



eLama.ru

**Анализ эффективности
рекламных кампаний:**

Google Analytics

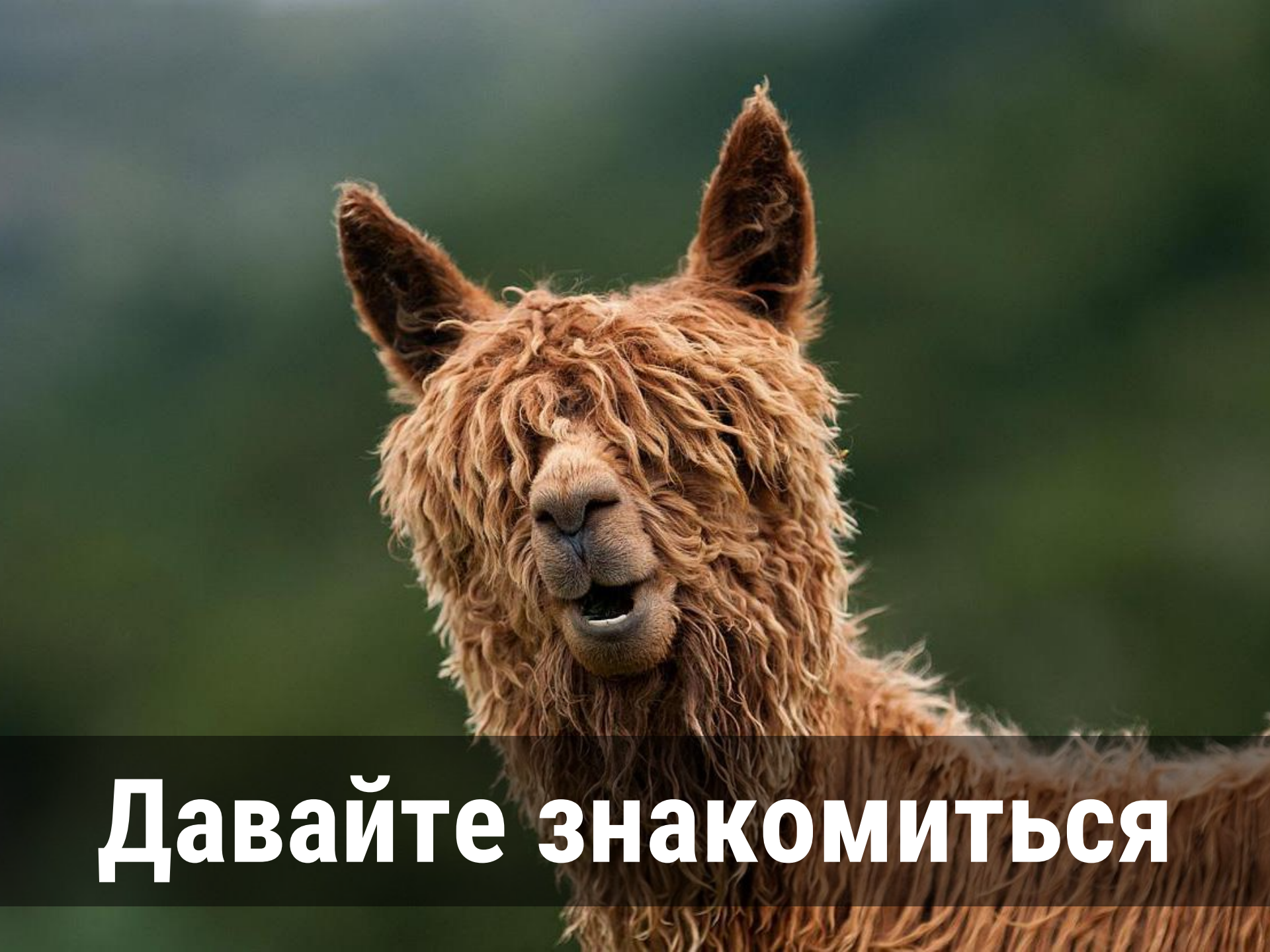
Обучающие вебинары от eLama.ru

Организационные моменты

1. Длительность вебинара: 2 часа
2. Время для вопросов
3. Все желающие получат запись вебинара, презентацию и не только

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 для участников вебинара



Давайте знакомиться

Яндекс Директ

 Google AdWords

Яндекс Маркет

 Calltouch





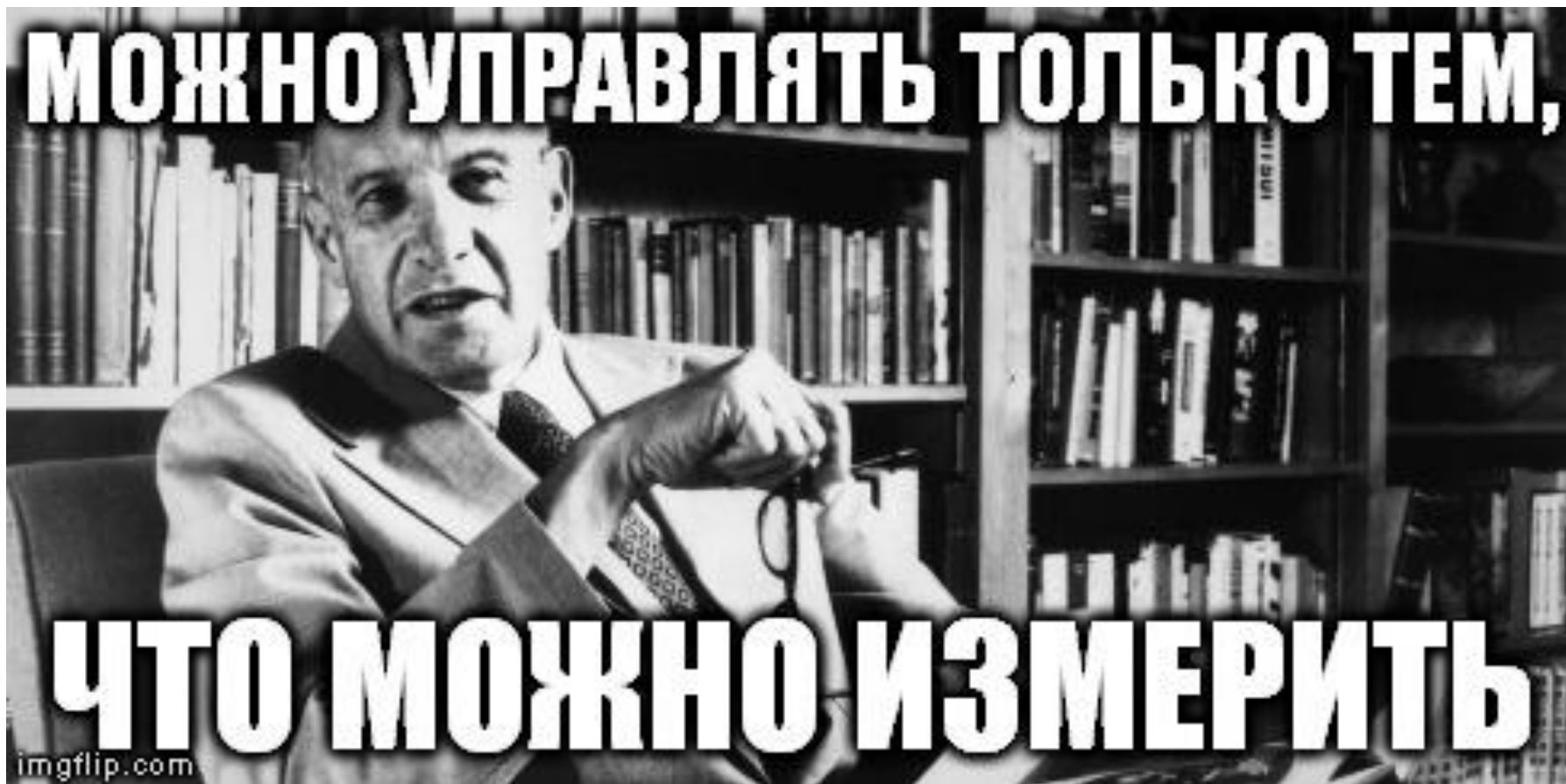


[YAGLA]

facebook



Аналитика – зачем это?



Сервисы веб-аналитики

- Яндекс.Метрика
- **Google Analytics**

Немного теории

- Аккаунт, Ресурс, Представление
- Хит, Сессия, Пользователь
- Тайм-аут, Отказ

Фильтры на уровне представления

- По разделам сайта, региону
- Исключить сотрудников
- Убрать реферальный спам

Нестандартные решения

- Междоменное отслеживание
- Отслеживание переходов по внешним ссылкам (События)

Google Analytics

Anywhere. Anytime.



Настройка и установка счётчика

Установка счётчика

Google Google Аналитика



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

1 Зарегистрируйтесь в Google Аналитике



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 Аналитикой

Регистрация

Зарегистрируйтесь сейчас – это просто и бесплатно!

Остались вопросы? Посетите [Справочный центр](#).

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.

Установка счётчика

Настройка аккаунта

Название аккаунта обязательно

Аккаунты составляют самый верхний уровень иерархии и содержат один или несколько идентификаторов отслеживания.

Свечной заводик им. отца Фёдора

Установка счётчика

Настройка ресурса

Название сайта обязательно

Сайт завода

URL веб-сайта обязательно

http:// zavod-im-otsa-fedora.ru

Отрасль ?

Бизнес и промышленность

Часовой пояс отчетов

Россия

(GMT+03:00) Москва+00

Установка счётчика

Используется аккаунтов: 0 из 100.

Получить идентификатор отслеживания

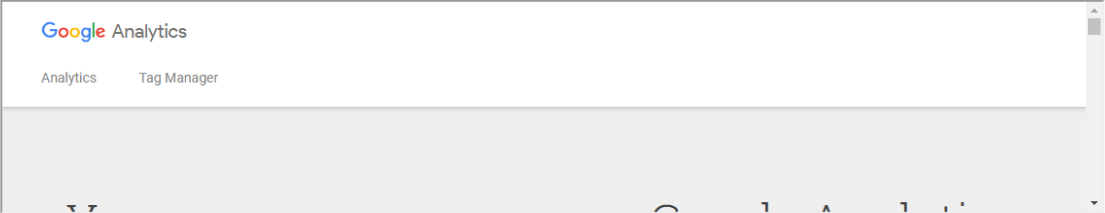
Отмена

Установка счётчика

Соглашение об условиях использования Google Аналитики

Для работы с Google Аналитикой нужно принять Условия использования, соответствующие стране проживания.

Россия



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 Аналитики 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.

Установка счётчика

Все аккаунты > Сайт завода
Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс [+ Создать ресурс](#)

Сайт завода

Идентификатор отслеживания: UA-123357270-1 Статус: Данные о трафике не поступают в течение последних 48 часов. [Learn more](#)

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 Google Рекламой
- Связь с AdSense
- Связь с Ad Exchange
- Все продукты

Возврат данных

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-123357270-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-123357270-1');
</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...](#)

Google Менеджер тегов

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

- вы используете несколько инструментов отслеживания, для которых требуется добавление тегов на сайт;
- работа с тегами отнимает у вас время, необходимое для управления рекламными кампаниями.

Подробнее читайте в разделе [Google Менеджер тегов](#).

Дополнительные решения

Мы рекомендуем использовать Global Site Tag (gtag.js) и Google Менеджер тегов на всех ресурсах, где отслеживание не применялось ранее. Вы также можете работать с дополнительными решениями, такими как [analytics.js](#) и Measurement Protocol. [Подробнее...](#)

Настройка счётчика

Все аккаунты > Сайт завода
Все данные по веб-сайту ▾

ADMINISTRATOR ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс [+ Создать ресурс](#)

Сайт завода

- ←
- 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 Google Рекламой
 - Связь с AdSense

Сбор данных в функциях для рекламодателей

Включая функции для рекламодателей, вы даете Google Аналитике указание 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 Аналитике 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 Аналитики.

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 Аналитика временно связывает идентификаторы пользователей с данными Google Аналитики для заполнения аудиторий. Вы должны соблюдать [правила использования функций для рекламодателей в Google Аналитике](#), 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 о рекламе, в том числе отчеты о демографических данных и категориях интересов, отчеты Менеджера кампаний и сервиса "Дисплей и Видео 360", отчеты о показах в контекстно-медийной сети и т. д. [Подробнее...](#)

Вкл.

