

UTM метки в деталях

практическое руководство

О чем эта книга?

От эффективности работы рекламной кампании напрямую зависит прибыль Вашей организации. Оценить насколько эффективно работает тот или иной рекламный канал можно несколькими способами. Наиболее простой и популярный способ использование UTM меток.

Вспоминая свой путь в интернет-маркетинге, который начался в 2013 году, я помню, что одним из основных камней преткновения стал как раз вопрос отслеживания эффективности рекламных каналов.

Когда я открыл для себя механизм UTM меток, то стал использовать его во всем. Сейчас, наверное не найти ни одной ссылки, которую я где то оставляю, будь то письмо, группа ВКонтакте и конечно, эта книга.

Цель этой книги раскрыть весь потенциал использования UTM меток, и показать, какие инструменты и как позволяют исследовать трафик, размеченный UTM метками.

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



Содержание

1. Зачем нужны UTM метки
2. Что такое UTM метки
3. Названия UTM меток
4. UTM_SOURCE
5. UTM_MEDIUM
6. UTM_CAMPAIGN
7. UTM_CONTENT
8. UTM_TERM
9. Создание целей в Яндекс Метрике
10. Практические приемы работы с UTM метками

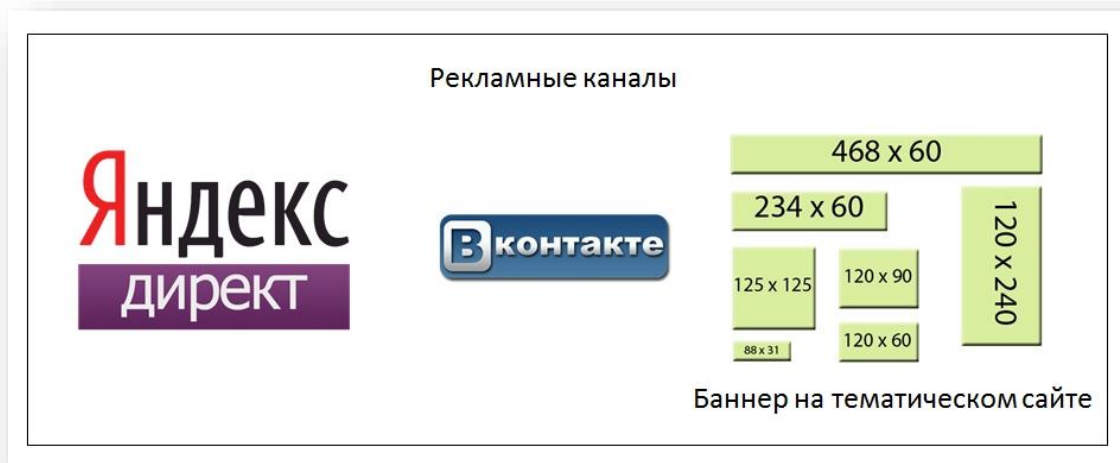
Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



Зачем нужны UTM метки

Представьте себе ситуацию, что Вы даете рекламу в нескольких каналах: Яндекс Директ, ВКонтакте, баннер на сайте Вашей тематики



Все отлично, реклама идет, идут заказы. Но как понять эффективно работает канал или нет? А если погрузиться глубже то станет понятно, что надо понять не только, насколько эффективно работает рекламный канал, но еще нужно понять насколько эффективно внутри канала работают объявления, насколько хорошо работают те или иные фразы.

Говоря, хорошо работают, я подразумеваю, то насколько эффективно окупаются средства, вложенные в тот или иной рекламный канал.

UTM метки, как раз дают нам понять, какой рекламный канал эффективен, а какой нет.

Давайте посмотрим, в каких случаях могут быть полезны UTM метки:

1. Понять, насколько эффективно ключевое слово в Яндекс Директ;
2. Понять, насколько эффективно ключевое слово в Google AdWords;
3. Понять, насколько эффективно работает то или иное объявление в VK таргете;
4. Понять, насколько эффективен баннер, размещенный на сайте;

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



5. Понять, насколько эффективна проведенная Email рассылка;
6. Понять, сколько человек перешли на сайт с коммерческого предложения.

Это малая примеров того, в каких случаях могут быть полезны UTM метки.

Эта книга абсолютно бесплатна.

