**Алексей Яковлев, Алексей Довжиков. Веб-аналитика: Основы, секреты, трюки**

Я уже писал, [что мой блог отключили от статистики Openstat](http://baguzin.ru/wp/?p=2455) и я «был вынужден» переключиться на иную статистику. Мой выбор пал на [Google Analytics](http://baguzin.ru/wp/?p=2465). К работе с этой программой я подошел серьезно, к тому же приближался отпуск, так что я решил начать с теории:



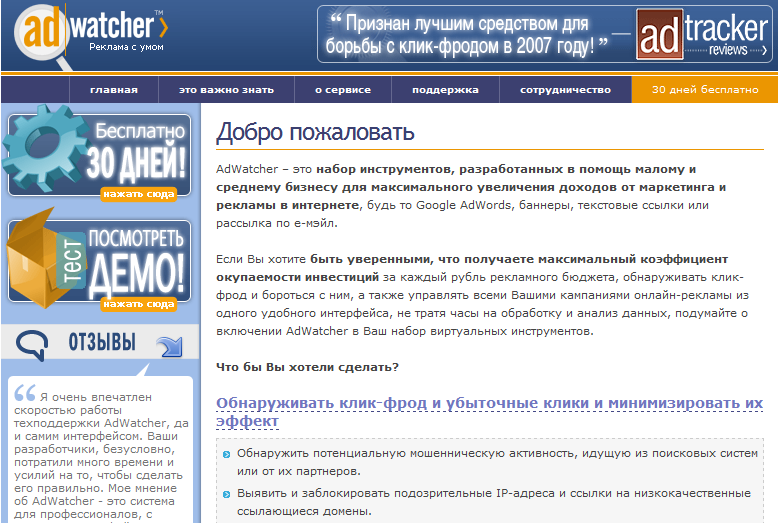
Книга посвящено общему знакомству с веб-аналитикой и более детально работе в Google Analytics (GA). В первую очередь книга будет полезна тем, для кого сайт ­– инструмент бизнеса, но и такой начинающий блогер, как я, смог найти некоторые интересные моменты. Вот о них я и расскажу.

За какими параметрами следить:

* Число уникальных посетителей в сутки
* Наиболее популярные страницы сайта
* Средняя продолжительность пребывания одного посетителя на сайте
* Как часто посетители возвращаются на сайт
* Сколько страниц просматривают за одно посещение
* География посетителей
* Количество отказов (какой процент посетителей в течение первых секунд покидает сайт, не переходя на другие страницы)
* Какие запросы делают во внутреннем поиске по сайту

Конверсия (в интернет-марктеинге) – достижение посетителем установленной вами цели (покупка, звонок, скачивание прайс-листа, заполнение формы, подписка…)

Кликфрод (скликивание) – обманные клики, то есть клики (робота или человека) без намерения что-то купить. Для предотвращения кликфрода можно воспользоваться программой [AdWatcher.ru](http://adwatcher.ru/):



Преимущества Google Analytics:

* Абсолютно бесплатная
* Хорошо работает с русским языком
* Автоматически интегрирована с системой контекстной рекламы Google AdWords (в ручном режиме можно интегрировать с Яндекс.Директ, Бегун и др.)
* Хороший набор стандартных отчетов
* Возможность создания пользовательских отчетов
* Возможны отчеты по каждому ключевому слову
* Легко отделить платный трафик (рекламу) от натурального (SEO)
* Предоставляется как онлайн-сервис (базы данных хранятся на серверах Google 25 месяцев)

Google Analytics не позволяет провести сплит-тестирование. Для этих целей необходимо использовать другой инструмент – [Google Website Optimizer](http://www.google.com/websiteoptimizer).

