






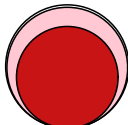







Аналитический отчет LiveInternet для сайта sdsko.ru за апрель 2011 г.

Базовые месячные показатели посещаемости сайта:

Просмотров страниц	2,504	(-6% мес/мес)
Посетителей	414	(+0% мес/мес)
Доля мужчин	55.1 %	
Доля женщин	44.9 %	
Посетители младше 18 лет	1.7 %	
Посетители от 18 до 24 лет	18.1 %	
Посетители от 25 до 34 лет	44.7 %	
Посетители от 35 до 44 лет	15.2 %	
Посетители старше 44 лет	20.3 %	
Преобладающая страна - Россия	96.0 %	
Преобладающий регион - Курск	68.0 %	

Структура переходов на страницы сайта:

Внутренние	61.5 %	
Закладки	27.0 %	
Поиск	7.9 %	
Сайты	3.6 %	
Объявления	0.0 %	
Переходов с поисковиков	198	(-5% мес/мес)
Посетителей, пришедших с поисковиков	131	(-3% мес/мес)

Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

Размеры демографических групп в месячной аудитории сайта и их доли в процентах

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	7 (1.7%)	0 (0.0%)	7 (1.7%)
18-24	34 (8.2%)	41 (9.9%)	75 (18.1%)
25-34	115 (27.8%)	70 (16.9%)	185 (44.7%)
35-44	25 (6.0%)	38 (9.2%)	63 (15.2%)
45+	47 (11.4%)	37 (8.9%)	84 (20.3%)
Любой возраст	228 (55.1%)	186 (44.9%)	414 (100%)

Индекс соответствия Интернету - **Internet-Affinity Index**.

Отношение доли демографической группы в месячной аудитории сайта к доле этой же демографической группы в месячной аудитории Интернета, умноженное на 100.

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	30	0	15
18-24	69	81	75
25-34	186	130	160
35-44	53	82	67
45+	146	123	135
Любой возраст	107	92	100

Индекс соответствия населению России - **Population-Affinity Index**.

Отношение доли демографической группы в месячной аудитории сайта к доле этой же демографической группы в населении России, умноженное на 100.

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	37	0	19
18-24	88	104	96
25-34	223	130	176
35-44	55	78	67
45+	102	65	82
Любой возраст	114	86	100

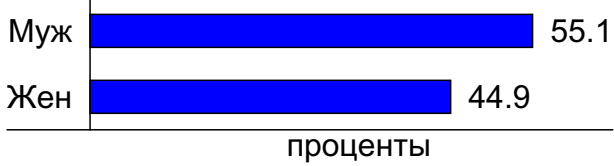
Индекс соответствия категории сайтов - **Category-Affinity Index**.

Отношение доли демографической группы в месячной аудитории сайта к доле этой же демографической группы в месячной объединённой аудитории сайтов из категории [Строительство](#), умноженное на 100.

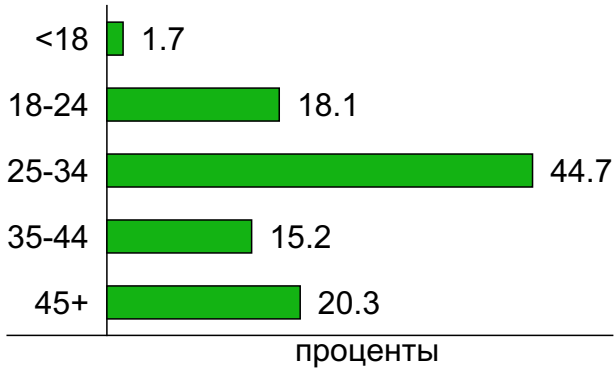
Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	61	0	23
18-24	85	90	88
25-34	149	95	123
35-44	58	88	73
45+	141	121	132
Любой возраст	111	88	100

Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

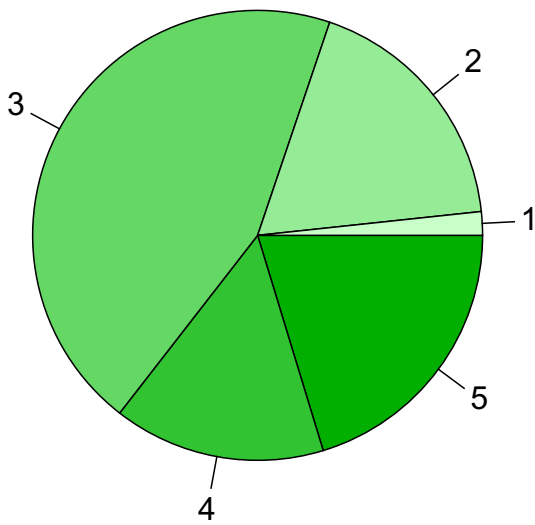
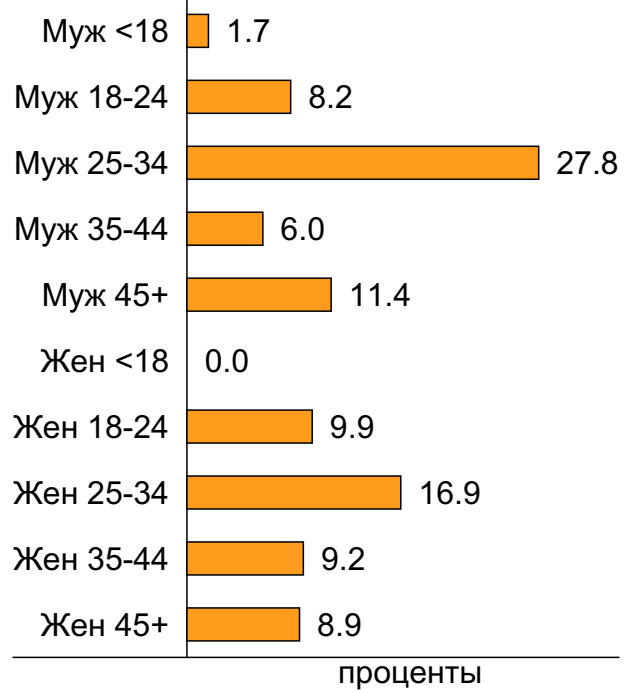
Пол