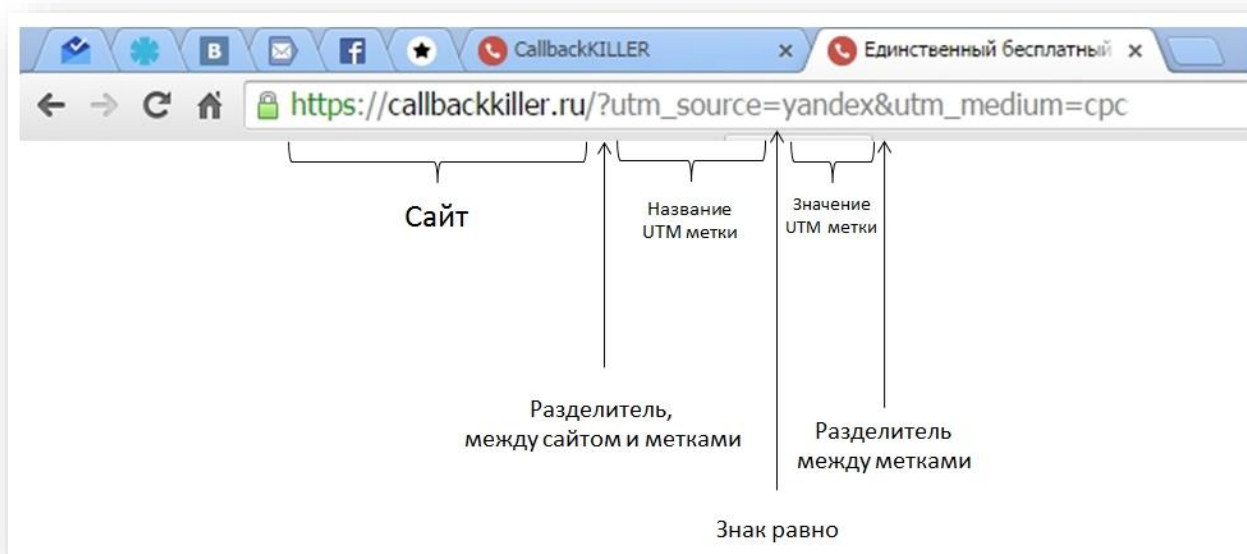
Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



Что такое UTM метки

На самом деле я выражаюсь не верно, когда говорю, что UTM метки могут помочь отследить эффективность рекламных кампаний. На самом деле – это просто маркеры. Анализ эффективности в любом случае нам может дать только система аналитики, например, Яндекс Метрика или Google Analytics.

UTM метки – это дополнительные параметры, которые добавляются к ссылке на адрес сайта, что бы система аналитики могла их зафиксировать.



На схеме выше видна структура формирования UTM меток.

На самом деле есть два варианта:

У сайта уже прописаны какие-либо параметры

Например, Вы рекламируете сайт по партнерской программе, и Ваша партнерская ссылка выглядит следующим образом:

<http://callbackkiller.ru/?ref=30>

Значит, начинать прописывать UTM метки нужно не со знака вопрос, а со знака &. Т.е. так:

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



[Бесплатный сервис обратного звонка CallbackKILLER. Удваивает количество звонков с сайта](#)

http://callbackkiller.ru/?ref=30&utm_source=yandex

У сайта еще не прописаны параметры

Тогда ссылка девственна и выглядит следующим образом

<http://callbackkiller.ru/>

Тогда, начинать прописывать UTM Метки можно начинать со знака ?.

Например, так:

http://callbackkiller.ru/?utm_source=yandex

Внимание! Не забудьте поставить после адреса сайта слэш (/).

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



Названия UTM Меток

UTM меток всего пять, и они имеют следующие названия. Далее, в книге мы разберём каждую метку по отдельности, а сейчас просто поставьте в голове галочку, что существует пять наименований UTM меток, они представлены в таблице ниже:

Название	Описание	Пример
UTM_SOURCE	Источник трафика	• yandex • google • vk • target
UTM_MEDIUM	Тип носителя	• cpc • cpm
UTM_CAMPAIGN	Кампания	• stoli • dostavka-edu • videoregistratoroti
UTM_CONTENT	Дополнительное поле	Например, площадка, на которой показывается объявление
UTM_TERM	Ключевое слово	• Купить стол • Доставка столов Москва • Заказать еду

Давайте разберёмся, для чего есть несколько названий UTM меток. По сути можно было бы использовать одну и записать все в нее, например, так:

http://callbackkiller.ru/?utm_source=yandex-cpc-stoli-купить стол

А сделано это потому, что рекламные кампании имеют обычно иерархическую структуру. Что это значит? Давайте разберёмся на примере с Яндекс Директ. Иерархия следующая:

В самом верху стоит сама система Яндекс Директ и в `utm_source` мы соответственно указываем `yandex`.

Внутри кабинета есть несколько рекламных кампаний – это у нас `utm_campaign`

Эта книга абсолютно бесплатна.

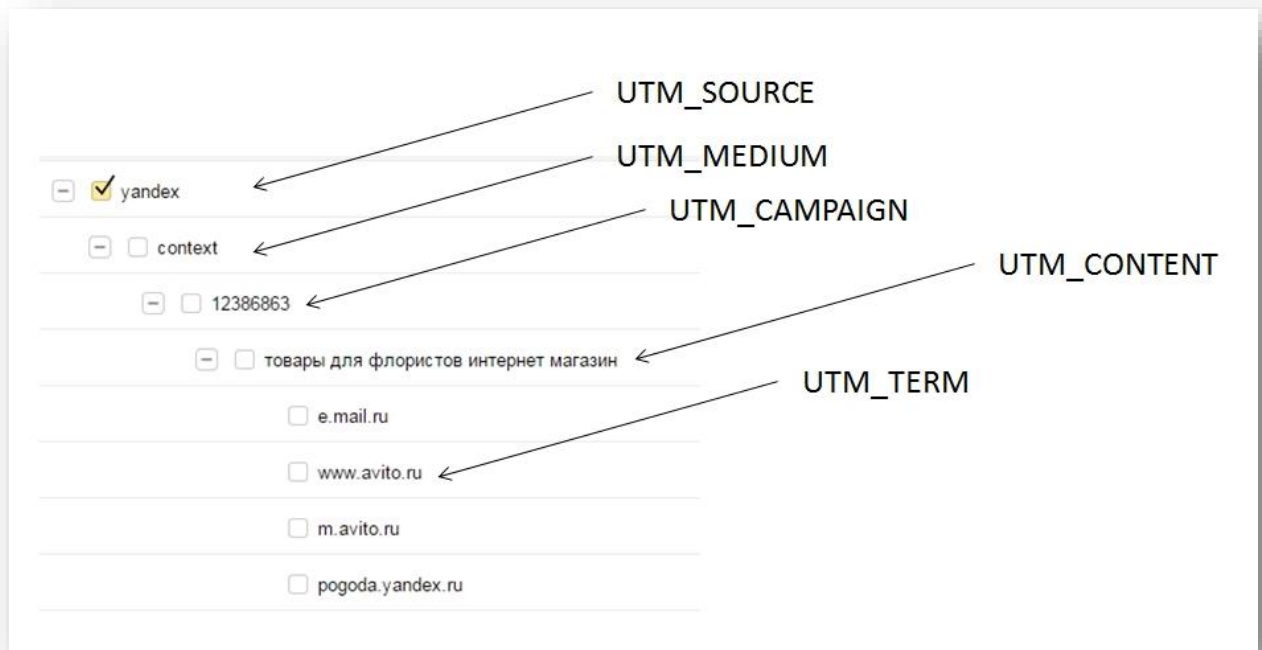
Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



