

Бизнес-аналитика: ни шагу без **Яндекс** метрики



1ps.ru

Бизнес-аналитика: ни шагу без Яндекс.Метрики!

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=11079789

ISBN 978-5-4474-1320-0

Аннотация

Яндекс Метрика – сервис, который позволяет анализировать конверсию и выручку сайта, эффективность рекламы, аудиторию сайта и поведение посетителей.

22 июня 2015 года интерфейс Яндекс Метрики кардинально изменился.

Новая Метрика кажется сложной, непривычной и неудобной. Но в обновленной версии есть много полезных и нужных инструментов для аналитики сайта.

Книга-инструкция по НОВОЙ ЯндексМетрике понятным даже непрофессионалу языком рассказывает, как пользоваться Метрикой с выгодой для бизнеса.

Содержание

Введение	5
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Бизнес-аналитика: ни шагу без Яндекс.Метрики! Сервис 1PS.RU

© Сервис 1PS.RU, 2015

Создано в интеллектуальной издательской системе
Ridero.ru

Введение

Яндекс Метрика появилась в 2007 году в системе ведения контекстной рекламы Яндекс Директ и изначально была призвана помочь рекламодателям оценить качество привлеченной на сайт аудитории и измерить конверсию контекстной рекламы.

[Метрика для приложений](#) [Вебмосты](#) [Рекламная сеть](#) [Директ](#) [Поиск для сайта](#) [API](#) [ещё](#)

метрика



Служба была открыта только для рекламодателей Яндекс Директа и участников Рекламной сети Яндекса.



Сусол Вера

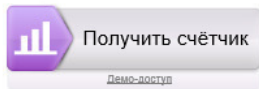
специалист отдела юзабилити сервиса **1PS.RU**

Метрика — это количественная мера статических данных, которые описывают события или тренды на сайте. Ключевой показатель эффективности (KPI) — это метрика, которая помогает оценить успешность достижения поставленных целей. Последнее слово — целей — исключительно важно для того, чтобы некий показатель мог быть назван KPI.

Не так давно, в 2009-ом году, компания «Яндекс» объявила о том, что Яндекс Метрика открыла свою службу для всех владельцев сайтов и веб-мастеров. Так Яндекс Метрика стала бесплатным инструментом веб-аналитики.

Веб-аналитика для повышения
эффективности вашего сайта

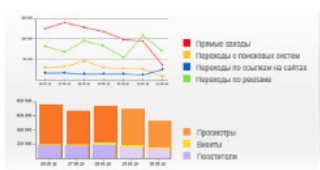
Яндекс.Метрика — бесплатный инструмент для повышения конверсии сайта. Наблюдайте за ключевыми показателями эффективности сайта, анализируйте поведение посетителей, оценивайте отдачу от рекламных кампаний.



Метрика В-версия

Возможности системы постепенно расширяются, и уже в 2014 году появляется новая Яндекс Метрика, которая на сегодняшний день доступна пользователям и находится на этапе тестирования, в бета-версии.

С 22 июня 2015 г. старая версия Метрики заменена новой. Доступ к отчетам из старой версии сохранен, старый интерфейс остался доступным по адресу old.metrika.yandex.ru.



В интерфейсе Новой Метрики очень много дополнительных возможностей по анализу данных.



Сегментация

Просмотр статистики по интересующей вас части визита



Модели атрибуции

Просмотр статистики по значимости переходов на сайт



Сравнение сегментов

Анализ изменений в активности разных сегментов аудитории



Метки счётчиков

Сбор общей статистики для группы сайтов



Настройка отчётов

Создание отчётов с нужными вам метриками



Настраиваемая сводка

Быстрый доступ к самым важным отчётам и данным



Кроме Метрики для сайтов Яндекс создал Метрику для приложений. Система постоянно развивается, добавляется новая функциональность.

Яндекс Метрика[®] Счётчики Целевой звонок Представители API Клуб

Сводка







1PS 1ps.ru

Посещаемость

Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год Период 16 Апрель — 15 Май 2015 Детализация: по дням

Сегментировать Сравнить сегменты Точность: 100%

Далее речь пойдет о новой версии Яндекс Метрики 2.0, так как в скором времени она станет единственной версией. Рассмотрим особенности новой версии, сравним со старой, которую сейчас использует большинство владельцев сайтов. Кстати, уже есть раздел [Помощь для Метрики 2.0](#).

	<p>Актуальные данные Своевременно узнавайте об изменении посещаемости вашего сайта.</p>		<p>Метки Отслеживайте эффективность рекламных кампаний с помощью универсальных меток.</p>
	<p>Цели Фиксируйте совершение целевых действий и оценивайте конверсию.</p>		<p>Фильтры Отсекайте трафик, который не должен фигурировать в статистических отчётах.</p>
	<p>Конструктор отчётов Создавайте собственные информационные срезы по любым параметрам.</p>		<p>Гостевой доступ Управляйте доступом к вашей статистике, сделайте её публичной.</p>








Технически счетчик Яндекс Метрика устроен по принципу обычного счетчика посещений: JavaScript-код устанавливается веб-мастером на страницах сайта и собирает данные о каждом посещении.

