



Метрика



Возможности Яндекс Метрики для продвижения на поиске и в рекламе

Галина Блонская

Менеджер по работе с ключевыми клиентами
Яндекс Метрики



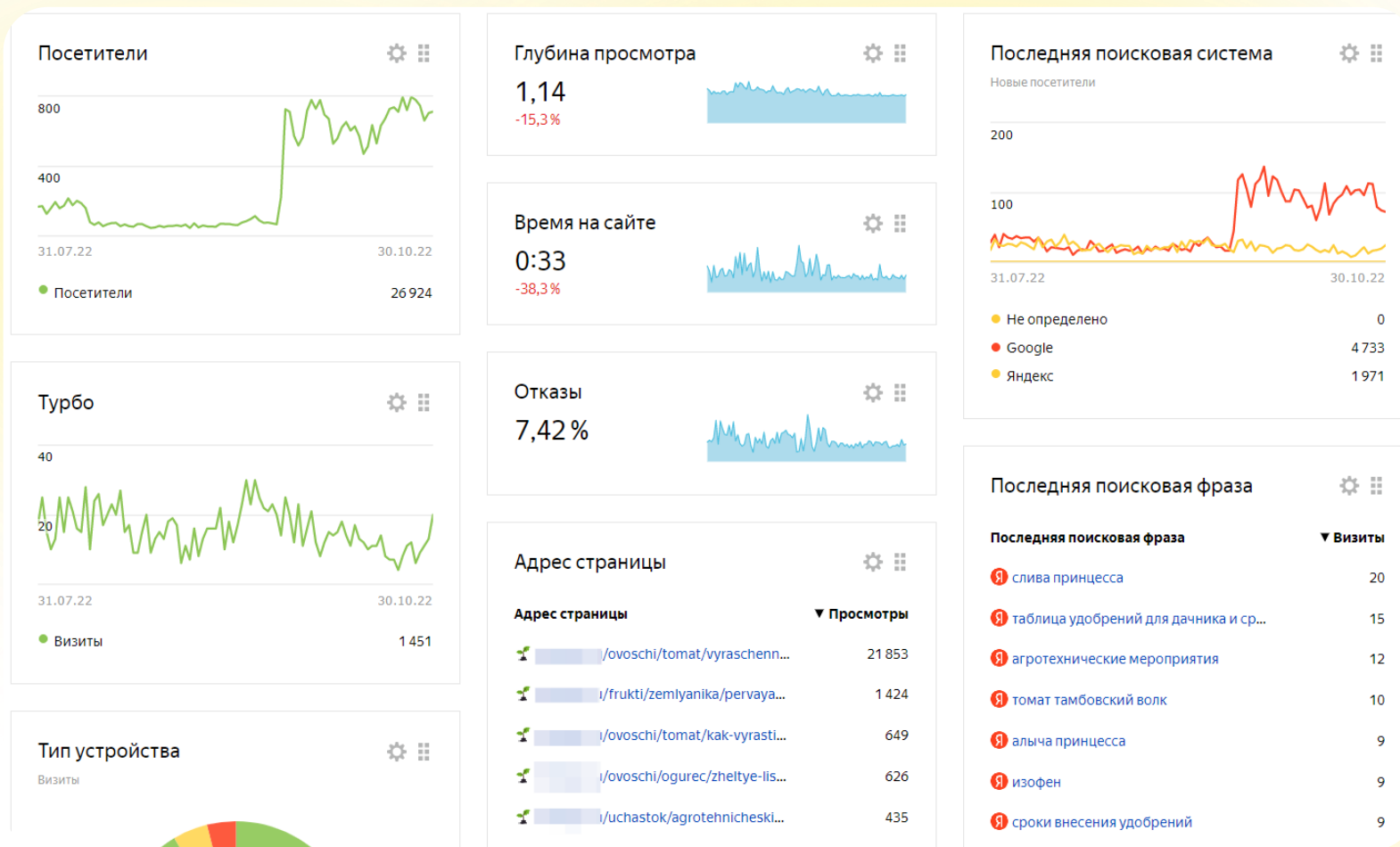
Содержание

- 01** Где искать инсайты
- 02** Зачем размечать действия пользователей на сайте
- 03** Как связать действия на сайте с офлайн-событиями
- 04** Что с этим делать в рекламе и маркетинге
- 05** Как еще точнее определять своих пользователей

Где искать инсайты?

Настройте дашборд

С ОСНОВНЫМИ
показателями



Какие рекомендации даёт Метрика

01 Диагностические

02 Отклонения в данных

03 Информационные

Количество переходов с одного из источников изменилось

Из источника трафика «Прямые заходы» посещаемость значительно отличается в сравнении с предыдущим периодом.

[Перейти в отчет](#)

Посмотрите статистику по автоматической цели «Автоцель: переход в мессенджер»

На счетчике создана автоцель «Автоцель: переход в мессенджер». Добавляйте эту цель в отчеты и смотрите статистику по ней.

