



Анализируем рекламу и повышаем  
ее эффективность с помощью  
Google Analytics

Обучающие вебинары от eLama

# План вебинара

1. Установка и настройка счётчика GA
2. Настройка Целей
3. Анализ трафика в Google Analytics
4. Связка с AdWords, Ремаркетинг
5. Анализ эффективности РК
6. Поиск проблем и их решение
7. Бонусы



**Давайте знакомиться**



elama





elama





elama





# Аналитика — зачем это?



(С) Питер Друкер

# Сервисы веб-аналитики

- Яндекс.Метрика
- **Google Analytics**



# Google Analytics

Anywhere. Anytime.



## Настройка и установка счётчика

# Установка счётчика

← → ↻ Защищено | <https://www.google.com/analytics/> ☆

Google Analytics

Главная Возможности Обучение Партнеры Справка Войти или **Зарегистрироваться**

**Веб-аналитика корпоративного уровня**  
Платформа мирового класса от Google. Подробнее...

Главная страница | Стандартные отчеты | Мои отчеты

Моя сводка

**Посещения за день**

**Типы трафика**

- Фиды: 26,70%
- Бесплатный поиск: 24,90%
- Переход: 23,05%
- Прямой: 14,85%
- Эл. почта: 7,35%

**Длительность пребывания на сайте по странам**

Страна	Посещения	Ср. длит. пребыв. на сайте
США	67 445	00:01:54
Великобритания	18 948	00:01:37
Индия	8 882	00:00:58
Канада	6 371	00:01:02
Германия	5 845	00:00:32
Франция	5 243	00:00:38

# Установка счётчика



k.naychukov@elama.ru

Выполните 3 шага, чтобы начать анализировать трафик своего веб-сайта

1 Зарегистрируйтесь в Google Analytics



Предоставьте основную информацию о сайте, который вы планируете отслеживать.

2 Размещение кода отслеживания



Вы получите код отслеживания, который необходимо разместить на своих страницах, чтобы система Google получала данные о посещениях сайта.

3 Подробная информация об аудитории



Через несколько часов появится первая статистика по вашему сайту.

Начните работу с Google Analytics

**Регистрация**

Зарегистрируйтесь сейчас – это просто и бесплатно!

# Установка счётчика



## Новый аккаунт

Что вы хотите отслеживать?

Веб-сайт

Мобильное приложение

## Метод отслеживания

На этом ресурсе используется Universal Analytics. Чтобы завершить настройку, нажмите [Получить идентификатор отслеживания](#) и добавьте фрагмент кода отслеживания Universal Analytics на ресурс.

## Настройка аккаунта

**Название аккаунта** обязательно

В аккаунтах может быть более одного идентификатора отслеживания.

Фабрика Кликов

# Установка счётчика

Настройка ресурса

Название сайта обязательно

fabrikaklikov.ru

URL веб-сайта обязательно

http://

fabrikaklikov.ru

Отрасль ?

Бизнес и промышленность

Часовой пояс отчетов

Казахстан

(GMT+06:00) Алматы

# Установка счётчика

## Настройки совместного использования данных ?

Мы гарантируем полную конфиденциальность данных, которые собираются, хранятся и обрабатываются в Google Analytics ("данных Google Analytics"). Они используются для [функционирования сервиса и выполнения важных системных операций](#), а также изредка в юридических целях в соответствии с [Политикой конфиденциальности](#).

Функция предоставления доступа к данным позволяет управлять доступом к данным Google Analytics. [Подробнее...](#)

☒ **Продукты и сервисы Google** [РЕКОМЕНДУЕТСЯ](#)

Разрешить Google использовать мои данные, не содержащие личной информации, для усовершенствования продуктов и сервисов. *При отключенной функции данные все равно будут передаваться в другие сервисы Google, связанные с вашим аккаунтом. Просмотреть и изменить настройки для каждого ресурса можно в разделе [Связь с другими продуктами](#).*

☒ **Сравнение** [РЕКОМЕНДУЕТСЯ](#)

Разрешив сбор анонимных данных и их агрегирование, вы сможете воспользоваться публикациями, сравнением и другими функциями для анализа существующих тенденций. Google удалит всю информацию, на основе которой можно идентифицировать сайт, и объединит ваши данные с другими.

☒ **Техническая поддержка** [РЕКОМЕНДУЕТСЯ](#)

Разрешить специалистам службы поддержки Google доступ к вашему аккаунту и данным Google Analytics, если это потребуется для работы сервиса или решения технических проблем.

☒ **Специалисты по аккаунтам** [РЕКОМЕНДУЕТСЯ](#)

Предоставить специалистам Google по маркетингу и продажам доступ к данным и аккаунту Google Analytics, чтобы получать от них советы по оптимизации. Если вам не назначили специалиста по продажам, вы можете предоставить доступ уполномоченному представителю Google.

Узнайте, как организована [защита данных](#) в Google Analytics.

Используется аккаунтов: 0 из 100.

Получить идентификатор отслеживания

Отмена

# Установка счётчика

☐ Я также соглашаюсь с [условиями в отношении обработки данных](#) в соответствии с требованиями Генерального регламента ЕС о защите персональных данных (GDPR). [Подробнее...](#)

### Дополнительные условия в отношении данных, предоставляемых вами компании Google

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

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

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

#### Google Measurement Controller-Controller Data Protection Terms

The Measurement Services customer agreeing to these terms ("**Customer**") has entered into an agreement with either Google or a third party reseller (as applicable) for the provision of the Measurement Services (as amended from time to time, the "**Agreement**") through which services user interface Customer has enabled the Data Sharing Setting. These Google Measurement Controller-Controller Data Protection Terms ("**Controller Terms**") are entered into by Google and Customer. Where the Agreement is between Customer and Google, these Controller Terms supplement the Agreement. Where the Agreement is between Customer and a third party reseller, these Controller Terms form a separate agreement between Google and Customer. For the avoidance of doubt, the provision of the Measurement Services is governed by the Agreement. These Controller Terms set out the data protection provisions relating to the Data Sharing Setting only but do not otherwise apply to the provision of the Measurement Services. Subject to Section 7.2 (Processor Terms),

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

Принимаю

Не принимаю



# Установка счётчика

Все аккаунты > fabrikalikov.ru

Все данные по веб-сайту ▾

Администратор Пользователь

Ресурс + Создать ресурс

fabrikalikov.ru

Настройки ресурса

Управление доступом

js Отслеживание

Код отслеживания

Сбор данных

Хранение данных

User ID

Настройки сеанса

Источники обычных результатов поиска

Список исключаемых источников перехода

Список исключаемых поисковых запросов

Связь с другими продуктами

Связь с AdWords

Связь с AdSense

Связь с Ad Exchange

Идентификатор отслеживания

UA-122366906-1

Статус

Данные о трафике не поступают в течение последних 48 часов. [Learn more](#)

Отслеживание веб-сайтов

Global Site Tag (gtag.js)

Далее приведен код отслеживания Global Site Tag (gtag.js) для этого ресурса. Скопируйте его и вставьте в качестве первого элемента в разделе <HEAD> каждой страницы, которую нужно отслеживать. Если на странице уже есть Global Site Tag, просто добавьте в него строку **config** из фрагмента ниже.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-122366906-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-122366906-1');
</script>
```


С кодом Global Site Tag (gtag.js) вам будет проще реализовать на своих ресурсах теги для инструментов аналитики, ремаркетинга и отслеживания конверсий Google. Вы также получите возможность сразу применять новые динамические функции и выполнять интеграцию между сервисами. [Подробнее...](#)

Диспетчер тегов Google

Если у вас много тегов отслеживания, управляйте ими с помощью бесплатного инструмента – Диспетчера тегов Google. Мы рекомендуем применять его в следующих случаях:

- вы используете несколько инструментов отслеживания, для которых требуется добавление тегов на сайт;

© Google, 2018 | [Главная страница Google Analytics](#) | [Условия использования](#) | [Политика конфиденциальности](#) | [Отправить отзыв](#)



# Настройка счётчика

Все аккаунты > fabrikaklikov.ru  
Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс: [+ Создать ресурс](#)  
fabrikaklikov.ru

Настройки ресурса  
Управление доступом  
.js Отслеживание  
**Код отслеживания**  
Сбор данных  
Хранение данных  
User ID  
Настройки сванса  
Источники обычных результатов поиска  
Список исключаемых источников перехода  
Список исключаемых поисковых запросов

СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ  
Связь с AdWords  
Связь с AdSense  
Связь с Ad Exchange

Идентификатор отслеживания: UA-122366906-1  
Статус: Данные о трафике не поступают в течение последних 48 часов. [Learn more](#)

Отслеживание веб-сайтов  
**Global Site Tag (gtag.js)**  
Далее приведен код отслеживания Global Site Tag (gtag.js) для этого ресурса. Скопируйте его и вставьте в качестве первого элемента в разделе <HEAD> каждой страницы, которую нужно отслеживать. Если на странице уже есть Global Site Tag, просто добавьте в него строку **config** из фрагмента ниже.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->  
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-122366906-1"></script>  
<script>  
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}  
  gtag('js', new Date());  
  
  gtag('config', 'UA-122366906-1');  
</script>
```

С кодом Global Site Tag (gtag.js) вам будет проще реализовать на своих ресурсах теги для инструментов аналитики, ремаркетинга и отслеживания конверсий Google. Вы также получите возможность сразу применять новые динамические функции и выполнять интеграцию между сервисами. [Подробнее...](#)

**Диспетчер тегов Google**  
Если у вас много тегов отслеживания, управляйте ими с помощью бесплатного инструмента – Диспетчера тегов Google. Мы рекомендуем применять его в следующих случаях:

- вы используете несколько инструментов отслеживания, для которых требуется добавление тегов на сайт;

© Google, 2018 | [Главная страница Google Analytics](#) | [Условия использования](#) | [Политика конфиденциальности](#) | [Отправить отзыв](#)

# Настройка счётчика

The screenshot displays the Google Analytics Admin interface for the account 'fabrikalnikov.ru'. The interface is divided into three main columns: Account (Аккаунт), Resource (Ресурс), and View (Представление). Each column has a 'Create' button and a list of settings.

**Account (Аккаунт):** fabrikalnikov.ru

- Настройки аккаунта
- Управление доступом
- Все фильтры
- История изменений
- Корзина

**Resource (Ресурс):** fabrikalnikov.ru

- Настройки ресурса
- Управление доступом
- .js Отслеживание
- связь с другими продуктами**
- Связь с AdWords
- Связь с AdSense
- Связь с Ad Exchange
- Все продукты
- Возврат данных
- Настройки аудитории
- Пользовательские определения

**View (Представление):** Все данные по веб-сайту

- Настройки представления
- Управление доступом
- Цели
- Группы контента
- Фильтры
- Настройки канала
- Настройки электронной торговли
- Вычисляемые показатели **БЕТА**
- ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ**
- Сегменты
- Заметки

© Google, 2018 | [Главная страница Google Analytics](#) | [Условия использования](#) | [Политика конфиденциальности](#) | [Отправить отзыв](#)

# Настройка счётчика

The screenshot displays the eLama dashboard interface. At the top, the breadcrumb navigation shows 'Все аккаунты > fabrikalnikov.ru' and the main heading is 'Все данные по веб-сайту'. Below this, there are tabs for 'АДМИНИСТРАТОР' and 'ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ'. The dashboard is divided into three main columns:

- Аккаунт (Account):** Includes a '+ Создать аккаунт' button and a list of settings: 'Настройки аккаунта' (highlighted), 'Управление доступом', 'Все фильтры', 'История изменений', and 'Корзина'.
- Ресурс (Resource):** Includes a '+ Создать ресурс' button and a list of settings: 'Настройки ресурса' (highlighted with a red arrow), 'Управление доступом', '.js Отслеживание', and a section 'связь с другими продуктами' containing 'Связь с AdWords', 'Связь с AdSense', 'Связь с Ad Exchange', and 'Все продукты'. Below this is 'Возврат данных' and 'Настройки аудитории'.
- Представление (Presentation):** Includes a '+ Создать представление' button and a list of settings: 'Настройки представления', 'Управление доступом', 'Цели', 'Группы контента', 'Фильтры', 'Настройки канала', 'Настройки электронной торговли', and 'Вычисляемые показатели БЕТА'.

At the bottom of the dashboard, there is a footer with the text: '© 2018 | Главная страница Google Analytics | Условия использования | Политика конфиденциальности | Отправить отзыв'.

# Настройка счётчика

Все аккаунты > fabrikaklikov.ru  
Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс: [+ Создать ресурс](#)  
fabrikaklikov.ru

**Настройки ресурса**

- Управление доступом
- js Отслеживание
- связь с другими продуктами
  - Связь с AdWords
  - Связь с AdSense
  - Связь с Ad Exchange
- Все продукты
- Возврат данных
- Настройки аудитории
  - Аудитории
  - Динамические атрибуты

**Представление по умолчанию**  
Все данные по веб-сайту ▾

**Отрасль**  
Бизнес и промышленность ▾

**Расширенные настройки**

- ☒ Разрешить пометку вручную (значения UTM), замещающую автоматическую пометку (значения OCLID) для интеграции AdWords и DoubleClick Search ?

Число обращений к ресурсу

Последний день: Нет обращений

Последние 7 дней: Нет обращений

Последние 30 дней: Нет обращений

**Функции для рекламодателей**

**Включить демографические отчеты и отчеты по категориям интересов ?**  
Отчеты по демографическим группам и категориям интересов содержат данные о возрасте, поле и интересах пользователей. Чтобы просматривать их, включите функции для рекламодателей. [Подробнее...](#)

☒ Вкл.

**Статистика страницы**

**Использовать улучшенную атрибуцию ссылок**  
Улучшенная атрибуция ссылок позволяет получать более подробную статистику по ссылкам на сайте. Чтобы включить эту функцию, нужно внести небольшие изменения в код.

© Google, 2018 | [Главная страница Google Analytics](#) | [Условия использования](#) | [Политика конфиденциальности](#) | [Отправить отзыв](#)

# Настройка счётчика

Все аккаунты > fabrikalnikov.ru

Все данные по веб-сайту ▾

ADMINISTRATOR ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс: [+ Создать ресурс](#)

fabrikalnikov.ru

- Настройки ресурса
- Управление доступом
- .js Отслеживание**
  - Код отслеживания
  - Сбор данных**
  - Хранение данных
  - User ID
  - Настройки сванса
  - Источники обычных результатов поиска
  - Список исключаемых источников перехода
  - Список исключаемых поисковых запросов
- СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ
  - Связь с AdWords
  - Связь с AdSense
  - Связь с Ad Exchange

## Сбор данных в функциях для рекламодателей

Включая функции для рекламодателей, вы даете указание системе Google Analytics собирать дополнительную информацию о трафике (помимо обычной статистики). Прежде чем это сделать, убедитесь, что вы соблюдаете действующие правила. Чтобы собирать данные для ремаркетинга, также необходимо включить функции отчетов по рекламе. [Подробнее...](#)

Примечание. Активируя эти переключатели, вы разрешаете Google Analytics автоматически собирать информацию о вашем трафике. Выключите их, если вы не хотите собирать данные о функциях для рекламодателей. Также убедитесь, что вы не активировали сбор данных по этим функциям в тегах Google Analytics.

