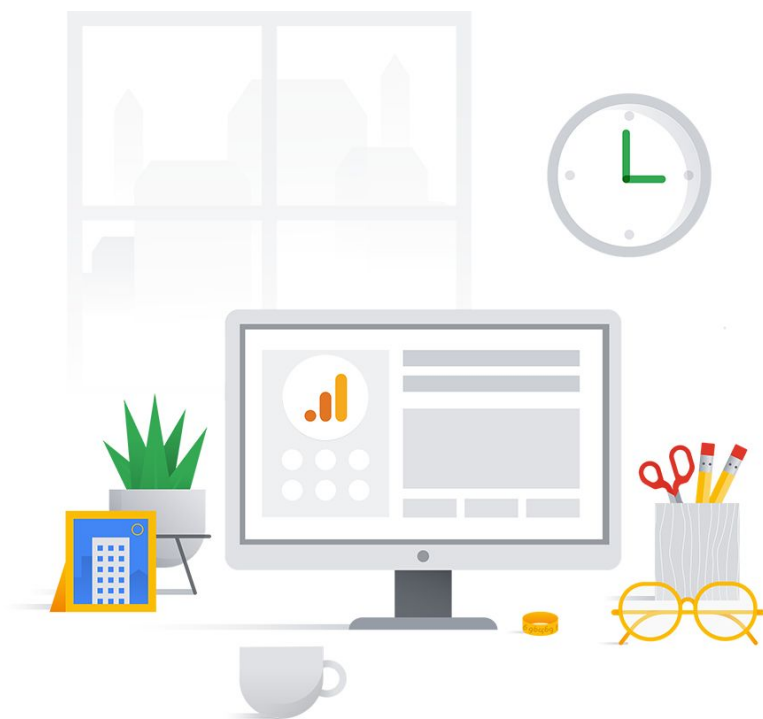


GOOGLE АНАЛИТИКА ДЛЯ ИЗДАТЕЛЕЙ

Основные отчеты Google Аналитики для издателей

Повышайте эффективность рекламы с
помощью Google Аналитики

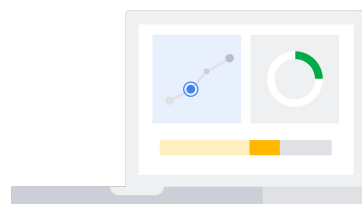


Содержание

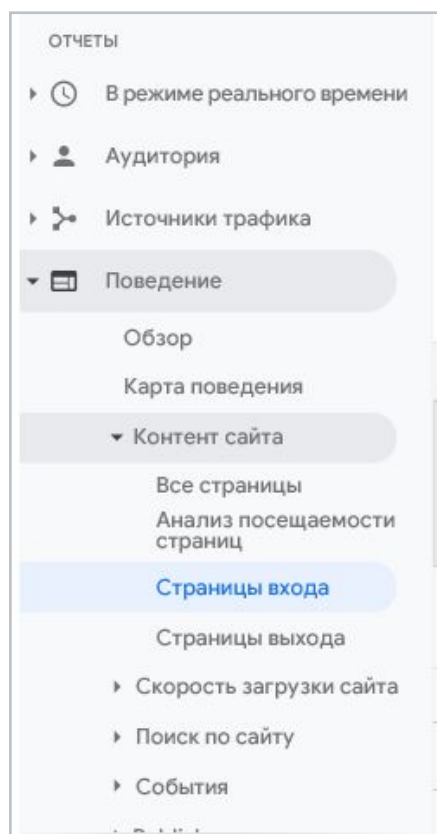
12 отчетов [Google Аналитики](#) – узнайте своих пользователей и повысьте эффективность рекламы.