[Сохранить](#) [Отмена](#)

Настройка счётчика

Все аккаунты > Сайт завода
Все данные по веб-сайту ▾

ADMINISTRATOR ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс: [+ Создать ресурс](#)

Сайт завода ▾

- Настройки ресурса
- Управление доступом
- .js Отслеживание
- связь с другими продуктами
 - Связь с Google Рекламой
 - Связь с AdSense
 - Связь с Ad Exchange
- Все продукты
- Возврат данных
- Настройки аудиторки
- Пользовательские
- Редактирование данных

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 отслеживания. Подробнее о настройке читайте [здесь](#).

откл.

Включить функцию "Статистика страницы":

- Встроенный режим (рекомендуется)
- Полноэкранный режим

Полноэкранный режим рекомендуется, только если у вас возникают проблемы с загрузкой сайта при использовании встроенного режима.

Search Console

Анализ данных о пользователях

Добавление показателя "Пользователи" в отчеты
Добавление показателя "Пользователи" в стандартные отчеты и обновление его вычисления.

Вкл.

Google Tag Manager

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



Настройка Целей

Настройка Цели в GA

Все аккаунты > Сайт завода

Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Представление [+ Создать представл](#)

Все данные по веб-сайту

- Настройки представления
- Управление доступом
- Цели**
- Группы контента
- Фильтры
- Настройки канала

[+ ЦЕЛЬ](#) Импортировать из галереи Поиск

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

Остались 20 целей

Настройка Цели в GA

Все аккаунты > Сайт завода
Все данные по веб-сайту ▾

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
- Заметки
- Модели атрибуции
- Собственная группа каналов БЕТА
- Специальные оповещения
- Плановая рассылка

1 Установка цели

Шаблон

Чтобы начать работу с предварительно настроенной конфигурацией, выберите шаблон

ДОХОД

- Бронирование Бронирование (например, тура или номера в отеле)
- Внести платеж Осуществленный онлайн-платеж
- Назначить встречу Запланированная встреча или посещение
- Стать партнером Запрошенная или отправленная информация о партнере, посреднике или аффилированном лице

ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА

- Создать аккаунт Успешная регистрация, создание аккаунта или представления

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 Google Рекламе [Подробнее...](#)

Собственная

[Далее](#) [Отмена](#)

Настройка Цели в GA

✓ Установка цели [Изменение](#)

Специальная цель

2 Описание цели

Название

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 Google Рекламе [Подробнее...](#)

Далее

Отмена

Настройка Цели в GA

✓ **Установка цели** Изменение

Специальная цель

✓ **Описание цели** Изменение

Название: *Заявка на прайс-лист*
Тип цели: *Переход*

3 **Подробные сведения о цели**

Переход

Равно ▾

С учетом регистра

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

Ценность Необязательно

ОТКЛ.

Назначьте ценность конверсии в денежном выражении.

Последовательность Необязательно

ОТКЛ.

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.

Сохранить

Отмена



У нас 70% продаж через телефон!

Как считать звонки

- Показывать рядом с номером телефона **clientId** и мотивировать пользователя его запомнить
- Обязать менеджеров регистрировать все звонки в **CRM** и записывать **clientId**
- Настроить выгрузку звонков из **CRM** в **GA**

Вариант проще и надёжнее

- Подключить динамический коллтрекинг и интегрировать его с CRM и GA
- Calltouch, Callibri, Calltracking.ru, CoMagic

Возможности интерфейса ГА



Сравнение периодов

🔔 ? 👤

💾 СОХРАНИТЬ 📄 ЭКСПОРТИРОВАТЬ 🔗 ОТКРЫТЬ ДОСТУП ✎ ИЗМЕНИТЬ

29 июл. 2018 г. - 4 авг. 2018 г. ▲

| июнь 2018 г. | | | | | | | июль 2018 г. | | | | | | | август 2018 г. | | | | | | | |
|--------------|----|----|----|----|----|----|--------------|----|----|----|----|----|----|----------------|----|----|----|----|----|----|---|
| п | в | с | ч | п | с | в | п | в | с | ч | п | с | в | п | в | с | ч | п | с | в | |
| | | | | 1 | 2 | 3 | | | | | | | 1 | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |
| | | | | | | | 30 | 31 | | | | | | | | | | | | | |

Диапазон дат:

-

Сравнить с:

-

[Отмена](#)

Сегментация

- География
- Устройства
- Те, кто достиг конверсии,
и те, кто нет

Сегменты

Весь трафик ✓ СОХРАНИТЬ ЭКСПОРТИРОВАТЬ ОТКРЫТЬ ДОСТУП ИЗМЕНИТЬ 29 июл. 2018 г. - 4 авг. 2018 г. ▾

Все пользователи ▾ Трафик с мобильных уст... ▾ Трафик планшетных и о... ▾ Выберите сегмент из спи...

+ СЕГМЕНТ Импортировать из Галереи Опубликовать сегменты Представление Поиск сегментов ?

| | Название сегмента | Создан | Изменен | |
|----------------------|---|--------|---------|------------|
| ПРОСМОТРЕТЬ СЕГМЕНТЫ | <input type="checkbox"/> ★ Газовые посетители | | | действия ▾ |
| Все | <input type="checkbox"/> ★ Сеансы без отказов | | | Действия ▾ |
| Встроенные | <input type="checkbox"/> ★ Сеансы с конверсиями | | | Действия ▾ |
| Пользовательские | <input type="checkbox"/> ★ Сеансы с транзакциями | | | Действия ▾ |
| Общие | <input type="checkbox"/> ★ Трафик переходов | | | Действия ▾ |
| Помеченные | <input checked="" type="checkbox"/> ★ Трафик планшетных и обычных ПК | | | Действия ▾ |
| Выбранные | <input checked="" type="checkbox"/> ★ Трафик с мобильных устройств | | | Действия ▾ |
| | <input type="checkbox"/> ★ Трафик с планшетных ПК | | | Действия ▾ |
| | <input type="checkbox"/> ★ Трафик смартфонов и планшетных ПК | | | Действия ▾ |

Применить Отмена

Сегменты

Название сегмента [Сохранить](#) [Отмена](#) [Предварительный просмотр](#) Сегмент виден в любом представлении [Изменить](#)

- Демографические данные
- Технология
- Поведение
- Дата первого сеанса
- Источники трафика
- Расширенная электронна...

Расширенный

- Условия
- Последовательности

Условия

Группировать пользователей и/или посещения с учетом одного или нескольких сеансов.

Фильтр Сеансы Включить

% ве Сеансы Пользователи = - или и

+ Добавить фильтр

Сводка

100% пользователей

Пользователи -

Сеансы - 100% сеансов

Без фильтров

Сегменты

Название сегмента [Сохранить](#) [Отмена](#) [Предварительный просмотр](#) Сегмент виден в любом представлении [Изменить](#)

- Демографические данные
- Технология
- Поведение
- Дата первого сеанса
- Источники трафика
- Расширенная электронна...
- Расширенный**
- Условия
- Последовательности

Условия

Группировать пользователей и/или посещения с учетом одного или нескольких сеансов.

Фильтр Сеансы Включить

% ве Сеансы Пользователи = - или и

+ Добавить фильтр

Сводка

100%
пользователей

Пользователи
-

Сеансы
-
100% сеансов

Без фильтров

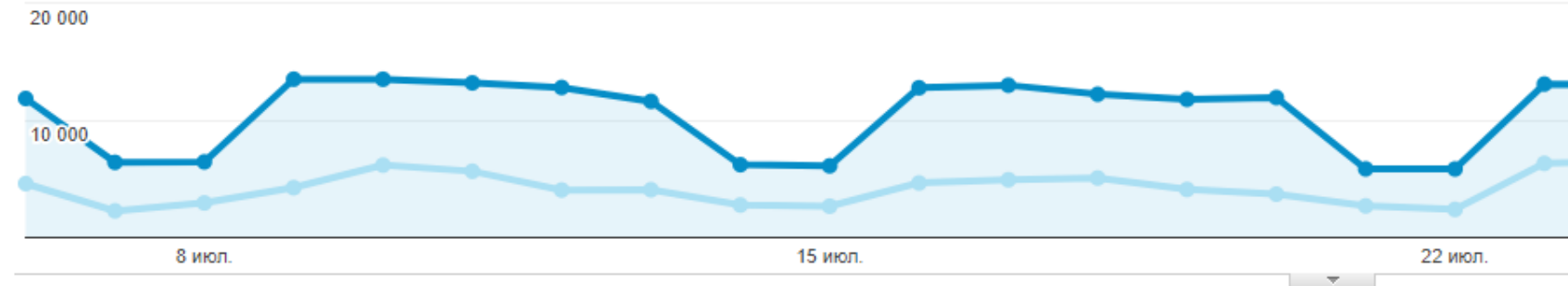
Наложение показателей

Статистика

Сводка [Использование сайта](#) [Набор целей 1](#) [Набор целей 2](#) [Набор целей 3](#) [Набор целей 4](#) [Электронная торговля](#)

Пользователи и Регистрация на вебинар (Достигнутые переходы к цели 6)

● Пользователи ● Регистрация на вебинар (Достигнутые переходы к цели 6)



Настройки таблицы

Основной параметр: [Источник или канал](#) [Источник](#) [Канал](#) [Ключевое слово](#) [Другое](#) ▼

Показать на диаграмме

▼

Тип сортировки: ▼



[Ещё...](#)



Настройки таблицы

Строк на странице: К строке: 1-10 из 221

Этот отчет создан 05.08.2018 в 21:24:41 - [Обновить отчет](#)



Главный отчёт

Весь трафик

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

Показать на диаграмме

Дополнительный параметр ▾

Тип сортировки: По умолчанию ▾

Ещё...



| Источники трафика | Источники трафика | | | Действия | | | Конверсии Цель 6: Регистрация на вебинар ▾ | | |
|-------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Пользователи ? | Новые пользователи ? | Сеансы ? | Показатель отказов ? | Страниц/сеанс ? | Сред. длительность сеанса ? | Регистрация на вебинар (Коэффициент конверсии для цели 6) ? | Регистрация на вебинар (Достигнутые переходы к цели 6) ? | Регистрация на вебинар (Ценность цели 6) ? |
| | 44 872 % от общего количества: 100,00 % (44 872) | 24 309 % от общего количества: 100,08 % (24 290) | 115 970 % от общего количества: 100,00 % (115 970) | 30,95 % Средний показатель для представления: 30,95 % (0,00 %) | 2,94 Средний показатель для представления: 2,94 (0,00 %) | 00:04:20 Средний показатель для представления: 00:04:20 (0,00 %) | 2,41 % Средний показатель для представления: 2,41 % (0,00 %) | 2 799 % от общего количества: 100,00 % (2 799) | 0,00 ₺ % от общего количества: 0,00 % (0,00 ₺) |
| 1. (direct) / (none) | 12 190 (25,55 %) | 4 672 (19,22 %) | 38 399 (33,11 %) | 20,08 % | 3,14 | 00:04:32 | 0,16 % | 60 (2,14 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 2. google / organic | 8 681 (18,20 %) | 4 983 (20,50 %) | 19 565 (16,87 %) | 31,54 % | 3,09 | 00:04:43 | 0,36 % | 70 (2,50 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 3. eLama-yandex / cpc | 4 615 (9,67 %) | 3 498 (14,39 %) | 6 542 (5,64 %) | 62,93 % | 2,10 | 00:02:19 | 1,22 % | 80 (2,86 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 4. yandex.ru / referral | 4 146 (8,69 %) | 1 433 (5,89 %) | 14 005 (12,08 %) | 20,55 % | 3,50 | 00:05:48 | 0,28 % | 39 (1,39 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 5. google / cpc | 3 813 (7,99 %) | 2 378 (9,78 %) | 6 415 (5,53 %) | 55,01 % | 2,37 | 00:02:27 | 1,78 % | 114 (4,07 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 6. facebook / cpc | 2 486 (5,21 %) | 2 051 (8,44 %) | 2 928 (2,52 %) | 70,53 % | 1,28 | 00:00:54 | 19,95 % | 584 (20,86 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 7. elama / email | 2 303 (4,83 %) | 587 (2,41 %) | 7 068 (6,09 %) | 27,45 % | 2,88 | 00:04:30 | 6,15 % | 435 (15,54 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 8. yandex.ru / organic | 2 156 (4,52 %) | 606 (2,49 %) | 7 015 (6,05 %) | 22,24 % | 3,23 | 00:05:03 | 0,26 % | 18 (0,64 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 9. vk / cpc | 1 815 (3,80 %) | 1 150 (4,73 %) | 2 676 (2,31 %) | 58,59 % | 1,91 | 00:02:14 | 14,31 % | 383 (13,68 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |
| 10. instagram / cpc | 1 084 (2,27 %) | 1 050 (4,32 %) | 1 121 (0,97 %) | 69,85 % | 1,12 | 00:00:37 | 25,07 % | 281 (10,04 %) | 0,00 ₺ (0,00 %) |