Внутри этих кампаний есть объявления

Внутри объявлений есть ключевые слова `utm_term`

И система аналитики, например Яндекс метрика выводит отчет по UTM меткам в иерархическом виде:



Внимательный читатель заметит, что ключевое слово на картинке лежит в `UTM_CONTENT`, а не в `UTM_TERM`, как мы описывали в таблице. По сути в этом нет ничего страшного, Вам решать какие данные передавать в той или иной метке. Анализировать Яндекс Директ удобней именно при такой передаче. Далее я расскажу почему и как это делается.

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



UTM_SOURCE

Первая метка, которую мы разберём с Вами это метка UTM_SOURCE. Обычно в этой метке передают источник трафика, откуда осуществился переход.

Примеры:

- yandex;
- google;
- vk;
- targetmail;
- avito;
- email.

Конечно, как я говорил раньше в этой, как и в любой другой метке можно передать что угодно, например, utm_source=титьки, главное, что бы Вы потом могли разобраться, откуда пришел тот или иной посетитель на Ваш сайт.

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



UTM_MEDIUM

Мне не очень нравится как используется метка UTM_MEDIUM большинством маркетологов. Обычно там пишут cpc (cost per click – цена за клик) или cpm (cost per mille – цена за тысячу показов). Но эти данные нам ничего не дают. И ежу понятно, что реклама в Директе работает по cpc модели.

Я рекомендую «положить» туда какую-нибудь дельную информацию. Например, в Яндекс Директе я передаю туда тип площадки (context – для РСЯ и search для поиска).

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



UTM_CAMPAIGN

Метка, предназначена для передачи номера или наименования кампании.

Например:

- 144463552;
- natjazhnie-potolki;
- plastikovie-okna;
- dostavka-sushi.

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!





[Бесплатный сервис обратного звонка CallbackKILLER. Удваивает количество звонков с сайта](#)

UTM_CONTENT

В эту метку можно засунуть все, что душе угодно. Для рекламы в Яндекс Директ я вписываю туда ключевое слово.

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



UTM_TERM

Обычно в метке UTM_TERM передается ключевое слово. Но как я уже говорил в метрике удобней анализировать, передавая сюда площадку.

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!

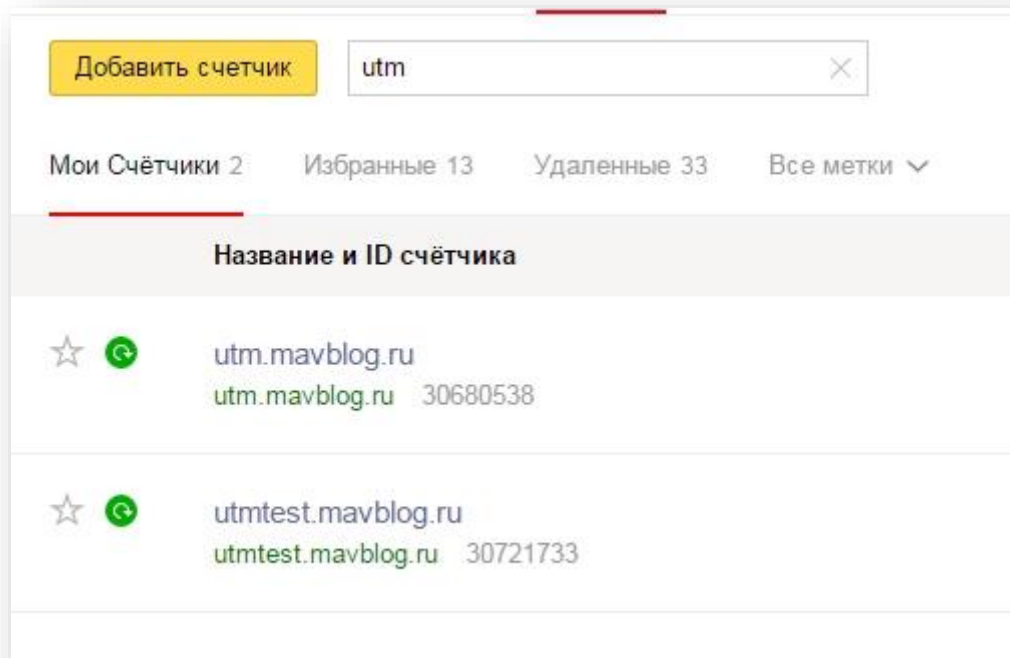


Создание Целей в Яндекс Метрике

Для того, что бы анализировать эффективность нам нужно сначала определиться, что будет являться эффективным посещением, а что не будет. В большинстве случаев задача страницы – получение контактных данных клиента, скачивание приложения или книги.

