SEOWORK

BI (+ email) отчетность с использованием данных SEOWORK

С нами работают

ЭЛЬДОРАДО.RU
ЛЮДЯМ ВЫГОДНО

М.видео
нам не всё равно

Ашан

OZON

иль де ботэ

Hoff

СИТИЛИНК
ЭЛЕКТРОННЫЙ ДИСКАУНТЕР

JAMILCO

isolux.ru
СТРОИТЕЛЬНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ

goods

Комус

Для кого?

В интерфейсе SEOWORK в основном работают seo специалисты.

Тем не менее отчеты BI полезны маркетологам, руководителям по маркетингу и аналитикам/продактам.

Эти данные хорошо дополняются email отчетностью.

Зачастую, head of seo тоже удобнее смотреть BI отчеты, так как в них собраны самые значимые верхнеуровневые показатели.

Основные цели:

01	Визуализация метрик и данных наиболее важных для бизнеса или определенного сегмента рынка
02	Совмещение данных на одном дашборде, недоступном в SEOWORK
03	Использование данных SEOWORK для отображения с данными сквозной аналитики

Типовые задачи первых 2-х целей

1. Отчетность по «бизнес направлениям».
2. Отчетность по «силе бренда» Мы vs Конкуренты.
3. Отчетность по устройствам.
4. Отчетность по регионам.
5. Сравнение только с избранными конкурентами.
6. Совмещение данных «поисковая видимость» х «спрос» х «трафик».
7. Отчетность по приоритетным сегментам проекта.

По запросу мы подключаем функционал для автоматической синхронизации данных SEOWORK в Google BigQuery.
Это значительно ускоряет и удешевляет процесс построения отчетности.

1. Отчетность по «бизнес направлениям»

На примере крупного Ecom:

У нас есть много категорий, которые в отчетности на уровне всей компании объединяются в какие-то направления – «компьютеры и ноутбуки», «смартфоны и планшеты», «крупная бытовая техника», «мелкая бытовая» и пр.

Для корректного объединения данных в направления, необходимо посчитать средневзвешенные агрегаты. Для этого исходные данные из SEOWORK закачиваются в Google BigQuery, где мы их объединяем (при необходимости).

Пример отчета

Пример отчета

2. Отчетность по «силе» бренда Мы vs Конкуренты

Часто требуется видеть, насколько те или иные маркетинговые активности (в том числе оффлайн) влияют на популярность нашего бренда.
Речь именно про наш бренд, а не про бренды вендоров (хотя такую аналитику мы также можем строить).

Для этого мы в SEOWORK строим отдельный проект, где метрики частотности (WS, «WS» и пр.) обновляются чаще стандартного 1 раза в месяц. Как правило, это 1 раз в неделю.
Далее мы строим отчетность в разрезе каждой компании.

Пример отчета

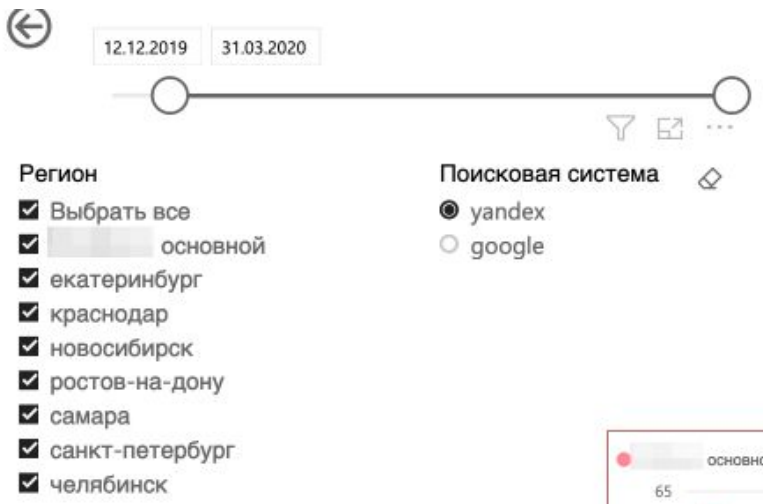
3. Отчетность по устройствам

Мы рекомендуем всегда анализировать свою поисковую видимость в обоих устройствах.
Наглядно сводить эту отчетность в BI.