[Перейти в отчёт](#)

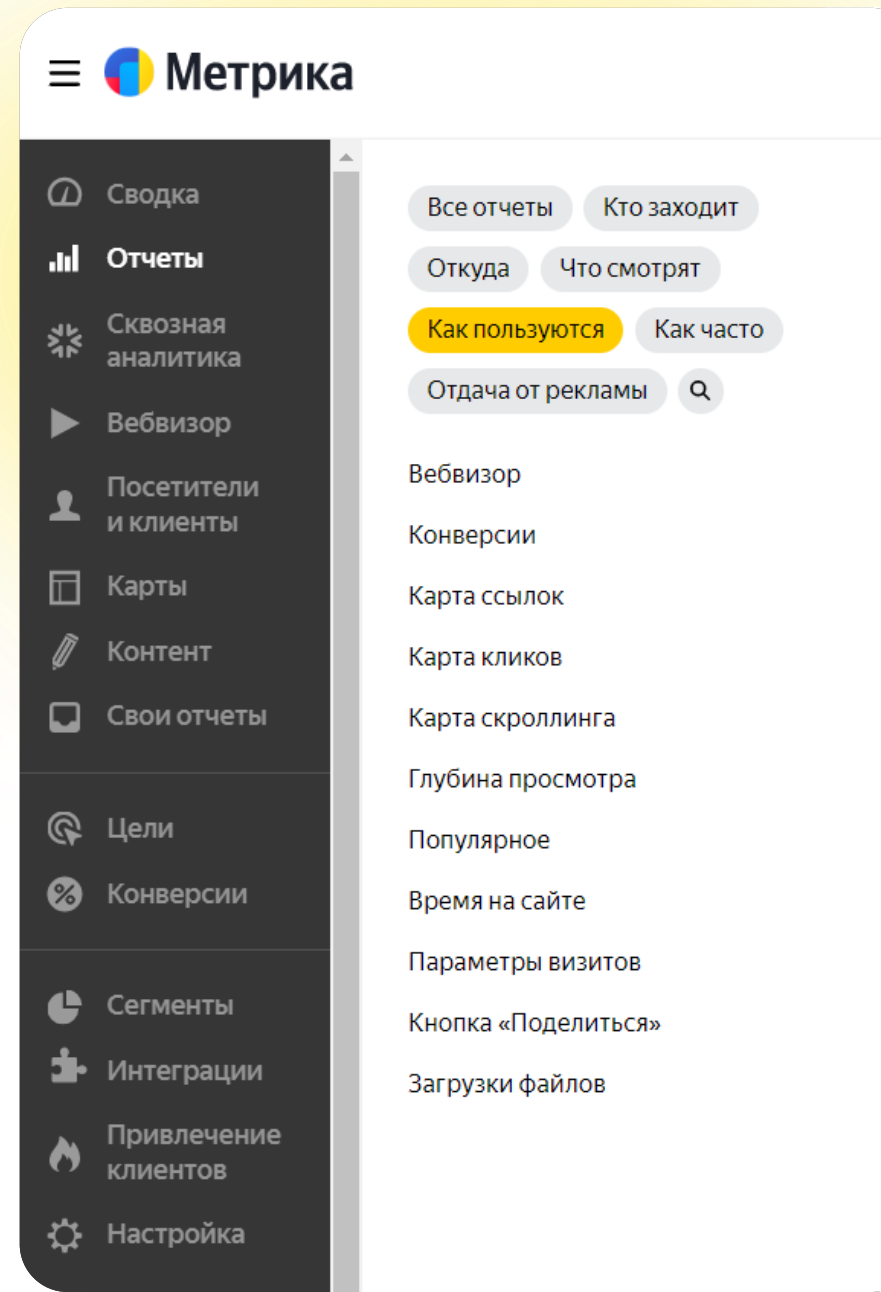
Создайте цели для JavaScript-событий на сайте

На вашем сайте настроены JS-события stream_opened. Создайте цели для всех таких событий, чтобы отслеживать статистику по ним.