1. [Страницы входа](#)
2. [Сегменты аудитории, присутствующей на рынке](#)
3. [Сегменты аудитории по интересам](#)
4. [Сеансы и просмотры страниц](#)
5. [Мобильные устройства](#)
6. [Источник/канал](#)
7. [Страницы выхода](#)
8. [Скорость загрузки сайта](#)
9. [Поисковые запросы](#)
10. [Местоположение](#)
11. [Лучшие события](#)
12. [Цели](#)

Страницы входа



Этот отчет показывает, на какую часть сайта приходится **больше всего трафика** и какая часть вашей аудитории **активнее всего пользуется сайтом** в течение наибольшего времени.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Выяснить, какие страницы популярны, а какие не пользуются спросом.
- Обеспечивать показы с помощью гарантированных кампаний с алгоритмической продажей или прямого автоматизированного размещения.
- Показывать популярные страницы в своем профиле издателя в Менеджере рекламы в разделах "Продажи" и "Настройки сделок".

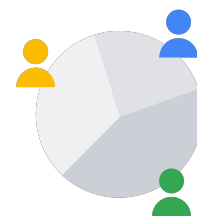


Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Поведение > Контент сайта > Страницы входа".

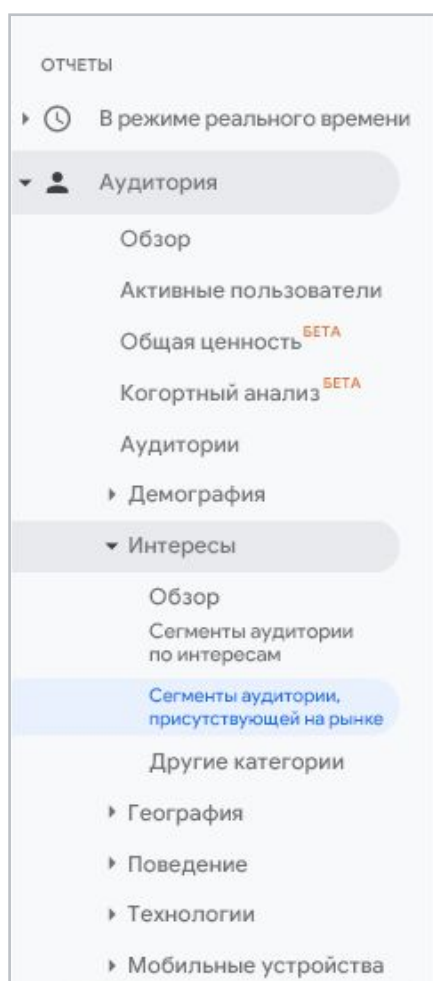


[Подробнее...](#)

Сегменты аудитории, присутствующей на рынке



Этот отчет сообщает о пользователях, которые с большей вероятностью совершат **конверсию**. Таким образом вы можете увидеть потенциальных покупателей, которые активно интересуются продуктами и услугами или хотят их приобрести.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Определять группы пользователей, которые готовы совершить покупку.
- Сопоставлять покупателей с объявлениями, которые непосредственно относятся к их интересам, повышая релевантность рекламы.
- Проводить прямые рекламные сделки.
- Персонализировать рекламу и креативы для конкретной аудитории.



Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Аудитория > Интересы > Сегменты аудитории, присутствующей на рынке".



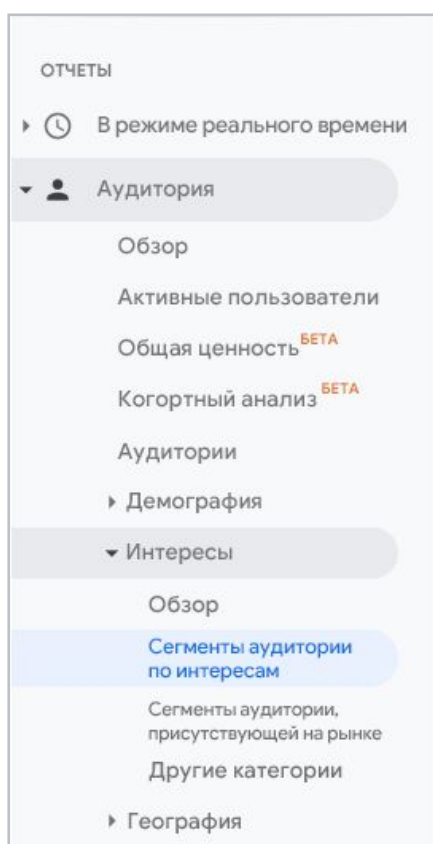
[Подробнее...](#)

Сегменты аудитории по интересам



Этот отчет представляет аудиторию с общими устойчивыми интересами в **определенном сегменте**.