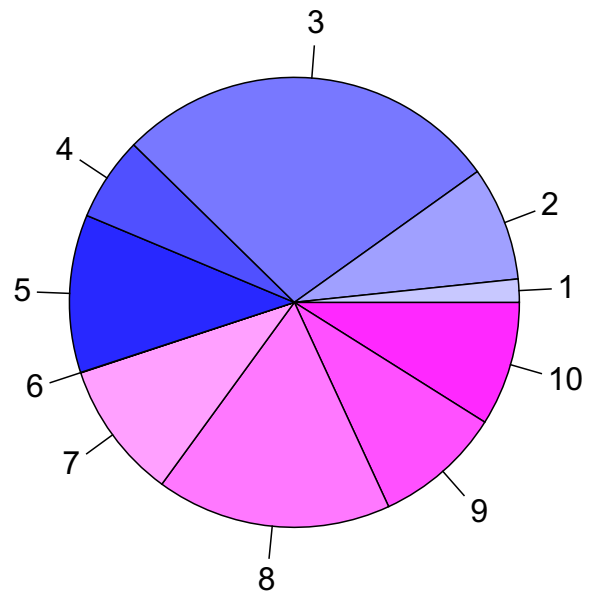
Возраст



Пол / Возраст



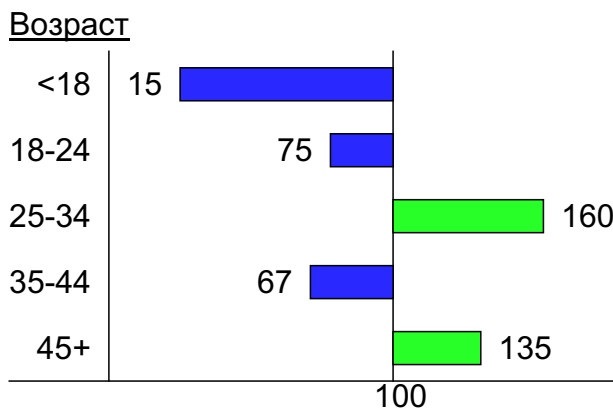
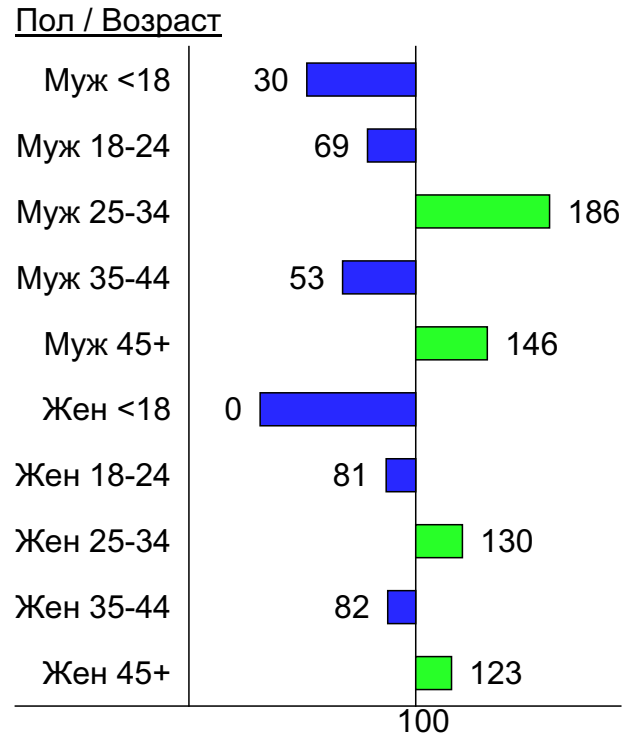
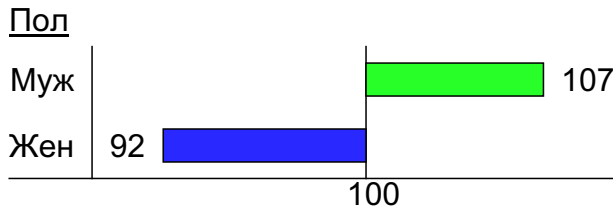
- 1: <18
- 2: 18-24
- 3: 25-34
- 4: 35-44
- 5: 45+



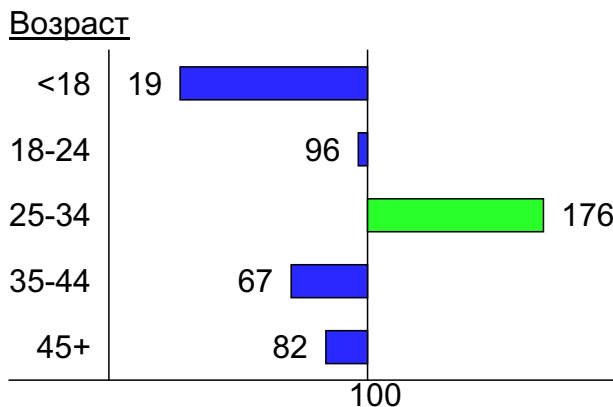
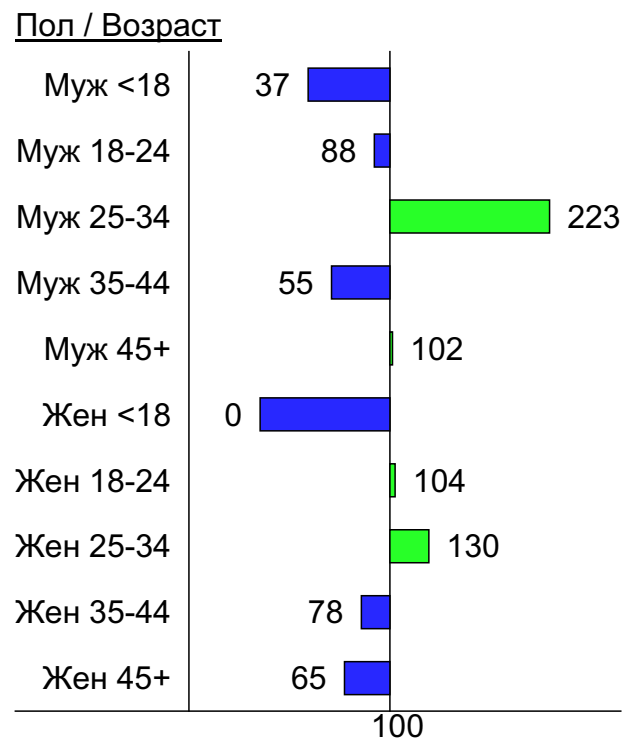
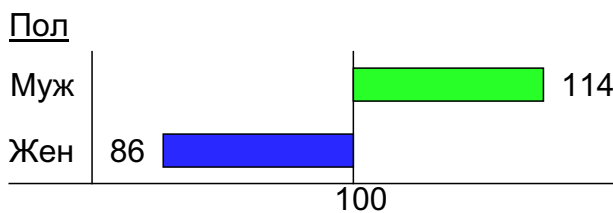
- 1: Муж <18
- 2: Муж 18-24
- 3: Муж 25-34
- 4: Муж 35-44
- 5: Муж 45+
- 6: Жен <18
- 7: Жен 18-24
- 8: Жен 25-34
- 9: Жен 35-44
- 10: Жен 45+

Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

Индекс соответствия Интернету - Internet-Affinity Index



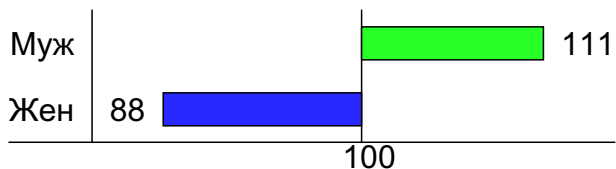
Индекс соответствия населению России - Population-Affinity Index



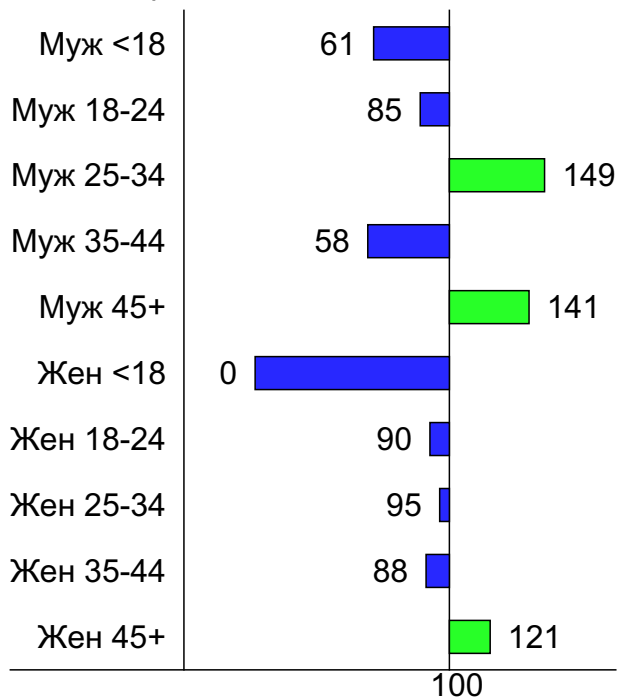
Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

