

Яндекс.Метрика: трафикогенерация из соцсетей в Украине

По данным сервиса Яндекс.Метрика, ноябрь 2013 года

Яндекс

Яндекс.Метрика (metrika.yandex.ua) — это бесплатный интернет-счётчик. Владельцы сайтов используют его для оценки посещаемости своих сайтов, анализа поведения посетителей и эффективности рекламных усилий. Счётчики Яндекс.Метрики устанавливаются на страницах сайта и регистрируют каждое посещение.

Проанализировав обезличенные данные со всех счётчиков, установленных на разных сайтах, можно собрать разнообразную техническую информацию о пользователях интернета. Например, выяснить, из каких соцсетей украинские пользователи чаще всего переходят на сайты и в какое время суток и недели они это делают.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Переходы из соцсетей в целом по стране
2. Переходы по регионам
3. Переходы по дням недели и времени суток
4. Переходы с мобильных устройств

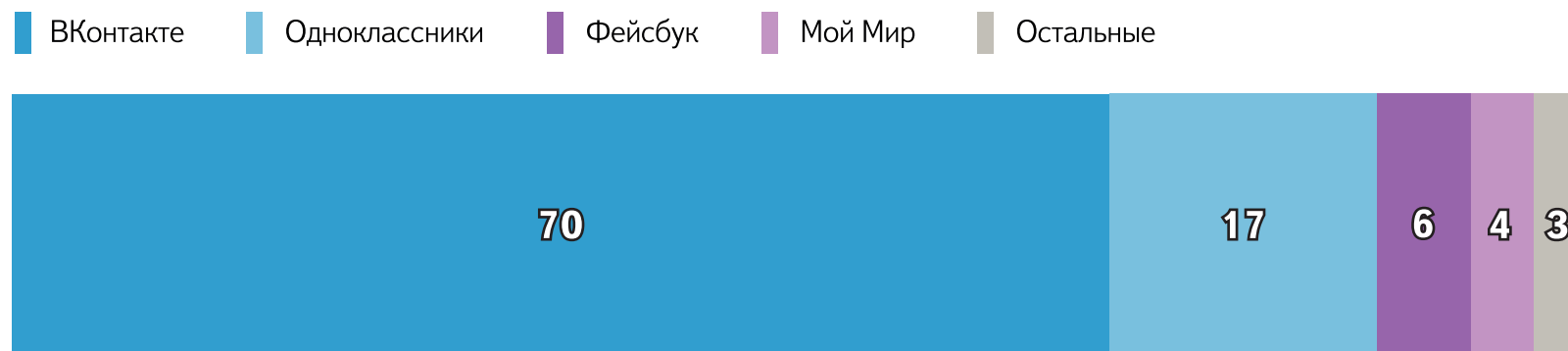
ВВЕДЕНИЕ

По данным Яндекс.Метрики, украинские пользователи заходят на сайты напрямую, то есть из закладок или с помощью адресной строки браузера, лишь в одном случае из трёх¹. В остальных случаях они переходят на сайты по ссылкам: с поисковиков, других сайтов, рекламы, из писем. Примерно в 4 % случаев посещения начинаются по ссылкам из социальных сетей. На основе статистики переходов можно говорить об относительной популярности разных соцсетей у пользователей.

1. ПЕРЕХОДЫ ИЗ СОЦСЕТЕЙ В ЦЕЛОМ ПО СТРАНЕ

Основную часть трафика из соцсетей дают четыре самые популярные: ВКонтакте, Одноклассники, Фейсбук и Мой Мир. Причем явный лидер (70 % переходов) — ВКонтакте. На фоне первой четверки менее популярные соцсети почти незаметны: Твиттер (1,1 %), LiveJournal (0,9 %) и Google+ (0,14 %). До сих пор приходят пользователи и из Connect.ua, правда, совсем редко — она дает лишь 0,08 % посещений.

