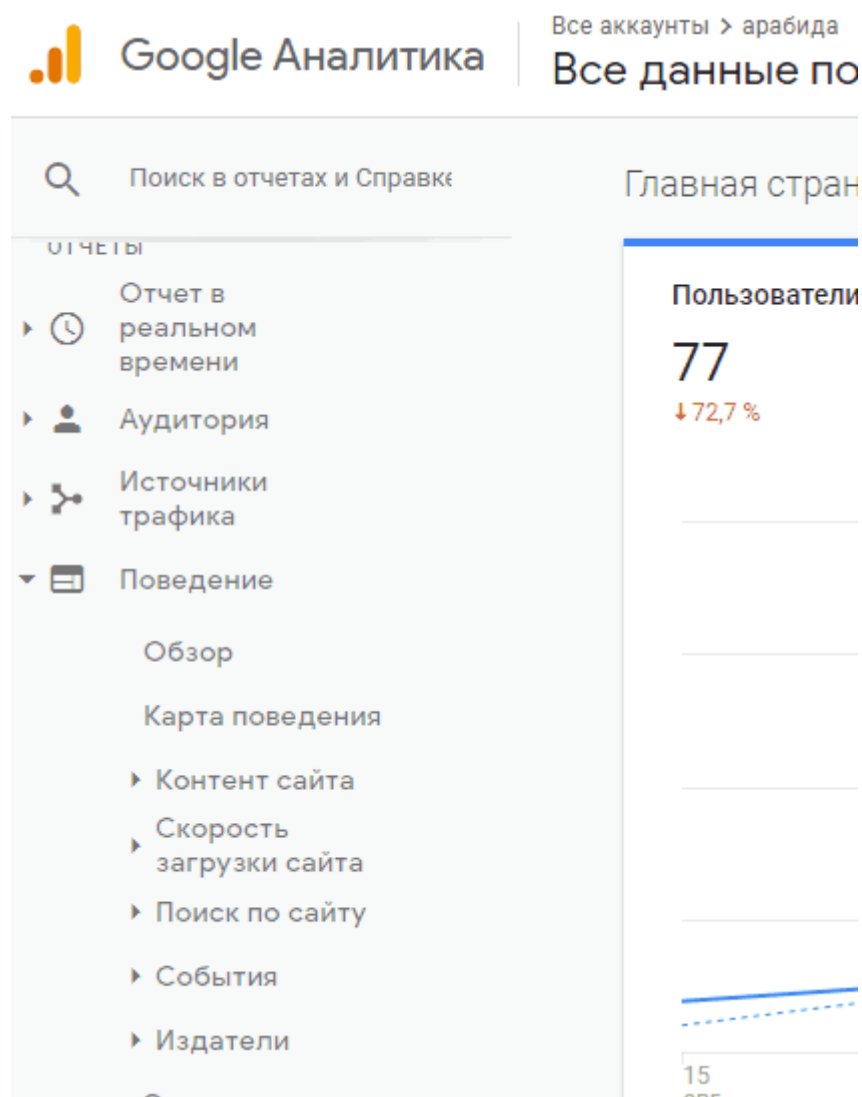


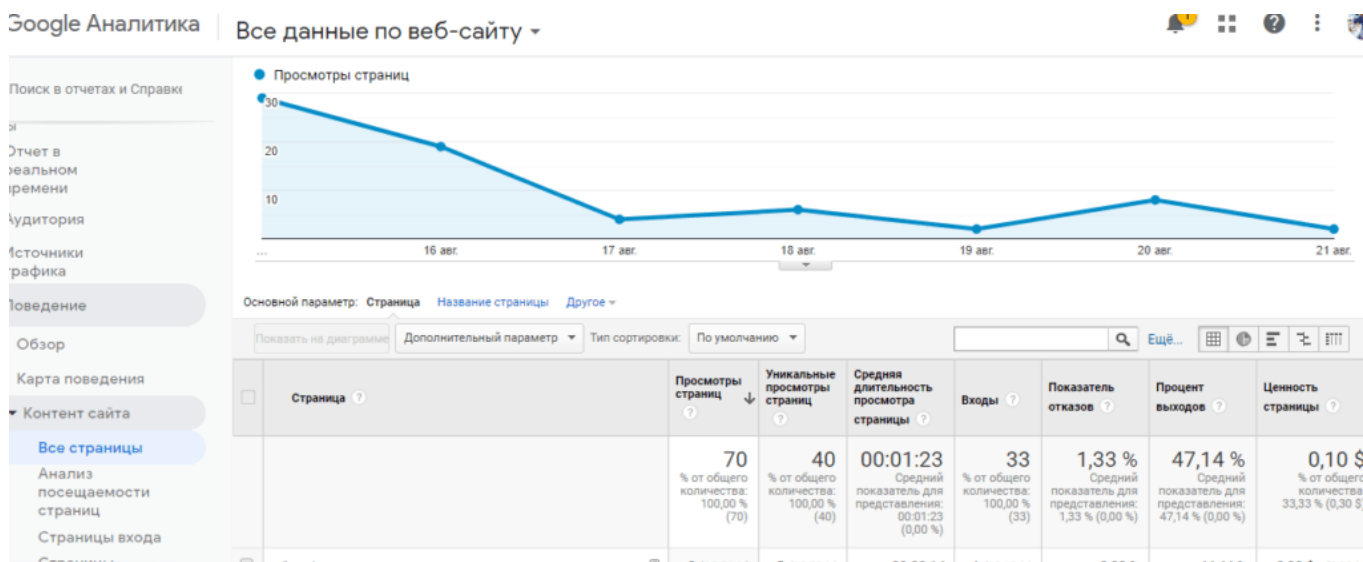
Поделиться

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

Отчет «Контент сайта» позволяет анализировать эффективность размещенных на сайте материалов и находится во вкладке «Поведение»



Нажмите ссылку «Все страницы». Откроется экран со статистикой посещаемости статей сайта в целом и по страницам.



Как использовать эти данные для того, чтобы измерить эффективность, востребованность вашего контента? Для начала нужно настроить.

Отчет об эффективности контента может использоваться как наглядное представление горизонтальных конверсионных воронок. Это поможет быстро обнаружить и устранить узкие места на пути ваших посетителей сайта от контента до совершения покупки.

Другими словами, вы можете выяснить, какая статья или страница лучше всего работает в качестве входного контента, привлекающего большие объемы трафика, а какая страница замедляет работу и малоинтересна для потенциальных покупателей. Вы найдете ответ на вопрос, какой контент вашего сайта является стержнем вашего бизнеса и оказывает наибольшее влияние на ваши показатели продаж.

Для начала нужно разбить процесс посещения посетителем целевой страницы на отдельные этапы. Это определит горизонтальную воронку продаж. Ниже будет продемонстрировано, как это сделать, а затем узнать, какой тип контента ( обзоры, видео, презентации или баннеры) привлекает клиентов на ваш сайт и приносит наибольшую пользу.