Индекс соответствия категории сайтов [Строительство](#) - **Category-Affinity Index**

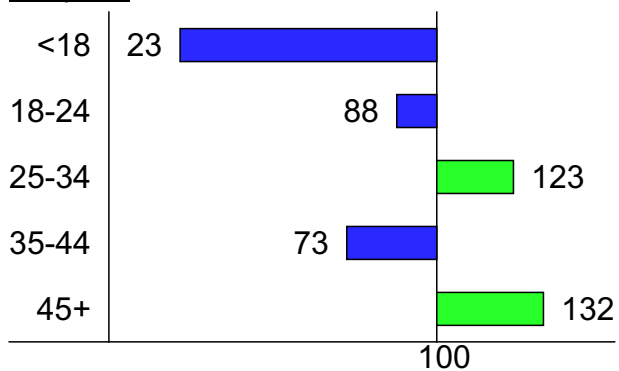
Пол



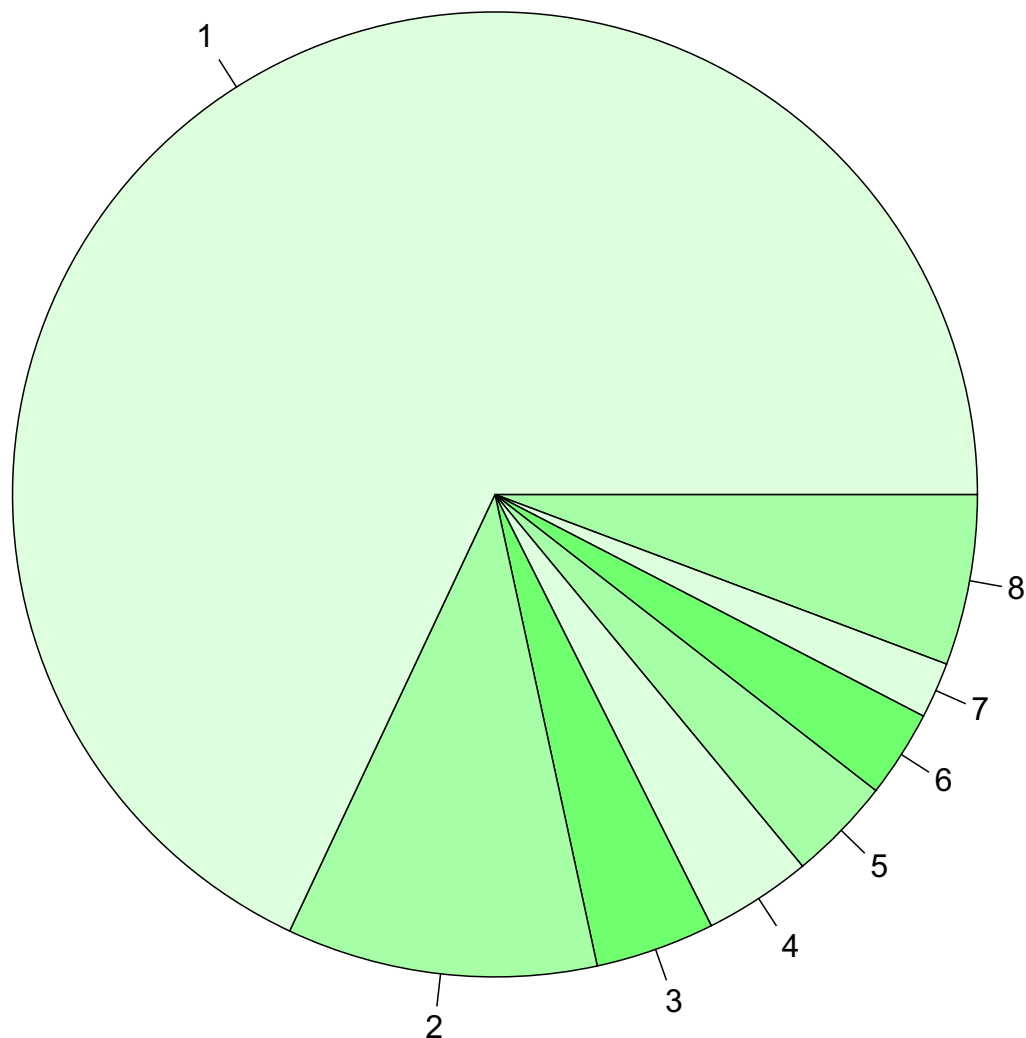
Пол / Возраст



Возраст



Среднесуточное распределение аудитории сайта по странам и регионам России



Регионы России:

- 1: Курск - 68.0%
- 2: Москва - 10.4%
- 3: Санкт-Петербург - 4.0%
- 4: Нижний Новгород - 3.6%
- 5: Брянск - 3.5%
- 6: Белгород - 2.9%
- 7: Екатеринбург - 1.9%
- 8: Остальные регионы России - 5.7%

Среднесуточное распределение аудитории по странам

	апрель 2011 г.	март 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Россия	24 (96.0%)	22 (95.7%)	23 (95.8%)
Украина	0.2 (0.8%)	0 (0.0%)	0.12 (0.5%)
Норвегия	0.067 (0.3%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
США	0.033 (0.1%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Испания	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Беларусь	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Киргизия	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Другие	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
сумма выбранных	24.3 (97.2%)	22.064 (95.9%)	23.219 (96.7%)
всего	25 (100%)	23 (100%)	24 (100%)

