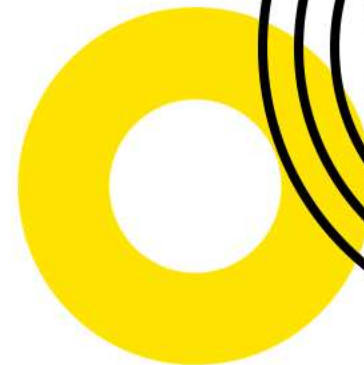




OPTI  
MIZA  
TION



ВЛАДИМИР ХАРЕВ, MAIL.RU GROUP

# **Как правильно анализировать поисковый трафик медиа?**



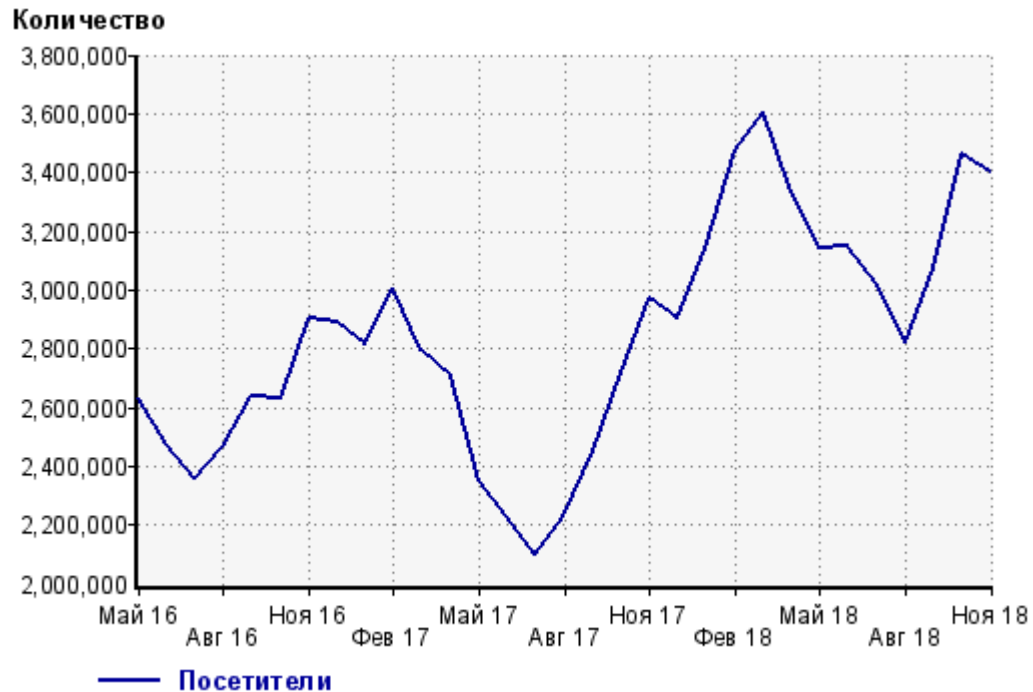
# О чем пойдет речь

- Органические источники для медиа и информационных сайтов
- Проблемы в аналитике информационных сайтов
- Каким может быть отчет для менеджеров
- Используем Google Search Console для анализа