Для добавления целей необходимо:

- 1 Зайти по адресу <http://metrika.yandex.ru>
- 2 Найдите счетчик установленный у Вас на сайте

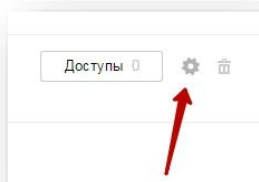


- 3 Нажать на значок шестеренки справа от номера

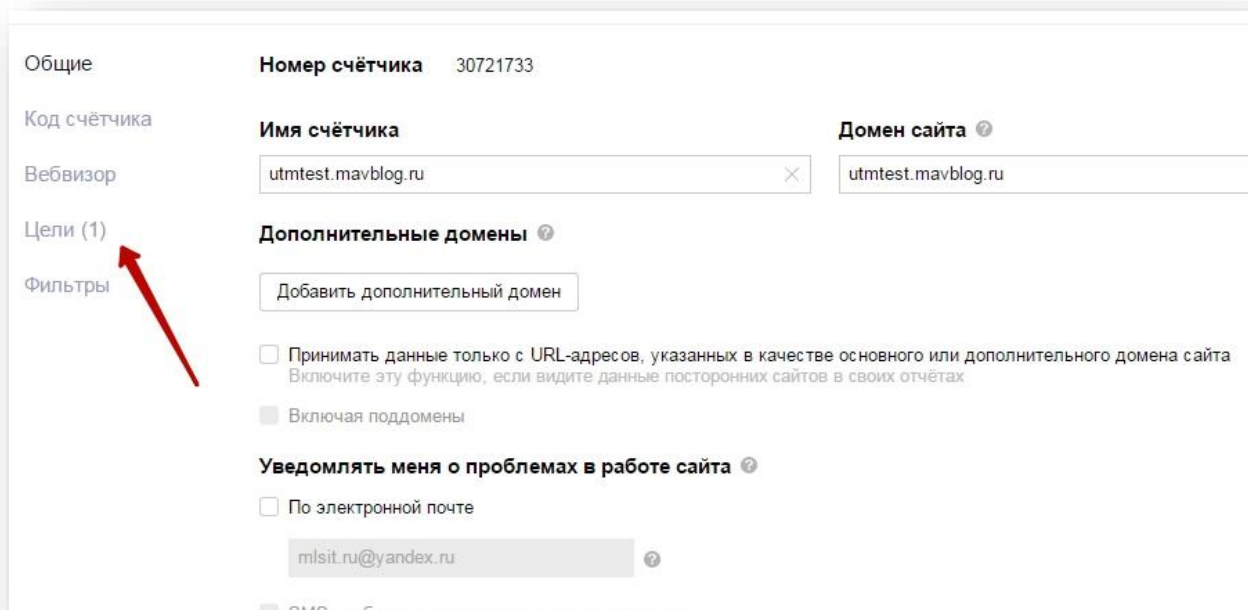
Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!





4 Слева в меню выбрать Цели



Общие

Номер счётчика 30721733

Код счётчика

Имя счётчика

Домен сайта ?

Вебвизор

utmtest.mavblog.ru

utmtest.mavblog.ru

Цели (1)

Дополнительные домены ?

Добавить дополнительный домен

☐ Принимать данные только с URL-адресов, указанных в качестве основного или дополнительного домена сайта
Включите эту функцию, если видите данные посторонних сайтов в своих отчётах

☐ Включая поддомены

Уведомлять меня о проблемах в работе сайта ?

☐ По электронной почте

mlsit.ru@yandex.ru ?

☐ SMS-сообщением, время отправки московское

5 Нажать Добавить цель

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



Цели
Вы можете определить 200 целей для каждого сайта, указав:
— какое количество просмотренных страниц является показателем успешности рекламной кампании;
— один или несколько URL, посещение которых является желаемым действием.

