

Поделиться

- [Facebook](#)
- [Twitter](#)
- [Google+](#)
- [Pinterest](#)
- [LinkedIn](#)

В предыдущей статье рассказывалось о том, как [найти и анализировать основные данные гугл аналитикс \(Google Analytics\) — отчет о трафике и сводку навигации](#). Далее — об отчетах по органическому поиску и конверсиях.

Отчет о трафике с органического поиска гугл аналитикс

Для чего нужен этот отчет?

Необходимо знать не только, какие страницы посещают посетители в целом, но также полезно понять, какой контент сайта популярен в органическом поиске.

Это нужно по нескольким причинам:

1. Если страница получает большой трафик от поиска, нужно быть аккуратным при внесении любых изменений на этой странице. Например, если вы хотите изменить текст, это может существенно повлиять на рейтинг страницы в поисковой выдаче Google.
2. Данные об органическом поиске дают дополнительную информацию о том, что ищут посетители сайта.

Как найти эти данные в Google Analytics

Перейдите в Источники трафика > Весь трафик > Каналы. Вы увидите список источников, направляющих трафик на ваши веб-страницы.

Default Channel Grouping	Источники трафика			Действия			Конверсии (Коэффициент конверсии)
	Сеансы	Новые сеансы, %	Новые пользователи	Показатель отказов	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	
	2 744 % от общего количества: 100,00 % (2 744)	100,84 % Средний показатель для представления: 100,58 % (0,25 %)	2 767 % от общего количества: 100,25 % (2 760)	0,91 % Средний показатель для представления: 0,91 % (0,00 %)	0,66 Средний показатель для представления: 0,66 (0,00 %)	00:02:00 Средний показатель для представления: 00:02:00 (0,00 %)	Средний коэффициент конверсии
1. Social	1 613(58,78 %)	100,93 %	1 628(58,84 %)	1,05 %	0,60	00:02:02	
2. (Other)	962(35,06 %)	102,08 %	982(35,49 %)	0,73 %	0,65	00:01:58	
3. Direct	120(4,37 %)	92,50 %	111(4,01 %)	0,83 %	1,06	00:01:54	
4. Paid Search	28(1,02 %)	89,29 %	25(0,90 %)	0,00 %	2,14	00:03:23	
5. Organic Search	19(0,69 %)	105,26 %	20(0,72 %)	0,00 %	1,26	00:00:20	
6. Referral	2(0,07 %)	50,00 %	1(0,04 %)	0,00 %	0,50	00:00:44	

Строк на странице: 10 К строке: 1 1-6 из 6

Выберите органический поиск по параметру «страница входа».

Страница входа	Источники трафика			Действия			Сред. длительность сеанса
	Сеансы	Новые сеансы, %	Новые пользователи	Показатель отказов	Страниц/сеанс		
	19 % от общего количества: 0,69 % (2 744)	105,26 % Средний показатель для представления: 100,73 % (4,50 %)	20 % от общего количества: 0,72 % (2 764)	0,00 % Средний показатель для представления: 0,91 % (-100,00 %)	1,26 Средний показатель для представления: 0,66 (92,13 %)	Средний коэффициент конверсии	
1. (not set)	7(36,84 %)	128,57 %	9(45,00 %)	0,00 %	0,00		
2. /идеи-подарков-для-мужчин-5-необычных-га/	2(10,53 %)	100,00 %	2(10,00 %)	0,00 %	2,00		
3. /как-собрать-сборную-модель/	2(10,53 %)	100,00 %	2(10,00 %)	0,00 %	2,00		
4. /6-идей-для-костюмированной-вечеринки/	1(5,26 %)	100,00 %	1(5,00 %)	0,00 %	2,00		
5. /кот-скажет-вам-спасибо-кошачий-домик/	1(5,26 %)	100,00 %	1(5,00 %)	0,00 %	2,00		
6. /product-category/closing/	1(5,26 %)	100,00 %	1(5,00 %)	0,00 %	2,00		

Как найти данные по определенной странице

Чтобы найти трафик на определенной странице, нужно вставить ее адрес (без имени домена) в поле поиска. Вы увидите данные органического поиска на этой странице. Обратите внимание на абсолютное количество сеансов и, также, на удельный вес этой страницы в общем объеме поискового трафика.