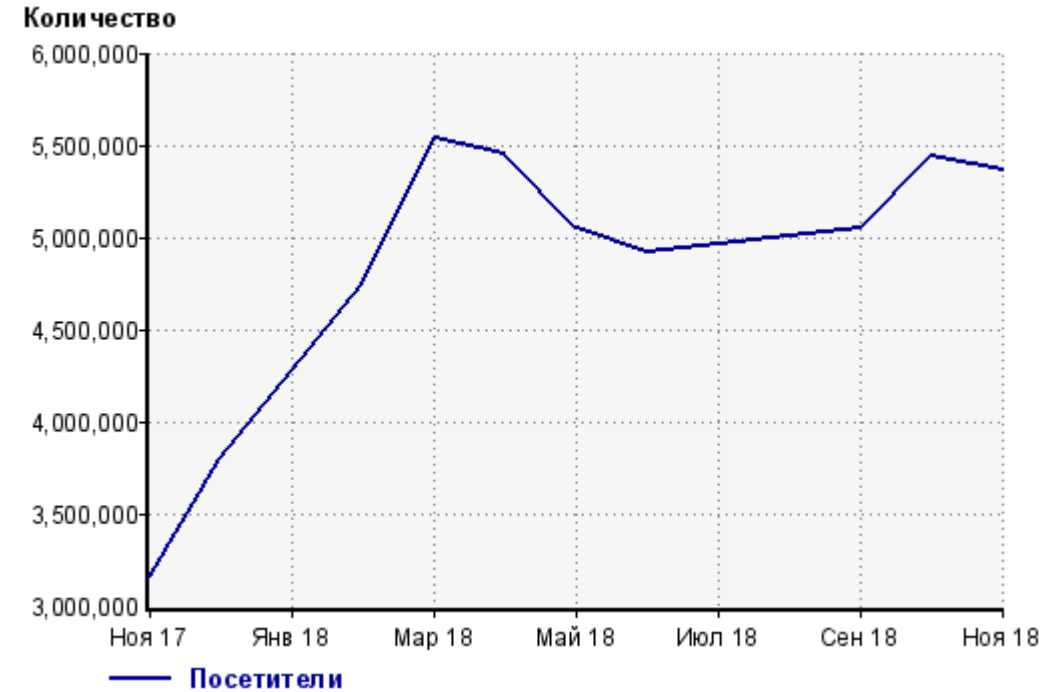
# Основные органические источники для медиа и информационных сайтов

- Поискковые системы
  - Новостные блоки в результатах поиска: Новости в Яндексе, «Главные новости» («Top Stories») в Google
  - Органический трафик
- Агрегаторы новостей: Яндекс.Новости, Google News
- Рекомендательные системы: Яндекс.Дзен, Google Discover

# Трафик на сайты категории «Новости и СМИ» по LiveInternet



Посетители с Яндекса среднесуточно



Посетители с Яндекс.Дзена среднесуточно

Источник: <https://www.liveinternet.ru/stat/ru/media/>

# Трафик на сайты категории «Новости и СМИ» по LiveInternet



Посетители с рекомендательной системы Google среднесуточно

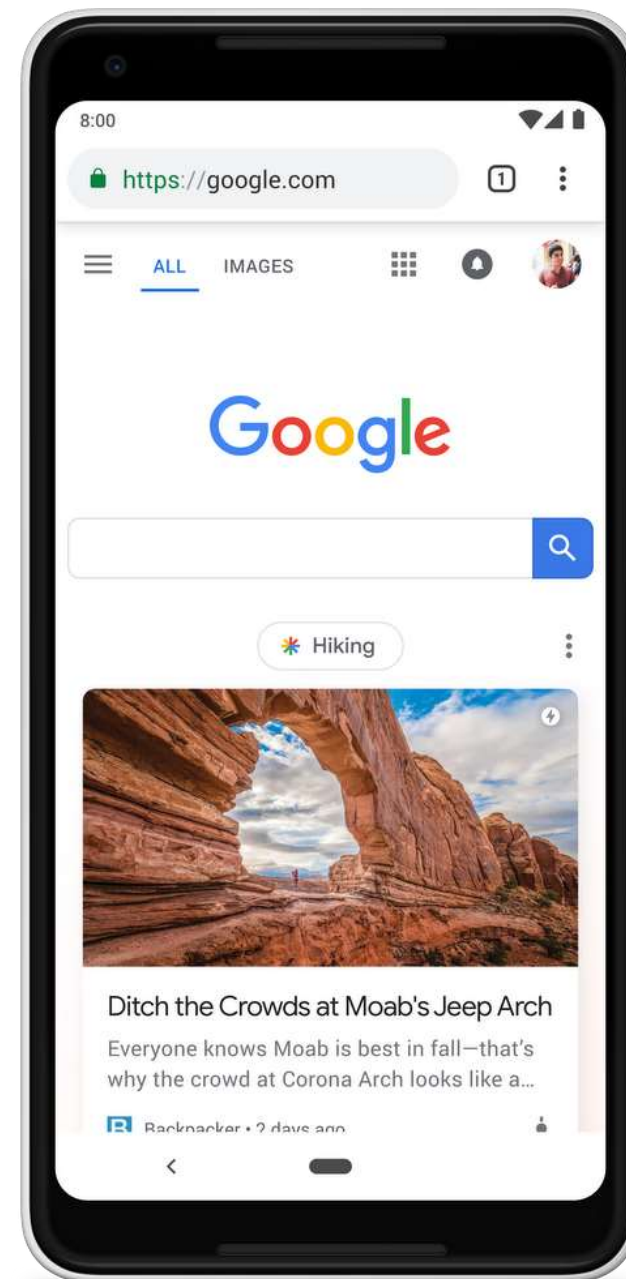
В октябре HTTP referer начал меняться с **googleapis.com** на **discover.google.com**.