Чтобы получить более полное представление об аудитории, требуется длительный анализ ее интересов, пристрастий и образа жизни.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Определять свои популярные категории и составлять план аудитории.
- Расширять свою аудиторию. Это особенно важно, если она занимает определенную нишу.
- Искать удачно сочетающиеся категории, чтобы направлять публикации в том или ином направлении.



Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Аудитория > Интересы > Сегменты аудитории по интересам".

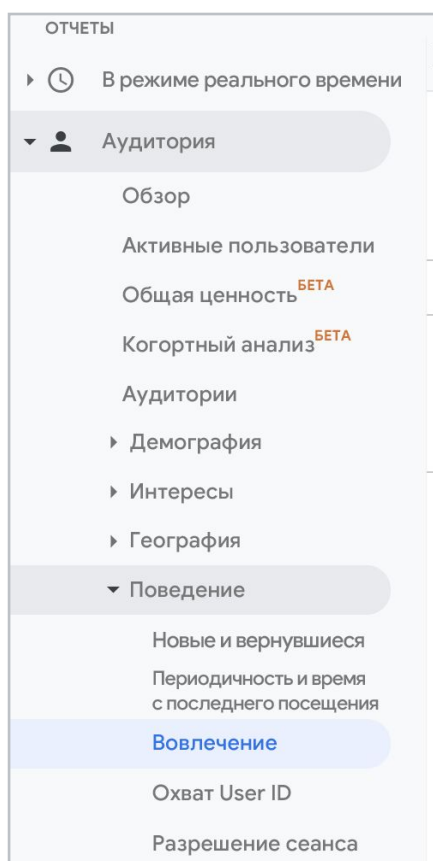


[Подробнее...](#)

Сеансы и просмотры страниц



Из этого отчета вы узнаете о **взаимодействии** вашей аудитории с веб-сайтом и о ее **интересе** к нему.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Понять, стоит ли использовать модель рекламы или подписки. Узнать, ориентирован ли ваш сайт на быстрое многократное использование (объявления) или на длительное взаимодействие (подписка). Большое количество посещений длительностью 0–10 секунд означает, что пользователи с большей вероятностью будут реагировать на рекламные объявления, чем подписываться на ваш сайт.
- Получить представление о предпочитаемых функциях, чтобы понять, можно ли оптимизировать структуру сайта или улучшить разбивку по страницам. Например, на страницах с большей длительностью просмотра уместно включить функцию автоматического обновления. Тогда как большее количество кратких просмотров страниц (не более 30 секунд) позволяет предположить, что разбивка по страницам может быть организована более рационально.



Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Аудитория > Поведение > Вовлечение". Изучите распределение данных по длительности сеанса и глубине просмотра.