## Настройка отчета «Контент сайта»

Для правильной настройки отчета не требуется много усилий. Выберите таблицу статистики контента и добавьте необходимые параметры для измерения.

### Выбор показателей

Для анализа горизонтальной воронки установите следующие параметры в таблице:

- сеансы;
- показатель отказов;
- среднее количество уникальных просмотров страниц за сеанс;
- среднее общее время сеанса;
- целевые конверсии;
- коэффициент достигнутых конверсий.

Параметры нужно установить в таблице в разделе «Страницы входа».

Страница входа	Источники трафика			Действия			Конверсии	
	Сеансы	Новые сеансы, %	Новые пользователи	Показатель отказов	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	Просмотр страниц за сеанс (Коэффициент конверсии для цели 2)	Просмотр страниц за сеанс (Достигнутые переходы к цели 2)
	73 % от общего количества: 100,00 % (73)	101,37 % Средний показатель для представления: 101,37 % (0,00 %)	74 % от общего количества: 100,00 % (74)	2,74 % Средний показатель для представления: 2,74 % (0,00 %)	0,60 Средний показатель для представления: 0,60 (0,00 %)	00:01:28 Средний показатель для представления: 00:01:28 (0,00 %)	4,11 % Средний показатель для представления: 4,11 % (0,00 %)	3 % от общего количества: 100,00 % (3)
1. (not set)	53 (72,60 %)	103,77 %	55 (74,32 %)	0,00 %	0,00	00:01:45	0,00 %	0 (0,00 %)

Выбор метрик зависит от того, какие конверсии вы хотите получить. Нужно определить конкретные целевые конверсии для анализа.

