

10

фишек

Google Analytics

NETPEAK

интернет-маркетинг для бизнеса

ДРУЗЬЯ!

В нашей второй белой книге состоялся переход от точечных хаков по развитию онлайн-бизнеса к фишкам веб-аналитики.

В течение последних 10 недель мы (Алексей Селезнев и Алексей Данилин) искали и препарировали лучшие практические советы по Google Analytics. Читатели рассылки блога Netpeak получали по одному полезному совету еженедельно.

На момент создания этого сборника все 10 описанных фишек отлично работают и помогают улучшать бизнес тем, кто их внедрил в свои проекты.

Берите и используйте.

С верой в победу аналитики,

Руководитель департамента аналитики
агентства Netpeak **Алексей Селезнев,**

SEO-эксперт агентства Netpeak **Алексей Данилин**

01

ГОРЯЧИЕ КЛАВИШИ В GOOGLE ANALYTICS

Если не хотите делать лишние клики в Google Analytics, а заодно показать красивой соседке по кабинету, что знаете GA на уровне профи, запоминайте горячие клавиши:

S или **/** – быстрый поиск нужных отчетов;

Shift + D – переход к главной сводке в представлении;

M – убрать левое меню;

D + T – показать отчет за сегодня;

D + Y – показать отчет за вчерашний день;

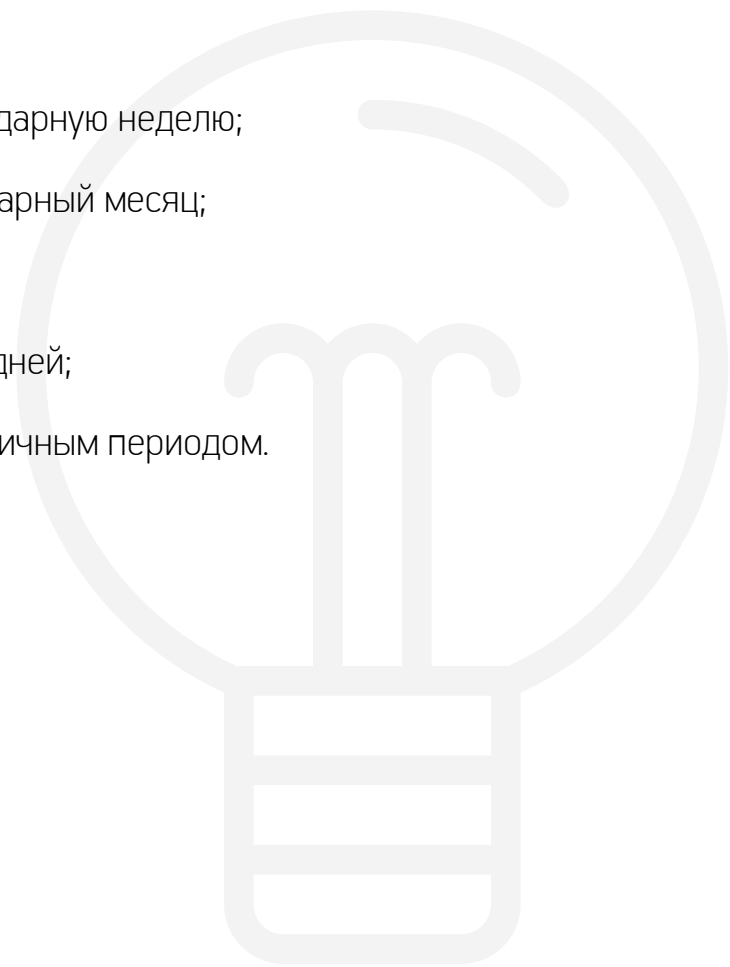
D + W – показать отчет за последнюю календарную неделю;

D + M – показать отчет за последний календарный месяц;

D + 7 – показать отчет за последние 7 дней;

D + 3 + 0 – показать отчет за последние 30 дней;

D + C – включить режим сравнения с аналогичным периодом.