Строк на странице: 10 ▾ К строке: 1 1-10 из 352 < >

Этот отчет создан 05.08.2018 в 20:55:57 - Обновить отчет



Другие полезные отчёты

Страницы входа

Основной параметр: [Страница входа](#) [Другое](#) ▾

Показать на диаграмме Дополнительный параметр Тип сортировки: По умолчанию ▾

Ещё...

| | Страница входа [?] | Источники трафика | | | Действия | | | Конверсии <input type="text" value="Цель 6: Регистрация на вебинар"/> | |
|--------------------------|--|--|--|---|---|--|--|--|---|
| | | Сеансы [?] ↓ | Новые сеансы, % [?] | Новые пользователи [?] | Показатель отказов [?] | Страниц/сеанс [?] | Сред. длительность сеанса [?] | Регистрация на вебинар (Коэффициент конверсии для цели 6) [?] | Регистрация на вебинар (Достигнутые переходы к цели 6) [?] |
| | Платный трафик | 21 441 % от общего количества: 18,49 % (115 970) | 49,31 % Средний показатель для представления: 20,96 % (135,25 %) | 10 573 % от общего количества: 43,49 % (24 309) | 60,51 % Средний показатель для представления: 30,95 % (95,47 %) | 2,03 Средний показатель для представления: 2,94 (-30,82 %) | 00:02:10 Средний показатель для представления: 00:04:20 (-49,80 %) | 7,03 % Средний показатель для представления: 2,41 % (191,41 %) | 1 508 % от общего количества: 53,88 % (2 799) |
| <input type="checkbox"/> | 1. elama.ru/ [?] | 2 126 (9,92 %) | 33,30 % | 708 (6,70 %) | 16,84 % | 5,33 | 00:06:15 | 0,80 % | 17 (1,13 %) |
| <input type="checkbox"/> | 2. elama.ru/webinar/analiziruem-reklamu-i-povyshaem-ee-effektivnost-s-pomoschyu-google-analytics/ [?] | 1 363 (6,36 %) | 74,25 % | 1 012 (9,57 %) | 64,05 % | 1,29 | 00:01:08 | 27,29 % | 372 (24,67 %) |
| <input type="checkbox"/> | 3. my.elama.ru/ [?] | 1 175 (5,48 %) | 0,09 % | 1 (0,01 %) | 14,30 % | 2,73 | 00:06:12 | 0,00 % | 0 (0,00 %) |
| <input type="checkbox"/> | 4. elama.kz/webinar/effektivnyy-remarketing-v-adwords-kak-vernut-br-teh-cto-ne-stal-klientom/ [?] | 1 172 (5,47 %) | 82,68 % | 969 (9,16 %) | 82,42 % | 1,23 | 00:00:24 | 7,00 % | 82 (5,44 %) |
| <input type="checkbox"/> | 5. elama.ru/webinar/prodvizhenie-v-facebook-ot-a-do-ya/ [?] | 842 (3,93 %) | 63,30 % | 533 (5,04 %) | 59,86 % | 1,26 | 00:01:10 | 31,47 % | 265 (17,57 %) |
| <input type="checkbox"/> | 6. tender.elama.ru/ [?] | 829 (3,87 %) | 82,51 % | 684 (6,47 %) | 65,98 % | 1,95 | 00:01:37 | 0,12 % | 1 (0,07 %) |
| <input type="checkbox"/> | 7. account.elama.ru/signin?projectId=optimal [?] | 708 (3,30 %) | 0,00 % | 0 (0,00 %) | 37,99 % | 2,99 | 00:03:18 | 0,28 % | 2 (0,13 %) |
| <input type="checkbox"/> | 8. elama.ru/webinar/kak-frilanseram-zarabatyvat-bolshe-legkie-sposoby-nayti-svoih-klientov/ [?] | 669 (3,12 %) | 88,79 % | 594 (5,62 %) | 66,52 % | 1,17 | 00:00:48 | 27,80 % | 186 (12,33 %) |
| <input type="checkbox"/> | 9. elama.ru/webinar/kontekstnaya-reklama-ot-osnov-do-povysheniya-effektivnosti/ [?] | 649 (3,03 %) | 59,94 % | 389 (3,68 %) | 69,80 % | 1,41 | 00:01:02 | 16,33 % | 106 (7,03 %) |
| <input type="checkbox"/> | 10. elama.ru/partners/ [?] | 638 (2,98 %) | 86,21 % | 550 (5,20 %) | 74,76 % | 1,71 | 00:01:03 | 0,00 % | 0 (0,00 %) |

Страницы выхода

Основной параметр: Страница

Показать на диаграмме Дополнительный параметр Тип сортировки: По умолчанию

Ещё...

| Страница ? | Переходы ? | Просмотры страниц ? | Процент выходов ? |
|---|---|---|---|
| | 30 998 % от общего количества: 100,00 % (30 998) | 60 128 % от общего количества: 100,00 % (60 128) | 51,55 % Средний показатель для представления: 51,55 % (0,00 %) |
| <input type="checkbox"/> 1. / | 1 770 (5,71 %) | 4 402 (7,32 %) | 40,21 % |
| <input type="checkbox"/> 2. /articles/nedelya-lishney-raboty-ili-kak-gramotno-prorobotat-semantiku-dlya-internet-magazina/ | 1 098 (3,54 %) | 1 517 (2,52 %) | 72,38 % |
| <input type="checkbox"/> 3. /courses/specialist-po-google-adwords/ | 918 (2,96 %) | 1 971 (3,28 %) | 46,58 % |
| <input type="checkbox"/> 4. /courses/vse-o-google-adwords-osnovy/vvodnoe-zanyatie-analiz-dannyh-tri-vida-reklamnyh-kampaniy-poisk-seti-remarketing/ | 703 (2,27 %) | 1 219 (2,03 %) | 57,67 % |
| <input type="checkbox"/> 5. /articles/kak-i-zachem-yandeks-sozdaet-sписок-proverennyh-frilanserov/ | 644 (2,08 %) | 797 (1,33 %) | 80,80 % |
| <input type="checkbox"/> 6. /courses/ | 548 (1,77 %) | 1 923 (3,20 %) | 28,50 % |
| <input type="checkbox"/> 7. /articles/poiskovyy-retargeting-v-yandeksdirekte-i-google-ads-osobennosti-i-sovety/ | 525 (1,69 %) | 763 (1,27 %) | 68,81 % |
| <input type="checkbox"/> 8. /categories/direct/?target_ref=http://mir-pozitiva.com/30-stydney-veshhej-kotorye-delaet-kazhdaja-zhenshhina/ | 454 (1,46 %) | 649 (1,08 %) | 69,95 % |
| <input type="checkbox"/> 9. /articles/novosti-rynka-kontekstnoy-reklamy-za-iyul-2018-god/ | 418 (1,35 %) | 569 (0,95 %) | 73,46 % |
| <input type="checkbox"/> 10. /articles/kak-reklamirovat-internet-magaziny-v-instagram/ | 339 (1,09 %) | 488 (0,81 %) | 69,47 % |

Время загрузки страниц

Основной параметр: Страница Название страницы Группы контента: нет Другое

Дополнительный параметр Тип сортировки: По умолчанию

Просмотры страниц Среднее время загрузки страницы (сек.)
(по сравнению со средним значением для сайта)

| Страница | Просмотры страниц | Среднее время загрузки страницы (сек.) |
|--|---|---|
| | 60 128 % от общего количества: 100,00 % (60 128) | 22,75 Средний показатель для представления: 22,75 (0,00 %) |
| 1. / | 4 402 | -49,35 % |
| 2. /courses/specialist-po-google-adwords/ | 1 971 | -64,32 % |
| 3. /courses/ | 1 923 | -25,58 % |
| 4. /articles/nedelya-lishney-raboty-ili-kak-gramotno-prorabotat-semantiku-dlya-internet-magazina/ | 1 517 | 64,64 % |
| 5. /courses/vse-o-google-adwords-osnovy/vvodnoe-zanyatie-analiz-dannyh-tri-vida-reklamnyh-kampaniy-poisk-seti-remarketing/ | 1 219 | -26,28 % |
| 6. /news/ | 847 | 73,31 % |
| 7. /articles/kak-i-zachem-yandeks-sozdaet-spisok-proverennyh-frilanserov/ | 797 | -62,21 % |
| 8. /articles/poiskovyy-retargeting-v-yandeksdirekte-i-google-ads-osobennosti-i-sovety/ | 763 | -70,97 % |
| 9. /articles/ | 652 | -62,79 % |
| 10. /categories/direct/?target_ref=http://mir-pozitiva.com/30-stydneyh-veshhej-kotorye-delaet-kazhdaja-zhenshhina/ | 649 | -100,00 % |

Строк на странице: 10 К строке: 1 1-10 из 3419

Этот отчет создан 05.08.2018 в 21:21:45 - Обновить отчет

Ускорение загрузки

| Страница ? | Просмотры страниц ? ↓ | Среднее время загрузки страницы (сек.) ? | Предложения PageSpeed ? | Уровень скорости загрузки страниц ? |
|--|-----------------------|--|-------------------------|-------------------------------------|
| 1. / | 4 402 | 11,52 | Всего: 5 📄 | 73 |
| 2. /courses/specialist-po-google-adwords/ | 1 971 | 8,12 | Всего: 4 📄 | 86 |
| 3. /courses/ | 1 923 | 16,93 | Всего: 4 📄 | 85 |
| 4. /articles/nedelya-lishney-raboty-ili-kak-gramotno-prorobotat-semantiku-dlya-internet-magazina/ | 1 517 | 37,45 | Всего: 7 📄 | 52 |
| 5. /courses/vse-o-google-adwords-osnovy/vvodnoe-zanyatie-analiz-dannyh-tri-vida-reklamnyh-kampaniy-poisk-seti-remarketing/ | 1 219 | 16,77 | Всего: 6 📄 | 84 |
| 6. /news/ | 847 | 39,42 | Всего: 5 📄 | 79 |
| 7. /articles/kak-i-zachem-yandeks-sozdaet-spisok-proverennyh-frilanserov/ | 797 | 8,60 | Всего: 7 📄 | 69 |
| 8. /articles/poiskovyy-retargeting-v-yandeksdirekte-i-google-ads-osobennosti-i-sovety/ | 763 | 6,60 | Всего: 6 📄 | 54 |
| 9. /articles/ | 652 | 8,46 | Всего: 5 📄 | 37 |
| 10. /categories/direct/?target_ref=http://mir-pozitiva.com/30-stydnyh-veshhej-kotorye-delaet-kazhdaja-zhenshhina/ | 649 | 0,00 | Всего: 6 📄 | 39 |

1-10 из 3419 < >

Браузеры и ОС

Основной параметр: **Браузер** Операционная система Разрешение экрана Цвета экрана Версия Flash Другое ▾