Особенности регистрации просмотра страниц Google Analytics:

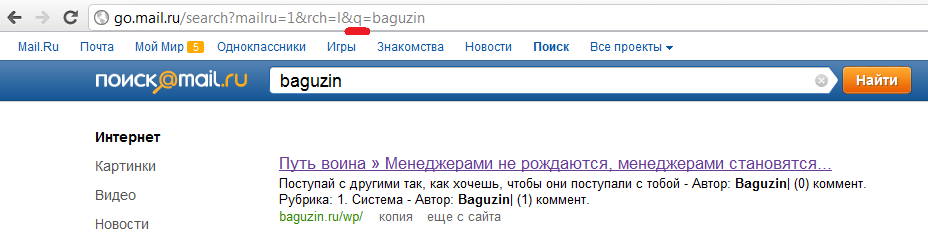
* GA регистрирует просмотр страницы, только когда на серверах Google исполняется JavaScript; роботы поисковых систем не могут запустить этот файл;
* GA не регистрирует просмотр страницы теми пользователями, у кого выключен JavaScript;
* GA регистрирует только те просмотры страниц, которым присвоен код статуса 200 (а еще есть 2хх, 302 и 304).

На момент написания книги (лето 2009) из всех российских поисковых систем GA автоматически распознает только Яндекс, а все остальные системы, например, Rambler, Mail и др. считает обычными сайтами[[1]](#footnote-1). Это приводит к тому, что в статистику не попадают ключевые слова, по которым приходят пользователи с этих поисковых систем. Для того чтобы GA начал воспринимать эти системы как поисковые, необходимо в [код отслеживания своего счетчика](http://baguzin.ru/wp/?p=2465) добавить строки[[2]](#footnote-2)

pageTracker.\_addOrganic("name\_of\_searchengine", "q\_var"), где

name\_of\_searchengine – название поисковой системы, а q\_var – переменная запроса, содержащая ключевое слово, например, pageTracker.\_addOrganic("mail.ru", "q").

Параметр, используемый поисковой системой, можно увидеть в URL запроса перед поисковой фразой:



Мы видим, что запрос «baguzin» в поисковой строке содержит …/search?mailru=1&rch=l&**q**=baguzin так что параметр q\_var для go.mail.ru – q.

**Показатель отказов** – процент людей, заходящих на сайт и быстро покидающих его с той же страницы. Этот показатель отображает в процентном соотношении уход пользователей с сайта без просмотра других страниц. Можно анализировать процент отказов в разрезе запросов и страниц. В том случае, если показатель более 40–50%, необходимо проанализировать текст на этих страницах. Показатель отказов ниже 20% практически недостижим, 35% – норма, а более 50% требует каких-то действий с вашей стороны[[3]](#footnote-3).

**Среднее количество показов страниц за посещение** – отличный индикатор того, насколько неотразимым и простым для навигации находят посетители ваш сайт.

**Соотношение новых и вернувшихся посетителей.** Новые посетители – это посетители, которые еще не получили идентифицирующий cookie-файл от приложения веб-аналитики; вернувшиеся посетители – это посетители, уже имеющие cookie-файл, с последнего обновления которого прошел определенный срок; например, посетители, вернувшиеся в течение месяца. Удаление cookies способствует искусственному завышению числа новых посетителей.

Прочтение книги натолкнуло меня на несколько идей, которые требуют более детального изучения. **Я планирую отдельно описать:**

* распознавание рунетовских поисковиков
* отслеживание трафика только со своего сайта
* исключение из трафика ваших заходов (на основании IP-адреса)
* настройка персональных отчетов
* отслеживание трафика со вторых страниц SERP
* влияние кода статуса (200, 2хх, 302, 304) на статистику
* анализ ошибки 404
* анализ поисковых запросов, совершаемых на вашем сайте
* сегментация по брендовым ключевым словам
* проверка корректности кода отслеживания GA на всех страницах вашего сайта

1. Весной 2012-го Rambler распознается как поисковик. [↑](#footnote-ref-1)
2. Как быстро устаревают сведения о современных web-технологиях! В настоящий момент GA использует асинхронный код отслеживания, так что эти рекомендации устарели… [↑](#footnote-ref-2)
3. У меня показатель отказов около 80% ☹ [↑](#footnote-ref-3)