ПЕРЕХОДЫ УКРАИНСКИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИЗ СОЦСЕТЕЙ, ОКТЯБРЬ 2013, %



По данным Яндекс.Метрики

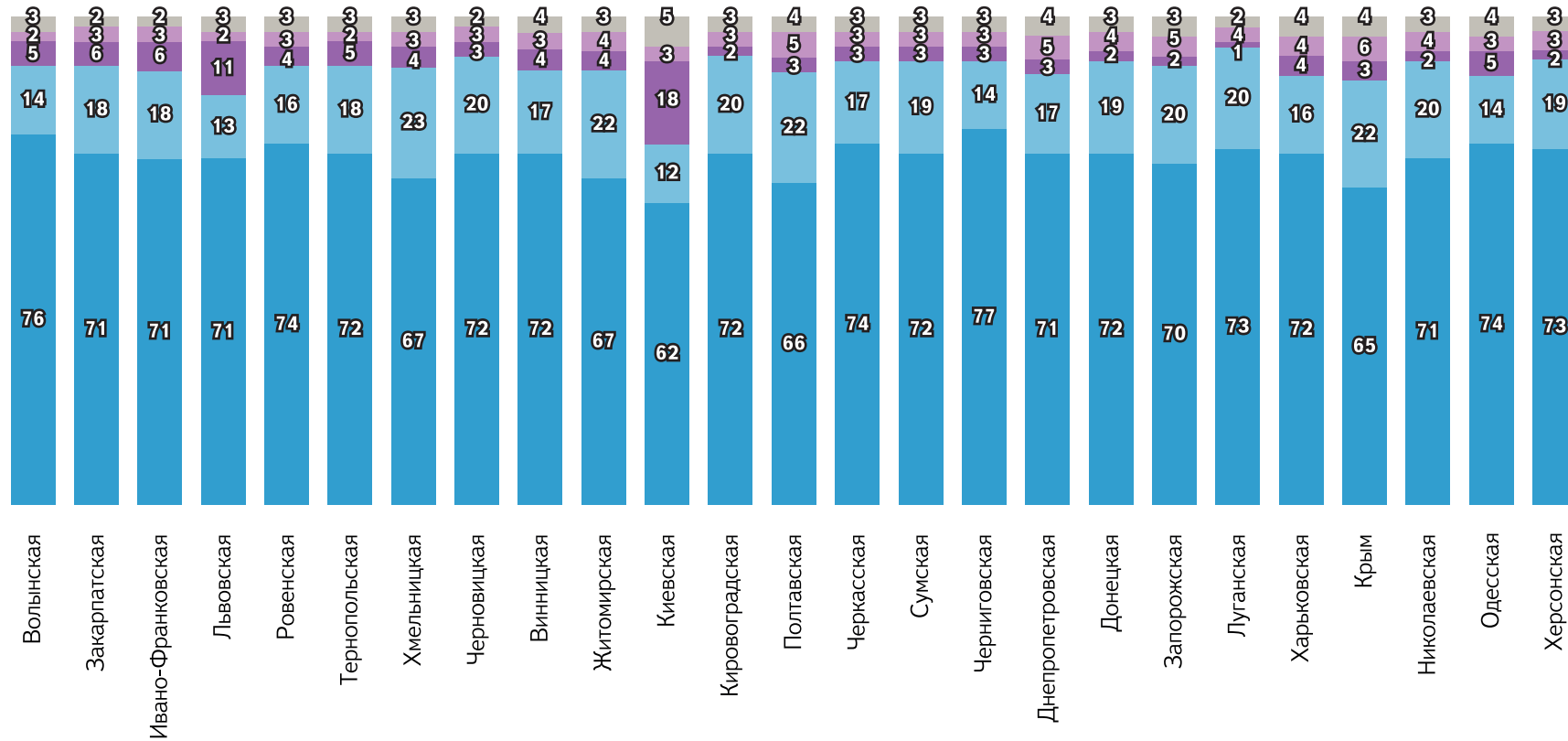
¹ Учитывались переходы украинских пользователей интернета на сайты, на которых установлен счетчик Яндекс.Метрики. Под переходом или визитом на сайт подразумевается сессия, включающая один и более просмотров страницы. Сессия прекращается спустя 30 минут отсутствия активности.