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

| | Браузер ? | Источники трафика | | | Действия | | |
|--------------------------|-----------------------|---|---|---|---|---|---|
| | | Пользователи ? | Новые пользователи ? | Сеансы ? | Показатель отказов ? | Страниц/сеанс ? | Сред. длительность сеанса ? |
| <input type="checkbox"/> | | 17 226 % от общего количества: 100,00 % (17 226) | 10 553 % от общего количества: 100,05 % (10 548) | 31 517 % от общего количества: 100,00 % (31 517) | 14,30 % Средний показатель для представления: 14,30 % (0,00 %) | 1,91 Средний показатель для представления: 1,91 (0,00 %) | 00:02:23 Средний показатель для представления: 00:02:23 (0,00 %) |
| <input type="checkbox"/> | 1. Chrome | 10 273 (59,92 %) | 5 923 (56,13 %) | 20 591 (65,33 %) | 11,89 % | 1,97 | 00:02:34 |
| <input type="checkbox"/> | 2. YaBrowser | 1 718 (10,02 %) | 987 (9,35 %) | 3 496 (11,09 %) | 10,58 % | 1,83 | 00:02:31 |
| <input type="checkbox"/> | 3. Safari | 1 497 (8,73 %) | 950 (9,00 %) | 2 213 (7,02 %) | 13,74 % | 1,75 | 00:02:32 |
| <input type="checkbox"/> | 4. Android Webview | 1 476 (8,61 %) | 1 260 (11,94 %) | 1 630 (5,17 %) | 58,83 % | 1,45 | 00:00:22 |
| <input type="checkbox"/> | 5. Firefox | 785 (4,58 %) | 523 (4,96 %) | 1 211 (3,84 %) | 7,27 % | 2,05 | 00:02:44 |
| <input type="checkbox"/> | 6. Opera | 664 (3,87 %) | 398 (3,77 %) | 1 414 (4,49 %) | 9,19 % | 2,11 | 00:02:14 |
| <input type="checkbox"/> | 7. Safari (in-app) | 300 (1,75 %) | 192 (1,82 %) | 349 (1,11 %) | 24,36 % | 1,37 | 00:00:51 |
| <input type="checkbox"/> | 8. Samsung Internet | 139 (0,81 %) | 104 (0,99 %) | 188 (0,60 %) | 28,19 % | 1,39 | 00:00:39 |
| <input type="checkbox"/> | 9. Edge | 121 (0,71 %) | 74 (0,70 %) | 206 (0,65 %) | 5,83 % | 1,76 | 00:01:46 |
| <input type="checkbox"/> | 10. Internet Explorer | 75 (0,44 %) | 66 (0,63 %) | 89 (0,28 %) | 23,60 % | 1,40 | 00:01:32 |

Мобильные устройства

Основной параметр: [Информация о мобильном устройстве](#) [Бренд мобильного устройства](#) [Интернет-провайдер](#) [Средства ввода данных](#) [Операционная система](#) [Другое](#) ▾

Показать на диаграмме

Дополнительный параметр ▾

Тип сортировки: По умолчанию ▾

| <input type="checkbox"/> | Бренд мобильного устройства ? | Источники трафика | | | Действия | | |
|--------------------------|-------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | | Пользователи ? ↓ | Новые пользователи ? | Сеансы ? | Показатель отказов ? | Страниц/сеанс ? | Сред. длительность сеанса ? |
| | | 6 496 % от общего количества: 37,71 % (17 226) | 4 568 % от общего количества: 43,31 % (10 548) | 9 106 % от общего количества: 28,89 % (31 517) | 30,49 % Средний показатель для представления: 14,30 % (113,13 %) | 1,62 Средний показатель для представления: 1,91 (-15,23 %) | 00:01:49 Средний показатель для представления: 00:02:23 (-23,91 %) |
| <input type="checkbox"/> | 1. Apple | 1 525 (23,68 %) | 996 (21,80 %) | 2 201 (24,17 %) | 16,67 % | 1,68 | 00:02:25 |
| <input type="checkbox"/> | 2. Samsung | 1 435 (22,28 %) | 1 109 (24,28 %) | 1 911 (20,99 %) | 40,82 % | 1,57 | 00:01:19 |
| <input type="checkbox"/> | 3. Xiaomi | 1 240 (19,25 %) | 846 (18,52 %) | 1 866 (20,49 %) | 29,80 % | 1,61 | 00:02:10 |
| <input type="checkbox"/> | 4. Huawei | 567 (8,80 %) | 422 (9,24 %) | 768 (8,43 %) | 34,64 % | 1,76 | 00:01:49 |
| <input type="checkbox"/> | 5. (not set) | 289 (4,49 %) | 207 (4,53 %) | 392 (4,30 %) | 31,12 % | 1,68 | 00:02:01 |
| <input type="checkbox"/> | 6. Meizu | 278 (4,32 %) | 205 (4,49 %) | 421 (4,62 %) | 38,24 % | 1,48 | 00:01:05 |
| <input type="checkbox"/> | 7. Lenovo | 209 (3,25 %) | 158 (3,46 %) | 285 (3,13 %) | 45,26 % | 1,44 | 00:01:20 |
| <input type="checkbox"/> | 8. Sony | 117 (1,82 %) | 78 (1,71 %) | 177 (1,94 %) | 27,12 % | 1,72 | 00:02:20 |
| <input type="checkbox"/> | 9. LG | 116 (1,80 %) | 93 (2,04 %) | 148 (1,63 %) | 51,35 % | 2,33 | 00:01:37 |
| <input type="checkbox"/> | 10. Asus | 114 (1,77 %) | 71 (1,55 %) | 165 (1,81 %) | 22,42 % | 1,32 | 00:01:23 |

Поисковые запросы (Google)

Основной параметр: Поисковый запрос

Дополнительный параметр

Расширенный фильтр включен [изменить](#)

| Поисковый запрос ? | Клики ? | Показы ? | CTR ? | Средняя позиция ? |
|--------------------------------------|---|---|--|---|
| | 11 575 % от общего количества: 88,43 % (13 089) | 191 815 % от общего количества: 36,46 % (526 139) | 2,49 % Средний показатель для представления: 2,49 % (0,25 %) | 28 Средний показатель для представления: 28 (-0,61 %) |
| 1. (other) | 10 037 (86,71 %) | 161 385 (84,14 %) | 6,22 % | 14 |
| 2. ppc world | 739 (6,38 %) | 925 (0,48 %) | 79,89 % | 1,2 |
| 3. ppc | 52 (0,45 %) | 2 940 (1,53 %) | 1,77 % | 8,5 |
| 4. ppc.world | 45 (0,39 %) | 60 (0,03 %) | 75,00 % | 1,0 |
| 5. эс ццкдв | 37 (0,32 %) | 38 (0,02 %) | 97,37 % | 1,0 |
| 6. ppcworld | 33 (0,29 %) | 46 (0,02 %) | 71,74 % | 1,0 |
| 7. semtools | 31 (0,27 %) | 124 (0,06 %) | 25,00 % | 31 |
| 8. trueview for reach | 31 (0,27 %) | 67 (0,03 %) | 46,27 % | 6,8 |
| 9. параллельное отслеживание adwords | 27 (0,23 %) | 115 (0,06 %) | 23,48 % | 3,3 |
| 10. новости контекстной рекламы | 26 (0,22 %) | 76 (0,04 %) | 34,21 % | 1,1 |

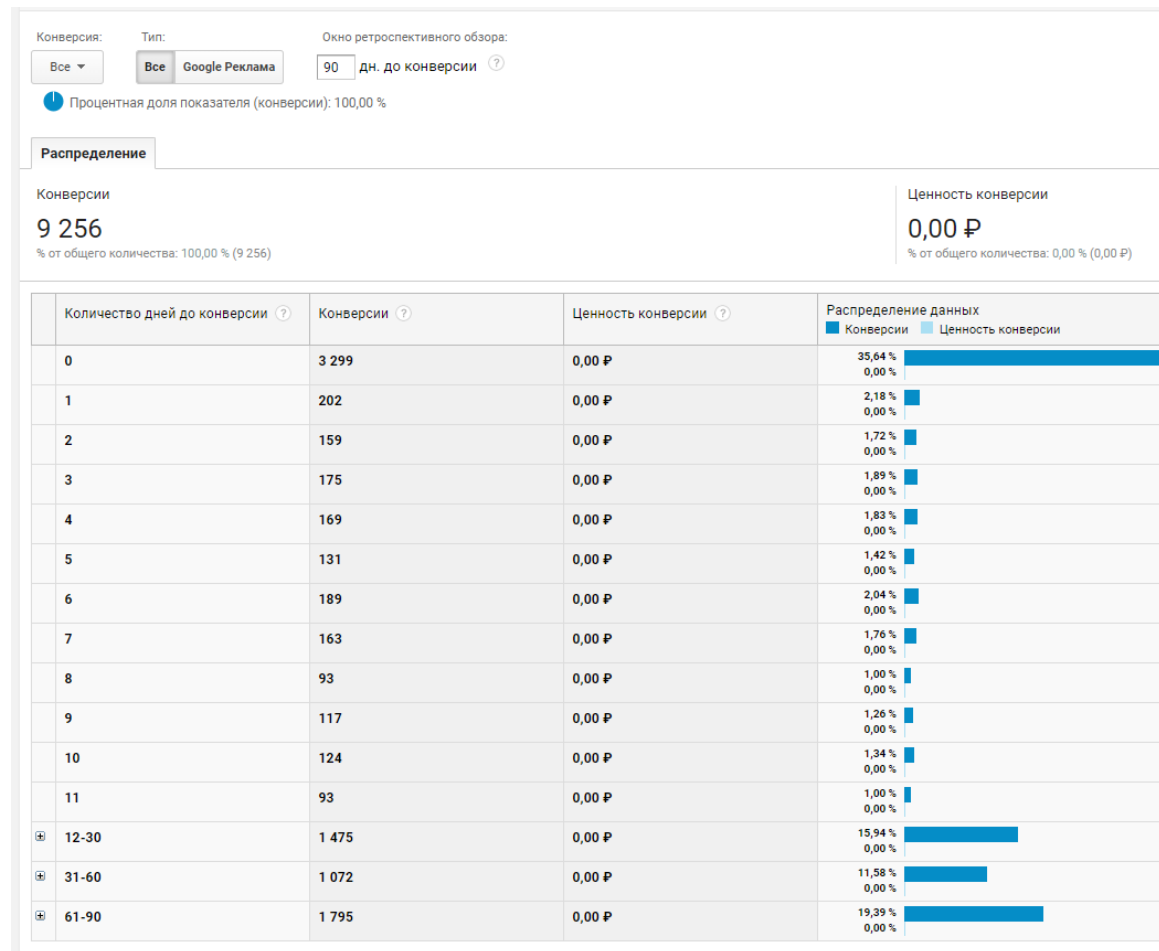
Строк на странице: 10 К строке: 1 1-10 из 47

Этот отчет создан 05.08.2018 в 21:28:30 - Обновить отчет

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/konsuljatsii-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-praviljno-schitatj-srok-beremennosti-posle-eko | (entrance) | (not set) | 10 (10,99 %) |
| 11. /feedback | /school/eko/zhiznj-posle-perenosa-embriionov-chastj-3-diagnostika-beremennosti | (entrance) | (not set) | 4 (4,40 %) |
| 12. /feedback | /services/diagnostika/antimjullerov-gormon-amg | (entrance) | (not set) | 7 (7,69 %) |
| 13. /feedback | /services/diagnostika/otsenka-follikuljamogo-rezerva-uzi-2-5-denj-tsikla | (entrance) | (not set) | 4 (4,40 %) |

Время до конверсии





Связка Ads и Analytics

Связка Ads и Analytics

Настройки доступа к данным [?](#)

Мы гарантируем полную конфиденциальность данных, которые собираются, хранятся и обрабатываются в Google Аналитике ("данные Google Аналитики"). 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 Аналитики. [Подробнее...](#)

Продукты и сервисы Google **РЕКОМЕНДУЕТСЯ**

Разрешите Google использовать ваши данные Google Аналитики 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](#)

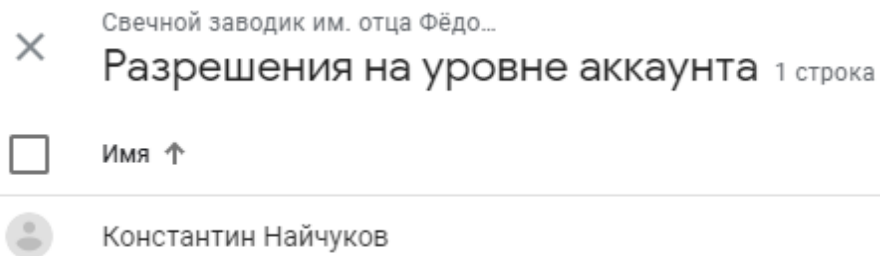
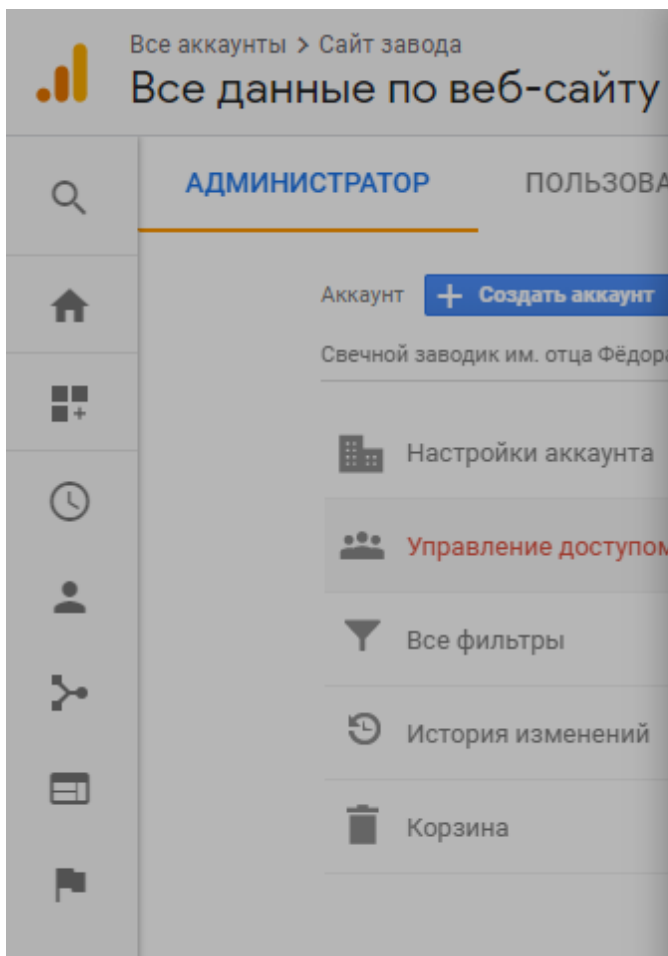
Техническая поддержка **РЕКОМЕНДУЕТСЯ**

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

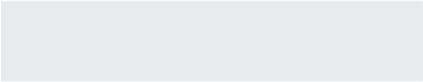



Специалисты по аккаунтам **РЕКОМЕНДУЕТСЯ**

- Предоставить специалистам Google по маркетингу и продажам доступ к данным и аккаунту Google Аналитики, 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.