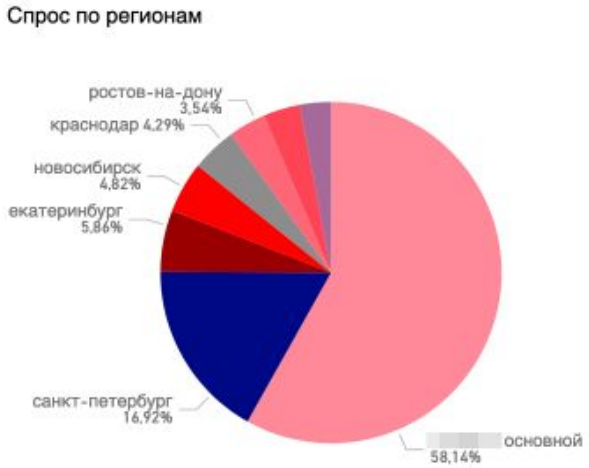
4. Отчетность по регионам

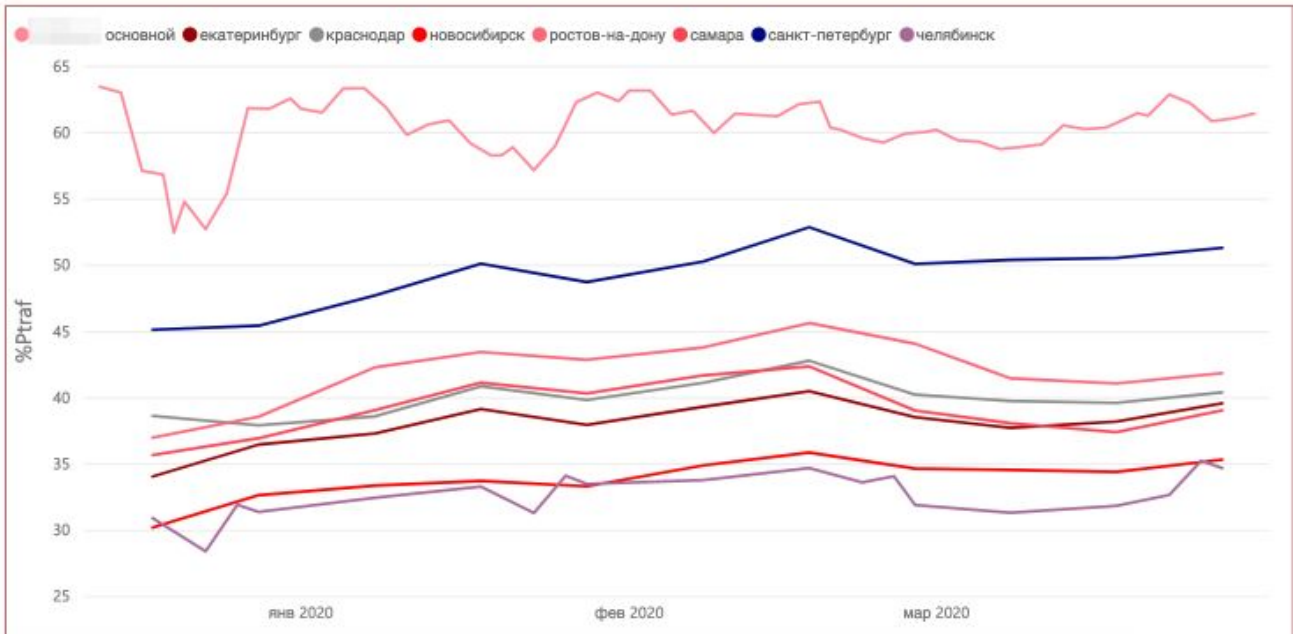
Для федеральных компаний мы рекомендуем отслеживать себя в нескольких ключевых регионах. Если того не требуют региональные подразделения, то обычно рекомендуем анализировать не более 5-10 регионов.
Опять же, эту информацию удобно сводить в BI.

Пример отчета



Регион	%TOP3	%ТОП5	%ТОП10	%"WS"10	%Ptraf
челябинск					
санкт-петербург					
самара					
ростов-на-дону					
новосибирск					
краснодар					
екатеринбург					
основной					