Например, это может быть:

- заполнение контактной формы;
- взаимодействие с номером телефона;
- скачивание приложения или специального контента.

Установите собственные цели, которые имеют наибольшее значение для продаж.

Можно добавить любое количество целей. Например, это может быть продолжительность просмотра страниц входа.

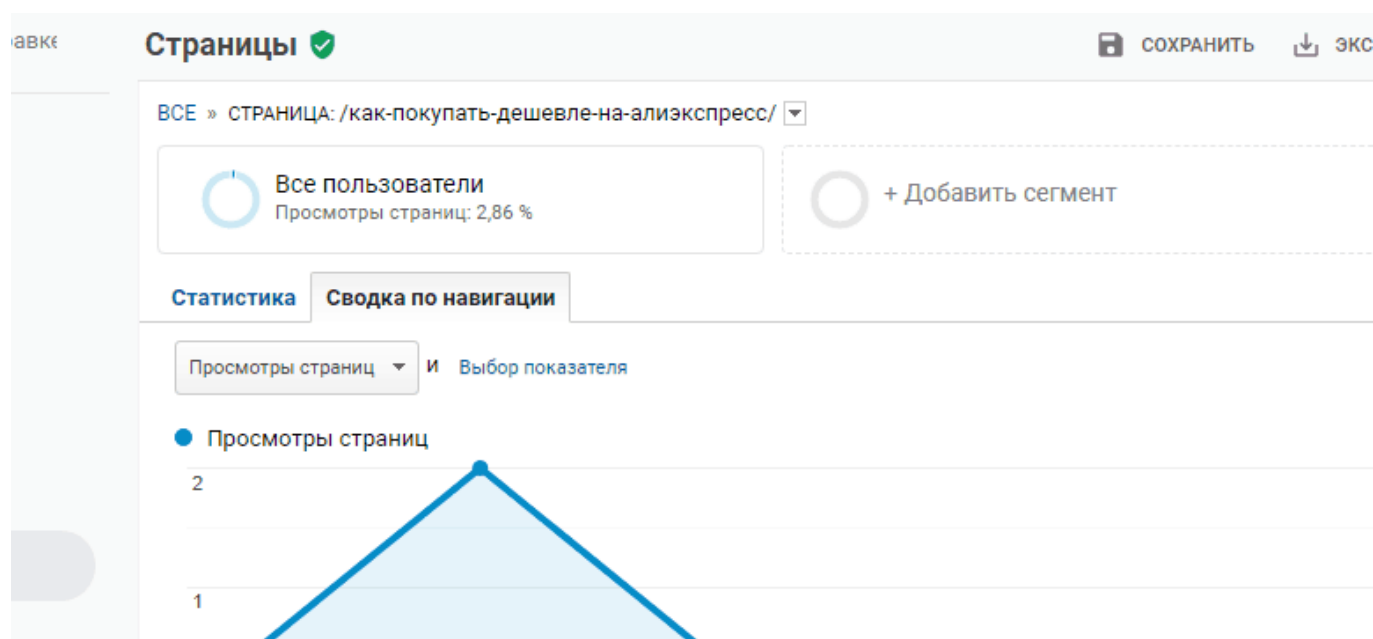
## Поиск важных точек при посещении сайта

Очень важно, чтобы люди, которые заходят на ваш сайт, находили его интересным. Вот почему начинать анализ нужно с изучения первых впечатлений пользователей. Нужно внимательнее присмотреться к самым первым точкам взаимодействия пользователей с контентом сайта и определить, какие посты и статьи в блоге лучше всего работают для привлечения трафика на ваш сайт.