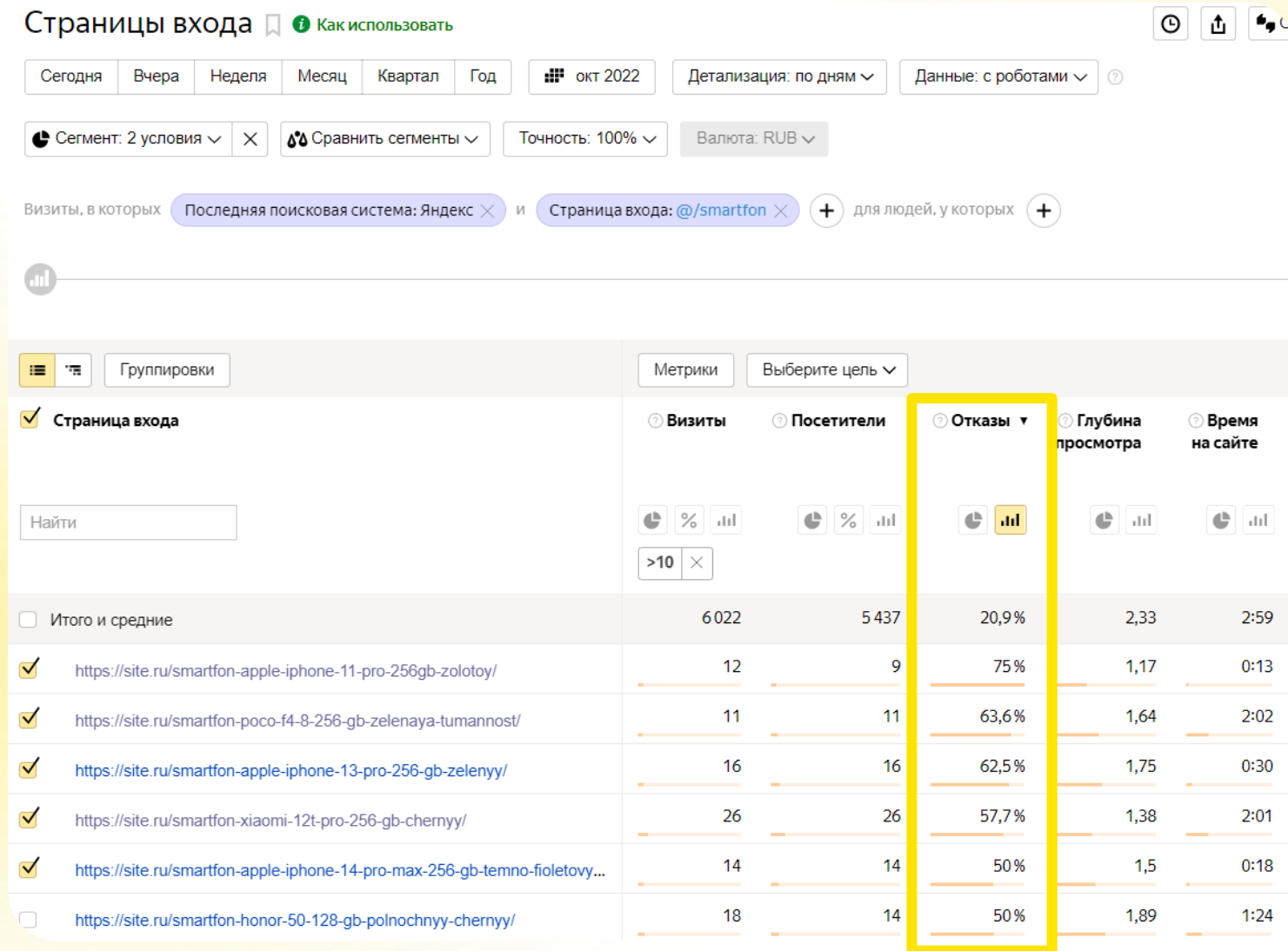
[Создать цель](#)

Стандартные отчеты

- Источники, сводка
- Поисковые системы
- Поисковые фразы
- Страницы входа и выхода
- Популярные страницы
- Заголовки страниц
- Скорость загрузки страниц
- География
- Устройства
- Долгосрочные интересы
- Пол и возраст
- Вебвизор
- Карты (кликов, ссылок, скроллинга)