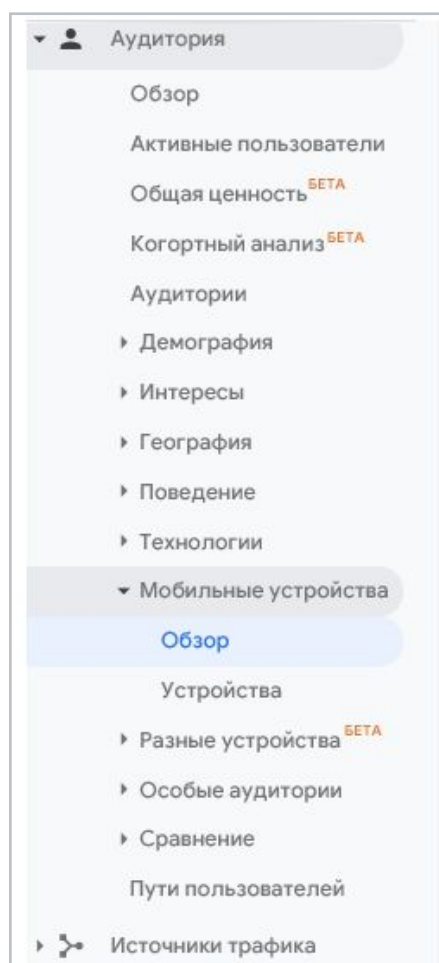


[Подробнее...](#)

Мобильные устройства



Это отчет демонстрирует эффективность по **типам устройств**.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Понимать, как доход распределяется по типам устройств. Примечание. Это возможно при использовании [отслеживания электронной торговли](#).
- Изучите спрос на показ рекламы на смартфонах. Эти сведения можно использовать при решении о применении специальной платформы продавца для монетизации нестандартных рекламных объявлений на смартфонах. В некоторых ситуациях это может удачно дополнить традиционный медиаплан.

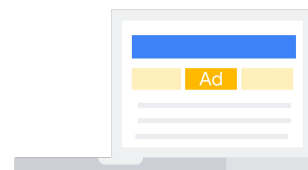


Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Аудитория > Мобильные устройства > Обзор".

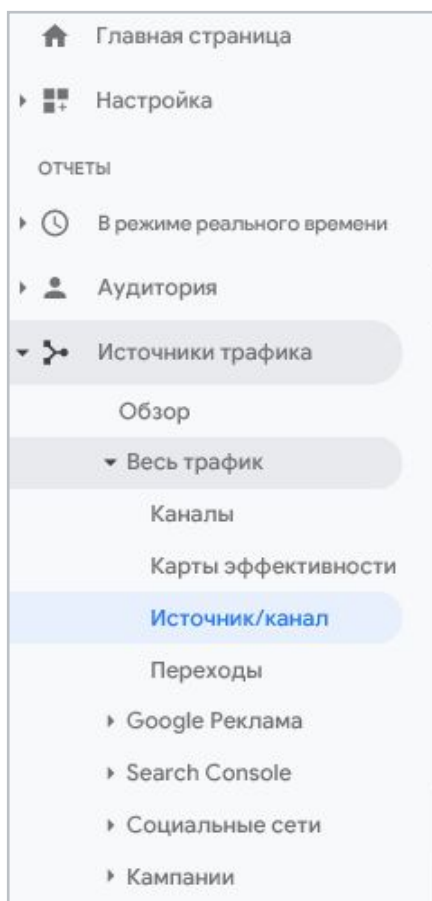


[Подробнее...](#)

Источник/канал



Этот отчет отражает типы **категорий** пользователей, а также **фактические домены**, отправляющие пользователей на ваш сайт.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Понимать, в какие домены или категории следует инвестировать. Например, если более активны пользователи электронной почты, то, возможно, вам стоит создать на вашем сайте оповещение о регистрации по электронной почте.
- Понимать ценность взаимодействия по электронной почте. Оценивать эффективность ваших новостных рассылок и определять, насколько важно знакомить пользователей с этой информацией ежедневно или еженедельно.
- Узнавать источник трафика, откуда приходят ваши пользователи. Например, если 50 % ваших читателей приходят из определенного источника трафика, есть смысл создать для этого источника персонализированное сообщение.



Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Источники трафика > Весь трафик > Источник/канал".

