






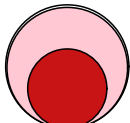








Аналитический отчет LiveInternet для сайта sdsko.ru за август 2012 г.

Базовые месячные показатели посещаемости сайта:

Просмотров страниц	2,055	(-13% мес/мес)
Посетителей	433	(-13% мес/мес)
Доля женщин	55.9 %	
Доля мужчин	44.1 %	
Посетители младше 18 лет	1.6 %	
Посетители от 18 до 24 лет	20.1 %	
Посетители от 25 до 34 лет	46.7 %	
Посетители от 35 до 44 лет	18.7 %	
Посетители старше 44 лет	12.9 %	
Преобладающая страна - Россия	95.8 %	
Преобладающий регион - Курск	41.3 %	

Структура переходов на страницы сайта:

Внутренние	53.3 %	
Закладки	23.6 %	
Поиск	22.1 %	
Сайты	1.0 %	
Объявления	0.0 %	
Соц. сети	0.0 %	
Переходов с поисковиков	455	(-10% мес/мес)
Посетителей, пришедших с поисковиков	299	(-11% 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	4 (0.9%)	3 (0.7%)	7 (1.6%)
18-24	36 (8.3%)	51 (11.8%)	87 (20.1%)
25-34	93 (21.5%)	109 (25.2%)	202 (46.7%)
35-44	24 (5.5%)	57 (13.2%)	81 (18.7%)
45+	34 (7.9%)	22 (5.1%)	56 (12.9%)
Любой возраст	191 (44.1%)	242 (55.9%)	433 (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	16	13	15
18-24	69	96	83
25-34	144	193	167
35-44	49	118	83
45+	101	70	86
Любой возраст	85	114	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	20	16	18
18-24	89	123	106
25-34	173	194	184
35-44	51	112	83
45+	71	37	52
Любой возраст	91	107	100

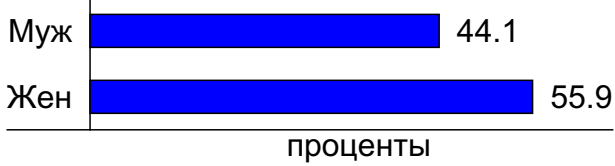
Индекс соответствия категории сайтов - **Category-Affinity Index**.

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.

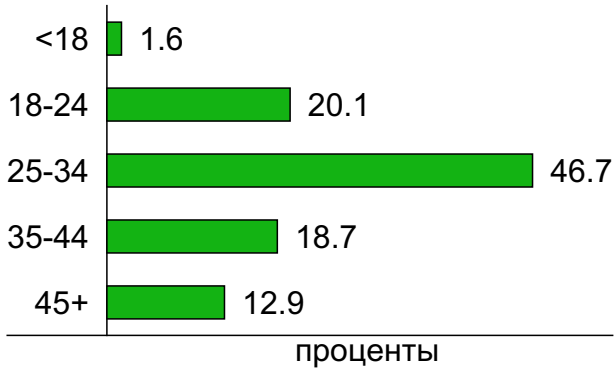
Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	44	20	29
18-24	83	102	93
25-34	112	120	116
35-44	54	129	91
45+	119	82	101
Любой возраст	91	107	100

Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

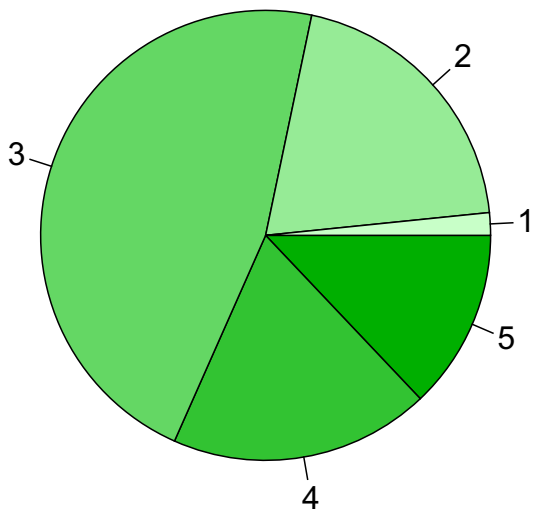
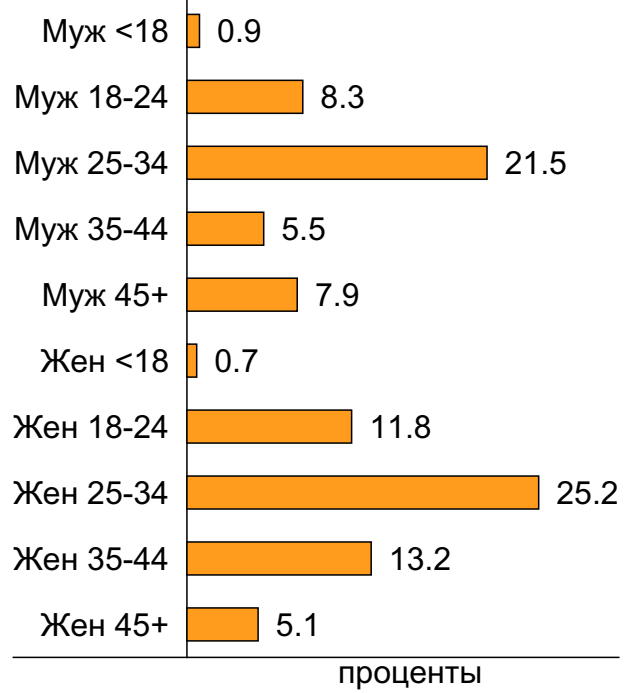
Пол



