






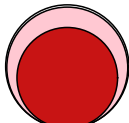







## Аналитический отчет LiveInternet для сайта sdsko.ru за май 2011 г.

Базовые месячные показатели посещаемости сайта:

Просмотров страниц	3,491	(+39% мес/мес)
Посетителей	447	(+8% мес/мес)
Доля мужчин	53.7 %	
Доля женщин	46.3 %	
Посетители младше 18 лет	2.5 %	
Посетители от 18 до 24 лет	15.4 %	
Посетители от 25 до 34 лет	40.3 %	
Посетители от 35 до 44 лет	21.0 %	
Посетители старше 44 лет	20.8 %	
Преобладающая страна - Россия	96.3 %	
Преобладающий регион - Курск	66.7 %	

Структура переходов на страницы сайта:

Внутренние	67.5 %	
Закладки	19.6 %	
Поиск	12.5 %	
Сайты	0.4 %	
Объявления	0.0 %	
Переходов с поисковиков	437	(+121% мес/мес)
Посетителей, пришедших с поисковиков	219	(+67% 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	6 (1.3%)	5 (1.1%)	11 (2.5%)
18-24	35 (7.8%)	34 (7.6%)	69 (15.4%)
25-34	108 (24.2%)	72 (16.1%)	180 (40.3%)
35-44	36 (8.1%)	58 (13.0%)	94 (21.0%)
45+	55 (12.3%)	38 (8.5%)	93 (20.8%)
Любой возраст	240 (53.7%)	207 (46.3%)	447 (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	24	21	23
18-24	66	62	64
25-34	162	123	144
35-44	71	116	93
45+	159	117	139
Любой возраст	104	94	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	29	26	27
18-24	84	80	82
25-34	194	124	158
35-44	74	111	93
45+	111	62	84
Любой возраст	111	89	100

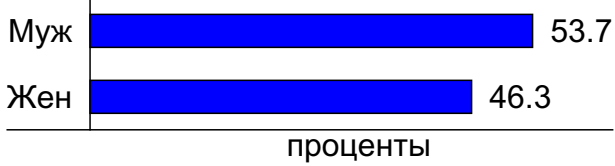
Индекс соответствия категории сайтов - **Category-Affinity Index**.

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.

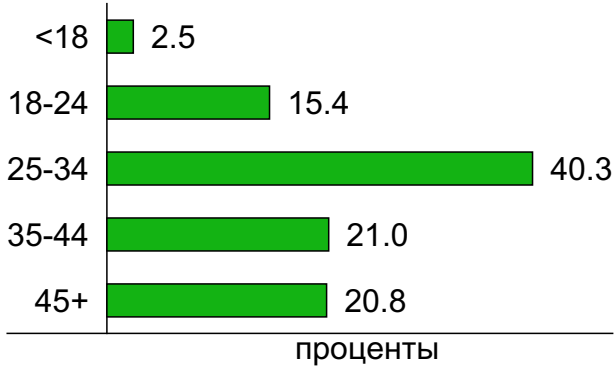
Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	44	25	32
18-24	74	66	70
25-34	127	95	112
35-44	80	132	106
45+	155	120	139
Любой возраст	106	93	100

## Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

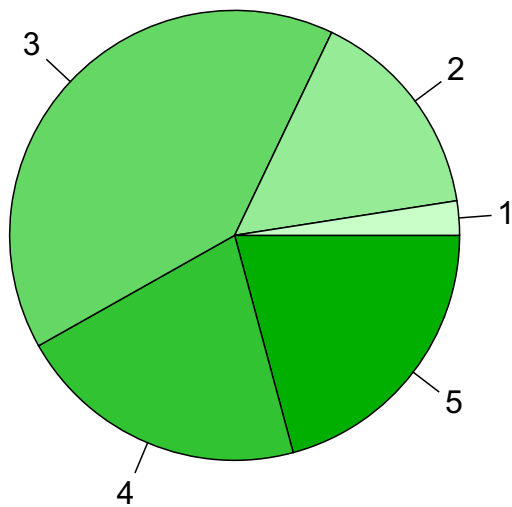
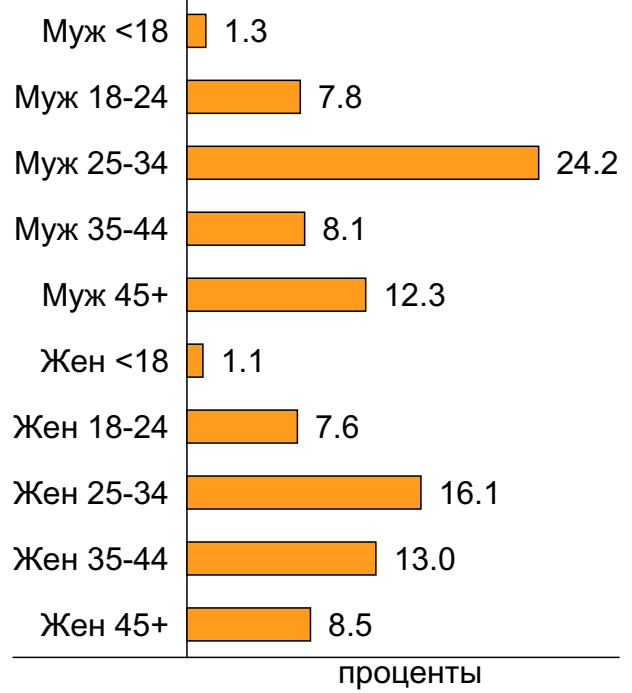
### Пол



