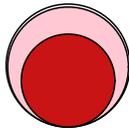


Аналитический отчет LiveInternet для сайта sdsko.ru за январь 2012 г.

Базовые месячные показатели посещаемости сайта:

Просмотров страниц	2,076	(+35% мес/мес)
Посетителей	421	(+41% мес/мес)
Доля мужчин	50.8 %	
Доля женщин	49.2 %	
Посетители младше 18 лет	5.0 %	
Посетители от 18 до 24 лет	25.7 %	
Посетители от 25 до 34 лет	43.0 %	
Посетители от 35 до 44 лет	12.8 %	
Посетители старше 44 лет	13.5 %	
Преобладающая страна - Россия	95.2 %	
Преобладающий регион - Курск	57.1 %	

Структура переходов на страницы сайта:

Внутренние	59.6 %	
Поиск	21.5 %	
Закладки	17.8 %	
Сайты	1.0 %	
Соц. сети	0.1 %	
Объявления	0.0 %	
Переходов с поисковиков	446	(+52% мес/мес)
Посетителей, пришедших с поисковиков	258	(+35% 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	11 (2.6%)	10 (2.4%)	21 (5.0%)
18-24	54 (12.8%)	54 (12.8%)	108 (25.7%)
25-34	87 (20.7%)	94 (22.3%)	181 (43.0%)
35-44	35 (8.3%)	19 (4.5%)	54 (12.8%)
45+	27 (6.4%)	30 (7.1%)	57 (13.5%)
Любой возраст	214 (50.8%)	207 (49.2%)	421 (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	48	47	47
18-24	109	105	107
25-34	138	172	154
35-44	72	40	56
45+	82	97	89
Любой возраст	99	100	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	57	55	56
18-24	138	134	136
25-34	166	172	169
35-44	76	38	57
45+	58	52	55
Любой возраст	105	94	100

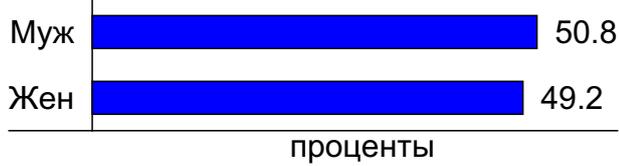
Индекс соответствия категории сайтов - **Category-Affinity Index**.

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.

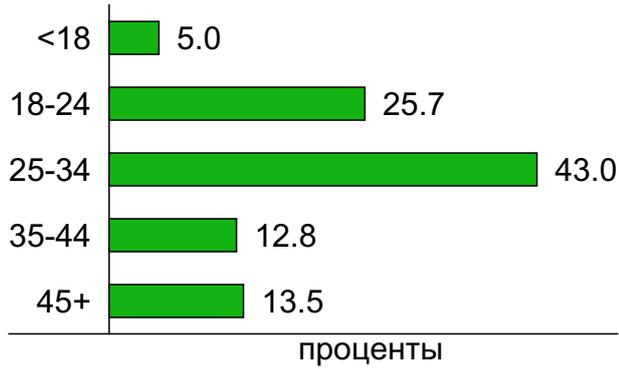
Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	89	53	68
18-24	109	107	108
25-34	112	123	118
35-44	83	43	63
45+	107	111	109
Любой возраст	103	96	100

Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

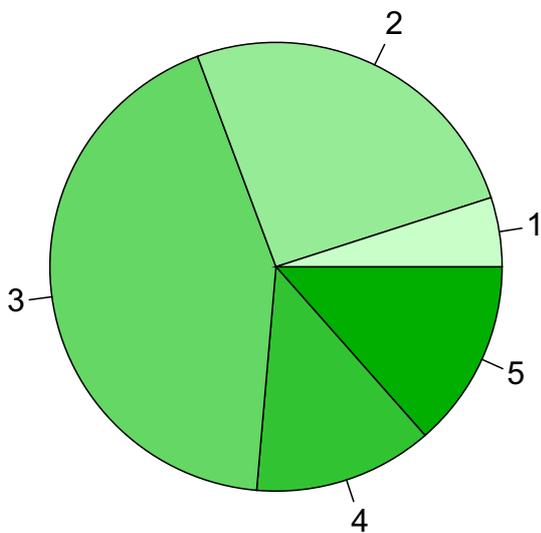
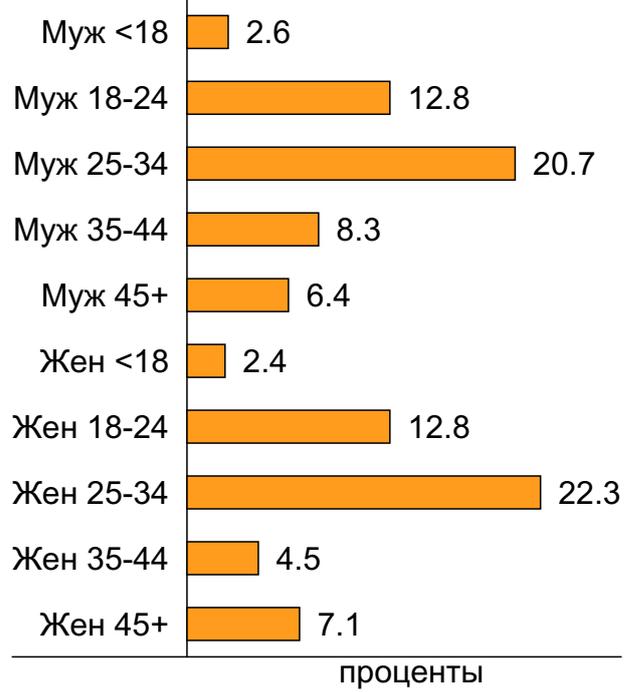
Пол