2. ПЕРЕХОДЫ ПО РЕГИОНАМ

Хотя во всех регионах страны большинство пользователей соцсетей выбирает ВКонтакте, относительная популярность разных сервисов всё-таки немного различается. Самая высокая доля визитов из ВКонтакте — на самом севере страны, в Черниговской области (77 %), а самая низкая — в Киевской (62 %) и «на крайнем юге», в Крыму (65 %). По доле визитов из Одноклассников лидирует Хмельницкая область (23 %), а из Фейсбука — Киевская, включая сам Киев (18 %).

Киевская область стала единственной в стране, где Фейсбук по трафикогенерации обошел Одноклассники. Сравнительно высока доля переходов из Фейсбука и во Львовской области (11 %). В остальных областях на долю трафика из этой соцсети приходится 2-4 %, редко 5-6 %.

ПЕРЕХОДЫ ИЗ СОЦСЕТЕЙ В РЕГИОНАХ УКРАИНЫ, ОКТЯБРЬ 2013, %



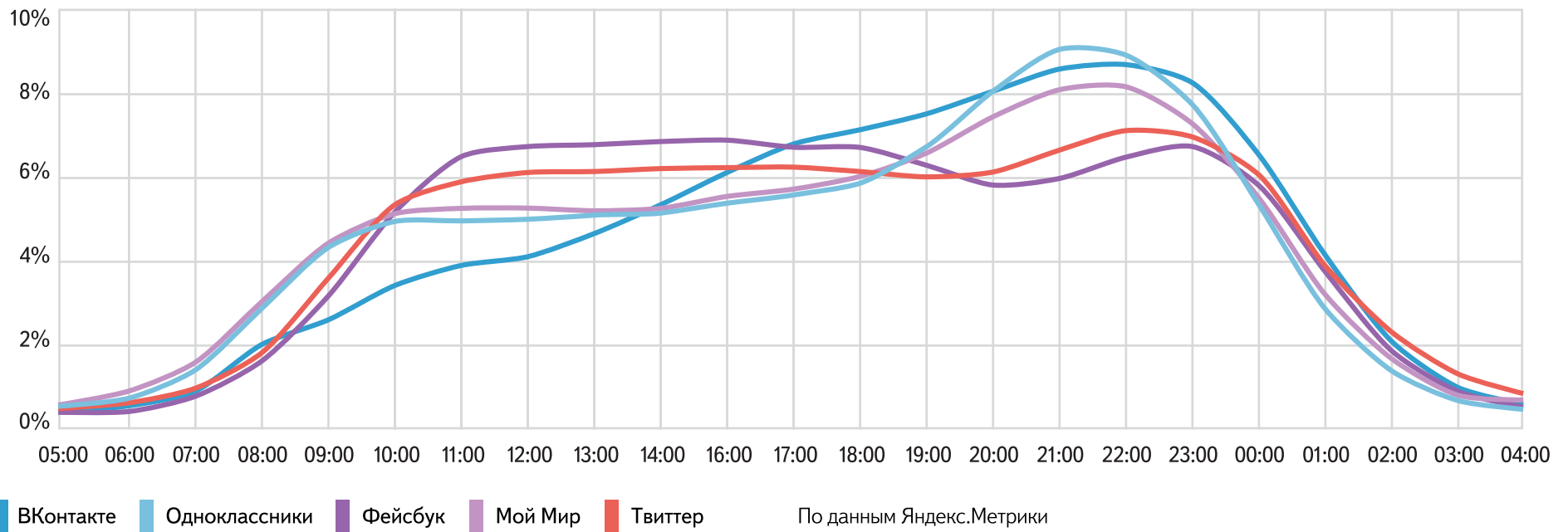
По данным Яндекс.Метрики

3. ПЕРЕХОДЫ ПО ДНЯМ НЕДЕЛИ И ВРЕМЕНИ СУТОК

Аудитория разных соцсетей активна в разное время. Так, трафик из ВКонтакте растет в течение дня, по мере того, как у школьников и студентов, которые составляют заметную часть аудитории ВКонтакте, заканчивается учёба. Пик переходов из более «взрослых» Одноклассников и Моего Мира приходится на вечер, а точнее, на период с 19 до 23 часов. А вот из Фейсбука и Твиттера на протяжении дня приходят равномерно.