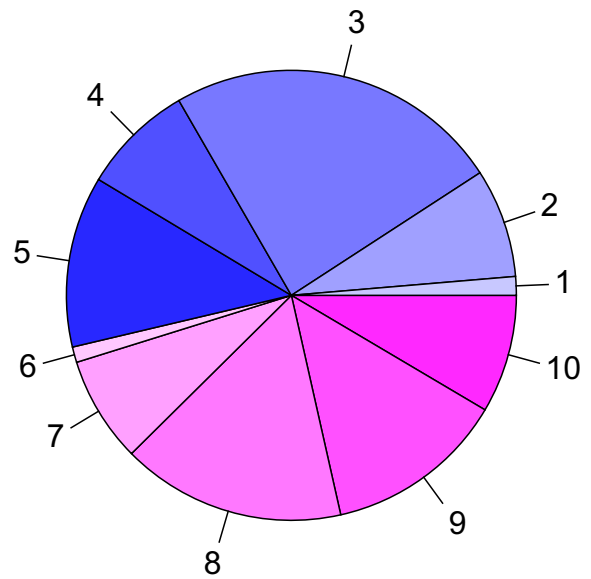
### Возраст



### Пол / Возраст



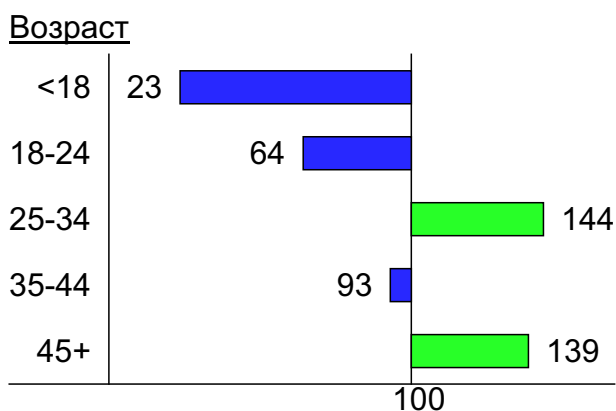
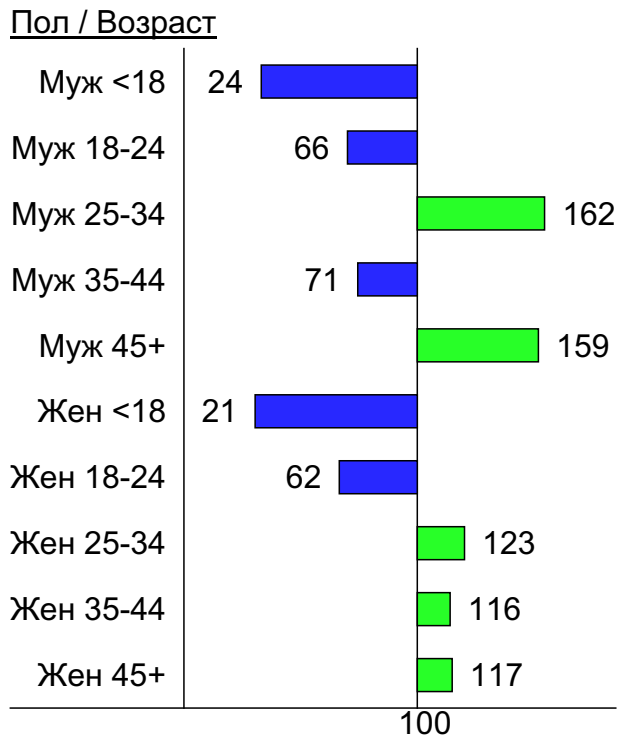
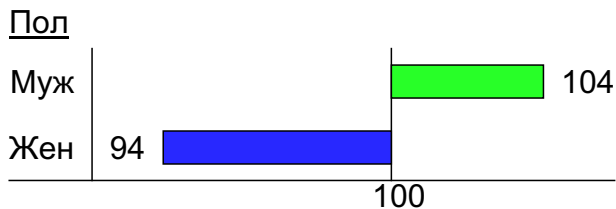
- 1: <18
- 2: 18-24
- 3: 25-34
- 4: 35-44
- 5: 45+



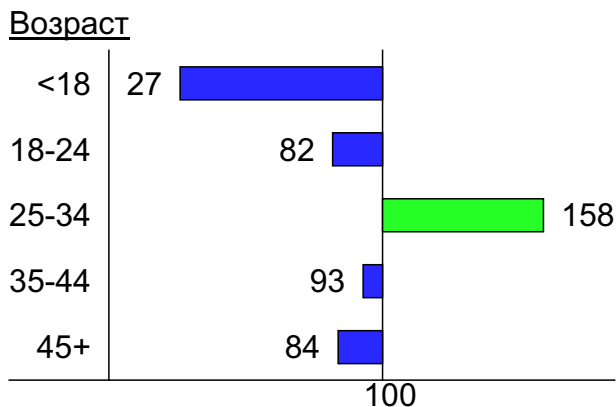
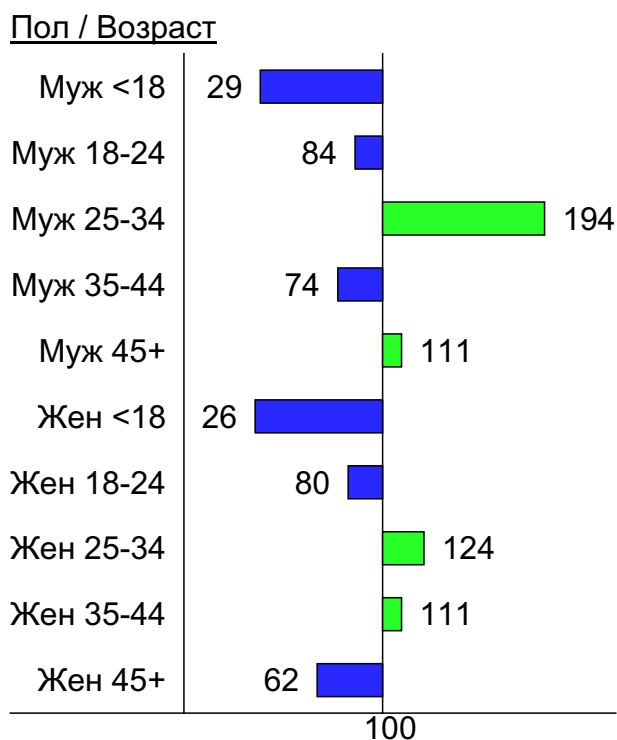
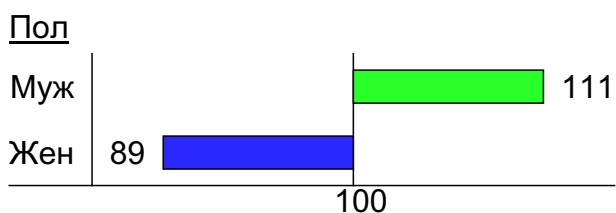
- 1: Муж <18
- 2: Муж 18-24
- 3: Муж 25-34
- 4: Муж 35-44
- 5: Муж 45+
- 6: Жен <18
- 7: Жен 18-24
- 8: Жен 25-34
- 9: Жен 35-44
- 10: Жен 45+

## Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

### Индекс соответствия Интернету - Internet-Affinity Index



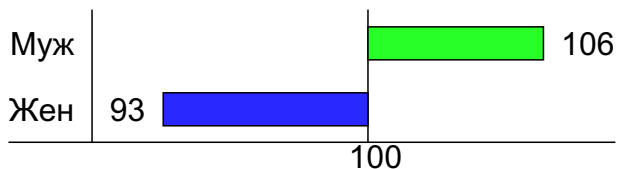
### Индекс соответствия населению России - Population-Affinity Index