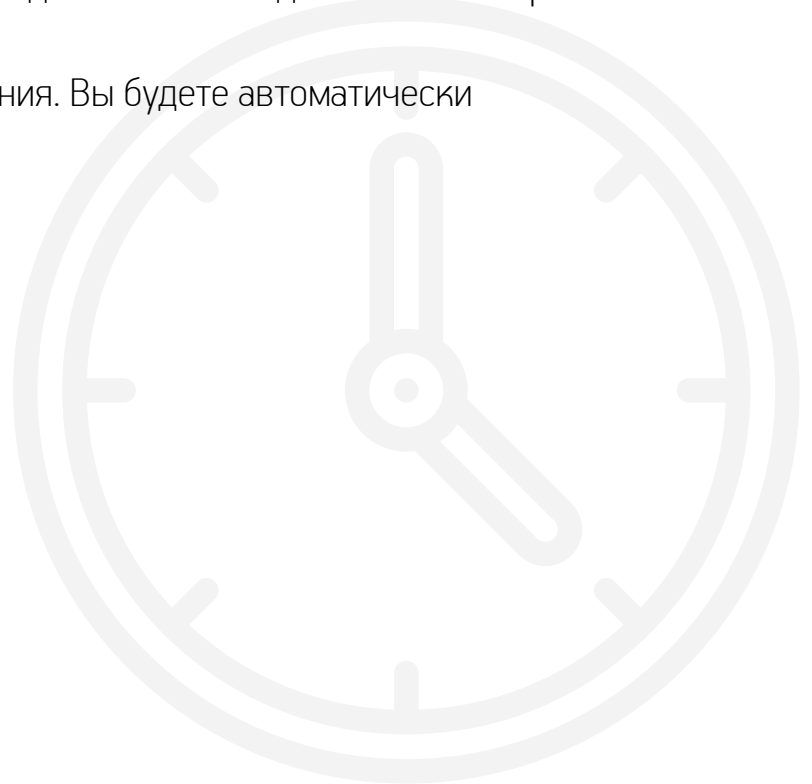


КАК СЭКОНОМИТЬ ВРЕМЯ В GOOGLE ANALYTICS?

Используйте ярлыки в Google Analytics для нужных вам отчетов.

Серьезно, многие даже не представляют, что таким образом можно сэкономить время на поиск важных данных аналитики.

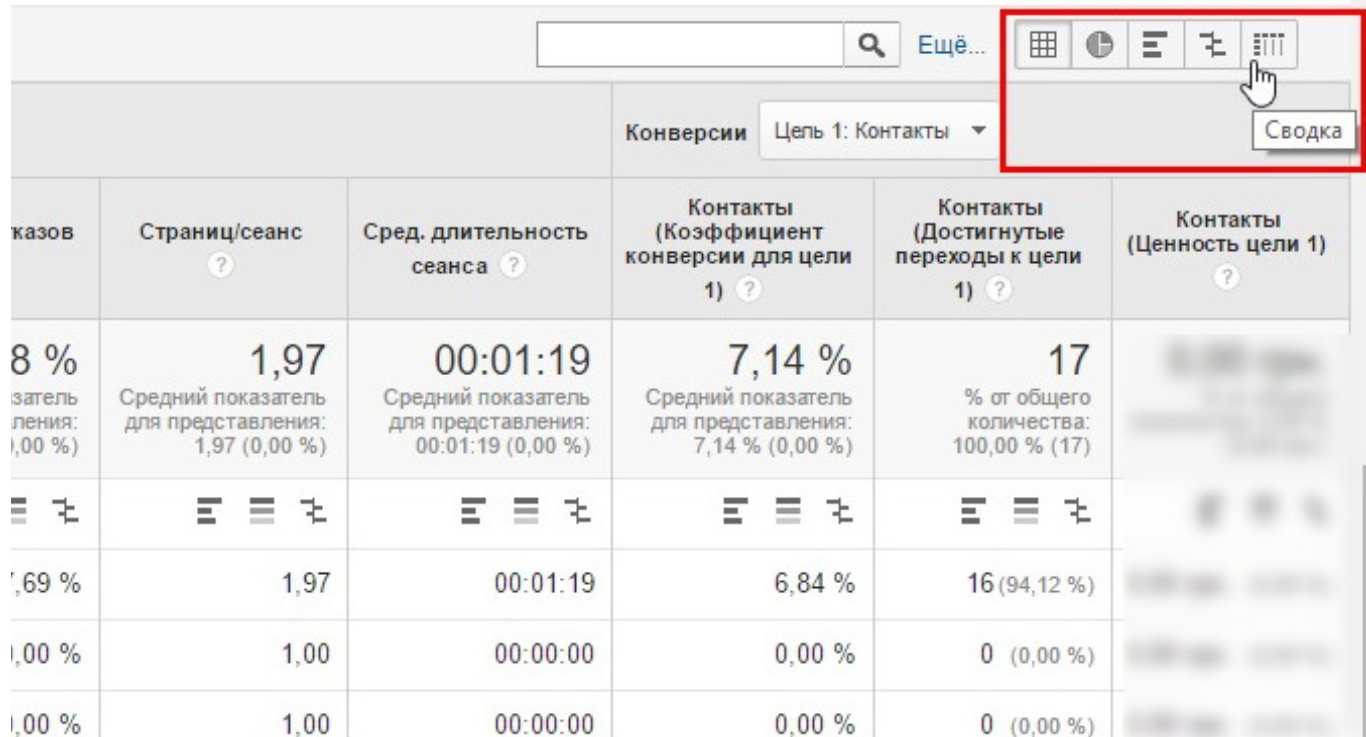
1. Войдите в аккаунт Google Analytics и откройте нужное представление.
2. На вкладке «Отчеты» или «Настройка» выберите нужный отчет и настройте его. Например, добавьте расширенный сегмент, измените параметры и показатели и так далее.
3. Нажмите на «Ярлык» в панели меню над отчетом и введите название ярлыка.
4. Нажмите Ok, чтобы сохранить изменения. Вы будете автоматически перенаправлены в меню «Ярлыки».