Среднесуточное распределение аудитории по регионам России

	апрель 2011 г.	март 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Курск	17 (68.0%)	15 (65.2%)	16 (66.7%)
Москва	2.6 (10.4%)	2.6 (11.3%)	2.2 (9.2%)
Санкт-Петербург	1 (4.0%)	0.68 (3.0%)	1.1 (4.6%)
Нижний Новгород	0.9 (3.6%)	1.1 (4.8%)	1 (4.2%)
Брянск	0.87 (3.5%)	1.2 (5.2%)	0.89 (3.7%)
Белгород	0.73 (2.9%)	0.58 (2.5%)	0.63 (2.6%)
Екатеринбург	0.47 (1.9%)	0.19 (0.8%)	0.26 (1.1%)
Орёл	0.17 (0.7%)	0.16 (0.7%)	0.15 (0.6%)
Воронеж	0.13 (0.5%)	0.48 (2.1%)	0.31 (1.3%)
Барнаул	0.13 (0.5%)	0.16 (0.7%)	0.13 (0.5%)
Красноярск	0.1 (0.4%)	0.032 (0.1%)	0.067 (0.3%)
не определён	0.067 (0.3%)	0.032 (0.1%)	0.067 (0.3%)
Ставрополь	0.067 (0.3%)	0.032 (0.1%)	0.056 (0.2%)
Владивосток	0.067 (0.3%)	0 (0.0%)	0.056 (0.2%)
Мурманск	0.067 (0.3%)	0 (0.0%)	0.045 (0.2%)
Пенза	0.067 (0.3%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Смоленск	0.067 (0.3%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Липецк	0.033 (0.1%)	0.065 (0.3%)	0.056 (0.2%)
Новосибирск	0.033 (0.1%)	0.065 (0.3%)	0.034 (0.1%)
Тюмень	0.033 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.056 (0.2%)
Ярославль	0.033 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.045 (0.2%)
Иркутск	0.033 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.034 (0.1%)
Саратов	0.033 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Владимир	0.033 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Назрань	0.033 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Ханты-Мансийск	0.033 (0.1%)	0 (0.0%)	0.034 (0.1%)
Казань	0.033 (0.1%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Волгоград	0.033 (0.1%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Чебоксары	0.033 (0.1%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Нальчик	0.033 (0.1%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Оренбург	0.033 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Тольятти	0.033 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Уфа	0 (0.0%)	0.16 (0.7%)	0.1 (0.4%)
Краснодар	0 (0.0%)	0.13 (0.6%)	0.067 (0.3%)
Челябинск	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.056 (0.2%)
Хабаровск	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Тула	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Благовещенск	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Иваново	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Тверь	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Южно-Сахалинск	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Сыктывкар	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Омск	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.034 (0.1%)
Самара	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Пермь	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Калининград	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Улан-Удэ	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Минеральные Воды	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Калуга	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Вологда	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
сумма выбранных	24.997 (100.0%)	23 (100%)	23.906 (99.6%)
всего	25 (100%)	23 (100%)	24 (100%)

Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Финансы		118	28.5 %	364
в том числе	Страхование	54	13.0 %	825
	Вклады, депозиты	51	12.3 %	387
	Кредиты	27	6.5 %	260
	Валюта	20	4.8 %	208
	Фондовый рынок	9	2.2 %	401
	Денежные переводы	2	0.5 %	281
Бизнес		183	44.2 %	349
в том числе	Бухгалтерия	140	33.8 %	659
	Трудоустройство, персонал	73	17.6 %	225
	Реклама	50	12.1 %	600
	Аудит, консалтинг	17	4.1 %	832
Недвижимость		115	27.8 %	314
в том числе	Квартиры	83	20.0 %	332
	Загородная недвижимость	24	5.8 %	319
	Земля	22	5.3 %	554
	Коммерческая недвижимость	18	4.3 %	664
	Зарубежная недвижимость	10	2.4 %	364
	Ипотека	9	2.2 %	306
	Гаражи	4	1.0 %	206
Отдых, туризм, путешествия		98	23.7 %	295
в том числе	Отдых в России и Украине	60	14.5 %	356
	Отдых за рубежом	58	14.0 %	278
Авто		123	29.7 %	221
в том числе	Иномарки	107	25.8 %	238
	Отечественные	20	4.8 %	194
	Колёса, Шины	17	4.1 %	254
	Автострахование	10	2.4 %	780
	Мото-, Квадроциклы, Снегоходы	7	1.7 %	96
Образование		59	14.3 %	218
в том числе	Образование высшее	34	8.2 %	300
	Иностранные языки	26	6.3 %	176
	Образование для детей	11	2.7 %	216
Дом и семья		21	5.1 %	210
в том числе	Маленькие дети	13	3.1 %	213
	Детские сады	7	1.7 %	154
Выставки, концерты, театры		88	21.3 %	198
Аудио, Видео, Фото		38	9.2 %	195
в том числе	Телевизоры, DVD-проигрыватели	19	4.6 %	369
	Фотоаппараты	12	2.9 %	231
	Аудио-техника	6	1.4 %	70
	Видеоаппаратура	5	1.2 %	147
Медицина, здоровье		174	42.0 %	192
Компьютеры, оргтехника		85	20.5 %	188
Телефоны, связь		110	26.6 %	177
в том числе	Мобильные телефоны и услуги	101	24.4 %	170
	Навигация	16	3.9 %	353
	Стационарная связь	10	2.4 %	677
Бытовая техника		23	5.6 %	162

Интересы пользователей определяются по поисковым запросам, которые пользователи вводили в поисковых системах.

Если вы хотите добавить в таблицу новую область интересов, которую можно описать сотнями или тысячами поисковых запросов пользователей, есть возможность обсудить это [на соответствующей ветке форума mastertalk.ru](http://na-sootvetstvuyushchey-ventke-foruma-mastertalk.ru).

Общее обсуждение pdf-отчётов проходит [здесь](#).

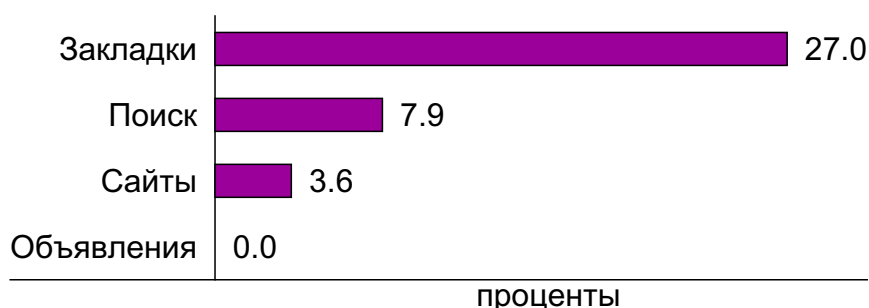
Структура переходов на страницы сайта

	апрель 2011 г.	март 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Внутренние	1539 (61.5%)	1774 (66.5%)	1720 (65.6%)
Закладки	676 (27.0%)	624 (23.4%)	644 (24.6%)
Поиск	198 (7.9%)	208 (7.8%)	199 (7.6%)
Сайты	91 (3.6%)	61 (2.3%)	58 (2.2%)
Объявления	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
всего	2504 (100%)	2667 (100%)	2621 (100%)

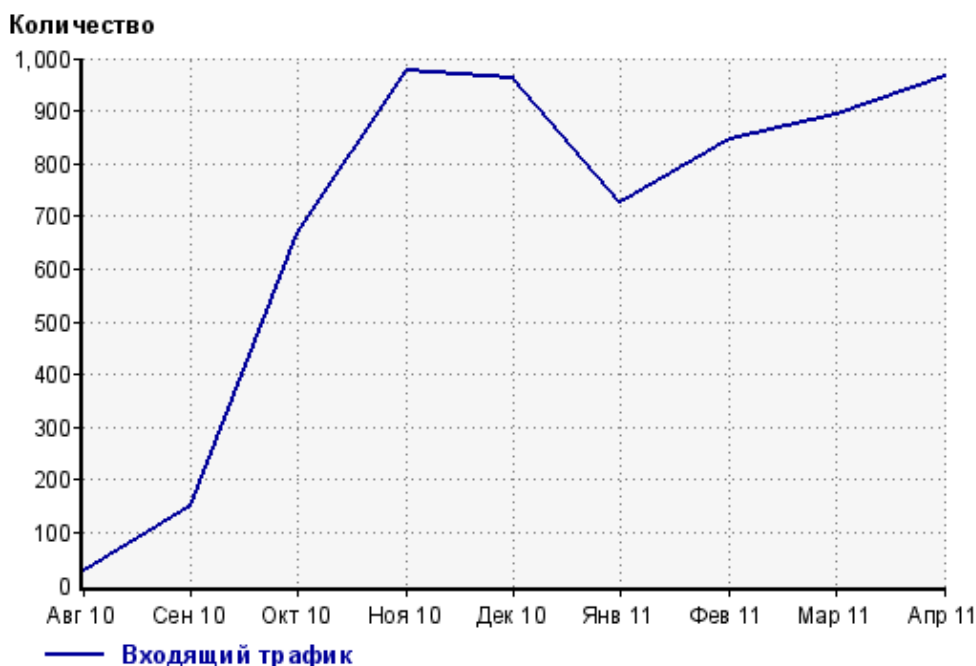
Закладки: кроме собственно переходов из закладок (bookmarks, "избранное") и набора адреса вручную сюда попадают также переходы, при которых браузер не сообщает адрес ссылающейся страницы, это бывает при переходах по flash-баннерам, из файлов на локальном диске пользователя, из почтовых программ, icq, загрузках страниц сайта через JavaScript (обычно pop-up окна), перенаправлении с помощью тега <meta>, а также если в браузере запрещена передача информации о ссылающейся странице.