Связка Ads и Analytics



Связка Ads и Analytics

 Развернуть группы |   

Разрешения

Изменение, Совместное использование, Чтение и анализ,
Управление пользователями  

Связка Ads и Analytics

× Свечной заводик им. отца Фёдо...
Добавление прав доступа

Добавить

Адреса электронной почты

adwords@zavod-im-otsa-fedora.ru

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...](#)

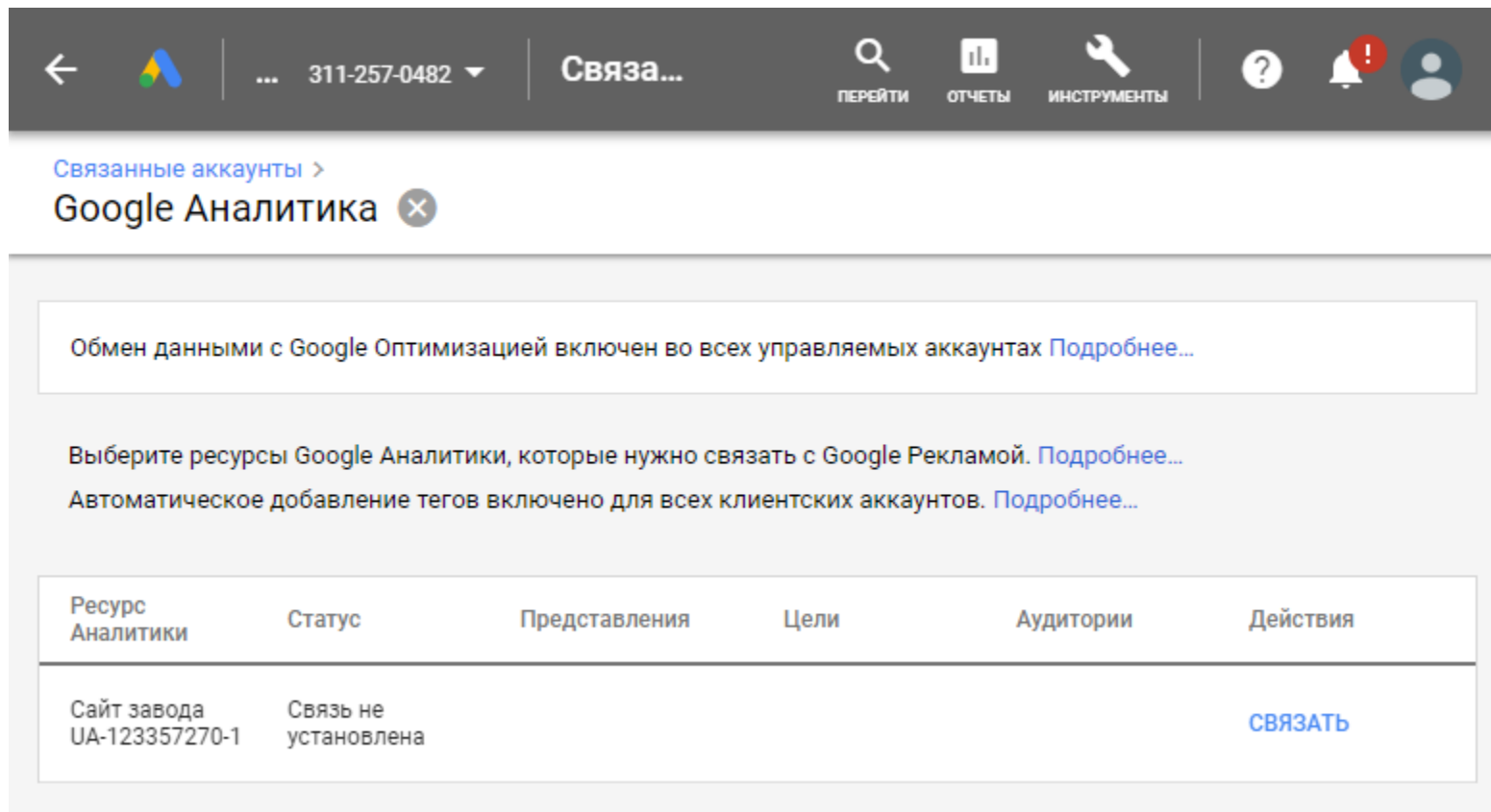



Управление пользователями

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



Связка Ads и Analytics



←  ... 311-257-0482 ▾ Связа...

🔍 ПЕРЕЙТИ 📊 ОТЧЕТЫ 🛠 ИНСТРУМЕНТЫ ? 🔔 👤

[Связанные аккаунты >](#)
Google Аналитика ✕

Обмен данными с Google Оптимизацией включен во всех управляемых аккаунтах [Подробнее...](#)

Выберите ресурсы Google Аналитики, которые нужно связать с Google Рекламой. [Подробнее...](#)
Автоматическое добавление тегов включено для всех клиентских аккаунтов. [Подробнее...](#)

| Ресурс Аналитики | Статус | Представления | Цели | Аудитории | Действия |
|----------------------------|----------------------|---------------|------|-----------|-------------------------|
| Сайт завода UA-123357270-1 | Связь не установлена | | | | СВЯЗАТЬ |

Связка Ads и Analytics

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

Веб-сайт

Приложение

Телефонные звонки

Импорт

Укажите конверсии, которые нужно импортировать:

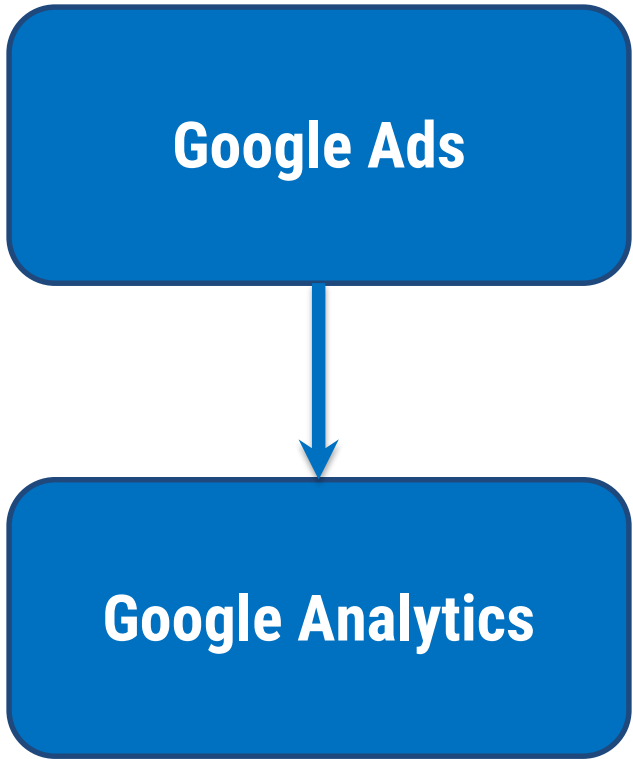
- Google Аналитика
- Firebase
- Сторонняя аналитика приложений
- Salesforce
- Другие источники данных или системы управления взаимодействием с клиентами

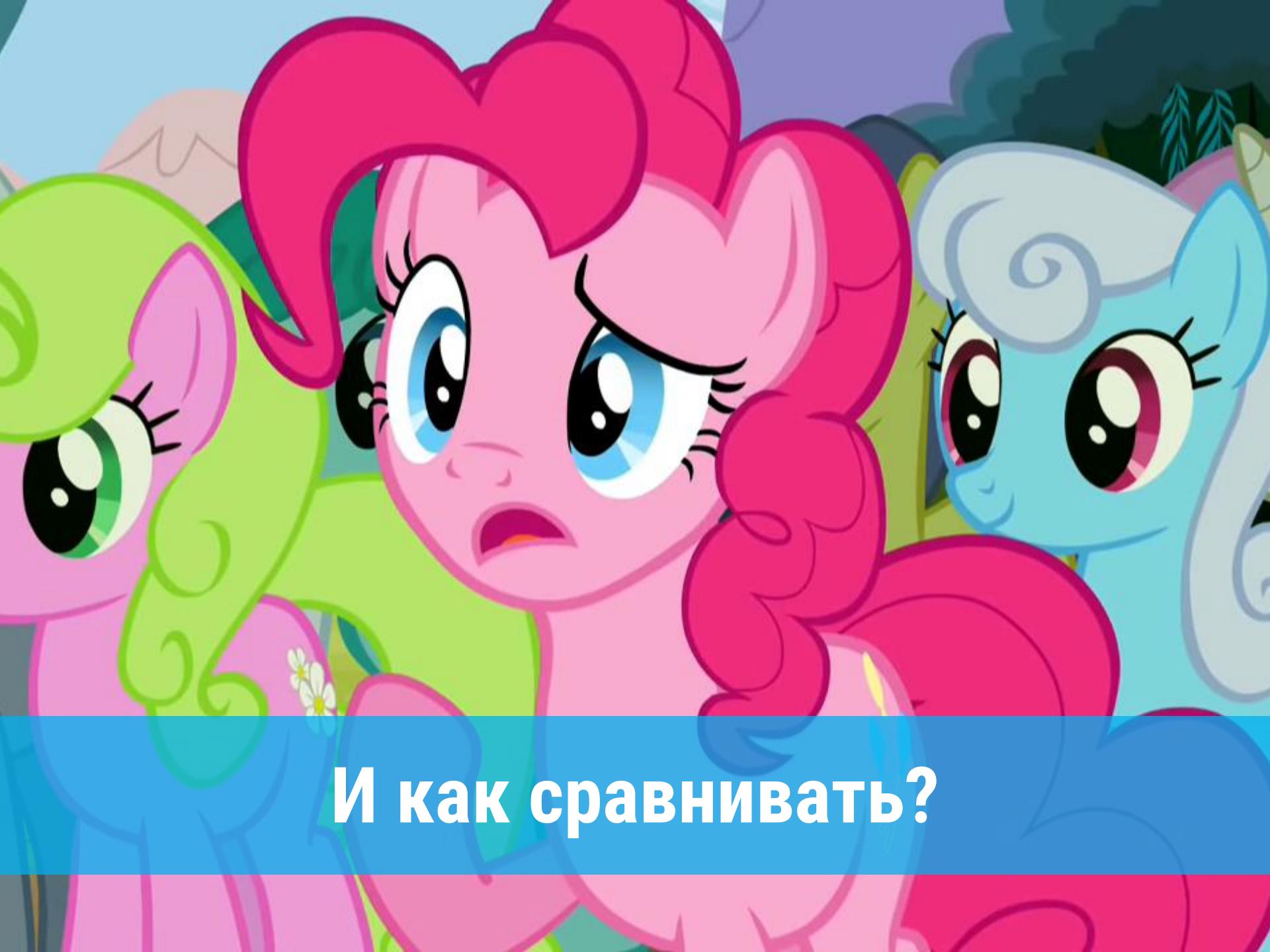
Импортируйте цели и транзакции из Google Аналитики и отслеживайте их как конверсии в Google Рекламе.