ПЕРЕХОДЫ УКРАИНСКИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИЗ СОЦСЕТЕЙ В ТЕЧЕНИЕ РАБОЧЕГО ДНЯ, ОКТЯБРЬ 2013

Доля переходов за час от всех переходов из соцсети за сутки

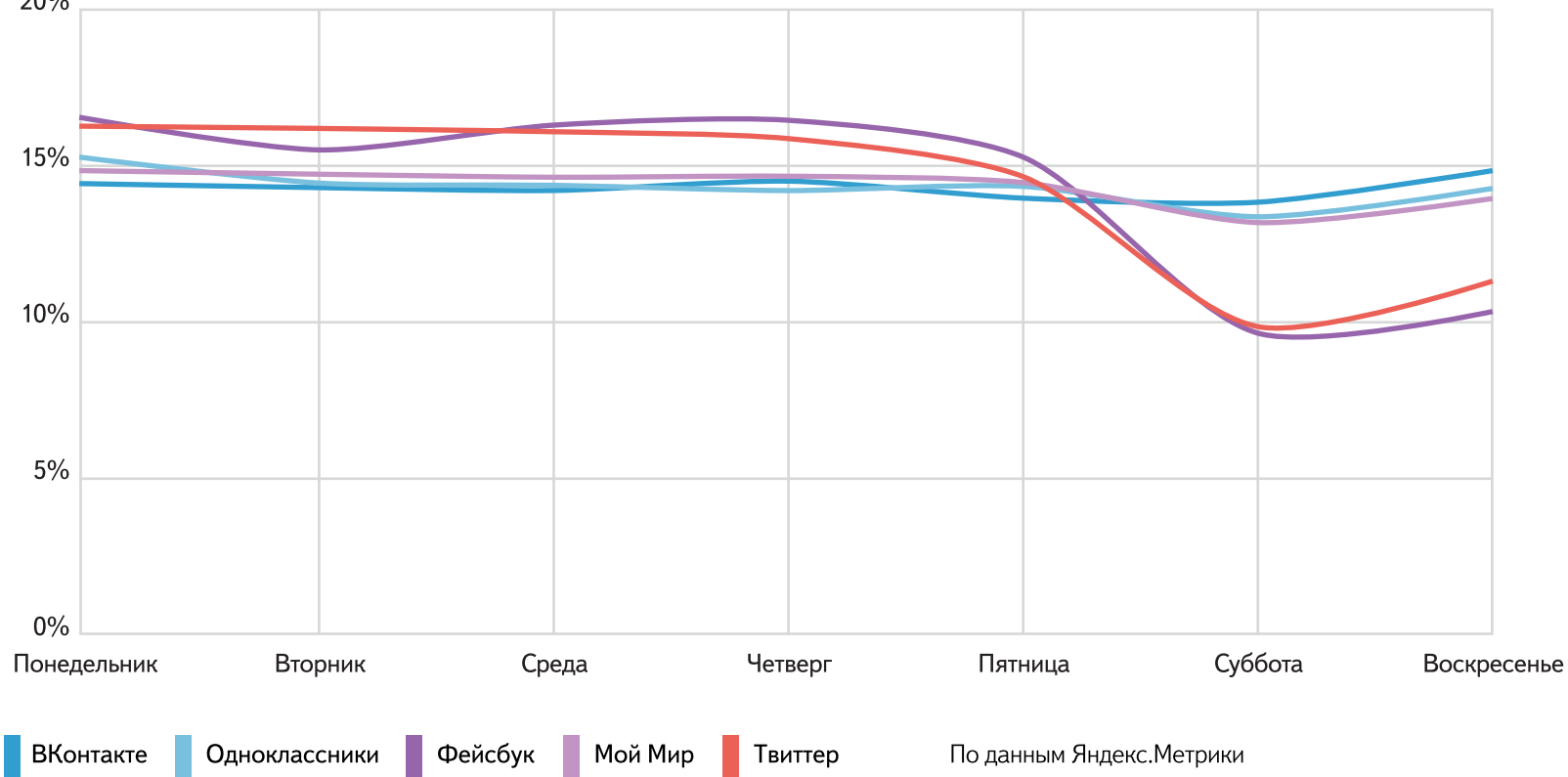


По данным Яндекс.Метрики

Число переходов из российских соцсетей практически не зависит от дня недели, в то время как количество визитов из Твиттера и Фейсбука по выходным падает примерно на 35 процентов.

ПЕРЕХОДЫ УКРАИНСКИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИЗ СОЦСЕТЕЙ В ТЕЧЕНИЕ НЕДЕЛИ, ОКТЯБРЬ 2013