### Ремаркетинг

Включает сбор данных для ремаркетинга в поисковой и контекстно-медийной сетях, в том числе сведений о пользователях, которые вошли в аккаунт Google, включили в нем историю просмотра веб-страниц и приложений и разрешили использовать эту информацию для персонализации рекламы. Google Analytics временно связывает идентификаторы пользователей с данными Google Analytics для заполнения аудиторий. Вы должны соблюдать [правила использования функций для рекламодателей в Google Analytics](#), в том числе правила в отношении деликатных категорий и уведомления конечных пользователей о сборе информации и передаче ее в Google.

☒ Вкл.

### Функции отчетов по рекламе

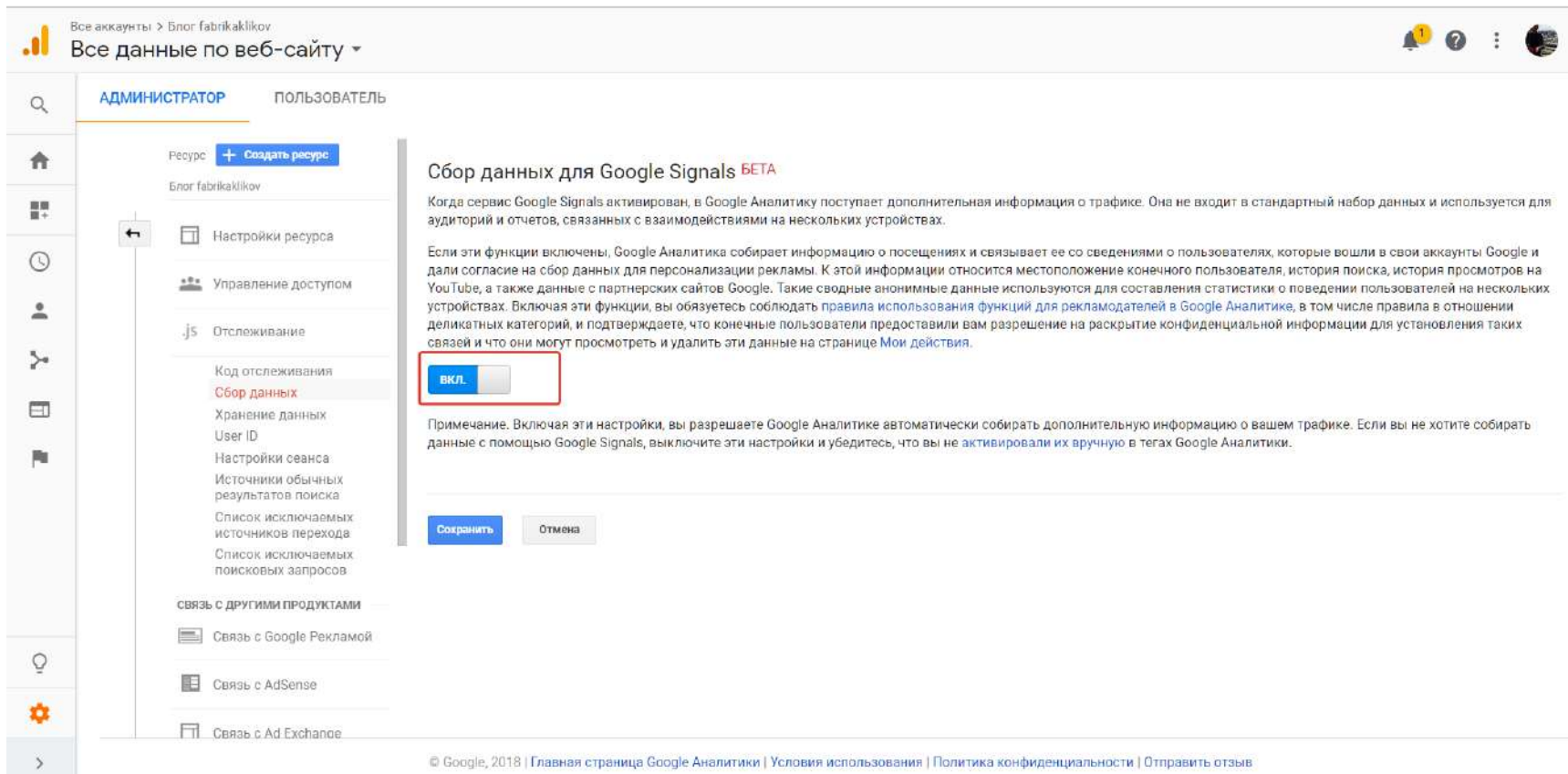
Включает отчеты по рекламе, в том числе отчеты по демографическим данным и категориям интересов, отчеты DoubleClick Campaign Manager и DoubleClick Bid Manager, отчеты о показах в контекстно-медийной сети и т. д. [Подробнее...](#)

☒ Вкл.

[Сохранить](#) [Отмена](#)

© Google, 2018 | Главная страница Google Analytics | Условия использования | Политика конфиденциальности | Отправить отзыв

# Настройка счётчика



Всё аккаунты > Блог fabrikalnikov  
Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс [+ Создать ресурс](#)  
Блог fabrikalnikov

- Настройки ресурса
- Управление доступом
- .js Отслеживание
  - Код отслеживания
  - Сбор данных**
  - Хранение данных
  - User ID
  - Настройки сванса
  - Источники обычных результатов поиска
  - Список исключаемых источников перехода
  - Список исключаемых поисковых запросов
- СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ
  - Связь с Google Рекламой
  - Связь с AdSense
  - Связь с Ad Exchange

### Сбор данных для Google Signals BETA

Когда сервис Google Signals активирован, в Google Аналитику поступает дополнительная информация о трафике. Она не входит в стандартный набор данных и используется для аудиторий и отчетов, связанных с взаимодействиями на нескольких устройствах.

Если эти функции включены, Google Аналитика собирает информацию о посещениях и связывает ее со сведениями о пользователях, которые вошли в свои аккаунты Google и дали согласие на сбор данных для персонализации рекламы. К этой информации относится местоположение конечного пользователя, история поиска, история просмотров на YouTube, а также данные с партнерских сайтов Google. Такие сводные анонимные данные используются для составления статистики о поведении пользователей на нескольких устройствах. Включая эти функции, вы обязуетесь соблюдать [правила использования функций для рекламодателей в Google Аналитике](#), в том числе правила в отношении деликатных категорий, и подтверждаете, что конечные пользователи предоставили вам разрешение на раскрытие конфиденциальной информации для установления таких связей и что они могут просмотреть и удалить эти данные на странице [Мои действия](#).

☒ Вкл. ☐

Примечание. Включая эти настройки, вы разрешаете Google Аналитике автоматически собирать дополнительную информацию о вашем трафике. Если вы не хотите собирать данные с помощью Google Signals, выключите эти настройки и убедитесь, что вы не [активировали их вручную](#) в тегах Google Аналитики.

[Сохранить](#) [Отмена](#)

© Google, 2018 | [Главная страница Google Аналитики](#) | [Условия использования](#) | [Политика конфиденциальности](#) | [Отправить отзыв](#)



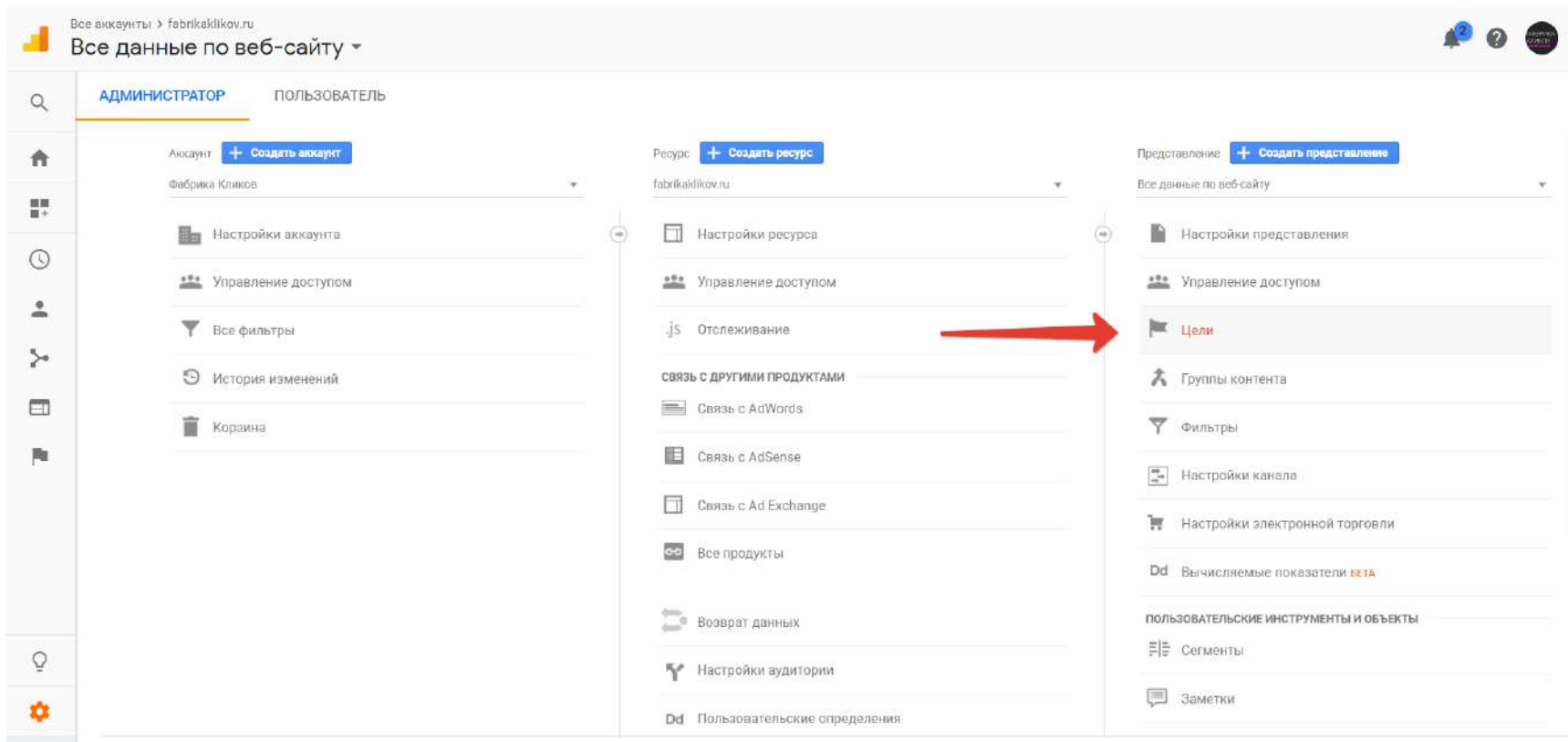
# Google Tag Manager

- Устанавливается один контейнер, в который можно устанавливать теги ремаркетинга и прочие счётчики
- Чтобы не дергать каждый раз программиста
- Для реализации тонких настроек надо самому быть немного программистом



# Настройка Целей

# Настройка Цели в GA



The screenshot displays the Google Analytics Admin interface for the account 'fabrikadikov.ru'. The interface is organized into three main columns: Account (Аккаунт), Resource (Ресурс), and View (Представление). A red arrow points to the 'Goals' (Цели) option in the View column, which is highlighted in grey. The 'Goals' (Цели) option is located under the 'Goals' (Цели) section of the View column. The 'Goals' (Цели) section is also highlighted in the 'Goals' (Цели) section of the View column. The 'Goals' (Цели) section is also highlighted in the 'Goals' (Цели) section of the View column.

Всё аккаунты > fabrikadikov.ru  
Все данные по веб-сайту

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Аккаунт + Создать аккаунт  
Фабрика Кликов

Настройки аккаунта  
Управление доступом  
Все фильтры  
История изменений  
Корзина

Ресурс + Создать ресурс  
fabrikadikov.ru

Настройки ресурса  
Управление доступом  
Отображение

СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ

Связь с AdWords  
Связь с AdSense  
Связь с Ad Exchange  
Все продукты  
Возврат данных  
Настройки аудитории  
Пользовательские определения

Представление + Создать представление  
Все данные по веб-сайту

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

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

Сегменты  
Заметки

# Настройка Цели в GA

Все аккаунты > fabrikalikov.ru

Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление + Создать представление

Все данные по веб-сайту

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

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

- Сегменты
- Заметки

+ ЦЕЛЬ Импортировать из галереи Поиск

<input type="checkbox"/>	Цель	Идентификатор	Тип цели	Конв. за последние 7 дней	Запись
Нет данных					

Остались 20 целей

© Google, 2018 | Главная страница Google Analytics | Условия использования | Политика конфиденциальности | Отправить отзыв

# Настройка Цели в GA

АДМИНИСТРАТОР    ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление **+ Создать представл**

Все данные по веб-сайту

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

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

- Сегменты

### ЗАПРОС

- ☐ Просмотреть подробную информацию    Просмотренная подробная информация о товаре или услуге
- ☐ Связаться с нами    Просмотр номера телефона, маршрута, эл. адреса или окна чата
- ☐ Получить оценку    Запрошенное оценочное значение цены или времени
- ☐ Просмотреть доступные ресурсы    Просмотренный ресурс или план
- ☐ Найти местоположение    Просмотренная информация о местоположении или посреднике

### ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

- ☐ Воспроизвести медиаконтент    Воспроизведение интерактивного медиаконтента, например видео, слайд-шоу или демонстрации товара
- ☐ Умная цель    Умные цели недоступны

Отслеживать посещения сайта с наибольшим количеством взаимодействий и автоматически преобразовывать их в цели, а затем использовать полученные данные о целях для оптимизации ставок в AdWords. [Подробнее...](#)

☒ **Собственная**

**Далее**    **Отмена**

2 Описание цели

3 Подробные сведения о цели

**Отмена**



# Цель на посещение страницы

Заявка на прайс-лист

**Идентификатор целевого рекламного места**  
Идентификатор цели 1/набор целей 1 ▾

**Тип**

- ☒ Целевая страница пример: thanks.html
- ☐ Продолжительность пример: не менее 5 минут
- ☐ Страниц/экранов за сеанс пример: 3 страницы
- ☐ Событие пример: просмотр видео
- ☐ Умная цель Умные цели недоступны

Отслеживать посещения сайта с наибольшим количеством взаимодействий и автоматически преобразовывать их в цели, а затем использовать полученные данные о целях для оптимизации ставок в AdWords. [Подробнее...](#)

Далее

Отмена

3

Подробные сведения о цели

Отмена

# Настройка Цели в GA

тип цели: *переход*

**3** Подробные сведения о цели

**Переход**

☐ С учетом регистра

Например, укажите *Моя экран* для приложения и */thankyou.html* вместо *www.example.com/thankyou.html* для веб-страницы.