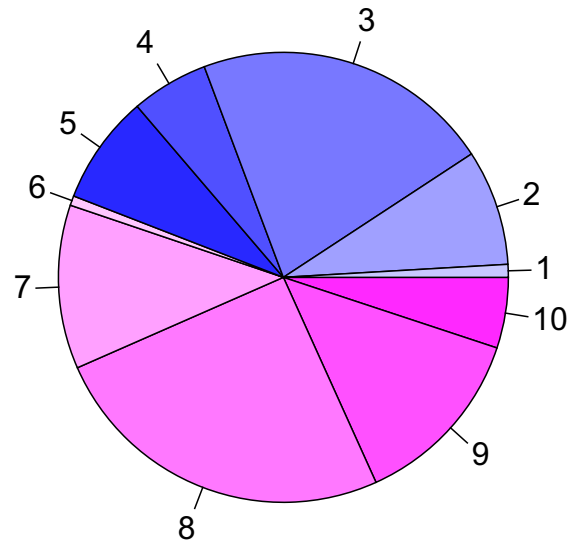
Возраст



Пол / Возраст



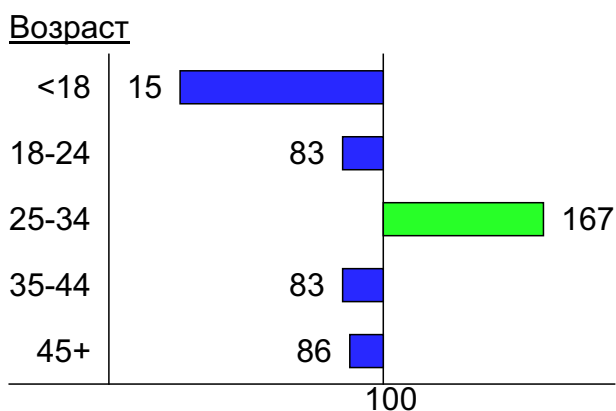
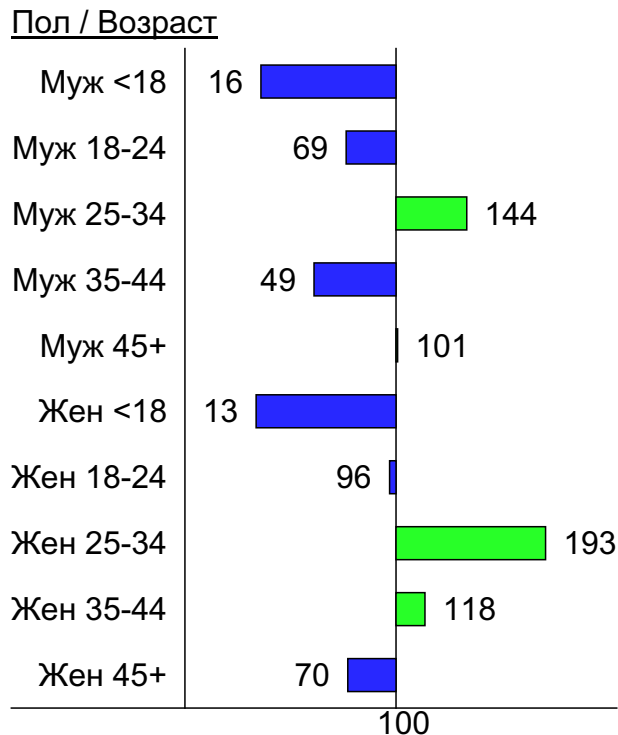
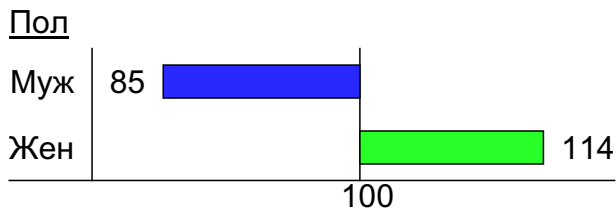
- 1: <18
- 2: 18-24
- 3: 25-34
- 4: 35-44
- 5: 45+



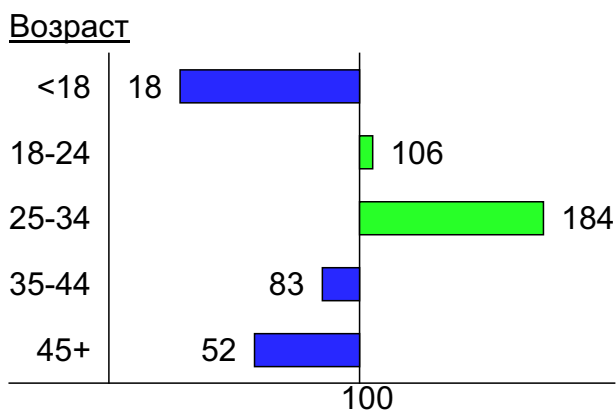
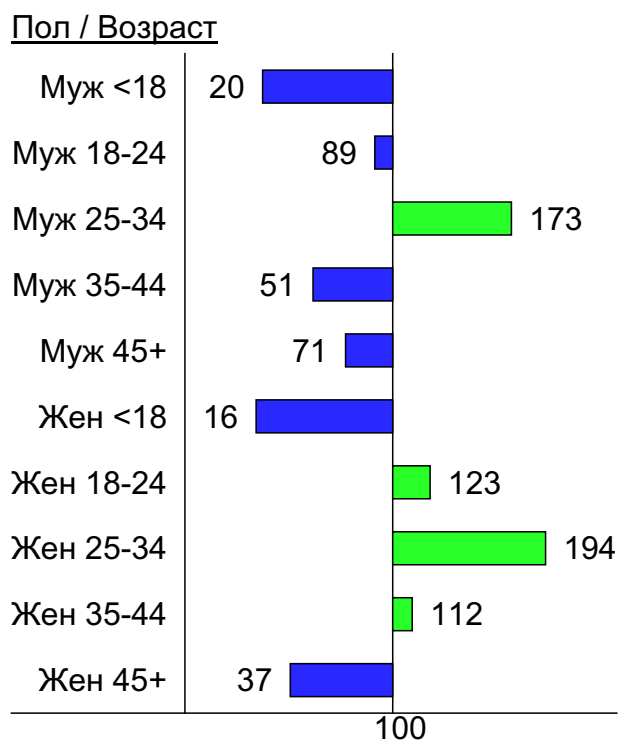
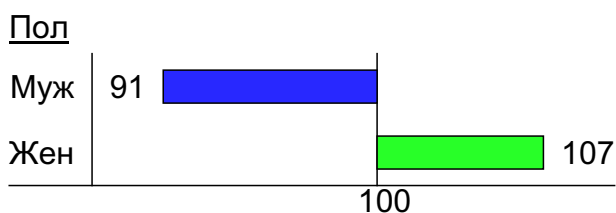
- 1: Муж <18
- 2: Муж 18-24
- 3: Муж 25-34
- 4: Муж 35-44
- 5: Муж 45+
- 6: Жен <18
- 7: Жен 18-24
- 8: Жен 25-34
- 9: Жен 35-44
- 10: Жен 45+

Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

Индекс соответствия Интернету - Internet-Affinity Index

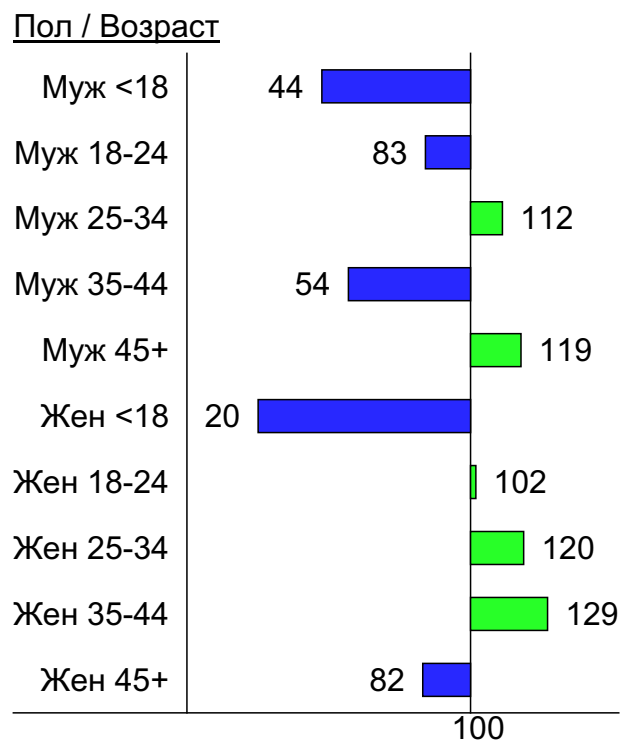
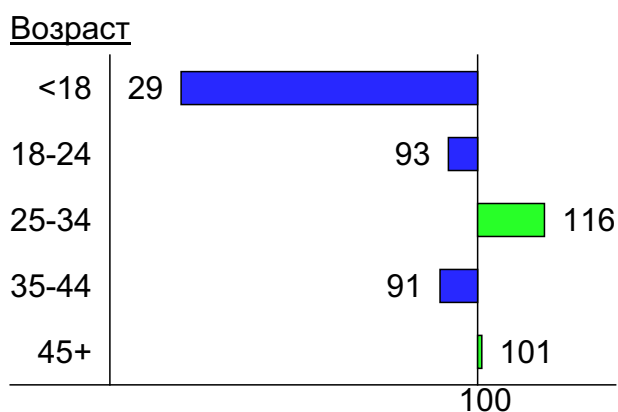
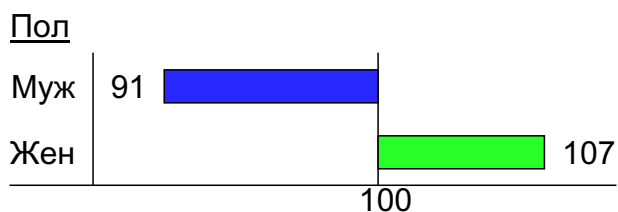


Индекс соответствия населению России - Population-Affinity Index

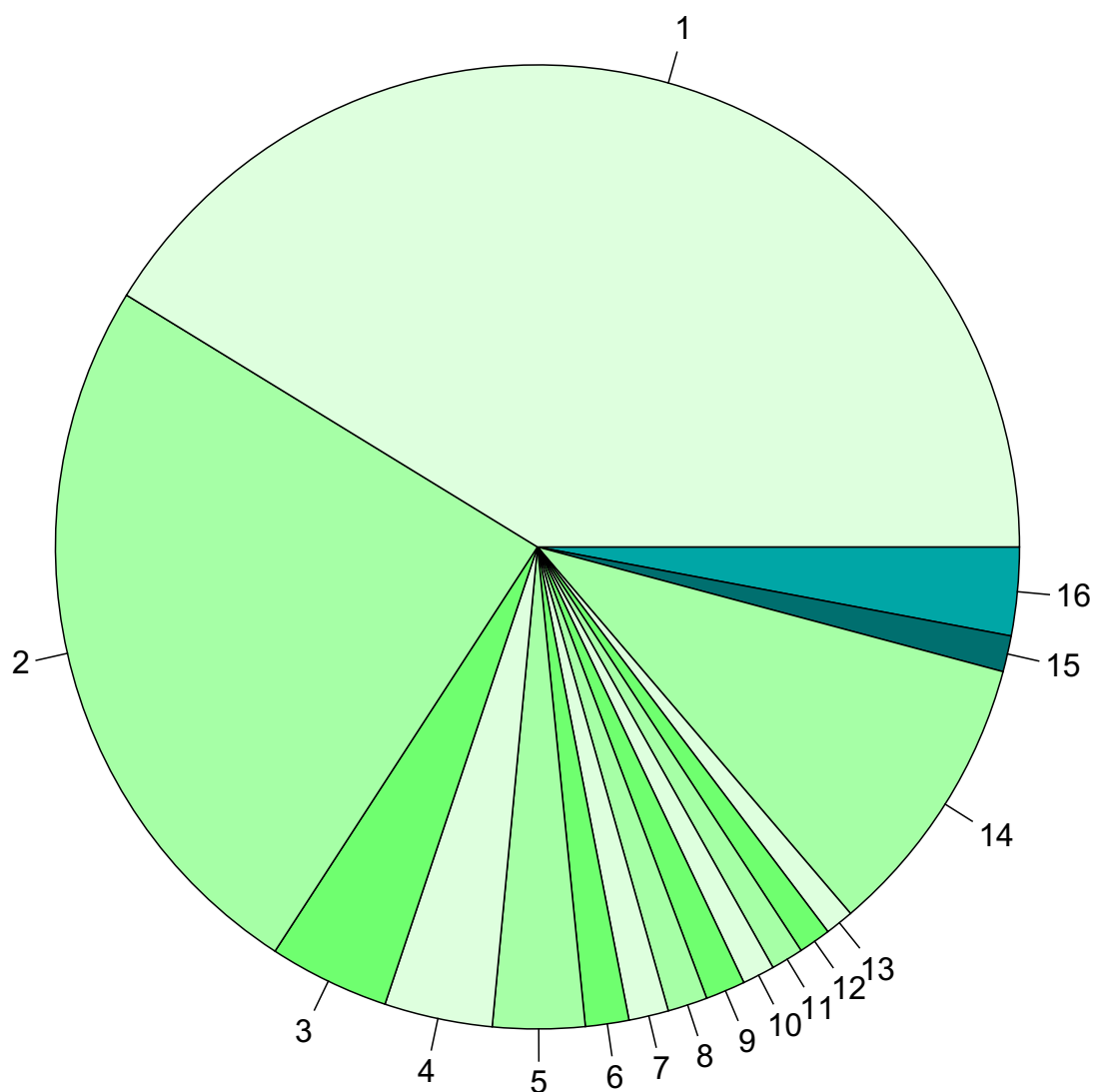


Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

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



Среднесуточное распределение аудитории сайта по странам и регионам России



Регионы России:

- 1: Курск - 41.3%
- 2: Москва - 24.6%
- 3: Казань - 4.0%
- 4: Санкт-Петербург - 3.6%
- 5: Чебоксары - 3.1%
- 6: Воронеж - 1.5%
- 7: Брянск - 1.3%
- 8: Орёл - 1.3%
- 9: Уфа - 1.3%
- 10: Нижний Новгород - 1.1%
- 11: Белгород - 1.1%
- 12: Екатеринбург - 1.1%
- 13: Челябинск - 1.0%
- 14: Остальные регионы России - 9.6%

Другие страны:

- 15: Украина - 1.2%
- 16: Остальные страны - 3.0%

Среднесуточное распределение аудитории по странам

	август 2012 г.	июль 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Россия	23 (95.8%)	25 (96.2%)	24 (96.0%)
Украина	0.29 (1.2%)	0.097 (0.4%)	0.14 (0.6%)
Беларусь	0.065 (0.3%)	0.23 (0.9%)	0.14 (0.6%)
Германия	0.065 (0.3%)	0.065 (0.3%)	0.043 (0.2%)
США	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Канада	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Молдавия	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Другие	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Великобритания	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Армения	0 (0.0%)	0.032 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Турция	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Казахстан	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
сумма выбранных	23.516 (98.0%)	25.488 (98.0%)	24.411 (97.6%)
всего	24 (100%)	26 (100%)	25 (100%)