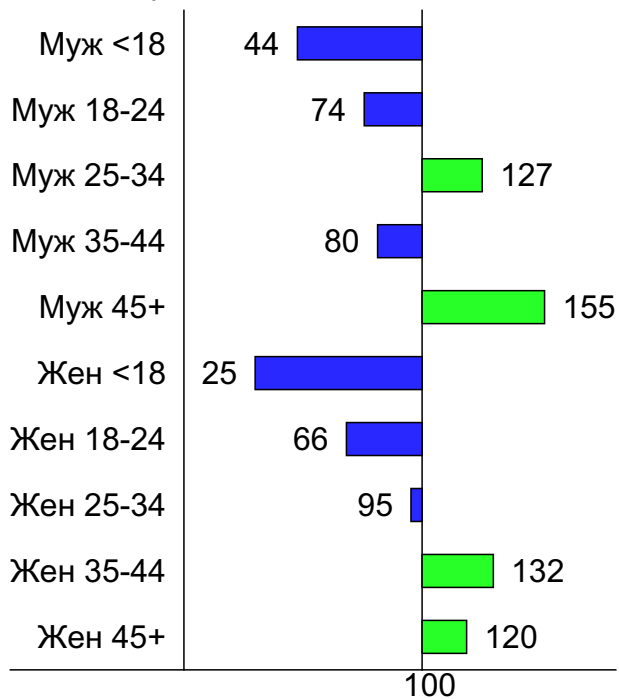
## Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

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

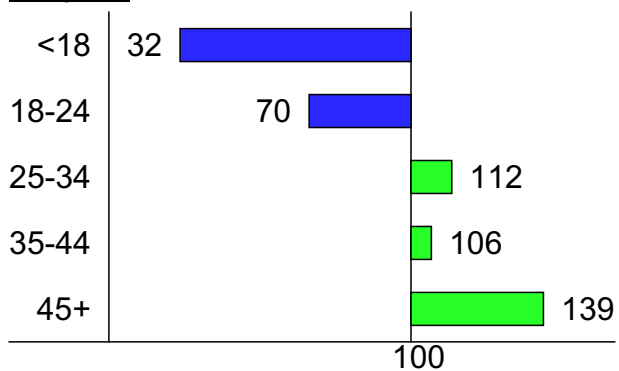
### Пол



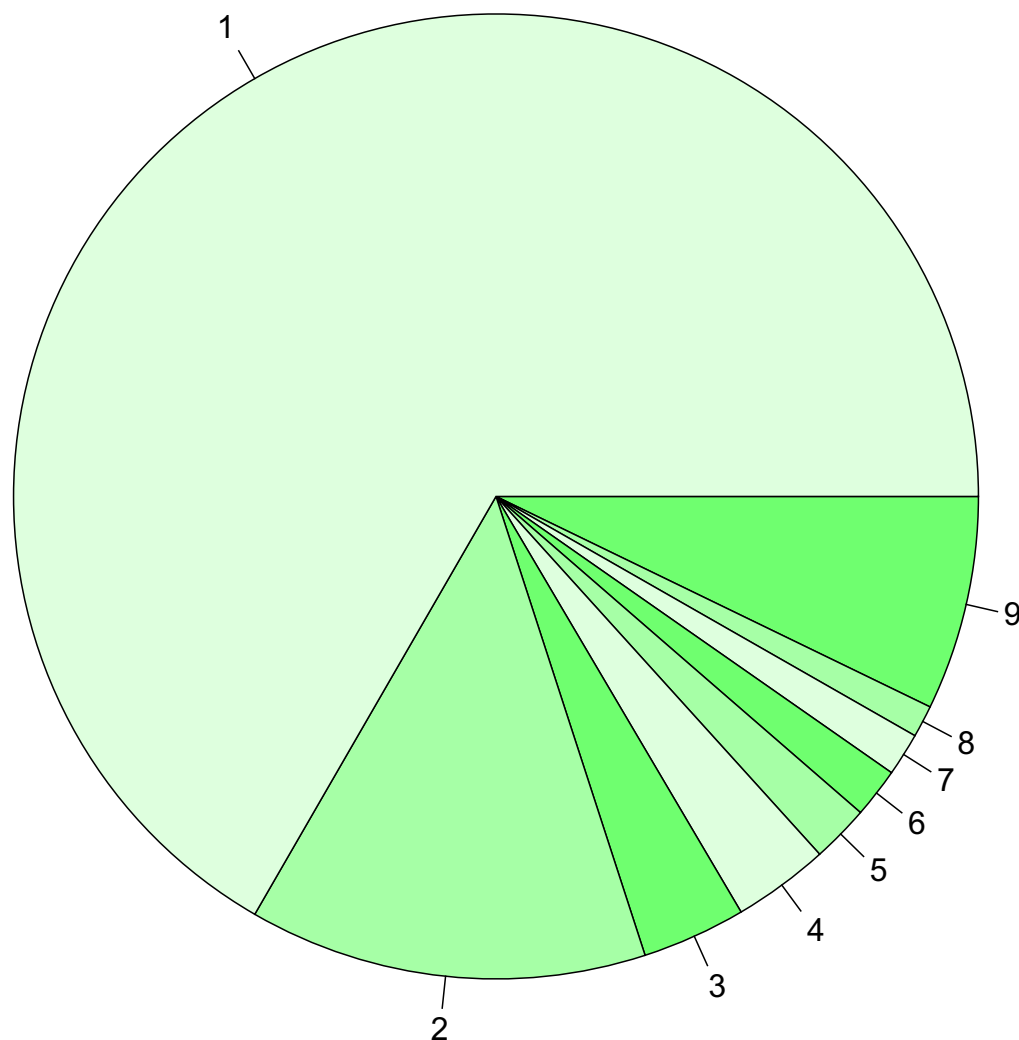
### Пол / Возраст



### Возраст



## Среднесуточное распределение аудитории сайта по странам и регионам России



Регионы России:

- 1: Курск - 66.7%
- 2: Москва - 13.3%
- 3: Санкт-Петербург - 3.5%
- 4: Брянск - 3.2%
- 5: Белгород - 1.9%
- 6: Нижний Новгород - 1.7%
- 7: Орёл - 1.4%
- 8: Воронеж - 1.1%
- 9: Остальные регионы России - 7.2%

## Среднесуточное распределение аудитории по странам

	май 2011 г.	апрель 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Россия	26 (96.3%)	24 (96.0%)	24 (96.0%)
Беларусь	0.065 (0.2%)	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)
Украина	0.032 (0.1%)	0.2 (0.8%)	0.076 (0.3%)
Великобритания	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Норвегия	0 (0.0%)	0.067 (0.3%)	0.022 (0.1%)
США	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Испания	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
сумма выбранных	26.129 (96.8%)	24.3 (97.2%)	24.164 (96.7%)
всего	27 (100%)	25 (100%)	25 (100%)

