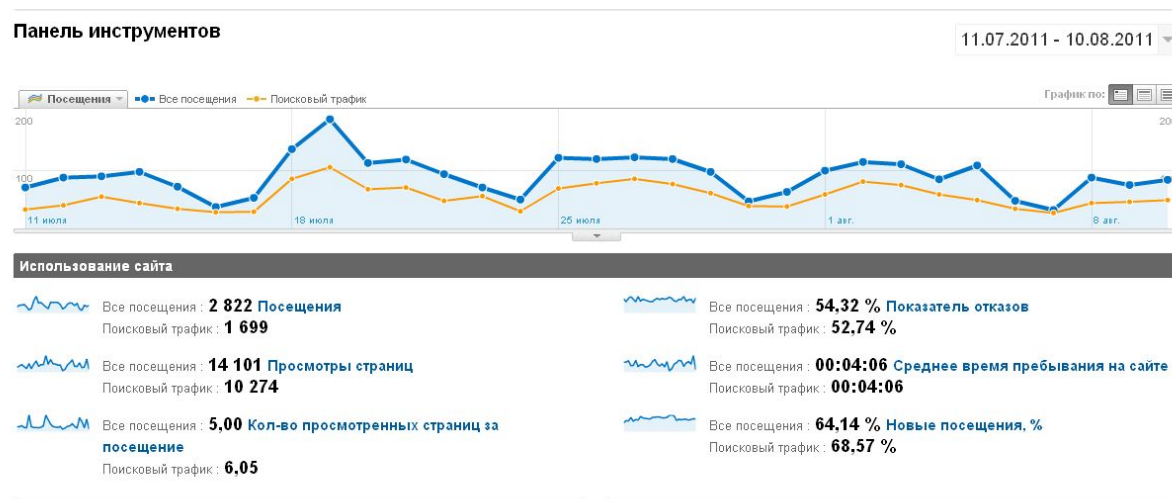
Количество 11 % всего сайта: 100,00 %	Уникальные покупки 8 % всего сайта: 100,00 %	Доход от продукта 8 804,00 \$ % всего сайта: 100,00 %	Средняя цена 800,36 \$ Сайт средн: 800,36 \$ (0,00 %)	Среднее кол-во 1,38 Сайт средн: 1,38 (0,00 %)	
Продукт <input type="text" value="Нет"/>	Количество ↓	Уникальные покупки	Доход от продукта	Средняя цена	Среднее кол-во
1. Напольный кондиционер Cooper&Hunter CH-S09FVX	6	3	4 788,00 \$	798,00 \$	2,00
2. Настенный кондиционер Hitachi RAS-10EH2/RAC-10EH2	3	3	2 400,00 \$	800,00 \$	1,00
3. Осушитель воздуха Ballu BDH-25 I	1	1	320,00 \$	320,00 \$	1,00
4. Приточно вытяжная установка Daikin VAM150FA	1	1	1 296,00 \$	1 296,00 \$	1,00

Источники / канал	Доход	% Доход
google (organic)	7 188,00 \$	81,64 %
(direct) ((none))	1 616,00 \$	18,36 %

[просмотреть весь отчет](#)

Фильтры. Пользовательские отчеты. Сегменты

- Фильтруйте;
- Уточняйте;
- Сегментируйте;



Поиск по сайту

- **Недостающий или «спрятанный» контент;**
- **Неэффективные поисковые результаты;**
- **Ключевые слова, которые заранее не были учтены в поисковых кампаниях.**

Интеграция с AdWords

- **Пометка тегами вручную**

[http://www.mysite.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc
&utm_campaign=summerpromo&utm_term=mykeyword](http://www.mysite.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=summerpromo&utm_term=mykeyword)

- **Автоматическая пометка тегами (только для AdWords)**

www.mysite.com/?gclid=123xyz

Отслеживание событий

- **Обращение в он-лайн чат;**
- **Подписка на RSS, e-mail;**
- **Переход по внешним ссылкам;**
- **Загрузка файла;**
- **Взаимодействие с Flash, AJAX, плеерами;**

Отслеживание доменов и субдоменов

- **Разные единицы;**
- **Передача параметров;**
- **Нужен доступ к обоим сайтам;**

Сравнительный анализ

- **Страниц/посещение – 4,5;**
- **Показатель отказов - 47%;**
- **Средняя длительность пребывания на сайте**
- 5:23;
- **Коэффициент конверсии – 1,5%.**

Google Analytics СВЯЗЫВАЮТ С:

- **Google Adwords;**
- **Google Adsense;**
- **Google Website Optimizer;**
- **Google Custom Search;**
- **Google Webmaster Tools;**

Яндекс Метрика

Вы не найдете в аналитике:

- **Webvisor;**
- **Демографию;**
- **Отложенную конверсию;**
- **Мониторинг доступности;**
- **Карты кликов;**

Проблема первоисточника конверсии

Конверсия привязана к тому источнику, с которого она совершена.

Решение:

- **utm_nooverride=1 в Google Analytics;**
- **отложенная конверсия в Яндекс Метрике;**

Отслеживание звонков

- iStat;
- Целевой звонок Яндекс Метрика;
- Другие.