Среднесуточное распределение аудитории по регионам России

	август 2012 г.	июль 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Курск	9.9 (43.0%)	13 (50.0%)	12 (48.0%)
Москва	5.9 (25.7%)	5.8 (22.3%)	6 (24.0%)
Казань	0.97 (4.2%)	0.19 (0.7%)	0.45 (1.8%)
Санкт-Петербург	0.87 (3.8%)	1.1 (4.2%)	0.96 (3.8%)
Чебоксары	0.74 (3.2%)	0.77 (3.0%)	0.64 (2.6%)
Воронеж	0.35 (1.5%)	0.48 (1.8%)	0.42 (1.7%)
Брянск	0.32 (1.4%)	0.48 (1.8%)	0.4 (1.6%)
Орёл	0.32 (1.4%)	0.19 (0.7%)	0.33 (1.3%)
Уфа	0.32 (1.4%)	0.13 (0.5%)	0.18 (0.7%)
Нижний Новгород	0.26 (1.1%)	0.42 (1.6%)	0.47 (1.9%)
Белгород	0.26 (1.1%)	0.35 (1.3%)	0.32 (1.3%)
Екатеринбург	0.26 (1.1%)	0.16 (0.6%)	0.17 (0.7%)
Челябинск	0.23 (1.0%)	0.065 (0.3%)	0.12 (0.5%)
Тула	0.19 (0.8%)	0.097 (0.4%)	0.098 (0.4%)
Саратов	0.16 (0.7%)	0.29 (1.1%)	0.18 (0.7%)
Новосибирск	0.13 (0.6%)	0.19 (0.7%)	0.12 (0.5%)
Краснодар	0.13 (0.6%)	0.13 (0.5%)	0.11 (0.4%)
Ижевск	0.13 (0.6%)	0.032 (0.1%)	0.065 (0.3%)
Самара	0.097 (0.4%)	0.39 (1.5%)	0.2 (0.8%)
Ростов-на-Дону	0.097 (0.4%)	0.13 (0.5%)	0.12 (0.5%)
Ханты-Мансийск	0.097 (0.4%)	0.032 (0.1%)	0.054 (0.2%)
Киров	0.097 (0.4%)	0 (0.0%)	0.054 (0.2%)
Ставрополь	0.097 (0.4%)	0 (0.0%)	0.043 (0.2%)
Тюмень	0.065 (0.3%)	0.097 (0.4%)	0.076 (0.3%)
Пермь	0.065 (0.3%)	0.065 (0.3%)	0.12 (0.5%)
Хабаровск	0.065 (0.3%)	0.032 (0.1%)	0.054 (0.2%)
Барнаул	0.065 (0.3%)	0.032 (0.1%)	0.043 (0.2%)
Чита	0.065 (0.3%)	0.032 (0.1%)	0.033 (0.1%)
Иркутск	0.065 (0.3%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Калуга	0.032 (0.1%)	0.13 (0.5%)	0.065 (0.3%)
Липецк	0.032 (0.1%)	0.097 (0.4%)	0.065 (0.3%)
Тверь	0.032 (0.1%)	0.097 (0.4%)	0.043 (0.2%)
Южно-Сахалинск	0.032 (0.1%)	0.097 (0.4%)	0.043 (0.2%)
Оренбург	0.032 (0.1%)	0.065 (0.3%)	0.054 (0.2%)
Омск	0.032 (0.1%)	0.065 (0.3%)	0.043 (0.2%)
Калининград	0.032 (0.1%)	0.065 (0.3%)	0.033 (0.1%)
Иваново	0.032 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.065 (0.3%)
Красноярск	0.032 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.033 (0.1%)
Сочи	0.032 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.033 (0.1%)
Ярославль	0.032 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Томск	0.032 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Минеральные Воды	0.032 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Кемерово	0.032 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Махачкала	0.032 (0.1%)	0.032 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Йошкар-Ола	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)
Владимир	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
не определён	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Новгород	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Пенза	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Благовещенск	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
сумма выбранных	22.987 (99.9%)	25.556 (98.3%)	24.538 (98.2%)
всего	23 (100%)	26 (100%)	25 (100%)

Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Бизнес		144	33.3 %	918
в том числе	Бухгалтерия	83	19.2 %	1941
	Трудоустройство, персонал	67	15.5 %	640
	Реклама	24	5.5 %	1091
	Аудит, консалтинг	6	1.4 %	2574
Недвижимость		145	33.5 %	858
в том числе	Квартиры	95	21.9 %	844
	Земля	39	9.0 %	2502
	Загородная недвижимость	28	6.5 %	998
	Коммерческая недвижимость	15	3.5 %	2055
	Ипотека	12	2.8 %	1335
	Гаражи	6	1.4 %	745
	Зарубежная недвижимость	1	0.2 %	183
Финансы		69	15.9 %	798
в том числе	Страхование	32	7.4 %	1871
	Кредиты	22	5.1 %	625
	Валюта	21	4.8 %	637
	Фондовый рынок	6	1.4 %	1358
	Вклады, депозиты	5	1.2 %	1414
	Денежные переводы	2	0.5 %	1029
Выставки, концерты, театры, кино		55	12.7 %	651
Отдых, туризм, путешествия		101	23.3 %	636
в том числе	Отдых в России и Украине	69	15.9 %	741
	Отдых за рубежом	55	12.7 %	679
Аудио, Видео, Фото		32	7.4 %	587
в том числе	Фотоаппараты	14	3.2 %	826
	Видеоаппаратура	8	1.8 %	706
	Аудио-техника	6	1.4 %	389
	Телевизоры, DVD-проигрыватели	5	1.2 %	332
Бытовая техника		32	7.4 %	547
Образование		40	9.2 %	543
в том числе	Образование высшее	27	6.2 %	681
	Образование для детей	9	2.1 %	573
	Иностранные языки	6	1.4 %	238
Компьютеры, оргтехника		50	11.5 %	518
в том числе	Планшетные ПК	14	3.2 %	760
	Принтеры	12	2.8 %	895
	Ноутбуки	9	2.1 %	287
	Компьютерные комплектующие	8	1.8 %	393
	Мониторы	3	0.7 %	525
Авто		104	24.0 %	474
в том числе	Иномарки	87	20.1 %	498
	Отечественные	15	3.5 %	443
	Мото-, Квадроциклы, Снегоходы	11	2.5 %	388
	Колёса, Шины	7	1.6 %	400
	Автострахование	5	1.2 %	1209

Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Медицина, здоровье		135	31.2 %	393
в том числе	Беременность и роды	38	8.8 %	519
	Диеты	20	4.6 %	438
	Лишний вес	17	3.9 %	554
	Стоматология	17	3.9 %	820
	Спорт, фитнес, йога	10	2.3 %	527
	Зрение	5	1.2 %	603
Телефоны, связь		74	17.1 %	393
в том числе	Мобильные телефоны	58	13.4 %	380
	Мобильные приложения и услуги	40	9.2 %	466
	Навигация	8	1.8 %	603
	Стационарная связь	6	1.4 %	1617
Дом и семья		99	22.9 %	391
в том числе	Кулинария, рецепты	72	16.6 %	386
	Собаки	15	3.5 %	342
	Маленькие дети	13	3.0 %	892
	Детские сады	11	2.5 %	727
	Кошки	11	2.5 %	341

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](#).