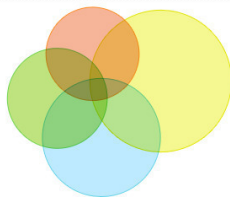
На сегодня Метрика – самый популярный счетчик статистики в Рунете. Ее зарубежный аналог – бесплатная система Google Analytics.

Альтернатива метрике – Google Analytics

Google Analytics значительно мощнее Яндекс Метрики: более подробная статистика в любых срезах, гибкая система фильтров и сегментов, модуль Электронной торговли, многоканальные последовательности при анализе источников конверсии, настройка ценности конверсий, сравнение разных периодов между собой и многое другое.

Визуализатор многоканальных конверсий

Каналы	Процент от общего числа конверсий
<input checked="" type="checkbox"/>  Прямой	47,76%
<input checked="" type="checkbox"/>  Поисковая реклама	33,19%
<input checked="" type="checkbox"/>  Обычный поиск	23,41%
<input checked="" type="checkbox"/>  Эл. почта	20,70%
<input type="checkbox"/>  Переход	10,77%
<input type="checkbox"/>  Социальные сети	0,19%
<input type="checkbox"/>  Медийная реклама	0,00%



Основной недостаток Analytics – сложность освоения. Интерфейс Analytics может показаться непростым даже опытному веб-мастеру.

Яндекс Метрику легко может освоить новичок, для этого не понадобится изучать дополнительную литературу, будет достаточно [Помощи Яндекса](#).

Сейчас специалисты почти единогласно рекомендуют устанавливать оба счетчика.

Причина в том, что у этих двух систем разные возможности по анализу данных, и при умелом использовании они дополняют друг друга: информацию, которой нет в Метрике, можно найти в Analytics (и наоборот, например, метрика сильна в анализе статистики на странице).

А если метрики нет?

Некоторые до сих пор задаются вопросом: а зачем вообще

устанавливать систему аналитики на сайт?

Допустим, что никакой системы аналитики не установлено. Весь сайт мгновенно превращается в «черный ящик» — он как-то работает, но как именно, совершенно неясно.

Вам не известно количество заказов на сайте, а о целевой аудитории сайта вы можете только догадываться. Вы даже не знаете, сколько человек посещает ваш сайт и откуда они приходят! Можно ли считать сайт в этом случае инструментом бизнеса? Вряд ли.

Яндекс Метрика позволяет измерять трафик, анализировать поведение пользователей, оценивать конверсию сайта и эффективность рекламных кампаний. При этом ее просто установить, быстро освоить и легко использовать для пользы бизнеса.

А если не хочется использовать новую версию?

Каждому знакома ситуация, когда привыкаешь к какому-то интерфейсу, а когда вдруг выпускают его новую версию, на нее совсем не хочется переходить.

У меня так происходит с каждой новой версией Windows. Но, чаще всего, перешагнув силу привычки к старой версии, пробуешь поработать немного в новой, видишь её достоинства... И переходишь на новую версию, а к старой и вовсе не хочется возвращаться.

Думаю, так будет и в случае с новой версией Метрики 2.0, так как она действительно в лучшую сторону отличается

от старой с точки зрения возможностей анализа данных.

Конечно, интерфейс немного сложноват, но к нему быстро привыкаешь. Для тех, кто использовал Google Analytics, проблем с интерфейсом вообще не должно возникнуть, так как они похожи.

Если честно, с первых дней запуска 2.0 мы её используем, так как там есть инструменты, которых так давно не хватало. На самом деле список отчетов остался практически неизменным, просто поменялся интерфейс доступа к отчетам и появилось много удобных настроек внутри отчетов.



Сусол Вера

специалист отдела юзабилити сервиса **1PS.RU**

Для облегчения освоения нового интерфейса в Метрике 2.0 добавлены пронумерованные подсказки в желтых кружках, по которым можно кликнуть и прочитать справку.

Основная проблема Метрики 2.0 – непривычный способ формирования пользовательских отчетов – настройками стандартных. Это не всегда дается легко, в привычном Конструкторе построить нужный отчет было проще.

Выделим основные и самые полезные отличия Метрики 2.0:

– Сегменты аудитории. Теперь любой отчет можно построить для определенного сегмента, а не только по всем визитам, как было в старой версии.

– Сравнение сегментов. Теперь все данные не только можно разбить на сегменты, но еще и сравнить их между собой. Например, можно проследить, как изменилось поведение посетителей во времени (сравнить временные промежутки), как взаимодействуют с сайтом различные сегменты аудитории.

– Настраиваемые отчеты. Теперь необходимость в Конструкторе отчетов просто отпадает: любой стандартный отчет можно перестроить так, как нужно прямо на его странице. Для это используем сегменты, атрибуты, фильтры, сортировки и настройки нужных нам метрик.

– Модели атрибуции. В Google Analytics часто переходили за этим. Инструмент помогает понять, какой вклад в привлечение посетителей на сайт внес тот или иной источник трафика. Необходимы инструмент для отслеживания эффективности работ по разным каналам продвижения, конечно, если у вас их много.

– Цели практически в каждом отчете. Сейчас можно посмотреть конверсию по любой цели в один клик, не переходя на отдельную вкладку «Цели». Наконец-то цели появились и в сводном отчете по Посещаемости.

– Усовершенствованная панель списка счетчиков. По-

явился наглядный поиск счетчика, метки счетчика, в один клик можно посмотреть доступы к счетчику.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.