## Среднесуточное распределение аудитории по регионам России

	май 2011 г.	апрель 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Курск	18 (66.7%)	17 (68.0%)	17 (68.0%)
Москва	3.6 (13.3%)	2.6 (10.4%)	2.9 (11.6%)
Санкт-Петербург	0.94 (3.5%)	1 (4.0%)	0.88 (3.5%)
Брянск	0.87 (3.2%)	0.87 (3.5%)	0.98 (3.9%)
Белгород	0.52 (1.9%)	0.73 (2.9%)	0.61 (2.4%)
Нижний Новгород	0.45 (1.7%)	0.9 (3.6%)	0.83 (3.3%)
Орёл	0.39 (1.4%)	0.17 (0.7%)	0.24 (1.0%)
Воронеж	0.29 (1.1%)	0.13 (0.5%)	0.3 (1.2%)
Липецк	0.16 (0.6%)	0.033 (0.1%)	0.087 (0.3%)
Казань	0.13 (0.5%)	0.033 (0.1%)	0.054 (0.2%)
Тула	0.097 (0.4%)	0 (0.0%)	0.043 (0.2%)
Екатеринбург	0.065 (0.2%)	0.47 (1.9%)	0.24 (1.0%)
не определён	0.065 (0.2%)	0.067 (0.3%)	0.054 (0.2%)
Тюмень	0.065 (0.2%)	0.033 (0.1%)	0.043 (0.2%)
Оренбург	0.065 (0.2%)	0.033 (0.1%)	0.033 (0.1%)
Нальчик	0.065 (0.2%)	0.033 (0.1%)	0.033 (0.1%)
Челябинск	0.065 (0.2%)	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)
Калининград	0.065 (0.2%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Рязань	0.065 (0.2%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Смоленск	0.032 (0.1%)	0.067 (0.3%)	0.033 (0.1%)
Новосибирск	0.032 (0.1%)	0.033 (0.1%)	0.043 (0.2%)
Саратов	0.032 (0.1%)	0.033 (0.1%)	0.033 (0.1%)
Назрань	0.032 (0.1%)	0.033 (0.1%)	0.033 (0.1%)
Чебоксары	0.032 (0.1%)	0.033 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Уфа	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)
Краснодар	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.054 (0.2%)
Хабаровск	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Самара	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Пермь	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Улан-Удэ	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Вологда	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Кемерово	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Йошкар-Ола	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Чита	0.032 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Барнаул	0 (0.0%)	0.13 (0.5%)	0.098 (0.4%)
Красноярск	0 (0.0%)	0.1 (0.4%)	0.043 (0.2%)
Ставрополь	0 (0.0%)	0.067 (0.3%)	0.033 (0.1%)
Владивосток	0 (0.0%)	0.067 (0.3%)	0.022 (0.1%)
Мурманск	0 (0.0%)	0.067 (0.3%)	0.022 (0.1%)
Пенза	0 (0.0%)	0.067 (0.3%)	0.022 (0.1%)
Иркутск	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Ярославль	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Владимир	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)	0.022 (0.1%)
Ханты-Мансийск	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Волгоград	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Тольятти	0 (0.0%)	0.033 (0.1%)	0.011 (0.0%)
Иваново	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Тверь	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Благовещенск	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
Южно-Сахалинск	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.0%)
сумма выбранных	26.447 (98.0%)	24.997 (100.0%)	25 (100%)
всего	27 (100%)	25 (100%)	25 (100%)



## Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Бизнес		215	48.1 %	446
в том числе	Бухгалтерия	149	33.3 %	693
	Трудоустройство, персонал	89	19.9 %	320
	Реклама	56	12.5 %	779
	Аудит, консалтинг	12	2.7 %	807
Финансы		118	26.4 %	424
в том числе	Вклады, депозиты	53	11.9 %	485
	Страхование	40	8.9 %	748
	Кредиты	36	8.1 %	428
	Валюта	21	4.7 %	262
	Фондовый рынок	8	1.8 %	407
	Денежные переводы	1	0.2 %	163
Недвижимость		128	28.6 %	384
в том числе	Квартиры	76	17.0 %	366
	Загородная недвижимость	31	6.9 %	413
	Земля	24	5.4 %	686
	Зарубежная недвижимость	14	3.1 %	307
	Коммерческая недвижимость	13	2.9 %	671
	Ипотека	11	2.5 %	526
	Гаражи	4	0.9 %	234
Отдых, туризм, путешествия		109	24.4 %	329
в том числе	Отдых в России и Украине	71	15.9 %	400
	Отдых за рубежом	54	12.1 %	276
Аудио, Видео, Фото		47	10.5 %	286
в том числе	Фотоаппараты	17	3.8 %	369
	Аудио-техника	16	3.6 %	227
	Телевизоры, DVD-проигрыватели	10	2.2 %	253
	Видеоаппаратура	8	1.8 %	294
Авто		133	29.8 %	260
в том числе	Иномарки	109	24.4 %	268
	Отечественные	28	6.3 %	319
	Колёса, Шины	16	3.6 %	280
	Мото-, Квадроциклы, Снегоходы	7	1.6 %	93
	Автострахование	4	0.9 %	376
Образование		60	13.4 %	254
в том числе	Образование высшее	38	8.5 %	386
	Иностранные языки	16	3.6 %	128
	Образование для детей	14	3.1 %	318
	Образование за рубежом	3	0.7 %	464
Бытовая техника		28	6.3 %	243
Медицина, здоровье		194	43.4 %	232
Дом и семья		18	4.0 %	229
в том числе	Детские сады	14	3.1 %	277
	Маленькие дети	5	1.1 %	155
Выставки, концерты, театры		87	19.5 %	224
Компьютеры, оргтехника		64	14.3 %	171
Телефоны, связь		80	17.9 %	152
в том числе	Мобильные телефоны и услуги	71	15.9 %	142
	Навигация	13	2.9 %	350
	Стационарная связь	4	0.9 %	354

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](#).

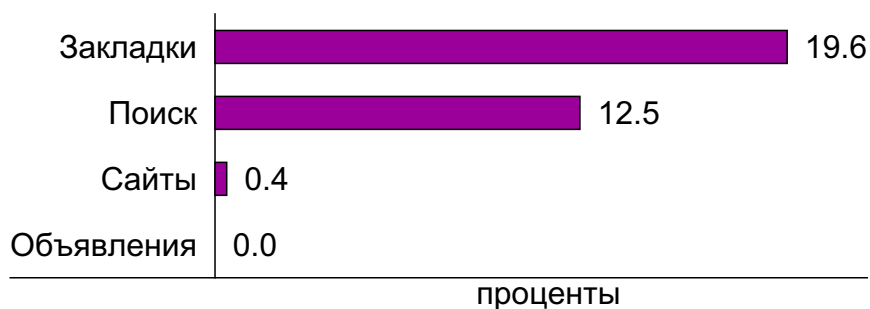
## Структура переходов на страницы сайта

	май 2011 г.	апрель 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Внутренние	2358 (67.5%)	1539 (61.5%)	1890 (65.5%)
Закладки	683 (19.6%)	676 (27.0%)	661 (22.9%)
Поиск	437 (12.5%)	198 (7.9%)	281 (9.7%)
Сайты	13 (0.4%)	91 (3.6%)	55 (1.9%)
Объявления	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
всего	3491 (100%)	2504 (100%)	2887 (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").