[Подробнее...](#)

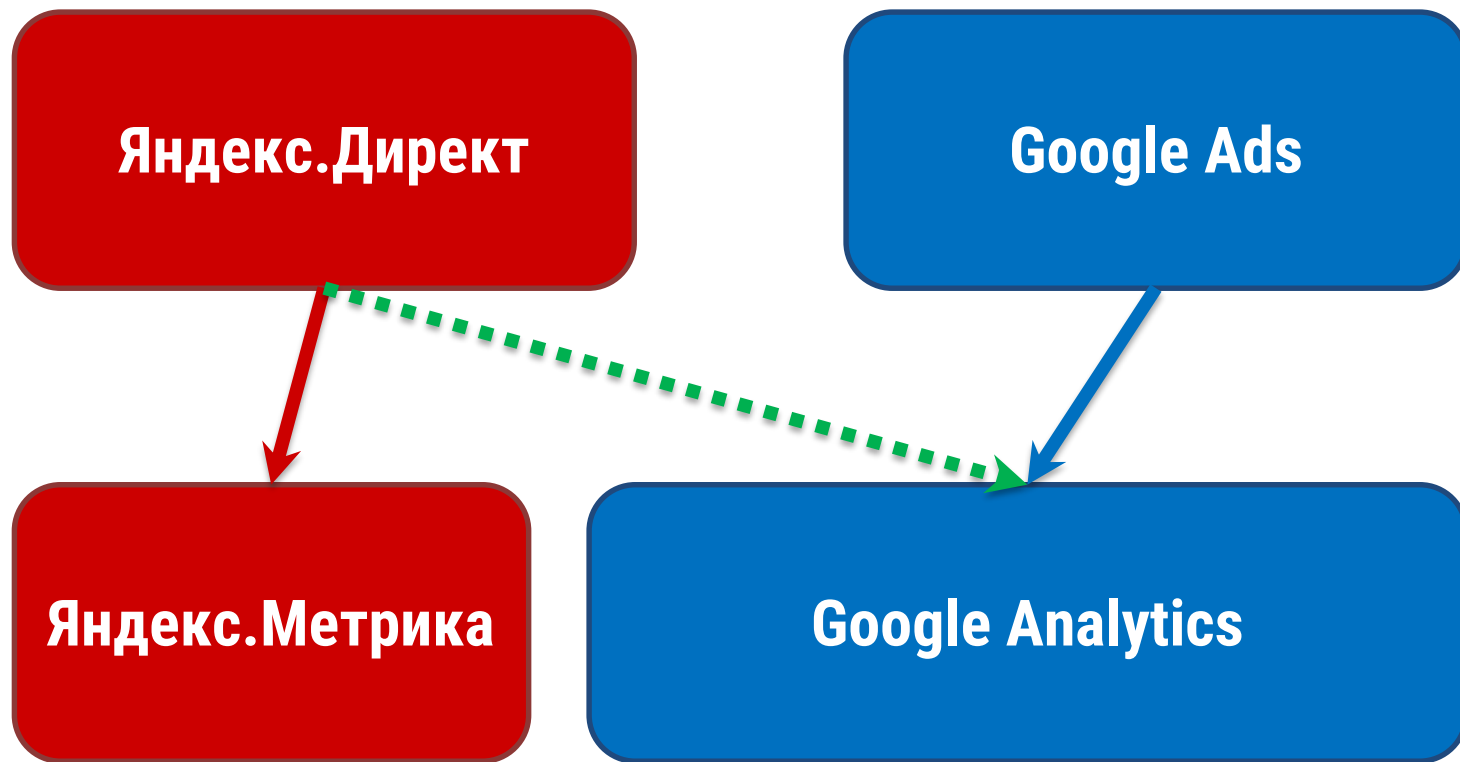
ПРОДОЛЖИТЬ

ОТМЕНА





И как сравнивать?



UTM-метки

- **utm_source** – источник трафика

Например, google, yandex, vk, facebook или newsletter

- **utm_medium** – канал

Например, src или email

- **utm_campaign** – название конкретной РК

- **utm_term** – ключевое слово

- **utm_content** – содержимое объявления

UTM-метки

- Компоновщик URL от Google
- Макросы для Excel
- Авторазметка в eLama.ru

Переменные Яндекс.Директ

- `utm_term={keyword}`
- Полная справка по переменным Яндекс.Директа доступна по ссылке:
<http://help.yandex.ru/direct/statistics/url-tags.xml>



Настройка ремаркетинга



АДМИНИСТРАТОР

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ



Ресурс

[+ Создать ресурс](#)

Сайт завода



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 Google Рекламой



Связь с AdSense

Сбор данных в функциях для рекламодателей

Включая функции для рекламодателей, вы даете Google Аналитике указание 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 Аналитике 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 Аналитики.

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 Аналитика временно связывает идентификаторы пользователей с данными Google Аналитики для заполнения аудиторий. Вы должны соблюдать [правила использования функций для рекламодателей в Google Аналитике](#), 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 о рекламе, в том числе отчеты о демографических данных и категориях интересов, отчеты Менеджера кампаний и сервиса "Дисплей и Видео 360", отчеты о показах в контекстно-медийной сети и т. д. [Подробнее...](#)

вкл.

Сохранить

Отмена



АДМИНИСТРАТОР

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ



Ресурс

[+ Создать ресурс](#)

Сайт завода

Настройки ресурса

Управление доступом

.js Отслеживание

СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ

Связь с Google Рекламой

Связь с AdSense

Связь с Ad Exchange

Все продукты

Возврат данных

Настройки аудитории

Аудитории

Динамические атрибуты

Dd Пользовательские

Аудитории

Создайте аудитории, чтобы привлекать пользователей с помощью таких инструментов Google, как списки ремаркетинга для поисковой и контекстно-медийной сети, а также сервиса "Google Оптимизация 360". [Подробнее...](#)

| + АУДИТОРИЯ | | Импортировать из галереи | | Статус | | Поиск | |
|-----------------------------|-----------------------------|---|-----------------|---------------------|----------|-------|--|
| <input type="checkbox"/> | Название | Описание | Дата создания | Последнее изменение | Участие | Тип | |
| <input type="checkbox"/> | Был на карточке товара | Страница: содержит <code>**/catalog/**/*</code> | 25 мая 2016 г. | 25 мая 2016 г. | Откры... | | |
| <input type="checkbox"/> | Все пользователи | Все пользователи | 7 дек. 2015 г. | 7 дек. 2015 г. | Откры... | | |
| <input type="checkbox"/> | Интересовались свечами | Страница: содержит <code>"/svechi"</code> Длительность сеанса ≥ 15 | 15 мар. 2016 г. | 15 мар. 2016 г. | Откры... | | |
| <input type="checkbox"/> | Скачал прайс-лист (38 дней) | Скачал прайс-лист (Достигнутые переходы к цели 1) > 0 | 15 янв. 2018 г. | 15 янв. 2018 г. | Откры... | | |
| <input type="checkbox"/> | Скачал прайс-лист (7 дней) | Скачал прайс-лист (Достигнутые переходы к цели 1) > 0 | 15 янв. 2018 г. | 15 янв. 2018 г. | Откры... | | |
| <input type="checkbox"/> | Скачали прайс-лист | Скачал прайс-лист (Достигнутые переходы к цели 1) > 0 | 15 мар. 2016 г. | 15 мар. 2016 г. | Откры... | | |
| <input type="checkbox"/> | Умный список | Аудитория, управляемая Google | 15 мар. 2016 г. | 15 мар. 2016 г. | Откры... | | |

Создайте свою первую аудиторию

Конфигурация связанных аккаунтов Изменить

Представление: *Основное представление*
Целевой аккаунт: *885-593-7567*

2 Включение ремаркетинга

Включив функцию ремаркетинга, вы даете указание системе Google Analytics собирать дополнительные данные о трафике для [ремаркетинга в поисковой и контекстно-медийной сети](#). Вы должны соблюдать [правила использования функций для рекламодателей в Google Analytics](#), включая правила относительно деликатных категорий.


В вашем аккаунте будет автоматически создана аудитория "Все пользователи".

Включить

Отмена

Аудитории

Создайте аудитории, чтобы привлекать пользователей с помощью таких инструментов Google, как списки ремаркетинга для поисковой и контекстно-медийной сети. [Подробнее...](#)

| + АУДИТОРИЯ | | Импортировать из галереи | Статус | Все | Открыто | Поиск | |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|----------------|---------------------|---------|---|--|
| <input type="checkbox"/> | Название | Описание | Дата создания | Последнее изменение | Участие | Тип | |
| <input type="checkbox"/> | Все пользователи | Все пользователи | 7 дек. 2015 г. | 7 дек. 2015 г. | Открыто | AdWords  | |

✓ **Конфигурация связанных аккаунтов** [Изменить](#)

Представление: *Основное представление*

Целевой аккаунт: 885-593-7567

2 **Определите аудиторию**

Создать новую аудиторию

Импортировать сегмент

Рекомендуемые аудитории

Умный список [?](#)

Все пользователи

Новые пользователи [?](#)

Вернувшиеся пользователи [?](#)

Пользователи, посетившие определенный раздел моего сайта (например, /index.html, страницу о велосипедах, /cart/) [?](#)

Пользователи, выполнившие транзакцию [?](#)

Название аудитории [?](#)

Сохранить

Отмена

✓ **Конфигурация связанных аккаунтов** [Изменить](#)

Представление: *Основное представление*

Целевой аккаунт: *885-593-7567*

2 **Определите аудиторию**

Создать новую аудиторию

Импортировать сегмент

Рекомендуемые аудитории

Умный список [?](#)

Все пользователи

Новые пользователи [?](#)

Вернувшиеся пользователи [?](#)

Пользователи, посетившие определенный раздел моего сайта (например, /index.html, страницу о велосипедах, /cart/) [?](#)

Пользователи, выполнившие транзакцию [?](#)

Название аудитории [?](#)

Сохранить

Отмена



Анализ эффективности РК в GA

Отчеты по кампаниям

Основной параметр: Источник или канал | Источник | Канал | Ключевое слово | Кампания ▾

Показать на диаграмме | Дополнительный параметр ▾ | Тип сортировки: По умолчанию ▾ | Расширенный фильтр включен ✕ | изме

| Кампания ? | Источники трафика | | | Действия | | | Конверсии |
|---------------|---|---|---|---|--|--|--|
| | Пользователи ? ↓ % от общего количества: 47,25 % (137 704) | Новые пользователи ? % от общего количества: 47,04 % (105 225) | Сеансы ? % от общего количества: 27,08 % (490 987) | Показатель отказов ? Средний показатель для представления: 30,93 % (65,99 %) | Страниц/сеанс ? Средний показатель для представления: 3,05 (-22,49 %) | Сред. длительность сеанса ? Средний показатель для представления: 00:04:23 (-32,46 %) | Коэффициент конверсии цели ? Средний показатель для представления: 7,32 % (27,70 %) |
| | 65 065 | 49 495 | 132 978 | 51,34 % | 2,36 | 00:02:58 | 9,35 % |
| 1. [blurred] | 3 409 (4,76 %) | 3 253 (6,57 %) | 4 150 (3,12 %) | 82,02 % | 1,35 | 00:00:43 | 3,08 % |
| 2. [blurred] | 3 231 (4,51 %) | 2 980 (6,02 %) | 4 080 (3,07 %) | 82,18 % | 1,38 | 00:01:23 | 0,71 % |
| 3. [blurred] | 2 977 (4,16 %) | 2 847 (5,75 %) | 3 212 (2,42 %) | 84,12 % | 1,27 | 00:00:29 | 7,19 % |
| 4. [blurred] | 2 649 (3,70 %) | 2 482 (5,01 %) | 3 383 (2,54 %) | 65,77 % | 1,96 | 00:01:29 | 7,77 % |
| 5. [blurred] | 2 138 (2,99 %) | 1 073 (2,17 %) | 7 583 (5,70 %) | 18,24 % | 4,21 | 00:06:14 | 9,93 % |
| 6. [blurred] | 1 556 (2,17 %) | 1 342 (2,71 %) | 1 895 (1,43 %) | 80,53 % | 1,37 | 00:00:49 | 10,34 % |
| 7. [blurred] | 1 445 (2,02 %) | 1 257 (2,54 %) | 1 951 (1,47 %) | 60,33 % | 2,11 | 00:02:04 | 4,72 % |
| 8. [blurred] | 1 397 (1,95 %) | 1 272 (2,57 %) | 1 499 (1,13 %) | 78,32 % | 1,40 | 00:00:37 | 12,81 % |
| 9. [blurred] | 1 317 (1,84 %) | 1 250 (2,53 %) | 1 525 (1,15 %) | 86,36 % | 1,25 | 00:00:24 | 2,36 % |
| 10. [blurred] | 1 236 (1,73 %) | 1 214 (2,45 %) | 1 278 (0,96 %) | 67,53 % | 1,13 | 00:00:38 | 28,01 % |