КАК ПОСТРОИТЬ ДВУХМЕРНУЮ ТАБЛИЦУ?

Такая форма отчета позволяет анализировать данные в нестандартном ключе. Например, посмотреть, сколько посетителей сайта из вашей страны разговаривают на английском.

1. Заходим в аккаунт Google Analytics.
2. Меняем тип визуализации отчёта на «Сводка».



The screenshot shows the Google Analytics interface. A red box highlights the visualization controls in the top right corner, including icons for table, pie chart, bar chart, funnel chart, and summary view. A mouse cursor is pointing at the summary view icon, and a tooltip labeled 'Сводка' (Summary) is visible. Below the controls, a table displays conversion data for 'Goal 1: Contacts'.

Категории	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	Контакты (Коэффициент конверсии для цели 1)	Контакты (Достигнутые переходы к цели 1)	Контакты (Ценность цели 1)
8 % Средний показатель для представления: 1,00 %	1,97 Средний показатель для представления: 1,97 (0,00 %)	00:01:19 Средний показатель для представления: 00:01:19 (0,00 %)	7,14 % Средний показатель для представления: 7,14 % (0,00 %)	17 % от общего количества: 100,00 % (17)	
7,69 %	1,97	00:01:19	6,84 %	16 (94,12 %)	
0,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	
0,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	

03

3. Указываем параметр, который будет использоваться в сводке.

Дополнительный параметр

Сводка: Страна Основные показатели: Сеансы Выберите...

Итого

Сеансы	
234	
2	
1	

4. Выбираем показатель, который планируем анализировать.

Сводка: Браузер Основные показатели: Сеансы Выберите...

