

Поделиться



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[Pinterest](#)



[LinkedIn](#)

[Язык ReGex](#) позволяет упростить рутинные действия, связанные, например, с настройкой комбинированных целей в Google Analytics, когда есть несколько похожих целевых страниц, посещение которых нужно определить, как одну цель.

Регулярные выражения окажутся кстати, когда из сводной страницы со статистикой необходимо выделить данные по определенным критериям. Регулярные выражения дают больше гибкости при анализе данных, если нужно исключить или, наоборот, добавить какие-либо данные. В качестве примера можно привести следующую задачу.

Допустим, у вас есть интернет-магазин. Товары на нем распределены в нескольких категориях и вы хотите узнать информацию о популярности (посещаемости) страниц двух определенных категорий товаров — /shop/tech и /shop/office. Как это сделать? Для этого можно использовать регулярное выражение:

`^/(shop/tech|shop/office)`

В выражении использованы специальные символы, означающие, что данные будут выведены в виде списка (за это отвечают символ «()» данных, начинающихся («^») с «shop/tech» и («|») » shop/office «. Выражение нужно ввести в поле Фильтры в верхнем углу таблицы.

В конкретном примере используется отчет Google Analytics Контент> Все страницы. В результате получим следующую выборку:

Список страниц двух категорий товаров

Страница	Просмотры страниц	Уникальные просмотры страниц	Средняя длительность просмотра страницы	Выходы	Показатель отказов	Процент выходов	Ценность страницы
	508 % от общего количества: 47,34 % (1 073)	246 % от общего количества: 45,72 % (538)	00:00:30 Средний показатель для представлений: 00:00:35 (-15,97 %)	235 % от общего количества: 49,79 % (472)	1,16 % Средний показатель для представлений: 6,10 % (-80,93 %)	46,65 % Средний показатель для представлений: 43,99 % (6,06 %)	0,00 % от общего количества: 0,00 % (0,00)
1. /shop/tech/рюкзак-с-экраном/	216 (42,52 %)	104 (42,28 %)	00:00:22	102 (43,40 %)	0,98 %	46,30 %	0,00 \$ (0,00)
2. /shop/tech/штоф-графин-декантер-для-коньяка-виски/	18 (3,54 %)	8 (3,25 %)	00:00:48	7 (2,98 %)	0,00 %	44,44 %	0,00 \$ (0,00)
3. /shop/office/подушка-для-шеи/?подушка+слайд=	16 (3,15 %)	8 (3,25 %)	00:00:34	8 (3,40 %)	0,00 %	50,00 %	0,00 \$ (0,00)
4. /shop/office/бокал-для-вина-с-акулой/	15 (2,95 %)	8 (3,25 %)	00:00:47	8 (3,40 %)	0,00 %	53,33 %	0,00 \$ (0,00)
5. /shop/tech/пальцевая-беспроводная-клавиатура/	14 (2,76 %)	5 (2,03 %)	00:04:06	5 (2,13 %)	0,00 %	35,71 %	0,00 \$ (0,00)
6. /shop/tech/рюкзак-с-экраном/?fbclid=IwAR1IXS9mZn2tIsptKvCSJQ5JazntIAztJtb4RsU0Ma3dQWJawldGJZEIX98	14 (2,76 %)	7 (2,85 %)	00:00:06	7 (2,98 %)	0,00 %	50,00 %	0,00 \$ (0,00)
7. /shop/tech/впечатляющий-3д-светиль	9 (1,77 %)	5 (2,03 %)	00:00:55	5 (2,13 %)	0,00 %	55,56 %	0,00 \$ (0,00)

Регулярные выражения также полезны при использовании при создании сегментов аудиторий. Например, вам нужно создать выборку данных по местоположению пользователей. Если не использовать ReGex, это выглядит так:

Все аккаунты > арабидра

Все данные по веб-сайту

Местоположение

Сохранить Отмена Предварительный просмотр Сегмент виден в любом представлении

Демографические дан... 1

Технология

Поведение

Дата первого сеанса

Источники трафика

Расширенный

Условия 2

Последовательности

Условия

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

Фильтр Сеансы Включить

Город содержит Москва

Фильтр Сеансы Включить

Город содержит Новосибирск

+ Добавить фильтр

Сводка

0,00 % пользователей

Пользователи 0

Сеансы 0

0,00 % сеансов

Демографические данные

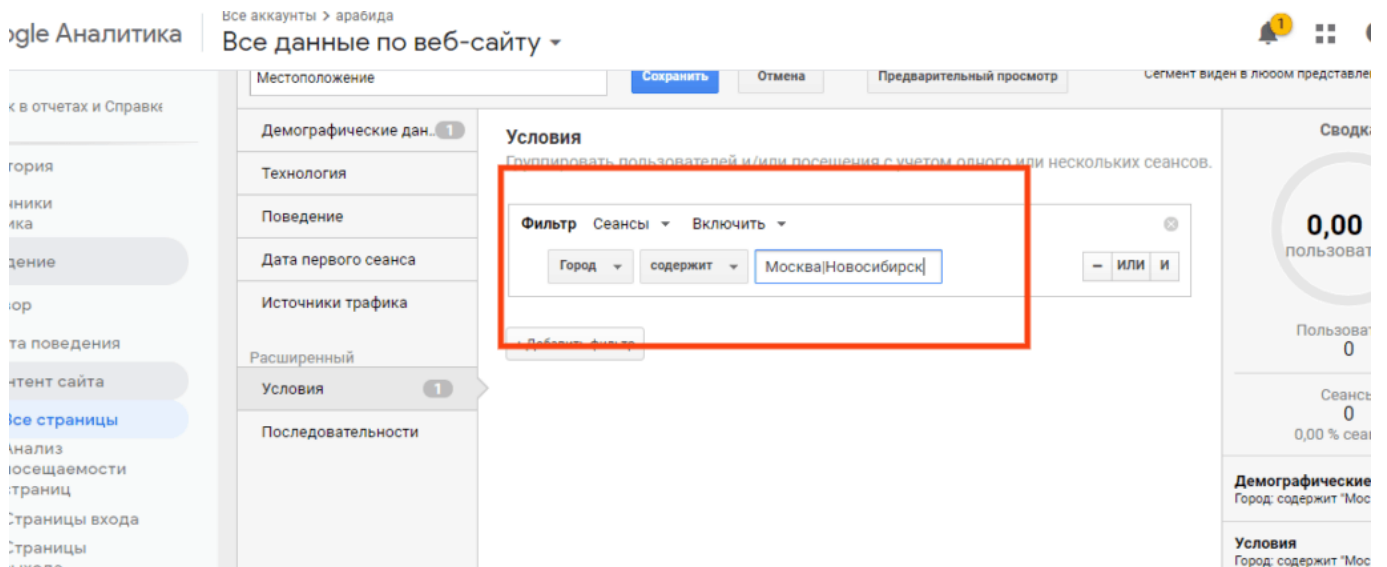
Город: содержит "Москва"

