



Памятка по Яндекс.Метрике

Отдел по работе с рекламными агентствами

Содержание



01

Правила переписки

04

Отчеты: сегментация, группировка, метрики, атрибуция; отчет по группе счетчиков, Вебвизор, E-commerce

02

Счетчик: создание, настройки, цели, доступы, перенос на другой логин

05

Директ и Метрика: причины расхождения данных, настройка ретаргетинга

03

Целевой звонок: подключение, условия привязки, проверка подмены

06

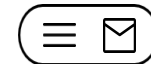
FAQ



01

Правила переписки

Правила переписки



Найдите в памятке раздел, посвященный вашему вопросу. Возможно, ответ совсем близко 😊

Если ответ найти не удалось, обратитесь к своему персональному менеджеру:

1. Тема письма: краткое описание содержания письма. Например, вопрос касается настройки целевого звонка. В теме письма нужно указать: «Настройка ЦЗ, номер счетчика: 12345».

2. Тело письма

Если вопрос касается конкретного отчета, в письме нужно прислать:

- номер счетчика;
- ссылку на отчет и скриншот,
- анализируемый период;
- номер кампании в Директа, если требуется сравнить данные с Директом;
- подробное описание вопроса.

Сохраняйте историю переписки. Чтобы в большой переписке не искать нужную информацию, продублируйте ее еще раз в начале письма (номера кампаний, логины клиентов, номер счетчика).

02

Создание и настройки счетчика:

создание и настройка счетчика;

настройка целей;

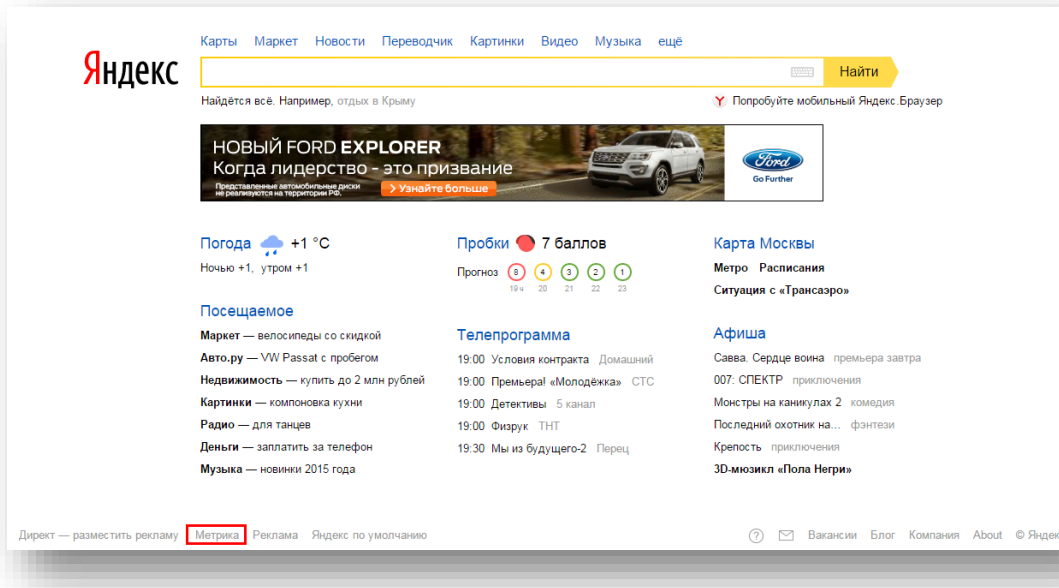
уровни доступа и представители;

перенос счетчика на другой логин



Создание и настройки счетчика

Создание счетчика

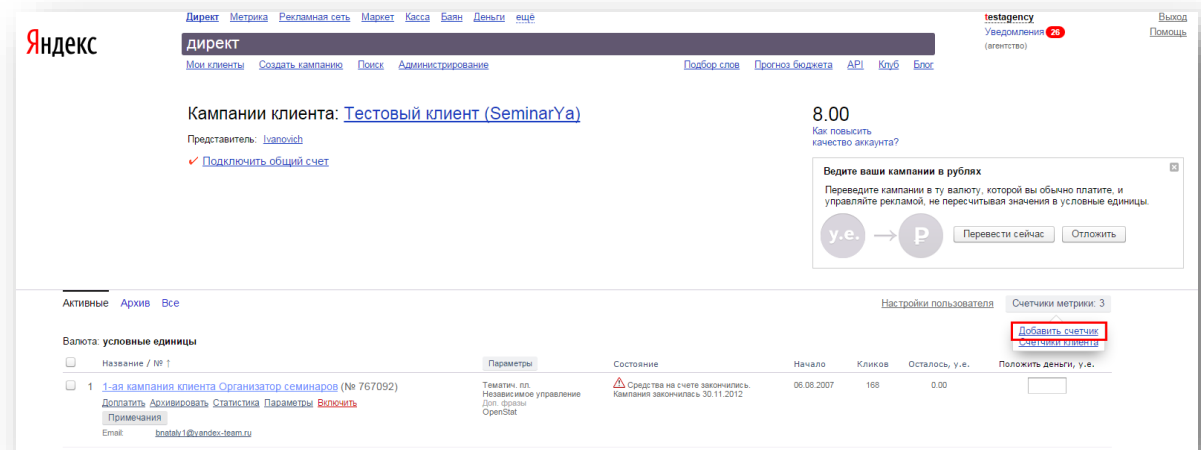


Вариант 1:

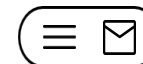
- Перейти по ссылке «Метрика» с основного Поиска Яндекса
- Авторизоваться/зарегистрировать логин

Вариант 2:

- Перейти по ссылке «Добавить счетчик» со страницы с кампаниями клиента
- ❑ Счетчик будет создан сразу на логине клиента



Настройка счетчика



Яндекс Метрика

Счётчики Целевой звонок Представители API Блог

Добавить счётчик

Общие

Код счётчика

Вебвизор

Цели

Фильтры

Имя счётчика: Мой сайт

Домен сайта: www.site.ru

Я принимаю условия Пользовательского соглашения

Дополнительные домены

Добавить дополнительный домен

Принимать данные только с указанных доменов
Включите эту функцию, если видите данные посторонних сайтов в своих отчётах

Включая поддомены

Часовой пояс: (GMT+03:00) Москва, Санкт-Петербург, Волгоград

Тайм-аут визита в минутах: 30

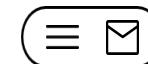
Уведомлять меня о проблемах в работе сайта:

По электронной почте: pochta@yandex.ru

По SMS, время отправки (московское): Выбрать

- ❑ Опция «Мониторинг доступности сайта» работает при подписке на уведомления о проблемах сайта по почте или SMS. Робот проверяет главную страницу сайта и отключает объявления в Директе, если сайт не работает.

Настройка счетчика



Основное **Код счётчика** Вебвизор Цели Фильтры 1 Уведомления

Код счётчика

- Вебвизор, карта скроллинга, аналитика форм
- Отслеживание хеша в адресной строке браузера
- Асинхронный код
- Для XML сайтов
- В одну строку
- Запрет отправки на индексацию страниц сайта
- Информер
- Отправка в Метрику данных электронной коммерции

Предпросмотр информера

Имя контейнера данных: dataLayer

Установка

Для подсчета статистики необходимо добавить код счетчика на все страницы сайта. Код можно располагать в любом месте HTML-кода, желательно ближе к началу страницы. После изменения параметров кода, его необходимо обновлять на всех страницах сайта.