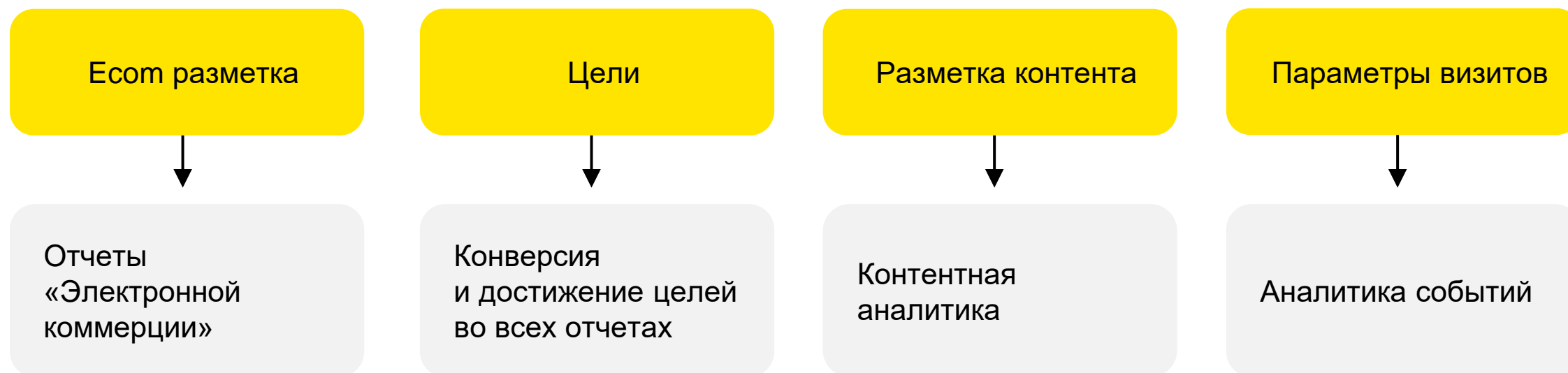


Аналитика поведения на сайте

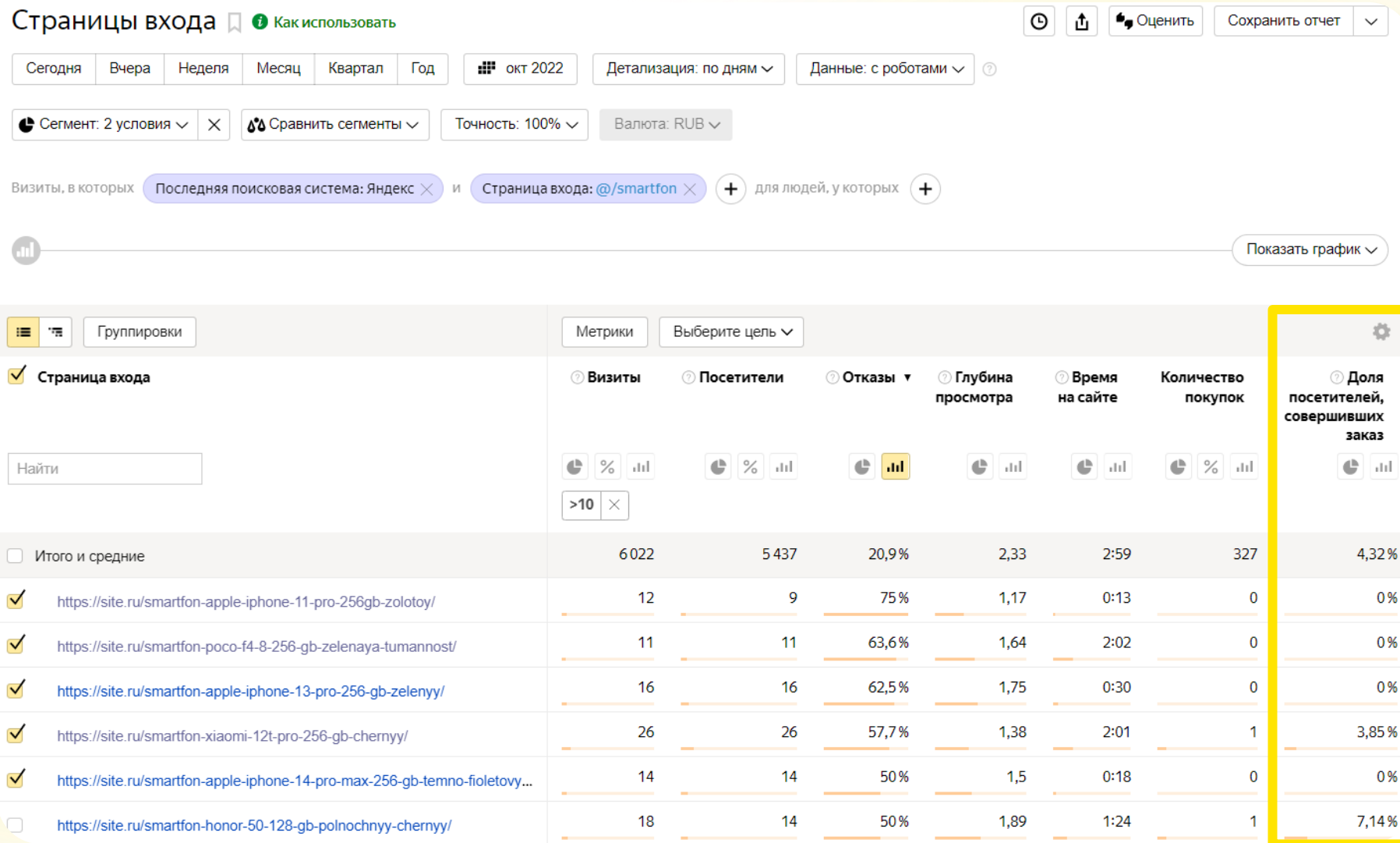


Разметка действий пользователей на сайте

Как можно разметать сайт



Аналитика поведения на сайте



Любые кастомные события на сайте в параметры визита

Визиты, в которых Параметры визита: tradeIn_step_2.brand.Kia + для людей, у которых +