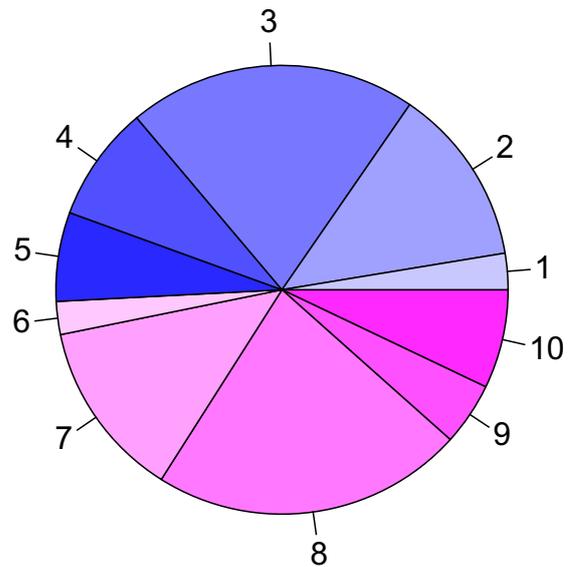
Возраст



Пол / Возраст



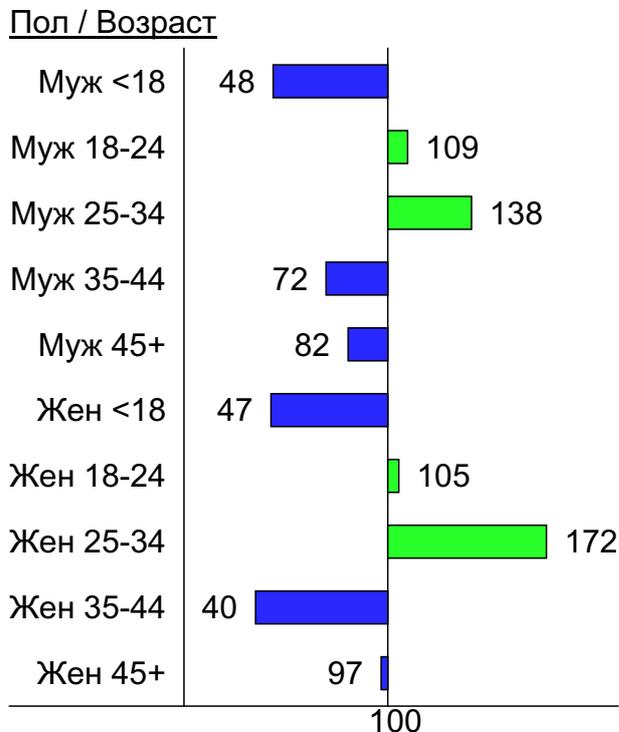
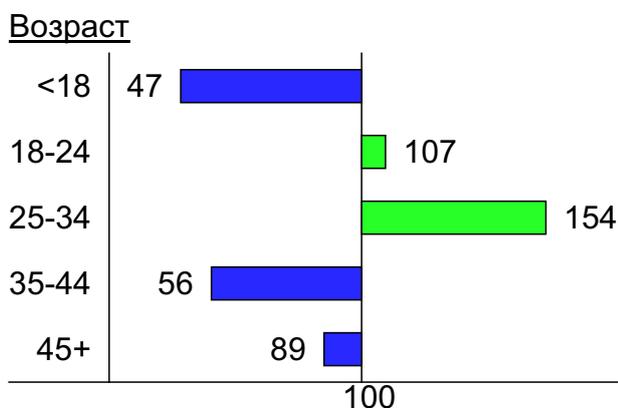
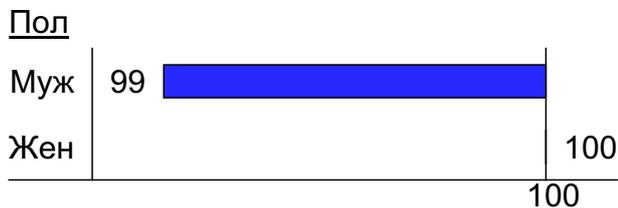
- 1: <18
- 2: 18-24
- 3: 25-34
- 4: 35-44
- 5: 45+



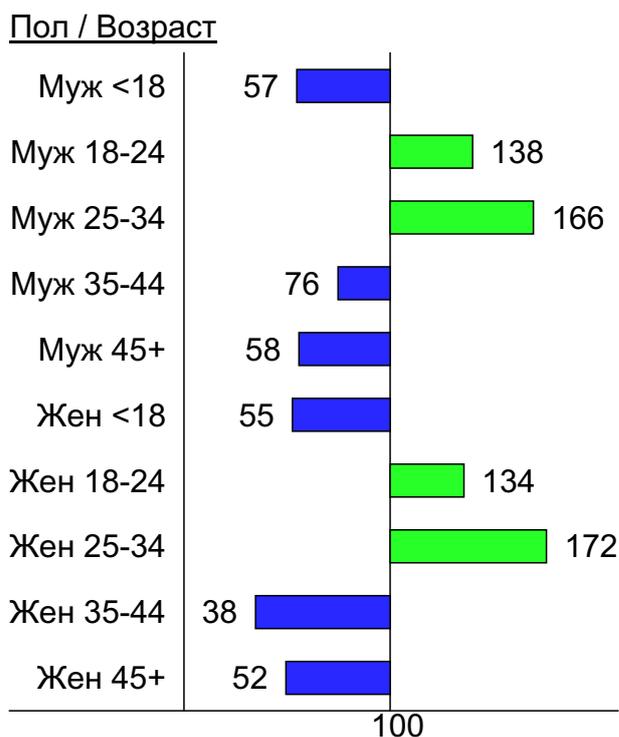
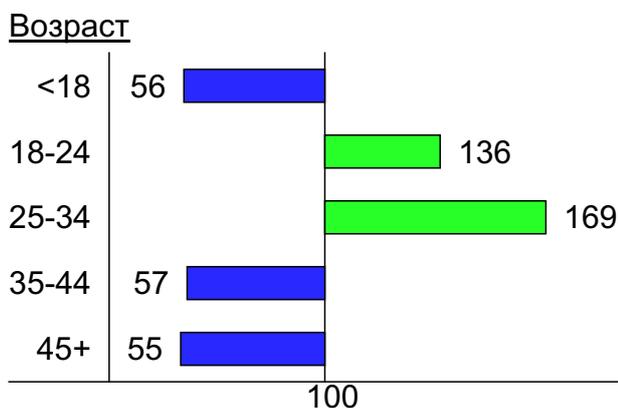
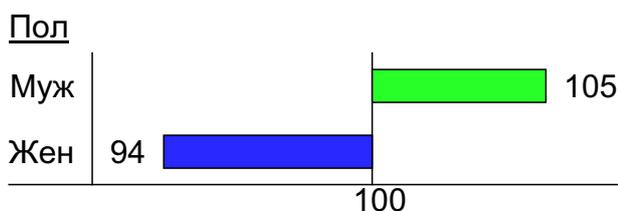
- 1: Муж <18
- 2: Муж 18-24
- 3: Муж 25-34
- 4: Муж 35-44
- 5: Муж 45+
- 6: Жен <18
- 7: Жен 18-24
- 8: Жен 25-34
- 9: Жен 35-44
- 10: Жен 45+

Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

Индекс соответствия Интернету - Internet-Affinity Index

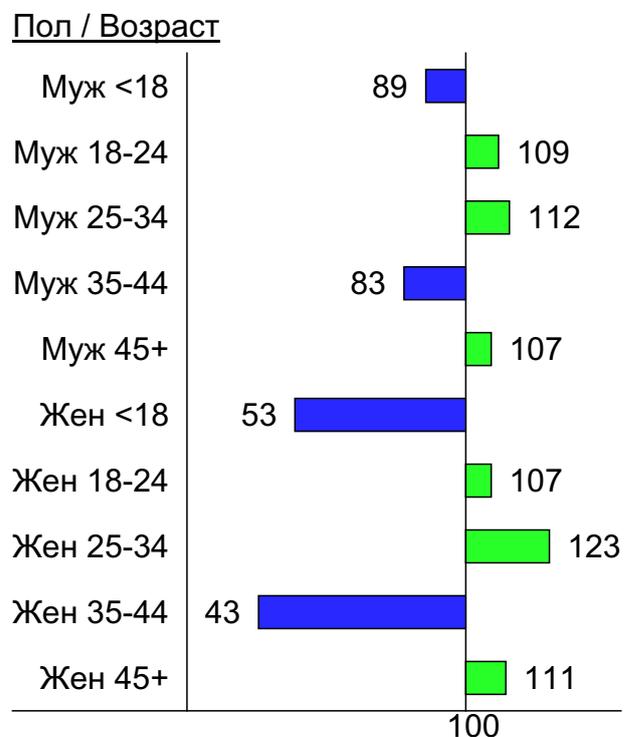
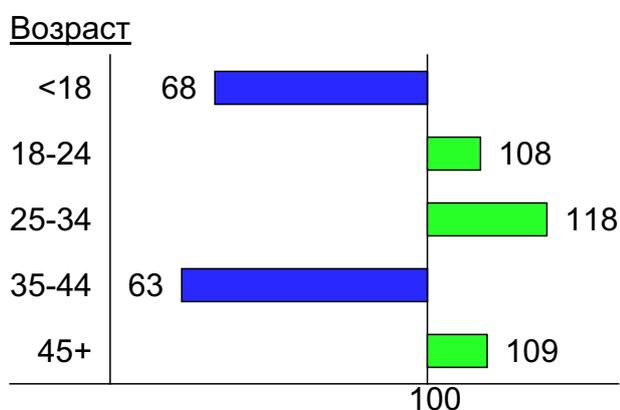
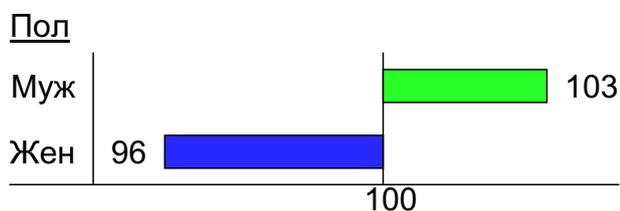