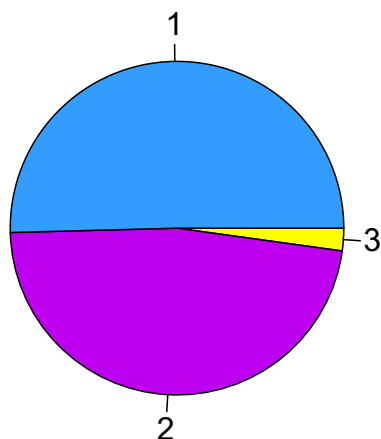
Структура переходов на страницы сайта

	август 2012 г.	июль 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Внутренние	1,095 (53.3%)	1,350 (57.4%)	1,412 (59.1%)
Закладки	484 (23.6%)	461 (19.6%)	470 (19.7%)
Поиск	455 (22.1%)	507 (21.6%)	482 (20.2%)
Сайты	21 (1.0%)	33 (1.4%)	24 (1.0%)
Объявления	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Соц. сети	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
всего	2,055 (100%)	2,351 (100%)	2,388 (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.

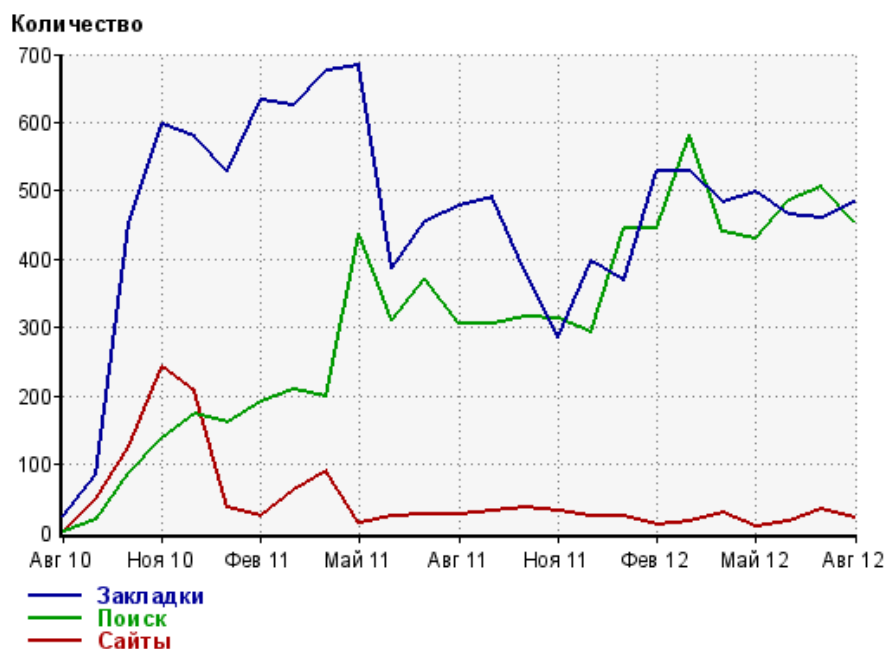


- 1: Закладки - 50.4%
- 2: Поиск - 47.4%
- 3: Сайты - 2.2%

Динамика по месяцам входящего трафика на сайт.



Динамика по месяцам составных частей входящего трафика на сайт

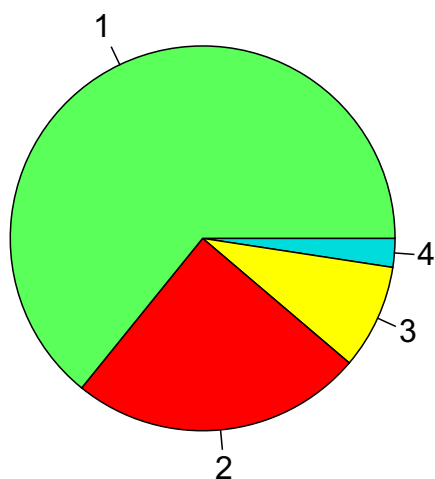


Дата	Закладки	Поиск	Сайты
Авг 10	24	2	2
Сен 10	84	18	50
Окт 10	453	88	126
Ноя 10	597	138	242
Дек 10	580	175	207
Янв 11	530	160	37
Фев 11	632	191	24
Мар 11	624	208	61
Апр 11	676	198	91
Май 11	683	437	13
Июн 11	386	311	25
Июл 11	456	371	26
Авг 11	479	306	26
Сен 11	490	306	32
Окт 11	381	316	36
Ноя 11	285	314	31
Дек 11	397	294	24
Янв 12	370	446	23
Фев 12	528	446	11
Мар 12	530	582	17
Апр 12	483	440	30
Май 12	498	430	8
Июн 12	465	486	17
Июл 12	461	507	33
Авг 12	484	455	21

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

	август 2012 г.	июль 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Яндекс	292 (64.2%)	328 (64.7%)	341 (70.7%)
Google	112 (24.6%)	116 (22.9%)	94 (19.5%)
Search.Mail.ru	40 (8.8%)	43 (8.5%)	33 (6.8%)
Rambler	6 (1.3%)	4 (0.8%)	4 (0.8%)
Яндекс (картинки)	3 (0.7%)	6 (1.2%)	3 (0.6%)
Bing	1 (0.2%)	5 (1.0%)	2 (0.4%)
Google (картинки)	1 (0.2%)	3 (0.6%)	2 (0.4%)
Nigma	0 (0.0%)	1 (0.2%)	0 (0.0%)
Webalta	0 (0.0%)	1 (0.2%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	455 (100%)	507 (100%)	479 (99.4%)
всего	455 (100%)	507 (100%)	482 (100%)

