

SEOWORK

**Взаимосвязь данных. Пирамида метрик для
анализа эффективности сайтов**

О чем сегодня поговорим

- ✓ Блоки метрик. Типы данных
- ✓ Метрики в модулях Seowork
- ✓ Взаимосвязь метрик. Пирамида метрик
- ✓ Как и на какие вопросы дают ответы метрики
- ✓ Применение принципа пирамиды метрик для решения аналитических задач

Блоки метрик. Типы данных

Условно, данные, позволяющие оценивать эффективность продвижения, сайта можно разделить на несколько блоков:

Блок метрик Спроса/Видимости	Блок метрик Поведения	Блок метрик Доступность сайта (техничка)
Блок метрик Трафика	Блок метрик Продаж	

Блоки метрик. Типы данных

Блок метрик Спрос/Видимость

- позволяет оценить эффективность ранжирования сайта в поисковых системах Яндекс и Google (метрики видимости)

Примеры основных метрик	Пояснения
Спрос (WS, Volume)	Частота поисковых запросов из Яндекс.Wordstat/Google keyword planner по семантике, загруженной по страницам сайта
Ранжирование (позиция)	Позволяет оценить ранжирование сайта. Показывает среднюю позицию в поисковой выдаче Яндекс/Google
%ТОП10 (5,3)	Позволяет оценить ранжирование сайта. Показывает %поисковых запросов, по которым страницы сайта находятся в ТОПе по отношению к общему количеству поисковых запросов, по которым продвигаются страницы
%WS10	Доля в частотности WS запросов находящихся в ТОП10
%PTraf	объем потенциального трафика от максимально возможного, который может получить сайт при заданном спросе и позиции выдачи

Блоки метрик. Типы данных

Блок метрик Трафик

- позволяет оценить эффективность сайта с точки зрения количества привлеченных посетителей на сайт в разрезе источников трафика

Примеры основных метрик	Пояснения
Сеансы (Сессии)	Количество визитов на сайт
Пользователи	Количество пользователей на сайте за выбранный период. Один пользователь может совершить несколько сеансов на сайте в рамках измеряемого периода
Новые пользователи	Количество новых (уникальных) пользователей в рамках измеряемого периода

Блоки метрик. Типы данных

Блок метрик Поведение

- помогает оценить качество привлеченного на сайт трафика по взаимодействию пользователей с контентом сайта

Примеры основных метрик	Пояснения
%отказов	Отношение количества сеансов завершившихся отказом к общему количеству сеансов. Отказ - сеанс, в течение которого не было зафиксировано ни одно хита (взаимодействия с сайтом)
ср. длительность сеанса (сессии)	Отношение общей длительности всех сеансов к количеству сеансов за измеряемый период
ср. глубина просмотра (страниц за сеанс)	Отношение общего количества просмотренных страниц к количеству сеансов за измеряемый период
вовлеченность	доля пользователей, длительность сеансов которых более установленного времени, например более 1 или 3 минут

Блоки метрик. Типы данных

Блок метрик Продажи

- помогает оценить эффективность сайта с точки зрения конверсионных действий (продаж) и выручки

Примеры основных метрик	Пояснения
Транзакции	Количество покупок, совершенных на сайте. Данные доступны при настроенных отчетах электронной коммерции, например в google analytics
%конверсии (CR)	Отношение количества транзакций к общему количеству сеансов, за измеряемый период
Выручка (доход)	Объем денежных средств, вырученных в рамках совершенных транзакций. Данные доступны при настроенных отчетах электронной коммерции, например в google analytics

Блоки метрик. Типы данных

Блок метрик Доступность сайта (Техничка)

- помогает оценить доступность сайта для пользователей, в том числе скорость загрузки страниц

Примеры основных метрик	Пояснения
Индексация	Позволяет оценить кол-во страниц, добавленных в базу поисковых систем google/яндекс
Время ответа сервера	Позволяет оценить скорость загрузки страниц сайта

В каких модулях Seowork доступны данные

Блок метрик	Модули Seowork
метрики Спроса/Видимости	Видимость / Конкуренты
метрики Трафика	Видимость / BI - сравнение сегментов
метрики Поведения	Недоступно в Seowork - Будут доступны в Dataforce
метрики Продаж	Недоступно в Seowork - Будут доступны в Dataforce
Техничка	Тех монитор