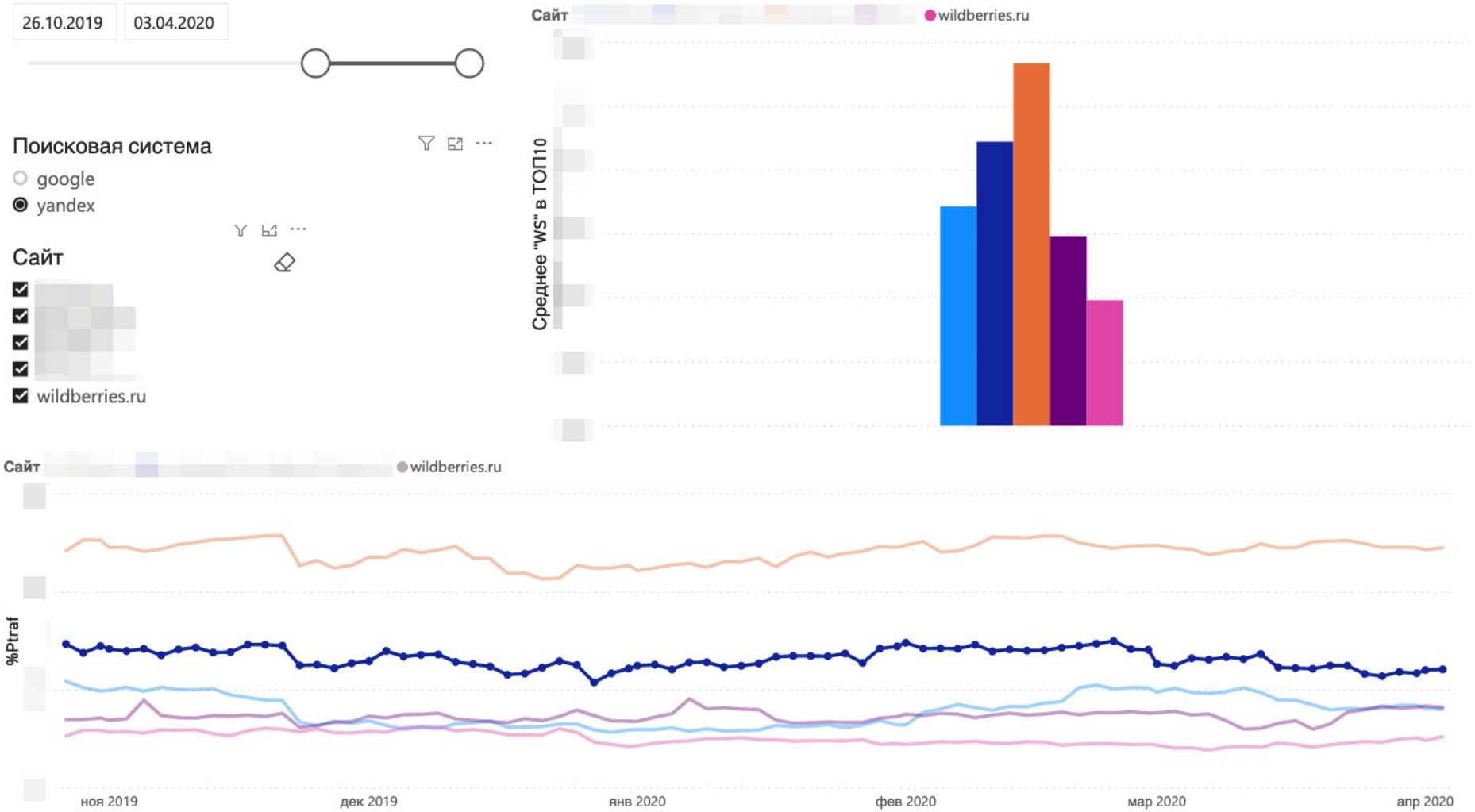




5. Сравнение только с избранными конкурентами

Всегда полезно понимать наше соотношение не со всей нишей, а с прямыми и наиболее принципиальными конкурентами.
Функционал SEOWORK дает возможность выделять именно таких. Соответственно, выносить аналитику по сравнению только с ними в BI отчетность.

Пример отчета



6. Совмещение данных «поисковая видимость» х «спрос» х «трафик»

Очень полезно на 1 графике видеть полную картину, т.е. насколько мы хорошо представлены в поиске, что происходит с поисковым спросом и нашим трафиком.

Можно видеть, где трафик снизился из-за падения видимости (и это можно исправить), а где из-за падения спроса на товарное направление (не факт, что можно исправить).

7. Отчетность по приоритетным сегментам проекта

Зачастую основные продажи генерируют только несколько избранных категорий, либо мы хотим видеть более общие структуры в отчете, например, отчет по «все листинги» и «все карточки товаров».

В таком случае очень нагляден отчет по избранным категориям или группам (функционал в SEOWORK, который позволяет сегментировать проект каким угодно образом).
Отчет выглядит примерно также как «Бизнес направления» или «Поисковая видимость х Спрос х Трафик».