Объявления: переходы по объявлениям или баннерам, размещенным в некоторых рекламных сетях (Яндекс.Direct, AdWords, MediaTarget, Vequp и другие системы, использующие специальный формат меток openstat). Для того, чтобы такие переходы учитывались, необходимо внести изменения в настройки рекламной кампании (для Яндекс.Direct включить галочку "Внешняя интернет-статистика").

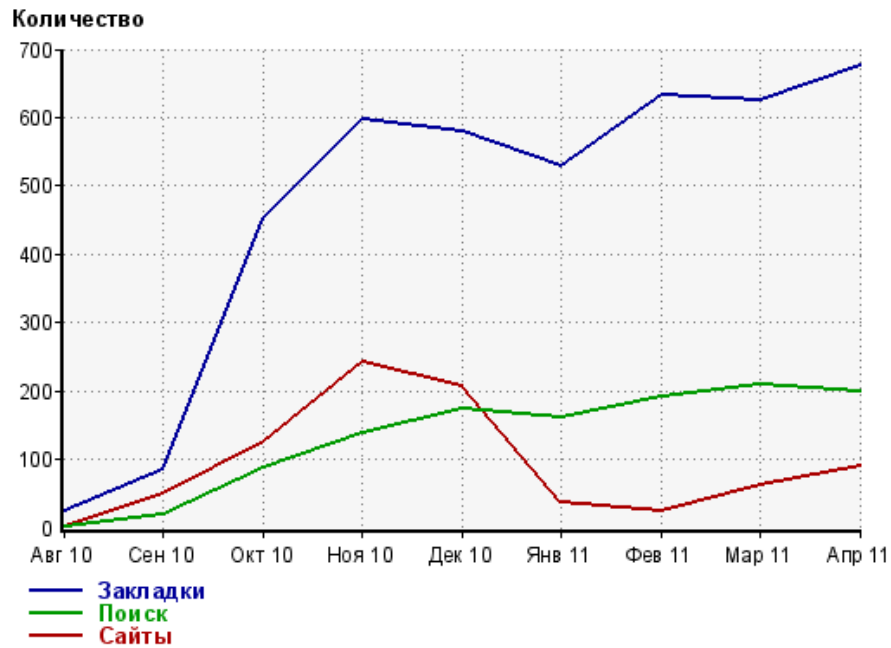
Структура входящего месячного трафика на сайт.



Динамика по месяцам входящего трафика на сайт.



Динамика по месяцам составных частей входящего трафика на сайт



Дата	Закладки	Поиск	Сайты
Авг 10	24	2	2
Сен 10	84	18	50
Окт 10	453	88	126
Ноя 10	597	138	242
Дек 10	580	175	207
Янв 11	530	160	37
Фев 11	632	191	24
Мар 11	624	208	61
Апр 11	676	198	91

Топ10 поисковых систем, с которых осуществлялись переходы на сайт sdsko.ru

	апрель 2011 г.	март 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Яндекс	138 (69.7%)	156 (75.0%)	141 (70.9%)
Google	29 (14.6%)	21 (10.1%)	29 (14.6%)
Search.Mail.ru	16 (8.1%)	14 (6.7%)	12 (6.0%)
Bing	5 (2.5%)	7 (3.4%)	4 (2.0%)
Яндекс (картинки)	3 (1.5%)	9 (4.3%)	4 (2.0%)
Nigma	3 (1.5%)	0 (0.0%)	1 (0.5%)
Rambler	2 (1.0%)	0 (0.0%)	4 (2.0%)
Google (картинки)	1 (0.5%)	0 (0.0%)	1 (0.5%)
QIP.ru	1 (0.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Webalta	0 (0.0%)	1 (0.5%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	198 (100%)	208 (100%)	196 (98.5%)
всего	198 (100%)	208 (100%)	199 (100%)

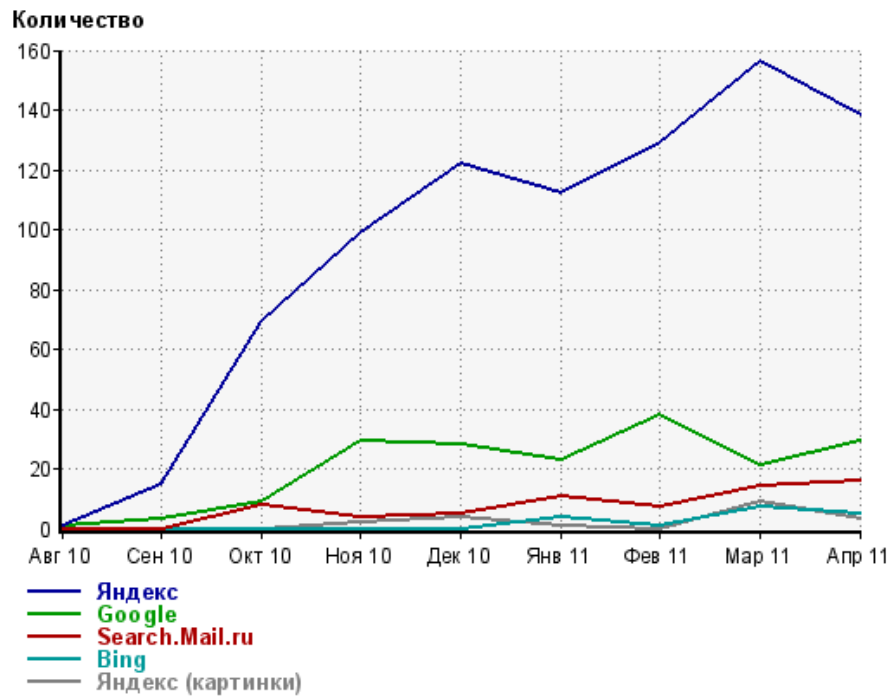
Диаграмма распределения месячного поискового трафика по поисковикам



Динамика по месяцам общего поискового трафика на сайт



Динамика по месяцам числа переходов с поисковых систем



Дата	Яндекс	Google	Search. Mail.ru	Bing	Яндекс (картинки)
Авг 10	1	1	0	0	0
Сен 10	15	3	0	0	0
Окт 10	69	9	8	0	0
Ноя 10	99	29	4	0	2
Дек 10	122	28	5	0	4
Янв 11	112	23	11	4	1
Фев 11	129	38	7	1	0
Мар 11	156	21	14	7	9
Апр 11	138	29	16	5	3