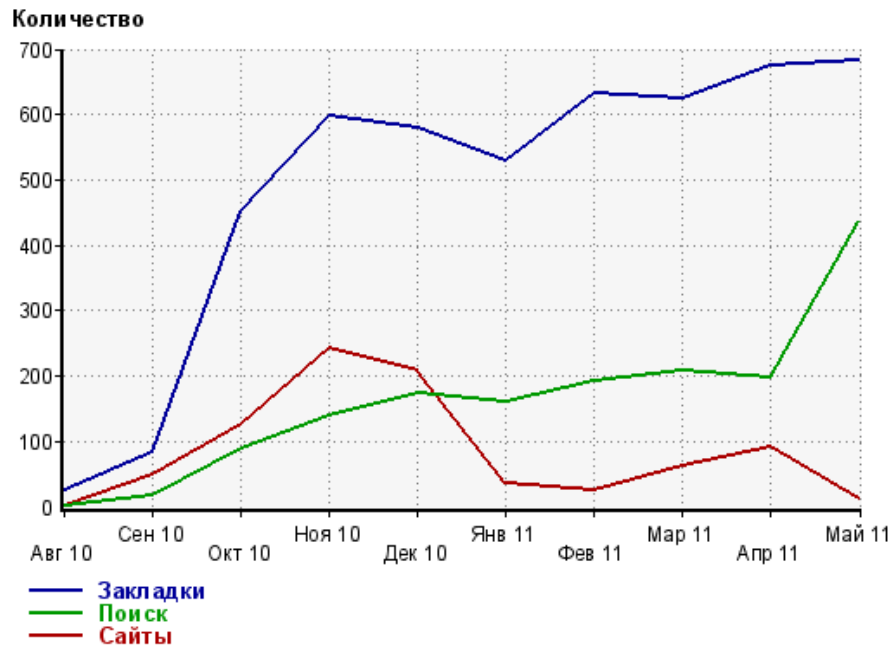
### Структура входящего месячного трафика на сайт.



### Динамика по месяцам входящего трафика на сайт.



## Динамика по месяцам составных частей входящего трафика на сайт

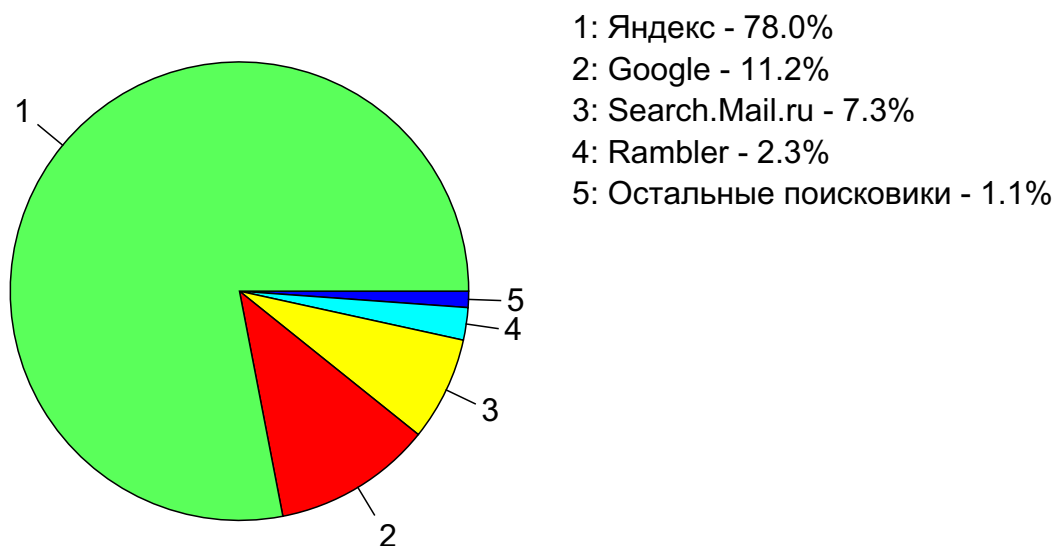


Дата	Закладки	Поиск	Сайты
Авг 10	24	2	2
Сен 10	84	18	50
Окт 10	453	88	126
Ноя 10	597	138	242
Дек 10	580	175	207
Янв 11	530	160	37
Фев 11	632	191	24
Мар 11	624	208	61
Апр 11	676	198	91
Май 11	683	437	13

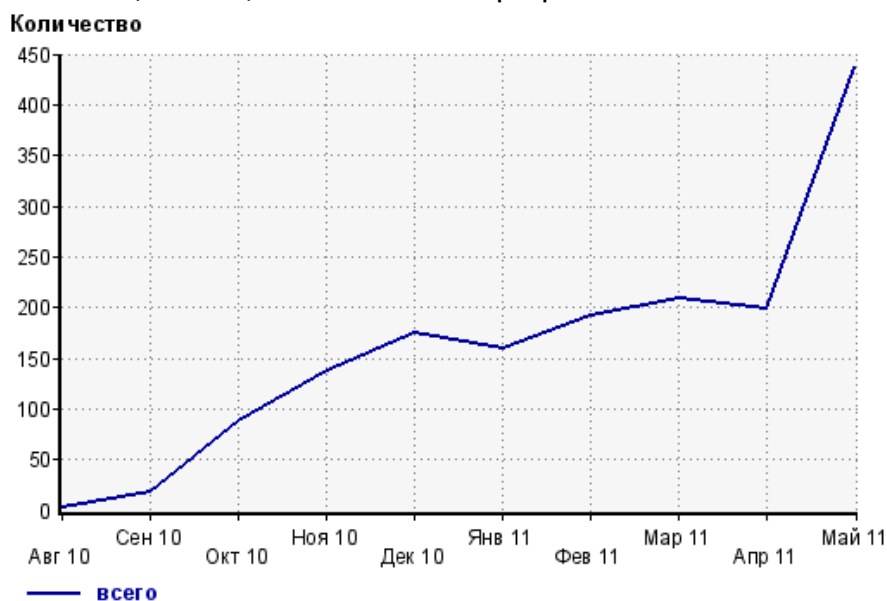
## Топ10 поисковых систем, с которых осуществлялись переходы на сайт sdsko.ru