**Ценность** Необязательно

\$USD

Назначьте ценность конверсии в денежном выражении. [Подробнее...](#) Отключите для транзакции ценность цели и используйте отслеживание электронной торговли и отчеты, чтобы просматривать данные о доходе. [Подробнее...](#)

**Последовательность** Необязательно

Укажите путь к цели, по которому вы ожидаете получать трафик. Это поможет выявить наиболее важные участки.

---

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

---



# Цель на посещение страницы

Все аккаунты > fabrikalnikov.ru

Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление: + Создать представление

Все данные по веб-сайту

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

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

- Сегменты
- Заметки

+ ЦЕЛЬ Импортировать из галереи Поиск

<input type="checkbox"/>	Цель	Идентификатор	Тип цели	Конв. за последние 7 дней	Запись
<input type="checkbox"/>	Заявка на прайс-лист	Идентификатор цели: 1/ набор целей: 1	Цель	0	<input type="button" value="Вкл"/>

Остались 19 целей

© Google, 2018 | Главная страница Google Analytics | Условия использования | Политика конфиденциальности | Отправить отзыв



**У нас 70% продажа через телефон!**

# Вариант проще и надёжнее

- Подключить динамический колтрекинг и интегрировать его с CRM и GA



# Возможности интерфейса GA



# Сравнение периодов

## Весь трафик

Настроить Эл. почта Экспортировать ▾ Добавить в сводку Ярлыки



Все сеансы  
+0,00 %

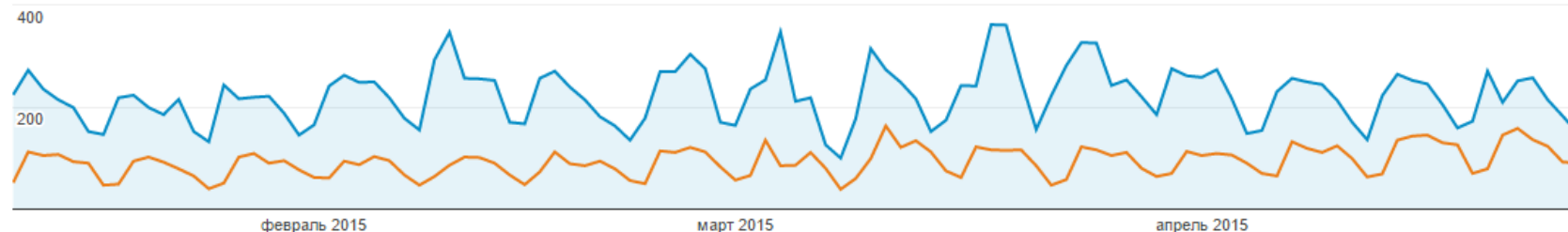
Статистика

Сводка Использование сайта Набор целей 1 Электронная торговля

Сеансы ▾ И Выбор показателя

12.01.2015 - 26.04.2015: ● Сеансы

12.01.2014 - 26.04.2014: ● Сеансы



12 янв. 2015 г. - 26 апр. 2015 г.  
Сравнить с: 12 янв. 2014 г. - 26 апр. 2014 г.

февраль 2015							март 2015							апрель 2015						
п	в	с	ч	п	с	в	п	в	с	ч	п	с	в	п	в	с	ч	п	с	в
					1						1			1	2	3	4	5		
2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28		23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30			
						30	31													

Диапазон дат: ▾

12 янв. 2015 г. - 26 апр. 2015 г.