Взаимосвязь метрик. Пирамида метрик

Метрики служат для описания каждого из этапов взаимодействия пользователей с сайтом

Каждая из метрик одного блока взаимосвязана (коррелирует) с метриками из другого блока, образуя условную Пирамиду метрик

Взаимосвязь метрик. Пирамида метрик

Полный путь пользователя от видимости до конверсии можно описать в терминах Транзакционной воронки или Воронки продаж

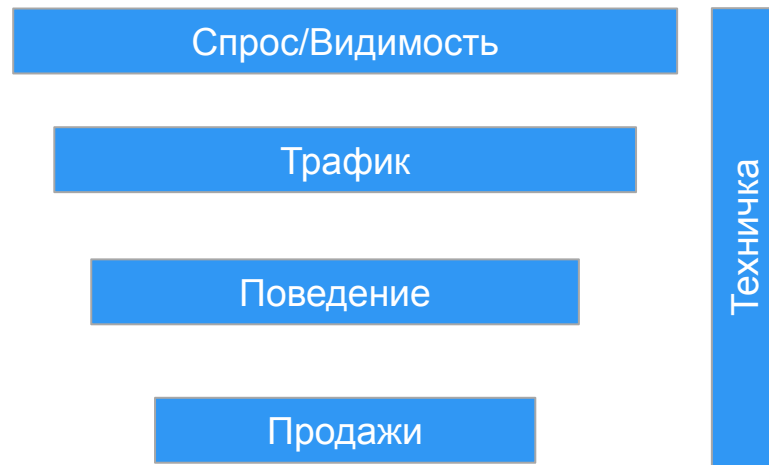
- каждый последующий этап воронки
зависит от эффективности
предыдущего этапа

стоит отметить важность блока
метрик Доступности сайта (Техника),
т.к. метрики блока отражают
доступность сайта/отдельных страниц
и являются критически важными



Взаимосвязь метрик. Пирамида метрик

- ✓ Метрики спроса/видимости отражают какой объем потенциального трафика может получить сайт/отдельные страницы сайта
- ✓ Метрики трафика отражают какой реальный объем трафика получает сайт/отдельные страницы сайта
- ✓ Метрики поведения показывают насколько качественный трафик привлечен на сайт/отдельные страницы сайта и как пользователи сайта взаимодействуют с контентом
- ✓ Метрики продаж показывают какое количество привлеченного трафика из потенциально возможного сайт/отдельные страницы сайта способны конвертировать в продажи=выручку
- ✓ Метрики Доступности сайта (Техника) показывают доступность сайта/отдельных страниц сайта для конечных пользователей, наличие ошибок



Какие задачи решает анализ метрик

- ✓ Оценка потенциала роста метрик видимости => поднятие сайта в позициях поисковой выдачи
- ✓ Оценка релевантности предложений сайта поисковым запросам пользователей => увеличение кол-ва посетителей сайта
- ✓ Оценка релевантности и качества контента страниц
- ✓ Оценка объема продаж товаров сайта онлайн-ритейла, объема выручки, оценка возврата инвестиций
- ✓ Оценка наличия критических ошибок на сайте

Спрос/Видимость

Трафик

Поведение

Продажи

Техника

Взаимосвязь метрик. Пирамида метрик

Пример взаимосвязи метрик по этапам воронки

Блок метрик	Метрика	Показатели
метрики Спроса/Видимости	%ТОПЗ	88%
	Спрос ("WS")	50000
	PTraf	2640
метрики Трафика	Сеансы (сессии)	2200
метрики Поведения	%отказов	10%
	ср. длительность сеанса (сессии)	2:45
	ср. глубина просмотра (стр. за сеанс)	2,9
метрики Продаж	Транзакции	108
	%конверсии (CR)	4,9%
	Выручка (доход)	540000



Аналитические задачи. Пирамида метрик

Примеры типовые аналитических задач, которые решают аналитики:

- поиск причин падения метрик продаж по отношению к предыдущим периодам/аналогичным периодам за прошедший год
- поиск точек роста метрик продаж сайта онлайн-ритейла в целом и в разрезе сегментов (категорий/товаров)
- снижение расходов на работы, которые не ведут к росту эффективности сайта онлайн-ритейла
- аудит работ подрядчиков по маркетингу/seo
- и т.д.