Диаграмма распределения месячного поискового трафика по поисковикам

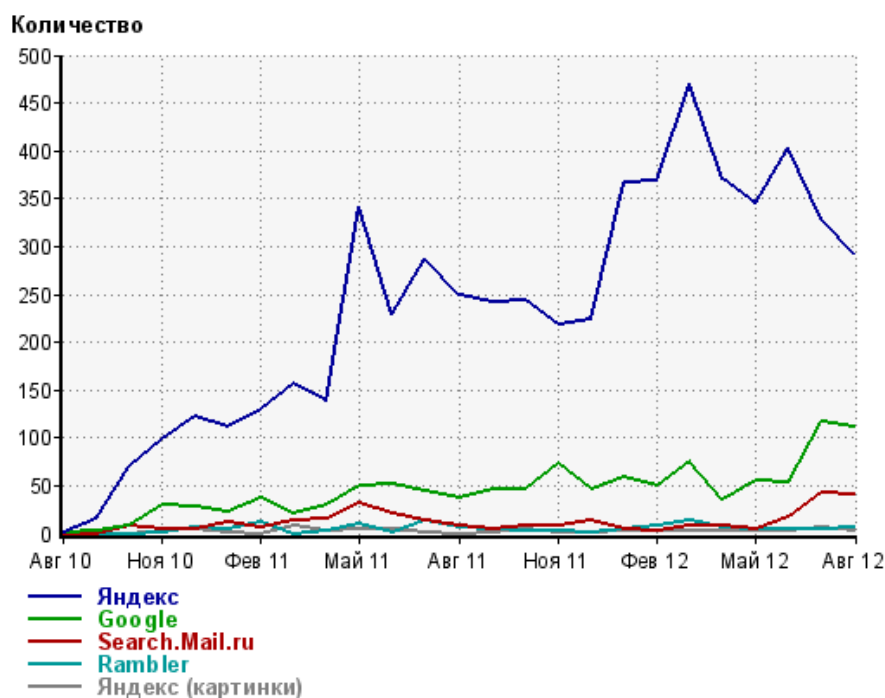


- 1: Яндекс - 64.2%
- 2: Google - 24.6%
- 3: Search.Mail.ru - 8.8%
- 4: Остальные поисковики - 2.4%

Динамика по месяцам общего поискового трафика на сайт



Динамика по месяцам числа переходов с поисковых систем



Дата	Яндекс	Google	Search. Mail.ru	Rambler	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	1	2
Дек 10	122	28	5	7	4
Янв 11	112	23	11	4	1
Фев 11	129	38	7	12	0
Мар 11	156	21	14	0	9
Апр 11	138	29	16	2	3
Май 11	341	49	32	10	4
Июн 11	230	52	20	1	4
Июл 11	287	44	14	13	1
Авг 11	249	37	8	6	0
Сен 11	241	47	4	4	1
Окт 11	244	47	8	2	4
Ноя 11	219	74	9	3	1
Дек 11	223	46	13	1	1
Янв 12	366	58	5	5	2
Фев 12	369	50	3	8	3
Мар 12	471	75	9	14	2
Апр 12	370	36	8	7	2
Май 12	345	55	5	4	3
Июн 12	403	54	17	4	2
Июл 12	328	116	43	4	6
Авг 12	292	112	40	6	3

Структура месячной поисковой аудитории сайта

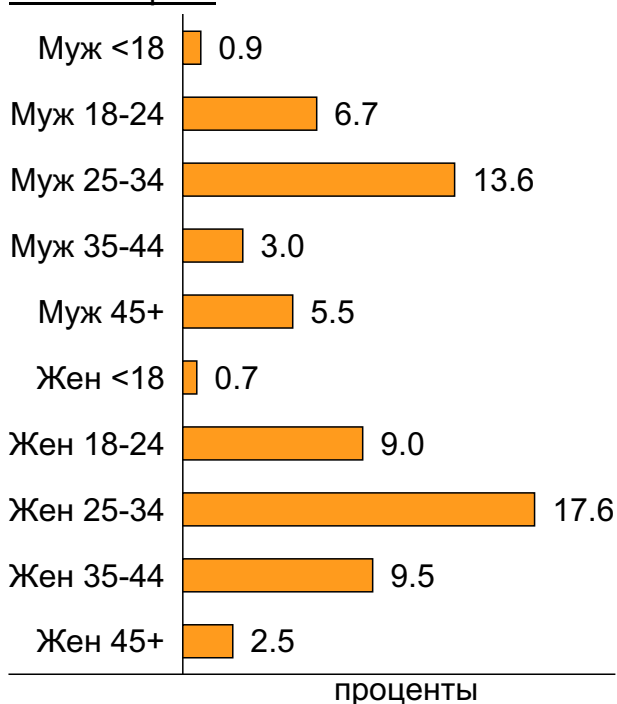
В таблице представлены размеры демографических групп в месячной поисковой аудитории сайта и их доли в процентах от полной месячной аудитории этого сайта.

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.

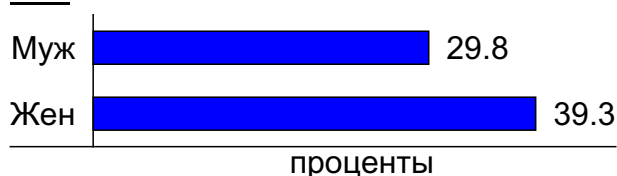
Пол и возраст поисковой аудитории

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	4 (0.9%)	3 (0.7%)	7 (1.6%)
18-24	29 (6.7%)	39 (9.0%)	68 (15.7%)
25-34	59 (13.6%)	76 (17.6%)	135 (31.2%)
35-44	13 (3.0%)	41 (9.5%)	54 (12.5%)
45+	24 (5.5%)	11 (2.5%)	35 (8.1%)
Любой возраст	129 (29.8%)	170 (39.3%)	299 (69.1%)

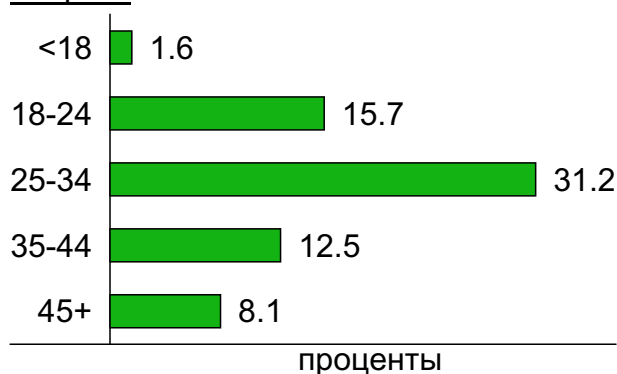
Пол / Возраст



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	58 (-2%)	97% [86%]	1 [1]	1 [1]
сро курской области	0 [0]	0% [0%]	1 [1]	1 [1]