Источник: <https://www.liveinternet.ru/stat/ru/media/>

# Google Discover

- До сентября 2018 – «Статьи для вас» («Articles for you»)
- Реферер – **discover.google.com** постепенно замещает старый **googleapis.com**
- Показывался в мобильном приложении Google на ОС Android, в браузере Chrome в новой вкладке
- Теперь и на главной странице <https://google.com> для мобильных

<https://9to5google.com/2018/10/27/google-discover-web-rolling-out/>



# Актуальные проблемы в аналитике СММ

- Неправильное внедрение систем аналитики
- Некорректная интерпретация отчетов (выводы)
- Часто – сочетание обоих пунктов

# Неправильное внедрение счетчиков

- Отсутствие (или другой счетчик) кода на Google AMP или Турбо-страницах Яндекса
- Разный набор (ID) счетчиков на десктопной и мобильной версии сайта
- Двойной вызов счетчиков
- Не размечен контекст и он попадает в органику
- Некорректно настроено междоменное отслеживание

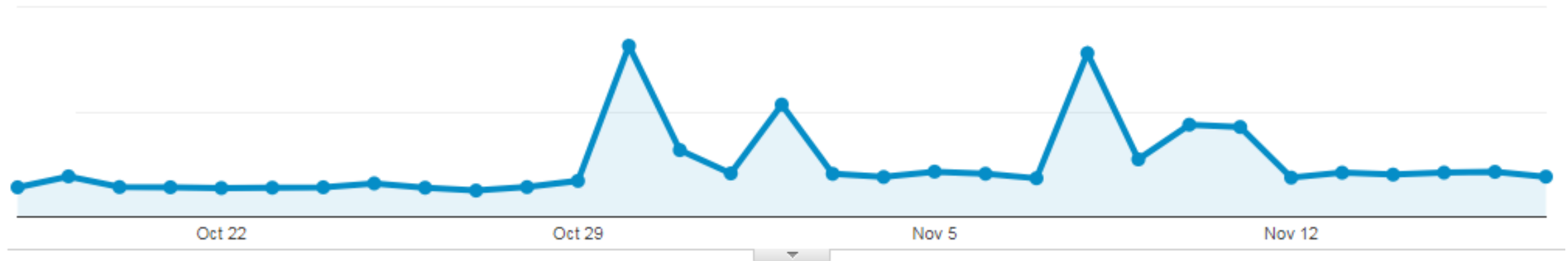


# Некорректная интерпретация отчетов — пример

Это переходы с Google (органика) на сайт СМИ по данным GA.