☒ Сравнить с: ▾

12 янв. 2014 ▾

Выбрать

Предыдущий период

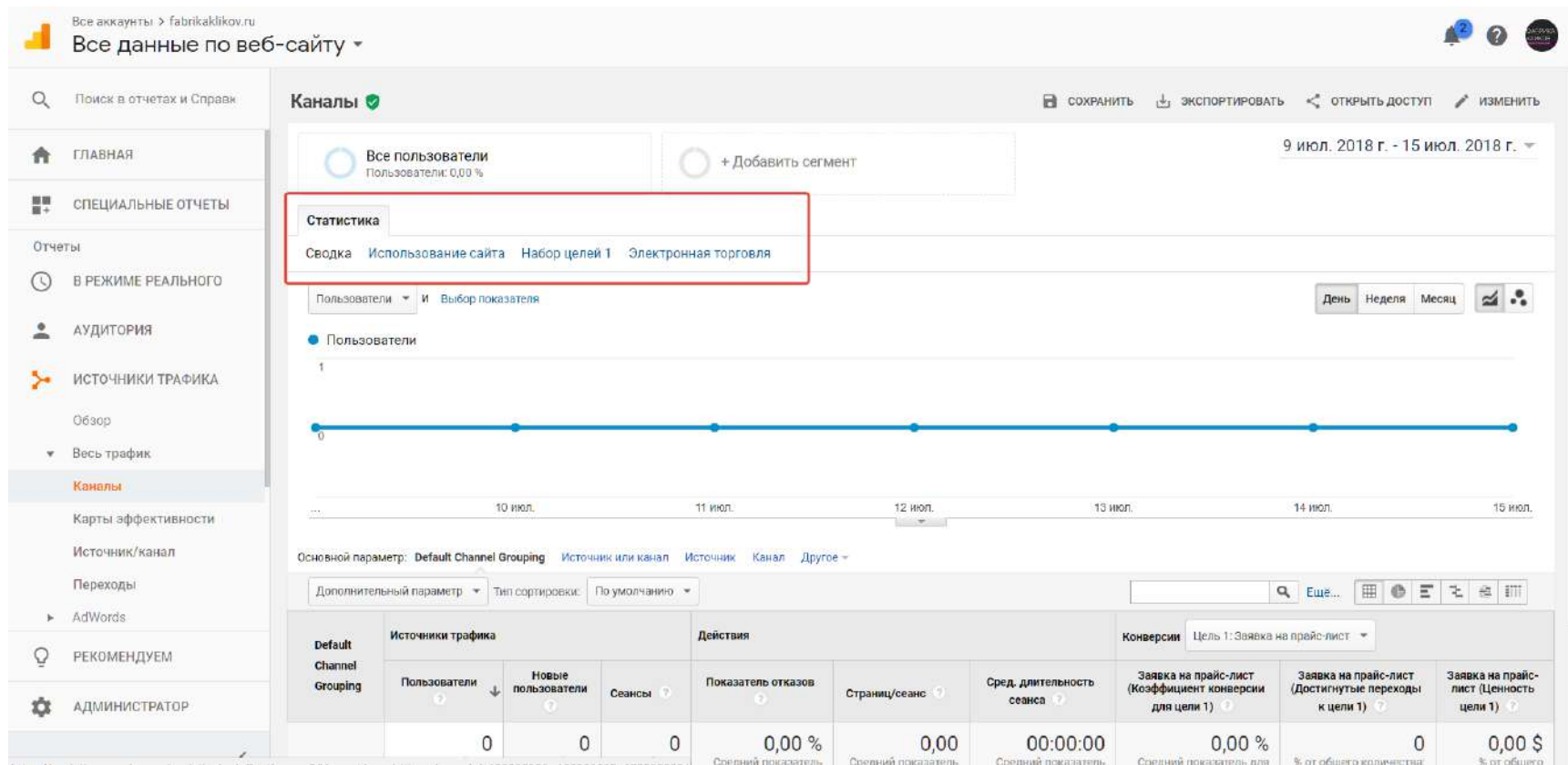
Предыдущий год

Применить

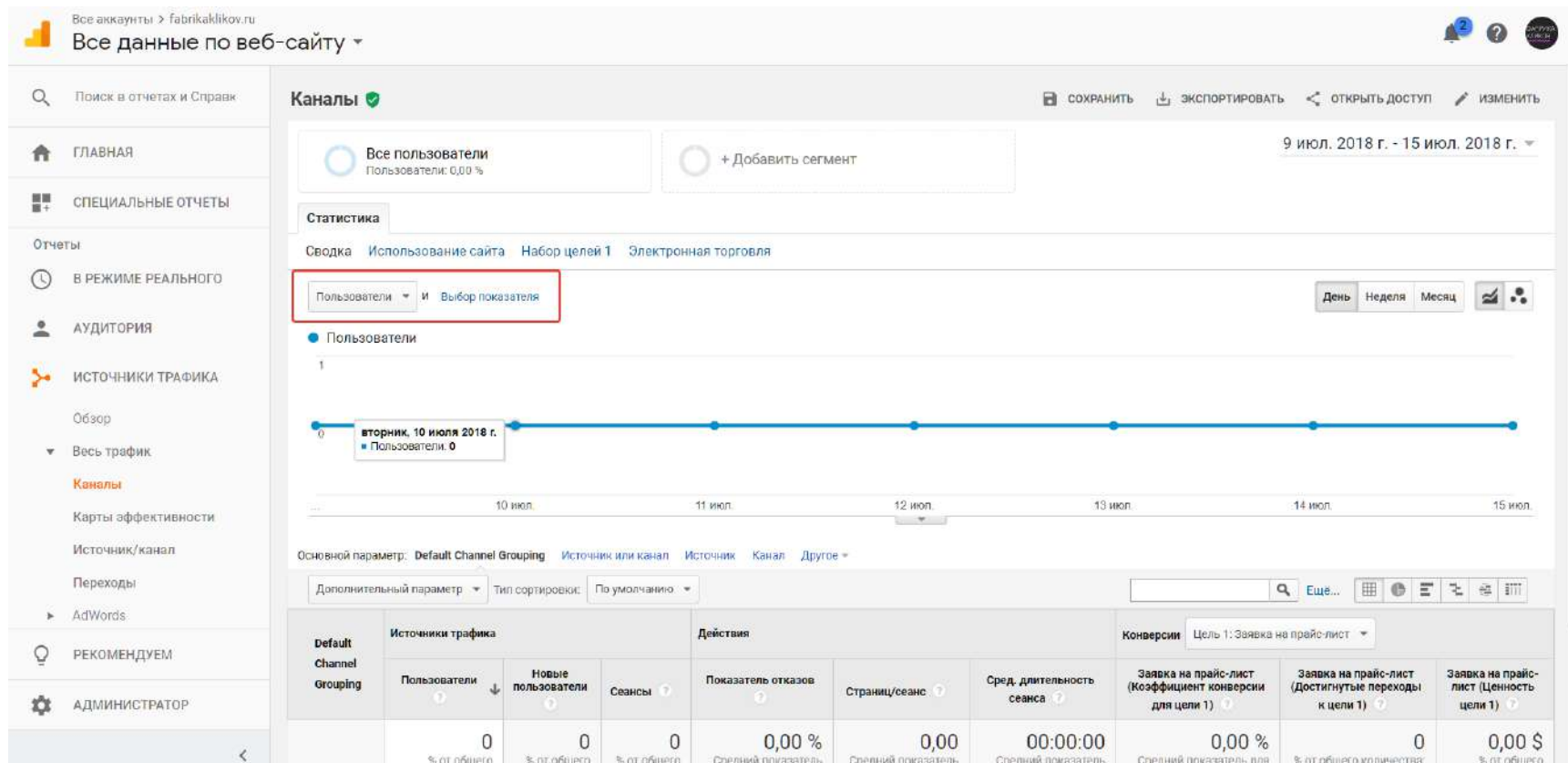
День Неделя Месяц



# Режимы отчета

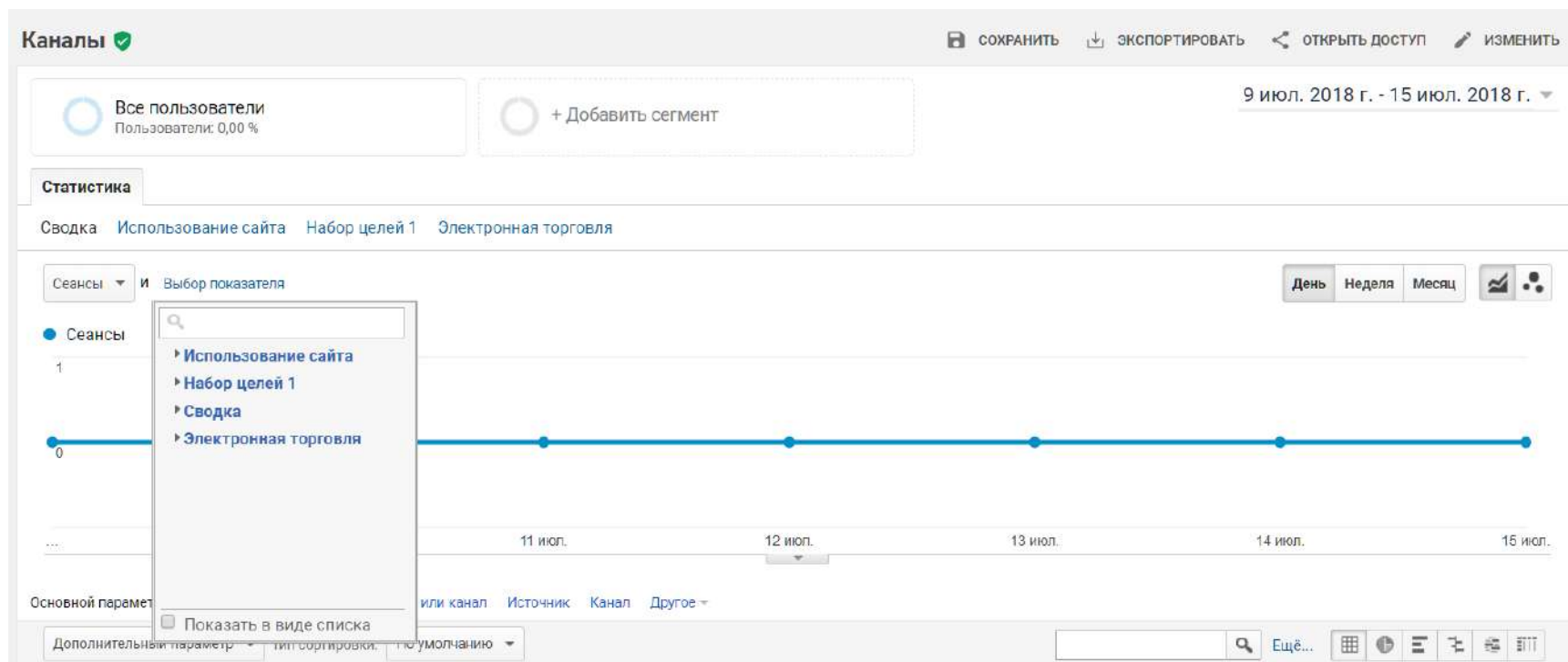


# Наложение показателей

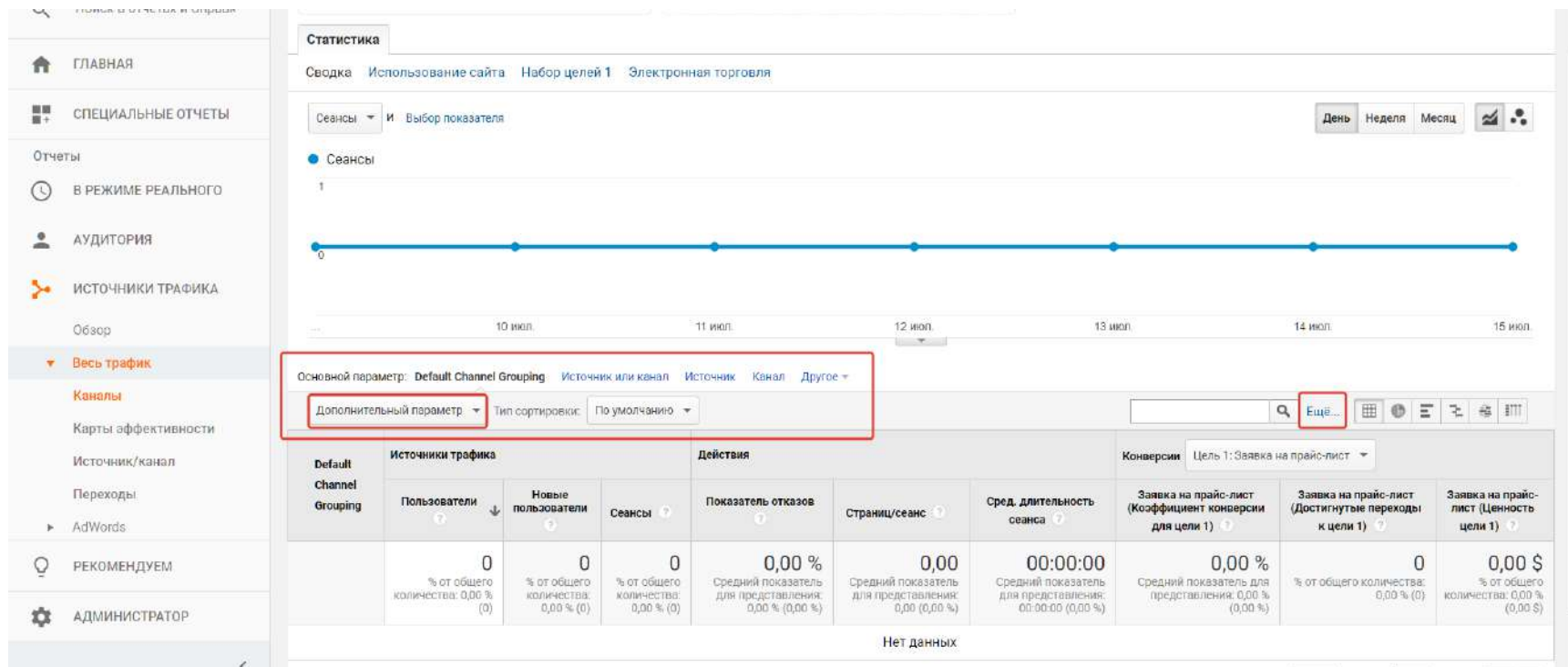




# Наложение показателей



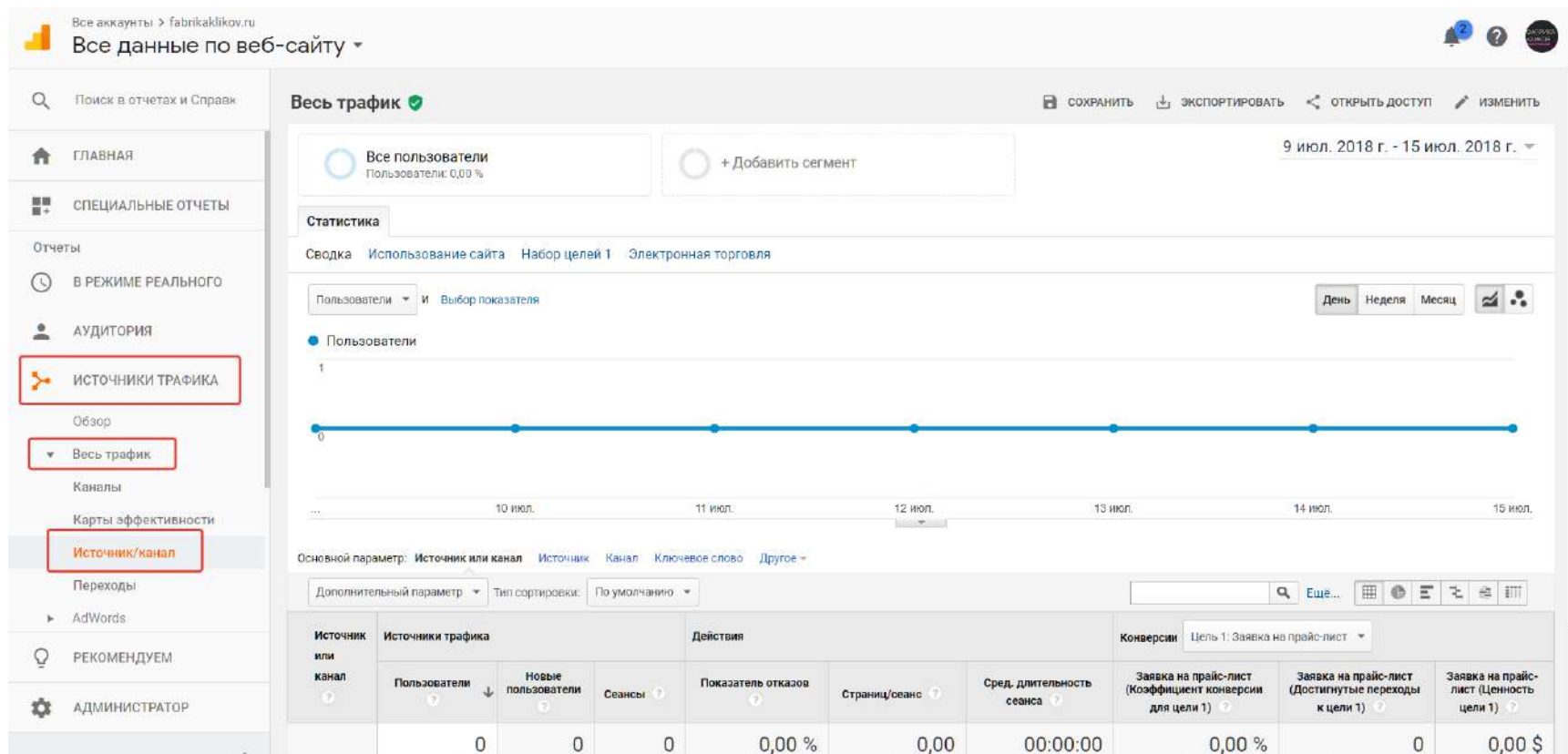
# Настройки таблицы





**3 главных отчёта**

# Весь трафик



# Весь трафик

Источник или канал ?	Сеансы ? ↓	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Новые сеансы, % ?	Показатель отказов ?
<b>Пользователи из Москвы</b>	<b>2 406</b> % от общего количества: 38,35 % (6 274)	<b>4,82</b> Средний показатель для представления: 4,99 (-3,41 %)	<b>00:02:00</b> Средний показатель для представления: 00:02:30 (-19,81 %)	<b>71,90 %</b> Средний показатель для представления: 63,82 % (12,67 %)	<b>2,00 %</b> Средний показатель для представления: 5,05 % (-60,52 %)
1. yandex_direct / cpc	1 250 (51,95 %)	4,91	00:01:54	68,16 %	1,92 %
2. (direct) / (none)	296 (12,30 %)	4,49	00:02:29	73,65 %	1,35 %
3. yandex / organic	237 (9,85 %)	4,67	00:01:57	81,86 %	0,42 %
4. facebook / cpc	204 (8,48 %)	3,92	00:00:39	87,75 %	4,90 %
5. google / organic	185 (7,69 %)	3,74	00:01:18	87,03 %	0,54 %
6. vk.com / referral	70 (2,91 %)	11,61	00:09:15	12,86 %	2,86 %
7. google / cpc	60 (2,49 %)	3,78	00:00:53	65,00 %	8,33 %

# Весь трафик

Источник или канал ?	Источники трафика			Действия			Конверсии	Все цели ▾
	Сеансы ? ↓	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Коэффициент конверсии цели ?	Достигнутые цели ?
	20 507 % от общего количества: 79,68 % (25 737)	26,61 % Средний показатель для представления: 27,29 % (-2,51 %)	5 456 % от общего количества: 77,68 % (7 024)	4,05 % Средний показатель для представления: 3,54 % (14,47 %)	6,52 Средний показатель для представления: 6,37 (2,40 %)	00:05:02 Средний показатель для представления: 00:04:55 (2,38 %)	5,47 % Средний показатель для представления: 6,48 % (-15,65 %)	1 121 % от общего количества: 67,21 % (1 668)
1. (direct) / (none)	8 748 (42,66 %)	26,52 %	2 320 (42,52 %)	2,73 %	6,48	00:05:03	6,69 %	585 (52,19 %)
2. yandex.ru / organic	3 032 (14,79 %)	11,94 %	362 (6,63 %)	2,31 %	7,95	00:07:10	6,33 %	192 (17,13 %)
3. google / organic	2 491 (12,15 %)	10,80 %	269 (4,93 %)	1,73 %	8,17	00:06:57	3,45 %	86 (7,67 %)
4. google / cpc	2 152 (10,49 %)	59,29 %	1 276 (23,39 %)	15,85 %	4,79	00:01:21	2,09 %	45 (4,01 %)
5. elama_mailligen / email	1 350 (6,58 %)	8,81 %	119 (2,18 %)	3,41 %	6,57	00:05:59	5,19 %	70 (6,24 %)
6. eLama-yandex / cpc	1 189 (5,80 %)	40,96 %	487 (8,93 %)	2,52 %	5,88	00:03:50	7,57 %	90 (8,03 %)
7. yandex / cpc	561 (2,74 %)	84,85 %	476 (8,72 %)	1,25 %	2,36	00:00:53	0,36 %	2 (0,18 %)
8. elama / email	358 (1,75 %)	11,73 %	42 (0,77 %)	3,63 %	5,30	00:05:58	1,40 %	5 (0,45 %)

# Весь трафик

Источник или канал ?	Сеансы ?	Доход ? ↓	Транзакции ?	Средняя стоимость заказов ?	Коэффициент транзакций ?	Ценность сеанса ?
	20 507 % от общего количества: 79,68 % (25 737)	8 046 204,00 руб. % от общего количества: 88,76 % (9 065 421,00 руб.)	1 101 % от общего количества: 87,59 % (1 257)	7 308,09 руб. Средний показатель для представления: 7 211,95 руб. (1,33 %)	5,37 % Средний показатель для представления: 4,88 % (9,93 %)	392,36 руб. Средний показатель для представления: 352,23 руб. (11,39 %)
1. (direct) / (none)	8 748 (42,66 %)	4 741 829,00 руб. (58,93 %)	672 (61,04 %)	7 056,29 руб.	7,68 %	542,05 руб.
2. yandex.ru / organic	3 032 (14,79 %)	1 278 111,00 руб. (15,88 %)	175 (15,89 %)	7 303,49 руб.	5,77 %	421,54 руб.
3. google / organic	2 491 (12,15 %)	753 380,00 руб. (9,36 %)	124 (11,26 %)	6 075,65 руб.	4,98 %	302,44 руб.
4. elama_mailigen / email	1 350 (6,58 %)	378 569,00 руб. (4,70 %)	47 (4,27 %)	8 054,66 руб.	3,48 %	280,42 руб.
5. eLama-yandex / cpc	1 189 (5,80 %)	356 900,00 руб. (4,44 %)	31 (2,82 %)	11 512,90 руб.	2,61 %	300,17 руб.
6. elama / email	358 (1,75 %)	194 400,00 руб. (2,42 %)	23 (2,09 %)	8 452,17 руб.	6,42 %	543,02 руб.
7. targetmail / cpc	170 (0,83 %)	137 400,00 руб. (1,71 %)	6 (0,54 %)	22 900,00 руб.	3,53 %	808,24 руб.
8. google / cpc	2 152 (10,49 %)	96 865,00 руб. (1,20 %)	12 (1,09 %)	8 072,08 руб.	0,56 %	45,01 руб.
9. vk / target	152 (0,74 %)	67 500,00 руб. (0,84 %)	5 (0,45 %)	13 500,00 руб.	3,29 %	444,08 руб.
10. email marketing / email	120 (0,59 %)	39 800,00 руб. (0,49 %)	5 (0,45 %)	7 960,00 руб.	4,17 %	331,67 руб.





**Другие полезные отчёты**

# Как быстро искать отчеты

Все аккаунты > fabrikaklikov.ru  
Все данные по веб-сайту ▾

Поиск в отчетах и Справк

ГЛАВНАЯ  
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ОТЧЕТЫ  
Отчеты  
В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО  
АУДИТОРИЯ  
ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА  
ПОВЕДЕНИЕ  
КОНВЕРСИИ  
РЕКОМЕНДУЕМ  
АДМИНИСТРАТОР

Весь трафик ✓

Сохранить Экспортировать Открыть доступ Изменить

9 июл. 2018 г. - 15 июл. 2018 г. ▾

Статистика

Сводка Использование сайта Набор целей 1 Электронная торговля

Пользователи И Выбор показателя

Пользователи

1

10 июл. 11 июл. 12 июл. 13 июл. 14 июл. 15 июл.

Основной параметр: Источник или канал Источник Канал Ключевое слово Другое ▾

Дополнительный параметр Тип сортировки По умолчанию

Источник или канал	Источники трафика			Действия			Конверсии		
	Пользователи	Новые пользователи	Сеансы	Показатель отказов	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	Заказ на прайс-лист (Коэффициент конверсии для цели 1)	Заказ на прайс-лист (Достигнутые переходы к цели 1)	Заказ на прайс-лист (Ценность цели 1)
	0 % от общего	0 % от общего	0 % от общего	0,00 % Средний показатель	0,00 Средний показатель	00:00:00 Средний показатель	0,00 % Средний показатель для	0 % от общего количества	0,00 \$ % от общего













# Как быстро искать отчеты

The screenshot displays the Google Analytics interface for the account 'fabrikalikov.ru'. The main heading is 'Все данные по веб-сайту'. The search bar contains the text 'обратны'. A dropdown menu is open, showing the search results: 'Поиск в Справочном центре Google Analytics: обратны'. Below this, the navigation path is shown: 'Конверсии > Цели > Обратный путь к цели'. The left sidebar shows the 'СПЕЦИАЛЬНЫЕ ОТЧЕТЫ' section with a list of reports: 'Отчеты', 'В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО', 'АУДИТОРИЯ', 'ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА', 'ПОВЕДЕНИЕ', and 'КОНВЕРСИИ'. The right sidebar shows the 'Статистика' section with a dropdown menu for 'Пользователи' and a 'Выбор по' button. A blue bar chart is visible, showing a value of 1 on the y-axis and 0 on the x-axis.