Страница ?	Просмотры страниц ?	Уникальные просмотры страниц ?	Средняя длительность просмотра страницы ?	Входы ?	Показатель отказов ?	Процент выходов ?	Ценность страницы
	70 % от общего количества: 100,00 % (70)	40 % от общего количества: 100,00 % (40)	00:01:23 Средний показатель для представления: 00:01:23 (0,00 %)	33 % от общего количества: 100,00 % (33)	1,33 % Средний показатель для представления: 1,33 % (0,00 %)	47,14 % Средний показатель для представления: 47,14 % (0,00 %)	0,00 \$ % от общего количества: 33,33 %
<a href="#">эк-покупать-дешевле-на-алиэкспрес</a>	2 (2,86 %)	1 (2,50 %)	00:12:59	1 (3,03 %)	0,00 %	50,00 %	1,00 \$ (100,00 %)
<a href="#">элюспед-17-умных-аксессуаров/</a>	7 (10,00 %)	5 (12,50 %)	00:05:47	4 (12,12 %)	0,00 %	71,43 %	0,00 \$ (0,00 %)
<a href="#">2-гаджетов-для-горящего-тура/?fbclid=AR0OFmqTEBReTZy6Xcl8LOLQpkuaxaZ3j0tX-RN4hq8_No_alAoDCXu5g</a>	2 (2,86 %)	1 (2,50 %)	00:03:20	1 (3,03 %)	0,00 %	50,00 %	0,00 \$ (0,00 %)
<a href="#">тор/необычные-подарки-умные-подарки-и-стра/3d-пазлы-из-металла-конструктор-для-взр/</a>	1 (1,43 %)	1 (2,50 %)	00:01:43	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 \$ (0,00 %)
<a href="#">тор/необычные-подарки-умные-подарки-и-стра/универсальный-набор-для-вышивания-в-с/</a>	2 (2,86 %)	1 (2,50 %)	00:01:31	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 \$ (0,00 %)
<a href="#">тор/необычные-подарки-умные-подарки-и-стра/одеяло-против-бессоницы-и-сэсса-утя/</a>	5 (7,14 %)	2 (5,00 %)	00:00:52	2 (6,06 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 \$ (0,00 %)
<a href="#">тор/outdoor/сарафан-развитие-силы</a>							

Отсортируйте URL входных записей **по показателю отказов** по возрастанию. Таким образом можно легко выяснить, какие страницы чаще всего выступают в качестве домашней страницы. Затем выясните, какие страницы имеют слишком высокий показатель отказов. Это означает, что с контентом этих страниц что-то не так.

Если вы хотите провести более глубокий анализ, просто нажмите на вкладку «Сводка по навигации», чтобы увидеть, куда направляет пользователя конкретная страница.



Например, вы можете увидеть, переходят ли посетители с этой записи или поста на страницы с товарами, страницу контактов или какую-либо другую целевую страницу, либо покидают сайт.

## Как работает различный контент сайта: продолжительность сессии

Нужно помнить, что контент, по своим целям, имеет различное назначение. Например, статья или пост может быть предназначен для того, чтобы предоставить посетителям специфическую информацию или служить в качестве посадочной страницы и стимулировать выполнение конверсий. Поэтому нужно проводить отдельный анализ контента. Если у вас магазин с каталогом товаров и есть раздел с обзорными постами, лучше сделать отдельный анализ. На этом этапе нужно оценить страницы, по которым посетитель попадает на сайт, исходя из **продолжительности сессии** на каждой из них.

## Анализ достижения целей

Заключительный этап имеет наибольшую ценность для отчета об эффективности контента. Здесь вы можете сделать ключевые выводы и увидеть, достигает ли ваш сайт своей основной цели.

Если быть точным, под этим мы подразумеваем, приводит ли конкретный контент или целевая страница к необходимым конверсиям. **Показатели количества и процента**

**конверсий** по страницам показывают, какое влияние оказывает конкретная страница на результаты продаж.

Заинтересовывать и удерживать посетителей на странице как можно дольше — это полезно, но, если при этом нет конверсий, это повод изменить настройки целей.

Общие показатели конверсии целей, которые имеют решающее значение находятся в последнем столбце таблицы.