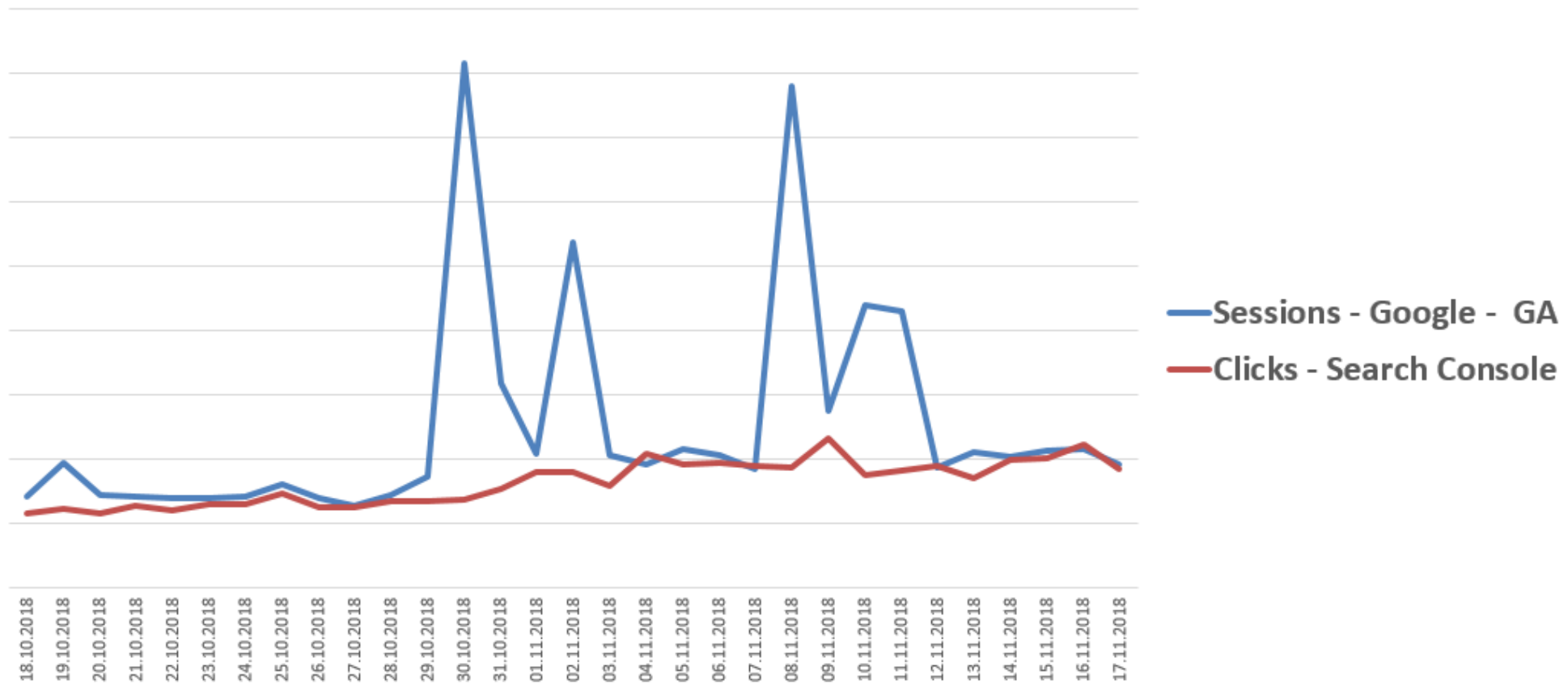
Некоторые новости собирают много трафика, все нормально же?