Страна

Страна	
1. Ukraine	
2. United States	
3. Moldova	

1. Chrome

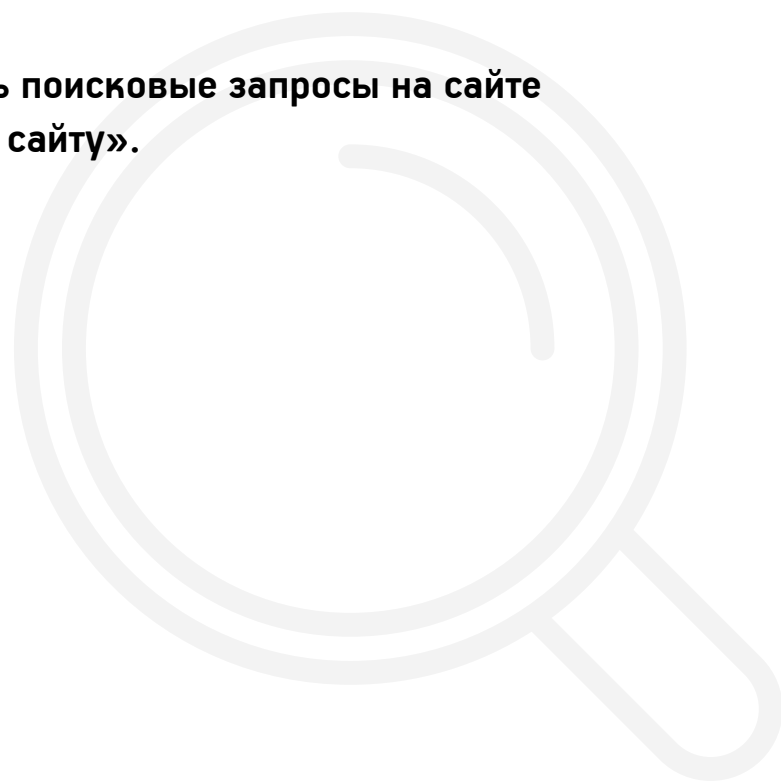
Сеансы	

Двухмерная таблица готова!

ЧТО ИЩУТ НА ВАШЕМ САЙТЕ?

1. Вводим любой поисковый запрос в строку поиска по сайту.
2. В url смотрим название параметра, который отвечает за поиск. Если вы используете в качестве внутреннео поиска по сайту встроенный поиск Google, это «q».
3. В интерфейсе Google Analytics переходим по пути «Администратор» – настройки нужного представления.
4. Включаем «Отслеживание поиска по сайту».
5. Указываем параметр запроса из url.

Готово! Теперь можно анализировать поисковые запросы на сайте в разделе «Поведение» – «Поиск по сайту».



ПРОГОНЯЕМ РОБОТОВ ИЗ ОТЧЕТОВ

Часто на наш сайт заходят разные роботы. Google Analytics пытается их отсеивать, если в настройках профиля включена галочка «Exclude all hits from known bots and spiders». Но некоторые роботы все равно попадают в отчеты. Найти их можно в отчете «Technology» – «Browser & OS».

1. Зайдите в отчет.
2. Выберите интересующий временной промежуток.
3. Просмотрите отчет по браузерам и найдите те браузеры, для которых процент новых пользователей стремится к 100, а поведенческие показатели – к нулю.
4. Для уверенности просмотрите отчет по операционным системам и разрешениям экрана с браузером в качестве дополнительного параметра. В нем данные по операционной системе и разрешению экрана для подозрительного браузера будут not set.
5. В рабочем представлении создайте фильтр, который будет исключать подобные браузеры. Помните, что у вас обязательно должно быть отдельное представление, куда собираются все неотфильтрованные данные.

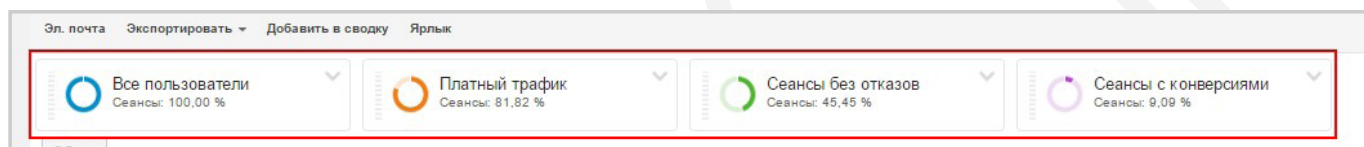
Готово! Теперь отчеты надежно защищены от роботов.

