

Веб-аналитика для бизнеса

Программа курса

1

Введение в веб-аналитику

1. Что такое веб-аналитика и чем поможет бизнесу.
2. Принципы работы систем веб-аналитики.
3. Построение веб-аналитической модели.
4. Cookie-файлы в веб-аналитике.
5. Способы сбора информации о посетителях.
6. Точность данных и статистические погрешности.
7. Что такое веб-сервер, клиент-сервер. Технологии: HTML, CSS, PHP, JS, IP, DNS.
8. Hosting, Server, Client, GET, POST, HTTP, FTP, CMS, БД.

2

Цели, задачи, KPI

1. Определение KPI в веб-аналитике.
2. Что такое DPP, ROI, CPC, CPM, CPO, CPA, конверсия, CTR.
3. Расчет основных финансовых показателей.
4. Макро- и микро-конверсии.
5. Уровни оптимизации кампании.
6. Отслеживание действий на странице сайта.
7. Маркировка рекламных кампаний.
8. Воронка-продаж. Анализ: показы, клики, конверсии, продажи.

3

Мониторинг бизнес-процессов на сайте и администрирование Google Analytics

1. Настройка аккаунта, ресурса и представлений GA.
2. Настойка целей и их ценности в GA.
3. Фильтры, настройка и применение в GA.
4. События и виртуальные страницы в Google Analytics.
5. Типы соответствия выражений.
6. Регулярные выражения.
7. Электронная торговля.
8. Установка кодов отслеживания.
9. Коллтрекинг: что это, как работает.

4

Интерфейс и администрирование Google Analytics

1. Знакомство с интерфейсом Google Analytics.
2. Отличия, преимущества и недостатки GA.
3. Ограничения, имеющиеся в GA.
4. Отчеты группы Аудитория, Поведение, Конверсии, Источник трафика.
5. Отчеты в режиме реального времени.
6. Персонализированные отчеты.
7. Сегментирование данных. Расширенные сегменты.
8. Сводки и оповещения в GA.

5

Анализ данных

1. Методики анализа источников трафика.
2. Настройка расширенных сегментов в GA.
3. Различные подходы к анализу данных.
4. Анализ данных в динамике.
5. Способы сравнения данных.
6. Поиск закономерностей и зависимостей, определение сезонности.
7. Формирование выводов.
8. Атрибуционный анализ данных, когортный анализ для оценки рекламных кампаний.
9. ABC-анализ, XYZ-анализ, RFM-анализ и FMR-анализ.

3

Мониторинг бизнес-процессов на сайте и администрирование Google Analytics

4

Интерфейс и администрирование Google Analytics

2

Цели, задачи, KPI

1

Введение в веб-аналитику

8

Google Tag Manager

6

Электронная торговля

1. Расширенная электронная торговля: задачи, преимущества.
2. Настройка электронной торговли.
3. Настройка расширенной электронной торговли в Google Analytics и Яндекс.Метрика.
4. Техническое задание для разработчиков по установке электронной торговли.
5. Отличия и преимущества расширенной электронной торговли от обычной.
6. Проблемы и ошибки при установке обычной и расширенной торговли.





7 Продвинутое настройки аналитических систем

1. Загрузка расходов, доходов. Анализ данных.
2. Импорт данных.
3. Пользовательские параметры и показатели.
4. Отслеживание офлайн-конверсий.
5. Интеграция данных онлайн и офлайн.
6. Сквозная аналитика, сложная интеграция различных систем.
7. Многоканальные последовательности и атрибуция конверсии.
8. Передача ClientID в custom dimension.
9. Колтрекинг: как интегрировать с системами аналитики.

8 Google Tag Manager

1. Знакомство с контейнером GTM.
2. Разбор интерфейса GTM.
3. Настройка тегов основных систем.
4. Настройка отслеживания взаимодействия с сайтом.
5. ТЗ по настройке различных систем и действий.
6. ТЗ по настройке расширенной электронной торговли через GTM.
7. Углубленные настройки GTM.
8. DataLayer и ошибки при работе с ним.
9. Отправка событий и переменных в dataLayer.
10. Отслеживание JS ошибок.
11. Отслеживание 404 ошибок.
12. Установка пикселей рекламных систем и партнерок через GTM.
13. Лучшая практика использования GTM.
14. Ремаркетинг и динамический ремаркетинг в разных системах.
15. Установки пикселей.

9 Яндекс.Метрика

1. Слабые и сильные стороны системы.
2. Анализ сценариев и настройка целей для разных задач.
3. Отчеты и работа с виджетами.
4. Отслеживание звонков в Яндекс.Метрика.
5. Анализ трафика (тонкие настройки).
6. Карта кликов.
7. Вебвизор (аналитика форм, карта скроллинга).
8. Когортный анализ.

12 Экзамен

1. Сертификация Google Analytics.
2. Экзамен в Unibrains (РЭУ им. Г.В. Плеханова).

11 Визуализация данных

1. Что такое API Google Analytics.
2. Как и чем к API подключиться.
3. Как быстро и бесплатно создать отчеты на данных из API.
4. Методики визуализации данных.
5. Основные подходы в визуализации данных через Google Analytics add-on sheets.
6. Основы работы в Google Data Studio и построение базовых отчетов.
7. Практические задачи и решение бизнес-кейсов.

10 Юзабилити и конверсионная оптимизация

1. Что такое юзабилити сайта?
2. Юзабилити сайтов услуг, интернет-магазинов, порталов.
3. Влияние цвета на конверсию.
4. Психология поведения пользователей.
5. Разработка персонажей.
6. Конверсионная оптимизация.
7. Инструменты, повышающие конверсию сайта.
8. Поиски способов повышения конверсии.
9. A/A-, A/B- и MVT-тестирование.
10. Достоверность и статистическая значимость проводимых тестов.