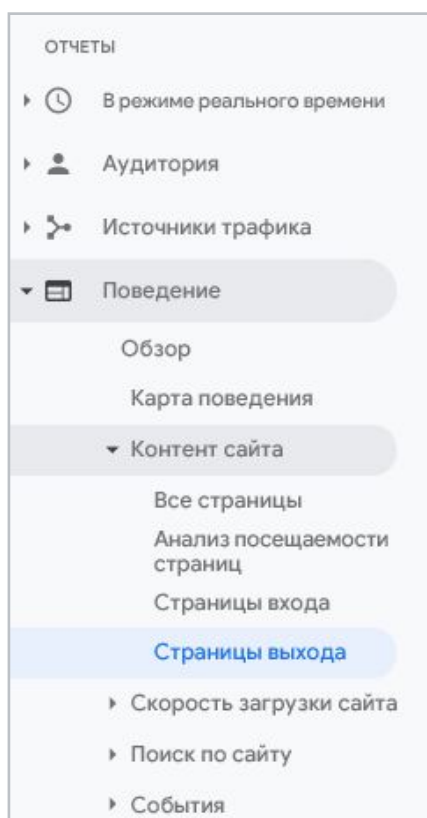


[Подробнее...](#)



Страницы выхода

При каждом посещении пользователя Google Аналитика отслеживает **последнюю просмотренную страницу**. В этом отчете показаны страницы, на которых посетители чаще всего заканчивают просмотр.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Создавать интерфейс выхода. Предлагать пользователям подписаться на новостную рассылку или оформить подписку, или показать им перед выходом заключительное объявление.
- Оценивать возможности дальнейшей оптимизации работы сайта. Добавлять в этот отчет различные сегменты, чтобы увидеть, пользователи каких стран покидают страницы чаще других.
- Определять, насколько ваш сайт соответствует модели доходов от рекламы в дополнение к модели подписки. Возможно, вы захотите разместить на своих страницах выхода рекламные объявления.



Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Поведение > Контент сайта > Страницы выхода".



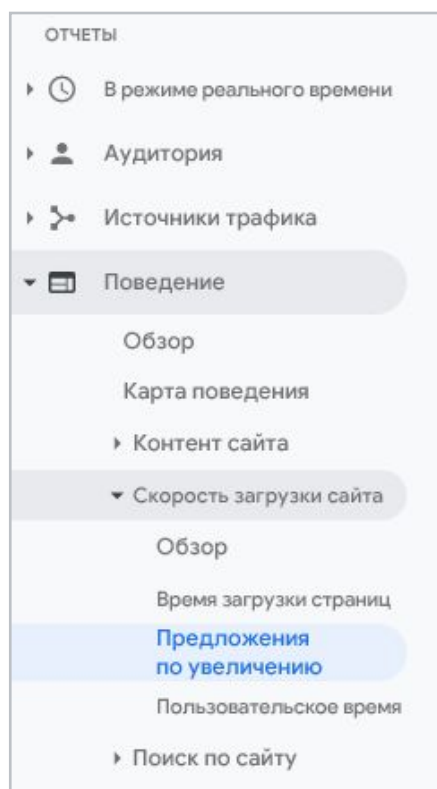
Узнайте о различиях между [показателем отказов](#) и [страницами выхода](#).

Скорость загрузки сайта



Этот отчет показывает, насколько быстро пользователи могут **просматривать материалы и взаимодействовать** с сайтом.

Скорость загрузки сайта связана с удобством использования и рейтингами в поиске, поэтому очень важно следить за своими показателями. С помощью этого отчета вы можете выявить области, требующие улучшений, и проследить за их выполнением.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Улучшить время загрузки сайта. Получать советы по оптимизации, подобранные специально для вашего сайта, и следовать им для ускорения загрузки страниц.

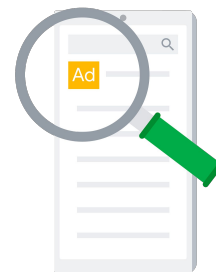


Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Поведение > Скорость загрузки сайта > Предложения по увеличению скорости загрузки сайта".