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 %) |

Длина последовательности

| Длина последовательности во взаимодействиях ? | Конверсии ? | Ценность конверсии ? | Распределение данных | |
|---|-------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | | | ■ Конверсии | ■ Ценность конверсии |
| 1 | 2 495 | 0,00 ₹ | 26,96 % 0,00 % | |
| 2 | 982 | 0,00 ₹ | 10,61 % 0,00 % | |
| 3 | 639 | 0,00 ₹ | 6,90 % 0,00 % | |
| 4 | 455 | 0,00 ₹ | 4,92 % 0,00 % | |
| 5 | 349 | 0,00 ₹ | 3,77 % 0,00 % | |
| 6 | 302 | 0,00 ₹ | 3,26 % 0,00 % | |
| 7 | 293 | 0,00 ₹ | 3,17 % 0,00 % | |
| 8 | 225 | 0,00 ₹ | 2,43 % 0,00 % | |
| 9 | 170 | 0,00 ₹ | 1,84 % 0,00 % | |
| 10 | 176 | 0,00 ₹ | 1,90 % 0,00 % | |
| 11 | 152 | 0,00 ₹ | 1,64 % 0,00 % | |
| 12+ | 3 018 | 0,00 ₹ | 32,61 % 0,00 % | |

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 |

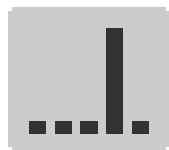
Кому засчитать конверсию?



Модели атрибуции



по последнему посещению



по последнему непрямому посещению

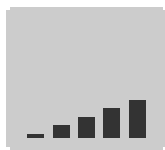


по первому посещению

Модели атрибуции



равномерно



по нарастающей



по 40% первому и последнему



Анализ ROI в Google Analytics

Ценность Цели в Google Analytics

✓ **Установка цели** Изменение

Специальная цель

✓ **Описание цели** Изменение

Название: *Заявка на прайс-лист*

Тип цели: *Переход*

3 **Подробные сведения о цели**

Переход

С учетом регистра

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

Ценность Необязательно

₹RUB

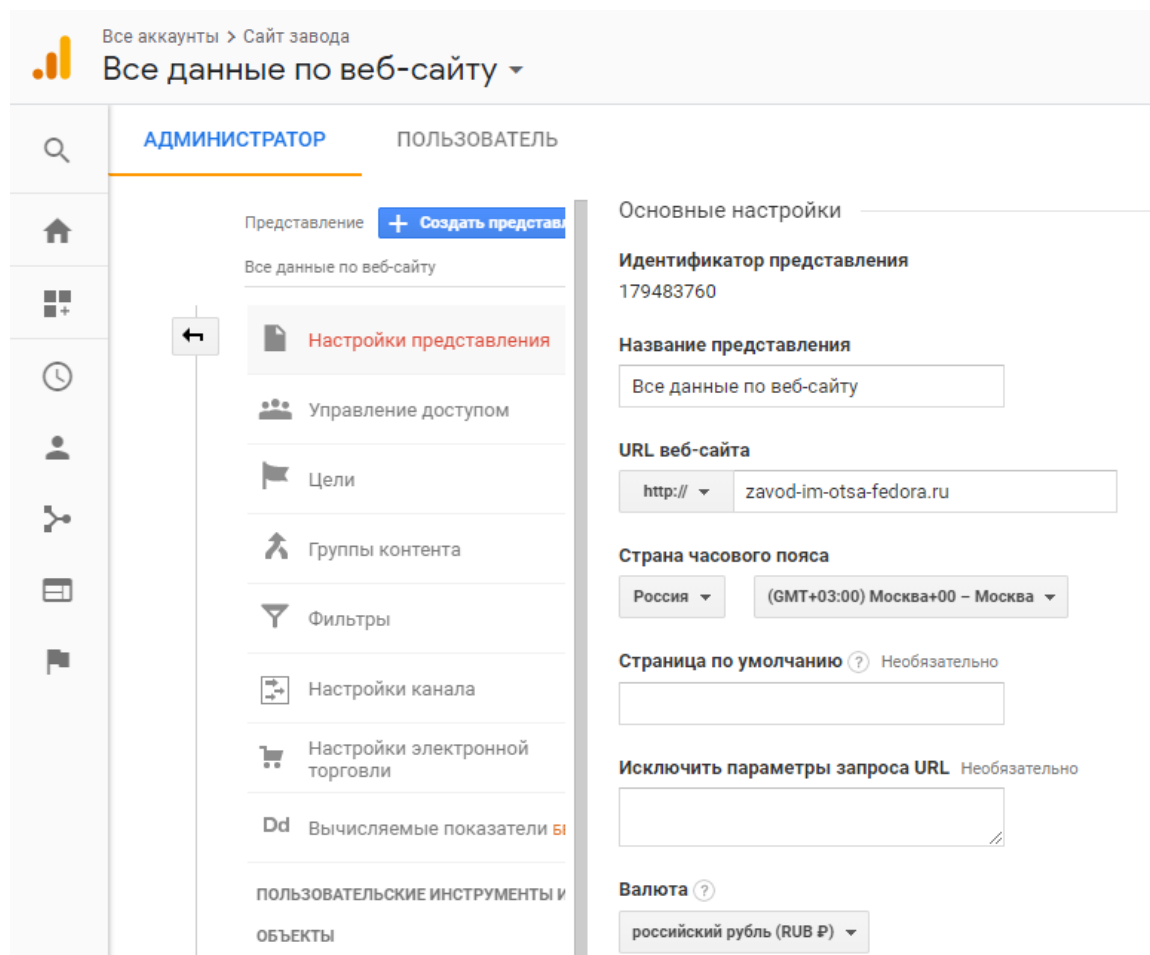
Назначьте ценность конверсии в денежном выражении. [Подробнее...](#) Отключите для транзакции ценность цели и используйте отслеживание электронной торговли и отчеты, чтобы просматривать данные о доходе. [Подробнее...](#)

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.

Ценность Цели в Google Analytics



Все аккаунты > Сайт завода
Все данные по веб-сайту ▾

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

Основные настройки

Идентификатор представления
179483760

Название представления

URL веб-сайта

Страна часового пояса

Страница по умолчанию [?] Не обязательно

Исключить параметры запроса URL [?] Не обязательно

Валюта [?]

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 > Сайт завода

Все данные по веб-сайту ▾

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 БИ

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ И

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

+

Модуль электронной торговли

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

Анализ дохода

Основной параметр: [Источник или канал](#) [Источник](#) [Канал](#) [Ключевое слово](#) [Кампания](#) ▾

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

Расширенный фильтр включен [изменить](#)

| Кампания ? | Источники трафика | | | Действия | | | Конверсии Электронная торговля ▾ | | | Доход ? |
|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---------|
| | Пользователи ? | Новые пользователи ? | Сеансы ? | Показатель отказов ? | Страниц/сеанс ? | Сред. длительность сеанса ? | Коэффициент транзакций ? | Транзакции ? | | |
| | 65 065 % от общего количества: 47,25 % (137 704) | 49 495 % от общего количества: 47,04 % (105 225) | 132 978 % от общего количества: 27,08 % (490 987) | 51,34 % Средний показатель для представления: 30,93 % (65,99 %) | 2,36 Средний показатель для представления: 3,05 (-22,49 %) | 00:02:58 Средний показатель для представления: 00:04:23 (-32,46 %) | 4,82 % Средний показатель для представления: 10,51 % (-54,12 %) | 6 390 % от общего количества: 12,38 % (51 627) | | |
| <input type="checkbox"/> 1. ... | 3 409 (4,76 %) | 3 253 (6,57 %) | 4 150 (3,12 %) | 82,02 % | 1,35 | 00:00:43 | 0,27 % | 11 (0,17 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 2. ... | 3 231 (4,51 %) | 2 980 (6,02 %) | 4 080 (3,07 %) | 82,18 % | 1,38 | 00:01:23 | 7,08 % | 289 (4,52 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 3. ... | 2 977 (4,16 %) | 2 847 (5,75 %) | 3 212 (2,42 %) | 84,12 % | 1,27 | 00:00:29 | 0,00 % | 0 (0,00 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 4. ... | 2 649 (3,70 %) | 2 482 (5,01 %) | 3 383 (2,54 %) | 65,77 % | 1,96 | 00:01:29 | 1,24 % | 42 (0,66 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 5. ... | 2 138 (2,99 %) | 1 073 (2,17 %) | 7 583 (5,70 %) | 18,24 % | 4,21 | 00:06:14 | 14,24 % | 1 080 (16,90 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 6. ... | 1 556 (2,17 %) | 1 342 (2,71 %) | 1 895 (1,43 %) | 80,53 % | 1,37 | 00:00:49 | 0,53 % | 10 (0,16 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 7. ... | 1 445 (2,02 %) | 1 257 (2,54 %) | 1 951 (1,47 %) | 60,33 % | 2,11 | 00:02:04 | 1,08 % | 21 (0,33 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 8. ... | 1 397 (1,95 %) | 1 272 (2,57 %) | 1 499 (1,13 %) | 78,32 % | 1,40 | 00:00:37 | 0,00 % | 0 (0,00 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 9. ... | 1 317 (1,84 %) | 1 250 (2,53 %) | 1 525 (1,15 %) | 86,36 % | 1,25 | 00:00:24 | 0,00 % | 0 (0,00 %) | | |
| <input type="checkbox"/> 10. ... | 1 236 (1,73 %) | 1 214 (2,45 %) | 1 278 (0,96 %) | 67,53 % | 1,13 | 00:00:38 | 0,00 % | 0 (0,00 %) | | |

Строк на странице: 10 ▾ К строке: 1 1-10 из 789 < >

Этот отчет создан 05.08.2018 в 21:55:11 - [Обновить отчет](#)

Загрузка в GA расходов по РК

- Загрузка из Ads происходит автоматически
- Сводить доходы с расходами по Директу можно вручную в Excel, или написав свой загрузчик

Загрузка в GA расходов по РК

Все аккаунты > Сайт завода

Все данные по веб-сайту ▾

АДМИНИСТРАТОР ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Ресурс [+ Создать ресурс](#)

Сайт завода ▾

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 |
|----------------------------------|-----|-----------------------------|----------|
| В этом представлении нет данных. | | | |

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

- Количество наборов данных в этом ресурсе: 0 / 100
- Дневная квота:
 - Количество загрузок для этого ресурса: 0 / 50
- Квота на все время:
 - Размер расширенных данных, импортируемых во время обработки: 0 В / 10 GB
 - Размер расширенных данных, импортируемых во время запроса: 0 В / 0 В

Настройки ресурса

Управление доступом

.js 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

Загрузка в GA расходов по РК

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

Загрузка в GA расходов по РК

✓ Тип набора данных [Изменить](#)

Тип: *Данные о расходах*

2 Сведения о наборе данных

Название

Расходы Директ

Включенные представления

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

Выбран 1 вариант. ▼

Далее

Отмена

3 Схема набора данных

Загрузка в GA расходов по РК

✓ Тип набора данных [Изменить](#)

Тип: *Данные о расходах*

2 Сведения о наборе данных

Название

Расходы Директ

Включенные представления

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

Выбран 1 вариант. ▾

Далее

Отмена

3 Схема набора данных

Загрузка в GA расходов по РК

3 Схема набора данных

Обязательные столбцы.

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

Необходимо задать хотя бы один из следующих столбцов:

| Выбрано 3 варианта. ▾ | | |
|-----------------------|----------------|-------------------------|
| Название | Идентификатор | |
| Стоимость | ga:adCost | удалить |
| Число кликов | ga:adClicks | удалить |
| Число показов | ga:impressions | удалить |

Можно задать любое количество следующих столбцов:

| Выбран 1 вариант. ▾ | | |
|---------------------|---------------|-------------------------|
| Название | Идентификатор | |
| 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.