Аналог «сравнения только с избранными конкурентами» (пункт.5), но уже в разрезе конкретных сегментов. Это могут быть продуктовые направления, бренды и т.д.
Например, для Ecom по косметике это может быть отчет по ключевым вендорам – Dior, Chanel, Mac и пр.
Наглядно видим по какому бренду как делится ниша продаж из Яндекс и Google.

Email отчетность с использованием данных SEOWORK

Основные цели и задачи

1. Быстро дать верхнеуровневую картину происходящего.
   Рассказать про самые важные показатели:
   a. Динамику поисковой видимости,
   b. Динамику трафика,
   c. Динамику технической работоспособности сайта.

2. Совместить все данные в «одном окне»:
   a. Видимость по всем устройствам.
   b. Видимость по всем регионам.

3. Вывести самые важные направления/сегменты сайта.

В целом, эти задачи пересекаются с BI отчетом.

Email уведомления удобны тем, что все участники процесса от руководителя маркетинга, продукта, IT до конкретного seo специалиста, оперативно видят, что происходит и могут инициировать реакцию в случае проблем.

Основные блоки отчета

1. Динамика поисковой видимости Яндекс/Гугл всего проекта в ПК выдаче.
2. Аналогично в Моб выдаче.
3. Динамика видимости в 3-х ключевых регионах Яндекс/Гугл в ПК выдаче.
4. Динамика видимости для сегмента «Все листинги» Яндекс/Гугл в ПК выдаче.
5. Аналогично для сегмента «Все карточки».
6. Аналогично для сегмента «ТОП100 продающих страниц».
7. Динамика трафика всего проекта.
8. Динамика технического состояния всего проекта.

Блоки приведены в качестве примера и реализованы для одного из проектов

Пример отчета

SEOWORK

Сводный отчет [redacted]

05.04.20 к 04.04.20

[redacted]

Яндекс

		02.04.20	30.03.20	Динамика
Спрос	«WS»	1 562 968	1 562 968	0%
%ТОП	%ТОП3	32,2%	31,9%	+0,8%
	%ТОП5	51,8%	52,2%	-0,8%
	%ТОП10	76,0%	76,5%	-0,7%
%Спрос	%«WS»	87,5%	87,2%	+0,4%
	Ptraf	62 945	62 459	+0,8%
	%Ptraf	40,3%	40,0%	+0,8%

Google

		02.04.20	30.03.20	Динамика
Спрос	«WS»	1 562 968	1 562 968	0%
%ТОП	%ТОП3	41,1%	41,8%	-1,6%
	%ТОП5	55,1%	55,1%	-0,1%

Google

		02.04.20	30.03.20	Динамика
Спрос	«WS»	1 562 968	1 562 968	0%
%ТОП	%ТОП3	41,1%	41,8%	-1,6%
	%ТОП5	55,1%	55,1%	-0,1%
	%ТОП10	72,7%	72,9%	-0,2%
%Спрос	%«WS»	84,9%	85,5%	-0,7%
	Ptraf	105 299	106 083	-0,7%
	%Ptraf	67,4%	67,9%	-0,7%

[redacted] (Санкт-Петербург)

Яндекс

		02.04.20	30.03.20	Динамика
Спрос	«WS»	919 057	919 057	0%
%ТОП	%ТОП3	35,3%	34,8%	+1,6%
	%ТОП5	68,0%	67,4%	+0,9%
	%ТОП10	86,6%	86,1%	+0,6%
%Спрос	%«WS»	77,4%	77,0%	+0,5%
	Ptraf	31 348	30 292	+3,5%
	%Ptraf	34,1%	33,0%	+3,5%

Отчет корректности для поисковых ботов

	Сегодня	Вчера	Динамика
Всего документов	3 199	3 199	0%
пустой кеш	0	0	0%
дубли кеша	1 209	1 236	-2,2%
Не индекс Яндекс	1 196	1 198	-0,2%
Не индекс Гугл	1 083	1 084	-0,1%
4xx	934	934	0%
Редирект 200	3	3	0%
Редирект не 200	0	0	0%

Динамика трафика (Сайт)

	04.04.20 (Суб)	28.03.20 (Суб)	Динамика
Общий	[redacted]	[redacted]	-25,8%
ПС	[redacted]	[redacted]	+59,6%
Yandex	[redacted]	[redacted]	+87,1%
Google	[redacted]	[redacted]	+41,5%

Просьба управлять рассылкой только через управление в настройках!

Попробуйте сейчас!

Бесплатный 2-х недельный тестовый период

https://seowork.ru/

Группа facebook.com

Канал на youtube.com