

Поделиться



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[Pinterest](#)



[LinkedIn](#)

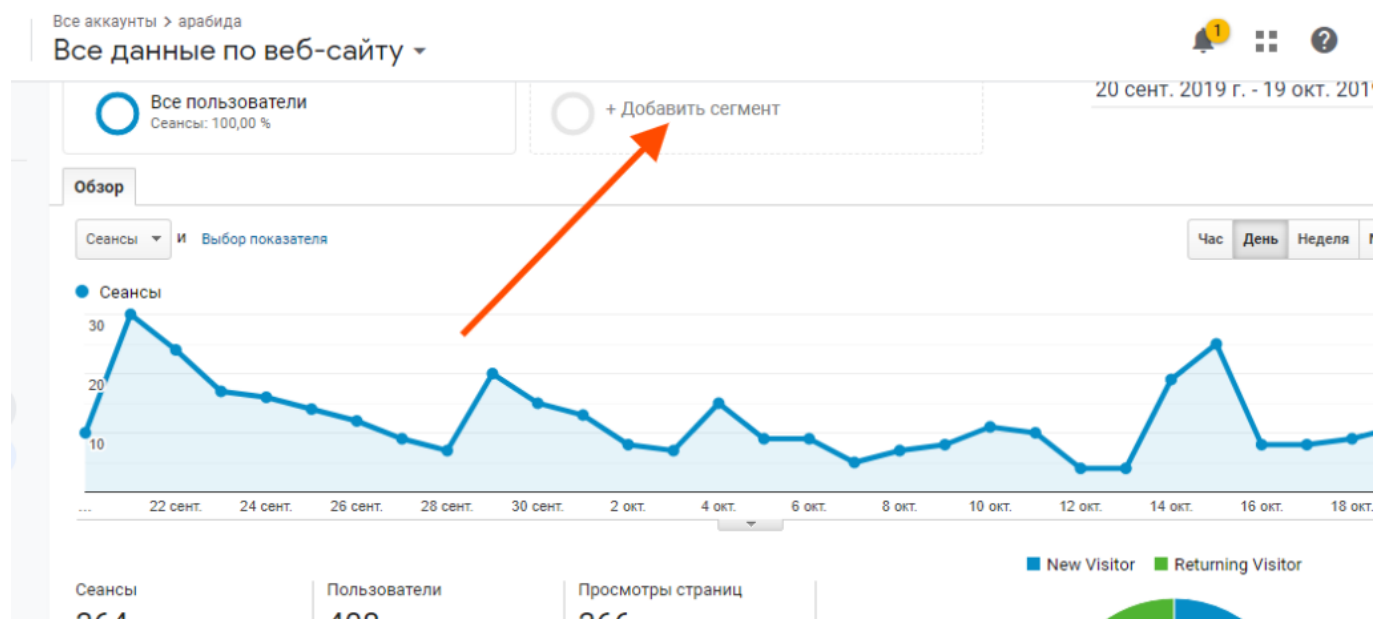
Сегменты в [Google Analytics](#) заслуживают отдельного разговора, поскольку это один из самых простых, но, в то же время, мощных инструментов для эффективного анализа данных, собранных в Google Analytics.

Сегменты в Google Analytics позволяют выделить из практически любого блока информации часть аудитории, которую вы хотите подробно изучить и сравнить. Например, можно увидеть, как ведут себя люди, подписавшиеся на вашу новостную рассылку, до того, как они зарегистрировались. Увидеть разницу в поведении между людьми, которые посещают ваш сайт с настольного компьютера и мобильного телефона или, возможно, вы хотите посмотреть на трафик из конкретного источника или кампании.

Сегменты позволяют делать очень много в Google Analytics и являются действительно очень полезным инструментом для более точного и, самое главное, быстрого анализа данных.

Что показывают Сегменты?

Этот инструмент дает возможность выделить из [общего потока посетителей сайта](#) любую интересующую вас группу. Например, мужчин до 25 лет, интересующихся автомобилями. Можно изучить трафик, идущий с определенного места, времени, рекламной кампании, рекламных площадок и т.д. Где найти и как использовать сегменты?



Откройте нужный отчет в главном экране Google Analytics и подумайте, какой сегмент аудитории вы хотите выделить. Для этого уже существуют предустановленные сегменты. Кроме того, можно создать свой индивидуальный сегмент из потока посетителей со специальными условиями. Чтобы добавить стандартный сегмент нажмите сверху «Добавить сегмент» и выберите нужный сегмент из появившегося списка.

