

Отчет о трафике с органического поиска гугл аналитикс

Для чего нужен этот отчет гугл аналитикс?

Для снижения расходов на продвижение и улучшения качества сайта необходимо знать не только, какие страницы посещают посетители в целом, но также, какой контент сайта популярен в органическом поиске.

Это необходимо по нескольким причинам:

1. Если вы редактируете сайт и страница получает большой трафик от поиска, нужно быть аккуратным при внесении любых изменений на этой странице. Например, неудачно изменив текст, можно существенно ухудшить рейтинг страницы в поисковой выдаче Google.
2. Данные об органическом поиске дают дополнительную информацию о том, что ищут посетители сайта и идеи для создания контента.

Как найти эти данные в Google Analytics

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

Default Channel Grouping	Источники трафика			Действия			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 %)	Средн для п
<input type="checkbox"/> 1. Social	1 613(58,78 %)	100,93 %	1 628(58,84 %)	1,05 %	0,60	00:02:02	
<input type="checkbox"/> 2. (Other)	962(35,06 %)	102,08 %	982(35,49 %)	0,73 %	0,65	00:01:58	
<input type="checkbox"/> 3. Direct	120(4,37 %)	92,50 %	111(4,01 %)	0,83 %	1,06	00:01:54	
<input type="checkbox"/> 4. Paid Search	28(1,02 %)	89,29 %	25(0,90 %)	0,00 %	2,14	00:03:23	
<input type="checkbox"/> 5. Organic Search	19(0,69 %)	105,26 %	20(0,72 %)	0,00 %	1,26	00:00:20	
<input type="checkbox"/> 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».

Источники трафика	Страница входа ?	Источники трафика			Действия		
		Сеансы ?	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Длительность сеанса ?
Обзор		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 %)	Средняя длительность сеанса: 0,00 (0,00 %)
Каналы							
Карты							
Эффективность							
Источник/канал							
Переходы							
Google Реклама							
Search Console							
Социальные сети							
Кампании							
Поведение							
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	

Чтобы найти трафик, приходящий на определенную страницу, нужно вставить ее адрес (без названия 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

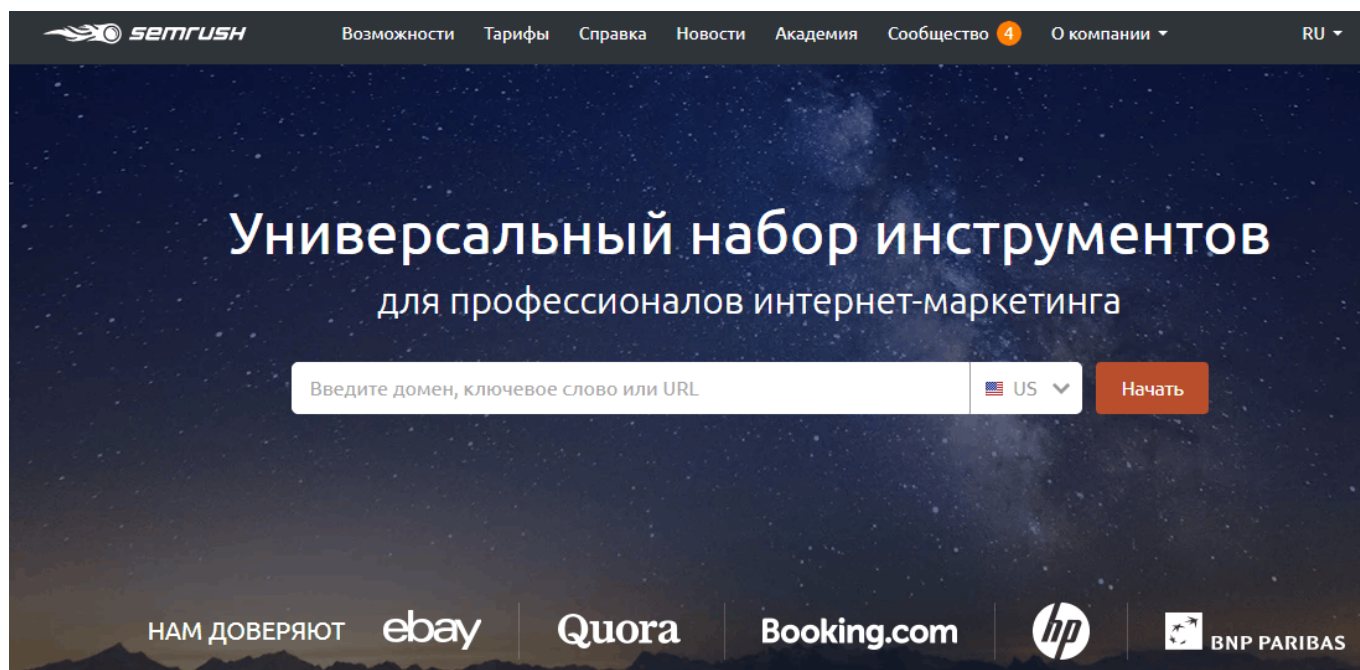
Надо учесть две вещи в отношении страниц, которые получают много поискового трафика.