Конверсии		
Цель 2: Просмотр страниц за сеанс		
Время	Просмотр страниц за сеанс (Коэффициент конверсии для цели 2) ?	Просмотр страниц за сеанс (Достигнутые переходы к цели 2) ?
28 дней для анализа: 11:28 10 %	4,11 % Средний показатель для представления: 4,11 % (0,00 %)	3 % от общего количества: 100,00 % (3)
1:45	0,00 %	0 (0,00 %)
0:13	50,00 %	1 (33,33 %)
0:15	0,00 %	0 (0,00 %)
0:39	0,00 %	0 (0,00 %)

### Пример отчета «Контент сайта»

С учетом вышесказанного, отчет может выглядеть так.

Session entry URL	Entries <span>↓</span>	Bounce rate	Average unique page views in session	Average session time	Contact form goal conversions
	<b>122 008</b>	<b>83,53%</b>	<b>2,34</b>	<b>10m 47s</b>	<b>139</b>
<a href="https://piwik.pro/blog/what-is-pii-personal-data/">https://piwik.pro/blog/what-is-pii-personal-data/</a>	24 599 20,18%	89,69%	1,42	9m 30s	1 0,72%
<a href="https://piwik.pro/blog/how-will-gdpr-affect-your-web-analytics-tracking/">https://piwik.pro/blog/how-will-gdpr-affect-your-web-analytics-tracking/</a>	15 223 12,48%	80,96%	2,19	11m 54s	18 12,96%
<a href="https://piwik.pro/blog/dsp-dmp-hybrid/">https://piwik.pro/blog/dsp-dmp-hybrid/</a>	5 157 4,23%	90,44%	1,57	10m 30s	1 0,72%
<a href="https://piwik.pro/blog/first-party-vs-third-party-cookies-why-first-party-is-the-way-to-go/">https://piwik.pro/blog/first-party-vs-third-party-cookies-why-first-party-is-the-way-to-go/</a>	3 122 2,58%	91,74%	1,43	8m 59s	1 0,72%
<a href="https://piwik.pro/blog/web-analytics-vendors-comparison-sheet/">https://piwik.pro/blog/web-analytics-vendors-comparison-sheet/</a>	2 663 2,18%	77,92%	3,1	10m 13s	10 7,19%
<a href="https://piwik.pro/blog/4-key-differences-between-dmp-and-cdp/">https://piwik.pro/blog/4-key-differences-between-dmp-and-cdp/</a>	2 113 1,73%	80,5%	2,27	12m 11s	3 2,18%
<a href="https://piwik.pro/blog/infographic-process-data-under-gdpr/">https://piwik.pro/blog/infographic-process-data-under-gdpr/</a>	2 004 1,64%	88,42%	1,68	9m 4s	1 0,72%
<a href="https://piwik.pro/blog/data-collection-dmp/">https://piwik.pro/blog/data-collection-dmp/</a>	1 867 1,53%	81,15%	2,15	13m 19s	0 0%
<a href="https://piwik.pro/blog/5-questions-to-ask-when-choosing-sharepoint-analytics/">https://piwik.pro/blog/5-questions-to-ask-when-choosing-sharepoint-analytics/</a>	1 829 1,5%	74,36%	3,78	14m 43s	10 7,19%

Что можно выяснить из приведенных в таблице цифр?

Страница, занимающая верхнюю позицию в отчете:

- показатель отказов 80,96% ниже среднего уровня в 83,53%;
- среднее время сеанса 11 м 54 с выше, чем в среднем 10 м 47 с;
- 18 случаев достижения цели (взаимодействие с контактной формой) с этой конкретной записи.

Показатели второй страницы:

- показатель отказов ниже среднего;
- среднее время сеанса равно среднему уровню;
- цель с этой страницы была достигнута 10 раз.

Худшая страница с контентом:

- показатель отказов 89,69% выше, чем в среднем 83,53%;
- среднее время сеанса 9 м 30 с ниже, чем среднее значение 10 м 47 с;
- только 1 достижение цели.

Приведенный анализ контента позволяет определить, где именно и какие изменения нужно внести, чтобы улучшить, к примеру, показатели конверсии в рекламных

кампаниях для снижения расходов и увеличения прибыли.

Читайте также о том, [как анализировать показатель отказов](#)

[Отчеты Google Analytics: график сайта и навигация](#)