Как использовать данные

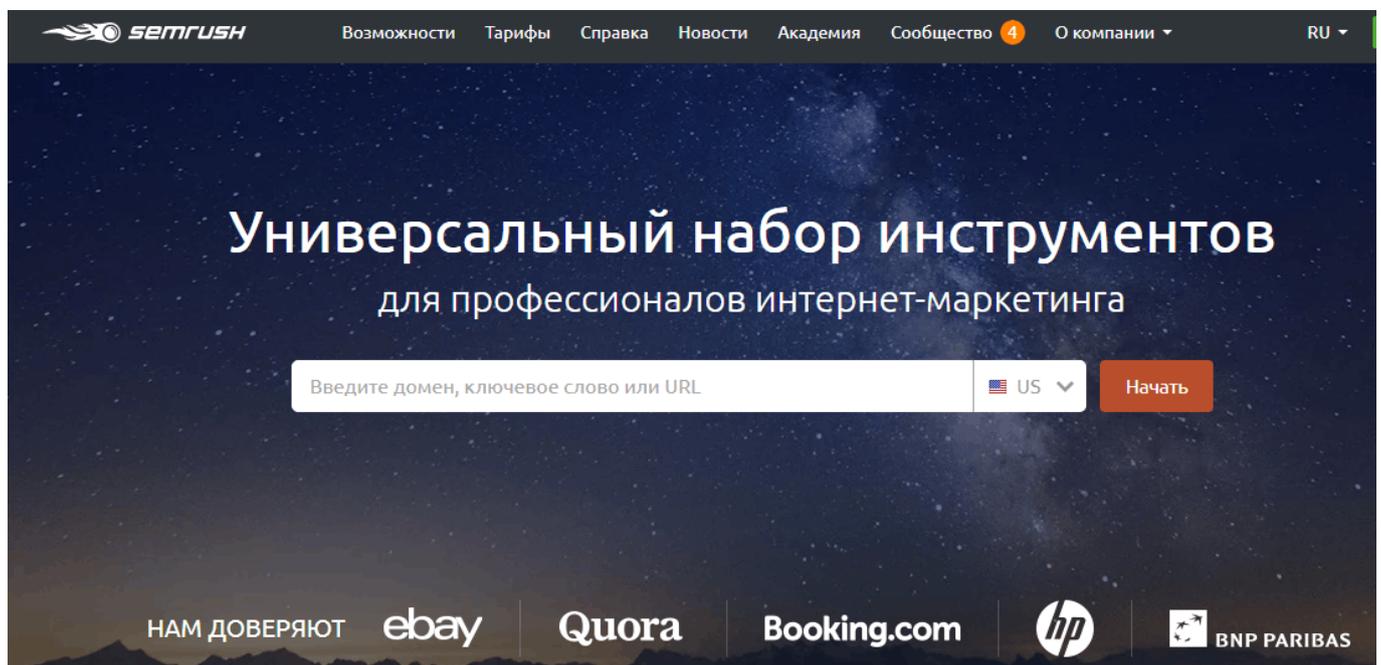
Надо учесть две вещи в отношении страниц, которые получают много поискового трафика.

Прежде всего, будьте осторожны при внесении изменений. Эти страницы уже занимают высокое место в Google. Будьте внимательны, если не хотите негативно повлиять на результаты поиска.

Хорошая новость заключается в том, что есть способы, чтобы узнать гораздо больше о том, почему люди посещают выбранные страницы. Для этого можно использовать сервис SEMrush. Вот пример того, как это сделать бесплатно. Перейдите по ссылке.



Далее на странице сервиса введите адрес вашей страницы.



В результате вы получите список ключевых слов, источников, по которым посетители попадают на данную страницу. Информация улучшит понимание, что именно ищут люди и даст идеи для изменения или дополнения контента на странице для улучшения позиций в поиске.

Отчет о конверсиях

В чем его значение?