Добавить цель

Конверсионные 1

Ретаргетинговые 0

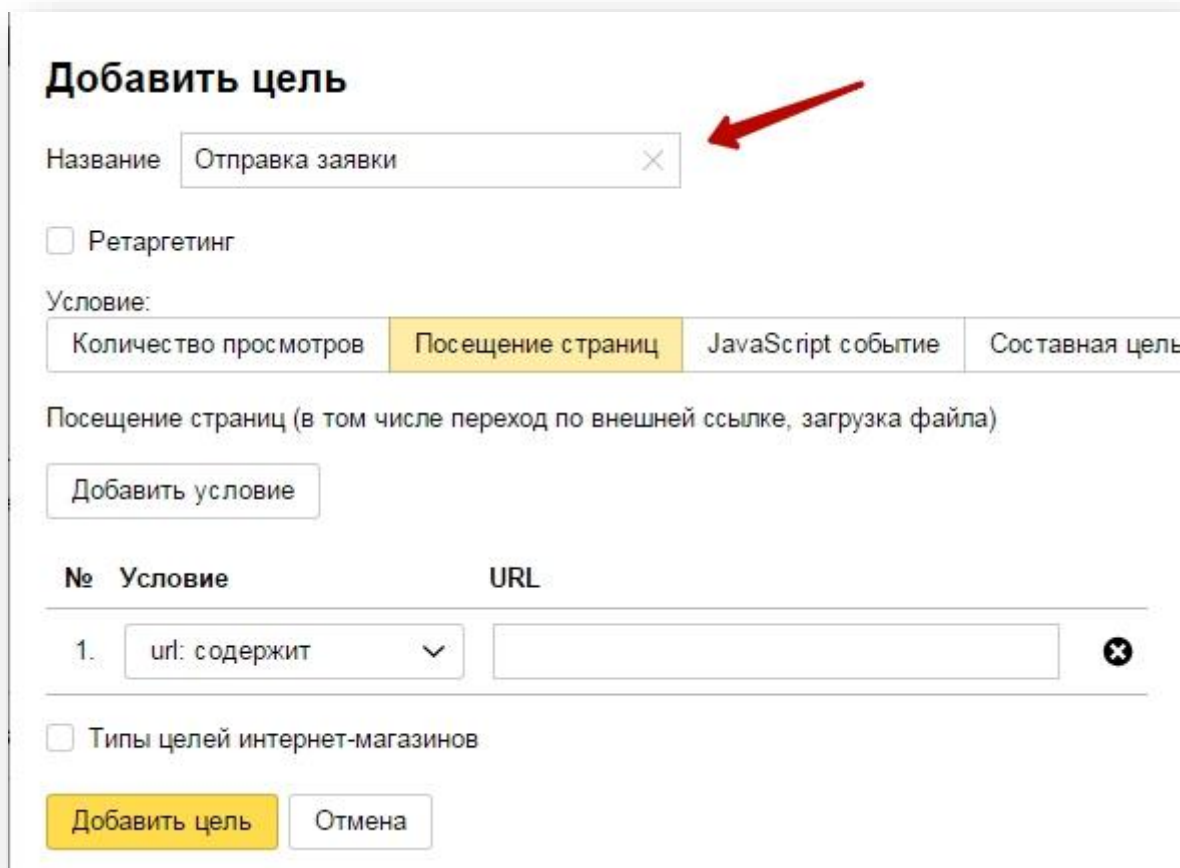
№	Название цели	Описание	ID цели
1.	Целевое действие	идентификатор: goal	11398283  

6 Вписать название цели

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!





Добавить цель

Название

☐ Ретаргетинг

Условие:

Количество просмотров	Посещение страниц	JavaScript событие	Составная цель
-----------------------	--------------------------	--------------------	----------------

Посещение страниц (в том числе переход по внешней ссылке, загрузка файла)

№	Условие	URL
1.	url: содержит	

☐ Типы целей интернет-магазинов

7 Выбрать условие

Обычно, используются следующие условия:

Посещения страниц

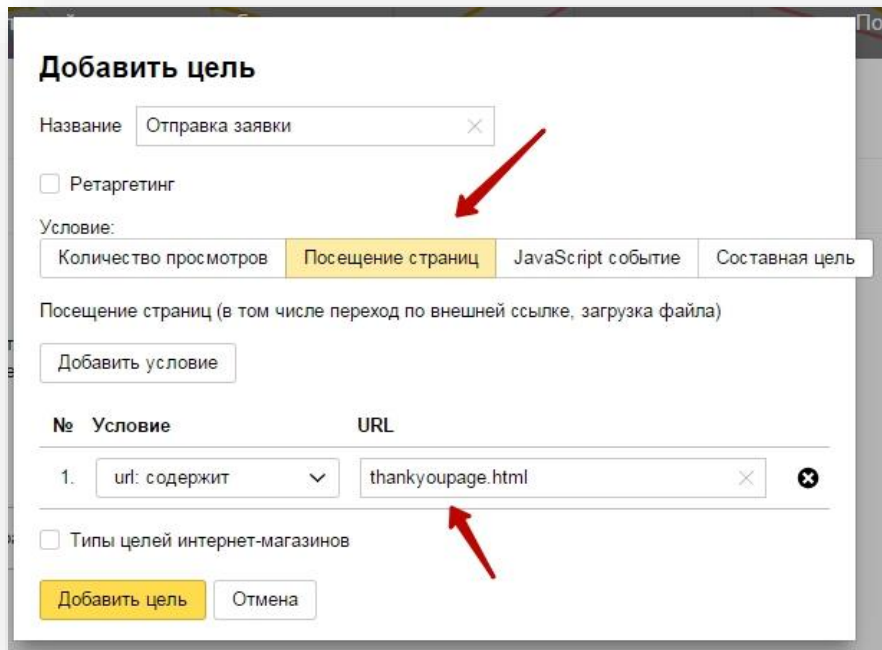
Если после выполнения целевого действия у Вас открывается новая страница, например страница благодарности, то Вы можете вписать ее адрес.

Например, если после того, как человек оставляет на сайте заявку его «перекидывает» на страницу благодарности, которая называется `thankyoupage.html`, то при создании цели нужно будет сделать следующие настройки:

Эта книга абсолютно бесплатна.