Все данные по веб-сайту ▾



20 сент. 2019 г. - 19 окт. 2019 г. ▾

Все пользователи ▾

Посетители, совершившие конверс...

Выберите сегмент из списка

+ СЕГМЕНТ
Импортировать из Галереи
Опубликовать сегменты

Представление

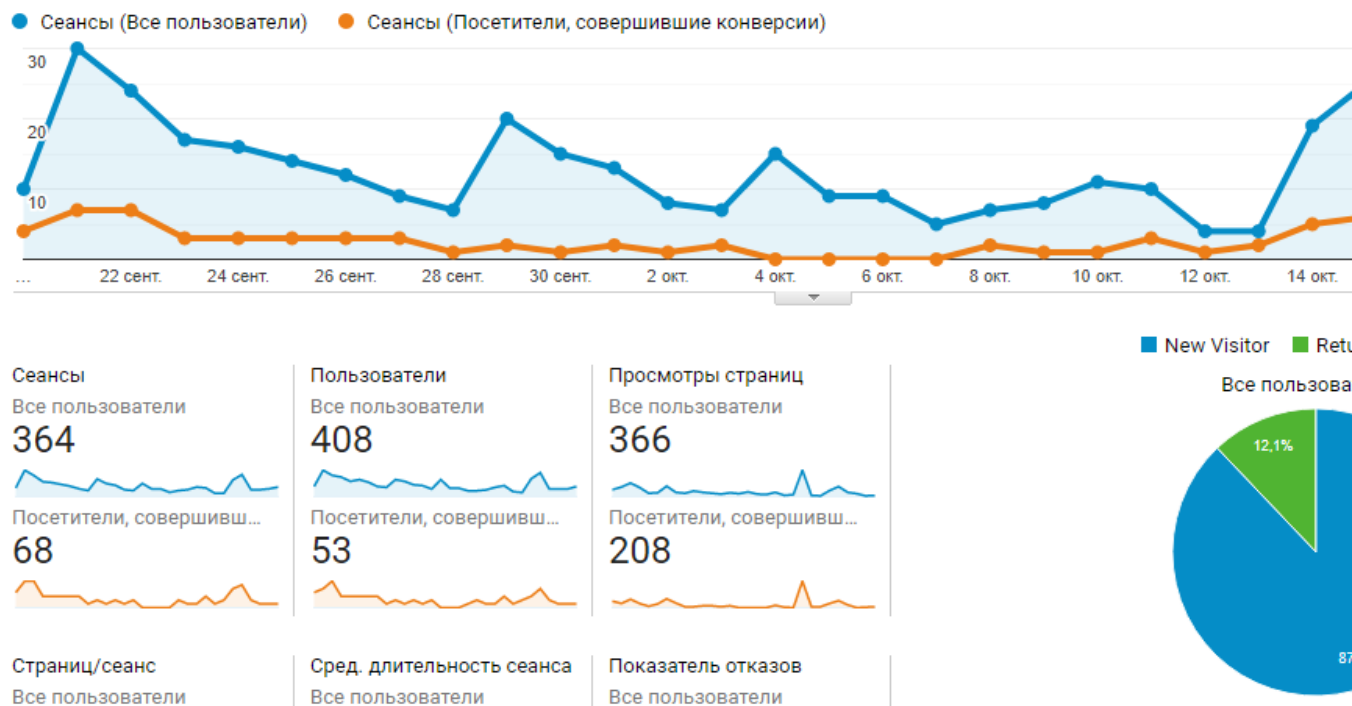
Поиск сегментов

?

	Название сегмента	Создан	Изменен	
ПРОСМОТРЕТЬ СЕГМЕНТЫ Все Встроенные Пользовательские Общие Помеченные Выбранные	☐ ☆ Отказы			Действия ▾
	☐ ☆ Платный трафик			Действия ▾
	☐ ☆ Поисковый трафик			Действия ▾
	☐ ☆ Посетители, выполнявшие поиск по сайту			Действия ▾
	☐ ☆ Посетители, не совершившие конверсии			Действия ▾
	☒ ☆ Посетители, совершившие конверсии			Действия ▾
	☐ ☆ Посетители, совершившие покупку			Действия ▾
	☐ ☆ Прямой трафик			Действия ▾