Код информера не влияет на расчёт данных. Вы можете разместить его в любом месте, независимо от основного кода счётчика. Активация информера может занимать некоторое время.

```
<!-- Yandex.Metrica informer -->
<a href="https://metrika.yandex.ru/stat/?id=31536638&from=informer"
target="_blank" rel="nofollow"></body>** или **<head></head>**.

Рекомендуем разместить его как можно ближе к началу страницы — от этого зависит полнота и корректность подсчета данных.

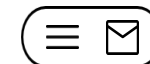
```
<html><head> ... </head> <body>
 <!-- Yandex.Metrika counter -->
 <script type="text/javascript" async=""
src="https://apis.google.com/js/plusone.js"
gapi_processed="true"></script><script id="facebook-jssdk"
src="//connect.facebook.net/en_US/all.js#xfbml=1"></script><script
type="text/javascript" async=""
src="http://mc.yandex.ru/metrika/watch.js"></script><script
type="text/javascript"> ... </script><noscript> ... </noscript>
<!-- Yandex.Metrika informer -->
<a href="http://metrika.yandex.ru/stat/?id=21917356&from=informer"
target="_blank" rel="nofollow">
<!-- /Yandex.Metrika counter -->
<!-- End of .contentWrapper-->
 <div id="dialog-overlay"></div><div id="dialog-box"> ... </div>
 <!-- End of #dialog-box-->
<!-- Scripts after page loads-->
 <script type="text/javascript" src="http://static.wix.com/services/third-
party/jquery/1.4.3/min/jquery.js"></script><script
src="http://static.wix.com/services/wix-html-template-viewer/1.313.0/js/common.js"
type="text/javascript"></script><script type="text/javascript"
"></script></body></html>
```

□ Данные начинают собираться сразу после установки кода счетчика.



# Настройка целей







# Настройка целей



### Цели

Вы можете определить 200 целей для каждого сайта, указав:

- какое количество просмотренных страниц является показателем успешности рекламной кампании;
- один или несколько URL, посещение которых является желаемым действием.

№	Название цели	Описание	ID цели		
1.	 Цель №1	просмотр 5 страниц	159894		
2.	 Цель №3	url: содержит «» (заказ)	159895		

**Количество просмотров.** Просмотр определённого числа страниц сайта.

**Посещение страниц.** Просмотр заданных страниц сайта.

**JavaScript событие.** Информация о достижении цели (например, нажатие на кнопку) передаётся с помощью JavaScript.

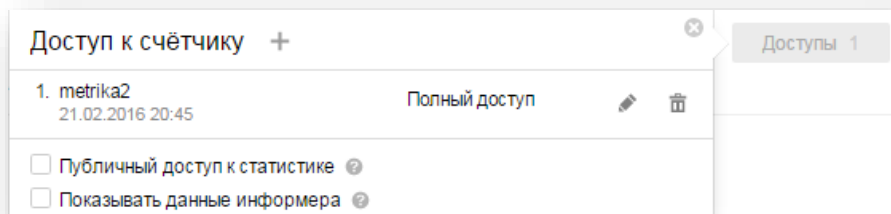
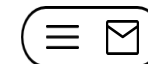
**Составная цель.** Состоит из двух или более шагов, совершаемых посетителем на пути к целевому действию. Каждый шаг описывается с помощью цели типа «Посещение страниц» или «JavaScript событие».

<https://yandex.ru/support/metrika/general/goals.xml>



# Уровни доступа и представители

# Уровни доступов и представители



Представитель	Дата разрешения	Комментарий
metrika	21.02.2016	

## Гостевой доступ

«**Только просмотр**» — пользователь сможет только просматривать настройки и статистику по вашему счетчику. При этом пользователь не сможет сохранять сегменты при формировании отчета, сохранять отчет, добавлять его в избранное.

«**Полный доступ**» — пользователь сможет полностью управлять счетчиком (за исключением его удаления).

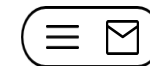
## Представители

**Представитель** имеет полные права просмотра, редактирования и удаления всех счетчиков аккаунта (в том числе гостевых).



# Перенос счетчика на другой логин

# Перенос счетчика



## ➤ Доступ к счетчику есть:

Перенос счетчика осуществляется самостоятельно **владельцем** счетчика по ссылке «**Перенос счетчика**» на странице с настройками.

## ➤ Доступа к счетчику нет:

Вам нужно подтвердить права на сайт в сервисе Яндекс.Вебмастер для своего нового логина по инструкции, приведённой на странице .

Основное	Код счётчика	Вебвизор	Цели	Фильтры 1	Уведомления
Основное					
Номер счётчика	31536638				
Имя счётчика	тест				×
Домен сайта	yandex.ru				×
Дополнительные домены	<input type="button" value="Добавить домен"/>				
	<input checked="" type="checkbox"/> Принимать данные только с указанных доменов				
	<input type="checkbox"/> Включая поддомены				
Часовой пояс	(GMT+03:00) Москва, Санкт-Петербург, Волгоград				
Таймаут визита в минутах	30 × Целое число от 30 до 360				
	<input type="button" value="Удалить счётчик"/> <input type="button" value="Перенести счётчик"/>				
<input type="button" value="Сохранить"/> <input type="button" value="Отмена"/>					

❑ При подключенном ЦЗ после переноса все активные номера отключатся. Если новый владелец счетчика / представитель в течение недели подключат услугу, то получат прежние номера.

❑ Денежные средства между логинами **не переносятся**.





---

03

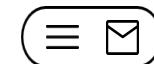
**Целевой звонок:**

условия привязки;  
подключение и настройка;  
проверка подмены номера



# Условия привязки

# Условия привязки ЦЗ

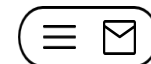


Привязка кампания/логин и счетчик	Целевой звонок
Счетчик и кампания (РК) на разных логинах	Можно настроить с точностью до всего Директа (без выбора РК)
Счетчик и РК на одном логине	Можно настроить с точностью до РК
Счетчик указан в настройках РК, счетчик и РК на разных логинах	Можно настроить с точностью до всего Директа (без выбора РК)
РК на одном логине, счетчик на логине представителя в Директе	Можно настроить с точностью до всего Директа (без выбора РК)
Логин в Директе назначен представителем в Метрике	Можно настроить с точностью до всего Директа (без выбора РК)
Логину в Директе выдан гостевой доступ в Метрике	Можно настроить с точностью до всего Директа (без выбора РК)



# Подключение и настройка ЦЗ

# Целевой звонок 2.0



ЦЗ 2.0 дает возможность получить неограниченное количество номеров, которые можно настроить отдельно на каждый источник трафика.

## Для подключения ЦЗ необходимо:

- Быть зарегистрированным пользователем Яндекс.Метрики и иметь хотя бы один действующий счетчик;
  - Оплатить услугу;
  - Поместить телефонный номер на вашем сайте в контейнер с идентификатором;
  - Выбрать источники трафика и настроить параметры отображения номера.
- ❑ Стоимость одного номера — 11 рублей в день (с НДС).  
Минимальная сумма для пополнения — 330 рублей.
  - ❑ Оплата поступает на конкретный логин. Баланс ЦЗ можно увидеть только с логина, с которого оплачивали услугу.

[https://yandex.ru/support/metrika/general/target-call\\_markup.xml](https://yandex.ru/support/metrika/general/target-call_markup.xml)

# Пример подключения и оплаты ЦЗ для счетчика, созданного под логином клиента



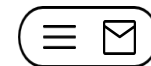
- ✓ Логин агентства, который подключает услугу – **abcd1**
- ✓ Счетчик, для которого подключают услугу: № 11111111,
- ✓ Логин клиента – **client77**

## Как подключить?

1. Клиент **client77** назначает представителем логин агентства **abcd1** в Метрике.
  2. На странице «Целевой звонок» агентство **abcd1** оплачивает необходимое количество номеров.
  3. Под логином агентства **abcd1** в верхнем правом углу страницы нужно нажать ссылку «Учетная запись» и кликнуть на логин клиента – на странице со списком счетчиков **client77** будет счетчик № 11111111.
  4. Перейти на страницу «Целевой звонок» и нажать кнопку «Подключить номер».
- Представитель может подключить услугу Целевого звонка, если владелец счетчика подтвердил свое согласие с офертой на использование услуги.

# Замена двух номеров

---



Подмена возможна при условии, что оба номера показываются на страницах сайта одновременно.

## Порядок действий:

1. Поместить номера в контейнер:

```
<div id="ya-phone1"> номер1</div>
```

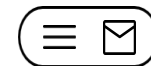
```
<div id="ya-phone2"> номер2</div>
```

2. Добавить 1-й номер, блок «Параметры замены» не заполнять;

3. Добавить 2-й номер, блок «Трафик» и «Параметры замены» не заполнять;

4. Заполнить блок «Параметры замены» для первого номера.

# Замена номера, который отображается в виде картинки



1. Обернуть тег `<img>` в другой тег с идентификатором. Например:  

```
<div id="ya-phone"><imgsrc="my-phone.png"/></div>
```
2. Подключить номер, блок «Параметры замены» не заполнять;
3. Подготовить изображение выданного номера: создать файл с картинкой, добавить картинку на сайт в ту же папку, где картинка первоначального номера;
4. На странице Целевой звонок нажать кнопку «**Редактировать номер**». В окне редактирования номера вместо макроса подмены нужно указать изображение специального номера.







# Проверка корректности подмены

# Проверка корректности подмены



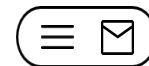
Чтобы проверить, как заменяется номер при переходе с источников **Сайты**, **Поисковые системы** и **Социальные сети**, перейдите на сайт с любого из этих источников.

Замена номера при переходе из **Рекламных систем** определяется по меткам в адресе источника. Как правило, рекламная система дополняет ссылку на сайт следующими метками (в зависимости от выбранного источника трафика):

- Если выбран источник **Яндекс.Директ**, но не выбраны рекламные кампании — `"?_openstat=direct.yandex.ru;;;"`.
- Если выбран источник **Яндекс.Директ** и выбрана рекламная кампания №111111 — `"?_openstat=direct.yandex.ru;111111;;"`.
- Если выбран источник **Яндекс.Маркет** — `"?_openstat=market.yandex.ru;;"`.
- Если выбран источник **Яндекс.Медийная реклама** — `"?_openstat=awaps;;"`.
- Если выбран другой источник, например **Google Adwords** — `"?utm_source=google"`.

📄 *Пример:* [http://mysite.com/?\\_openstat=direct.yandex.ru;;;](http://mysite.com/?_openstat=direct.yandex.ru;;;)

# Что проверить, если нет подмены



1. Убедитесь, что на странице перехода установлен счетчик Метрики, к которому подключена услуга;

2. Если в настройках Целевого звонка выбран источник трафика «Рекламные системы»:

- Директ или Маркет: в настройках должна быть подключена функция **«Внешняя интернет-статистика»**;
- другие рекламные системы: ссылка должна содержать в себе **метку**.

- ❑ Номер в визитке Директа подменяется на номер подмены из **первого счетчика**, указанного в параметрах кампании в поле «Счетчики Метрики»



---

# 04

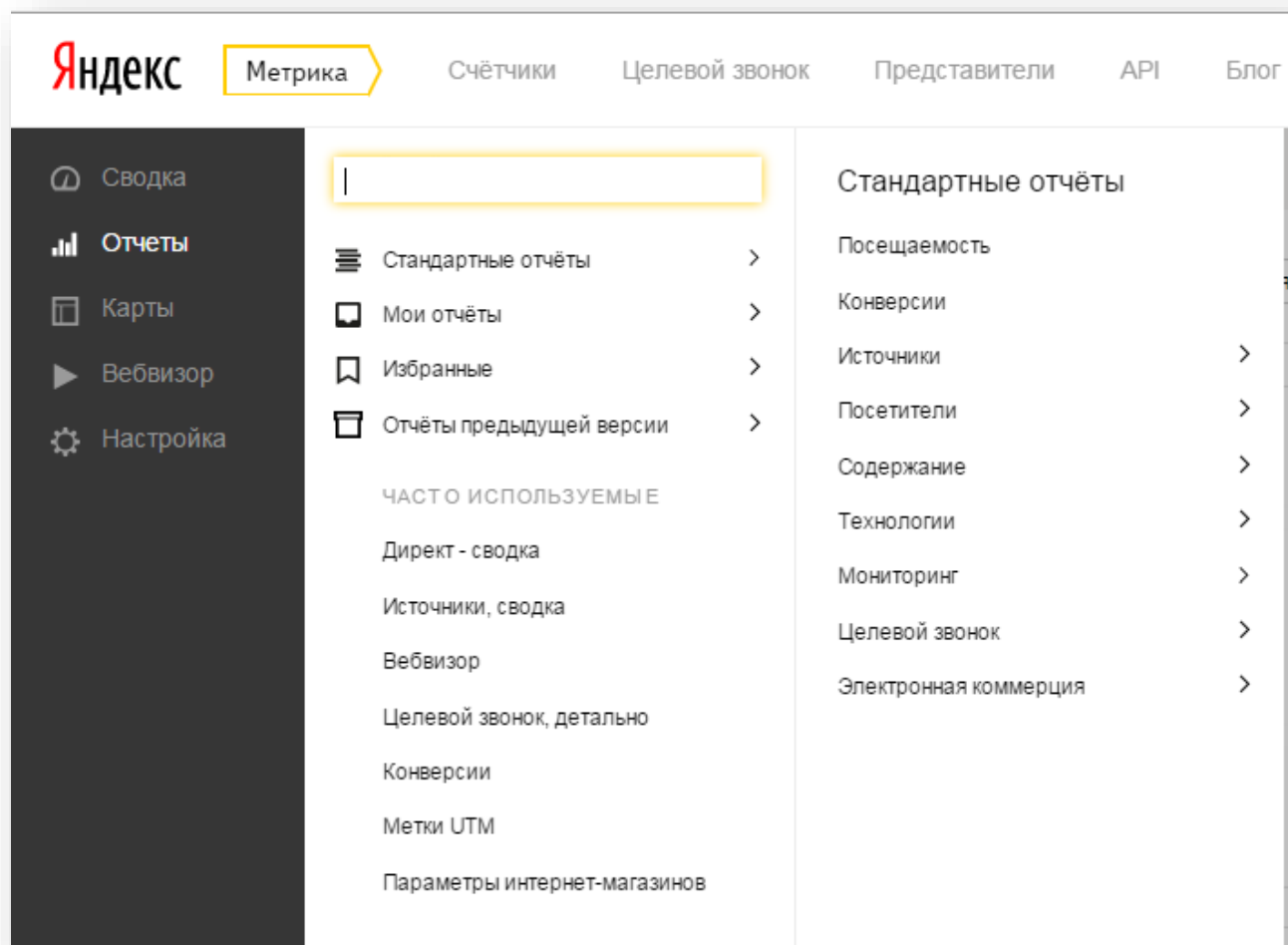
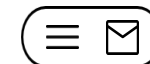
## Работа с отчетами:

основные параметры для построения отчетов;  
метки счетчиков (группы счетчиков);  
Вебвизор;  
E-commerce (Электронная коммерция)



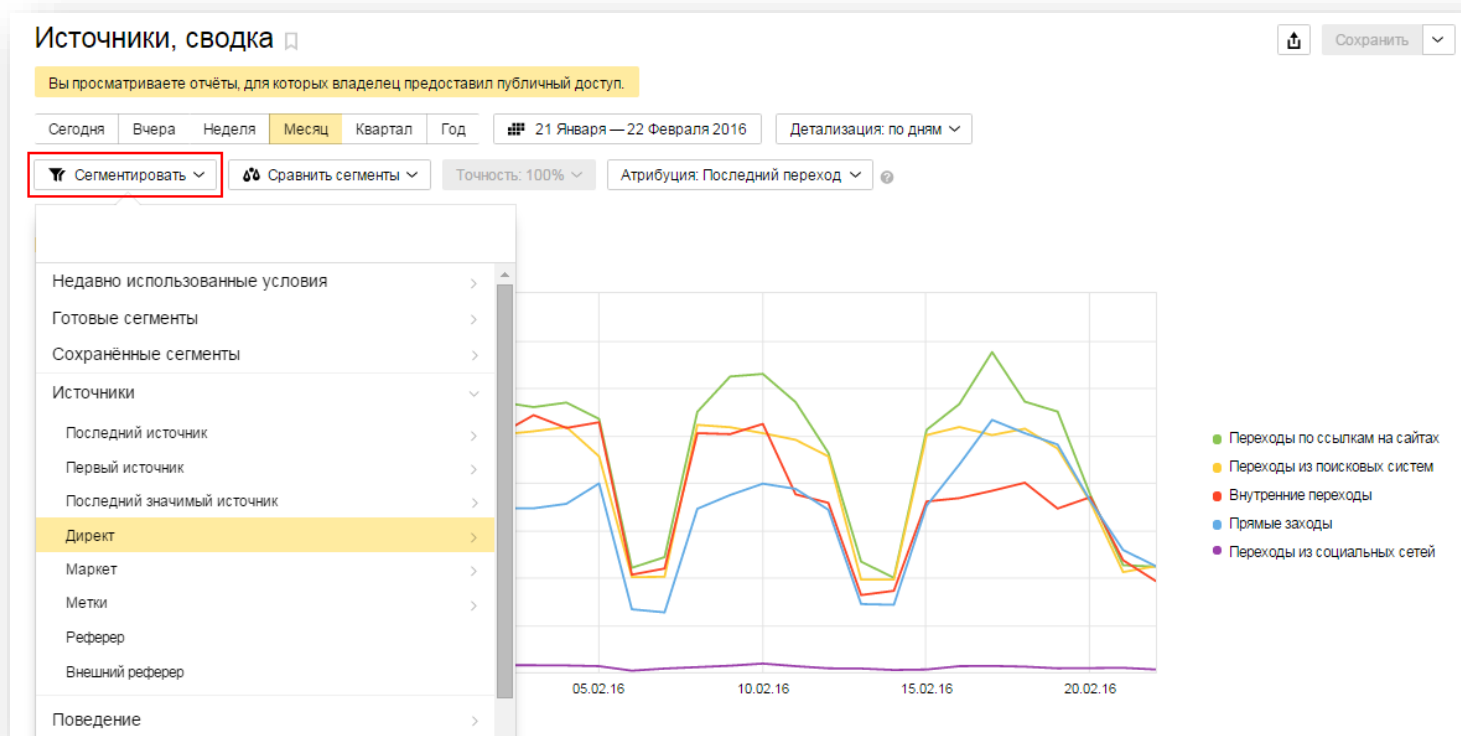
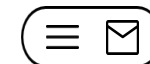
# **Основные параметры для построения отчетов**

# Построение отчетов



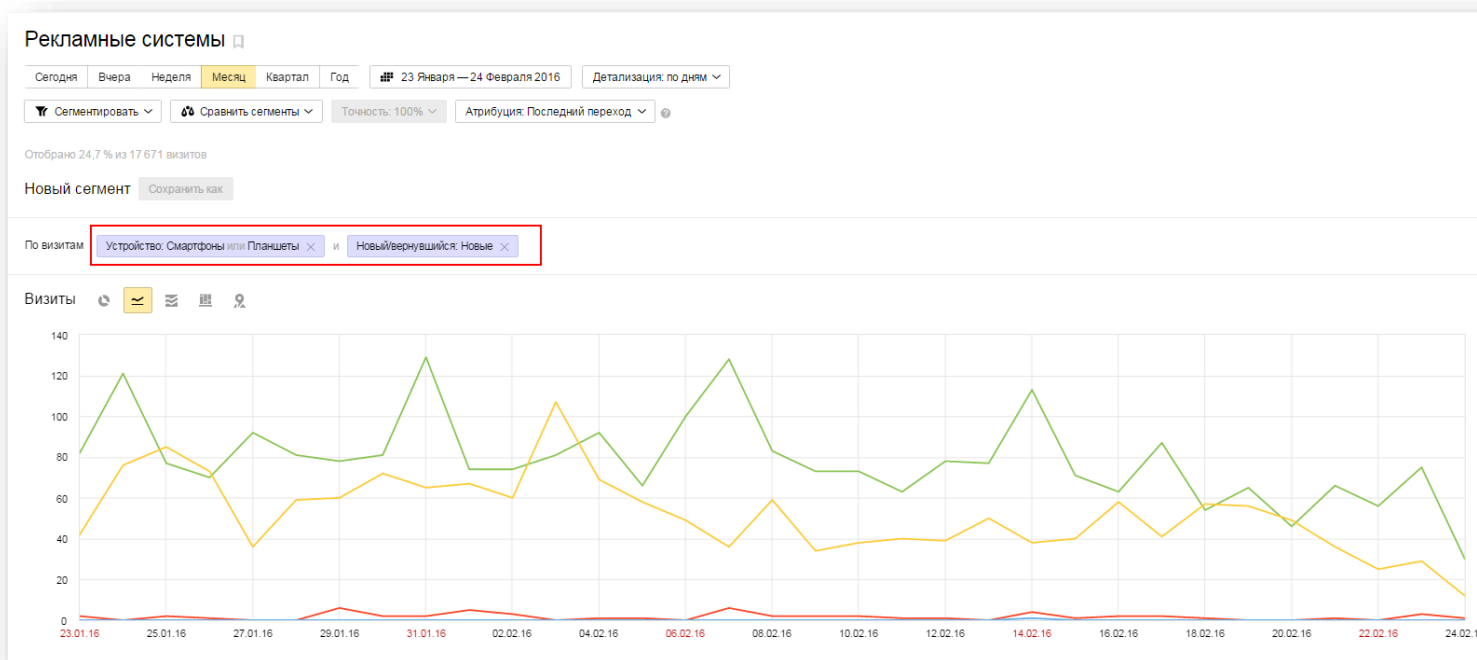
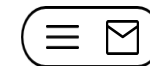
- ❑ Метрика 2.0 является конструктором, который позволяет построить огромное количество различных отчетов в зависимости от целей и задач

# Построение отчетов. Сегментация



- **Сегментация** позволяет сформировать отчет по визитам, которые удовлетворяют необходимым вам условиям. Например, можно из данных отчета по Источникам (сводка) выделить аудиторию, которая пришла из определенных кампаний Директа, и анализировать именно её.

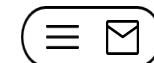
# Построение отчетов. Сегментация



- ❑ При сегментации условия по одному параметру (например, по типу устройства) объединяются оператором **ИЛИ**. Одновременно показать тех, кто пришел и по смартфону, и по планшету мы не можем.