Группировки

Метрики Выберите цель

<input checked="" type="checkbox"/> Параметр визита, ур. 1, Параметр визита, ур. 2, Параметр визита, ур. 3, Параметр визита, ур. 4, Параметр визита, ур. 5, Параметр визита, ур. 6, Параметр визита, ур. 7	Визиты	Посетители	Сумма параметров визитов	Среднее параметров визитов	Количество параметров визитов	Время на сайте
<input type="checkbox"/> Итого и средние	122	119	1,96 млрд	834 441	2 354	12:43
<input checked="" type="checkbox"/> tradeIn_step_2	122	119	1,96 млрд	1,17 млн	1 677	12:43
<input type="checkbox"/> body_name	122	119	0	0	129	12:43
<input type="checkbox"/> SEDAN	58	55	0	0	60	11:47
<input type="checkbox"/> HATCHBACK_5_DOORS	35	35	0	0	36	16:25
<input type="checkbox"/> ALLROAD_5_DOORS	19	19	0	0	21	10:20
<input type="checkbox"/> WAGON_5_DOORS	6	6	0	0	8	11:45
<input type="checkbox"/> HATCHBACK_3_DOORS	3	3	0	0	3	7:58
<input type="checkbox"/> LIFTBACK	1	1	0	0	1	3:23
<input type="checkbox"/> brand	122	119	0	0	129	12:43

1000

Параметров можно передать в одном визите

10

Уровней вложенности отобразится в отчетах Яндекс Метрики при передаче иерархической структуры данных

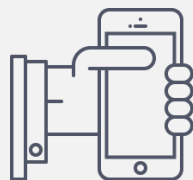
Связь действий на сайте с офлайн-событиями

Офлайн конверсий для анализа трафика



Покупка в офлайн точке

Клиент был на сайте,
но пришёл в магазин
и купил товар в нём



Заказ по телефону

Клиент был на сайте,
но оформил заказ
по телефону



Заказ через email

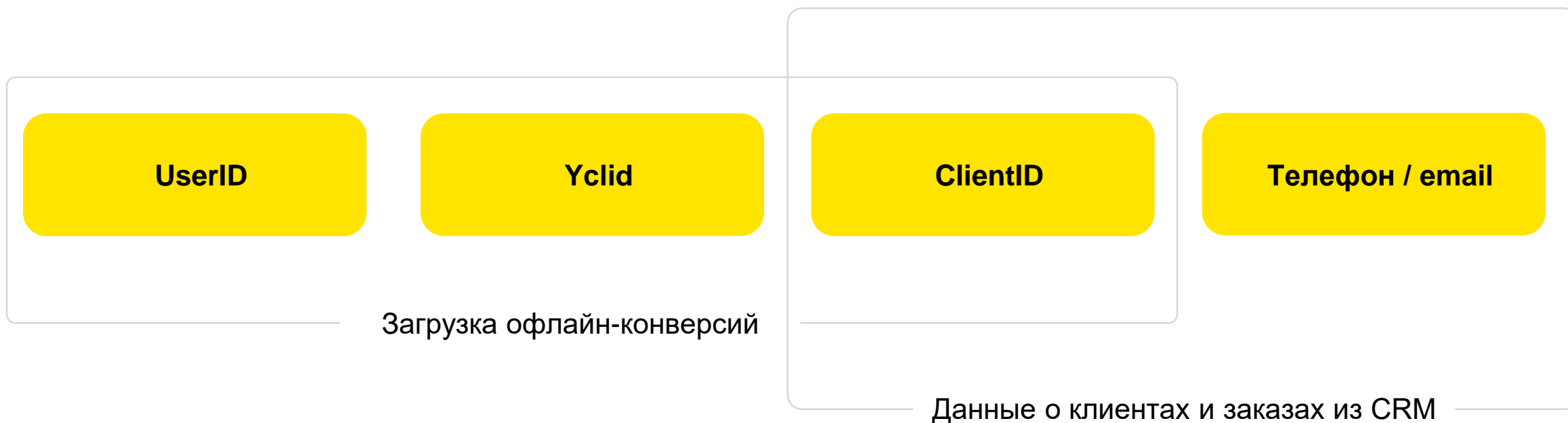
Клиент был на сайте,
но оформил заказ
через почту



Выкупленные транзакции

Клиент оформил заказ
через сайт, совершил
оплату и получил товар

Как можно связать ваши конверсии с визитами в Метрике?