	май 2011 г.	апрель 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Яндекс	341 (78.0%)	138 (69.7%)	211 (75.1%)
Google	49 (11.2%)	29 (14.6%)	33 (11.7%)
Search.Mail.ru	32 (7.3%)	16 (8.1%)	20 (7.1%)
Rambler	10 (2.3%)	2 (1.0%)	4 (1.4%)
Яндекс (картинки)	4 (0.9%)	3 (1.5%)	5 (1.8%)
Bing	1 (0.2%)	5 (2.5%)	4 (1.4%)
Nigma	0 (0.0%)	3 (1.5%)	1 (0.4%)
Google (картинки)	0 (0.0%)	1 (0.5%)	0 (0.0%)
QIP.ru	0 (0.0%)	1 (0.5%)	0 (0.0%)
Webalta	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	437 (100%)	198 (100%)	278 (98.9%)
всего	437 (100%)	198 (100%)	281 (100%)

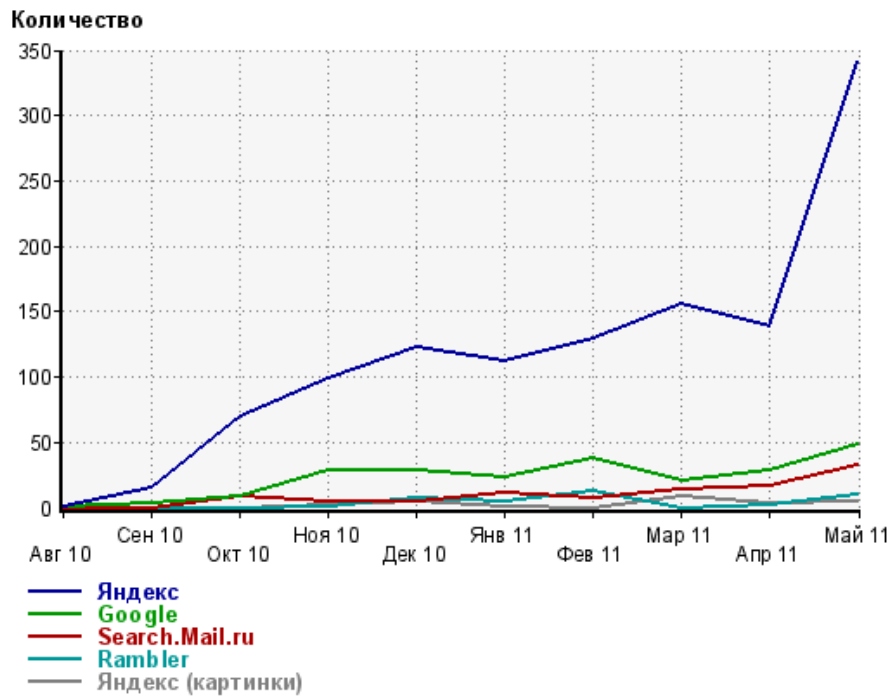
Диаграмма распределения месячного поискового трафика по поисковикам



Динамика по месяцам общего поискового трафика на сайт



## Динамика по месяцам числа переходов с поисковых систем



Дата	Яндекс	Google	Search. Mail.ru	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

## Структура месячной поисковой аудитории сайта

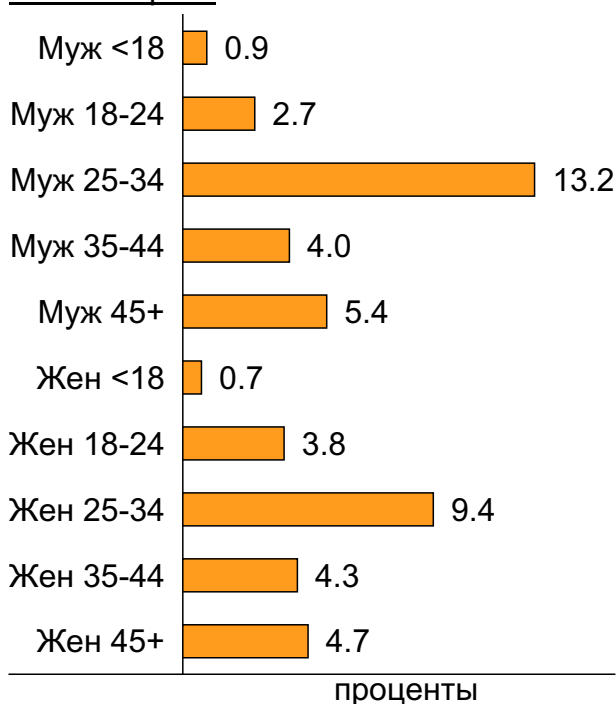
В таблице представлены размеры демографических групп в месячной поисковой аудитории сайта и их доли в процентах от полной месячной аудитории этого сайта.

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.

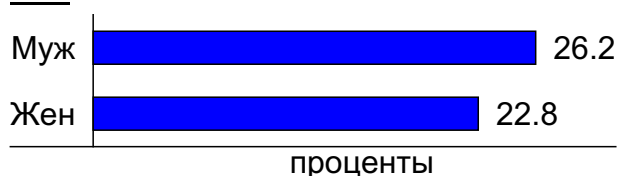
### Пол и возраст поисковой аудитории

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	4 (0.9%)	3 (0.7%)	7 (1.6%)
18-24	12 (2.7%)	17 (3.8%)	29 (6.5%)
25-34	59 (13.2%)	42 (9.4%)	101 (22.6%)
35-44	18 (4.0%)	19 (4.3%)	37 (8.3%)
45+	24 (5.4%)	21 (4.7%)	45 (10.1%)
Любой возраст	117 (26.2%)	102 (22.8%)	219 (49.0%)

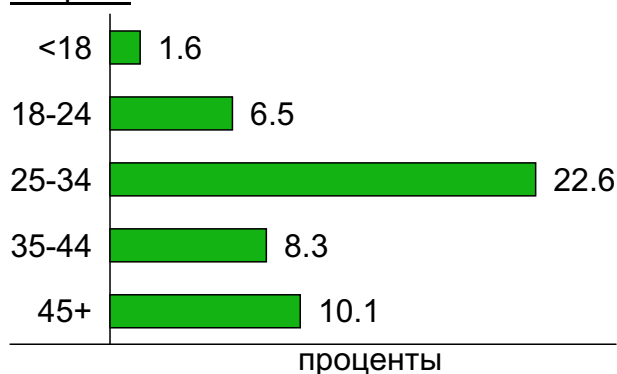
### Пол / Возраст



### 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	69 [22]	74% [55%]	1 [1]	* [1]	1 [1]
сро курской области	21 [2]	47% [5.1%]	3 [5]	7 [*]	1 [2]