# Обратный путь к цели

Местоположение достигнутой цели ?	Шаг, предшествующий цели, – 1 ?	Шаг, предшествующий цели, – 2 ?	Шаг, предшествующий цели, – 3 ?	Связаться с нами (Достигнутые переходы к цели 1)
1. /feedback	/price	/services/lechenie-besplodija-suprugov	/	4 (4,40 %)
2. /feedback	/doctors	/services/konsuljtatsii-spetsialistov	/	3 (3,30 %)
3. /feedback	/price	/	(entrance)	5 (5,49 %)
4. /feedback	/price/vspomogatelnyje-reproduktivnye-tehnologii	/	(entrance)	3 (3,30 %)
5. /feedback	/	(entrance)	(not set)	34 (37,36 %)
6. /feedback	/about	(entrance)	(not set)	3 (3,30 %)
7. /feedback	/about/lechenie-besplodija-metodom-eko-za-schet-sredstv-oms	(entrance)	(not set)	4 (4,40 %)
8. /feedback	/become-donor	(entrance)	(not set)	4 (4,40 %)
9. /feedback	/news/besplatnoe-eko-v-2015-godu	(entrance)	(not set)	6 (6,59 %)
10. /feedback	/school/eko/kak-pravilno-schitatj-srok-beremennosti-posle-eko	(entrance)	(not set)	10 (10,99 %)
11. /feedback	/school/eko/zhiznj-posle-perenosa-embriionov-chastj-3-diaagnostika-beremennosti	(entrance)	(not set)	4 (4,40 %)
12. /feedback	/services/diaagnostika/antimjullerov-gormon-amg	(entrance)	(not set)	7 (7,69 %)
13. /feedback	/services/diaagnostika/otsenka-follikuljarnogo-rezerva-uzi-2-5-denj-tsikla	(entrance)	(not set)	4 (4,40 %)











# Страницы входа

Целевая страница ?	Сеансы ? ↓	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Новые сеансы, % ?	Показатель отказов ?
<b>Посетители из Кемеровской обл</b>	<b>8 941</b> % от общего количества: 38,24 % (23 382)	<b>4,95</b> Средний показатель для представления: 3,09 (60,12 %)	<b>00:04:11</b> Средний показатель для представления: 00:02:30 (67,52 %)	<b>57,13 %</b> Средний показатель для представления: 71,39 % (-19,97 %)	<b>36,07 %</b> Средний показатель для представления: 59,23 % (-39,11 %)
1. / 	<b>4 161</b> (46,54 %)	6,76	00:05:22	52,54 %	17,02 %
2. /become-donor 	<b>1 019</b> (11,40 %)	2,33	00:02:00	84,30 %	60,65 %
3. /about/lechenie-besplodija-metodom-eko-za-schet-s-redstv-oms 	<b>373</b> (4,17 %)	4,34	00:04:47	64,88 %	34,32 %
4. /about 	<b>330</b> (3,69 %)	6,20	00:05:16	49,09 %	26,06 %
5. /news/besplatnoe-eko-v-2015-godu 	<b>221</b> (2,47 %)	3,84	00:04:00	65,61 %	39,37 %
6. /price 	<b>206</b> (2,30 %)	5,31	00:05:11	51,46 %	21,36 %
7. /price/lechenie-po-polisu-dms 	<b>180</b> (2,01 %)	1,76	00:01:04	81,11 %	71,11 %
8. /price/ultrazvukovaja-diagnostika 	<b>154</b> (1,72 %)	1,58	00:00:41	87,01 %	83,12 %
9. /doctors 	<b>144</b> (1,61 %)	6,17	00:06:42	36,11 %	34,03 %
10. /doctor/trishkin-aleksey-gennadjevich 	<b>138</b> (1,54 %)	2,91	00:02:26	52,17 %	63,04 %
11. /about/lechenie-besplodija-metodom-eko-za-schet-s-redstv-oms/elektronnaja-ocheredj-patsientok-po-oms-2015-god 	<b>116</b> (1,30 %)	2,77	00:02:48	17,24 %	62,93 %
12. /services/konsuljtatsii-spetsialistov/mammolog 	<b>116</b> (1,30 %)	2,68	00:03:45	73,28 %	52,59 %

# Страницы выхода

Страница ?	Переходы ?	Просмотры страниц ?	Процент выходов ? ↓
<b>Посетители из Кемеровской обл</b>	<b>8 941</b> % от общего количества: 38,24 % (23 381)	<b>44 242</b> % от общего количества: 61,23 % (72 260)	<b>20,21 %</b> Средний показатель для представления: 32,36 % (-37,54 %)
1. <a href="#">/become-donor</a> 	814 (9,10 %)	1 762 (3,98 %)	46,20 %
2. <a href="#">/price/uljtrazvukovaja-diagnostika</a> 	284 (3,18 %)	640 (1,45 %)	44,38 %
3. <a href="#">/about/lechenie-besplodija-metodom-eko-za-schet-sredstv-oms/elektronnaja-oc-heredj-patsientok-po-oms-2015-god</a> 	408 (4,56 %)	929 (2,10 %)	43,92 %
4. <a href="#">/about/lechenie-besplodija-metodom-eko-za-schet-sredstv-oms/algorithm</a> 	206 (2,30 %)	706 (1,60 %)	29,18 %
5. <a href="#">/price/vspomogateljnje-reproduktivnye-tehnologii</a> 	570 (6,38 %)	2 000 (4,52 %)	28,50 %
6. <a href="#">/</a> 	1 276 (14,27 %)	7 194 (16,26 %)	17,74 %
7. <a href="#">/about</a> 	248 (2,77 %)	1 407 (3,18 %)	17,63 %
8. <a href="#">/about/lechenie-besplodija-metodom-eko-za-schet-sredstv-oms</a> 	332 (3,71 %)	2 211 (5,00 %)	15,02 %
9. <a href="#">/doctors</a> 	390 (4,36 %)	2 722 (6,15 %)	14,33 %
10. <a href="#">/price</a> 	310 (3,47 %)	2 650 (5,99 %)	11,70 %

# Скорость загрузки страниц

Страница		Среднее время загрузки страницы (сек.) ▾ ↓	Показатель отказов ▾ (по сравнению со средним значением для сайта)
		4,09 Средний показатель для представления: 4,09 (-0,10 %)	58,35 % Средний показатель для представления: 59,23 % (-1,49 %)
1.	/about/obschie-svedenija-o-vrachah 	12,63	8,24 %
2.	/price/manipuljatsii-i-operativnye-metody-dagnostiki-i-lechenija 	11,97	28,53 %
3.	/school/eko/zhiznj-posle-perenosa-embriov-chastj-3-dagnostika-bere-mennosti 	10,91	61,37 %
4.	/price/ultrazvukovaja-dagnostika 	7,18	36,32 %
5.	/services/diagnostika/spermogramma 	6,41	-2,30 %
6.	/school 	6,37	39,86 %
7.	/ 	5,78	-58,50 %
8.	/doctors?group=akusher-ginekolog 	5,77	-11,14 %
9.	/school/eko/zhiznj-posle-perenosa-embriov-chastj-2-pervye-oschuschenija 	5,71	59,48 %
10.	/services/diagnostika/otsenka-follikuljamogo-rezerva-uzi-2-5-denj-tsikla 	5,63	55,00 %

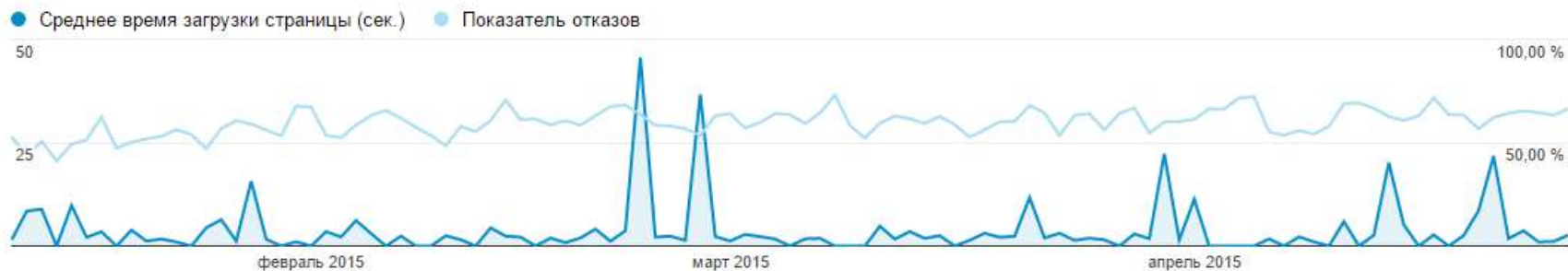


# Рекомендации по оптимизации

Страница ?	Просмотры страниц ? ↓	Среднее время загрузки страницы (сек.) ?	Предложения PageSpeed ?	Уровень скорости загрузки страниц ?
1. /	6 391	5,74	Всего: 7	76
2. /cases	2 905	4,70	Всего: 7	79
3. /services/development_site	2 631	4,93	Всего: 7	75
4. /agency	2 266	2,99	Всего: 7	76
5. /services	2 150	2,08	Всего: 7	78
6. /services/adaptiv	1 705	8,30	Всего: 6	79
7. /contacts	1 214	2,00	Всего: 6	70
8. /blog	1 107	3,46	Всего: 5	87
9. /case_item/mlvz	718	2,14	Всего: 5	79
10. /cases/adaptiv	468	0,00	Всего: 7	79

1-10 из 114 < >










# Время загрузки vs Отказы



# Браузеры и ОС

Браузер ?	Операционная система ?	Сеансы ? ↓	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Новые сеансы, % ?	Показатель отказов ?
<b>Посетители из Кемеровской обл</b>		<b>8 941</b> % от общего количества: 38,24 % (23 382)	<b>4,95</b> Средний показатель для представления: 3,09 (60,12 %)	<b>00:04:11</b> Средний показатель для представления: 00:02:30 (67,52 %)	<b>57,13 %</b> Средний показатель для представления: 71,39 % (-19,97 %)	<b>36,07 %</b> Средний показатель для представления: 59,23 % (-39,11 %)
1. Chrome	Windows	2 763 (30,90 %)	4,82	00:04:09	60,22 %	34,74 %
2. Opera	Windows	1 132 (12,66 %)	4,49	00:04:26	52,92 %	40,11 %
3. Firefox	Windows	903 (10,10 %)	5,36	00:04:27	54,60 %	29,90 %
4. Internet Explorer	Windows	881 (9,85 %)	5,61	00:04:47	58,34 %	28,26 %
5. Chrome	Android	856 (9,57 %)	4,82	00:03:32	55,96 %	42,06 %
6. YaBrowser	Windows	786 (8,79 %)	5,06	00:04:07	58,27 %	40,84 %
7. Safari	iOS	582 (6,51 %)	4,82	00:03:39	53,44 %	39,52 %
8. Android Browser	Android	410 (4,59 %)	5,36	00:04:47	50,98 %	38,78 %
9. MRCHROME	Windows	169 (1,89 %)	4,32	00:03:29	63,91 %	31,95 %

# Мобильные устройства

Информация о мобильном устройстве ?	Сеансы ? ↓	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Новые сеансы, % ?	Показатель отказов ?
<b>Посетители из Кемеровской обл</b>	<b>2 166</b> % от общего количества: 9,26 % (23 382)	<b>4,96</b> Средний показатель для представления: 3,09 (60,60 %)	<b>00:03:51</b> Средний показатель для представления: 00:02:30 (53,87 %)	<b>55,54 %</b> Средний показатель для представления: 71,39 % (-22,20 %)	<b>40,07 %</b> Средний показатель для представления: 59,23 % (-32,35 %)
1. Apple iPhone 	<b>407</b> (18,79 %)	3,88	00:02:37	54,79 %	42,01 %
2. Apple iPad 	<b>280</b> (12,93 %)	6,14	00:05:03	56,07 %	36,07 %
3. (not set)	<b>268</b> (12,37 %)	5,29	00:04:07	60,82 %	37,69 %
4. Samsung GT-I9500 Galaxy S IV 	<b>48</b> (2,22 %)	6,67	00:04:31	29,17 %	29,17 %
5. Lenovo Lenovo P770 	<b>41</b> (1,89 %)	3,63	<b>00:02:22</b>	0,00 %	<b>63,41 %</b>
6. Samsung GT-I9300 Galaxy S III 	<b>39</b> (1,80 %)	4,41	00:04:32	43,59 %	41,03 %
7. Samsung GT-P5200 Galaxy Tab 3 10.1 3G 	<b>36</b> (1,66 %)	5,22	00:05:29	33,33 %	44,44 %
8. Samsung GT-N8000 Galaxy Note 10.1 	<b>25</b> (1,15 %)	4,64	00:04:25	20,00 %	16,00 %
9. HTC One X One X 	<b>24</b> (1,11 %)	3,04	<b>00:02:10</b>	20,83 %	<b>66,67 %</b>
10. Samsung GT-P5100 Galaxy Tab 2 10.1 	<b>23</b> (1,06 %)	7,52	00:06:29	52,17 %	21,74 %

# Поисковые запросы (Google)

Запрос	Показы ?	Клики ?	Средняя позиция ?	CTR ?
	6 800 % от общего количества: 13,60 % (50 000)	64 % от общего количества: 25,60 % (250)	12 Средний показатель для представления: 49 (-78,24 %)	0,94 % Средний показатель для представления: 0,50 % (88,24 %)
1. создание адаптивных сайтов	200 (2,94 %)	5 (7,81 %)	27	2,50 %
2. разработка адаптивного сайта	250 (3,68 %)	5 (7,81 %)	2,5	2,00 %
3. адаптивные сайты	500 (7,35 %)	5 (7,81 %)	10	1,00 %
4. адаптивный дизайн сайта	500 (7,35 %)	5 (7,81 %)	18	1,00 %
5. создание адаптивного сайта	500 (7,35 %)	5 (7,81 %)	5,2	1,00 %
6. адаптивный сайт	1 300 (19,12 %)	12 (18,75 %)	8,9	0,92 %
7. адаптивный дизайн	2 500 (36,76 %)	22 (34,38 %)	12	0,88 %
8. разработка адаптивных сайтов	900 (13,24 %)	5 (7,81 %)	15	0,56 %
9. разработать адаптивный сайт	150 (2,21 %)	0 (0,00 %)	4,3	0,00 %



# Связка AdWords и Analytics

# Связка AdWords и Analytics

В идеале — AdWords и Analytics на одном аккаунте

Либо предоставьте доступ к аккаунту для представителя



# Связка AdWords и Analytics

Все аккаунты > Оптовик

Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Аккаунт + Создать аккаунт

Оптовик

Настройки аккаунта

Управление доступом

Все фильтры

История изменений

Корзина

Название аккаунта

Оптовик

Настройки доступа к данным ?


Мы гарантируем полную конфиденциальность данных, которые собираются, хранятся и обрабатываются в Google Analytics ("данных Google Analytics"). Они используются для функционирования сервиса и выполнения важных системных операций, а также изредка в юридических целях в соответствии с Политикой конфиденциальности.

Настройте доступ к данным, собранным с помощью методов Google Analytics. Подробнее...