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

Есть способы, чтобы узнать гораздо больше о том, почему люди посещают выбранные страницы. Для этого можно использовать специальные сервисы. Например, популярный SEMrush. Он платный, но можно получить ограниченный доступ к статистике, которая, тем не менее, очень полезна. Вот, как это сделать бесплатно. Перейдите по ссылке.



Далее на странице сервиса введите адрес вашей страницы.



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

Отчет о конверсиях

В чем его значение?

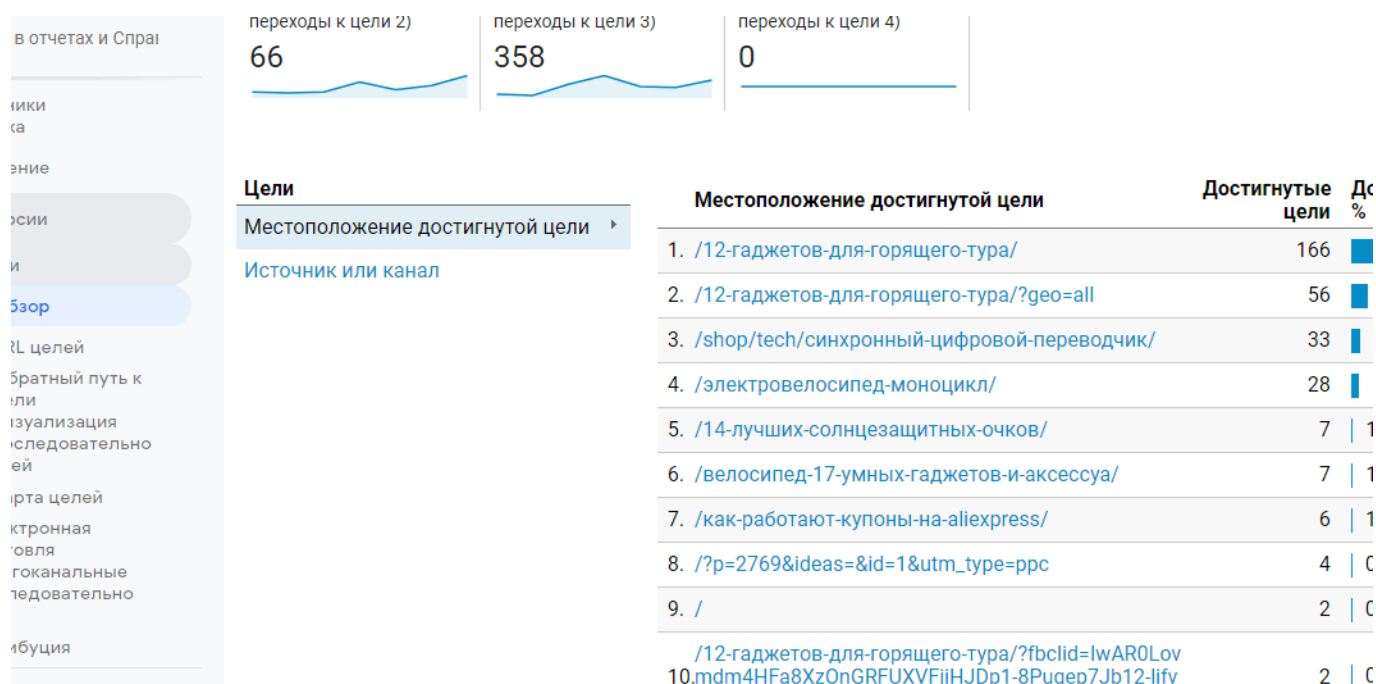
В большинстве рекламных проектов по продвижению ресурсов с помощью контент-маркетинга конверсии являются главным показателем, определяющим эффективность кампании. Конверсии — это те действия посетителей сайта, которых вы ждете от них и ради которых улучшаете ваш сайт. Это может быть, например, подписаться на новости, скачать файл, просмотр видео и так далее.

Как найти отчет

Прежде, чем анализировать отчет, у вас должны быть установлены и настроены цели. Google Analytics должна получать сигналы о том, что посетители сайта совершили запланированное действие на сайте.

Это можно сделать, например, с помощью [Google Tag Manager](#).

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



Как использовать данные?

Прежде всего, обратите внимание на общее число конверсий и, что более важно, на процент конверсий.

Чем выше этот относительный показатель, тем выше ценность определенной страницы. Если конверсии популярной страницы получены в результате перехода по поисковым запросам, это означает, что страница лучше всего подходит для дальнейшего продвижения.

После того, как вы определите лучшие по конверсии страницы, их можно использовать следующим образом:

1. Улучшить оптимизацию этих страниц, чтобы они еще чаще отображались в поиске.
2. Использовать эти страницы в социальных сетях для привлечения трафика.
3. Разместить ссылки на эти страницы с сайтов с высоким трастом.



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

Опубликовано: 5 января, 2019

Поделиться Facebook Twitter Pinterest LinkedIn Для чего нужен Диспетчер Тегов от Google? Часто нужно отследить поведение посетителей на сайте, взаимодействие с контентом, в частности, переход по кнопке, содержащей ссылку, на [Continue reading](#)

[нет комментариев](#)