Способы передачи данных в Метрику

Интеграция
с колл-трекерами



Коннекторы к CRM



API Яндекс Метрики



Отправка
на FTP сервер



Отправка
на HTTP/HTTPS



Отправка
на Google Sheets



Способы передачи данных в Метрику

Интеграция
с колл-трекерами



Коннекторы к CRM



API Яндекс Метрики



Отправка
на FTP сервер



Отправка
на HTTP/HTTPS



Отправка
на Google Sheets

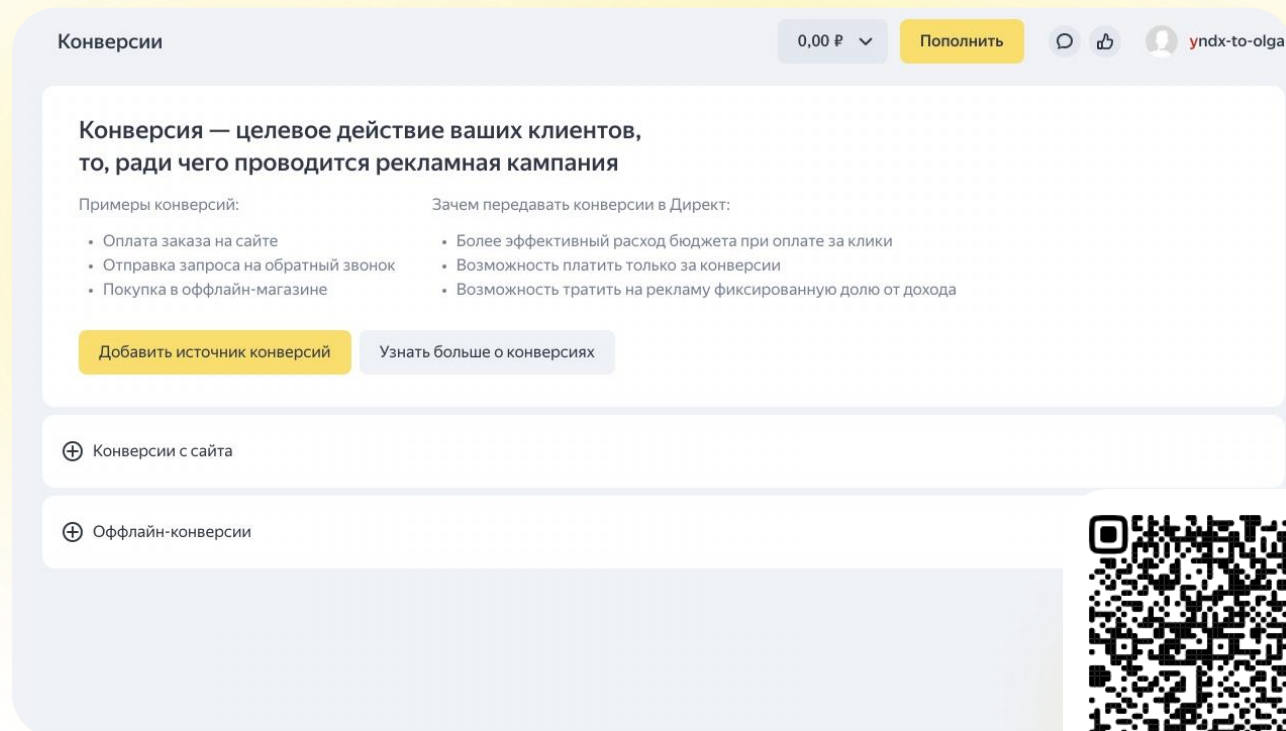


Центр конверсий

Центр конверсий в Директе

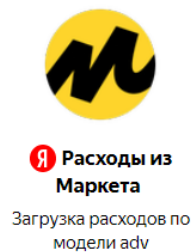
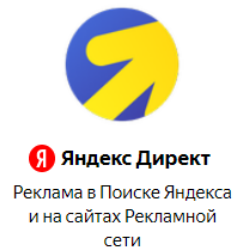
Для чего:

- Удобное подключение конверсионных стратегий
- Загрузка всех типов конверсий в едином окне
- Удобная навигация и анализ конверсий



Импорт расходов в Метрику

01 Коннекторы



+



02 Ручная загрузка данных

03 Загрузка данных по API

Варианты загрузки Дохода в Метрику

Передача
дохода по цели



Электронная
коммерция



Передача
офлайн-
конверсий



Передача
данных
о клиентах
и заказах
из CRM
Центр
конверсий



Отчёты сквозной аналитики

ДРР

ROI

CPO

CPA

Группировки		Метрики						Выберите цель	Как посмотреть ROI
Рекламный канал, Кампания	Расходы	Визиты	Оплаченные заказы	ДРР, заказы	ROI, заказы	CPO, заказы	Прибыль		
<input type="checkbox"/> Итого и средние	38 336	39 232	15	76,2%	31,2%	2 555,73	50 309,55		
<input checked="" type="checkbox"/> Реклама 1	30 432	17 566	12	76,9%	30,1%	2 536	39 589,2		
<input checked="" type="checkbox"/> Реклама 2	6 822	10 248	3	63,6%	57,1%	2 274	10 720,35		
<input checked="" type="checkbox"/> Реклама 3	1 082	11 418	0	-	-100%	-	0		

Применение полученных данных в маркетинге

Как можно использовать данные в рекламе

- Доступна стратегия с ограничением доли рекламных расходов
- Можно использовать в автостратегии одновременно цели из онлайн и офлайна
- Оптимизация на выкупленные транзакции

Стратегия обучилась

Не меняйте настройки без необходимости

7.4%

Доля рекламных расходов

75

Конверсий за неделю

285

Дней работает стратегия

Стратегия

Максимум конверсий ▾

С оплатой

За конверсии ▾

Недельный бюджет

5 000 ₽

Ограничение расхода

Доля рекламных расходов ▾

Доля рекламных расходов от доходов

100 %

Счётчики Яндекс.Метрики ☺



Целевые действия и их ценность

Используются для подбора наиболее конверсионного трафика. Ценность — экономическая выгода, получаемая при достижении посетителем этой цели.