● Users



# Некорректная интерпретация отчетов — пример

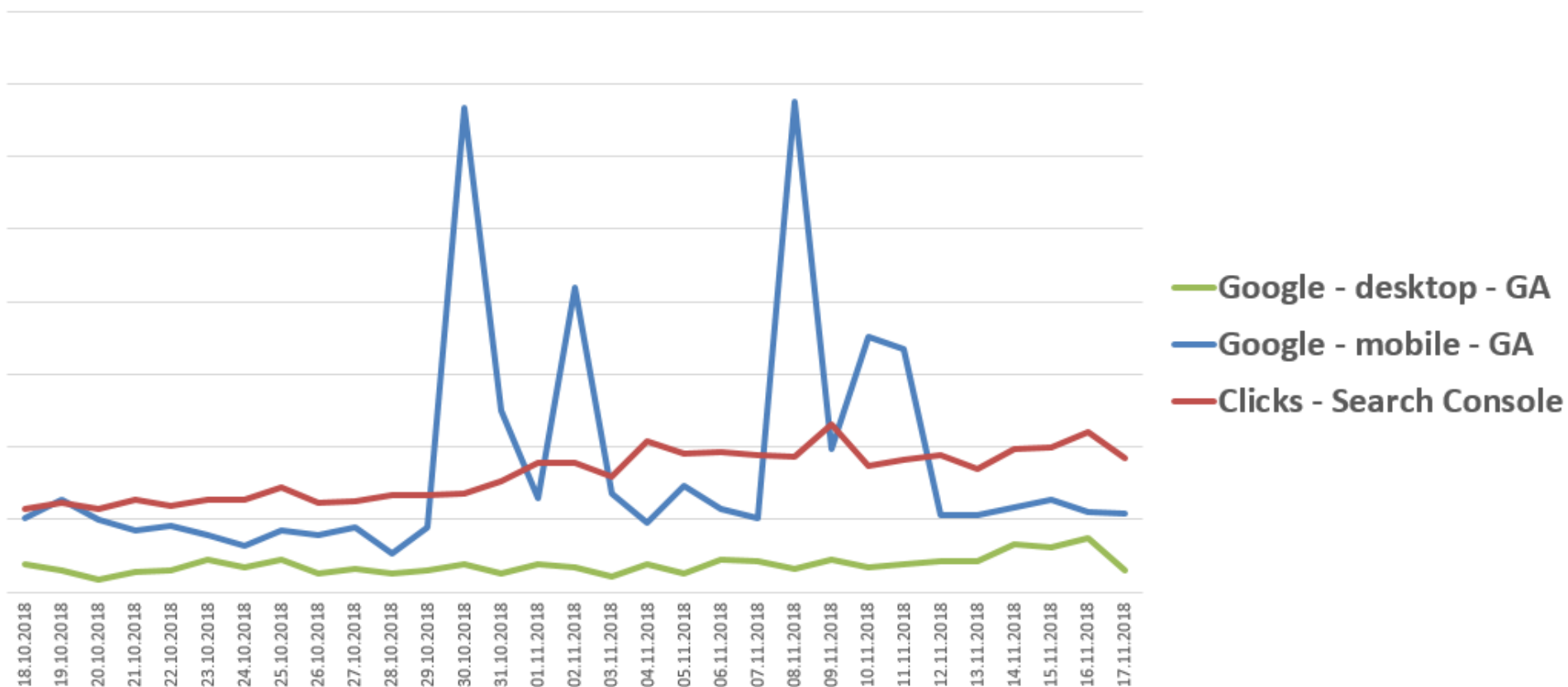
Чтобы точно убедиться в корректности данных, сравним их с кликами в Google Search Console.



# Некорректная интерпретация отчетов — пример

И сегментируем Google на десктопные и мобильные устройства.

Всплески происходят только у мобильных.



# Некоторый органический трафик с Google — совсем не поисковый

- Часть переходов с google.com (именно с .com, без других гео) – это не органика, а переходы из рекомендательной системы Google
- Это актуально для Google Analytics, Яндекс.Метрики и др. систем
- Аналогичная картина по Яндекс.Дзену (частично учитывается как обычный поисковый трафик) в LiveInternet

В августе результаты исследования по Google публиковал в блоге <https://goo.gl/VXLoLP>.

# Каким может быть отчет для менеджеров

Период - октябрь 2018					
Раздел	Переходы с Google - всего	Desktop	Mobile	vs. прошлый месяц	vs. прошлый год
/news/	402 834	161 134	241 700	39%	25%
/reviews/	323 511	184 401	139 110	37%	31%
/stars/	289 348	173 609	115 739	8%	67%
/cards/	237 132	78 254	158 878	12%	9%
/story/	133 997	66 999	66 999	24%	-10%
/org/	32 708	9 485	23 223	2%	-30%

- По API систем аналитики забираем данные и строим отчеты по разделам
- Далее анализируем каждый раздел. Часть данных (показы, позиции) доступны только в панелях вебмастеров

# Анализ раздела в Google Search Console

Добавляем фильтр по маске URL, выбираем сравнение десктопных и мобильных устройств.

The screenshot shows the Google Search Console Performance report interface. At the top, there are filters for 'Search type: Web' and 'Date: Last 3 months'. A dropdown menu is open, showing options like 'Query...', 'Page...', 'Country...', 'Device...', and 'Search appearance...'. Below this, there are two filter panels: 'Page' and 'Device'. The 'Page' filter is set to 'URLs containing' with the value '/news/'. The 'Device' filter is set to 'Mobile' vs. 'Desktop'. Both filter panels have 'FILTER' and 'COMPARE' buttons. At the bottom of each panel, there are 'CANCEL' and 'APPLY' buttons.