Индекс соответствия населению России - Population-Affinity Index

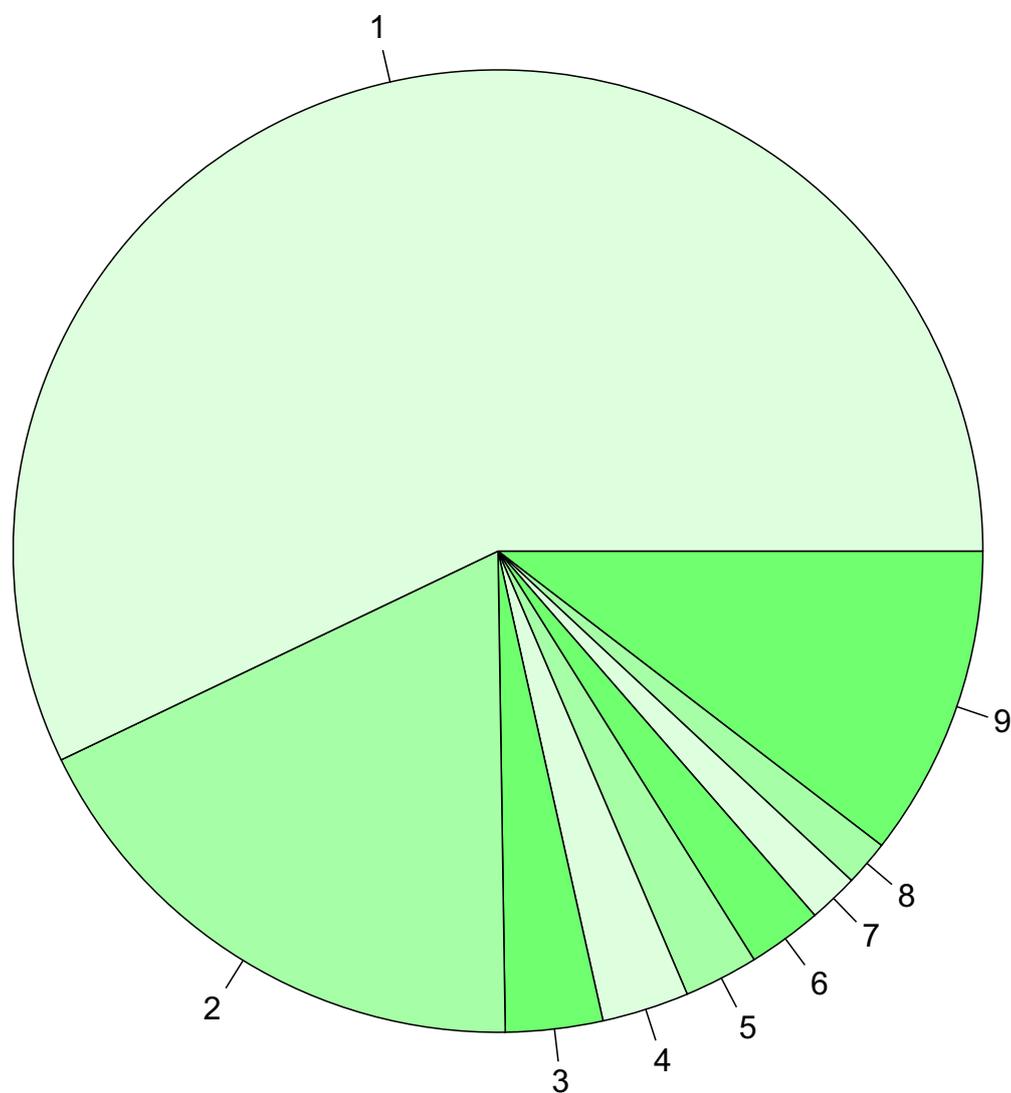


Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

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



Среднесуточное распределение аудитории сайта по странам и регионам России



Регионы России:

- 1: Курск - 57.1%
- 2: Москва - 18.1%
- 3: Нижний Новгород - 3.2%
- 4: Белгород - 2.9%
- 5: Брянск - 2.5%
- 6: Воронеж - 2.5%
- 7: Санкт-Петербург - 1.7%
- 8: Орёл - 1.5%
- 9: Остальные регионы России - 10.5%

Среднесуточное распределение аудитории по странам

	январь 2012 г.	декабрь 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Россия	20 (95.2%)	17 (100%)	18 (100%)
Украина	0.13 (0.6%)	0.065 (0.4%)	0.12 (0.7%)
Италия	0.032 (0.2%)	0.097 (0.6%)	0.065 (0.4%)
Казахстан	0.032 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Беларусь	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
США	0 (0.0%)	0.097 (0.6%)	0.043 (0.2%)
Другие	0 (0.0%)	0.065 (0.4%)	0.022 (0.1%)
Германия	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Чехия	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Ирландия	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Гонконг	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Франция	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Туркмения	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
сумма выбранных	20.226 (96.3%)	17 (100%)	18 (100%)
всего	21 (100%)	17 (100%)	18 (100%)

Среднесуточное распределение аудитории по регионам России

	январь 2012 г.	декабрь 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Курск	12 (57.1%)	9.2 (54.1%)	10 (55.6%)
Москва	3.8 (18.1%)	3 (17.6%)	3.4 (18.9%)
Нижний Новгород	0.68 (3.2%)	0.29 (1.7%)	0.47 (2.6%)
Белгород	0.61 (2.9%)	0.55 (3.2%)	0.41 (2.3%)
Брянск	0.52 (2.5%)	0.52 (3.1%)	0.43 (2.4%)
Воронеж	0.52 (2.5%)	0.29 (1.7%)	0.36 (2.0%)
Санкт-Петербург	0.35 (1.7%)	0.94 (5.5%)	0.65 (3.6%)
Орёл	0.32 (1.5%)	0.16 (0.9%)	0.17 (0.9%)
Казань	0.16 (0.8%)	0.19 (1.1%)	0.24 (1.3%)
Екатеринбург	0.13 (0.6%)	0.032 (0.2%)	0.065 (0.4%)
Самара	0.097 (0.5%)	0.097 (0.6%)	0.098 (0.5%)
Чебоксары	0.097 (0.5%)	0.032 (0.2%)	0.087 (0.5%)
Уфа	0.065 (0.3%)	0.13 (0.8%)	0.087 (0.5%)
Тюмень	0.065 (0.3%)	0.13 (0.8%)	0.065 (0.4%)
Саратов	0.065 (0.3%)	0.097 (0.6%)	0.098 (0.5%)
Ростов-на-Дону	0.065 (0.3%)	0.097 (0.6%)	0.065 (0.4%)
Иваново	0.065 (0.3%)	0.065 (0.4%)	0.054 (0.3%)
Тверь	0.065 (0.3%)	0.065 (0.4%)	0.054 (0.3%)
Новосибирск	0.065 (0.3%)	0.032 (0.2%)	0.076 (0.4%)
Вологда	0.065 (0.3%)	0.032 (0.2%)	0.054 (0.3%)
Барнаул	0.065 (0.3%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Смоленск	0.065 (0.3%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Хабаровск	0.032 (0.2%)	0.065 (0.4%)	0.043 (0.2%)
Липецк	0.032 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.12 (0.7%)
Волгоград	0.032 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.043 (0.2%)
Владивосток	0.032 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Оренбург	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.043 (0.2%)
Владимир	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Омск	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Ульяновск	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Архангельск	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Рязань	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Пенза	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Астрахань	0.032 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Пермь	0 (0.0%)	0.065 (0.4%)	0.043 (0.2%)
Красноярск	0 (0.0%)	0.065 (0.4%)	0.033 (0.2%)
Ставрополь	0 (0.0%)	0.065 (0.4%)	0.033 (0.2%)
Ярославль	0 (0.0%)	0.065 (0.4%)	0.033 (0.2%)
Краснодар	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.054 (0.3%)
Иркутск	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.043 (0.2%)
Калуга	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Тамбов	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Мурманск	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Калининград	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Тула	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Челябинск	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Ханты-Мансийск	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Новгород	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Томск	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Кемерово	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
сумма выбранных	20.318 (96.8%)	16.53 (97.2%)	17.773 (98.7%)
всего	21 (100%)	17 (100%)	18 (100%)

Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Бизнес		175	41.6 %	553
в том числе	Бухгалтерия	105	24.9 %	1091
	Трудоустройство, персонал	74	17.6 %	362
	Реклама	52	12.4 %	1244
	Аудит, консалтинг	10	2.4 %	1427
Финансы		96	22.8 %	481
в том числе	Страхование	44	10.5 %	1230
	Вклады, депозиты	39	9.3 %	542
	Кредиты	23	5.5 %	394
	Валюта	14	3.3 %	241
	Фондовый рынок	6	1.4 %	527
	Денежные переводы	1	0.2 %	257
Недвижимость		112	26.6 %	477
в том числе	Квартиры	73	17.3 %	427
	Земля	21	5.0 %	1019
	Загородная недвижимость	17	4.0 %	480
	Коммерческая недвижимость	16	3.8 %	1282
	Ипотека	9	2.1 %	546
	Гаражи	8	1.9 %	739
	Зарубежная недвижимость	3	0.7 %	354
Отдых, туризм, путешествия		89	21.1 %	450
в том числе	Отдых за рубежом	56	13.3 %	437
	Отдых в России и Украине	43	10.2 %	509
Бытовая техника		38	9.0 %	368
Авто		117	27.8 %	312
в том числе	Иномарки	106	25.2 %	356
	Отечественные	19	4.5 %	292
	Мото-, Квадроциклы, Снегоходы	8	1.9 %	200
	Колёса, Шины	7	1.7 %	241
	Автострахование	5	1.2 %	678
Образование		48	11.4 %	293
в том числе	Образование высшее	31	7.4 %	531
	Иностранные языки	14	3.3 %	151
	Образование для детей	9	2.1 %	324
Медицина, здоровье		176	41.8 %	287
в том числе	Беременность и роды	48	11.4 %	377
	Стоматология	22	5.2 %	578
	Диеты	21	5.0 %	261
	Лишний вес	13	3.1 %	250
	Спорт, фитнес, йога	13	3.1 %	333
	Зрение	5	1.2 %	367
Аудио, Видео, Фото		41	9.7 %	284
в том числе	Аудио-техника	16	3.8 %	271
	Телевизоры, DVD-проигрыватели	13	3.1 %	320
	Видеоаппаратура	9	2.1 %	400
	Фотоаппараты	6	1.4 %	166
Выставки, концерты, театры, кино		88	20.9 %	261

Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Дом и семья		114	27.1 %	228
в том числе	Кулинария, рецепты	84	20.0 %	231
	Кошки	24	5.7 %	259
	Собаки	17	4.0 %	202
	Детские сады	15	3.6 %	652
	Маленькие дети	5	1.2 %	224
Компьютеры, оргтехника		55	13.1 %	210
в том числе	Принтеры	16	3.8 %	447
	Компьютерные комплектующие	13	3.1 %	179
	Ноутбуки	9	2.1 %	107
	Планшетные ПК	4	1.0 %	106
	Мониторы	3	0.7 %	177
Телефоны, связь		80	19.0 %	176
в том числе	Мобильные телефоны	62	14.7 %	162
	Мобильные приложения и услуги	42	10.0 %	187
	Навигация	7	1.7 %	278
	Стационарная связь	4	1.0 %	532

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

Структура переходов на страницы сайта

	январь 2012 г.	декабрь 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Внутренние	1,237 (59.6%)	819 (53.4%)	988 (57.6%)
Поиск	446 (21.5%)	294 (19.2%)	351 (20.5%)
Закладки	370 (17.8%)	397 (25.9%)	350 (20.4%)
Сайты	20 (1.0%)	24 (1.6%)	26 (1.5%)
Соц. сети	3 (0.1%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)
Объявления	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
всего	2,076 (100%)	1,534 (100%)	1,716 (100%)

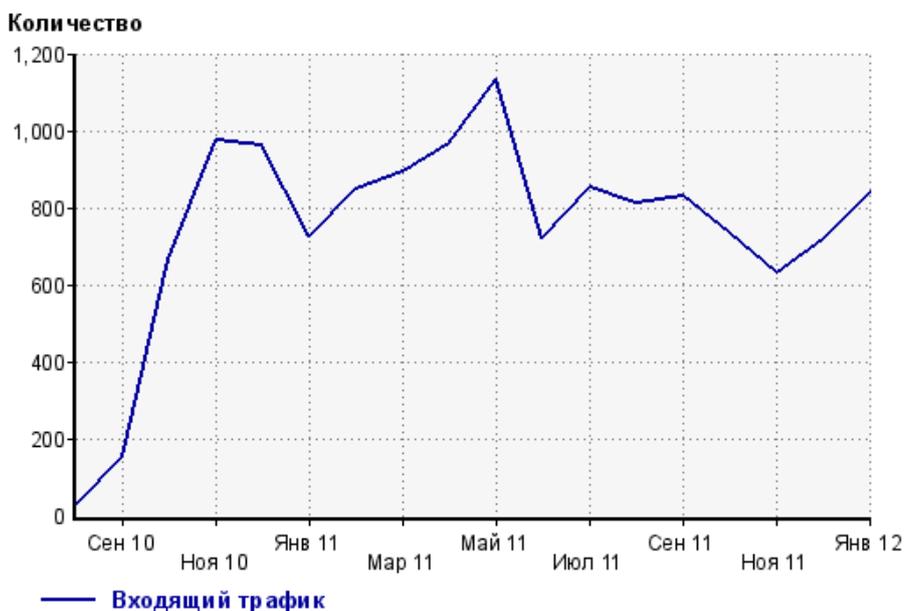
Закладки: кроме собственно переходов из закладок (bookmarks, "избранное") и набора адреса вручную сюда попадают также переходы, при которых браузер не сообщает адрес ссылающейся страницы, это бывает при переходах по flash-баннерам, из файлов на локальном диске пользователя, из почтовых программ, icq, 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, Vequ 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").

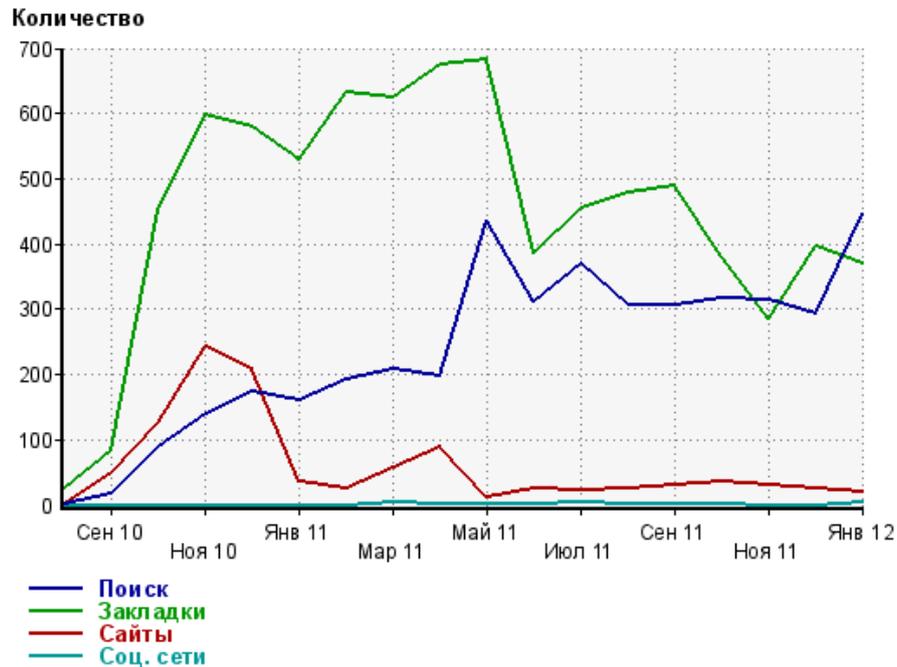
Структура входящего месячного трафика на сайт.