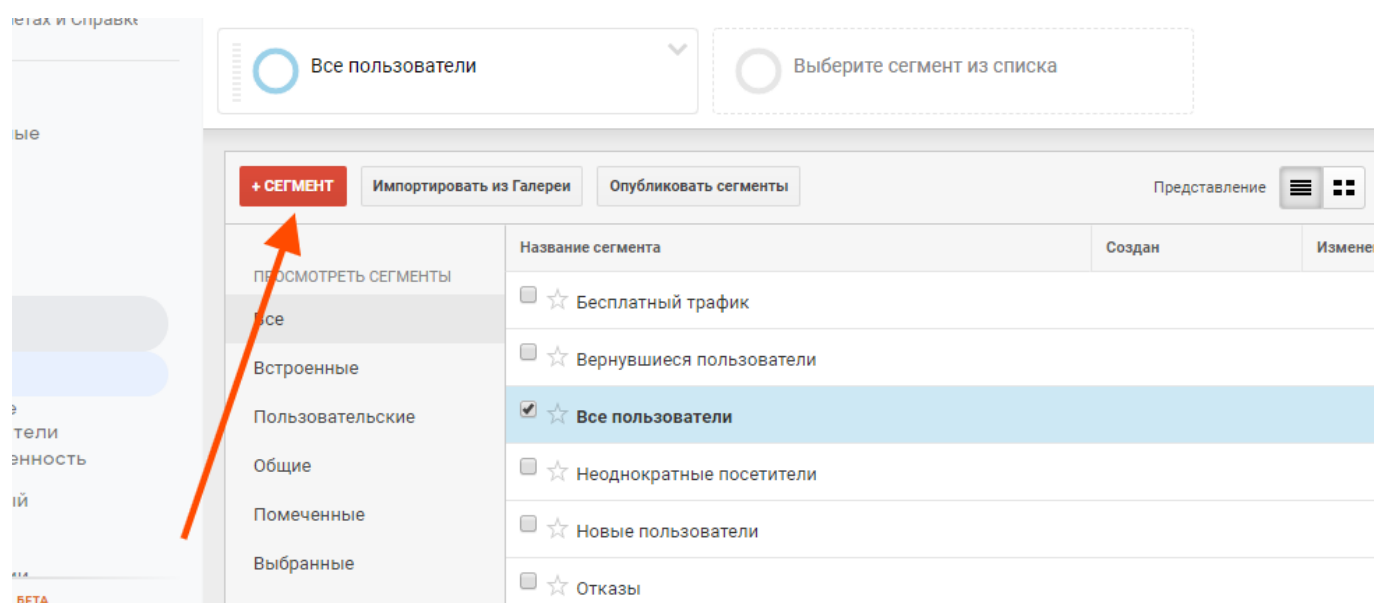
На графике появятся данные для выбранного сегмента.

Все данные по веб-сайту ▾



Настройка индивидуальных сегментов в Google Analytics

Для того, чтобы создать индивидуальный сегмент («custom segment») при выборе сегмента нажмите кнопку «Сегмент+». Она находится вверху слева.



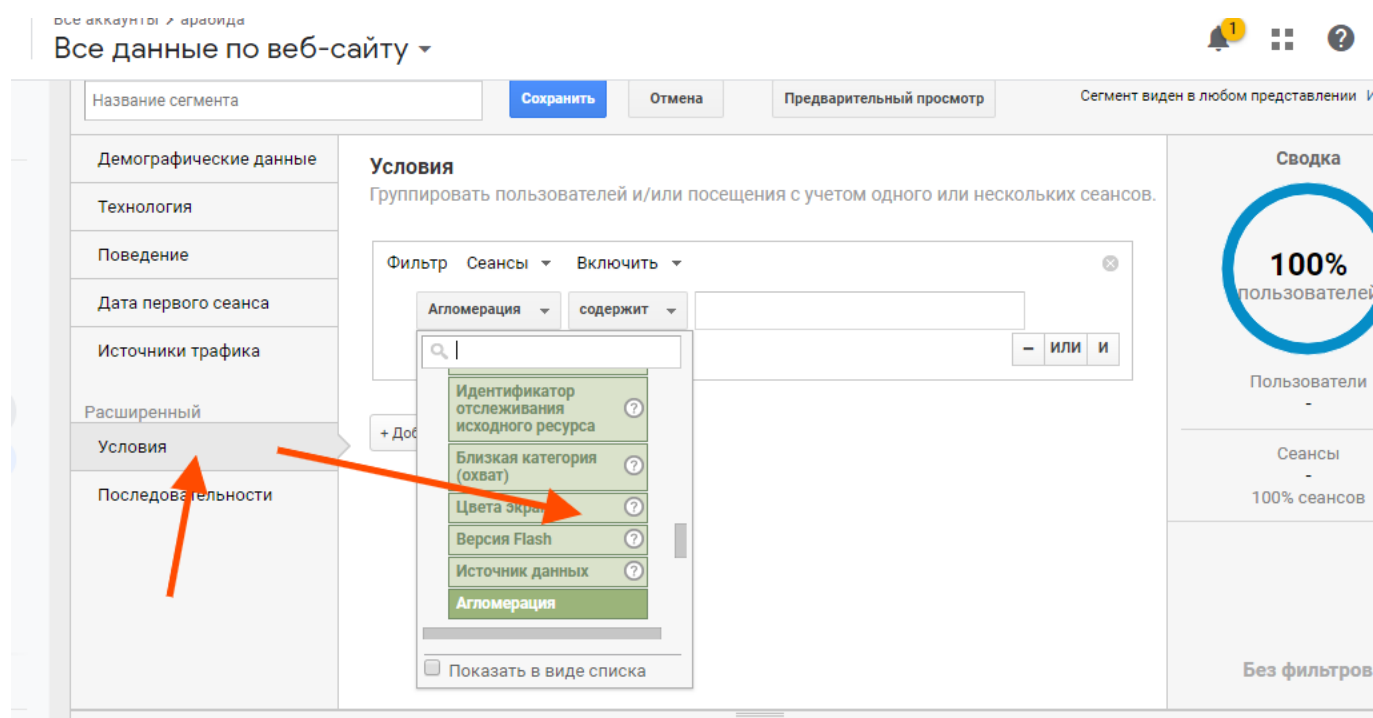
Вы увидите практически неограниченный список параметров для выбора среза аудитории: возраст, пол, язык, местоположение, технологии, поведение, источники трафика и т.д.