Структура месячной поисковой аудитории сайта

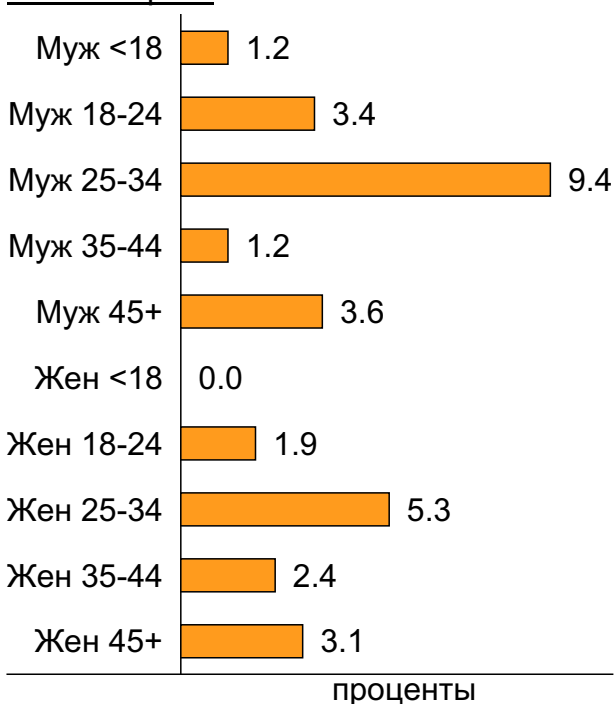
В таблице представлены размеры демографических групп в месячной поисковой аудитории сайта и их доли в процентах от полной месячной аудитории этого сайта.

К поисковой аудитории относятся те посетители, которые переходили на сайт с поисковиков не более 6 раз в течение месяца и не использовали доменное имя сайта в поисковом запросе.

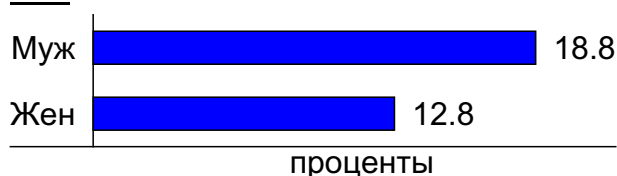
Пол и возраст поисковой аудитории

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	5 (1.2%)	0 (0.0%)	5 (1.2%)
18-24	14 (3.4%)	8 (1.9%)	22 (5.3%)
25-34	39 (9.4%)	22 (5.3%)	61 (14.7%)
35-44	5 (1.2%)	10 (2.4%)	15 (3.6%)
45+	15 (3.6%)	13 (3.1%)	28 (6.8%)
Любой возраст	78 (18.8%)	53 (12.8%)	131 (31.6%)

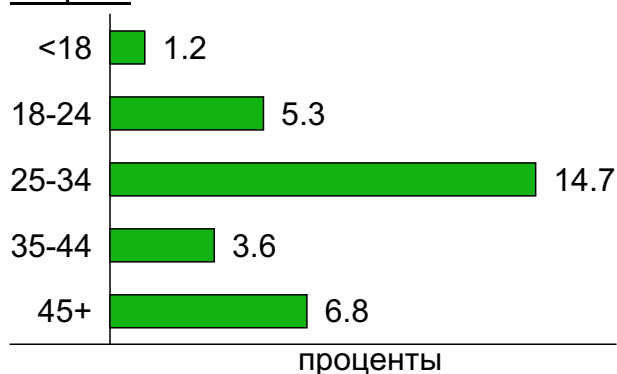
Пол / Возраст



Пол



Возраст



Месячный отчёт по выбранным фразам для сайта

Фраза	Переходы	Доля в глобальном трафике	Позиция в Google	Позиция в Rambler'e	Позиция в Яндексе
саморегулируемая организация	0 [0]	0% [0%]	* [*]	* [*]	* [*]
некоммерческое партнерство	0 [0]	0% [0%]	* [*]	* [*]	* [*]
союз дорожников и строителей курской области	22 [21]	55% [36%]	1 [1]	1 [1]	1 [1]
сро курской области	2 [0]	5.1% [0%]	5 [3]	* [7]	2 [9]

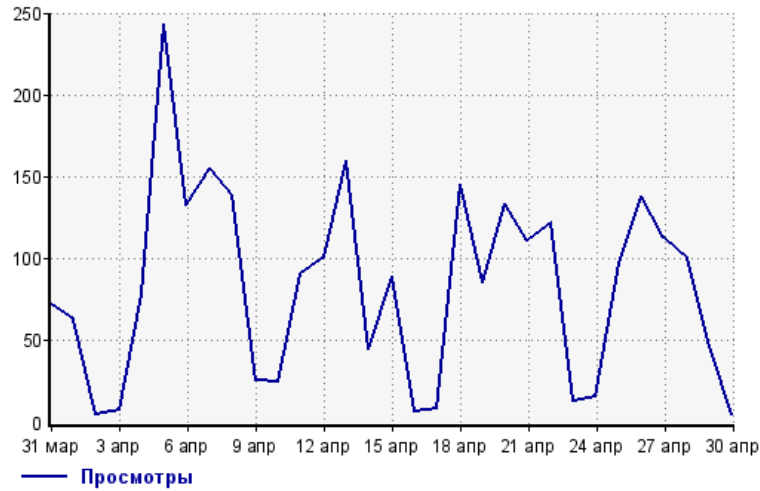
Данная таблица сформирована на основе фраз, указанных на странице [изменения описания](#) сайта в блоке "Поисковые фразы". В клетках таблицы в круглых скобках показывается изменение соответствующего показателя по отношению к предыдущему месяцу. В прямоугольных скобках показывается значение за предыдущий месяц.

В последних трёх столбцах отображаются номера позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по каждой фразе на конец месяца. Знак "*" вместо номера позиции означает, что сайта не было на первой странице выдачи поисковой системы. Для Google и Rambler предусмотрено по 50 результатов на странице, для Яндекса - 20. Если вместо номера позиции стоит знак "-", это означает, что сервис LiveInternet не обращался с данным запросом к поисковой системе.

Посещаемость по дням в течение месяца

Число просмотров страниц сайта

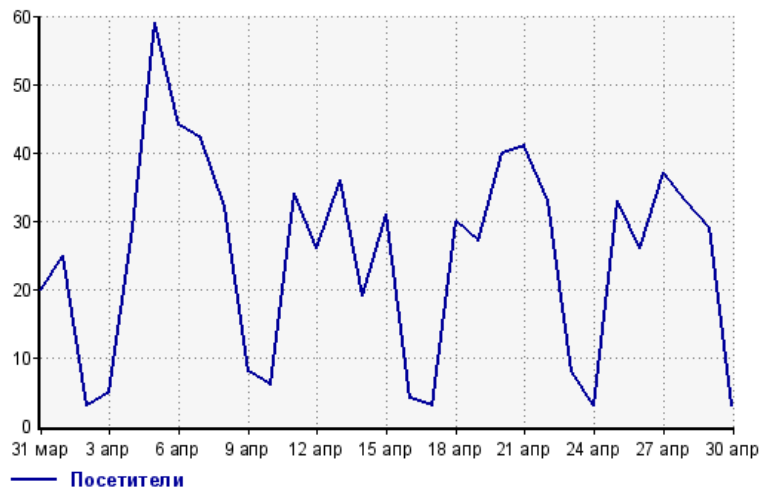
Количество



31 мар:	72	16 апр:	7
1 апр:	63	17 апр:	9
2 апр:	5	18 апр:	145
3 апр:	8	19 апр:	86
4 апр:	78	20 апр:	134
5 апр:	243	21 апр:	111
6 апр:	133	22 апр:	122
7 апр:	155	23 апр:	13
8 апр:	139	24 апр:	16
9 апр:	26	25 апр:	97
10 апр:	25	26 апр:	138
11 апр:	91	27 апр:	113
12 апр:	101	28 апр:	100
13 апр:	160	29 апр:	47
14 апр:	45	30 апр:	5
15 апр:	89		