Динамика по месяцам входящего трафика на сайт.



Динамика по месяцам составных частей входящего трафика на сайт

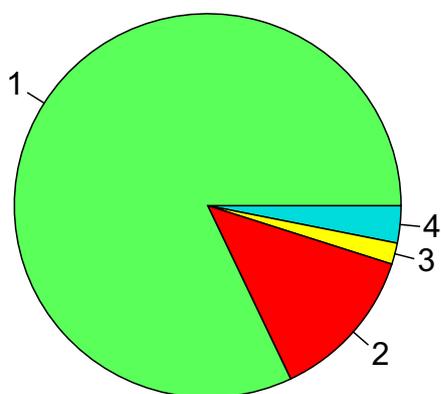


Дата	Поиск	Закладки	Сайты	Соц. сети
Авг 10	2	24	2	0
Сен 10	18	84	50	0
Окт 10	88	453	126	0
Ноя 10	138	597	242	0
Дек 10	175	580	207	0
Янв 11	160	530	37	0
Фев 11	191	632	24	0
Мар 11	208	624	58	3
Апр 11	198	676	90	1
Май 11	437	683	12	1
Июн 11	311	386	24	1
Июл 11	371	456	23	3
Авг 11	306	479	24	2
Сен 11	306	490	31	1
Окт 11	316	381	35	1
Ноя 11	314	285	31	0
Дек 11	294	397	24	0
Янв 12	446	370	20	3

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

	январь 2012 г.	декабрь 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Яндекс	366 (82.1%)	223 (75.9%)	269 (76.6%)
Google	58 (13.0%)	46 (15.6%)	59 (16.8%)
Bing	8 (1.8%)	2 (0.7%)	4 (1.1%)
Search.Mail.ru	5 (1.1%)	13 (4.4%)	9 (2.6%)
Rambler	5 (1.1%)	1 (0.3%)	3 (0.9%)
Google (картинки)	2 (0.4%)	4 (1.4%)	3 (0.9%)
Яндекс (картинки)	2 (0.4%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)
Nigma	0 (0.0%)	3 (1.0%)	1 (0.3%)
QIP.ru	0 (0.0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)
сумма выбранных	446 (100%)	294 (100%)	350 (99.7%)
всего	446 (100%)	294 (100%)	351 (100%)

Диаграмма распределения месячного поискового трафика по поисковикам

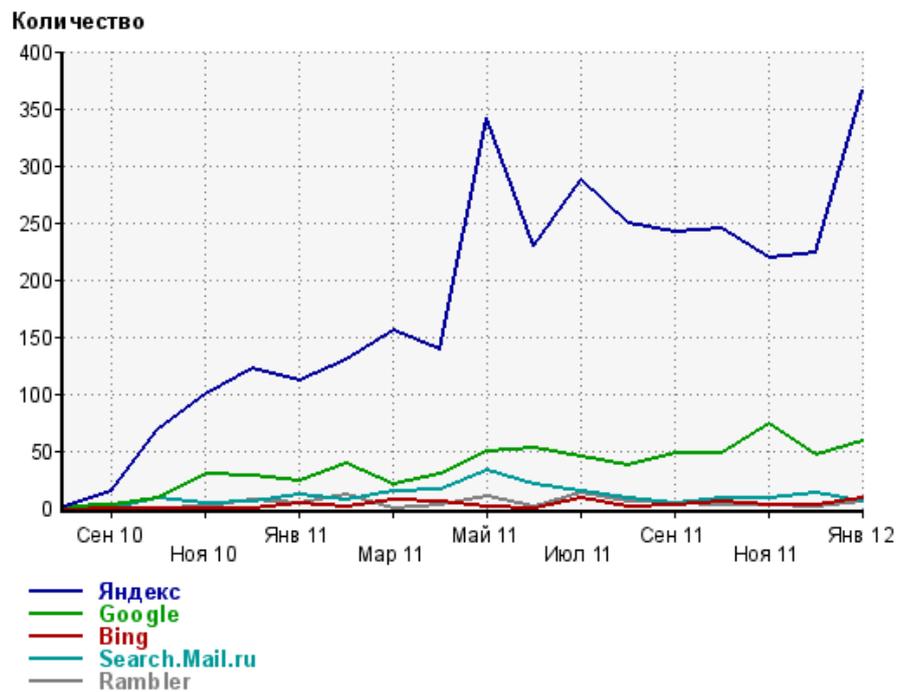


- 1: Яндекс - 82.1%
- 2: Google - 13.0%
- 3: Bing - 1.8%
- 4: Остальные поисковики - 3.1%

Динамика по месяцам общего поискового трафика на сайт



Динамика по месяцам числа переходов с поисковых систем



Дата	Яндекс	Google	Bing	Search. Mail.ru	Rambler
Авг 10	1	1	0	0	0
Сен 10	15	3	0	0	0
Окт 10	69	9	0	8	0
Ноя 10	99	29	0	4	1
Дек 10	122	28	0	5	7
Янв 11	112	23	4	11	4
Фев 11	129	38	1	7	12
Мар 11	156	21	7	14	0
Апр 11	138	29	5	16	2
Май 11	341	49	1	32	10
Июн 11	230	52	0	20	1
Июл 11	287	44	9	14	13
Авг 11	249	37	1	8	6
Сен 11	241	47	3	4	4
Окт 11	244	47	5	8	2
Ноя 11	219	74	2	9	3
Дек 11	223	46	2	13	1
Янв 12	366	58	8	5	5

Структура месячной поисковой аудитории сайта

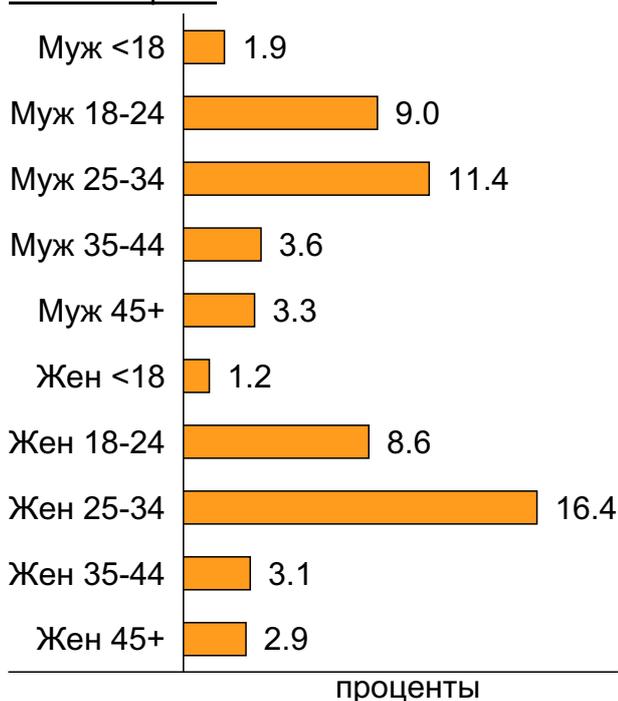
В таблице представлены размеры демографических групп в месячной поисковой аудитории сайта и их доли в процентах от полной месячной аудитории этого сайта.