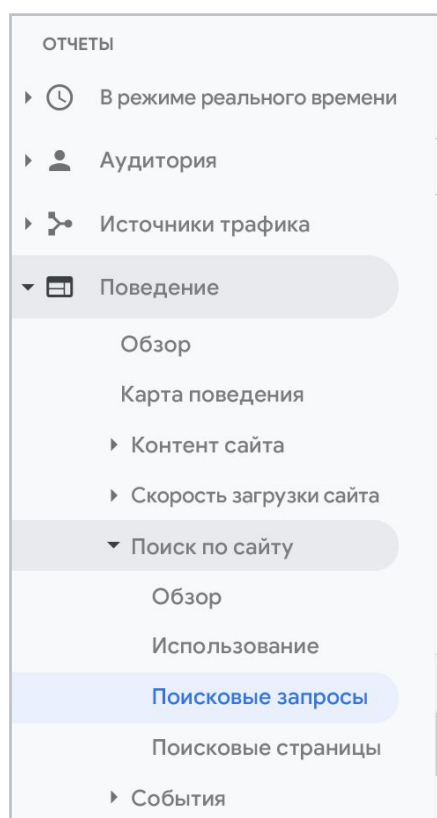


[Подробнее...](#)

Поисковые запросы



Этот отчет показывает **фактические поисковые запросы** и количество уникальных поисков по каждому запросу. Чтобы использовать эту функцию, на вашем сайте требуется включить возможность поиска.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Выявлять пробелы в контенте. Узнавать, интересуются ли посетители чем-то, чего ещё нет на вашем сайте, что позволяет выявить пробелы в контенте, которые можно заполнить.
- Понимать, как лучше информировать о предлагаемых товарах и услугах.

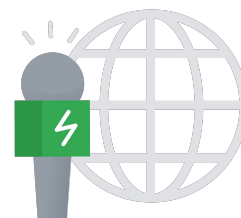


Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Поведение > Поиск по сайту > Поисковые запросы".

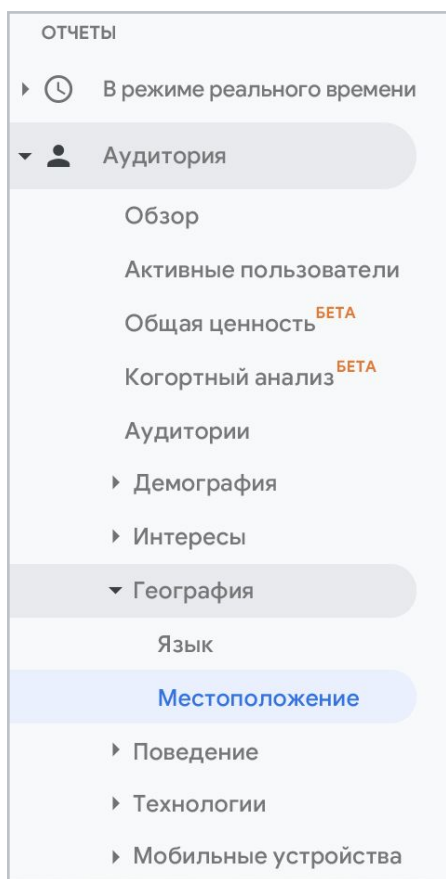


[Подробнее...](#)

Местоположение



Этот отчет показывает трафик из других **географических регионов**, где пользователи проявляют естественный интерес к вашим товарам.



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Создавать на вашем сервере объявлений отдельные кампании для стран с высоким трафиком. Так вы сможете оптимизировать кампании индивидуально, что позволит повысить их эффективность.
- Создавать локальные партнерские гарантированные кампании с алгоритмической продажей или с прямым автоматизированным размещением. Большинство торговых площадок являются международными, но некоторые компании предпочитают привлекать пользователей из определенных областей.



Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Аудитория > География > Местоположение".