Размер аудитории сайта

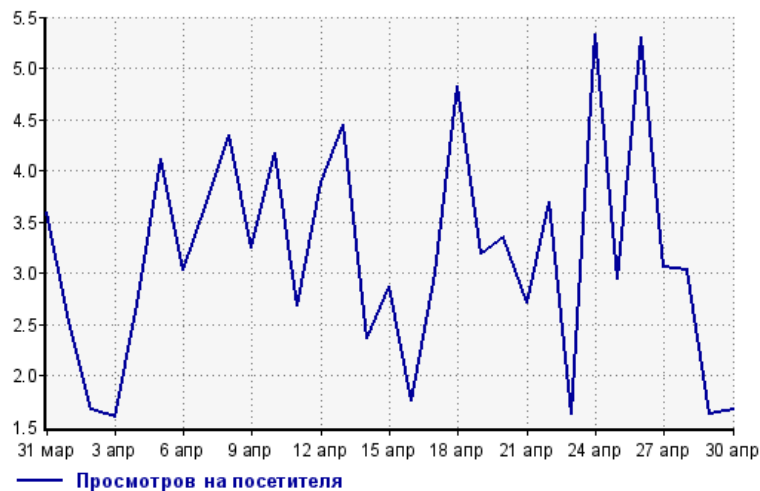
Количество



31 мар:	20	16 апр:	4
1 апр:	25	17 апр:	3
2 апр:	3	18 апр:	30
3 апр:	5	19 апр:	27
4 апр:	29	20 апр:	40
5 апр:	59	21 апр:	41
6 апр:	44	22 апр:	33
7 апр:	42	23 апр:	8
8 апр:	32	24 апр:	3
9 апр:	8	25 апр:	33
10 апр:	6	26 апр:	26
11 апр:	34	27 апр:	37
12 апр:	26	28 апр:	33
13 апр:	36	29 апр:	29
14 апр:	19	30 апр:	3
15 апр:	31		

Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



31 мар:	3.6	16 апр:	1.8
1 апр:	2.5	17 апр:	3.0
2 апр:	1.7	18 апр:	4.8
3 апр:	1.6	19 апр:	3.2
4 апр:	2.7	20 апр:	3.4
5 апр:	4.1	21 апр:	2.7
6 апр:	3.0	22 апр:	3.7
7 апр:	3.7	23 апр:	1.6
8 апр:	4.3	24 апр:	5.3
9 апр:	3.2	25 апр:	2.9
10 апр:	4.2	26 апр:	5.3
11 апр:	2.7	27 апр:	3.1
12 апр:	3.9	28 апр:	3.0
13 апр:	4.4	29 апр:	1.6
14 апр:	2.4	30 апр:	1.7
15 апр:	2.9		

Динамика месячной посещаемости

Число просмотров страниц сайта

Количество



Авг 10:	131	Янв 11:	2,487
Сен 10:	686	Фев 11:	2,692
Окт 10:	2,141	Мар 11:	2,667
Ноя 10:	2,860	Апр 11:	2,504
Дек 10:	3,005		

Размер аудитории сайта

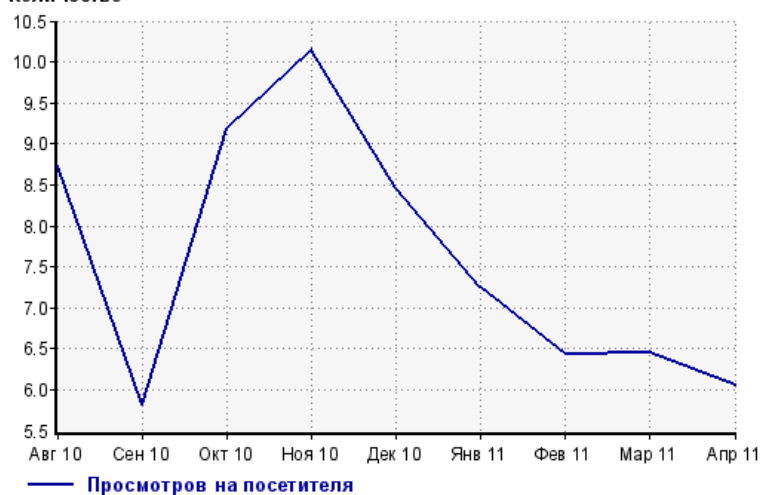
Количество



Авг 10:	15	Янв 11:	343
Сен 10:	118	Фев 11:	419
Окт 10:	233	Мар 11:	413
Ноя 10:	282	Апр 11:	414
Дек 10:	355		

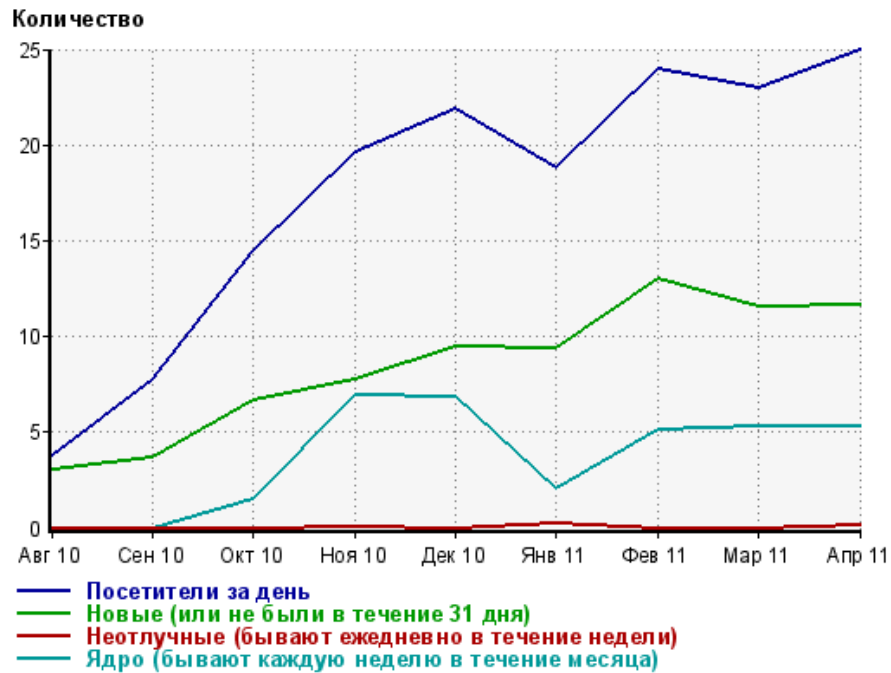
Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