# Анализ раздела в Google Search Console

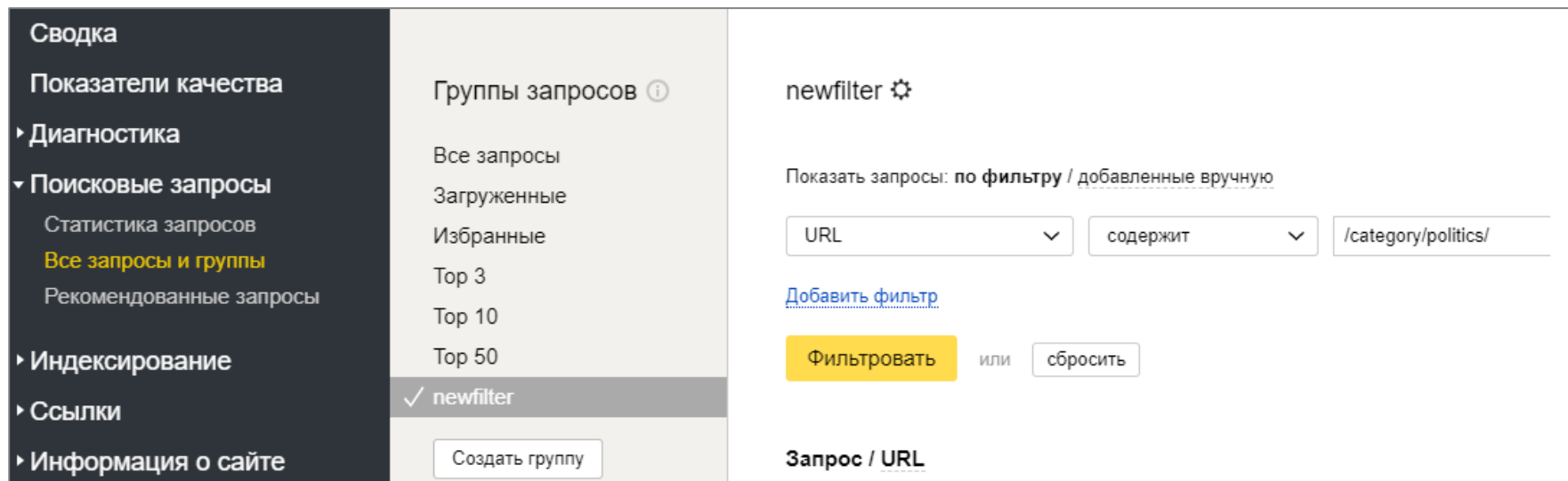
Можно сравнить, к примеру, клики по страницам в десктопной и мобильной выдаче, показы, среднюю позицию, CTR.

Page	Mobile Clicks	↓ Desktop Clicks	Mobile CTR	Desktop CTR	Mobile Position	Desktop Position
h u,	9,435	8,014	0.3%	0.5%	2.7	5.4
h u,	7,790	5,267	11%	10.1%	4.6	10.5
h u, n ki	846	2,739	7.4%	19.5%	5.2	9.8
h u, c e:	16,941	2,351	27.2%	25.1%	1.8	1.7

Переключившись со страниц на запросы, можно анализировать выдачу по конкретным запросам и появление, к примеру, featured snippets/иных блоков в выдаче, влияющих на CTR вашего сайта.

# Как в Яндекс.Вебмастере?

Для статистики по показам/кликам в динамике, нужно заранее создать группу по маске URL.



