



Заняття 8. Програми для оптимізації сайту, аналізу, статистики. Зворотній зв'язок з Вашими клієнтами.

GoogleAdwords, GoogleAdsense, GoogleAnalytics, SEO-quaketa інші. Як працювати з даними інструментами та як отримувати максимальний ефект від їх використання. Що таке історія в інтернеті. Постійна підтримка свого веб-офісу: методи та аспекти.

Google AdWords

Для створення успішного оголошення та аналізу його ефективності Вам необхідно знати такі три основні речі:

1. Вибір ключових фраз та оцінка прогнозованого потоку відвідувачів

[Інструмент ключових слів](#) – сервіс який допоможе Вам підібрати ключові фрази за якими варто просувати Ваш сайт

[Інструмент оцінки трафіку](#) – сервіс допоможе Вам оцінити прогнозовану кількість відвідувачів сайту з урахуванням заданих Вами параметрів **“Максимальна ціна-за-клік”** та **“Щоденний бюджет”**

[Інструмент розташування](#) – дозволяє оцінити Вам на яких сайтах буде розміщено ваші рекламні оголошення, вибір сайтів відбувається за критерієм подібності вмісту сайту до Вашої **ключової фрази**

[Інструмент націлювання за контекстом](#) – інструмент перебуває в бета-тестуванні, дозволяє вузько націлювати показ оголошень в якійсь короткій сфері

2. Створення рекламного оголошення

Для створення рекламного оголошення зайдіть в розділ кампанії

і спочатку створіть кампанію(створюється для того щоб ви могли групувати оголошення), а потім в ній створіть оголошення заповнивши всі поля форми, а в якості пошукової фрази задайте ті які Ви обрали в інструменті

[Інструмент ключових слів](#)

після цього поповніть рахунок в розділі Оплата і ваші оголошення почнуть показуватись в результатах пошуку Google

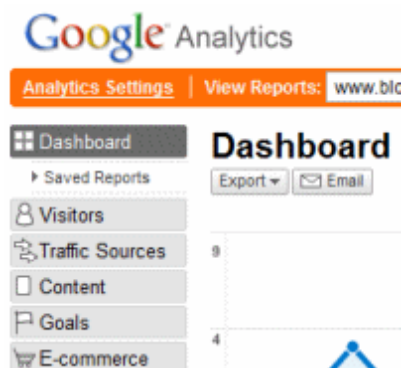
3. Аналіз відвідувачів

Поверхневий аналіз відвідувачів ваших оголошень Ви можете робити зайшовши на головну сторінку Google AdWords, якщо Вас зацікавить детальніша інформація то клікайте по блоці який Вас зацікавив.

Пам'ятайте про [«мінус слова»](#), їх можна вказати для кожного оголошення, вони дозволять встановити правило щоб не показувати Ваше оголошення тим хто в пошуковому запиті використовує слово безкоштовно «- безкоштовно»

Використання Google Analytics

Починаючи з часу своєї появи в 2005 році і по сьогоднішній день Google Analytics залишається одним з кращих сервісів статистики для малих і середніх сайтів. Щоб не перевантажити сервери спочатку Google ввів чергу для бажаючих отримати доступ до сервісу статистики, але сьогодні всі перешкоди усунені, і будь-хто може отримати доступ до цього чудового інструменту. Інтерфейс сервісу зазнав значних змін на краще в травні 2007 року.



Як веб-майстру декількох великих сайтів, мені часто доводиться використовувати Google Analytics для відстеження безлічі різних параметрів. У цьому пості я хочу розповісти про деякі цікавих і важливих сторонах використання цього сервісу статистики.

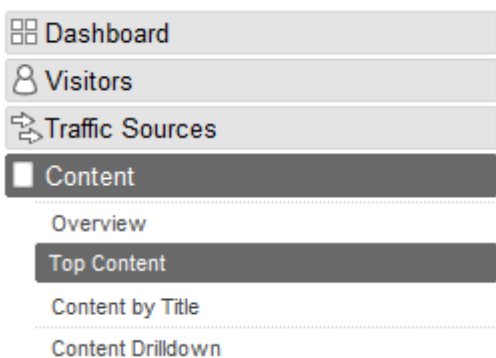
Відстеження переходів по зовнішніх посиланнях, кліків на банери та RSS стрічки

Дуже часто хочеться знати, скільки людей переходять з конкретної посиланням або банеру, скільки людей з певної країни клікають на банер, скільки відвідувачів прийшли з Digg підписалися на RSS, вести облік кліків на партнерських посиланнях.

