{Конфиденциально}

Суммарная посещаемость – 2765, из которых 2729 – новые посетители (98%)



Динамика посещении в течение года – рост с середины февраля до конца сентября, основной всплеск поискового трафика приходятся на период с мая по середину августа

Источники трафика:

* Переходы из поисковых систем - 32,1 %
* Прямые заходы - 23,3 %
* Переходы по рекламе - 21,9 %
* Переходы из социальных сетей - 10,5 %
* Переходы по ссылкам на сайтах - 7,84 %
* Остальные - 4,41 %

Отказы – не более 20%

Глубина просмотра – 2,14 страницы

Среднее время – 2,03 мин

Возраст

* 25‑34 года - 54,9 %
* 18‑24 года - 27,9 %
* 45 лет и старше - 8,24 %
* 35‑44 года - 6,23 %
* младше 18 лет - 2,71 %

Устроиства

* ПК - 63,5 %
* Смартфоны - 30,4 %
* Планшеты - 6,1 %

Конверсия (заявка с сайта) формы – 1%

Конверсия в звонок (pozvonim.com) - нет данных

Соотношение мужского и женского трафика – 37% муж / 63% жен

Трафик по фразам: до 80% трафика приходится на «брендовые запросы» ({Конфиденциально}), 20% - поисковые (свадьба в шатре, ресторан шатер, шатер на свадьбу, …)

# Удобство сайта

Наиболее высокие отказы отмечены на устройствах с шириной экрана 320 и 1280 px – следует оптимизировать элементы для этих разрешений, до формы заявки прокручивают редко – останавливаются на этапе «фотосессия».

Обращают внимание на «ВНИМАНИЕ» Новые условия аренды – но ничего не находят, т.к. надо звонить по телефону – либо наполнить информацией, либо убрать!

8,79 % посетителей заходят с браузеров семейства Internet Explorer начиная с 8ой версии и заканчивая 10ой – отказы с этих браузеров достигают 93%

# Рекомендации

1. Увязать конверсии метрики с сервисом pozvonim.com для наиболее полной аналитики, либо необходим дополнительный отчёт по заявкам и звонкам из системы pozvonim
2. Оптимизировать контент для разрешении экранов 320 и 1280 px, на первом экране пользователя должно отображаться ваше предложение – для указанных разрешений этого не видно
3. Добавить цель – отправка презентации с возможностью отправки на Email пользователя
4. Необходим раздел «условия и стоимость», будет самым посещаемым разделом
5. На страницах фотогалереи добавить модуль - форму заявки
6. Связать метрику и яндекс.директ
7. Оптимизировать рекламную кампанию Яндекс Директ – много мусорных (нецелевых) запросов