Принцип:

1 канал трафика = 1 телефонная линия

Ошибки

- **код установлен не на всех страницах;**
- **конфликт скриптов;**
- **ограничение доступа;**
- **ошибки при обработке параметров отслеживания;**
- **ошибки при анализе данных;**



Код установлен не на всех страницах

После установки кода необходимо проверить не только главную страницу, но и основные структурные составляющие:

- **блог;**
- **форум;**
- **галерею;**
- **каталог статей и т.д.**

Код установлен не на всех страницах

The screenshot shows a web browser displaying a page for a conference. The page header includes the logo '8P' and the title 'КОНФЕРЕНЦИЯ' with the subtitle '«8P: Интернет-маркетинг в Украине»'. There are social media icons for Facebook, VK, and Twitter. A breadcrumb trail reads 'Главная » Программа конференции'. A left sidebar contains navigation links: 'О конференции', 'Программа', 'Стоимость / Оплата', 'Afterparty', 'Для шефа', 'Для гостей города', 'Докладчики и участники', and 'Контакты'. At the bottom, there is a subscription form with the text 'Ваш E-mail' and 'Подписаться'. A context menu is open over the page, listing various actions such as 'Назад', 'Вперед', 'Вернуться', 'Быстро перейти', 'Обновить', 'Создать закладку страницы...', 'Печать...', 'Проинспектировать элемент', 'Исходный код' (highlighted), 'Соблюдены ли веб-стандарты', 'Открыть в', 'Блокировать содержимое...', 'Настройки для сайта...', and 'Во весь экран'.

Код установлен не на всех страницах

Поиск (CTRL+F)

Ga.js – Google Analytics



Metrika – Яндекс Метрика



Казус

На Интернет-магазине тренажеров появляется значительный трафик по детским бассейнам, которые на сайте не представлены.

Причина:

Лень программистов.

Конфликт скриптов

**Данные не поступают в аккаунт или
поступают совершенно неправильные
данные.**

Решение:

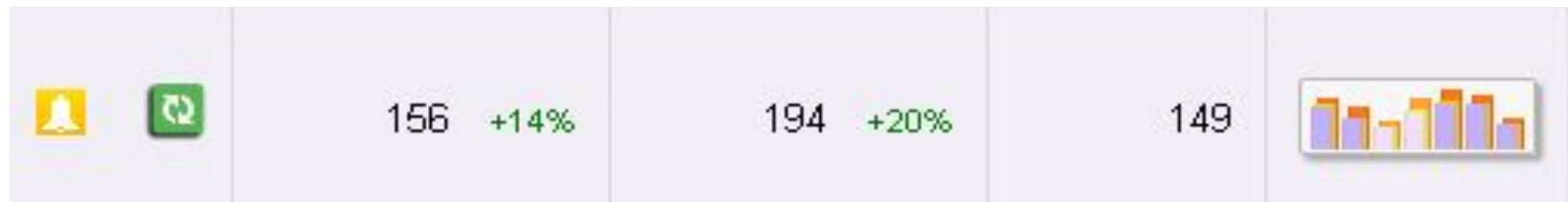
Переустановить код системы аналитики.

Кейс

Яндекс Метрика Вверху страницы



Внизу страницы



Ограничения доступа

Введите информацию о пользователе

Адрес эл. почты: (Должен быть аккаунт Google. [Подробнее.](#))

Тип доступа: ▾

Разрешить доступ

Доступные профили веб-сайта

zablago.com.ua

1

2

Добавить»

«Удалить



Обратите внимание, что администраторы аккаунта имеют доступ ко **всем** отчетам и профилям в вашем аккаунте.

Сохранить изменения

Отмена

3

Ошибка при обработке параметров отслеживания

- **Пометка тегами вручную**

[http://www.mysite.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc
&utm_campaign=summerpromo&utm_term=mykeyword](http://www.mysite.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=summerpromo&utm_term=mykeyword)

- **Автоматическая пометка тегами**

www.mysite.com/?gclid=123xyz

- **Иногда: 404 Error**

Ошибки при анализе данных

- учитывайте больше одного показателя;
- ориентируйтесь на тренды;



Кейс

Клиент: Хостинг-провайдер

Проблема: “Контекст работает в ноль”

Решение: http://www.site.com/?utm_nooverride=1

**Результат: исправление погрешности в
87%**



Выводы

- 1. Максимально используйте доступный функционал.**
- 2. Всегда проверяйте результаты установки и настройки.**
- 3. При анализе результатов ориентируйтесь на тенденции.**

Литература

- **Джерри Ледфорд, Мэри Тайлер - Google Analytics 2.0. Анализ веб-сайтов**
- **Интерактивный курс по Google Analytics (англ.);**
- **Яндекс Метрика (справка);**

СПАСИБО и УДАЧИ!

aworonyuk@web-promo.com.ua

<http://www.facebook.com/anton.woronyuk>

<http://twitter.com/googleseosecret>

<http://www.web-promo.com.ua/Blog/>