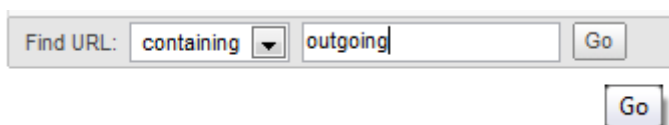
Щоб відстежувати ці параметри за допомогою Google Analytics, досить трохи модифікувати код посилань, додавши до нього обробник onClick.

```
<a href="http://www.example.co.uk" onClick="javascript:urchinTracker ('/outgoing/rssfeed'); ">
```

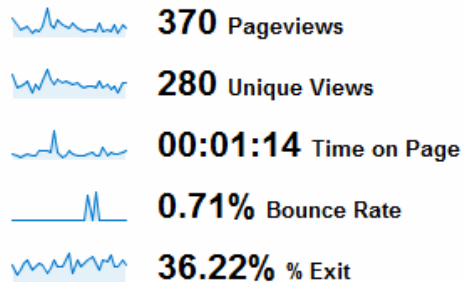
Для того щоб використати цю можливість, підключати скрипти Google Analytics потрібно раніше виклику відповідних обробників, наприклад, відразу після тега <body>.



Кожен раз, коли хтось буде переходити за цим посиланням, сервіс статистики буде реєструвати перегляд сторінки [www.yoursite.com / outgoing / rssfeed](http://www.yoursite.com/outgoing/rssfeed). Щоб переглянути результати, зайдіть в свій акаунт Google Analytics і перейдіть на сторінку «Зміст» Найпопулярніше зміст», введіть outgoing в поле фільтру і ви побачите всі сторінки сайту містять в url слово outgoing.



Якщо на url можна подивитись детальну інформацію про відповідну сторінку.

**This page was viewed 370 times**Analyze: **Content Detail** Content: **/outgoing/**

Щоб ще сильніше заглибитися в статистику, використовуйте меню, що випадає «Сегмент», з його допомогою можна подивитися з яких сайтів відвідувачі приходять на цю сторінку або які ключові слова вони вводили в пошуку.

Довідковий центр Google Analytics: [Як відстежувати кліки вихідних посилань ?](#)

Трохи автоматизації

Звичайно, розставляти onclick для кожної зовнішнього посилання нереально, та й не потрібно, можна використовувати скрипт який автоматично обробляє кліки, перевіряти чи є посилання зовнішньої та зберігати статистику переходів по ній.

Я написав такий для Design For Masters. Для роботи скрипта потрібен JQuery, але прихильники інших фреймворків зможуть без зусиль його адаптувати.

```
function isLinkExternal(link) { var r = new RegExp('^https?:/(?:www.)?' + location.host.replace(/^www./, '')); return !r.test(link); } $(document).ready(function () { $(document).bind('click', function(e) { var target = (window.event) ? e.srcElement : e.target; while (target) { if (target.href) break; target = target.parentNode; } if (!target || !isLinkExternal(target.href)) return; var link = target.href; link = '/outgoing/' + link.replace(/:\/\//, '/') .replace(/^mailto:/, 'mailto/'); //alert(link); return false; //тестирование //urchinTracker(link); при использовании urchin.js pageTracker._trackPageview(link); //для ga.js }); });
```

Обсяг скрипта не використовує бібліотеки ([advanced-ga.js](#)) трохи більше, щоб використовувати його, скопіюйте скрипт до себе на сервер і підключіть, вказавши правильний шлях до файлу.

```
<script src="advanced-ga.js" type="text/javascript"> </script>
```

Окремі подяки Tokolist, PacMan і AKS за допомогу в [доведенні скрипта до робочого стану](#) .

Як стежити за скачуванням файлів

За кількістю завантажень файлу можна стежити так само, як і за кількістю переходів з якоїсь іншої посилання, за допомогою процесора onClick:

```
<a href="http://www.example.co.uk/files/map.pdf" onClick="javascript:urchinTracker ('/downloads/map'); ">
```

Довідковий центр Google Analytics: [Як відстежувати файли, що завантажуються з мого сайту ?](#)

Відстеження подій JavaScript і Flash

За допомогою Google Analytics можна легко відслідковувати будь-які події в JavaScript і Flash

Приклад JavaScript:

```
javascript:urchinTracker('/js-events/event1');
```

Довідковий центр Google Analytics: [Як відстежувати події JavaScript ?](#)

Приклад Flash:

```
on(release) { // Track with no action getURL("javascript:urchinTracker('/folder/file');"); } on(release) { //Track with action getURL("javascript:urchinTracker('/folder/file');"); _root.gotoAndPlay(3); myVar = "Тест отслеживания Flash" } onClipEvent (enterFrame) { getURL("javascript:urchinTracker('/folder/file');"); }
```

Довідковий центр Google Analytics: [Як відстежувати події Flash ?](#)

Відстеження прибутку

Знати звідки приходять відвідувачі важливо, а знати, звідки приходять замовники ще важливіше. Наприклад, якщо ви помітите, що відвідувачі, які прийшли з пошуковика MSN, більш схильні до придбання товару, ніж відвідувачі з Google то зможете скоректувати рекламну компанію на користь Adcenter.