СТРОИМ РАСШИРЕННЫЕ СЕГМЕНТЫ

Расширенные сегменты позволяют фильтровать отчеты Google Analytics, например, отобрать сеансы пользователей, которые хотя бы раз совершали транзакцию, а затем пользователей, которые ни разу не совершали транзакции, и сравнить их.

1. Переходим в режим «Администратор» аккаунта Google Analytics.
2. Идем по пути: «Представление» – «Пользовательские инструменты и объекты» – «Сегменты».
3. Нажимаем на «Создать сегмент».
4. Переходим на вкладку «Поведение» и устанавливаем значение «>0» в поле «Транзакций на пользователя» для сегмента пользователей, совершивших транзакцию, и «=0» для сегмента пользователей, не совершавших целевые действия.
5. Нажимаем «Сохранить».

Для фильтрации или сравнения выбирайте нужные сегменты в верхней области интерфейса Google Analytics. Одновременно можно выбрать не более четырех сегментов.



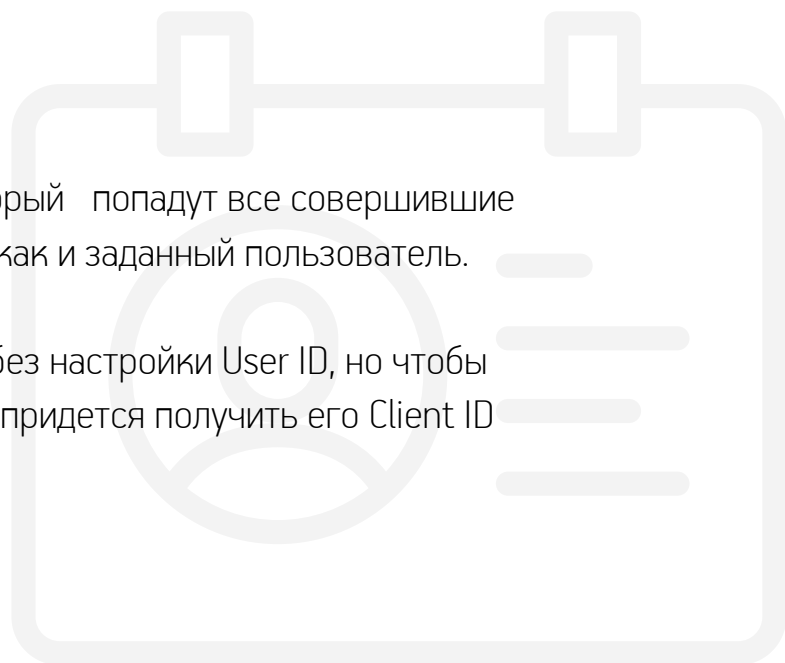
КАК СОБРАТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО USER ID?

В Google Analytics можно настроить отчет User Explorer по действиям каждого отдельного пользователя. Это важно для анализа поведения самых ценных (для вашего бизнеса) посетителей сайта.

1. Настройте передачу User ID в Google Analytics ([как это сделать](#)).
2. Зайдите в отчет Audience – User Explorer.
3. Найдите по User ID интересующего вас пользователя и нажмите на его идентификатор, чтобы увидеть все действия этого пользователя.
4. Отметьте галочками наиболее ценные действия пользователя в открывшемся отчете.
5. Нажмите на Create Segment.

В результате вы получите сегмент, в который попадут все совершившие целевые действия в таком же порядке, как и заданный пользователь.

Аналогично построить сегмент можно и без настройки User ID, но чтобы отобразить пользователя на третьем шаге, придется получить его Client ID из Google Analytics.



КАК СЧИТАТЬ CPA В GOOGLE ANALYTICS?