Доля переходов за день от всех переходов из соцсети за неделю
20%

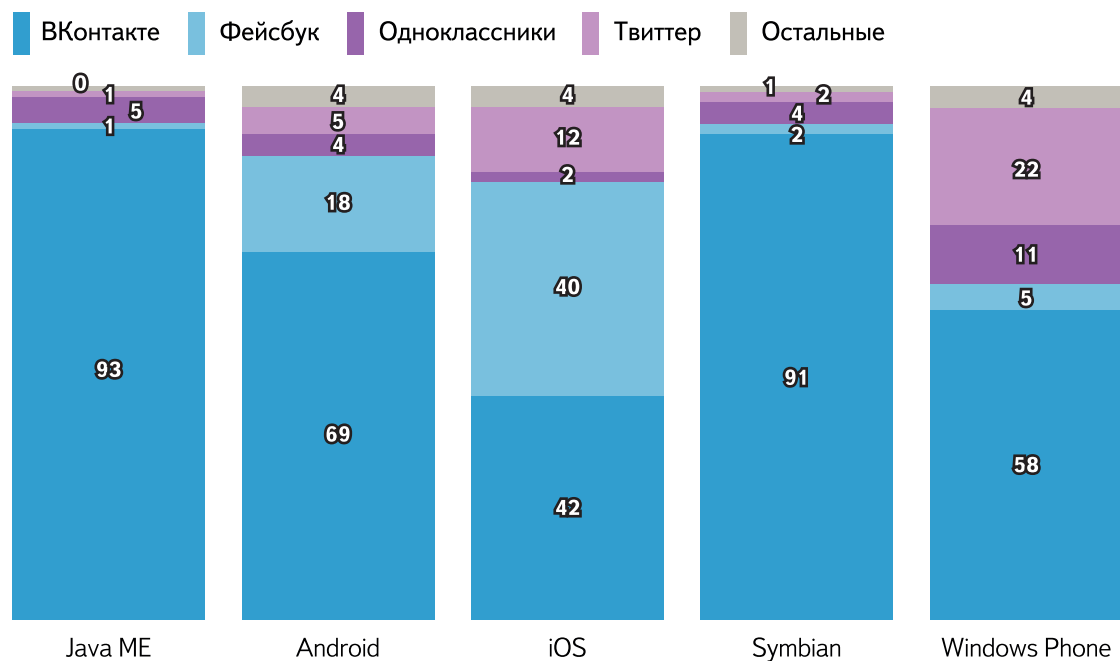


По данным Яндекс.Метрики

4. ПЕРЕХОДЫ С МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

Почти 7 процентов всех переходов из соцсетей на сайты совершают пользователи мобильных устройств. Распределение переходов из соцсетей сильно отличается от платформы к платформе.

ПЕРЕХОДЫ УКРАИНСКИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИЗ СОЦСЕТЕЙ ПО МОБИЛЬНЫМ ПЛАТФОРМАМ, ОКТЯБРЬ 2013, %



По данным Яндекс.Метрики

metrika.yandex.ua