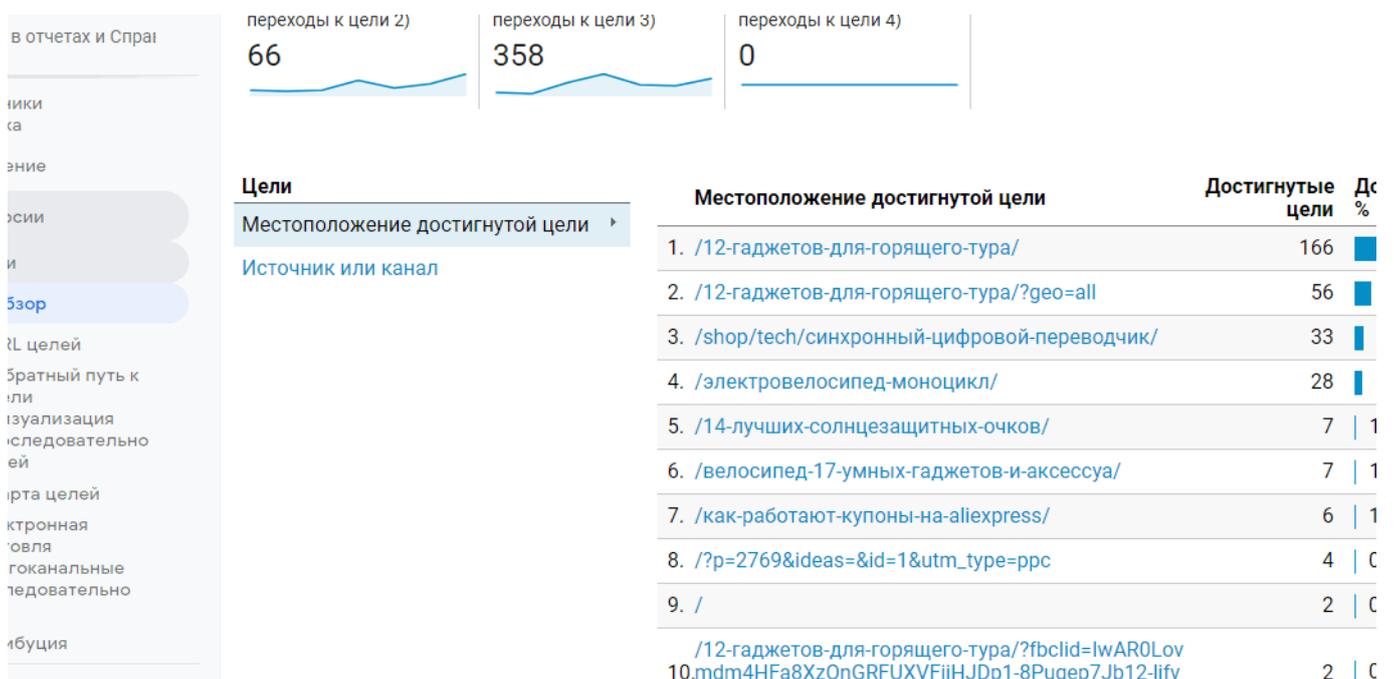
В большинстве планов по продвижению с помощью контент-маркетинга конверсии являются определяющим эффективностью кампании показателем. Это именно те действия посетителей, которых вы ждете от них и ради которых улучшаете ваш сайт. К примеру, вы хотите, чтобы они подписались на электронное письмо, скачали что-то или посетили мероприятие.

Как найти отчет

Предварительно у вас должны быть установлены и настроены цели, то есть Google Analytics должна получать сигналы о том, что посетители сайта совершили запланированное действие на сайте.

Это можно сделать, например, с помощью Google Tag Manager. Подробнее [описано в этой статье](#).

Чтобы просмотреть результаты, откройте вкладку Конверсии>Цели>Обзор. Вы увидите список страниц, на которых зафиксированы конверсии.



Как использовать данные?

Обратите внимание на общее число конверсий и, что более важно, на процент конверсий.

Чем выше процент, тем выше ценность этой страницы. Если конверсии получены из поиска, это означает, что страница лучше всего подходит для продвижения.

Как только вы определите лучшие по конверсии страницы:

1. Можно попытаться улучшить оптимизацию этих страниц, чтобы они с большей вероятностью отображались в поиске.
2. Продвигайте эти страницы в социальных сетях.
3. Разместите ссылки на эти страницы с сайтов с высоким трастом.



[Диспетчер тегов Google: как отследить переход по кнопке](#)

Опубликовано: Январь 5, 2019

Поделиться FacebookTwitterGoogle+PinterestLinkedInЭто проще сделать с Диспетчером Тегов от Google. Почему? Самое главное — не нужно лезть в код сайта, рискуя наделать ошибок и огромный диапазон возможностей, чтобы отследить переход

посетителя [Continue reading](#)

[нет комментариев](#)