- ☒ **Продукты и сервисы Google** РЕКОМЕНДУЕТСЯ  
Разрешите Google использовать ваши данные Google Analytics для усовершенствования продуктов и сервисов. Если вы отключите эту функцию, данные все равно могут передаваться в другие сервисы Google, связанные с вашим ресурсом. Просмотреть и изменить настройки для отдельного ресурса можно в разделе [Связь с другими продуктами](#). [Показать пример](#)
- ☒ **Сравнение** РЕКОМЕНДУЕТСЯ  
Разрешив сбор анонимных данных и их агрегирование, вы сможете воспользоваться публикациями, сравнением и другими функциями для анализа существующих тенденций. Система Google удалит всю информацию, на основе которой можно идентифицировать сайт, и объединит ваши данные с данными других сайтов. [Показать пример](#)
- ☒ **Техническая поддержка** РЕКОМЕНДУЕТСЯ  
Разрешить специалистам службы поддержки Google доступ к вашему аккаунту и данным Google Analytics, если это потребуется для работы сервиса или решения технических проблем.
- Специалисты по аккаунтам** РЕКОМЕНДУЕТСЯ
  - ☒ Предоставить специалистам Google по маркетингу и продажам доступ к данным и аккаунту Google Analytics, чтобы получать от них советы по оптимизации. Если вам не назначили специалиста по продажам, вы можете предоставить доступ уполномоченному представителю Google
  - ☐ Предоставьте нашим специалистам по продажам доступ к данным и аккаунту, чтобы глубже анализировать имеющуюся информацию, пользоваться полезными ресурсами и получать рекомендации по эффективной работе с различными продуктами Google


Узнайте, как Google Analytics защищает ваши данные


© Google, 2018 | Главная страница Google Analytics | Условия использования | Политика конфиденциальности | Отправить отзыв

 Все аккаунты > Оптовик

Все данные по веб-сайту ▾

 АДМИНИСТРАТОР    ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Аккаунт 

Оптовик ▾


Настройки аккаунта

**Управление доступом**

Все фильтры

История изменений

Корзина

Ресурс 

Оптовик ▾

Настройки ресурса

Управление доступом

.js Отслеживание

связь с другими продуктами

Связь с AdWords

Связь с AdSense


Связь с Ad Exchange

Все продукты

Возврат данных

Настройки аудитории

Дд Пользовательские определения

Представление 

Все данные по веб-сайту ▾

Настройки представления

Управление доступом

Цели

Группы контента

Фильтры

Настройки канала

Настройки электронной торговли

Дд Вычисляемые показатели **БЕТА**

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

Сегменты

Заметки

Оптовик

Разрешения н

Имя ↑

Иван Иванович

Оптовик

Добавление разрешений

ДОБАВИТЬ

Адреса электронной почты

webinars.elama.kz@gmail.com

Электронные адреса, зарегистрированные в Google Аккаунтах

☒ Уведомить новых пользователей по эл. почте

Разрешения

Изменение

Можно создавать и изменять аккаунты, ресурсы, представления, фильтры, цели и другие объекты. Нет доступа к управлению пользователями. [Подробнее...](#)

☒

Совместное использование

Можно создавать и изменять общие объекты, такие как сводки и заметки. [Подробнее...](#)

☒

Чтение и анализ

Можно просматривать отчеты и конфигурации. [Подробнее...](#)

☒

Управление пользователями

Можно добавлять и удалять пользователей, а также изменять предоставленные им разрешения. [Подробнее...](#)

☐

Google AdWords

Идентификатор клиента: 891-854-0796

Все кампании

- Кампании в поисковой сети
- Кампании в КМС
- Включенные, приостановленные и удаленные
- Вебинар-КМС-Алматы
- Вебинар-Поиск-Алматы
- Остекление балконов-Алматы-КМС
- Остекление балконов-Алматы-Поиск
- Остекление балконов-КМС-Алматинская область
- Остекление балконов-Поиск-Алматинская область
- Остекление балконов-Поиск-Алматы
- Подбор автомобилей-Алматы-Поиск

Все кампании

Объявления не показываются - Ваши кампании

Обзор

Рекомендации

Кампании

Группы объявлений

Объявления и расширения

Целевые страницы

Ключевые слова

Аудитории

Демография

Темы

Места размещения

Настройки

Местоположения

КАМПАНИИ

ПЛАНИРОВАНИЕ

Планировщик ключевых слов

Предварительный просмотр и диагностика объявлений

Планировщик кампаний в КМС

ОБЩАЯ БИБЛИОТЕКА

Менеджер аудиторий

Пакетные стратегии назначения ставок

Списки минус-слов

Общие бюджеты

Списки исключенных мест размещения

МАССОВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

Все массовые действия

Правила

Скрипты

Загрузки

ОТСЛЕЖИВАНИЕ

Конверсии

Google Analytics

Атрибуция в поисковой сети

НАСТРОЙКА

Счета и платежи

Коммерческие данные

Доступ к аккаунту

Связанные аккаунты

Настройки

Статус кампании	Название кампании	Бюджет	Статус	Тип сети	Показы	Клики	CTR	Конверсии	CPA	Стоимость
<input type="checkbox"/>	Остекление балконов-Алматы-КМС	5,00 \$ в день	Приостановлен	Контекстно-медийная сеть	0	0	—	—	—	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	Остекление балконов-Алматы-Поиск	0,01 \$ в день	Приостановлен	Поисковая	0	0	—	—	—	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	Остекление балконов-КМС-Алматинская область	10,00 \$ в день	Приостановлен	Контекстно-медийная сеть	3 732	21 кликов	0,56 %	0,08 \$	1,60 \$	
<input type="checkbox"/>	Остекление балконов-Поиск-Алматинская область	100,00 \$ в день	Приостановлен	Поисковая	4	2 кликов	50,00 %	0,54 \$	1,07 \$	
<input type="checkbox"/>	Остекление балконов-Поиск-Алматы	10,00 \$ в день	Приостановлен	Поисковая	0	0	—	—	—	0,00 \$
<input type="checkbox"/>	Подбор автомобилей-Алматы-Поиск	100,00 \$ в день	Приостановлен	Поисковая	148	48 кликов	32,43 %	0,06 \$	3,07 \$	
<input type="checkbox"/>	Подбор автомобилей-КМС-Алматы	10,00 \$ в день	Приостановлен	Контекстно-медийная сеть	0	0	—	—	—	0,00 \$
Итого (все кампании)					3 944	71 кликов	1,80 %	0,08 \$	5,74 \$	
Итого (аккаунт)					3 944	71 кликов	1,80 %	0,08 \$	5,74 \$	

Объявления не показываются - Ваши кампании и группы объявлений приостановлены или удалены. Включите их, чтобы начать показ объявлений.

ПОДРОБНЕЕ...



### Google Analytics

Отслеживайте действия пользователей на ресурсе после показа объявления или клика по нему. Вы можете импортировать показатели взаимодействия с сайтом, отслеживать цели и транзакции. Google Analytics как конверсии, а также импортировать аудитории ремаркетинга Google Analytics.

[ПОДРОБНЕЕ](#)



### Google Firebase

Оценивайте влияние рекламных кампаний на установки вашего приложения Android или iOS и действия в нем. Создавайте списки ремаркетинга для мобильного приложения на основе аудиторий Firebase и просматривайте в Firebase данные о расходах AdWords.

[ПОДРОБНЕЕ](#)



### Google Play

Создавайте списки ремаркетинга на основе данных о текущих пользователях вашего приложения. Отслеживайте покупки в приложении как конверсии, чтобы узнать, какие объявления приводят к нужным действиям.

[ПОДРОБНЕЕ](#)



### Salesforce®

Отслеживайте роль интернет-рекламы в увеличении числа офлайн-конверсий, импортируя данные последовательностей продаж из аккаунтов Salesforce Sales Cloud.

[ПОДРОБНЕЕ](#)

### Сторонняя аналитика приложений

Свяжите с аккаунтом AdWords сторонний сервис аналитики или собственный SDK, чтобы получать списки пользователей ваших приложений Android и iOS, а также данные по связанным с ними конверсиям.

[ПОДРОБНЕЕ](#)



### Google Hotel Ads Center

Предоставьте аккаунту Hotel Ads Center доступ к спискам аудиторий AdWords. Вы можете выбрать корректировку ставок для них в Hotel Ads Center.

[ПОДРОБНЕЕ](#)

Объявления не показываются - Ваши кампании и группы объявлений приостановлены или удалены. Включите их, чтобы начать показ объявлений. [ПОДРОБНЕЕ...](#)

[Связанные аккаунты >](#)  
Google Analytics 



**Обмен данными с Google Оптимизатором отключен**

Предоставьте аккаунтам Google Оптимизации, связанным с вашими ресурсами Google Analytics, доступ к данным AdWords. После этого вы сможете тестировать и персонализировать целевые страницы, а также создавать для них отчёты. [Подробнее...](#)





Выберите ресурсы Google Analytics, которые нужно связать с AdWords. [Подробнее...](#)

Автоматическое добавление тегов отключено.

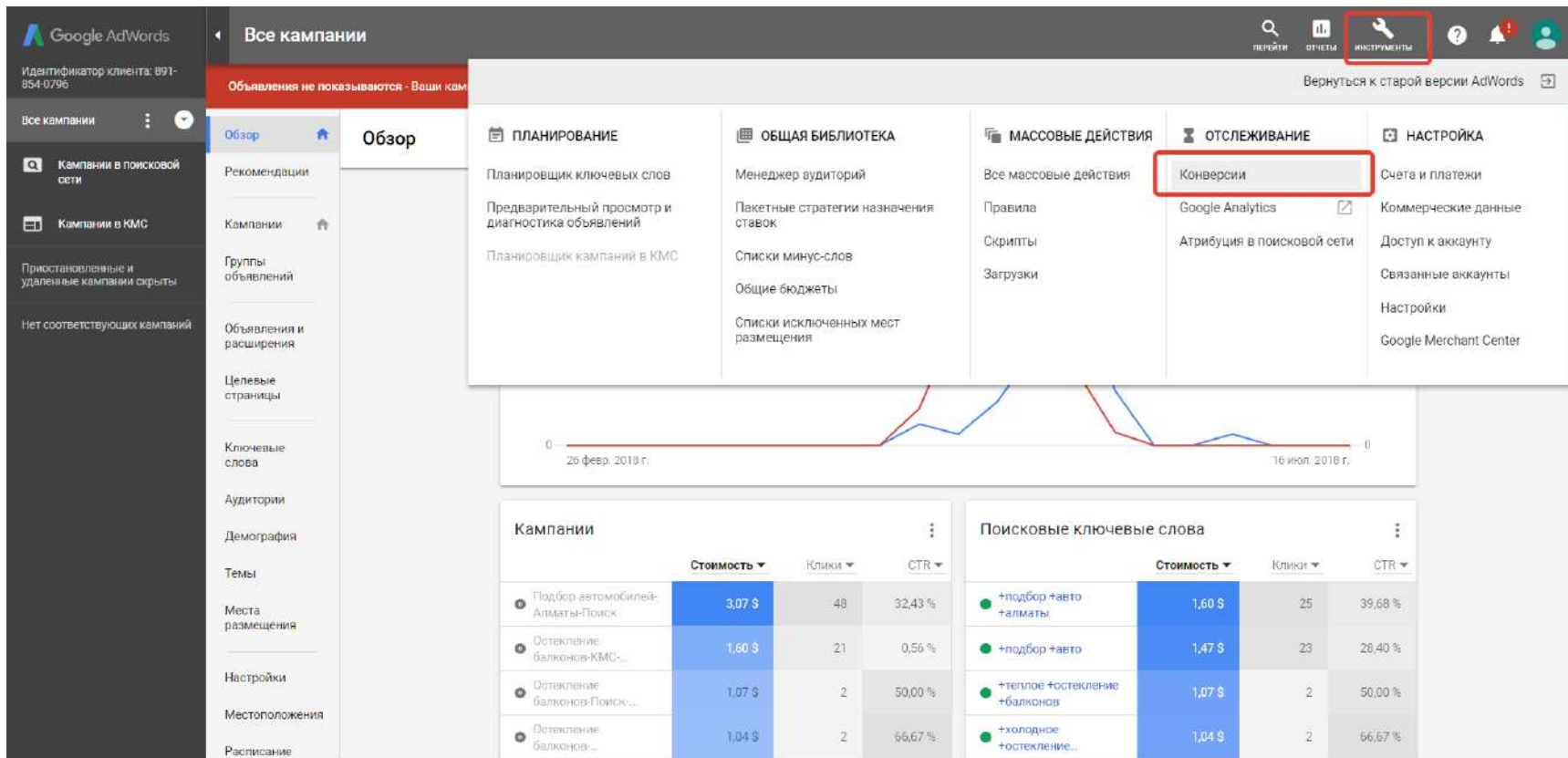
Чтобы связывать сеансы работы с веб-сайтом и клики по объявлениям AdWords, нужно включить автоматическое добавление тегов в Google Analytics. [Подробнее...](#)

[ВКЛЮЧИТЬ ДЛЯ ЭТОГО АККАУНТА](#)

Ресурс Analytics	Статус	Представления	Цели	Аудитории	Действия	Аккаунты
	Связь не установлена				 <a href="#">СВЯЗАТЬ</a>	



# Импорт конверсий в AdWords



The screenshot displays the Google AdWords interface. In the top right corner, the 'Инструменты' (Tools) menu is highlighted with a red box. Below it, the 'Конверсии' (Conversions) option is also highlighted with a red box. The interface shows various sections for campaign management, including 'Планирование' (Planning), 'Общая Библиотека' (General Library), 'Массовые Действия' (Bulk Actions), 'Отслеживание' (Tracking), and 'Настройка' (Settings). The 'Отслеживание' section is currently active, showing options for 'Конверсии', 'Google Analytics', and 'Атрибуция в поисковой сети'. Below the navigation menu, there is a line graph showing performance over time from February 2018 to July 2018. At the bottom, there are two tables: 'Кампании' (Campaigns) and 'Поисковые ключевые слова' (Search Keywords).