- ❑ Условия по разным параметрам (например, тип устройства и новый/вернувшийся пользователь) объединяются оператором **И**. В отчете будут лишь те визиты, которые удовлетворяют одновременно обоим условиям.



# Построение отчетов. Группировка и метрики

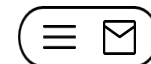


The screenshot shows a web analytics report interface. At the top, there are two buttons: "Группировки" (Groupings) and "Метрики" (Metrics), both highlighted with red boxes. Below the buttons, there is a table with columns for "Визиты" (Visits), "Отказы" (Bounces), "Глубина просмотра" (Page Depth), and "Время на сайте" (Time on Site). The table is grouped by traffic source, with a total row at the top and several sub-rows below. The data is as follows:

Итого и средние	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
	101 906	14,1 %	2,58	3:11
Переходы по ссылкам на сайтах	29 526	19,2 %	2,97	3:03
Переходы из поисковых систем	26 267	8,38 %	2,31	3:10
Внутренние переходы	24 853	8,98 %	2,69	3:44
Прямые заходы	20 183	20,1 %	2,25	2:44
Переходы из социальных сетей	900	11,2 %	2,3	3:05

- Все показатели объединяются в **группы** по некоторым признакам (группировкам): по операционной системе, ее версии, источникам трафикам и т. д.). Признаки отображаются слева в виде списка строк
- Чтобы сформировать отчет, нажмите кнопку **Группировки** или **Метрики**. В появившемся окне выберите параметры, по которым хотите построить отчет. Они отобразятся в правой части окна.
- ❑ Количество группировок и метрик в отчете не должно превышать 10.

# Построение отчетов. Атрибуция



В отчетах по источнику трафика можно также настроить такой параметр как «атрибуция».

Атрибуция позволяет различными способами настроить отчет по источникам трафика. При формировании отчета для каждого посетителя может быть использована информация о 3 источниках:

- **Последний переход;**
- **Первый переход;**
- **Последний значимый переход.**

Рекламные системы

Сегодня Вчера Неделя Месяц Квартал Год 23 Января — 24 Февраля 2016 Детализация: по дням

Сегментировать Сравнить сегменты Точность: 100%

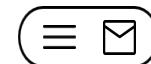
Атрибуция: Последний переход

- ✓ Последний переход
- Первый переход
- Последний значимый переход

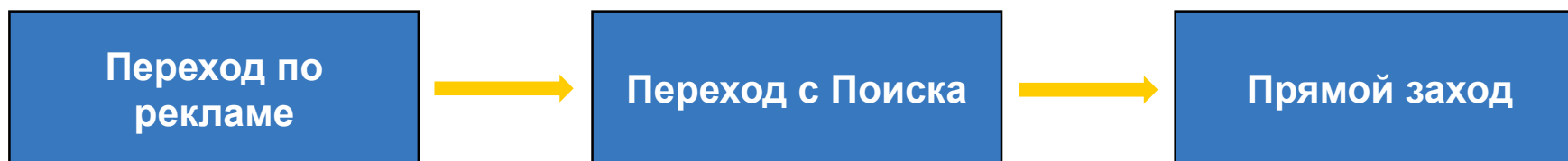
Отобрано 24,7 % из 17 671 визитов

Новый сегмент Сохранить как

# Построение отчетов. Атрибуция



**Пример:** пользователь переходил на сайт сначала по объявлению, позже с Поиска и в последний раз из закладок в браузере:



В зависимости от выбранного типа атрибуции получим следующую информацию:

- **Последний переход:** источник перехода в данный момент, без учета истории визитов посетителя. В указанном примере это *Прямой заход*;
- **Первый переход:** здесь используется история посетителя: источник трафика самого первого визита. Все последующие визиты посетителя относятся именно к первому источнику. В примере первый визит у посетителя был по *рекламе*, его мы и покажем. Подходит для сайтов с отложенной конверсией;
- **Последний значимый переход:** здесь используется история посетителя. Визиты из вторичных источников — переходы на сайт с сохраненных страниц, по набранному адресу и внутренние переходы — приписываются *более значимому предыдущему источнику*, позволяя полнее измерять его эффективность. В данном случае прямой заход — вторичный источник, поэтому визит отнесен к *переходу с Поиска*.

# Построение отчетов. Скрывать статистически недостоверные данные



**Пример:** вы хотите построить отчет и определить наиболее конверсионную кампанию.

Итого и средние	Визиты	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте	Конверсия по любой цели