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	8 (1.9%)	5 (1.2%)	13 (3.1%)
18-24	38 (9.0%)	36 (8.6%)	74 (17.6%)
25-34	48 (11.4%)	69 (16.4%)	117 (27.8%)
35-44	15 (3.6%)	13 (3.1%)	28 (6.7%)
45+	14 (3.3%)	12 (2.9%)	26 (6.2%)
Любой возраст	123 (29.2%)	135 (32.1%)	258 (61.3%)

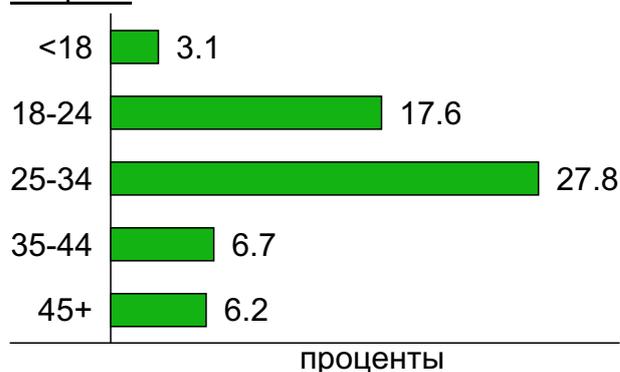
Пол / Возраст



Пол



Возраст



Месячный отчёт по выбранным фразам для сайта

Фраза	Переходы с поисковых систем	Доля в глобальном трафике	Позиция в Google	Позиция в Яндексе
саморегулируемая организация	0 [0]	0% [0%]	* [*]	* [*]
некоммерческое партнерство	0 [0]	0% [0%]	* [*]	* [*]
союз дорожников и строителей курской области	67 [42]	91% [84%]	1 [1]	1 [1]
сро курской области	5 [0]	83% [0%]	7 [4]	1 [1]

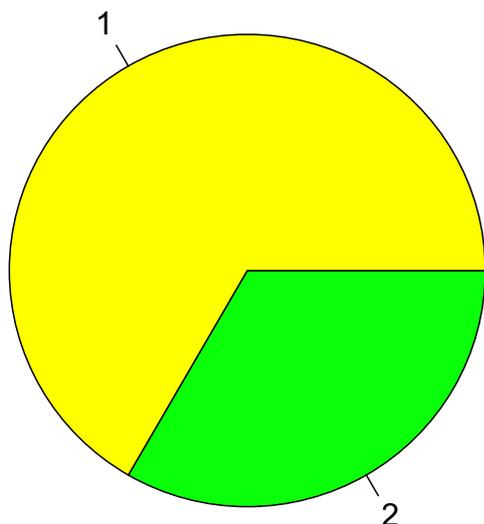
Данная таблица сформирована на основе фраз, указанных на странице [изменения описания](#) сайта в блоке "Поисковые фразы". В клетках таблицы в круглых скобках () показывается изменение соответствующего показателя по отношению к предыдущему месяцу. В прямоугольных скобках [] показывается значение за предыдущий 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 предусмотрено 50 результатов на странице, а для Яндекса - 20. Если вместо номера позиции стоит знак "-", это означает, что сервис LiveInternet не обращался с данным запросом к поисковой системе.

Топ10 социальных сетей, с которых осуществлялись переходы на сайт sdsko.ru

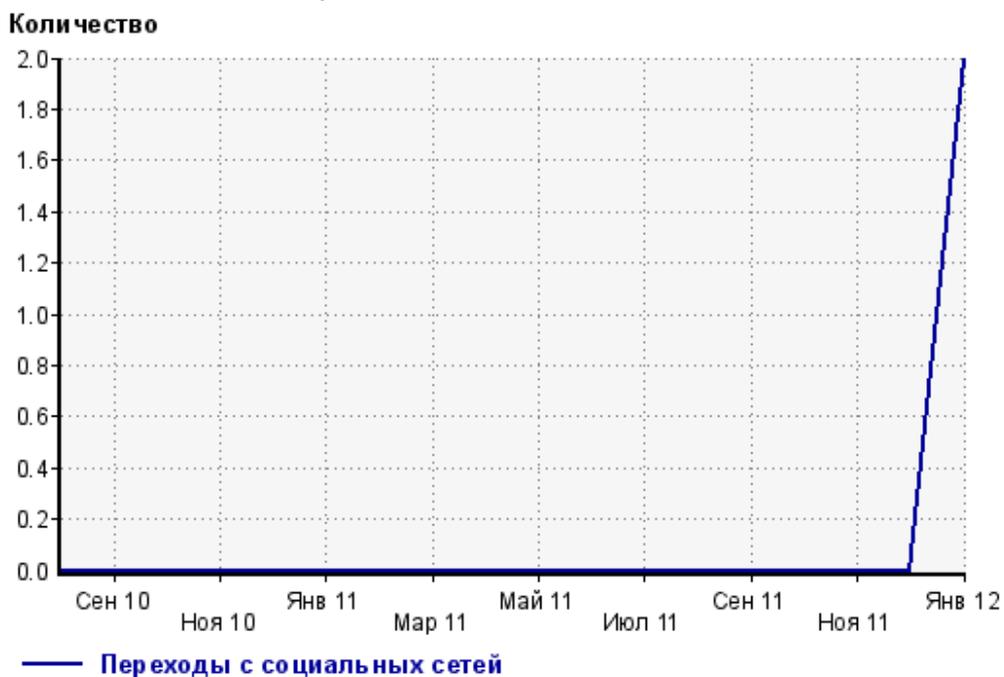
	январь 2012 г.	декабрь 2011 г.	в среднем за 3 месяца
vkontakte.ru	2 (66.7%)	0 (100%)	0 (0.0%)
facebook.com	1 (33.3%)	0 (100%)	0 (0.0%)
всего	3 (100%)	0 (100%)	1 (100%)

Диаграмма распределения месячного трафика с социальных сетей

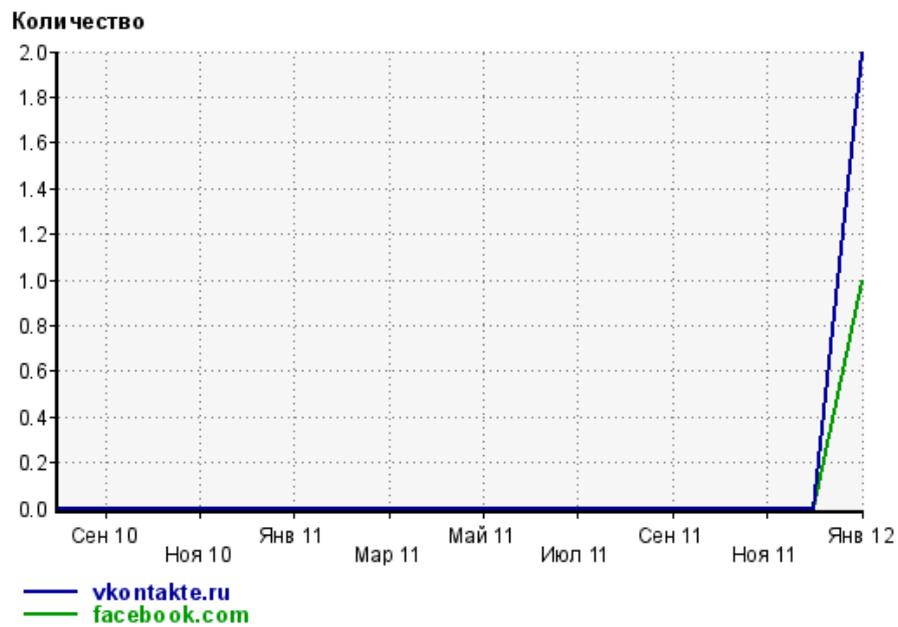


1: vkontakte.ru - 66.7%
2: facebook.com - 33.3%

Динамика по месяцам числа переходов с социальных сетей на сайт



Динамика по месяцам числа переходов с социальных сетей

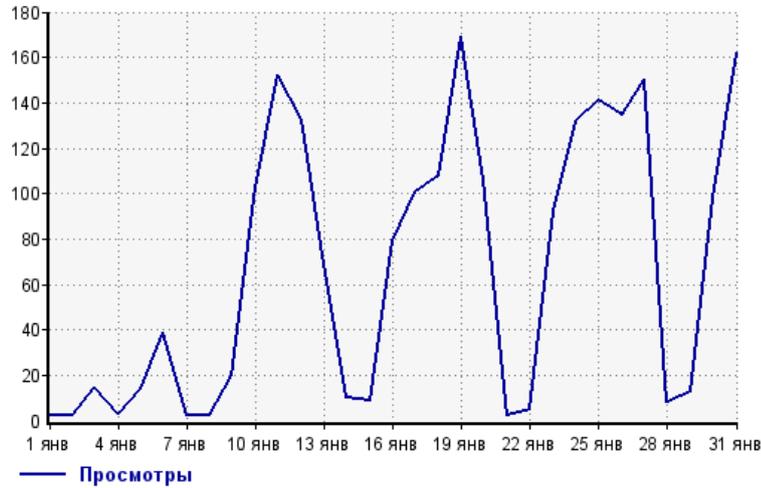


Дата	vkontakte.ru	facebook.com
Авг 10	0	0
Сен 10	0	0
Окт 10	0	0
Ноя 10	0	0
Дек 10	0	0
Янв 11	0	0
Фев 11	0	0
Мар 11	0	0
Апр 11	0	0
Май 11	0	0
Июн 11	0	0
Июл 11	0	0
Авг 11	0	0
Сен 11	0	0
Окт 11	0	0
Ноя 11	0	0
Дек 11	0	0
Янв 12	2	1