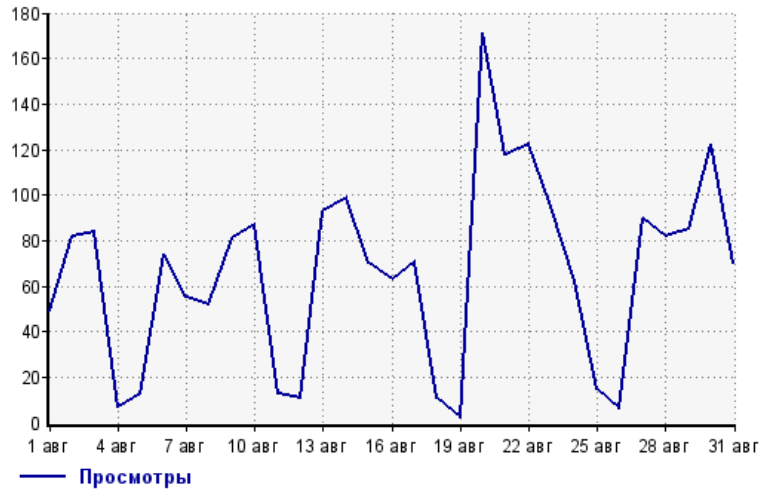
Данная таблица сформирована на основе фраз, указанных на странице [изменения описания](#) сайта в блоке "Поисковые фразы". В клетках таблицы в круглых скобках () показывается изменение соответствующего показателя по отношению к предыдущему месяцу. В прямоугольных скобках [] показывается значение за предыдущий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

Посещаемость по дням в течение месяца

Число просмотров страниц сайта

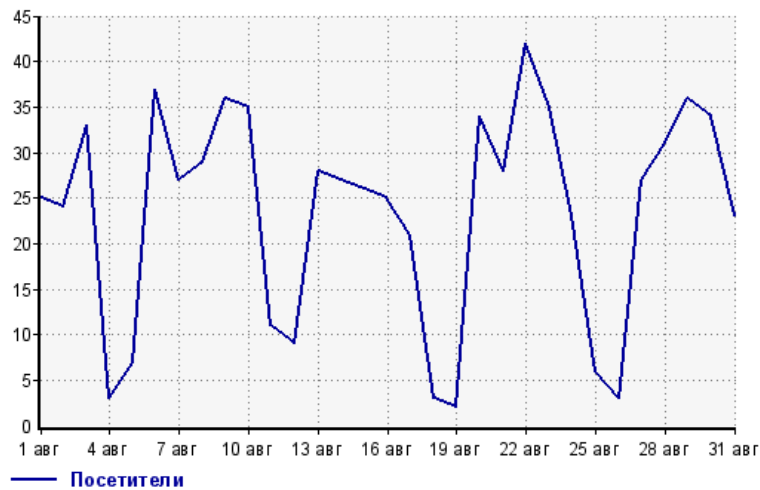
Количество



1 авг: 49	17 авг: 71
2 авг: 82	18 авг: 11
3 авг: 84	19 авг: 2
4 авг: 7	20 авг: 171
5 авг: 13	21 авг: 118
6 авг: 74	22 авг: 122
7 авг: 55	23 авг: 95
8 авг: 52	24 авг: 62
9 авг: 81	25 авг: 15
10 авг: 87	26 авг: 6
11 авг: 13	27 авг: 90
12 авг: 11	28 авг: 82
13 авг: 93	29 авг: 85
14 авг: 99	30 авг: 122
15 авг: 70	31 авг: 70
16 авг: 63	

Размер аудитории сайта

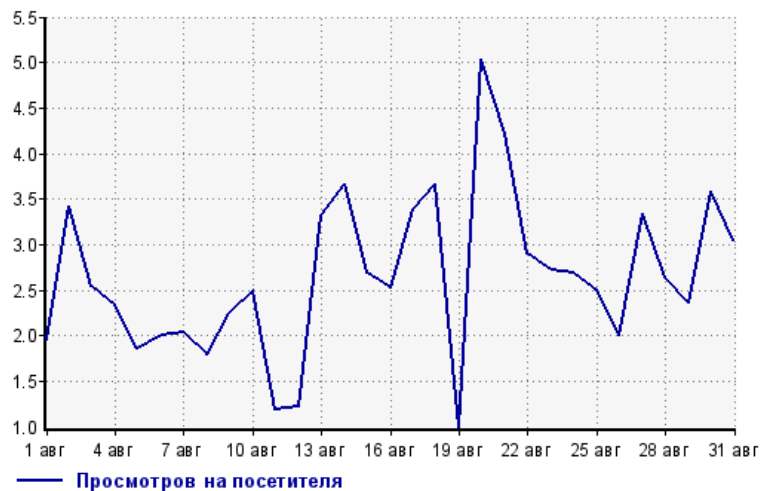
Количество



1 авг: 25	17 авг: 21
2 авг: 24	18 авг: 3
3 авг: 33	19 авг: 2
4 авг: 3	20 авг: 34
5 авг: 7	21 авг: 28
6 авг: 37	22 авг: 42
7 авг: 27	23 авг: 35
8 авг: 29	24 авг: 23
9 авг: 36	25 авг: 6
10 авг: 35	26 авг: 3
11 авг: 11	27 авг: 27
12 авг: 9	28 авг: 31
13 авг: 28	29 авг: 36
14 авг: 27	30 авг: 34
15 авг: 26	31 авг: 23
16 авг: 25	

Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



1 авг: 2.0	17 авг: 3.4
2 авг: 3.4	18 авг: 3.7
3 авг: 2.5	19 авг: 1.0
4 авг: 2.3	20 авг: 5.0
5 авг: 1.9	21 авг: 4.2
6 авг: 2.0	22 авг: 2.9
7 авг: 2.0	23 авг: 2.7
8 авг: 1.8	24 авг: 2.7
9 авг: 2.3	25 авг: 2.5
10 авг: 2.5	26 авг: 2.0
11 авг: 1.2	27 авг: 3.3
12 авг: 1.2	28 авг: 2.6
13 авг: 3.3	29 авг: 2.4
14 авг: 3.7	30 авг: 3.6
15 авг: 2.7	31 авг: 3.0
16 авг: 2.5	

Динамика месячной посещаемости

Число просмотров страниц сайта

Количество



Авг 10:	131	Сен 11:	1,894
Сен 10:	686	Окт 11:	1,707
Окт 10:	2,141	Ноя 11:	1,538
Ноя 10:	2,860	Дек 11:	1,534
Дек 10:	3,005	Янв 12:	2,076
Янв 11:	2,487	Фев 12:	2,889
Фев 11:	2,692	Мар 12:	2,859
Мар 11:	2,667	Апр 12:	2,398
Апр 11:	2,504	Май 12:	2,289
Май 11:	3,491	Июн 12:	2,759
Июн 11:	1,731	Июл 12:	2,351
Июл 11:	2,043	Авг 12:	2,055
Авг 11:	1,799		

Размер аудитории сайта

Количество



Авг 10:	15	Сен 11:	349
Сен 10:	118	Окт 11:	361
Окт 10:	233	Ноя 11:	339
Ноя 10:	282	Дек 11:	299
Дек 10:	355	Янв 12:	421
Янв 11:	343	Фев 12:	418
Фев 11:	419	Мар 12:	489
Мар 11:	413	Апр 12:	393
Апр 11:	414	Май 12:	402
Май 11:	447	Июн 12:	449
Июн 11:	342	Июл 12:	496
Июл 11:	360	Авг 12:	433
Авг 11:	359		