Кампании	Стоимость	Клики	CTR
Подбор автомобилей-Алматы-Поиск	3,07 \$	48	32,43 %
Остекление балконов-КМС...	1,60 \$	21	0,56 %
Остекление балконов-Поиск...	1,07 \$	2	50,00 %
Остекление балконов...	1,04 \$	2	66,67 %

Поисковые ключевые слова	Стоимость	Клики	CTR
+подбор +авто +алматы	1,60 \$	25	39,68 %
+подбор +авто	1,47 \$	23	28,40 %
+теплое +остекление +балконов	1,07 \$	2	50,00 %
+холодное +остекление...	1,04 \$	2	66,67 %

# Импорт конверсий в AdWords

← Конверсии

ПОИСК  
ОТЧЕТЫ  
ИНСТРУМЕНТЫ  
ПОМОЩЬ  
УВЕДОМЛЕНИЯ  
ПРОФИЛЬ

Объявления не показываются - Ваши кампании и группы объявлений приостановлены или удалены. Включите их, чтобы начать показ объявлений. [ПОДРОБНЕЕ...](#)

Действия-конверсии

Настройки  
Загрузки  
Salesforce

Действия-конверсии

Всё время  
27 февр. – 16 июль 2018

ФИЛЬТР  
СТОЛБЦЫ  
РАЗВЕРНУТЬ

Статус: Все включенные

<input type="checkbox"/>	Название	Источник	Категория	Статус	Учет	Период учета конверсий	Включение данных в столбец "Конверсии"	Доля повторений	Все конв.	Ценность всех конв.
<div>Нет данных, соответствующих фильтрам.</div>										

# Импорт конверсий в AdWords





Входящие x eLama x Живая x OPIV bo x Facebook x Входящие x Счетчик x AdWords x eLama: K x Отслежи x Google x onsubm x

← → ↻ Защищено | [https://adwords.google.com/aw/conversions/selection?ocid=259105656&ctInfo=UNKNOWN\\_SELECTION&\\_c=6877781944&authuser=3&\\_u=9147092433](https://adwords.google.com/aw/conversions/selection?ocid=259105656&ctInfo=UNKNOWN_SELECTION&_c=6877781944&authuser=3&_u=9147092433) 🔍 ☆

✕ Новое действие-конверсия

Объявления не показываются - Ваши кампании и группы объявлений приостановлены или удалены. Включите их, чтобы начать показ объявлений. [ПОДРОБНЕЕ...](#)

Выберите, какие конверсии нужно отслеживать. [Подробнее...](#)

 <p>Веб-сайт</p> <p>Отслеживайте покупки и другие действия на сайте.</p>	 <p>Приложение</p> <p>Отслеживайте установки приложения и действия в нем.</p>	 <p>Телефонные звонки</p> <p>Отслеживайте звонки по объявлениям и с сайта.</p>	 <p>Импорт</p> <p>Импортируйте конверсии из другой системы.</p>
---	--	---	--

# Импорт конверсий в AdWords

Выберите, какие конверсии нужно отслеживать. [Подробнее...](#)

Веб-сайт

Приложение

Телефонные звонки

Импорт

Укажите конверсии, которые нужно импортировать:

- ☒ Google Analytics
- ☐ Firebase
- ☐ Сторонняя аналитика приложений
- ☐ Salesforce
- ☐ Другие источники данных или системы управления взаимодействием с клиентами

Импортируйте цели и транзакции из Google Analytics и отслеживайте их как конверсии в AdWords.

[Подробнее...](#)

ПРОДОЛЖИТЬ

ОТМЕНА

# Импорт конверсий в AdWords

Выберите цели и транзакции для импорта из Google Analytics

Импортировано 0 целей из Google Analytics. Импортировано 0 транзакций из Google Analytics. [Подробнее...](#)

Выбрано: 1						
<input checked="" type="checkbox"/>	Название ↑	Тип	Ресурс	Просмотреть	Последнее изменение	Действие-конверсия
<input checked="" type="checkbox"/>	Заказ звонка	Цель	Оптовик UA-89306853-1	Все данные по веб-сайту 136504249	21 янв. 2017 г.	Заказ звонка (Все данные по веб-сайту)
<div>ИМПОРТИРОВАТЬ И ПРОДОЛЖИТЬ</div> <div>ОТМЕНА</div>						

# Импорт конверсий в AdWords

← Конверсии

поиск

отчеты

инструменты

?

уведомления

профиль

Объявления не показываются - Ваши кампании и группы объявлений приостановлены или удалены. Включите их, чтобы начать показ объявлений.

подробнее...

Действия-конверсии

Настройки

Загрузки

Salesforce

Действия-конверсии

Всё время  
27 февр. – 16 июль 2018

+

фильтр

столбцы

развернуть

Статус: Все включенные

<input type="checkbox"/>	Название	Источник	Категория	Статус	Учет	Период учета конверсий	Включение данных в столбец "Конверсии"	Доля повторений	Всё мон.	Ценность всех конвер.
<input type="checkbox"/>	Заказ звонка (все данные по веб-сайту)	Analytics	Другие	В последнее время конверсий не было	Одна	30	Да	0,00	0,00	0,00
Итого (все действия конверсии)									0,00	0,00





**Настройка ремаркетинга**

# Подробно о ремаркетинге

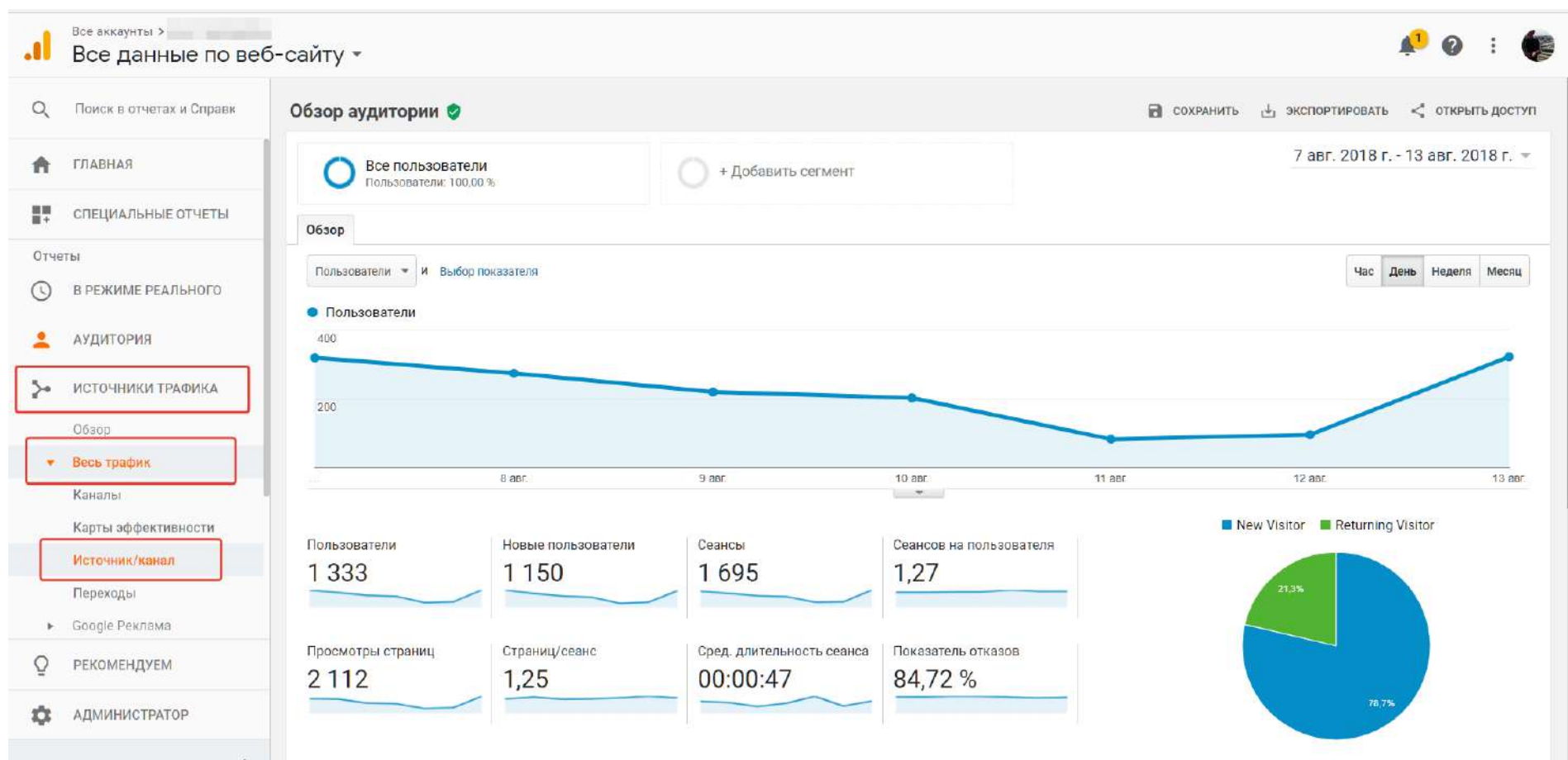
- Эффективный ремаркетинг в AdWords:  
как вернуть тех, кто не стал клиентом:  
<https://clck.ru/Dqi6e>



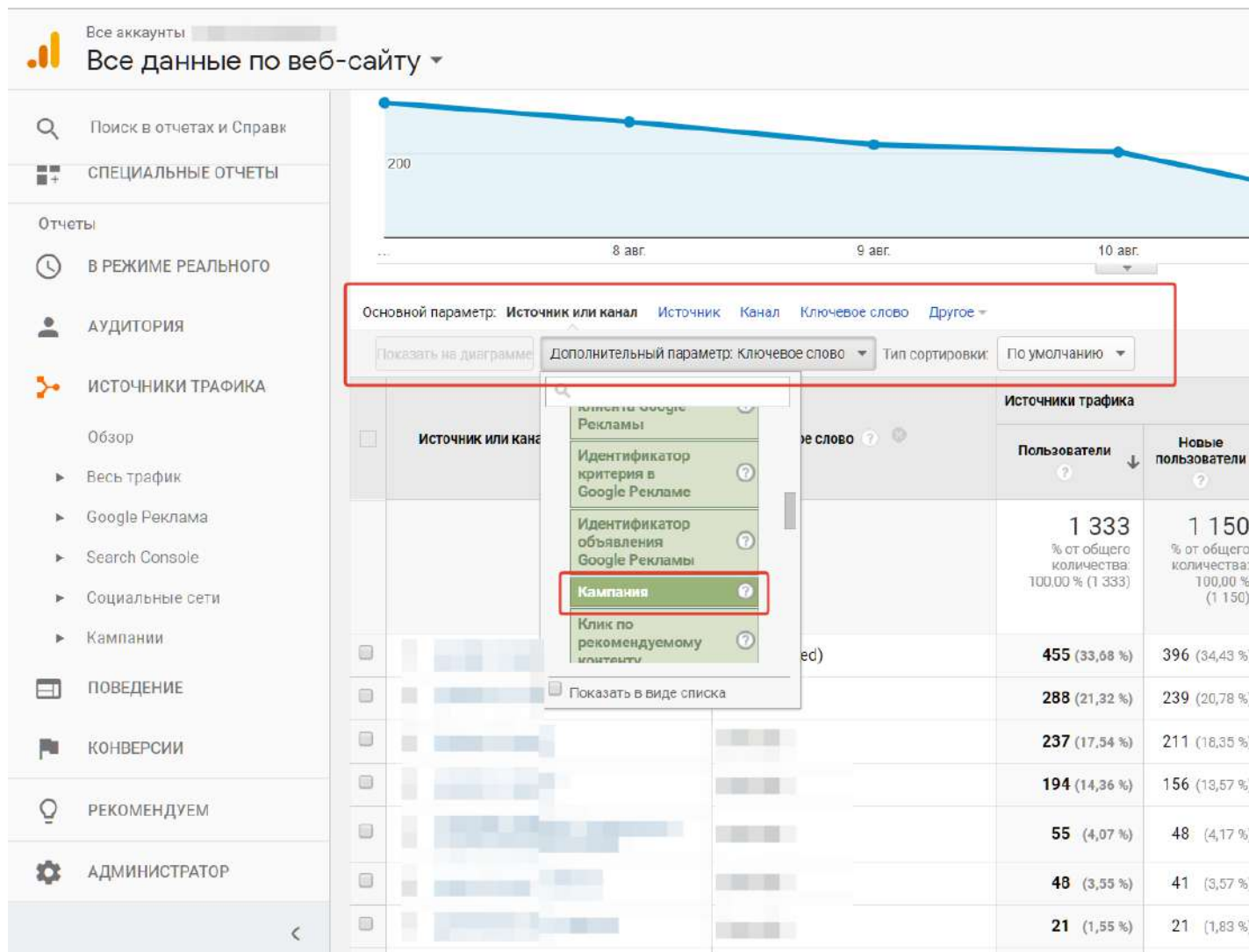
# Анализ эффективности РК в ГА



# Отчеты по кампаниям



# Отчеты по кампаниям



# Отчеты по кампаниям

Источник или канал ?	Кампания ?	Сеансы ? ↓	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Новые сеансы, % ?	Показатель отказов ?
		<b>24 498</b> % от общего количества: 20,39 % (120 129)	<b>6,04</b> Средний показатель для представления: 6,62 (-8,76 %)	<b>00:03:47</b> Средний показатель для представления: 00:05:32 (-31,80 %)	<b>24,01 %</b> Средний показатель для представления: 22,82 % (5,22 %)	<b>4,36 %</b> Средний показатель для представления: 2,96 % (47,34 %)
1. [redacted]	[redacted]	8 086 (33,01 %)	4,52	00:01:15	37,74 %	8,08 %
2. [redacted]	[redacted]	1 928 (7,87 %)	7,64	00:05:50	15,15 %	0,88 %
3. [redacted]	[redacted]	1 673 (6,83 %)	5,60	00:04:03	26,24 %	1,37 %
4. [redacted]	[redacted]	1 442 (5,89 %)	6,09	00:04:22	13,31 %	1,04 %
5. [redacted]	[redacted]	1 428 (5,83 %)	7,41	00:03:12	29,69 %	9,03 %
6. [redacted]	[redacted]	1 351 (5,51 %)	7,40	00:06:37	16,36 %	1,18 %
7. [redacted]	[redacted]	1 341 (5,47 %)	7,61	00:04:33	19,84 %	1,19 %
8. [redacted]	[redacted]	857 (3,50 %)	7,85	00:05:05	13,65 %	0,35 %
9. [redacted]	[redacted]	799 (3,26 %)	7,83	00:07:50	12,14 %	2,63 %
10. [redacted]	[redacted]	630 (2,57 %)	7,73	00:04:38	17,46 %	1,27 %

# Отчеты по ключевым словам

Источник или канал ?	Ключевое слово ?	Сеансы ? ↓	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Новые сеансы, % ?	Показатель отказов ?
		<b>18 016</b> % от общего количества: 15,00 % (120 129)	<b>5,26</b> Средний показатель для представления: 6,62 (-20,58 %)	<b>00:02:38</b> Средний показатель для представления: 00:05:32 (-52,33 %)	<b>39,88 %</b> Средний показатель для представления: 22,82 % (74,75 %)	<b>5,89 %</b> Средний показатель для представления: 2,96 % (99,42 %)
1. google / cpc		6 062 (33,65 %)	5,34	00:02:12	5,74 %	8,89 %
2. google / cpc		3 856 (21,40 %)	4,17	00:00:34	87,32 %	8,14 %
3. eLama-yandex / cpc		2 063 (11,45 %)	7,45	00:06:08	16,87 %	0,78 %
4. eLama-yandex / cpc		1 800 (9,99 %)	7,62	00:06:21	12,06 %	1,89 %
5. eLama-yandex / cpc		258 (1,43 %)	3,24	00:00:39	87,60 %	2,71 %
6. eLama-yandex / cpc		211 (1,17 %)	4,09	00:00:17	96,21 %	2,84 %
7. eLama-yandex / cpc		122 (0,68 %)	4,95	00:01:35	59,02 %	0,82 %
8. eLama-yandex / cpc		101 (0,56 %)	6,74	00:03:15	63,37 %	0,99 %
9. eLama-yandex / cpc		96 (0,53 %)	5,73	00:03:01	36,46 %	9,38 %
10. eLama-yandex / cpc		93 (0,52 %)	4,99	00:01:41	48,39 %	13,98 %



# Многоканальные последовательности

Путь конверсии группы каналов для многоканальных последовательностей ?