Посещаемость по дням в течение месяца

Число просмотров страниц сайта

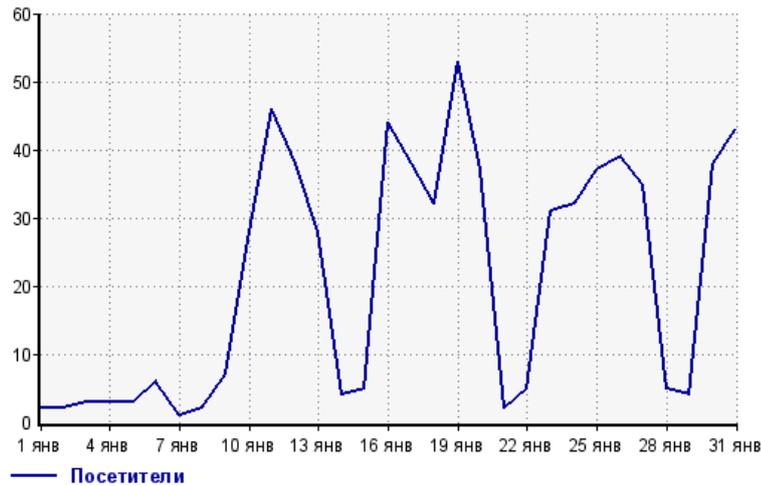
Количество



1 янв:	2	17 янв:	101
2 янв:	2	18 янв:	108
3 янв:	15	19 янв:	169
4 янв:	3	20 янв:	106
5 янв:	14	21 янв:	2
6 янв:	39	22 янв:	5
7 янв:	2	23 янв:	92
8 янв:	2	24 янв:	132
9 янв:	20	25 янв:	141
10 янв:	103	26 янв:	135
11 янв:	152	27 янв:	150
12 янв:	133	28 янв:	8
13 янв:	69	29 янв:	13
14 янв:	10	30 янв:	98
15 янв:	9	31 янв:	162
16 янв:	79		

Размер аудитории сайта

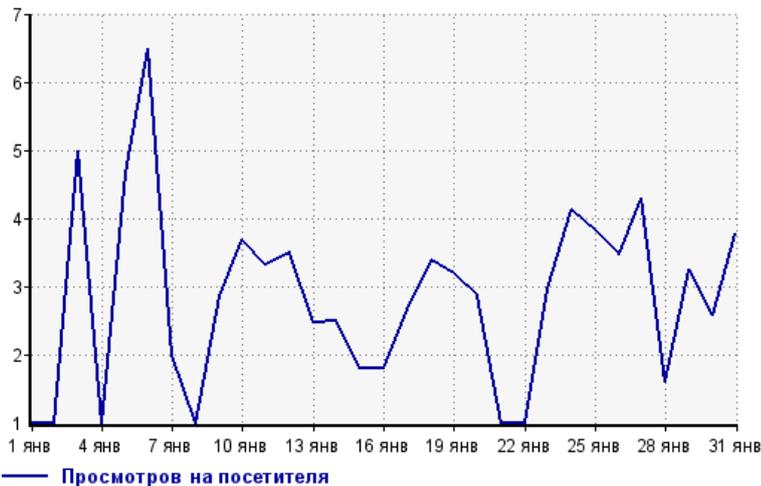
Количество



1 янв:	2	17 янв:	38
2 янв:	2	18 янв:	32
3 янв:	3	19 янв:	53
4 янв:	3	20 янв:	37
5 янв:	3	21 янв:	2
6 янв:	6	22 янв:	5
7 янв:	1	23 янв:	31
8 янв:	2	24 янв:	32
9 янв:	7	25 янв:	37
10 янв:	28	26 янв:	39
11 янв:	46	27 янв:	35
12 янв:	38	28 янв:	5
13 янв:	28	29 янв:	4
14 янв:	4	30 янв:	38
15 янв:	5	31 янв:	43
16 янв:	44		

Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество

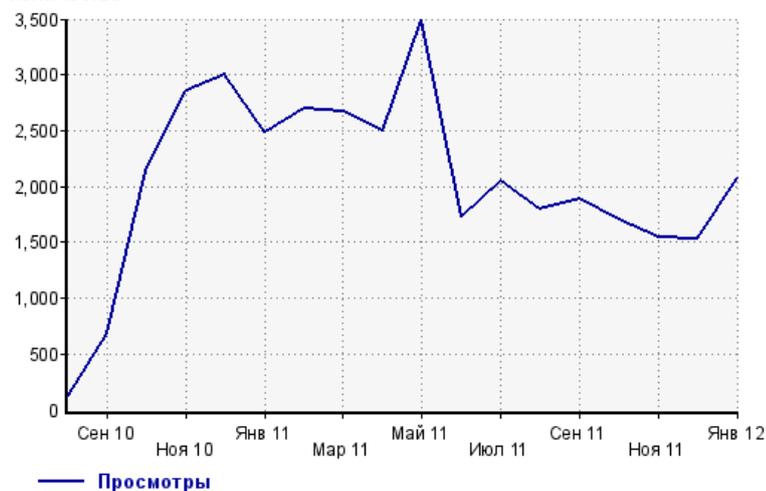


1 янв:	1.0	17 янв:	2.7
2 янв:	1.0	18 янв:	3.4
3 янв:	5.0	19 янв:	3.2
4 янв:	1.0	20 янв:	2.9
5 янв:	4.7	21 янв:	1.0
6 янв:	6.5	22 янв:	1.0
7 янв:	2.0	23 янв:	3.0
8 янв:	1.0	24 янв:	4.1
9 янв:	2.9	25 янв:	3.8
10 янв:	3.7	26 янв:	3.5
11 янв:	3.3	27 янв:	4.3
12 янв:	3.5	28 янв:	1.6
13 янв:	2.5	29 янв:	3.3
14 янв:	2.5	30 янв:	2.6
15 янв:	1.8	31 янв:	3.8
16 янв:	1.8		

Динамика месячной посещаемости

Число просмотров страниц сайта

Количество



Авг 10:	131	Май 11:	3,491
Сен 10:	686	Июн 11:	1,731
Окт 10:	2,141	Июл 11:	2,043
Ноя 10:	2,860	Авг 11:	1,799
Дек 10:	3,005	Сен 11:	1,894
Янв 11:	2,487	Окт 11:	1,707
Фев 11:	2,692	Ноя 11:	1,538
Мар 11:	2,667	Дек 11:	1,534
Апр 11:	2,504	Янв 12:	2,076

