## Лекція 6. Системи статистики та аналітики сайту

### План

* + 1. Системи статистики та їх класифікація
		2. Аналіз сайту
		3. Методи швидкого аналізу сайту за основними показниками
		4. Мета теги і заголовки
		5. Зовнішня посилальна маса сайту
		6. Оцінка наданої інформації

### Системи статистики та їх класифікація

***Системи збору статистики*** – це набір скриптів і онлайн-механізмів, які виконуються на стороні стороннього сервера (провайдера послуги) з метою збору, аналізу та структурованої подачі даних про відвідуваність, демографіїю та технічні характеристики відвідувача деякого сайту.

#### Найбільш поширені системи збору статистики:

 Google Analytics (GA) (колишній Urchin Tracker).

 Liveinternet (найстаріша російська система збору статистики).

Інші системи не розглядаємо – механізми в усіх майже ідентичні

#### Класифікація систем аналітики і статистики відповідно з завданнями:

 рейтингові (Rambler TOP 100, Mail.Ru)

 уніфіковані (багатопрофільні ЯМетрика, GA, Livinternet)

 спеціальні і платні (SpyLog, HotLog; за рахунок малої поширеності дозволють ефективно приховувати статистику від конкурентів).

#### Основні пункти статистики по типу:

 технічні характеристики;

 характеристики користувачів;

 характеристики навігації.

#### Основні розділи статистики (для всіх систем єдині):

 аудиторія;

 навігація (вхід-вихід-мета);

 відвідувачі та їх джерела (звідки, по яким словосполученням-посиланням тощо);

 контекстна реклама (як джерело відвідувачів);

 географія аудиторії;

 технічна частина аудиторії (браузер, монітор, операційна система тощо).

SEO-фахівцю найбільше потрібні: джерела відвідувачів та навігація. Іноді, для уточнення або коригування компанії просування, використовується географія і технічна частина звітів.

#### Рейтинги:

 найшвидша аналітика, найшвидші звіти, плоскі графікі – Liveinternet.ru;

 найбільш розширена статистика, безліч шарів і цілей, онлайн моніторінг – Google Analytics;

 швидкі графіки і звіти, барвиста статистика (яку люблять клієнти), хороший аналіз дій відвідувача (цільового) через Вебвізор (візуально) – Яндекс Метрика.

Програми та сервіси для збору позицій в пошуку семантичного ядра, трафіку і інших характеристик розкривають просування.

#### Програми-сервіси для аналізу трафіку:

 ru.semrush.com (сервіс платний);

 seopult.ru, megaindex.ru (сервіс безкоштовний);

 [http://seobudget.ru/;](http://seobudget.ru/%3B)

 seranking.ru;

 Rush Analitics.

#### Програми-сервіси для аналізу позицій ключових фраз, аналізу конкурентів:

 CS Yazzle (софт платний);

 Site Auditor (софт безкоштовний);

 [www.site-control.ru](http://www.site-control.ru/) (вебсофт-платно);

 seobudget.ru (онлайн сервіс платно);

 KeyCollector (софт платний);

 seranking.ru;

 Rush Analitics.

### Аналіз сайту

***Аналіз сайту*** – одна з основоположних процедур при пошуковій оптимізації сайту. Звіт від такого дослідження, повинен стати фундаментом для складання плану робіт по пошуковій оптимізації і допомогти зрозуміти обсяг необхідних дій.

Аналіз сайту конкурента, може дати корисні відомості про особливості просування сайту в визначених тематиках, джерелах тематичних посилань і поповнити ваше ядро пошукових запитів.

### Методи швидкого аналізу сайту за основними показниками

#### Індексація

У першу чергу необхідно визначити, чи знають пошукові системи про цей сайт і яка кількість сторінок сайту потрапила в пошуковій індекс.

Для цього використовується мова пошукових запитів, а саме команда site:

<адреса сайту>. Післятого, як у рядку пошуку пошукової системи було задано цю команду команду, буде відображено всі сторінки сайту проіндексовані цією пошуковою системою.