		Конверсии ↓	Ценность конверсии
1.	Бесплатный поиск → Прямой	378 (16,26 %)	руб. (10,66 %)
2.	Бесплатный поиск → Прямой × 2	139 (5,98 %)	руб. (8,31 %)
3.	Поисковая реклама → Прямой	95 (4,09 %)	руб. (2,21 %)
4.	Переход → Прямой	86 (3,70 %)	руб. (1,77 %)
5.	Бесплатный поиск × 2	70 (3,01 %)	руб. (0,75 %)
6.	Бесплатный поиск → Прямой × 3	69 (2,97 %)	руб. (5,89 %)
7.	Переход × 2	52 (2,24 %)	руб. (0,08 %)
8.	Бесплатный поиск → Прямой × 4	48 (2,06 %)	руб. (2,83 %)
9.	недоступно → Прямой	43 (1,85 %)	руб. (0,16 %)
10.	Поисковая реклама → Бесплатный поиск	40 (1,72 %)	руб. (0,10 %)
11.	Переход → Прямой × 2	37 (1,59 %)	руб. (1,40 %)
12.	Электронная почта → Прямой	33 (1,42 %)	руб. (0,82 %)
13.	Бесплатный поиск → Прямой × 5	29 (1,25 %)	руб. (2,95 %)

# Ассоциированные конверсии

Кампания ?	Ассоциированные конверсии	Ценность ассоциированных конверсий	Конверсии по последнему клику или прямому взаимодействию	Ценность конверсий по последнему клику или прямому взаимодействию	Ассоциированные конверсии/конверсии по последнему клику или прямому взаимодействию ↓
1. [REDACTED]	23 (1,30 %)	31 904,00 руб. (0,71 %)	2 (0,13 %)	0,00 руб. (0,00 %)	11,50
2. [REDACTED]	18 (1,02 %)	88 415,00 руб. (1,96 %)	2 (0,13 %)	0,00 руб. (0,00 %)	9,00
3. [REDACTED]	9 (0,51 %)	11 301,93 руб. (0,25 %)	1 (0,06 %)	0,00 руб. (0,00 %)	9,00
4. [REDACTED]	86 (4,87 %)	536 575,00 руб. (11,90 %)	13 (0,82 %)	0,00 руб. (0,00 %)	6,62
5. [REDACTED]	84 (4,75 %)	621 588,00 руб. (13,79 %)	13 (0,82 %)	2 025,00 руб. (0,72 %)	6,46
6. [REDACTED]	37 (2,09 %)	122 750,00 руб. (2,72 %)	10 (0,63 %)	0,00 руб. (0,00 %)	3,70
7. [REDACTED]	7 (0,40 %)	18 000,00 руб. (0,40 %)	2 (0,13 %)	0,00 руб. (0,00 %)	3,50
8. [REDACTED]	7 (0,40 %)	13 350,00 руб. (0,30 %)	2 (0,13 %)	0,00 руб. (0,00 %)	3,50
9. [REDACTED]	7 (0,40 %)	45 900,00 руб. (1,02 %)	2 (0,13 %)	0,00 руб. (0,00 %)	3,50
10. [REDACTED]	11 (0,62 %)	2 000,00 руб. (0,04 %)	5 (0,32 %)	0,00 руб. (0,00 %)	2,20





# Анализ ROI в Google Analytics

# Ценность Цели в Google Analytics

Настройки представления

Управление пользователями

**Цели**

Группы контента

Фильтры

Настройки канала

Настройки электронной торговли

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

Сегменты

Аннотации

Модели атрибуции

Собственные группы каналов

Описание цели [Изменить](#)

Название: Заявка на прайс-лист  
Тип цели: Цель

3 Подробные сведения о цели

Цель

Равно

/price-list/thank-you

☐ С учетом регистра

Например, укажите Мой экран для приложения и /thankyou.html вместо www.example.com/thankyou.html для веб-страницы.

Ценность **Необязательно**

Вкл.

1200

руб.RUB

Назначьте ценность конверсии в денежном выражении. [Подробнее о ценности цели...](#) Если конверсия представляет собой транзакцию, оставьте это поле пустым: фактическую стоимость транзакций можно будет просмотреть в отчетах по электронной торговле в строке "Доход". [Подробнее о транзакциях электронной торговли...](#)

Последовательность **Необязательно**

Выкл.


Укажите путь к цели, по которому вы ожидаете получать трафик. Это поможет выявить наиболее важные участки.

Подтверждение цели

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

Создать цель

Отмена

 eLama

# Цели vs Транзакции

- Достижения Цели за один сеанс считаются одной конверсией. Ценность необязательна
- Все Транзакции считаются отдельно, даже если были произведены за один сеанс. Всегда имеют денежное выражение



# Модуль электронной торговли

Все аккаунты > fabrikadikov.ru

Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Аккаунт + Создать аккаунт

Фабрика Кликов ▾

- Настройки аккаунта
- Управление доступом
- Все фильтры
- История изменений
- Корзина

Ресурс + Создать ресурс

fabrikadikov.ru ▾

- Настройки ресурса
- Управление доступом
- .js Отслеживание
- СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ
- Связь с AdWords
- Связь с AdSense
- Связь с Ad Exchange
- Все продукты
- Возврат данных
- Настройки аудитории
- Пользовательские определения

Представление + Создать представление

Все данные по веб-сайту ▾

- Настройки представления
- Управление доступом
- Цели
- Группы контента
- Фильтры
- Настройки канала
- Настройки электронной торговли**
- Вычисляемые показатели **BETA**
- ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ
- Сегменты
- Заметки

© Google, 2018 | Главная страница Google Analytics | Условия использования | Политика конфиденциальности | Отправить отзыв

# Модуль электронной торговли

Все аккаунты > fabrikadikov.ru

Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление + Создать представление

Все данные по веб-сайту

Настройки представления

Управление доступом

Цели

Группы контента

Фильтры

Настройки канала

Настройки электронной торговли

Вычисляемые показатели

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ОБЪЕКТЫ

Сегменты

Заметки

## 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**

+

**Сохранить** **Отмена**

© Google, 2018 | Главная страница Google Analytics | Условия использования | Политика конфиденциальности | Отправить отзыв



# Модуль электронной торговли

- <https://support.google.com/analytics/answer/1009612/?hl=ru>
- <https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/analyticsjs/ecommerce>

# Анализ расходов и доходов

Кампания ?	Сеансы ? ↓	Число показов ?	Число кликов ?	Стоимость ?	CTR ?	Цена за клик ?	Доход от клика ?
	<b>13 387</b> % от общего количества: 11,19 % (119 616)	<b>2 649 599</b> % от общего количества: 100,00 % (2 649 599)	<b>10 366</b> % от общего количества: 100,00 % (10 366)	<b>70 426,91 руб.</b> % от общего количества: 100,00 % (70 426,91 руб.)	<b>0,39 %</b> Средний показатель для представления: 0,39 % (0,00 %)	<b>6,79 руб.</b> Средний показатель для представления: 6,79 руб. (0,00 %)	<b>49,64 руб.</b> Средний показатель для представления: 4 459,98 руб. (-98,89 %)
1. [redacted]	9 566 (71,46 %)	1 477 659 (55,77 %)	7 214 (69,59 %)	32 114,32 руб. (45,60 %)	0,49 %	4,45 руб.	43,35 руб.
2. [redacted]	731 (5,46 %)	909 (0,03 %)	191 (1,84 %)	1 023,30 руб. (1,45 %)	21,01 %	5,36 руб.	396,84 руб.
3. [redacted]	481 (3,59 %)	530 855 (20,04 %)	333 (3,21 %)	4 943,10 руб. (7,02 %)	0,06 %	14,84 руб.	4,50 руб.
4. [redacted]	471 (3,52 %)	97 536 (3,68 %)	199 (1,92 %)	4 601,70 руб. (6,53 %)	0,20 %	23,12 руб.	21,41 руб.
5. [redacted]	409 (3,06 %)	201 375 (7,60 %)	295 (2,85 %)	4 471,57 руб. (6,35 %)	0,15 %	15,16 руб.	33,90 руб.
6. [redacted]	378 (2,82 %)	7 238 (0,27 %)	353 (3,41 %)	4 276,80 руб. (6,07 %)	4,88 %	12,12 руб.	0,00 руб.
7. [redacted]	330 (2,47 %)	29 608 (1,12 %)	254 (2,45 %)	3 775,50 руб. (5,36 %)	0,86 %	14,86 руб.	0,00 руб.
8. [redacted]	169 (1,26 %)	15 142 (0,57 %)	90 (0,87 %)	1 065,00 руб. (1,51 %)	0,59 %	11,83 руб.	33,33 руб.
9. [redacted]	156 (1,17 %)	2 616 (0,10 %)	128 (1,23 %)	1 687,80 руб. (2,40 %)	4,89 %	13,19 руб.	117,19 руб.
10. [redacted]	129 (0,96 %)	6 904 (0,26 %)	113 (1,09 %)	2 091,90 руб. (2,97 %)	1,64 %	18,51 руб.	0,00 руб.



# Алгоритм поиска проблемы

# Нецелевой трафик

- Смотрим поисковые запросы
- Добавляем минус-слова
- Если не помогает — отключаем неэффективные ключевые фразы

# Высокий показатель отказов

- Смотрим поисковые запросы
- Смотрим объявления
- Смотрим посадочные страницы
- Если не помогает — отключаем неэффективные ключевые фразы

# Проблемы на сайте

- Смотрим записи Вебвизора
- Пытаемся понять, что вызывает у пользователей затруднения
- Проводим тестирование сайта живыми людьми





Мало! Больше! Ещё!



# Полезности eLama

- Рекомендатор в eLama – проверка кампаний на типичные ошибки до запуска
- Калькулятор выгодной цены клика
- Поддержка службы заботы



**Бонусы**

# Акция от eLama

При пополнении Ads на \$80

- **Бесплатная кампания на Поиск *или* КМС**

При пополнение Ads на \$160

- **Бесплатные кампании на Поиск *и* КМС**

[elama.kz/brief-create](https://elama.kz/brief-create)

# Партнерская программа

- Для физических лиц
- Нужно вести минимум 3 клиентов
- Возврат до 5% от расходов клиентов
- Вывод на карту, Яндекс.Деньги, Webmoney

[elama.kz/partners](http://elama.kz/partners)

# Партнерская программа

Оборот клиентов в у.е. в месяц:	Вы получаете:
	Google Ads
от 500 до 1 000	2%
от 1 000 до 1 500	3%
от 1 500 до 2 000	4%
от 2 000 и более	5%
Максимальный размер вознаграждения на один рекламный аккаунт	100 у.е.

[elama.kz/partners](https://elama.kz/partners)

# Партнерская программа

- Можно быть посредником
- Получаете 1% от расходов клиента в течение 6 месяцев
- Правило 24 часов

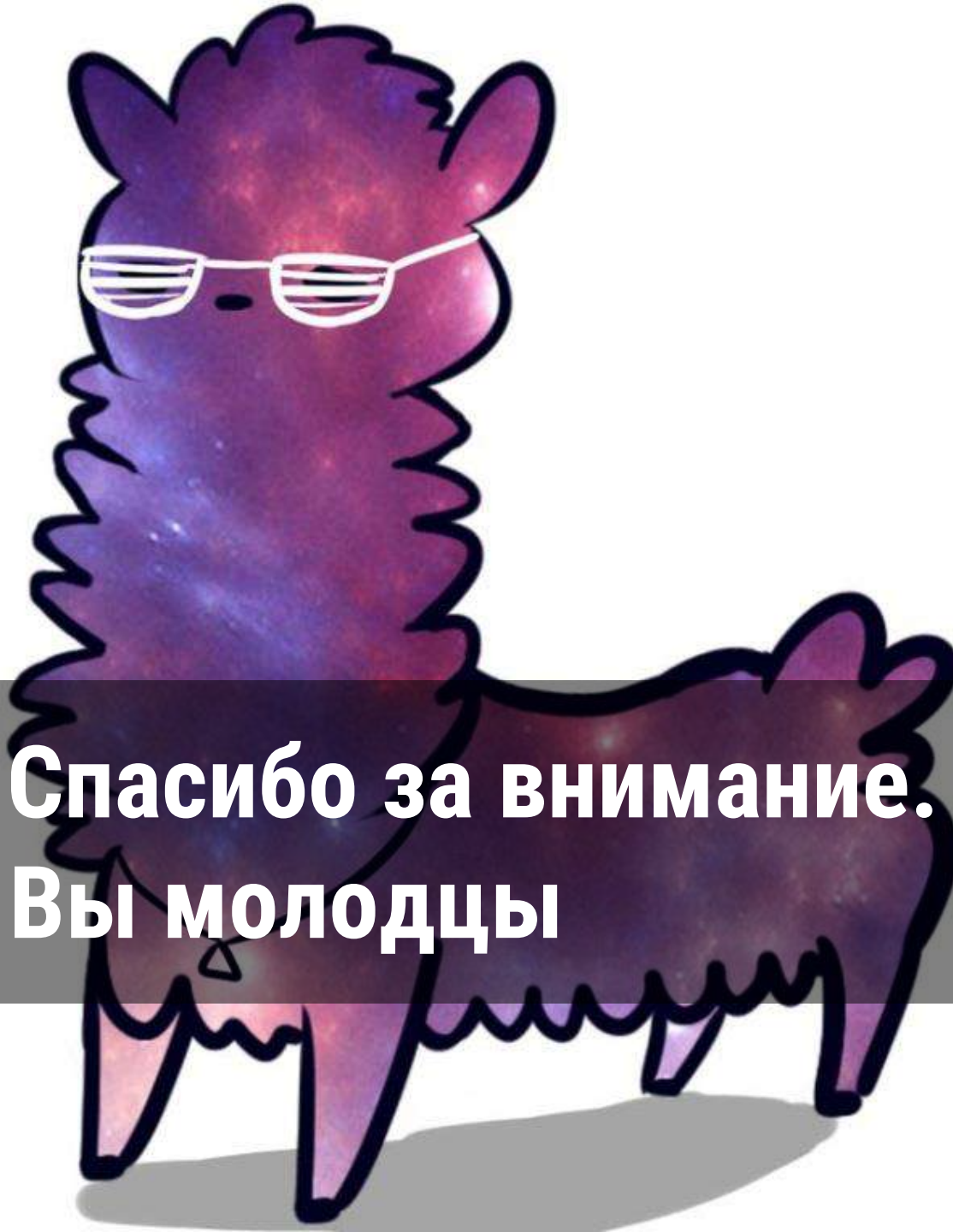
[elama.kz/partners](https://elama.kz/partners)

# Бесплатные вебинары

- Как фрилансерам зарабатывать больше – 18 декабря
- Типичные ошибки при запуске Google Ads – 20 декабря
- **Бесплатно**

[eLama.kz/webinar](https://eLama.kz/webinar)





**Спасибо за внимание.  
Вы молодцы**