Условия

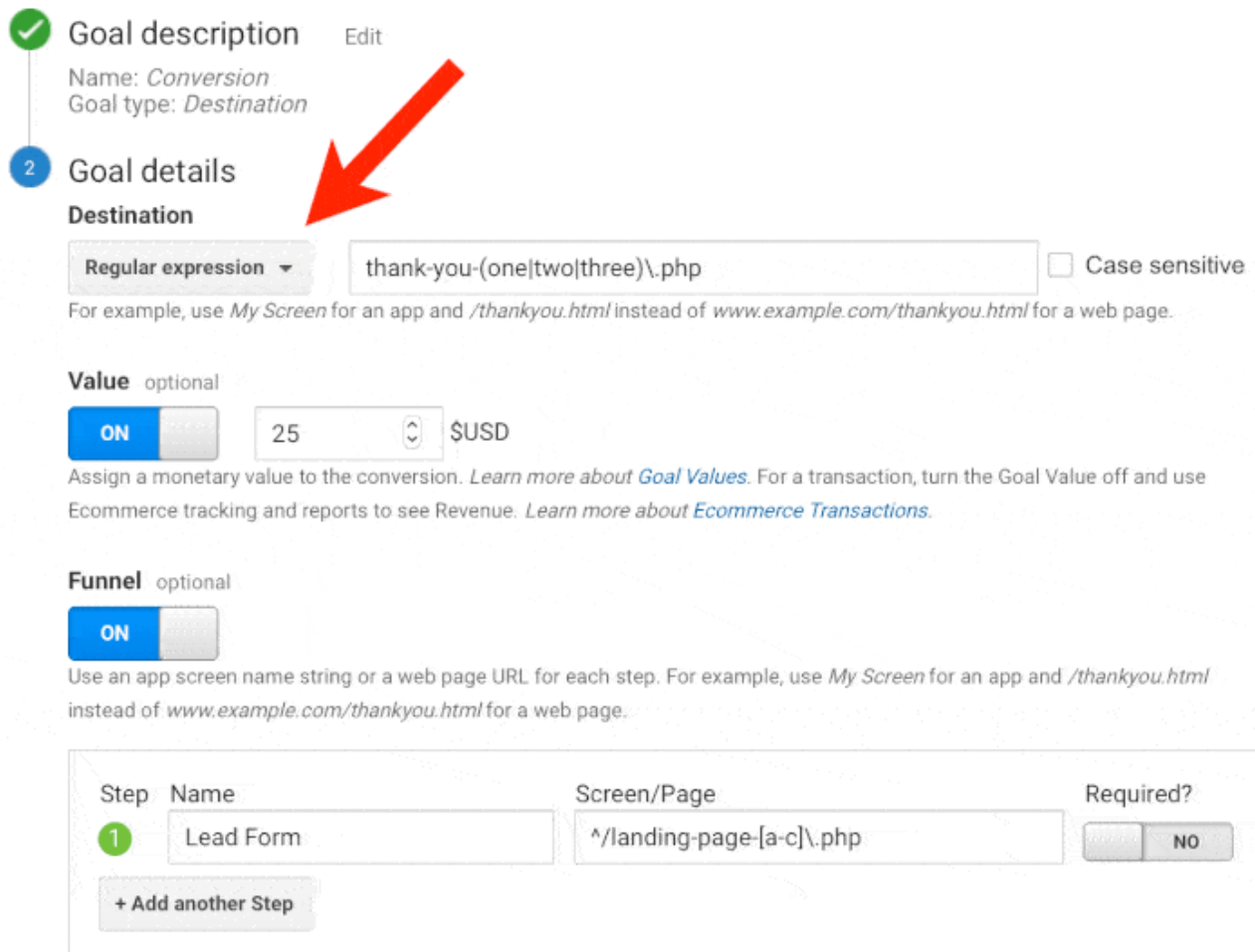
Город: содержит "Москва"

Город: содержит "Новосибирск"

Применение регулярного выражения позволяет сделать фильтр короче:



Для комбинированных целей и отслеживания посещений страниц, которые похожи и могут быть определены, как одна цель, использование выражений ReGex тоже значительно упрощает задачу. Допустим, вы хотите установить в качестве цели подписку пользователя и у вас есть несколько форм подписки в разных местах сайта. Вместо того, чтобы создавать несколько целей для этих форм, можно создать для них одну следующим образом:



✓ Goal description [Edit](#)
Name: *Conversion*
Goal type: *Destination*

2 Goal details

Destination

Regular expression ☐ Case sensitive

For example, use *My Screen* for an app and */thankyou.html* instead of *www.example.com/thankyou.html* for a web page.

Value optional

☒ ON \$USD

Assign a monetary value to the conversion. [Learn more about Goal Values](#). For a transaction, turn the Goal Value off and use Ecommerce tracking and reports to see Revenue. [Learn more about Ecommerce Transactions](#).

Funnel optional

☒ ON

Use an app screen name string or a web page URL for each step. For example, use *My Screen* for an app and */thankyou.html* instead of *www.example.com/thankyou.html* for a web page.

Step	Name	Screen/Page	Required?
1	Lead Form	<input type="text" value="/landing-page-[a-c]\.php"/>	<input type="button" value="NO"/>
+ Add another Step			

Читайте об оптимизации рекламных объявлений [в статье](#)