	11 590	13,8 %	1,91	1:44	99,9 %
<input type="checkbox"/> balkon	6	0 %	2,17	0:45	100 %
<input type="checkbox"/> balkon	483	10,6 %	2,08	2:05	100 %
<input type="checkbox"/> balkon_night	163	11,7 %	2,1	1:32	100 %
<input checked="" type="checkbox"/> basic_1	594	10,3 %	1,9	2:00	100 %
<input type="checkbox"/> basic_1	3	0 %	1,67	1:03	100 %
<input type="checkbox"/> basic_2	347	12,1 %	1,89	1:49	100 %
<input type="checkbox"/> basic_2	431	6,03 %	1,94	2:01	100 %
<input type="checkbox"/> basic_3	22	18,2 %	1,91	3:11	100 %

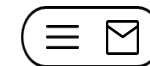
Видим, что по нескольким кампаниям конверсии 100%, но они нерепрезентативны, т.к. по сравнению с другими кампаниями, по ним всего 3, 6 и 22 визита.

Подключение опции **«Скрывать статистически недостоверные данные»** позволит Метрике рассчитать, сколько же необходимо визитов, чтобы можно было уверенно утверждать (например, с вероятностью 95%), что посчитанное нами значение конверсии отличается от истинного значения незначительно (например, не более чем на 5%) – эти пороги можно менять по кнопке . Таким образом, вы получите отчет, в котором останутся лишь те кампании (строки), статистики по которым будет достаточно для репрезентативного анализа.



# Метки (группы счетчиков)

# Группы счетчиков (метки счетчиков)



Метки позволяют объединять счетчики в группы.

The screenshot shows the Yandex.Metrica interface. At the top, there are navigation tabs: "Метрика" (highlighted), "Счётчики", "Целевой звонок", "Представители", "API", and "Блог". Below the tabs, there are buttons for "Добавить счётчик" and "Искать счётчик". A navigation bar shows "Мои счётчики 25", "Избранные 2" (highlighted), "Удаленные 2", and "Все метки".

Название и ID счётчика	Визиты	Просмотры	Посетители	Визиты за неделю	Метки
★  Счетчик №1	497 35,1%	967 31,4%	430 30,7%		Избранные
★  Счетчик №2	0	0	0	19.02.2016, пятница Визитов: 0	

A dropdown menu is open for the "Избранные" tag of "Счетчик №1". It contains the following options:

- + Новая метка
- РСЯ
- Гостевые
- Избранные

A "Сохранить" button is at the bottom of the dropdown.

- По группе счетчиков (счетчиков с одной меткой) можно сформировать один отчет с общей статистикой. Чтобы сформировать отчет, нажмите кнопку **Группировки** или **Метрики**. В появившемся окне выберите параметры, по которым хотите построить отчет. Они отобразятся в правой части окна.



# Вебвизор

- Вебвизор не подключается автоматически при создании счетчика. Отчеты «Вебвизор», «Аналитика форм» и «Карта скроллинга» **нужно подключить** на странице «Код счетчика» в настройках счетчика.
- Количество записей в день не превышает 1000. Записи делаются равномерно в течение всего дня, поэтому выборка репрезентативна.
- Яндекс.Метрика хранит записи о посещениях за последние **две недели**. Записи за более ранние сроки недоступны.
- Вебвизор корректно записывает действия посетителей, если на сайте используется кодировка UTF-8.
- Чтобы информация из определенных полей ввода не записывалась, задайте для них CSS-класс `-metrika-nokeys`. Этим классом можно помечать поля для ввода приватной информации.



## ➤ На странице не было активности:

- сайт посетил робот;
- страница загрузилась во вкладке с восстановленной сессией.

## ➤ Активность на сайте была, но действия не записались:

- на странице установлен код без поддержки Вебвизора (без строки `"webvisor: true"` в коде счетчика). Включите в настройках счетчика *опцию «Вебвизор»* и *замените код счетчика* на странице на правильный;
- посетитель ушел со страницы, не дождавшись ее полной загрузки;
- посетитель использовал браузер, в котором не поддерживается запись (например, мобильный браузер);