Суми прибутку за кожним джерелом трафіку можна знайти на сторінці «Джерела трафіку» Всі джерела трафіку»

	Transactions [?] 972 % of Site Total: 49.32%	Average Value [?] £113.48 Site Avg: £111.11 (2.13%)	Conversion Rate [?] 1.45% Site Avg: 2.44% (-40.79%)		
Source	Visits	Revenue ↓	Transactions	Average Value	Conversion Rate
google	59,506	£87,711.47	804	£109.09	1.35%
aol	2,361	£6,746.71	48	£140.56	2.03%
yahoo	2,835	£6,568.71	53	£123.94	1.87%
search	1,431	£4,650.66	36	£129.18	2.52%
msn	747	£2,612.59	19	£137.50	2.54%

Давайте підемо далі і подивимося звіт про продажі відвідувачам, які прийшли з Google.

Ecommerce							Views: [grid] [table] [list] [chart] [refresh]				
Transactions ?	Average Value ?	Conversion Rate ?	Per Visit Value ?	Visits	Revenue ↓	Transactions	Average Value	Conversion Rate	Per Visit Value		
972 % of Site Total: 49.32%	£113.48 Site Avg: £111.11 (2.13%)	1.45% Site Avg: 2.44% (-40.79%)	£1.64 Site Avg: £2.71 (-39.53%)	1,421	£24,982.85	247	£101.15	17.38%	£17.58		
				275	£8,667.18	75	£115.56	27.27%	£31.52		
				485	£7,546.19	27	£279.49	5.57%	£15.56		
				1,127	£6,452.00	51	£126.51	4.53%	£5.72		
				207	£5,488.27	50	£109.77	24.15%	£26.51		

Як бачите, деякі ключові слова приносять? 31.52 за візит, а інші все? 5.72, ці дані мають дуже велике значення при встановленні ціни за клік на оголошення в залежності від прибутковості ключового слова.

Google Analytics дозволяє отримувати і більш складні відомості, такі як кількість людей купили продукт А в той час як шукали в Google продукт В.

Як відстежувати продажі

Щоб відстежувати продажі необхідно за допомогою серверного скрипта на сторінці, яку відвідувачі бачать після успішної покупки, розмістити форму такого вигляду (спеціальний скрипт):

```
<body onLoad="javascript:__utmSetTrans()"> <form style="display:none;" name="utmform"> <textarea id="utmtrans">
UTM:T|[order-id]|[affiliation]|[total]|[tax]| » [shipping]|[city]|[state]|[country] UTM:I|[order-
id]|[sku/code]|[productname]| » [category]|[price]|[quantity] </textarea> </form>
```

Приклади:

UTM: T | 34535 | Main Store | 111108.06 | 8467.06 | 10.00 | San Diego | CA | USA

UTM: I | 34535 | XF-1024 | Urchin T-Shirt | Shirts | 11399.00 | 9

UTM: I | 34535 | CU-3424 | Urchin Drink Holder | Accessories | 20.00 | 2

Відразу, після того як ви її упровадите в сторінку, Google Analytics почне відстежувати продажі.

Відстеження помилки 404

За допомогою Google Analytics можна відслідковувати помилки, що виникають на сайті, і джерела трафіку призводить до помилок. Для цього досить розмістити наступний код на сторінці помилки:

```
<script type="text/javascript" src="http://www.google-analytics.com/urchin.js"> </script> <script
type="text/javascript"> _uacct = "xxxxx-x"; urchinTracker("/404.html?page=" + _udl.pathname + _udl.search); </script>
```

Не забудьте виправити xxxxx-x на ваш номер аккаунта в Google Analytics.