Еcommerce: покупка

Динамическая ▾ ×

Звонок

100 ₽ ▾ ×

Заказ оплачен

Динамическая ▾ ×

Добавить цель

Прицельно работайте с каждым этапом воронки по статусам из CRM

Разным клиентам — разный подход: создавайте отдельные сообщения для тех, кто оставил заявку или совершил покупку



Заказ создан

Заказ оплачен

Заказ отменен

Спам

RFM сегменты для работы с аудиторией

Посетители Клиенты Как работать с отчетом Как настроить рекламу

Соберите сегмент для рекламы в Директе

Быстрые сегменты

Клиенты с заказами ? Купили недавно ? **Перестали покупать** ? Покупали повторно ? Высокий чек ? **Много тратят** ? Были на сайте ?

Сегмент: 3 условия × Клиенты, у которых **Количество оплаченных заказов > 2** × и **Всего потрачено, RUB > 10000 за последние = 6, недели** ×
и **Дата завершения последнего заказа: с даты прошло > 10, дни** × + с событиями, у которых +

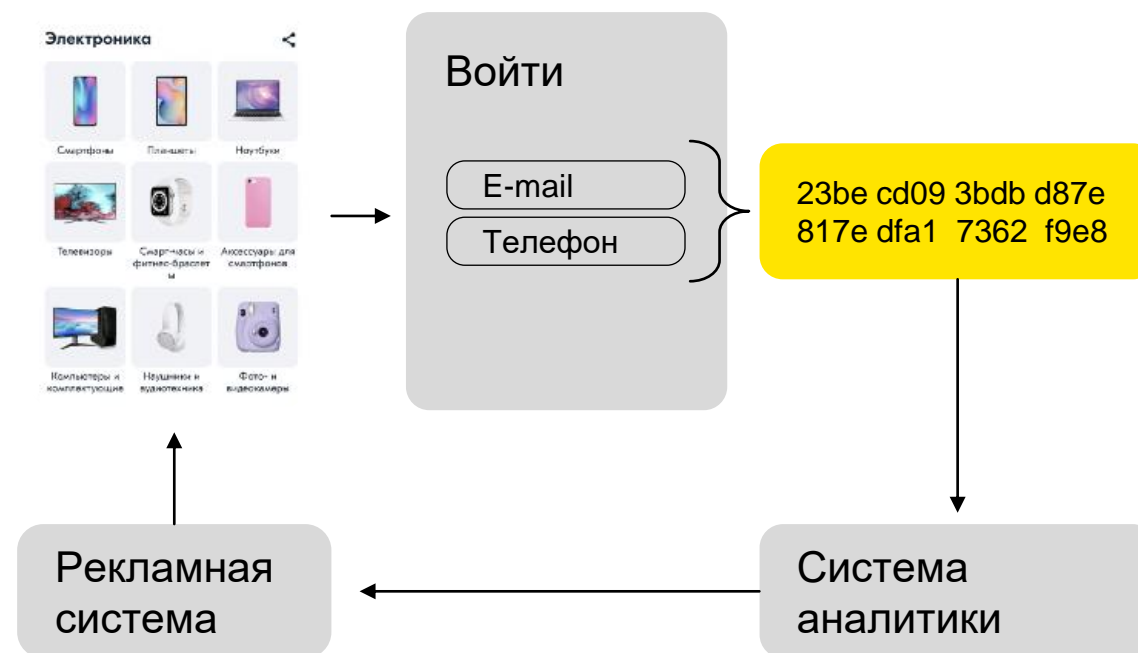
Сохранить сегмент

Идентификатор	Имя	Дней с первого заказа	Дней с последнего заказа	Всего потрачено, RUB	Всего заказов ▼	Средний чек, RUB	Обновлено ?
6f8654b4d1df5d26	—	68 25.08.2022	26 06.10.2022	53 479	28	1 910	20.07.2022 14:15:10
6d8e27606a423e1d	—	68 25.08.2022	26 06.10.2022	264 809	13	24 074	30.06.2022 06:28:32
cced7f75af1975fe	—	127 27.06.2022	22 10.10.2022	154 543	9	17 171	27.06.2022 15:31:13

Как еще точнее определять СВОИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Advanced Matching — решение Метрики для продвинутой оптимизации рекламы