- посетитель использовал для просмотра страницы нестандартное устройство (например, устройство с сенсорным экраном);
- у посетителя плохой интернет-канал (например, мобильный интернет).

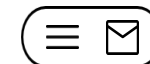


# **E-commerce (Электронная коммерция)**

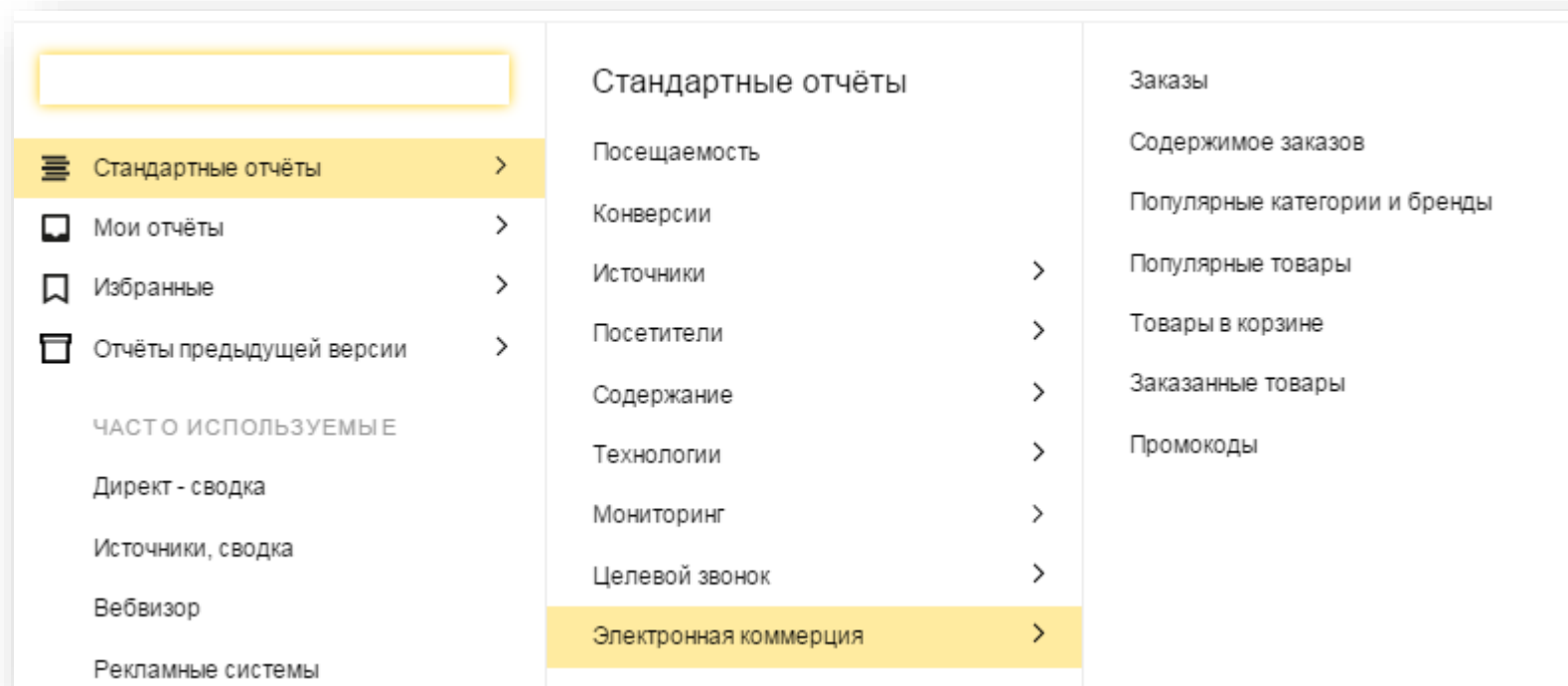
В рамках группы отчетов «Электронная коммерция» возможно:

- Передавать в Яндекс.Метрику данные о просмотрах товарных карточек. Это позволит замерить интерес к отдельным товарам, а также конверсию этого интереса в заказ.
  - Вместе со всей корзиной отправлять данные о промо-коде и партнёрской программе для определения эффективности разных каналов продвижения.
  - Передавать информацию о бренде, категории и модификации товаров и узнать, какие из них популярны всего у покупателей.
  - Добавить столбец "Доход" в любой отчёт для удобной сегментации по сумме заказа.
- ❑ Если на сайте уже настроена Enhanced Ecommerce от Google Analytics, настроить передачу этих же данных в Метрику очень просто — достаточно добавить один параметр в код счётчика.
- ❑ Для настройки такой стратегии Директа как «Средняя рентабельность инвестиций» нужно использовать Электронную коммерцию в Метрике. При настройке действия «Покупка» обязательно нужно использовать поле **«goal\_id»**, в котором нужно указать ID цели. Цель обязательно должна быть типа **«javascript событие»**.

# Электронная коммерция. Подключение



Подключение Ecommerce производится с помощью параметра ecommerce при инициализации счётчика. Также подключить Ecommerce можно в веб-интерфейсе Яндекс.Метрики (раздел Код счётчика).



□ Подробную пошаговую инструкцию по подключению можно найти по ссылке .



---

# 05

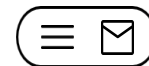
## Директ и Метрика:

причины расхождения данных между  
Директом и Метрикой;  
отчет «Директ-Расходы»;  
настройка ретаргетинга



# Причины расхождения данных между Директом и Метрикой

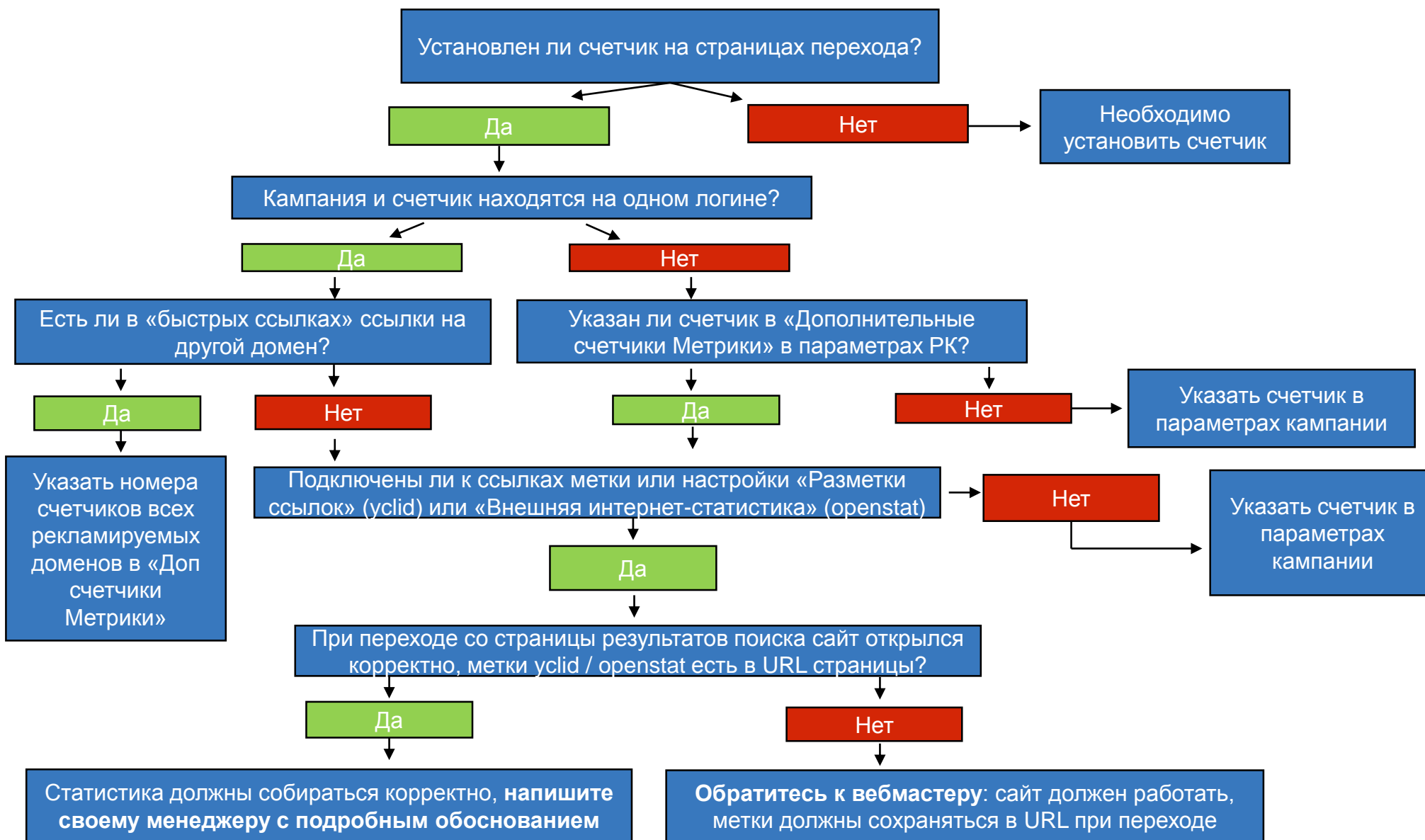
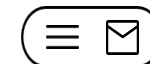
# Расхождение данных между Директом и Метрикой



Незначительное расхождение данных между Директом и Метрикой может быть по следующим причинам:

- Статистика Яндекс.Директа регистрирует клики по объявлениям, которые не были отфильтрованы системой защиты. Только по этим учтенным кликам в статистике Яндекс.Директа подсчитываются глубина просмотра, конверсия и цена цели;
- Яндекс.Метрика **не фиксирует** клики по виртуальной визитке;
- причины, по которым клик или просмотр иногда может быть не зачтен Яндекс.Метрикой:
  - некорректная установка кода счетчика;
  - наличие в браузере / ОС пользователя или на корпоративном прокси-сервере блокировщика рекламы, который может содержать правила для блокировки счетчиков;
  - технические проблемы: удаленность сервера, обслуживающего вызов счетчика, и загруженность канала интернет-провайдера.

# Расхождение данных между Директом и Метрикой





# Основные причины расхождений между Директом и Метрикой



## ➤ **Связка Директ – Метрика:**

- в настройках РК Директа не был указан счетчик Метрики;
- менялась ссылка в объявлении (например, ранее ссылки вели на страницы, на которых не было счетчика Метрики)
- в настройках РК была подключена "Разметка ссылок для Метрики" (uclid), и при переходе на сайт uclid не сохранялся в URL страницы;
- в настройках РК была подключена "Внешняя интернет-статистика" или "Разметка ссылок для Метрики", но сайт при попытке открыть ссылку с меткой открывал страницу с 404-й ошибкой, на которой нет счетчика Метрики.

## ➤ **Проблемы с установкой счетчика, настройками счетчика:**

- ранее на страницах перехода по рекламе не был установлен счетчик (либо установлен некорректно, либо был установлен другой счетчик)