Сводка

Показатели качества

▸ Диагностика

▾ Поисковые запросы

Статистика запросов

Все запросы и группы

Рекомендованные запросы

▸ Индексирование

▸ Ссылки

▸ Информация о сайте

Группы запросов ⓘ

Все запросы

Загруженные

Избранные

Топ 3

Топ 10

Топ 50

✓ newfilter

Создать группу

newfilter ⚙

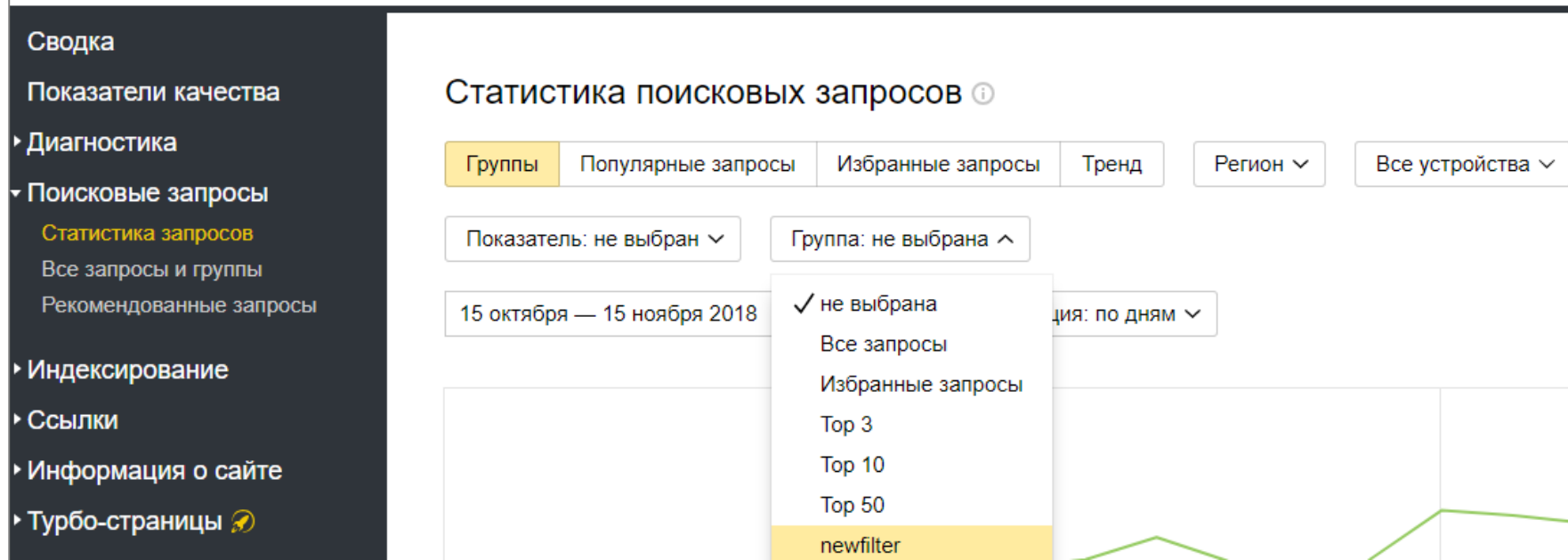
Показать запросы: по фильтру / добавленные вручную

URL  содержит  /category/politics/

[Добавить фильтр](#)

Фильтровать или сбросить

Запрос / URL



Сводка

Показатели качества

▸ Диагностика

▾ Поисковые запросы

Статистика запросов

Все запросы и группы

Рекомендованные запросы

▸ Индексирование

▸ Ссылки

▸ Информация о сайте

▸ Турбо-страницы 🚀

Статистика поисковых запросов ⓘ

Группы Популярные запросы Избранные запросы Тренд

Регион

Все устройства

Показатель: не выбран

Группа: не выбрана

15 октября — 15 ноября 2018

Период: по дням

не выбрана

Все запросы

Избранные запросы

Топ 3

Топ 10

Топ 50

newfilter



# Резюмируем

- Убедитесь в «чистоте» данных: сравнивайте переходы по счетчикам с панелями вебмастеров. Разница >5-10% — повод насторожиться
- Используйте данные, недоступные в системах веб-аналитики, из Яндекс.Вебмастера и Google Search Console
- Сегментируйте (география, демография, типы устройств, типы точек входа и конкретные страницы)

# Спасибо! Вопросы?

**Владимир Харев**

Руководитель поисковой оптимизации медиапроектов

[v.kharev@corp.mail.ru](mailto:v.kharev@corp.mail.ru)

@ mail.ru  
group