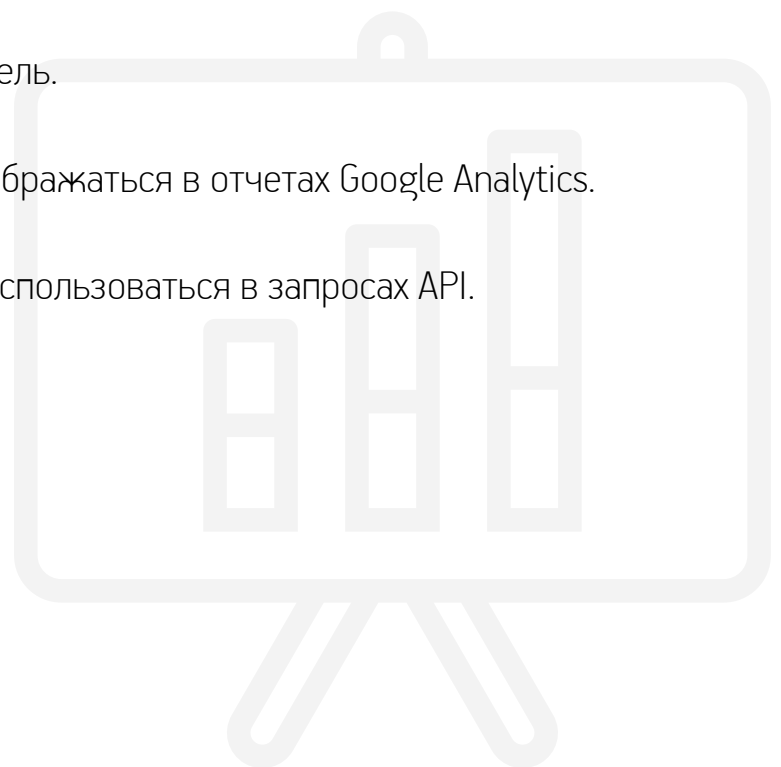
Часто у проектов в Google Analytics настроены несколько целей с одинаковой важностью для бизнеса. Например, отправка формы на заказ услуг или запрос обратного звонка.

В таком случае удобнее считать CPA и лиды, учитывая и отpravку любой формы, и запросы обратного звонка.

Как это сделать?

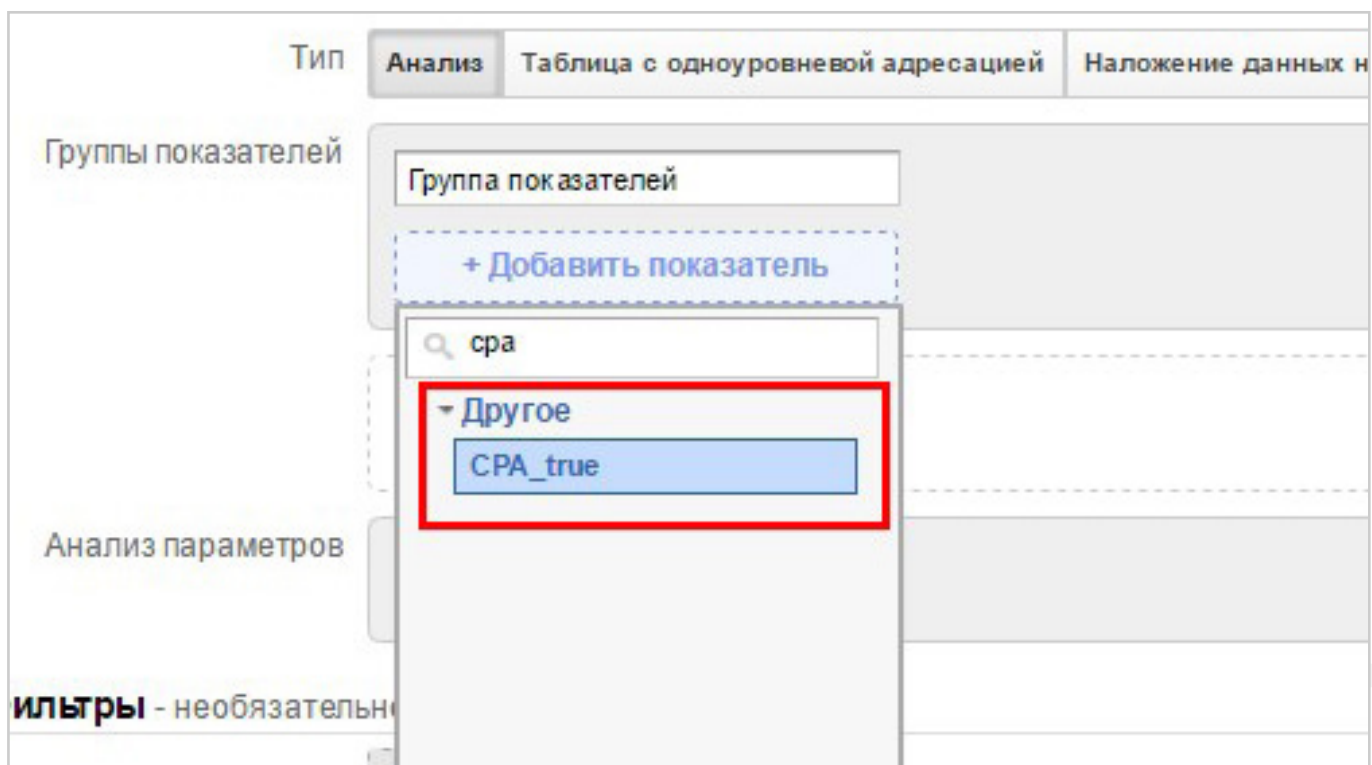
В Google Analytics можно создавать пользовательские вычисляемые показатели:

1. Перейдите на вкладку «Администратор» и в области «Представление» выберите пункт «Вычисляемые показатели».
2. Добавьте новый вычисляемый показатель.
3. Далее введите название, оно будет отображаться в отчетах Google Analytics.
4. Введите внешнее имя, которое будет использоваться в запросах API.



5. Если у вас основные цели в Google Analytics 2 и 6 и вы хотите вычислить CPA, выберите тип форматирования «Валюта» и в поле «Формула» напишите [следующее](#).

Созданный показатель доступен в конструкторе отчетов в разделе «Другое».



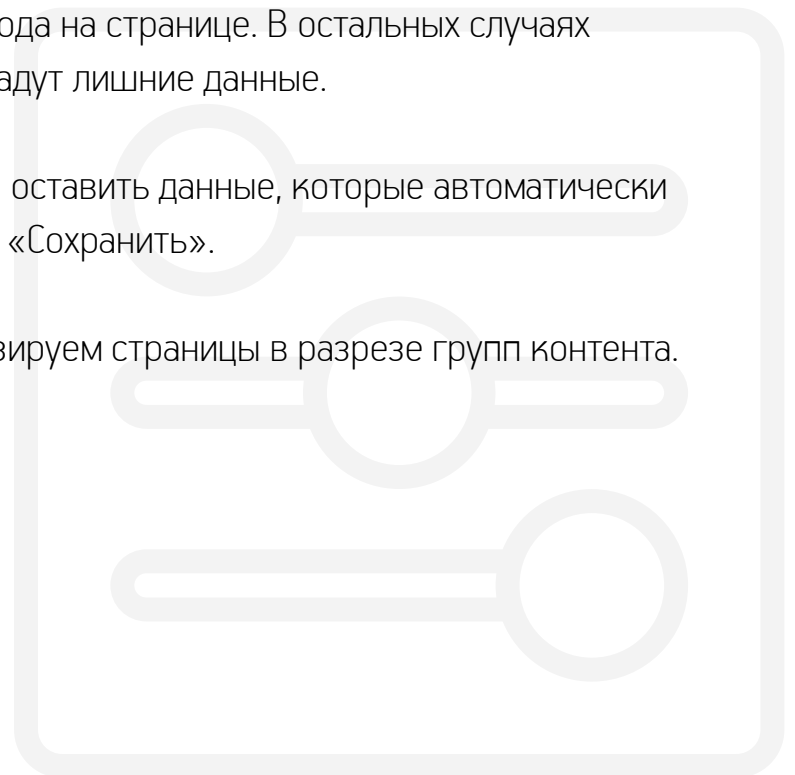
Можете выводить этот показатель в отчеты.



КАК НАСТРОИТЬ АНАЛИЗ ГРУПП КОНТЕНТА?

Если на сайте представлена информация о нескольких группах товаров, то, вместо просмотра данных одновременно по всем страницам, удобнее распределить контент по группам в Google Analytics. Как это сделать?