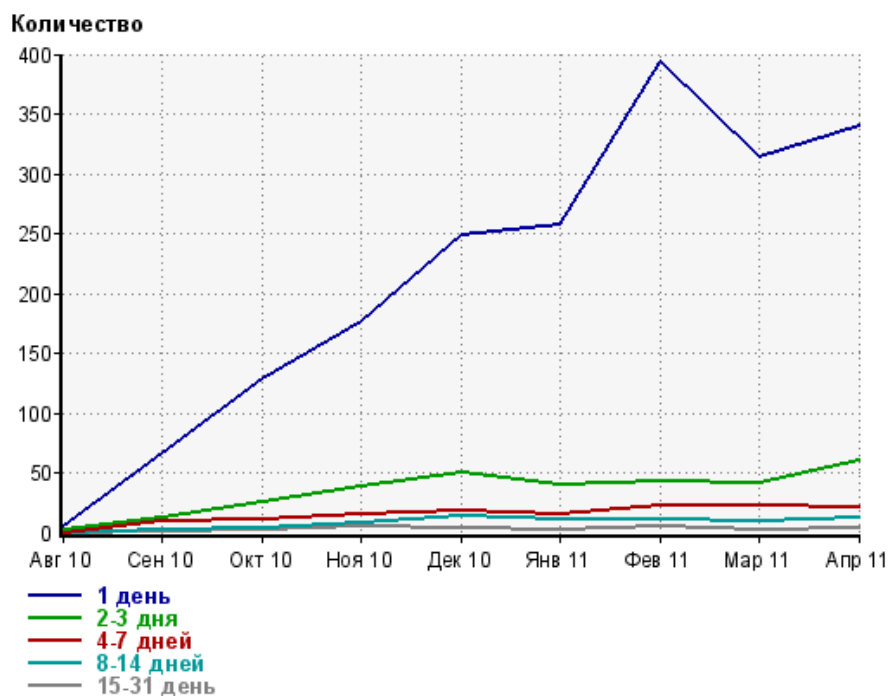
Авг 10:	8.7	Янв 11:	7.3
Сен 10:	5.8	Фев 11:	6.4
Окт 10:	9.2	Мар 11:	6.5
Ноя 10:	10.1	Апр 11:	6.0
Дек 10:	8.5		

Динамика по месяцам среднесуточных показателей активности посетителей сайта



Дата	Посетители за день	Новые (или не были в течение 31 дня)	Неотлучные (бывают ежедневно в течение недели)	Ядро (бывают каждую неделю в течение месяца)
Авг 10	3.8	3	0	0
Сен 10	7.7	3.7	0	0
Окт 10	14.4	6.6	0	1.5
Ноя 10	19.6	7.7	0.033	6.9
Дек 10	21.9	9.5	0	6.8
Янв 11	18.8	9.4	0.26	2
Фев 11	24	13	0	5.1
Мар 11	23	11.5	0	5.3
Апр 11	25	11.6	0.1	5.3

Динамика распределения 31-дневной аудитории по количеству дней посещения сайта (среднесуточные значения)



Дата	1 день	2-3 дня	4-7 дней	8-14 дней	15-31 день
Авг 10	4.6	1.8	0	0	0
Сен 10	66.5	12.2	9	1.5	0.23
Окт 10	128	25.5	10.6	4.3	1.5
Ноя 10	177	38.9	15.2	8.3	4.5
Дек 10	248	50.5	18.4	13.9	4
Янв 11	257	40.3	15.8	10.5	1.7
Фев 11	394	42.2	22.2	10.6	4.5
Мар 11	314	40.6	22.6	9.2	2.7
Апр 11	339	60.4	21.1	12.2	3.7

Топ30 сайтов, с которых осуществлялись переходы на сайт sdsko.ru

	апрель 2011 г.	март 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Закладки	676 (70.1%)	624 (69.9%)	644 (71.5%)
yandex.ru	137 (14.2%)	156 (17.5%)	140 (15.5%)
e.mail.ru	36 (3.7%)	3 (0.3%)	13 (1.4%)
google.ru	30 (3.1%)	21 (2.4%)	27 (3.0%)
birzha-sro.ru	30 (3.1%)	20 (2.2%)	19 (2.1%)
go.mail.ru	16 (1.7%)	14 (1.6%)	12 (1.3%)
mail.yandex.ru	9 (0.9%)	4 (0.4%)	4 (0.4%)
bing.com	5 (0.5%)	7 (0.8%)	4 (0.4%)
sro-s.ru	4 (0.4%)	12 (1.3%)	5 (0.6%)
stroysroportal.ru	4 (0.4%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)
images.yandex.ru	3 (0.3%)	9 (1.0%)	4 (0.4%)
webmail.kursktelecom.ru	3 (0.3%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)
nigma.ru	3 (0.3%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)
nova.rambler.ru	2 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
win.mail.ru	1 (0.1%)	9 (1.0%)	3 (0.3%)
vkontakte.ru	1 (0.1%)	3 (0.3%)	1 (0.1%)
search.livetool.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
stroicompas.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
search.qip.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
0.qip.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
yandex.ua	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	965 (100%)	882 (98.8%)	879 (97.6%)
всего	965 (100%)	893 (100%)	901 (100%)

В данном списке могут быть несколько служебных строк, не являющихся адресами сайтов:

Закладки: кроме собственно переходов из закладок (bookmarks, "избранное") и набора адреса вручную сюда попадают также переходы, при которых браузер не сообщает адрес ссылающейся страницы, это бывает при переходах по flash-баннерам, из файлов на локальном диске пользователя, из почтовых программ, icq, загрузках страниц сайта через JavaScript (обычно рор-уп окна), перенаправлении с помощью тега , а также если в браузере запрещена передача информации о ссылающейся странице.

Не веб-страница: в случаях, когда адрес ссылающейся страницы непустой, но не является адресом веб-страницы (не начинается с http://) используется данное имя.

Не определена: если на страницах сайта установлен упрощенный вариант счетчика, который не может определять ссылающиеся страницы, будет использовано это имя.

Другие: если в списке более 100 сайтов, то сайты, с которых зарегистрирован только один переход, объединяются в строчку "Другие". Такое сжатие выполняется только при наступлении нового дня, список сайтов за текущий день не сжимается.

Объявления: переходы по объявлениям или баннерам, размещенным в некоторых рекламных сетях (Яндекс.Direct, AdWords, MediaTarget, Vequp и другие системы, использующие специальный формат меток openstat). Для того, чтобы такие переходы учитывались, необходимо внести изменения в настройки рекламной кампании (для Яндекс.Direct включить галочку "Внешняя интернет-статистика").

Топ40 сайтов, на которые посетители переходили по ссылкам со страниц сайта sdsko.ru

	апрель 2011 г.	март 2011 г.	в среднем за 3 месяца
gosnadzor.ru	1 (100%)	3 (75.0%)	2 (66.7%)
всего	1 (100%)	4 (100%)	3 (100%)

Учитываются переходы только на те сайты, которые зарегистрированы в системе статистики LiveInternet, и только на те их страницы, на которых установлен код счетчика.

В данном списке может быть служебная строка, не являющаяся адресом сайта:

Другие: если в конце дня в списке оказывается более 100 сайтов, то сайты, с которых зарегистрирован только один переход за этот день, объединяются в строчку "Другие". Такое сжатие выполняется при окончании каждого дня, и в конце месяца всё суммируется.