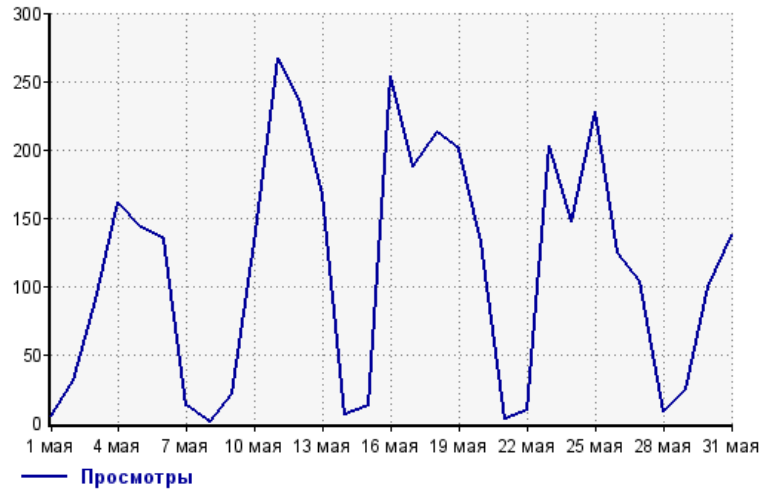
Данная таблица сформирована на основе фраз, указанных на странице [изменения описания](#) сайта в блоке "Поисковые фразы". В клетках таблицы в круглых скобках показывается изменение соответствующего показателя по отношению к предыдущему месяцу. В прямоугольных скобках показывается значение за предыдущий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

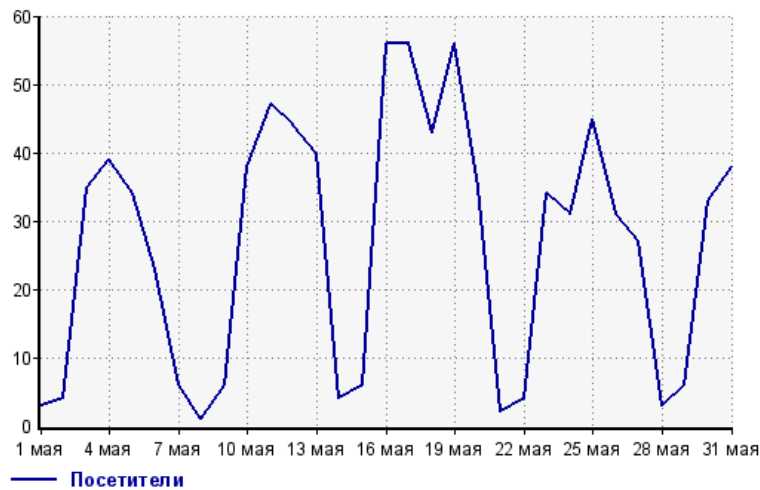
Количество



1 мая:	5	17 мая:	188
2 мая:	31	18 мая:	213
3 мая:	90	19 мая:	201
4 мая:	161	20 мая:	132
5 мая:	143	21 мая:	3
6 мая:	134	22 мая:	9
7 мая:	12	23 мая:	203
8 мая:	1	24 мая:	147
9 мая:	21	25 мая:	228
10 мая:	132	26 мая:	124
11 мая:	267	27 мая:	104
12 мая:	234	28 мая:	8
13 мая:	167	29 мая:	24
14 мая:	6	30 мая:	99
15 мая:	12	31 мая:	138
16 мая:	254		

### Размер аудитории сайта

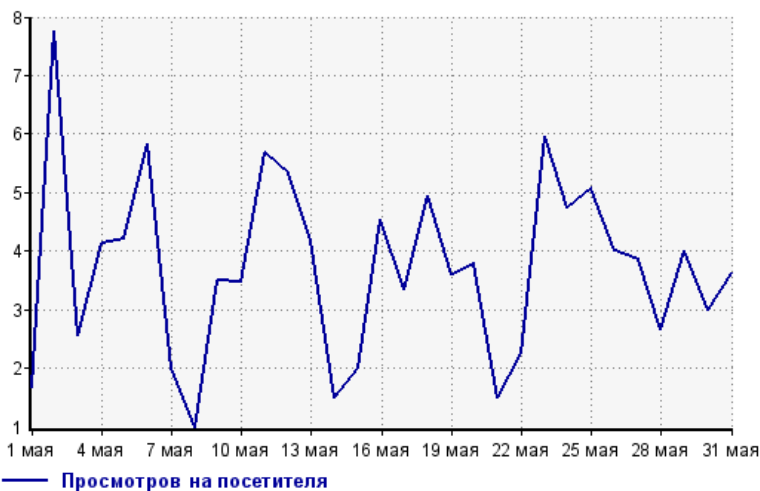
Количество



1 мая:	3	17 мая:	56
2 мая:	4	18 мая:	43
3 мая:	35	19 мая:	56
4 мая:	39	20 мая:	35
5 мая:	34	21 мая:	2
6 мая:	23	22 мая:	4
7 мая:	6	23 мая:	34
8 мая:	1	24 мая:	31
9 мая:	6	25 мая:	45
10 мая:	38	26 мая:	31
11 мая:	47	27 мая:	27
12 мая:	44	28 мая:	3
13 мая:	40	29 мая:	6
14 мая:	4	30 мая:	33
15 мая:	6	31 мая:	38
16 мая:	56		

### Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



1 мая:	1.7	17 мая:	3.4
2 мая:	7.8	18 мая:	5.0
3 мая:	2.6	19 мая:	3.6
4 мая:	4.1	20 мая:	3.8
5 мая:	4.2	21 мая:	1.5
6 мая:	5.8	22 мая:	2.2
7 мая:	2.0	23 мая:	6.0
8 мая:	1.0	24 мая:	4.7
9 мая:	3.5	25 мая:	5.1
10 мая:	3.5	26 мая:	4.0
11 мая:	5.7	27 мая:	3.9
12 мая:	5.3	28 мая:	2.7
13 мая:	4.2	29 мая:	4.0
14 мая:	1.5	30 мая:	3.0
15 мая:	2.0	31 мая:	3.6
16 мая:	4.5		