Метод firstPartyParams
в Метрике



Автоматический сбор данных

Дополнительные настройки ^

Валюта ⓘ

RUB — Российский рубль ×

Тайм-аут визита в минутах ⓘ

30 × Целое число от 30 до 360

Код счетчика

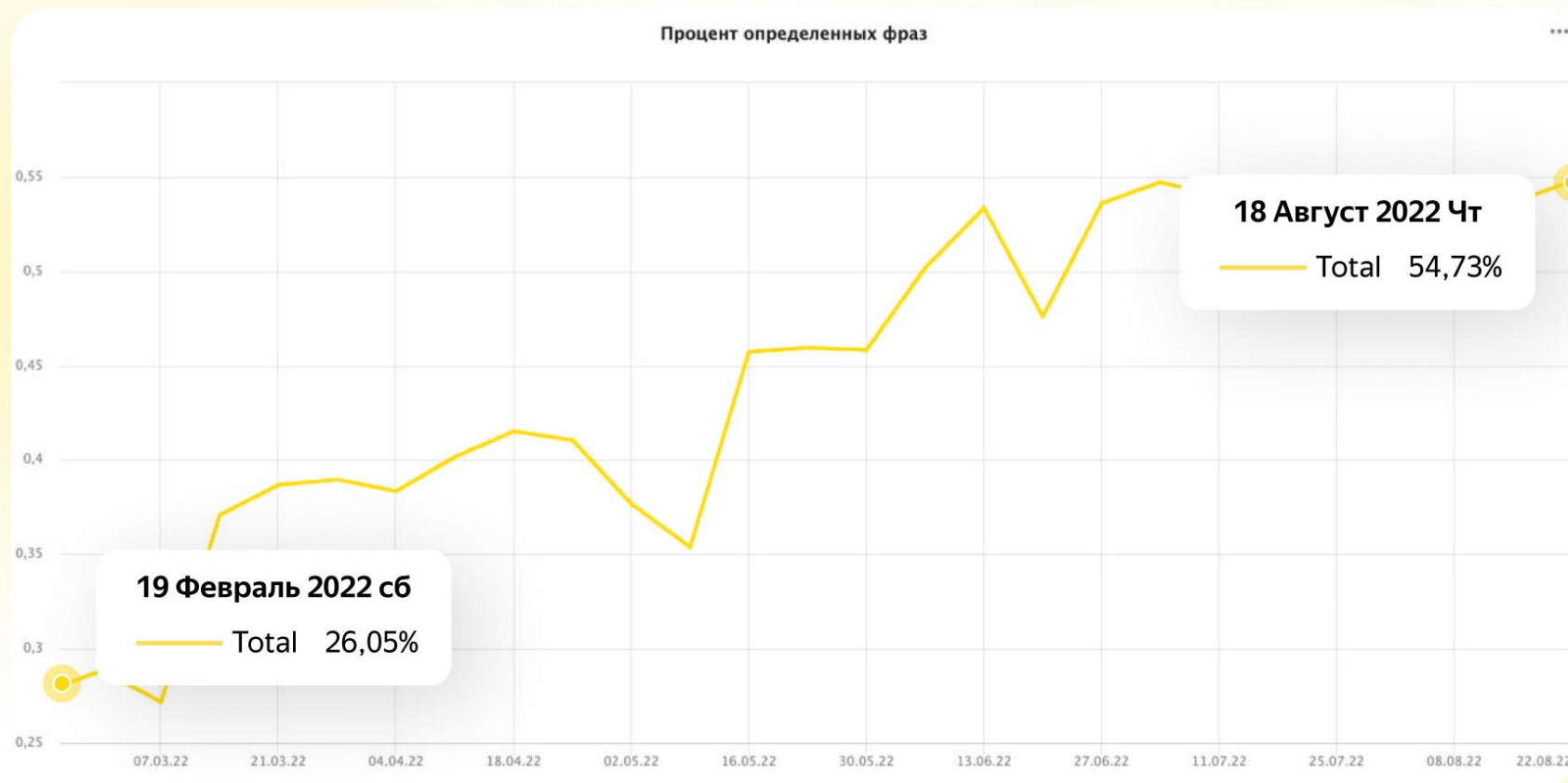
- Отслеживание хеша в адресной строке браузера ⓘ
- Для XML сайтов ⓘ
- В одну строку
- Информер
- Альтернативный CDN ⓘ
- Устаревший код счетчика ⓘ

Безопасность и использование данных ^

- Получать доступ к отчетам по рынку ⓘ
- Включить режим Инкогнито ⓘ

Дополнительные настройки отслеживания ⓘ

Ysclid для более точного распознавания поисковых фраз



**Выводы - только при
наличии всех данных**

Возможностей будет больше, если:

01

Настроить цели
(включить автоцели)

02

Передавать параметры
визитов / посетителей

03

Разметить контент

04

Передать события
Электронной
коммерции

05

Загружать расходы на
рекламу

06

Передавать звонки и
офлайн-конверсии

07

Передавать данные о
клиентах и заказах из
CRM

08

Отправлять first party
данные клиентов

Спасибо!



OPTI
MIZA
TION

Контакты:

Галина Блонская

g.blonskaya@yandex-team.ru

<https://2022.optimization.ru/>