- были некорректно настроены Фильтры счетчика.

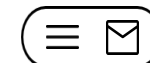
## ➤ **Проблемы на сайте:**

- на сайте были javascript-ошибки, которые мешали загрузке счетчика;
- были проблемы с доступностью сайта.



# Отчет «Директ-Расходы»

# Отчет «Расходы Директ»



В отчет подтягивается информация о расходах, зафиксированных в Директе. Выбрав конкретную цель, вы увидите не только конверсию по этой цели, но и среднюю стоимость её достижения.

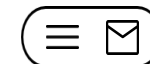
Кампания, Объявление	Конверсия		Достижения цели		Целевые визиты		Средняя стоимость достижения цели		Стоимость кликов	
	Успешно	Процент	Количество	Процент	Количество	Процент	Стоимость	Процент	Количество	
<input type="checkbox"/> Итого и средние	0,77 %		2 570		885		12,99		33 386,53	
<input checked="" type="checkbox"/> Брендová реклама	1,8 %		721		242		1,62		1 164,97	
<input checked="" type="checkbox"/> Бренд в столице	1,69 %		833		237		3,71		3 094,16	
<input checked="" type="checkbox"/> Специальная акция к Новому году	1,45 %		340		97		8,55		2 905,8	
<input checked="" type="checkbox"/> Элитные товары	0,61 %		84		43		12,57		1 055,81	
<input checked="" type="checkbox"/> Майонез оптом	0,86 %		108		42		20,53		2 217,37	

- ❑ В отчёте отобразится информация о тех кампаниях, к которым у вас есть доступ в Яндекс.Директе. Если у вас есть доступ к кампаниям нескольких клиентов Директа, список этих клиентов будет доступен в интерфейсе Метрики.
- ❑ Стоимость кликов отображается в той валюте (у.е. или рубли), в которой сами кампании в Директе.



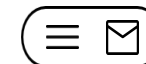
# Настройка ретаргетинга

# Условия привязки логина и счетчика



Привязка кампания/логин и счетчик	Ретаргетинг	Решение
Счетчик и кампания (РК) на разных логинах	<b>Цели недоступны</b>	Получить доступ к целям на счетчике
Счетчик и РК на одном логине	Цели будут доступны	
Счетчик указан в настройках РК, счетчик и РК на разных логинах	<b>Цели недоступны</b>	Получить доступ к целям на счетчике
РК на одном логине, счетчик на логине представителя в Директе	Цели будут доступны	
Логин в Директе назначен представителем в Метрике	Цели доступны, подтянутся все цели из всех счетчиков на логине Метрики	
Логину в Директе выдан гостевой доступ в Метрике	Цели доступны, подтянутся цели из счетчика, для которого дали доступ	

# Получение доступа к целям на счетчике



- Получение доступа со стороны Директа (со страницы кампаний клиента по ссылке «Условия ретаргетинга»)

Получить доступ к целям Метрики  
Назад к списку кампаний

### Условия ретаргетинга

Условия показа объявлений, построенные на достижении пользователем тех или иных целей Яндекс.Метрики, позволяют обращаться к тем пользователям, которые уже проявили интерес к вашим товарам или услугам.  
[Подробнее о настройке условий](#)

Условия ретаргетинга отсутствуют.

[Новое условие](#)

[Удалить выбранные](#)

---

### Доступ к целям на других логинах

Для создания [условий показа с использованием целей](#), созданных под другим логином, владелец логина должен разрешить Вам доступ к своим [счетчикам в Яндекс.Метрике](#).

**Владелец**

**Выбор счетчиков**  **!** Оставьте поле пустым, чтобы запросить полный доступ ко всем счетчикам логина

**Комментарий**

**Уведомить о решении**  по электронной почте

[Отправить запрос на доступ](#)

Заявка отправляется владельцу счетчика с просьбой подтвердить доступ

- Получение доступа со стороны Метрики:

**Логин, на котором находятся кампании**, нужно назначить представителем счетчика или предоставить ему гостевой доступ.

Подробнее об уровнях доступа в соответствующем блоке.



---

06

FAQ