Размер аудитории сайта

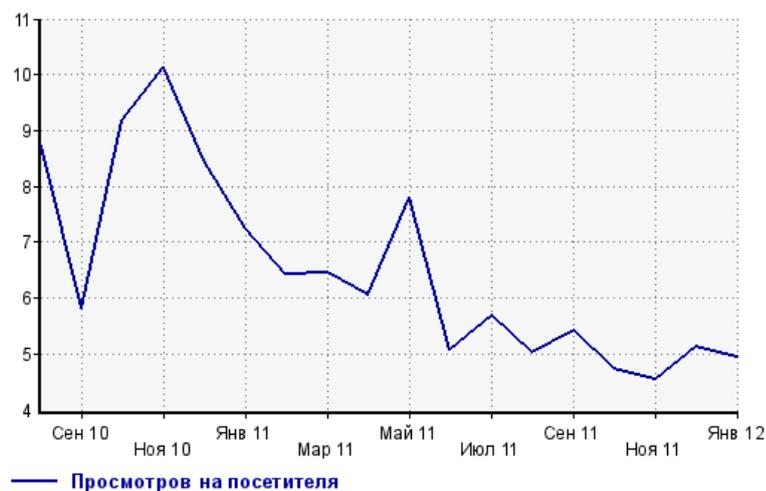
Количество



Авг 10:	15	Май 11:	447
Сен 10:	118	Июн 11:	342
Окт 10:	233	Июл 11:	360
Ноя 10:	282	Авг 11:	359
Дек 10:	355	Сен 11:	349
Янв 11:	343	Окт 11:	361
Фев 11:	419	Ноя 11:	339
Мар 11:	413	Дек 11:	299
Апр 11:	414	Янв 12:	421

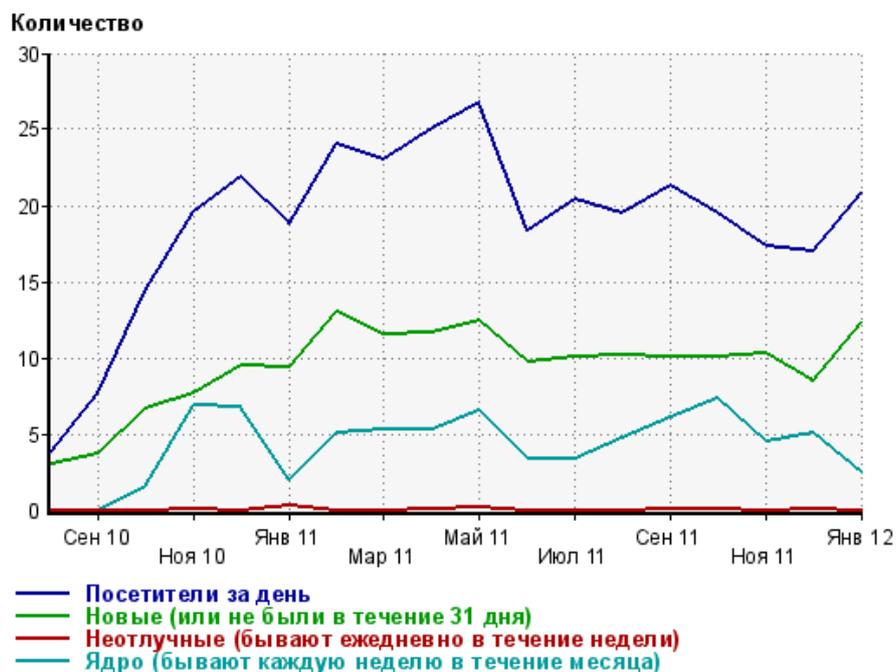
Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



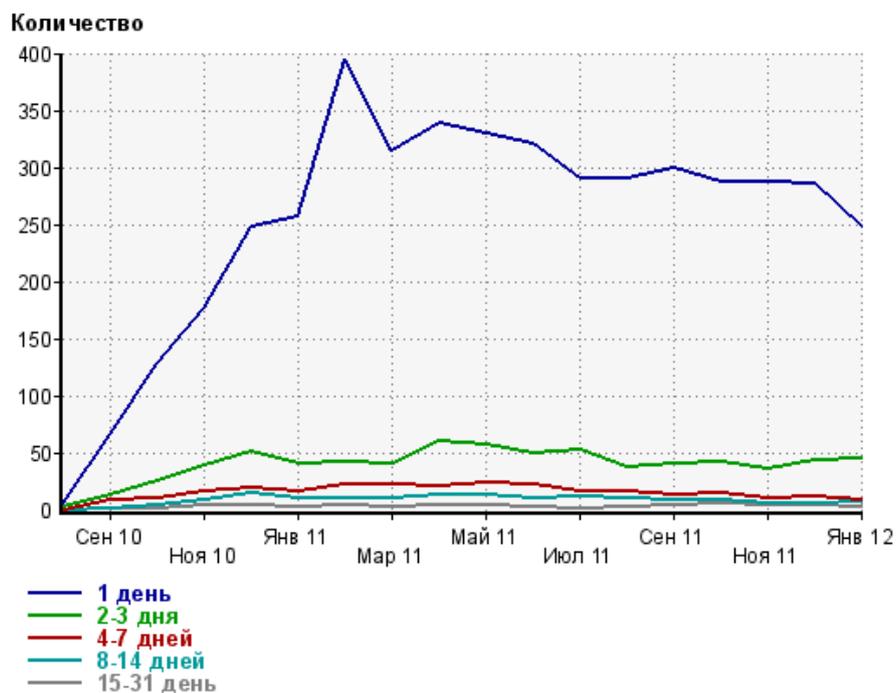
Авг 10:	8.7	Май 11:	7.8
Сен 10:	5.8	Июн 11:	5.1
Окт 10:	9.2	Июл 11:	5.7
Ноя 10:	10.1	Авг 11:	5.0
Дек 10:	8.5	Сен 11:	5.4
Янв 11:	7.3	Окт 11:	4.7
Фев 11:	6.4	Ноя 11:	4.5
Мар 11:	6.5	Дек 11:	5.1
Апр 11:	6.0	Янв 12:	4.9

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
Май 11	26.8	12.4	0.16	6.5
Июн 11	18.3	9.7	0	3.3
Июл 11	20.4	10.1	0	3.3
Авг 11	19.5	10.2	0	4.7
Сен 11	21.3	10.1	0.1	6.1
Окт 11	19.5	10.1	0.032	7.3
Ноя 11	17.3	10.3	0	4.5
Дек 11	17	8.5	0.032	5.1
Янв 12	20.8	12.3	0	2.4

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
Май 11	330	57.2	23.5	13.2	4
Июн 11	320	49.6	21.7	10.6	2.9
Июл 11	290	52	16	11.8	1.1
Авг 11	290	37.8	15.6	10.1	2.8
Сен 11	300	39.8	12.8	7.9	4
Окт 11	287	41.6	14.9	8.9	4.8
Ноя 11	287	35.3	10.5	5.4	3.3
Дек 11	285	43.9	10.8	5.4	4
Янв 12	247	44.2	8.2	6.9	2.2

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

	январь 2012 г.	декабрь 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Закладки	370 (44.1%)	397 (55.5%)	350 (48.1%)
yandex.ru	366 (43.6%)	221 (30.9%)	268 (36.8%)
google.ru	57 (6.8%)	47 (6.6%)	58 (8.0%)
bing.com	8 (1.0%)	2 (0.3%)	3 (0.4%)
go.mail.ru	5 (0.6%)	13 (1.8%)	9 (1.2%)
sro-s.ru	5 (0.6%)	8 (1.1%)	5 (0.7%)
nostroy.ru	5 (0.6%)	1 (0.1%)	6 (0.8%)
nova.rambler.ru	5 (0.6%)	1 (0.1%)	3 (0.4%)
e.mail.ru	5 (0.6%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)
images.yandex.ru	2 (0.2%)	1 (0.1%)	1 (0.1%)
vkontakte.ru	2 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
stroysportal.ru	1 (0.1%)	2 (0.3%)	1 (0.1%)
facebook.com	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
sro-info.tk	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
google.by	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
smart-web-robots.com	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
freemail.ukr.net	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
google.kz	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
google.com	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
mail.rambler.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	839 (100%)	693 (96.9%)	705 (96.8%)
всего	839 (100%)	715 (100%)	728 (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, isq, загрузках страниц сайта через JavaScript (обычно pop-up окна), перенаправлении с помощью тега `a`, 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

	январь 2012 г.	декабрь 2011 г.	в среднем за 3 месяца
всего	0 (100%)	0 (100%)	0 (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.