1. В панели «Администратор» выбираем нужное представление и находим пункт «Группы контента» (если у вас недостаточно прав, вы его не увидите).
2. Переходим в этот раздел и жмем на «Создать группу контента».
3. Задаем название группы и способ получения данных – с помощью размещения кода на страницах сайта, с помощью получения значений из собираемых данных или с помощью набора правил. Наиболее точным будет метод группировки с помощью кода на странице. В остальных случаях можно что-то не учесть и в группу попадут лишние данные.
4. Для настройки с помощью кода можно оставить данные, которые автоматически подставляет Google Analytics, и нажать «Сохранить».
5. Ждем, пока соберутся данные, и анализируем страницы в разрезе групп контента.



КАК ПЕРЕНЕСТИ РЕСУРС В GOOGLE ANALYTICS?

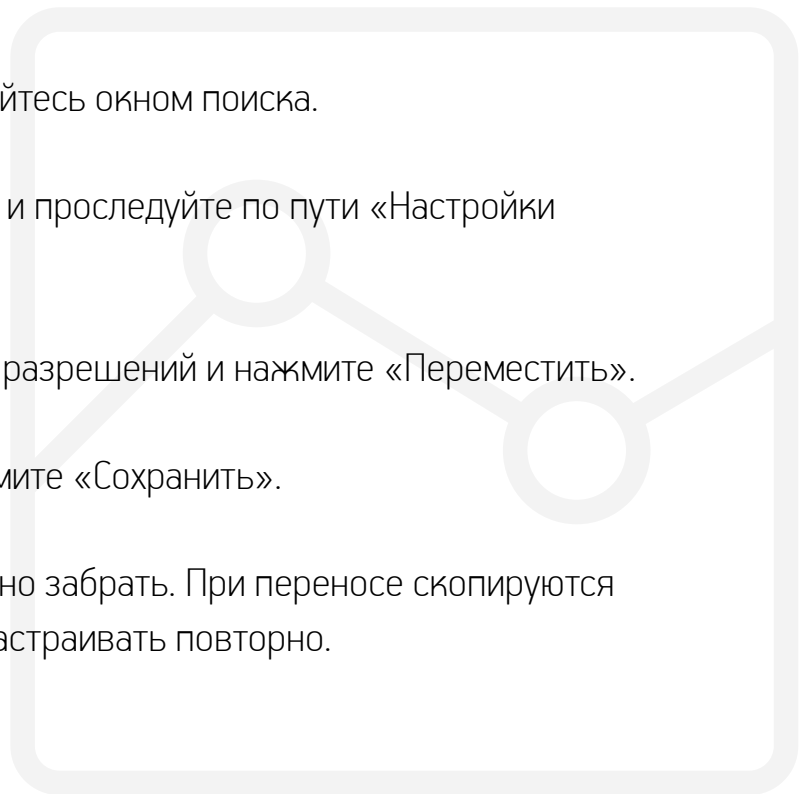
Почему владельцы сайтов не доверяют сторонним специалистам свои аккаунты в Google Analytics? Потому что часто в этих аккаунтах – много ресурсов и владельцы не хотят предоставлять доступ ко всем сайтам человеку со стороны. Но без доступа к аккаунту нельзя активировать часть настроек, например, поделиться данными с Google.

Решение – перенести ресурс, временно предоставив нужные доступы.

Как это сделать:

1. Откройте вкладку Администратор и в столбце «Аккаунт» выберите аккаунт, содержащий нужный ресурс.
2. Если у вас много аккаунтов, воспользуйтесь окном поиска.
3. В столбце «Ресурс» выберите нужный и проследуйте по пути «Настройки ресурса» – «Переместить ресурс».
4. Выберите целевой аккаунт, настройки разрешений и нажмите «Переместить».
5. Подтвердите обработку данных и нажмите «Сохранить».

После переноса временные доступы можно забрать. При переносе скопируются настройки ресурса и их не нужно будет настраивать повторно.



Остались вопросы?

Пишите на info@netpeak.net – мы постараемся найти решение для вашей задачи.

NETPEAK
интернет-маркетинг для бизнеса

netpeak.net