Загрузка в GA расходов по РК

| ga:source | ga:medium | ga:keyword | ga:adCost | ga:adClicks | ga:impressions |
|-----------|-----------|----------------------|-----------|-------------|----------------|
| direct | cpc | Интернет магазин шин | 45.3 | 38 | 17882 |
| direct | cpc | Шины pokian | 37.6 | 43 | 22377 |
| direct | cpc | Шины нокиан | 28.9 | 32 | 11866 |

Загрузка в GA расходов по РК

- В eLama.ru есть авто-загрузка в Google Analytics расходов по Директу. Бесплатно



Загрузка в GA расходов по РК

Запуск рекламной кампании



Подобрать запросы и запустить кампанию в Яндекс.Директ и Google Adwords



Скопировать кампанию из Яндекс.Директа



Шаблоны рекламных кампаний



Акция по бесплатному созданию кампании при пополнении баланса на 10 000 рублей

Инструменты для повышения эффективности



Автоматическое управление ставками



Исключение пересекающихся ключевых запросов



Загрузка данных о расходах из Яндекс.Директа в Google Analytics



Автопополнение баланса кампании



Автоматическая UTM-разметка



Рекомендатор

Анализ расходов

Основной параметр: [Источник или канал](#) [Кампания](#) [Ключевое слово](#)

Показать на диаграмме Тип сортировки:

Расширенный фильтр включен

| <input type="checkbox"/> | Кампания ? | Пользователи ? | Сеансы ? | Число показов ? | Число кликов ? | Стоимость ? | CTR ? | Цена за клик ? | Доход от клика ? | Рентабельность инвестиций в рекламу ? |
|--------------------------|------------------------------|--|--|---|---|--|---|--|--|--|
| | | 17 960 % от общего количества: 40,02 % (44 872) | 10 057 % от общего количества: 8,67 % (115 970) | 6 391 060 % от общего количества: 63,39 % (10 082 879) | 6 520 % от общего количества: 43,95 % (14 835) | 128 761,75 Р % от общего количества: 62,90 % (204 717,06 Р) | 0,15 % Средний показатель для представления: 0,15 % (2,20 %) | 13,72 Р Средний показатель для представления: 13,80 Р (-0,58 %) | 2 379,74 Р Средний показатель для представления: 18 060,42 Р (-86,82 %) | 17 344,99 % Средний показатель для представления: 130 876,40 % (-86,75 %) |
| <input type="checkbox"/> | 1. [Ссылка] | 548 (7,98 %) | 632 (6,28 %) | 79 717 (1,25 %) | 823 (12,62 %) | 35 556,60 Р (27,61 %) | 1,03 % | 43,20 Р | 103,69 Р | 239,99 % |
| <input type="checkbox"/> | 2. [Ссылка] | 550 (8,01 %) | 698 (6,94 %) | 2 725 355 (42,64 %) | 597 (9,16 %) | 25 739,98 Р (19,99 %) | 0,02 % | 43,12 Р | 329,69 Р | 764,65 % |
| <input type="checkbox"/> | 3. [Ссылка] | 558 (8,12 %) | 725 (7,21 %) | 11 405 (0,18 %) | 454 (6,96 %) | 15 645,96 Р (12,15 %) | 3,98 % | 34,46 Р | 44,16 Р | 128,15 % |
| <input type="checkbox"/> | 4. [Ссылка] | 366 (5,33 %) | 460 (4,57 %) | 1 719 213 (26,90 %) | 473 (7,25 %) | 15 123,55 Р (11,75 %) | 0,03 % | 31,97 Р | 10,15 Р | 31,74 % |
| <input type="checkbox"/> | 5. [Ссылка] | 584 (8,50 %) | 715 (7,11 %) | 6 465 (0,10 %) | 561 (8,60 %) | 10 252,28 Р (7,96 %) | 8,68 % | 18,28 Р | 164,17 Р | 898,34 % |
| <input type="checkbox"/> | 6. [Ссылка] | 345 (5,02 %) | 440 (4,38 %) | 90 885 (1,42 %) | 353 (5,41 %) | 5 807,60 Р (4,51 %) | 0,39 % | 16,45 Р | 208,22 Р | 1 265,58 % |
| <input type="checkbox"/> | 7. [Ссылка] | 85 (1,24 %) | 94 (0,93 %) | 16 148 (0,25 %) | 109 (1,67 %) | 4 010,50 Р (3,11 %) | 0,68 % | 36,79 Р | 73,39 Р | 199,48 % |
| <input type="checkbox"/> | 8. [Ссылка] | 142 (2,07 %) | 179 (1,78 %) | 1 550 961 (24,27 %) | 163 (2,50 %) | 3 382,21 Р (2,63 %) | 0,01 % | 20,75 Р | 595,09 Р | 2 867,95 % |
| <input type="checkbox"/> | 9. [Ссылка] | 85 (1,24 %) | 97 (0,96 %) | 7 383 (0,12 %) | 111 (1,70 %) | 2 800,35 Р (2,17 %) | 1,50 % | 25,23 Р | 720,72 Р | 2 856,79 % |
| <input type="checkbox"/> | 10. [Ссылка] | 360 (5,24 %) | 440 (4,38 %) | 1 885 (0,03 %) | 154 (2,36 %) | 2 432,86 Р (1,89 %) | 8,17 % | 15,80 Р | 6 015,58 Р | 38 078,64 % |

Строк на странице: К строке: 1-10 из 23

Этот отчет создан 05.08.2018 в 22:06:51 - [Обновить отчет](#)



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

Тестирование сайта людьми

- Только ЦА
- Не говорим, что это наш сайт
- Просим решить задачу
- Не подсказываем



Бонусы

Полезности eЛамы

- Проверка кампаний на наличие типичных ошибок
- Единый бюджет на eЛама-счёте
- Один комплект закрывающих документов для бухгалтерии
- Оплата рекламных систем: Вконтакте, myTarget и другие

Рекомендатор

- Проверяет ваши кампании на наличие типичных ошибок
- Дает рекомендации по их исправлению
- Быстро, бесплатно и безопасно

advice.eLama.ru

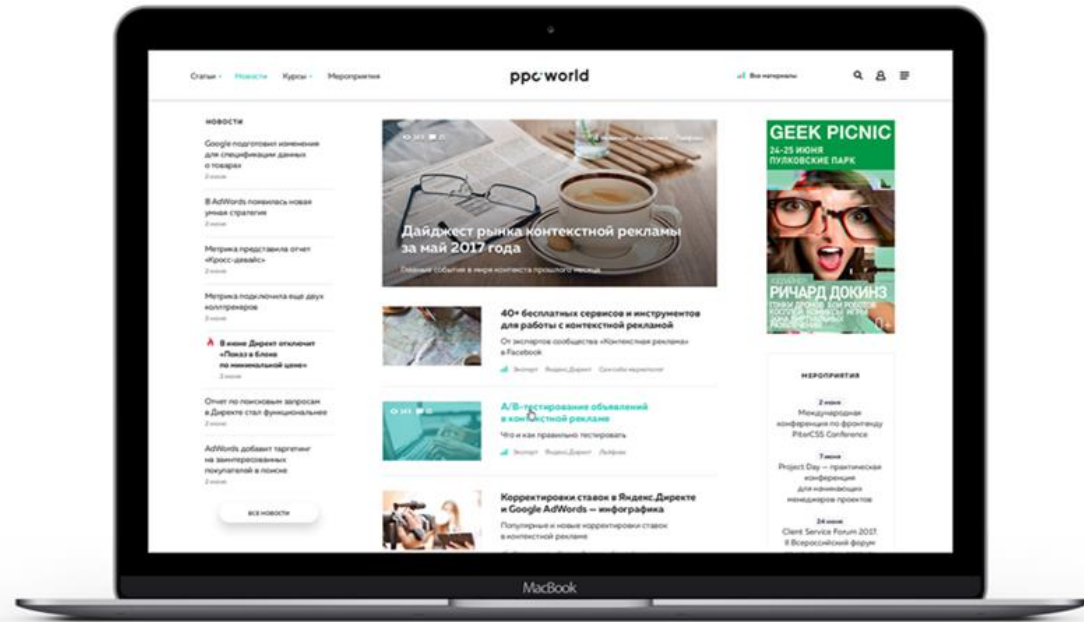
Для агентств и фрилансеров

- Возвращаем до 9% от расходов ваших клиентов на контекстную рекламу (если вы ведёте от 3 клиентов)
- Мы сотрудничаем с ИП и юридическими лицами (ОСН, УСН), с физлицами через партнёра

eLama.ru/partners

ppc world

- Оперативные новости
- Материалы практикующих специалистов и экспертов
- Бесплатное обучение. Курсы по Яндекс.Директу и Google AdWords



Задавайте ваши вопросы тут



vk.com/elama



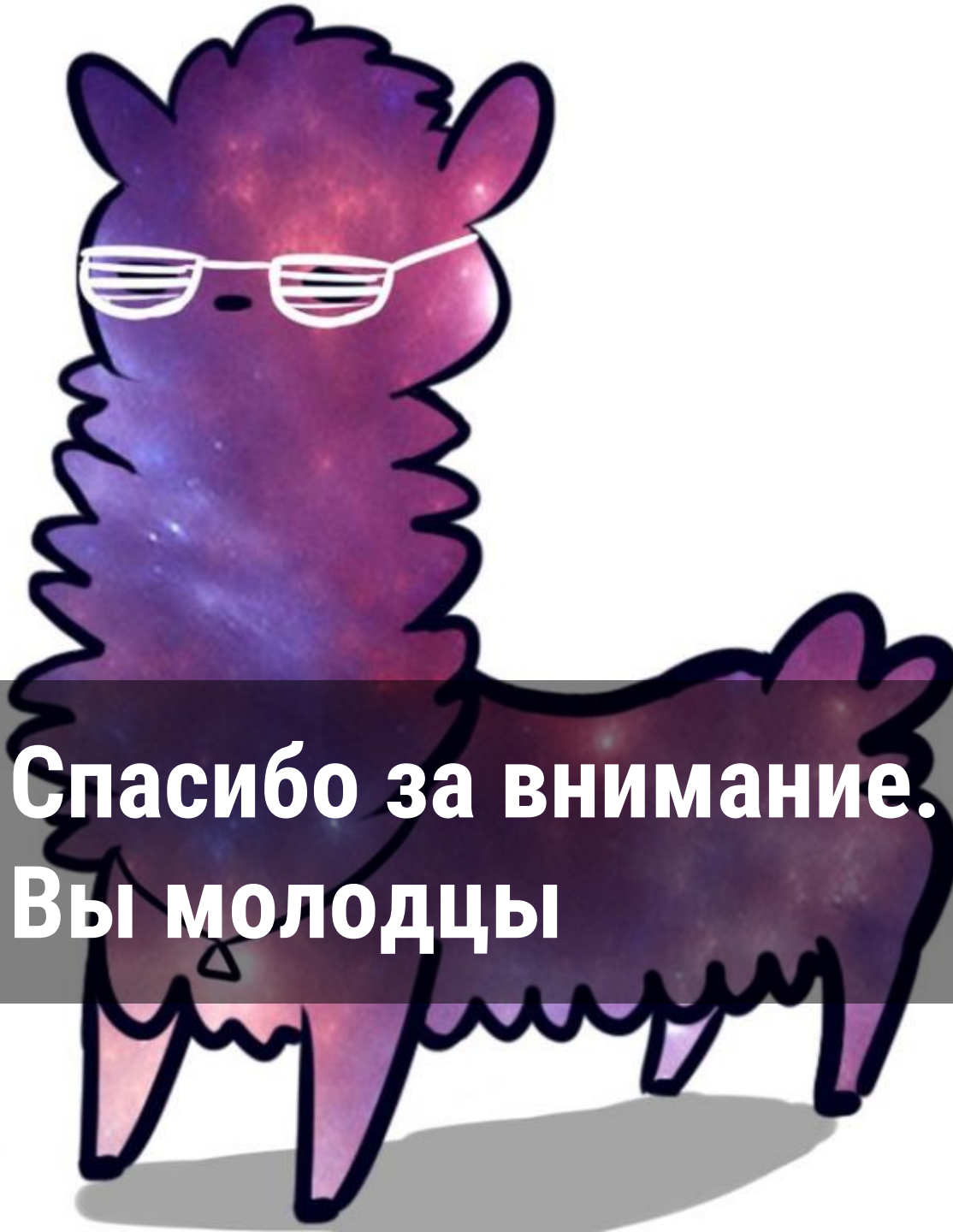
facebook.com/allcontext



twitter.com/eLama__ru



blog.elama.ru



**Спасибо за внимание.
Вы молодцы**