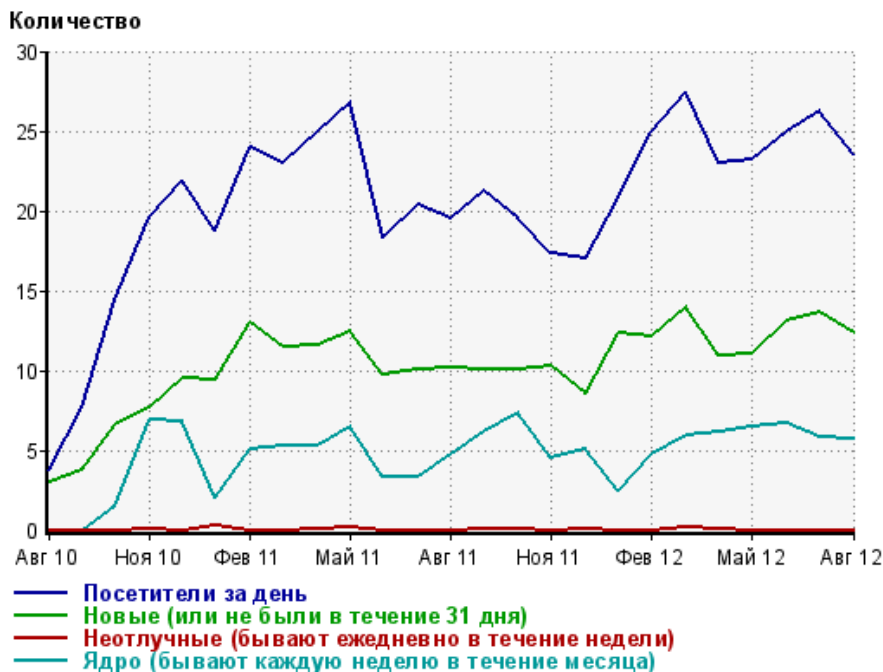
Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



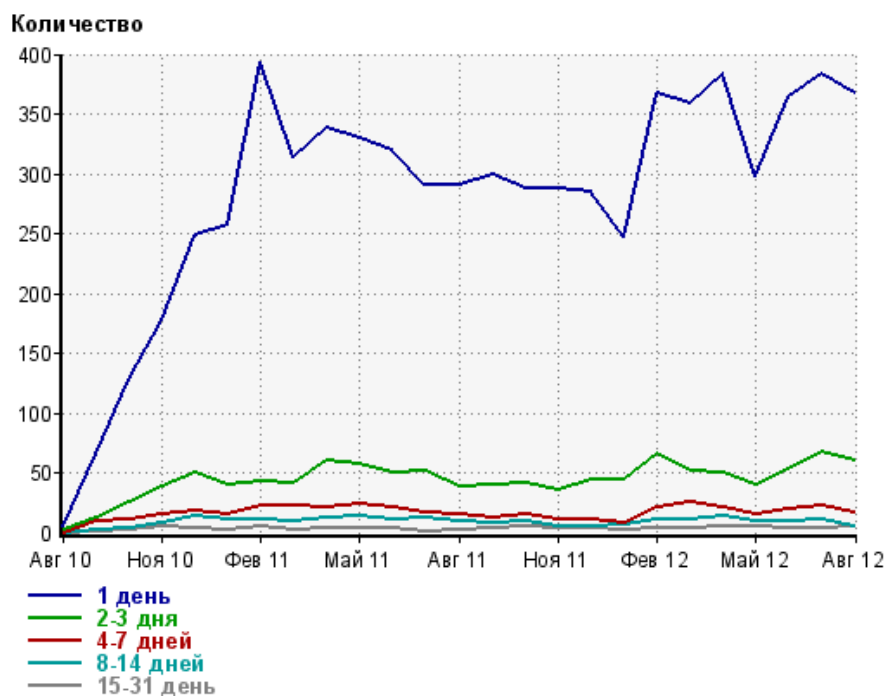
Авг 10:	8.7	Сен 11:	5.4
Сен 10:	5.8	Окт 11:	4.7
Окт 10:	9.2	Ноя 11:	4.5
Ноя 10:	10.1	Дек 11:	5.1
Дек 10:	8.5	Янв 12:	4.9
Янв 11:	7.3	Фев 12:	6.9
Фев 11:	6.4	Мар 12:	5.8
Мар 11:	6.5	Апр 12:	6.1
Апр 11:	6.0	Май 12:	5.7
Май 11:	7.8	Июн 12:	6.1
Июн 11:	5.1	Июл 12:	4.7
Июл 11:	5.7	Авг 12:	4.7
Авг 11:	5.0		

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
Фев 12	25	12.1	0	4.7
Мар 12	27.5	14	0.16	5.9
Апр 12	23	10.9	0.033	6.1
Май 12	23.2	11	0	6.5
Июн 12	25	13.1	0	6.7
Июл 12	26.3	13.6	0	5.8
Авг 12	23.5	12.3	0	5.7

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
Фев 12	368	66.3	21.3	10.2	4.1
Мар 12	358	51	25	11.1	3.7
Апр 12	384	49.5	21.3	13.7	4.5
Май 12	298	40.1	15.3	10.1	5.4
Июн 12	365	53.5	19.4	10.1	3.9
Июл 12	383	68	22.9	10.3	4
Авг 12	368	60.6	16.4	5.4	4.8

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

	август 2012 г.	июль 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Закладки	484 (50.4%)	461 (46.1%)	470 (48.2%)
yandex.ru	292 (30.4%)	328 (32.8%)	340 (34.8%)
google.ru	108 (11.3%)	111 (11.1%)	89 (9.1%)
go.mail.ru	40 (4.2%)	43 (4.3%)	33 (3.4%)
nostroy.ru	9 (0.9%)	9 (0.9%)	7 (0.7%)
nova.rambler.ru	6 (0.6%)	4 (0.4%)	4 (0.4%)
sro.gosnadzor.ru	6 (0.6%)	1 (0.1%)	2 (0.2%)
google.com	5 (0.5%)	9 (0.9%)	6 (0.6%)
images.yandex.ru	3 (0.3%)	6 (0.6%)	3 (0.3%)
e.mail.ru	3 (0.3%)	2 (0.2%)	3 (0.3%)
bing.com	1 (0.1%)	5 (0.5%)	2 (0.2%)
svc.rufilter.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
google.ro	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
forum.navitel.su	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	960 (100%)	979 (97.8%)	959 (98.3%)
всего	960 (100%)	1,001 (100%)	976 (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, Veegin 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

	август 2012 г.	июль 2012 г.	в среднем за 3 месяца
fas.gov.ru	1 (100%)	3 (100%)	2 (100%)
всего	1 (100%)	3 (100%)	2 (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.