## 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	Май 11: 3,491

### Размер аудитории сайта

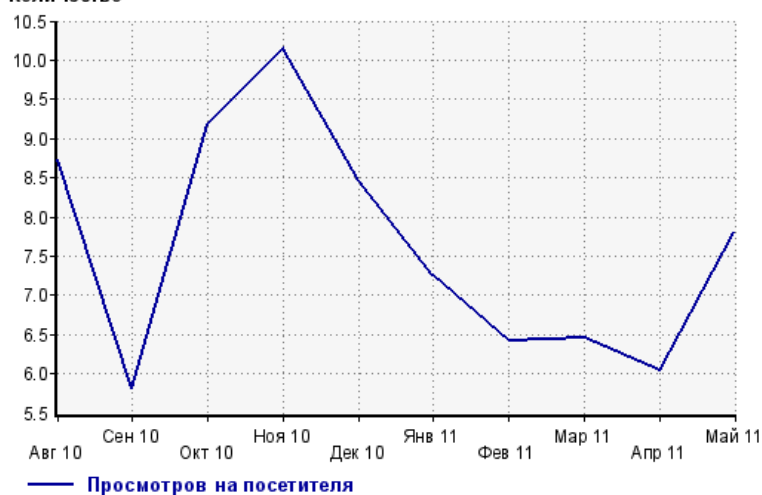
Количество



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	Май 11: 447

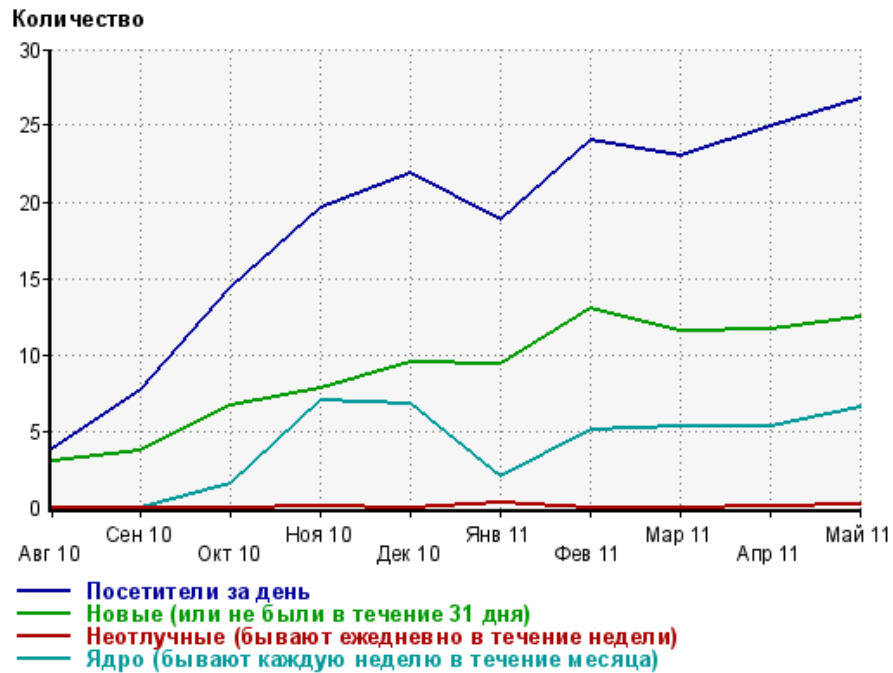
### Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



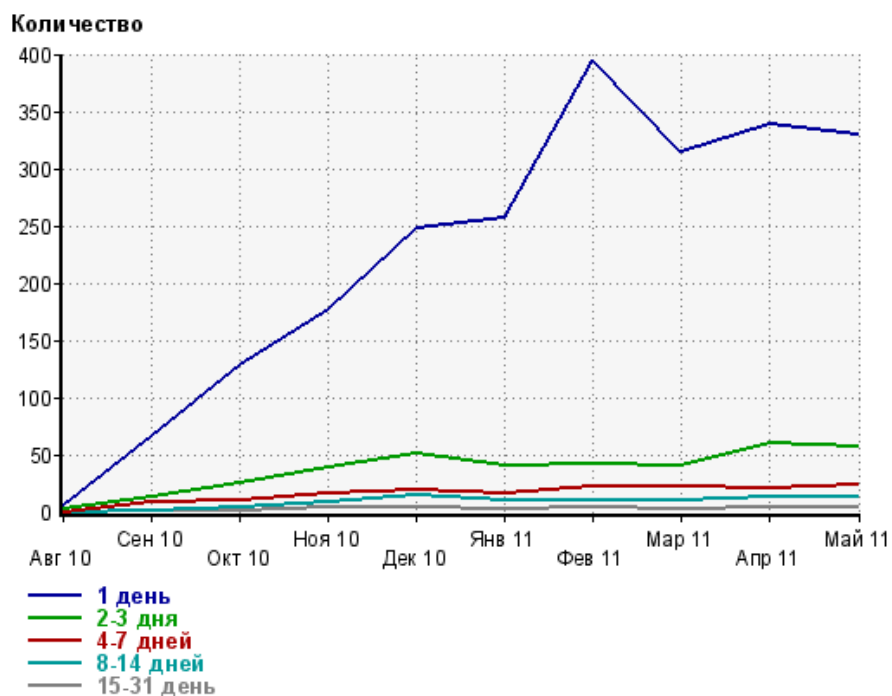
Авг 10: 8.7	Янв 11: 7.3
Сен 10: 5.8	Фев 11: 6.4
Окт 10: 9.2	Мар 11: 6.5
Ноя 10: 10.1	Апр 11: 6.0
Дек 10: 8.5	Май 11: 7.8

## 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

## 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

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

	май 2011 г.	апрель 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Закладки	683 (60.3%)	676 (70.1%)	661 (66.3%)
yandex.ru	340 (30.0%)	137 (14.2%)	211 (21.2%)
google.ru	48 (4.2%)	30 (3.1%)	33 (3.3%)
go.mail.ru	32 (2.8%)	16 (1.7%)	20 (2.0%)
nova.rambler.ru	10 (0.9%)	2 (0.2%)	4 (0.4%)
sro-s.ru	5 (0.4%)	4 (0.4%)	7 (0.7%)
images.yandex.ru	4 (0.4%)	3 (0.3%)	5 (0.5%)
birzha-sro.ru	2 (0.2%)	30 (3.1%)	17 (1.7%)
vkontakte.ru	2 (0.2%)	1 (0.1%)	2 (0.2%)
e.mail.ru	1 (0.1%)	36 (3.7%)	13 (1.3%)
mail.yandex.ru	1 (0.1%)	9 (0.9%)	4 (0.4%)
bing.com	1 (0.1%)	5 (0.5%)	4 (0.4%)
yandex.ua	1 (0.1%)	1 (0.1%)	0 (0.0%)
mail.rambler.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
yandex.by	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
google.by	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	1133 (100%)	950 (98.4%)	981 (98.4%)
всего	1133 (100%)	965 (100%)	997 (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, 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").

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

	май 2011 г.	апрель 2011 г.	в среднем за 3 месяца
gosnadzor.ru	3 (75.0%)	1 (100%)	2 (66.7%)
liveinternet.ru	1 (25.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
всего	4 (100%)	1 (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.

## Динамика по месяцам числа переходов по ссылкам со страниц сайта sdsko.ru на другие сайты



Дата	gosnadzor.ru	liveinternet.ru	всего
Авг 10	4	0	9
Сен 10	11	0	17
Окт 10	3	0	7
Ноя 10	5	0	17
Дек 10	3	0	5
Янв 11	3	0	5
Фев 11	4	0	6
Мар 11	3	0	4
Апр 11	1	0	1
Май 11	3	1	4