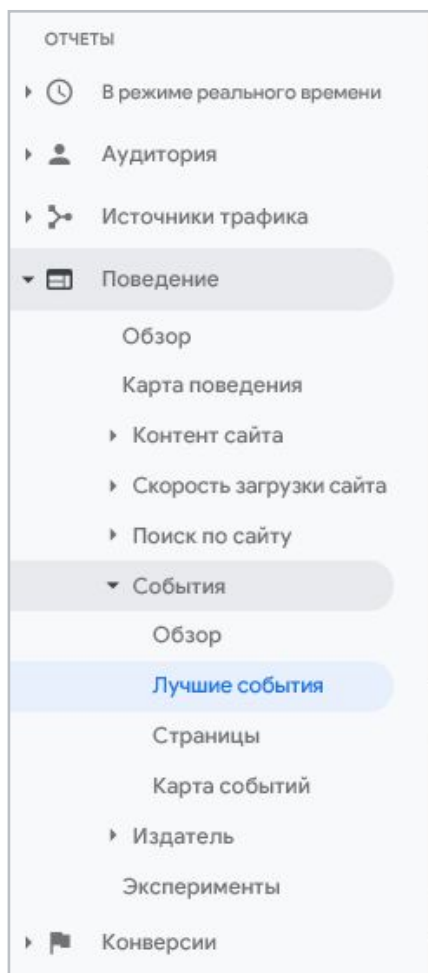
[Подробнее...](#)

Лучшие события



Этот отчет сообщает об **определенных действиях**, за которыми вы хотите следить на своем сайте. Эти действия разбиты по категориям, действиям и ярлыкам.

Например, в качестве определенного действия можно настроить кнопку воспроизведения видео на вашем сайте, чтобы она записывала действие со следующими значениями: Категория: "Видео", Действие: "Воспроизведение", Ярлык: "Первый день рождения малыша".



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Задавать определенные действия, которые вы можете отслеживать, например "нажатие на объявление", "просмотр видео", "подписка на новостную рассылку", "заполнение формы", "использование ползунка" и т. д., и устанавливать для них значения, чтобы определить, какие действия часто совершаются вашими пользователями.
- Сопоставлять действия с основной целью. Зная, какие действия чаще всего совершают ваши пользователи, вы сможете быстрее добиться поставленных целей.



Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Поведение > События > Лучшие события".



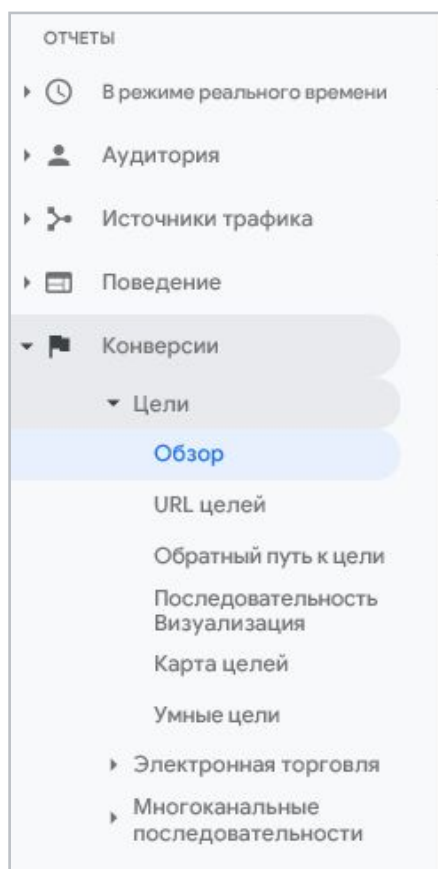
[Подробнее...](#)

Цели



Этот отчет показывает, насколько ваш сайт или приложение соответствует поставленным **целям**. Он отражает завершённые операции, то есть конверсии, которые способствуют успеху вашего бизнеса.

Примеры таких операций: совершение покупки (для сайта электронной торговли), прохождение уровня в игре (для мобильного игрового приложения) или заполнение формы с контактной информацией (для сайта маркетинга или поиска потенциальных клиентов).



Информацию из этого отчета можно использовать для следующих целей:

- Оценивать эффективность вашего онлайн-бизнеса и маркетинговых кампаний. Узнавать о количестве и коэффициенте конверсий вашего сайта или приложения.



Этот отчет можно найти в аккаунте [Google Аналитики](#) в меню "Отчеты > Конверсии > Цели > Обзор".



[Подробнее...](#)