➤ **Можно ли в Метрике увидеть недействительные клики?**

Отдельного параметра по недействительным кликам нет, но можно ориентировать на статистику в отчетах «Директ-Сводка» и «Директ-Площадки» - здесь показываются визиты по учтенным кликам.

➤ **Имеют ли пользователи данные к данным на счетчике? Обеспечивается ли конфиденциальность данных?**

Статистика, собираемая на счетчика, доступна исключительно владельцу и тем лицам, которые получили гостевой или представительский доступ от владельца. Если к статистике на счетчике не открыт Публичный доступ, то информация третьим лицам недоступна.

Доступ третьих лиц к информации, которая собирается с использованием сервиса «Яндекс.Метрика», может быть осуществлен только в случаях, предусмотренных указанными документами, либо в случаях, предусмотренных действующем законодательством.

➤ **Зачем нужны метки?**

Метки – это стандартизированные параметры URL. Метки используются для определения источника трафика, а также для передачи дополнительной информации о визите (откуда был этот визит, с какой рекламной системы, по какому ключевому слову, и т.д.). Метки формирует клиент **самостоятельно** в зависимости от своих потребностей. В Директе и Маркете предусмотрено автоматическое формирование метки openstat (опция "внешняя интернет-статистика").



## ➤ **Что такое хит?**

Хит (просмотр) - загрузка страницы сайта при переходе посетителя на нее. К просмотрам также относятся перезагрузка страницы, обновление AJAX-сайтов, отправка данных с помощью метода hit.

## ➤ **Чем просмотр отличается от визита?**

Визит - последовательность действий одного посетителя на сайте (на одном счетчике). Визит завершен, если между действиями посетителя на сайте прошло некоторое время (тайм-аут по умолчанию 30 минут). Таким образом, визит включается в себя один и более просмотров.

## ➤ **Что такое отказ?**

Визит считается отказом, если для него одновременно выполнены следующие условия: визит длился менее 15 секунд, зафиксировано не более одного просмотра страницы, не было достигнуто ни одной цели.

## ➤ **Можно ли в Вебвизоре записывать более 1000 посещений?**

Мы считаем, что этих данных должно быть достаточно, чтобы проанализировать поведение посетителей сайта в различных срезах. Репрезентативность выборки гарантируется тем, что запись производится случайным образом равномерно в течение суток.

➤ **Сколько хранятся данные в Вебвизоре?**

Данные хранятся не более 2х недель.

➤ **Почему не воспроизводятся действия посетителей внутри Flash-областей сайта?**

Вебвизор записывает действия посетителей только в пределах HTML содержимого страницы. Взаимодействие посетителя с Flash-элементами не записывается. Тем не менее записываются движения мыши над Flash-элементами. При воспроизведении этих движений может возникнуть проблема пропадания курсора, связанная с тем, что Flash-элементы по умолчанию отображаются в браузере поверх всего содержимого страницы (включая отображаемый плеером курсор). Чтобы курсор над Flash-областями стал видимым, необходимо включить для Flash-элементов на странице режим отображения `wmode=transparent`.

➤ **Что Метрика считает прямым заходом, а что визитом с сохраненных страниц?**

*Прямые заходы* совершают посетители, набирающие адрес сайта *вручную* в адресной строке или переходящие из *закладок* браузера.

*Переходы с сохраненных страниц* означают, что переход по ссылке был осуществлен со страницы, сохраненной на компьютере локально (например, как html-файл на рабочем столе).



Яндекс

Если вы не нашли ответ на свой вопрос,  
обратитесь к менеджеру с подробным  
описанием вопроса

119021, Москва, ул. Льва Толстого, 16 тел.: +7 495 739-70-00, факс: +7  
495 739-70-70