Все аккаунты > арабида

Все данные по веб-сайту ▾

Название сегмента	Сохранить	Отмена	Предварительный просмотр	Сегмент ви
Демографические данные	Группировать пользователей по демографическим параметрам.			
Технология	Возраст ?	☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55-64 ☐ 65+		
Поведение	Пол ?	☐ Female ☐ Male ☐ Unknown		
Дата первого сеанса	Язык ?	содержит ▾		
Источники трафика	Близкая категория (охват) ?	содержит ▾		
Расширенный	Сегмент аудитории, присутствующей на рынке ?	содержит ▾		
Условия	Другая категория ?	содержит ▾		
Последовательности	Местоположение ?	Континент ▾ содержит ▾		

Стоит особенно упомянуть о возможности создания сложных сегментов с условиями и последовательностями.



Без использования условий не обойтись, например, если вы хотите выделить пользователей просмотревших много страниц, но так и не принесших дохода и проанализировать их поведение. Настройка условия будет выглядеть так.

Все данные по веб-сайту ▾

Название сегмента **Сохранить** **Отмена** **Предварительный просмотр** Сегмент виден в лю

Условия
Группировать пользователей и/или посещения с учетом одного или нескольких сеансов.

Фильтр Сеансы ▾ Включить ▾

Глубина просмотра (экраны) ▾ ≥ ▾ 5 - или и

Фильтр Сеансы ▾ Включить ▾

Доход от продукта ▾ на сеанс ▾ = ▾ 0 - или и

+ Добавить фильтр

Усло
Глуби
Доход

Что касается последовательностей. Это второй вариант создания сложных сегментов для анализа поведения клиентов. Например, с помощью «Последовательностей», вы можете создать сегмент пользователей, которые просмотрели страницу с информацией о продукте, а затем сразу же нажали кнопку «Добавить в корзину». Затем сравнить этот сегмент с пользователями, которые просматривали страницу с информацией о продукте, как-то пытались взаимодействовать с изображениями товара и только после этого они нажимали кнопку «Добавить в корзину». Сравнение результатов этих двух групп может помочь вам ответить на вопрос, насколько важны фото товара и способствуют ли они продажам товара?

Также нужно отметить, что знание, какую страницу обычно посещает пользователь перед тем, как он совершить определенное действие, позволяет предсказывать поведение покупателей в целом.

Это особенно важно, потому что сегменты в Google Analytics не только позволяют понимать наших пользователей, поведение по их действиям, которые они совершают, но также создавать аудитории для ремаркетинга из этих сегментов всего за несколько кликов.

Другие варианты использования для сегментов в Google Analytics:

- анализ трафика, завершившегося продажами;
- сравнение данные с мобильных устройств с планшетами и настольными компьютерами;
- изучить определенный сегмент пользователей, которые имеют отношение к специфическим интересам;
- анализировать различные типы трафика и как пользователи используют контент сайта;
- сравнить все, что придет в голову, используя фильтры условий и последовательностей для выделения групп пользователей по поведению.