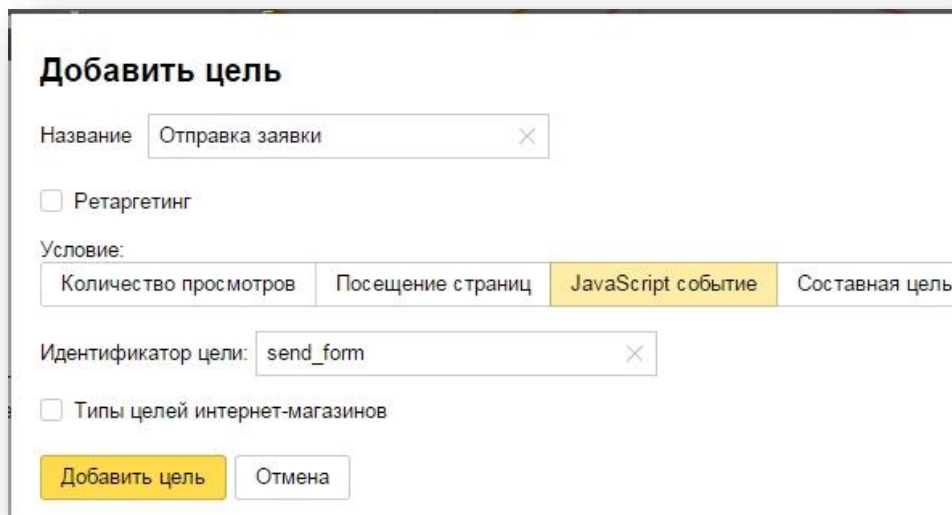
Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!





JavaScript событие

Используется тогда, когда отдельная страница после выполнения целевого действия не открывается, а например, выскакивает форма «Спасибо за заявку». В этом случае Вам понадобится программист. Заведите цель как показано на рисунке ниже:



Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!

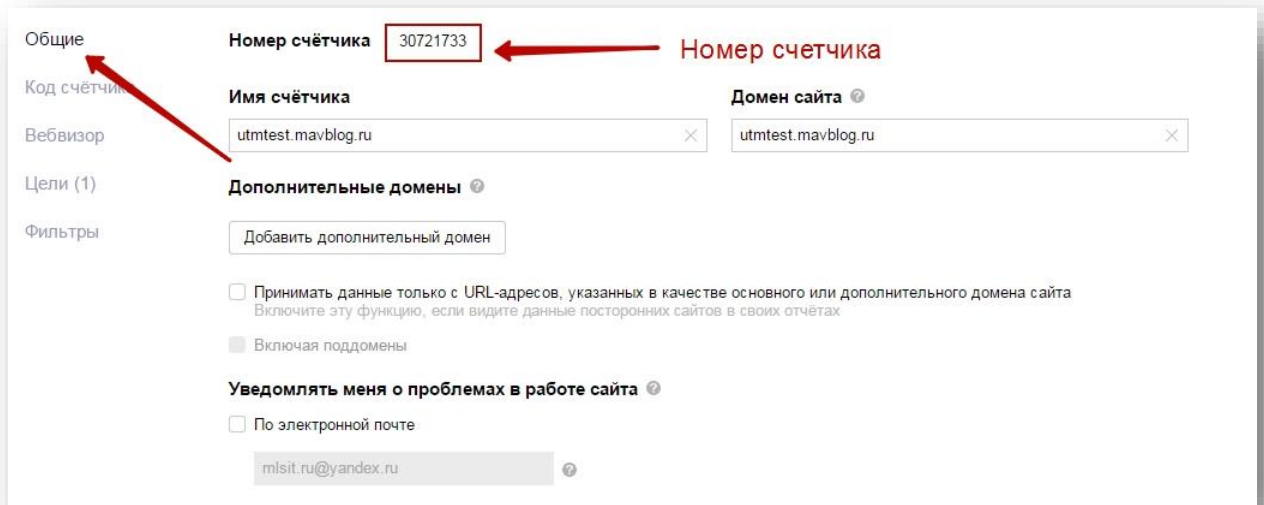


И написать Вашему программисту следующий текст:

Привет! Мне нужно сделать так, что бы на сайте работали цели. Вставь пожалуйста ко мне на сайт такой код:

`yaCounterXXXXXX.reachGoal('send_form')`

Где, вместо XXXXXX впишите номер счетчика, который можно посмотреть на вкладке Общие



Отлично! Как только цели настроены можем двигаться дальше!

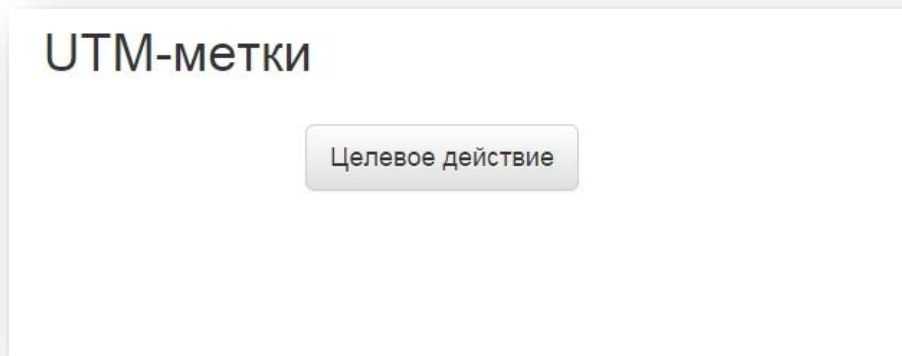
Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!

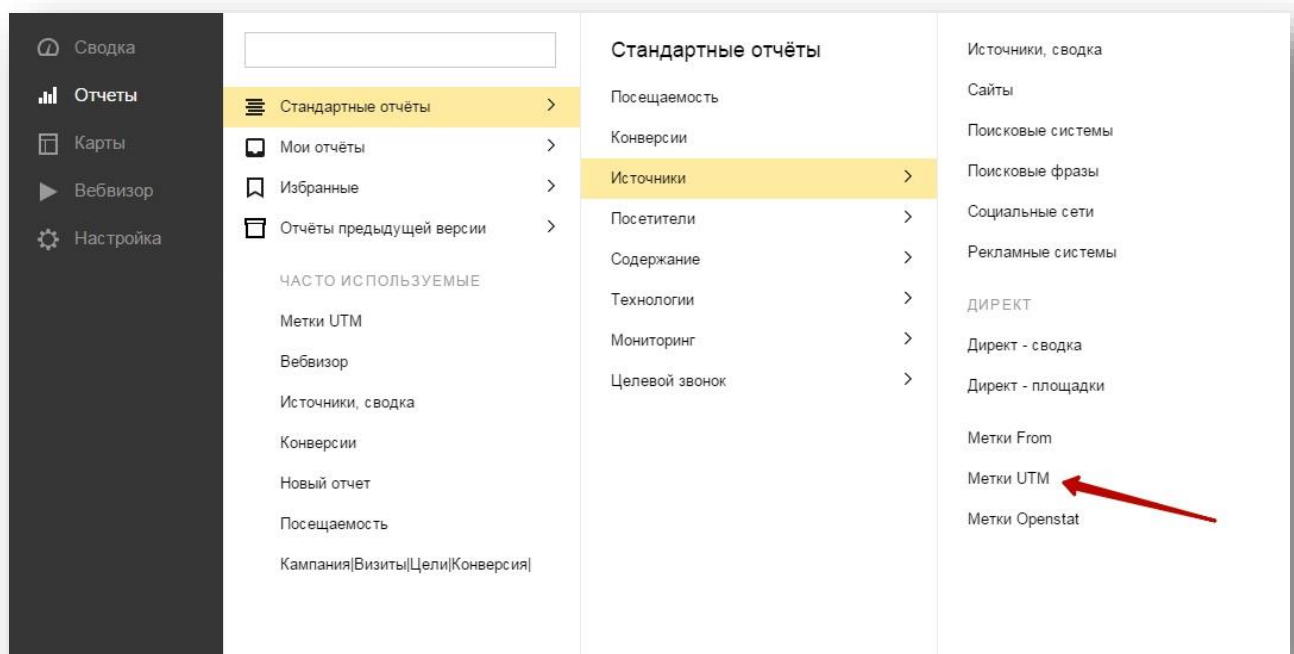


Практические примеры работы UTM меток

Для того, что бы продемонстрировать работу с UTM Метками мы сделали специальный тестовый сайт, на котором установили Яндекс Метрику и сделали одну цель – нажатие на кнопку. Сайт отображает, с какими UTM меткам на него перешли. Вы тоже можете поиграть с метками на нем [ТУТ](#)



Для того, что бы смотреть отчет по UTM меткам переходим в Яндекс Метрику, раздел Отчеты – Стандартные отчеты – Источники – Метки UTM



Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



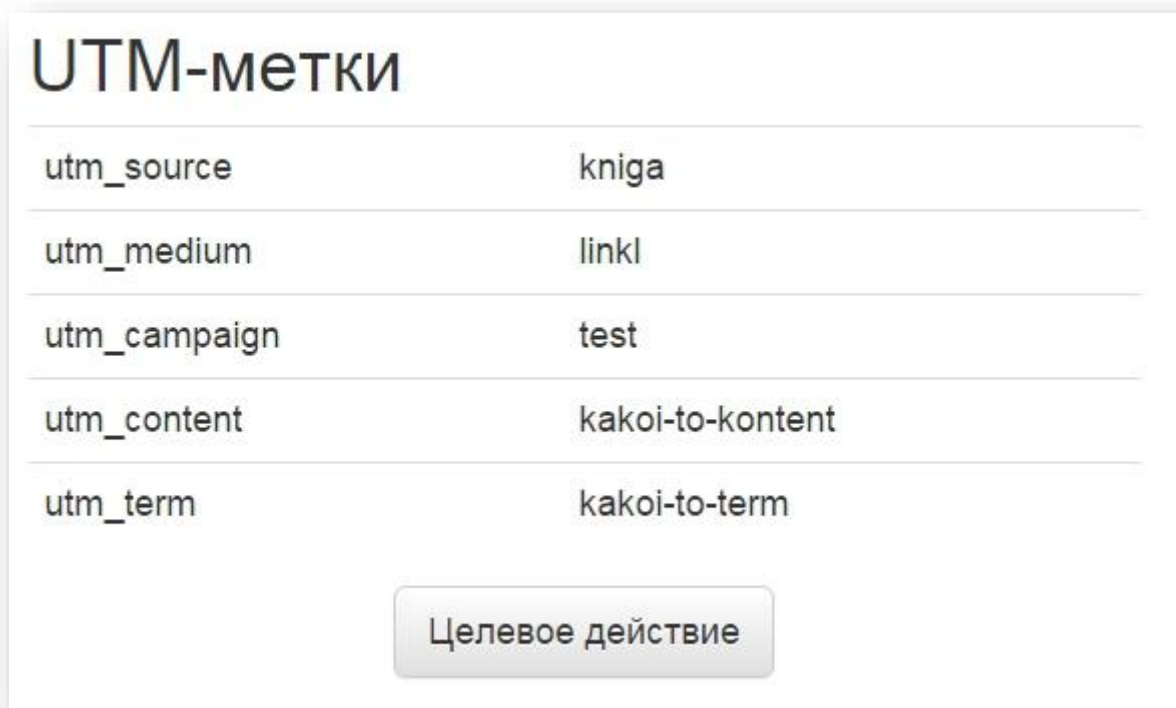
Сначала отчет пустой



Открываю наш тестовый сайт с такими UTM Метками



Получаю на сайте такую картинку



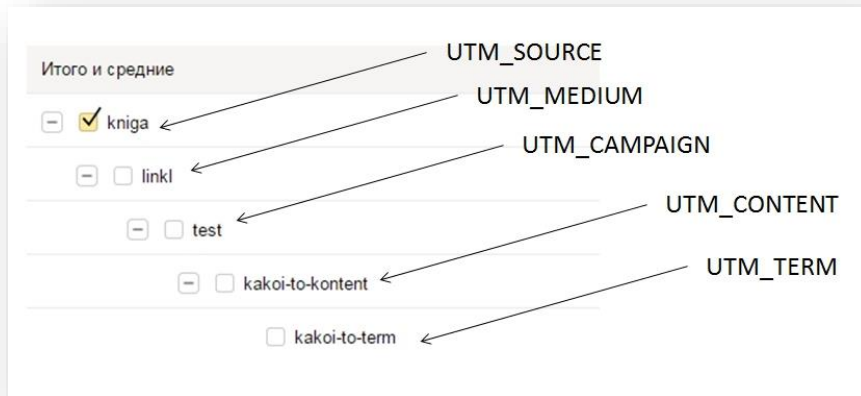
Заходим в метрику и видим

Эта книга абсолютно бесплатна.

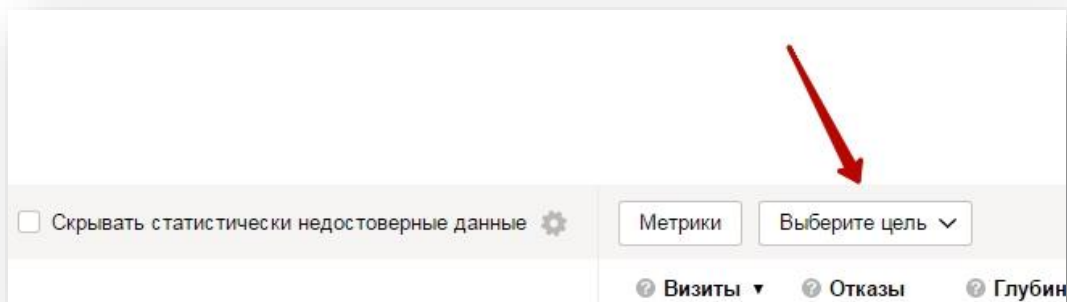
Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



Все как мы и ожидали иерархическая структура с метками



Давайте теперь посмотрим, как отмечается достижение цели. Для этого выберите в метрике цель, которую Вы создали



Выставив цель получаем такую картину

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!



☒ UTM Source, UTM Medium, UTM Campaign, UTM Content, UTM Term	🔍 Конверсия	🔍 Достижения цели	🔍 Целевые визиты	🔍 Отказы	🔍 Глубина просмотра	🔍 Время на сайте
	📉 % 📈	📉 % 📈	📉 % 📈	📉 % 📈	📉 📈	📉 📈
Итого и средние	25 %	1	1	0 %	1	6:30
☐ ☒ книга	100 %	1	1	0 %	1	6:30
☐ ☐ link1	100 %	1	1	0 %	1	6:30
☐ ☐ test	100 %	1	1	0 %	1	6:30
☐ ☐ kakoi-to-kontent	100 %	1	1	0 %	1	6:30
☐ ☐ kakoi-to-term	100 %	1	1	0 %	1	6:30

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!





[Бесплатный сервис обратного звонка CallbackKILLER. Удваивает количество звонков с сайта](#)

Спасибо

Спасибо, что дочитали книгу до конца. Надеюсь она будет Вам полезна. Что теперь сделать:

Добавьте меня в друзья:

[ВКонтакте](#) и в [Facebook](#)

Вступайте в нашу группы. В ней мы ежедневно публикуем материалы про бизнес и интернет маркетинг, которые прочувствовали на себе

[Группа Обнажая бизнес](#)

Попробуйте наш продукт – бесплатный сервис обратного звонка CallbackKILLER. Он увеличивает количество звонков с сайта.

[Попробовать >>>](#)

Эта книга абсолютно бесплатна.

Пожалуйста, поддержите нас и расскажите о ней друзьям!