Необхідно впевнитися, що всі сторінки сайту, які заплановано просувати в пошукових системах, присутні в індексі ПС. Якщо ж потрібна сторінка не присутня в пошуковому індексі, насамперед слід перевірити наступні чинники:  ця сторінка (або каталог, який містить сторінку) не заборонена в файлі

robots.txt;

 чи розташований на сторінці унікальний контент або він скопійований з інших джерел (постарайтеся наповнювати сторінки тільки унікальним вмістом);

 чи можливо потрапити на цю сторінку по внутрішнім посиланням сайту (навігації).

Якщо перераховані фактори в нормі але сторінки нема в індексі, постарайтеся попрацювати над її якістю і релевантністю:

 пропишіть для цієї сторінки унікальні мета-теги <title>, <description> і унікальні заголовки <h1>, <h2>, які містять необхідні ключові слова;

 збільшіть кількість унікального текстового наповнення;

 постарайтеся збільшити зовнішню посилальну популярність сторінки, опублікуйте посилання на цю сторінку в блозі, стрічці новин або соціальній мережі.

### Мета теги і заголовки

Перевірте на кожній сторінці, яка просувається, наявність мета-тегів

<title>, <description> і заголовків <h1>, <h2>. Переконайтеся що в цих тегах немає сухого перерахування ключових слів через кому.

Зверніть особливу увагу на сторінки, які автоматично створені за шаблоном, наприклад, сторінки каталогу товарів або фотоальбоми, – кожен окремий елемент каталогу повинен мати унікальні мета-теги і заголовок. Прагніть до того, щоб кожна сторінка вашого сайту мала унікальні мета-теги і заголовки.

### Зовнішня посилальна маса сайту

Скористайтеся інструментами для визначення посилальної популярності сайту взагалі та найбільш важливих сторінок зокрема.

Детально вивчіть джерела зовнішніх посилань сайту і причини їх виникнення на сторонніх ресурсах, це допоможе більш якісно спланувати роботи з нарощування посилальної маси.

Якщо ви оптимізуєте новий сайт, на який не посилаються сторонні ресурси, досліджуйте сайти конкурентів і лідерів вашої галузі.

#### Регіон і контактна інформація

Якщо ви займаєтеся наданням послуг або продажем товарів і залежні від регіону в якому працюєте, обов'язково перевірте наявність ваших контактних даних по цьому регіону на сайті.

Хорошим рішенням у цьому випадку буде розташувати сайт у регіональному домені наприклад такому як <назва>.<регіон>.ua

### Оцінка наданої інформації

***Пошукова оптимізація*** – це інструмент залучення відвідувачів сайту, але варто пам'ятати, що використовується він в основному для збільшення продажів.

Внаслідок цього, важливу роль при роботі фахівця з пошукової оптимізації займає якість наданої інформації сайту і можливість сайту в цілому перетворити відвідувача в клієнта.

Про поліпшення "продажів" сайту можна говорити дуже багато, і найчастіше це дуже індивідуальне питання для кожної тематики. Але є кілька базових порад, які допоможуть відвідувачу зробити замовлення простіше і швидше.

 Постарайтеся розміщувати контактні дані на сайті таким чином, щоб вони завжди знаходилися в полі зору відвідувача (але не будьте занадто наполегливі).

 Пишіть грамотні, змістовні але не занадто довгі заголовки для кожної сторінки. Це допоможе відвідувачам швидше зрозуміти зміст вашого сайту.

 Використовуйте в заголовках і текстах популярні формулювання і терміни.

Але не використовуйте занадто багато вузькопрофільного сленгу.

 Якщо це дозволяє модель вашого бізнесу, створіть на сайті форму он-лайн замовлення або форму зворотного зв’язку.

*Додаткова інформація*:

Більше сервісів для аналізу <https://goo.gl/Q54Wgy>

105 сервісів для SEO-фахівців <https://goo.gl/mjbgV9>