Готові рішення

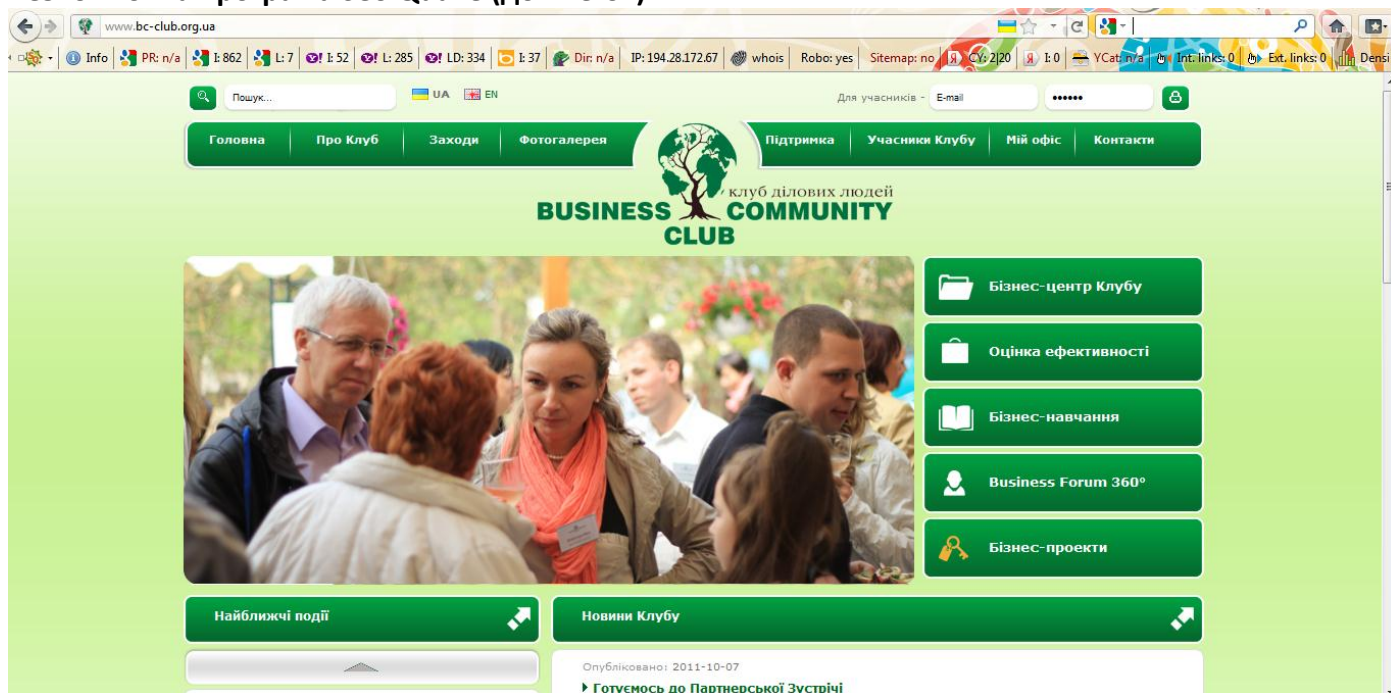
Для користувачів WordPress, використання багатьох можливостей Google Analytics спрощує плагін [Ultimate Google Analytics](#) або [Google Analytics for WordPress](#) (компанія Іннеті використовує його, бо він популярніший).

Служба порівняння в Google Analytics

Часто вивчаючи статистику сайту хочеться порівняти її з іншими щоб зрозуміти наскільки поганий показник і який потенціал поліпшення, справді, «Показник відмов 60%» це погано чи нормально, важко визначитися не знаючи чому він дорівнює на інших сайтах з тієї ж ніші. Сьогодні прикидаючи як би експортувати з Google Analytics дані експорт яких там схоже не передбачений, виявив новий для себе розділ **Відвідувачі > Порівняння (бета-тестування)**. Згадок про нього ні в блозі ні на сторінці з описом оновлень Google Analytics не знайшов, мабуть це нова функція, хоча я досить рідко заглядаю в аналітику і можливо вона є вже давно.

Зараз у цьому розділі доступні шість графіків, хоча швидше за все ними Google не обмежиться. Порівняння проводиться серед сайтів приблизно однакового розміру, з задалегідь обраної категорії.

Безкоштовна програма Seo Quake (до Firefox)



The screenshot shows the homepage of the Business Community Club website. The browser address bar displays 'www.bc-club.org.ua'. The website features a green and white color scheme. At the top, there is a navigation menu with links: 'Головна', 'Про Клуб', 'Заходи', 'Фотогалерея', 'Підтримка', 'Учасники Клубу', 'Мій офіс', and 'Контакти'. Below the navigation is the club's logo, 'BUSINESS COMMUNITY CLUB', with the tagline 'клуб ділових людей'. A large image shows a group of people in a meeting. To the right of the image is a vertical list of service buttons: 'Бізнес-центр Клубу', 'Оцінка ефективності', 'Бізнес-навчання', 'Business Forum 360°', and 'Бізнес-проекти'. At the bottom, there are sections for 'Найближчі події' and 'Новини Клубу'. The footer includes the text 'Опубліковано: 2011-10-07' and a link 'Готуємось до Partnerської Зустрічі'.

Постійна підтримка свого веб-офісу: методи та аспекти

Ваш сайт має працювати по такій замкнутій схемі:

