






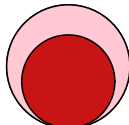







## Аналитический отчет LiveInternet для сайта sdsko.ru за сентябрь 2011 г.

Базовые месячные показатели посещаемости сайта:

Просмотров страниц	1,894	(+5% мес/мес)
Посетителей	349	(-3% мес/мес)
Доля мужчин	59.6 %	
Доля женщин	40.4 %	
Посетители младше 18 лет	6.6 %	
Посетители от 18 до 24 лет	17.5 %	
Посетители от 25 до 34 лет	35.0 %	
Посетители от 35 до 44 лет	20.6 %	
Посетители старше 44 лет	20.3 %	
Преобладающая страна - Россия	100.0 %	
Преобладающий регион - Курск	57.1 %	

Структура переходов на страницы сайта:

Внутренние	56.3 %	
Закладки	25.9 %	
Поиск	16.2 %	
Сайты	1.7 %	
Объявления	0.0 %	
Переходов с поисковиков	306	(+0% мес/мес)
Посетителей, пришедших с поисковиков	208	(-2% 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	14 (4.0%)	9 (2.6%)	23 (6.6%)
18-24	29 (8.3%)	32 (9.2%)	61 (17.5%)
25-34	77 (22.1%)	45 (12.9%)	122 (35.0%)
35-44	55 (15.8%)	17 (4.9%)	72 (20.6%)
45+	33 (9.5%)	38 (10.9%)	71 (20.3%)
Любой возраст	208 (59.6%)	141 (40.4%)	349 (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	68	50	60
18-24	70	74	72
25-34	152	100	128
35-44	141	42	91
45+	122	145	134
Любой возраст	117	82	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	88	60	74
18-24	89	96	93
25-34	177	99	137
35-44	145	41	91
45+	85	80	82
Любой возраст	123	77	100

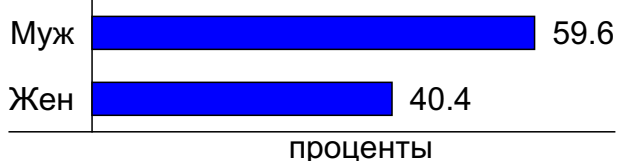
Индекс соответствия категории сайтов - **Category-Affinity Index**.

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.

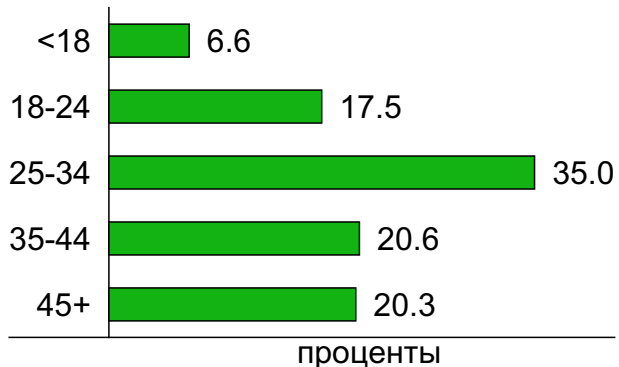
Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	126	51	80
18-24	79	81	80
25-34	130	73	101
35-44	149	43	94
45+	137	158	147
Любой возраст	124	77	100

## Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

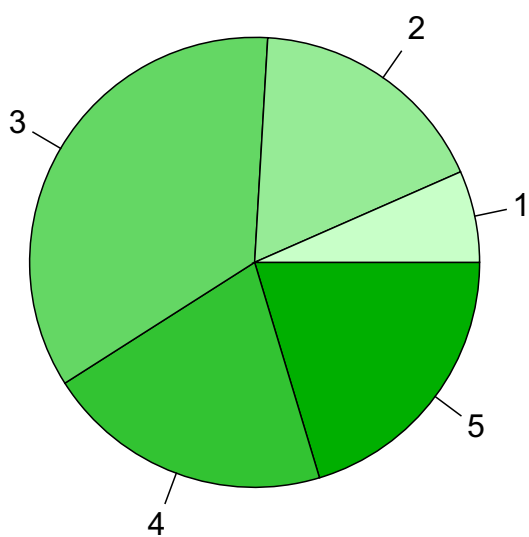
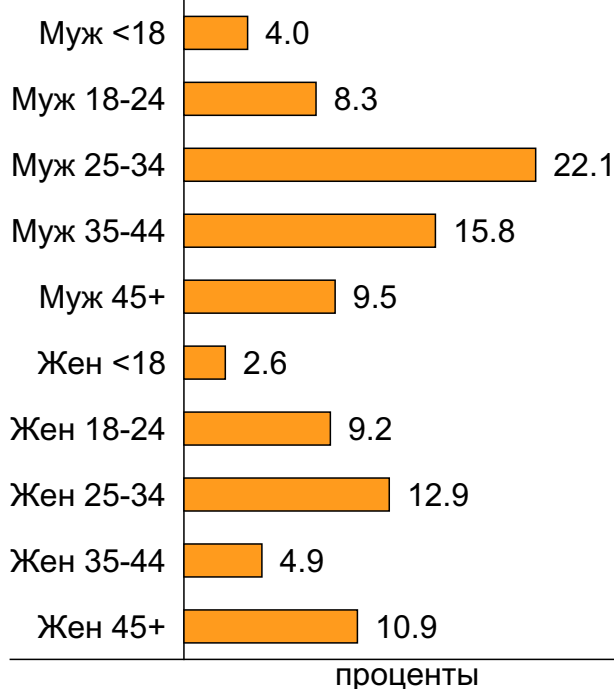
### Пол



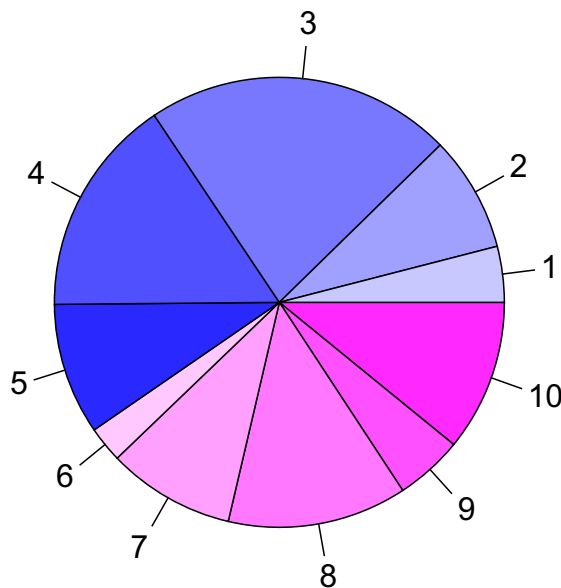
### Возраст



### Пол / Возраст



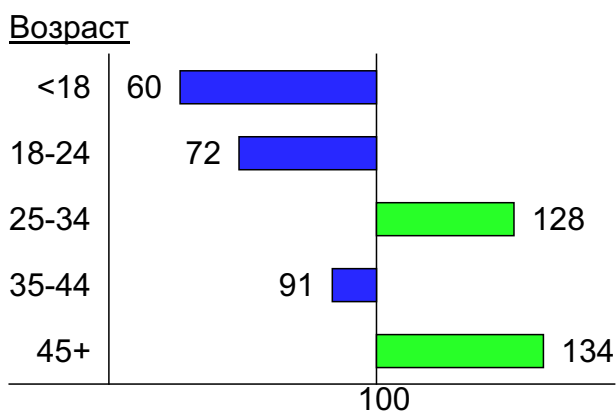
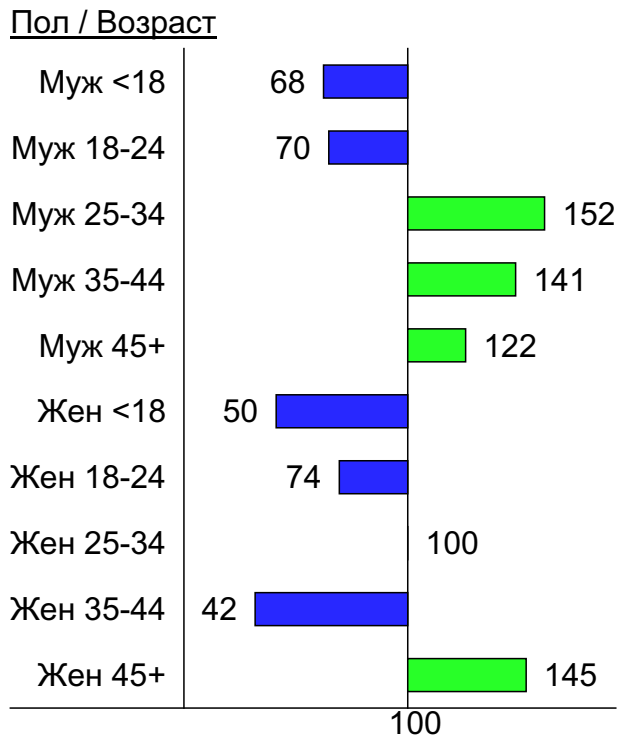
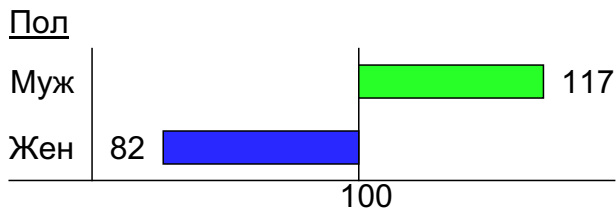
- 1: <18
- 2: 18-24
- 3: 25-34
- 4: 35-44
- 5: 45+



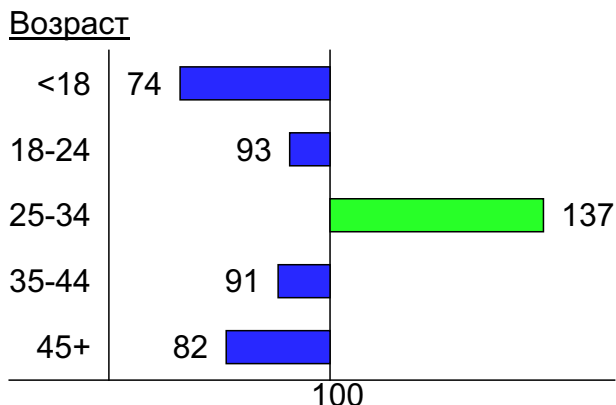
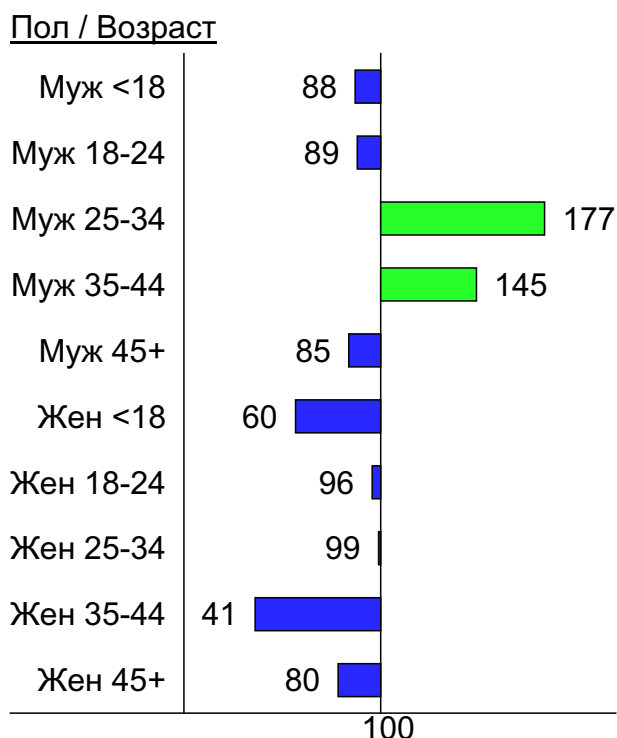
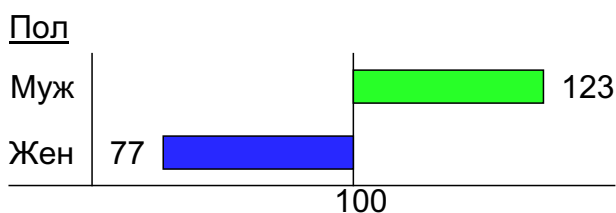
- 1: Муж <18
- 2: Муж 18-24
- 3: Муж 25-34
- 4: Муж 35-44
- 5: Муж 45+
- 6: Жен <18
- 7: Жен 18-24
- 8: Жен 25-34
- 9: Жен 35-44
- 10: Жен 45+

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

### Индекс соответствия Интернету - Internet-Affinity Index

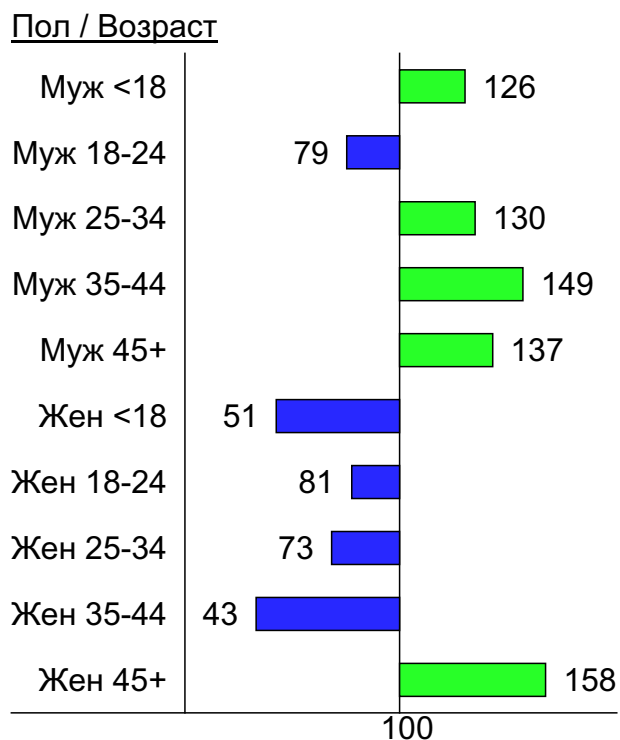
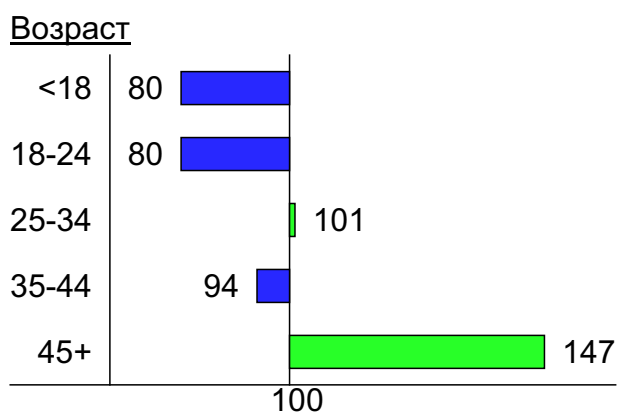
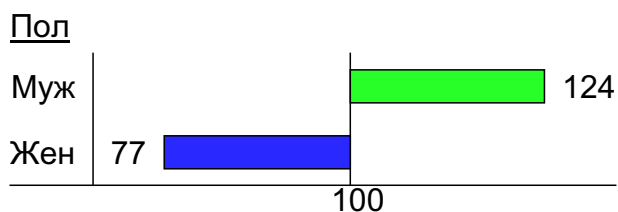


### Индекс соответствия населению России - Population-Affinity Index

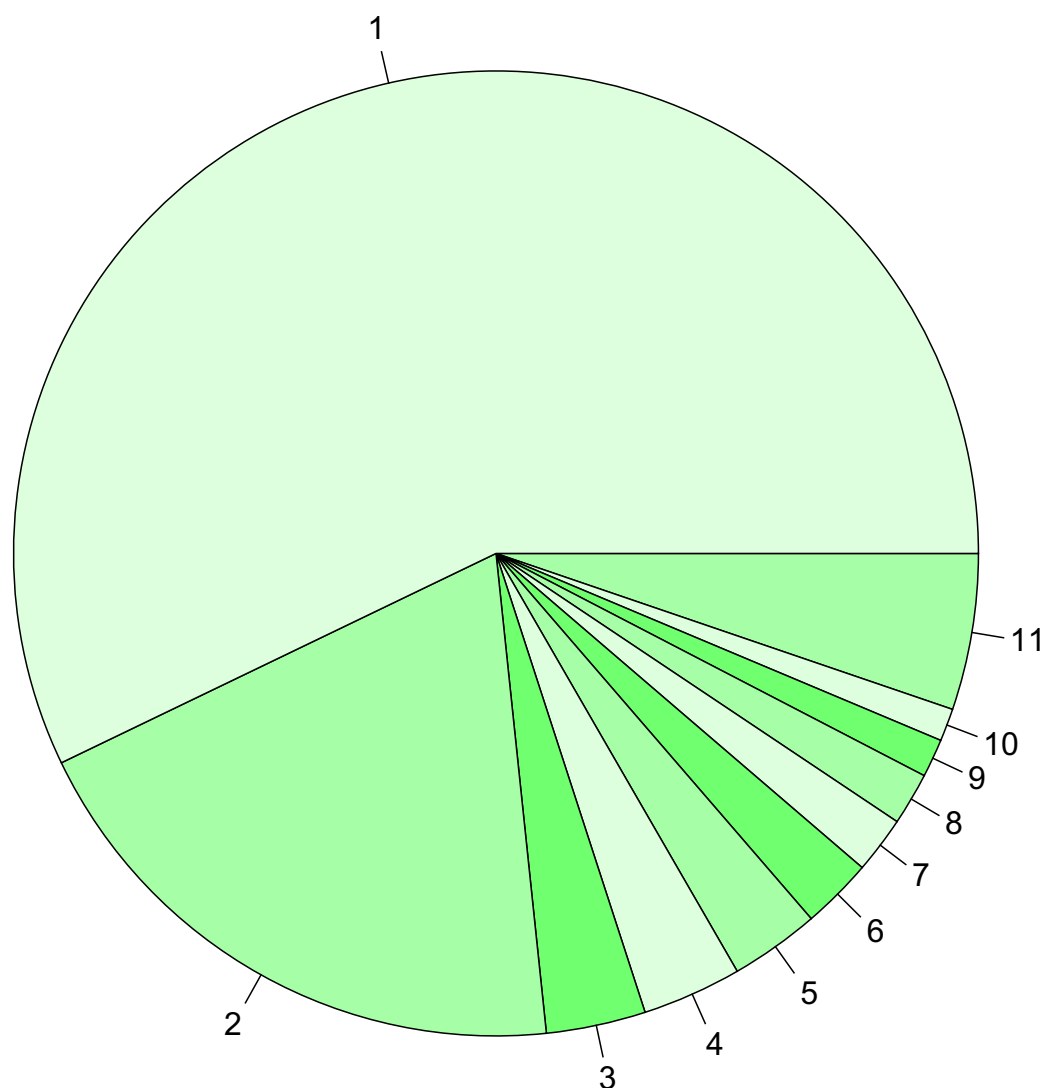


## Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

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 - 19.5%
- 3: Брянск - 3.3%
- 4: Казань - 3.3%
- 5: Белгород - 3.0%
- 6: Самара - 2.4%
- 7: Воронеж - 1.9%
- 8: Санкт-Петербург - 1.8%
- 9: Нижний Новгород - 1.3%
- 10: Екатеринбург - 1.1%
- 11: Остальные регионы России - 5.2%

## Среднесуточное распределение аудитории по странам

	сентябрь 2011 г.	август 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Россия	21 (100%)	19 (100%)	20 (100%)
Италия	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Казахстан	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Киргизия	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Китай	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Бельгия	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
сумма выбранных	21 (100%)	19 (100%)	20 (100%)
всего	21 (100%)	19 (100%)	20 (100%)

## Среднесуточное распределение аудитории по регионам России

	сентябрь 2011 г.	август 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Курск	12 (57.1%)	9.7 (51.1%)	11 (55.0%)
Москва	4.1 (19.5%)	3.9 (20.5%)	3.9 (19.5%)
Брянск	0.7 (3.3%)	0.68 (3.6%)	0.68 (3.4%)
Казань	0.7 (3.3%)	0.32 (1.7%)	0.38 (1.9%)
Белгород	0.63 (3.0%)	0.68 (3.6%)	0.61 (3.0%)
Самара	0.5 (2.4%)	0.58 (3.1%)	0.46 (2.3%)
Воронеж	0.4 (1.9%)	0.42 (2.2%)	0.34 (1.7%)
Санкт-Петербург	0.37 (1.8%)	1 (5.3%)	0.71 (3.5%)
Нижний Новгород	0.27 (1.3%)	0.39 (2.1%)	0.38 (1.9%)
Екатеринбург	0.23 (1.1%)	0.065 (0.3%)	0.13 (0.7%)
Иркутск	0.17 (0.8%)	0 (0.0%)	0.098 (0.5%)
Ростов-на-Дону	0.1 (0.5%)	0.16 (0.8%)	0.12 (0.6%)
Вологда	0.1 (0.5%)	0.097 (0.5%)	0.11 (0.6%)
Красноярск	0.1 (0.5%)	0.065 (0.3%)	0.076 (0.4%)
Липецк	0.1 (0.5%)	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)
Ставрополь	0.1 (0.5%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Краснодар	0.067 (0.3%)	0.16 (0.8%)	0.087 (0.4%)
Орёл	0.067 (0.3%)	0.097 (0.5%)	0.15 (0.8%)
Уфа	0.067 (0.3%)	0.032 (0.2%)	0.054 (0.3%)
Ижевск	0.067 (0.3%)	0.032 (0.2%)	0.033 (0.2%)
Киров	0.067 (0.3%)	0 (0.0%)	0.076 (0.4%)
Саратов	0.067 (0.3%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Ярославль	0.067 (0.3%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Барнаул	0.033 (0.2%)	0.065 (0.3%)	0.076 (0.4%)
Волгоград	0.033 (0.2%)	0.065 (0.3%)	0.054 (0.3%)
Тула	0.033 (0.2%)	0.065 (0.3%)	0.043 (0.2%)
Астрахань	0.033 (0.2%)	0.065 (0.3%)	0.033 (0.2%)
Чита	0.033 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.033 (0.2%)
Челябинск	0.033 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Минеральные Воды	0.033 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Иваново	0.033 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Благовещенск	0.033 (0.2%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Оренбург	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Архангельск	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Ульяновск	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Ханты-Мансийск	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Мурманск	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Пенза	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Сочи	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Саранск	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Набережные Челны	0.033 (0.2%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Новосибирск	0 (0.0%)	0.097 (0.5%)	0.033 (0.2%)
Пермь	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)	0.022 (0.1%)
Тюмень	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)	0.022 (0.1%)
Рязань	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)	0.022 (0.1%)
Улан-Удэ	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Калининград	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Хабаровск	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Калуга	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
Кемерово	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.011 (0.1%)
сумма выбранных	21 (100%)	19 (100%)	20 (100%)
всего	21 (100%)	19 (100%)	20 (100%)



## Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Бизнес		159	45.6 %	618
в том числе	Бухгалтерия	111	31.8 %	1101
	Трудоустройство, персонал	61	17.5 %	398
	Реклама	29	8.3 %	937
	Аудит, консалтинг	9	2.6 %	1752
Финансы		88	25.2 %	578
в том числе	Вклады, депозиты	32	9.2 %	568
	Кредиты	29	8.3 %	682
	Страхование	29	8.3 %	1213
	Валюта	20	5.7 %	418
	Фондовый рынок	6	1.7 %	772
	Денежные переводы	2	0.6 %	651
Недвижимость		90	25.8 %	476
в том числе	Квартиры	52	14.9 %	419
	Загородная недвижимость	18	5.2 %	615
	Земля	17	4.9 %	1130
	Ипотека	9	2.6 %	791
	Зарубежная недвижимость	7	2.0 %	278
	Коммерческая недвижимость	7	2.0 %	727
	Гаражи	4	1.1 %	434
Отдых, туризм, путешествия		70	20.1 %	448
в том числе	Отдых в России и Украине	45	12.9 %	637
	Отдых за рубежом	34	9.7 %	352
Авто		107	30.7 %	366
в том числе	Иномарки	89	25.5 %	386
	Отечественные	19	5.4 %	417
	Колёса, Шины	15	4.3 %	527
	Мото-, Квадроциклы, Снегоходы	7	2.0 %	214
	Автострахование	4	1.1 %	763
Образование		50	14.3 %	353
в том числе	Образование высшее	36	10.3 %	656
	Иностранные языки	10	2.9 %	126
	Образование для детей	8	2.3 %	342
Аудио, Видео, Фото		32	9.2 %	352
в том числе	Фотоаппараты	10	2.9 %	423
	Видеоаппаратура	9	2.6 %	655
	Телевизоры, DVD-проигрыватели	9	2.6 %	401
	Аудио-техника	8	2.3 %	208
Выставки, концерты, театры, кино		72	20.6 %	330
Медицина, здоровье		123	35.2 %	290
в том числе	Беременность и роды	20	5.7 %	234
	Диеты	18	5.2 %	374
	Лишний вес	10	2.9 %	326
	Спорт, фитнес, йога	9	2.6 %	357
	Стоматология	9	2.6 %	368
	Зрение	5	1.4 %	512
Бытовая техника		19	5.4 %	284

## Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Дом и семья		89	25.5 %	280
в том числе	Кулинария, рецепты	62	17.8 %	287
	Собаки	17	4.9 %	318
	Кошки	15	4.3 %	269
	Детские сады	11	3.2 %	399
	Маленькие дети	3	0.9 %	184
Телефоны, связь		82	23.5 %	257
в том числе	Мобильные телефоны	69	19.8 %	260
	Мобильные приложения и услуги	41	11.7 %	286
	Навигация	10	2.9 %	518
	Стационарная связь	2	0.6 %	359
Компьютеры, оргтехника		45	12.9 %	251
в том числе	Ноутбуки	17	4.9 %	309
	Компьютерные комплектующие	8	2.3 %	176
	Планшетные ПК	7	2.0 %	237
	Принтеры	5	1.4 %	193
	Мониторы	3	0.9 %	262

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](#).

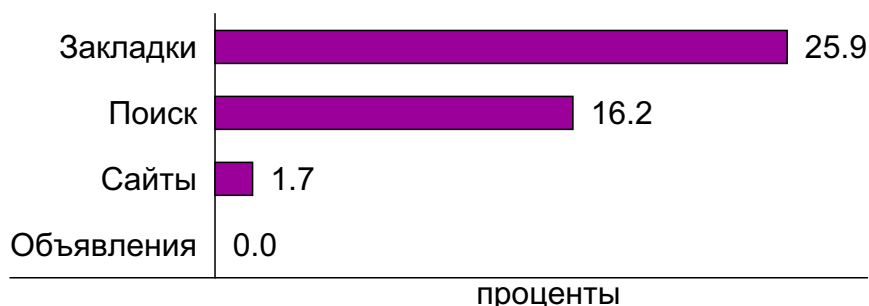
## Структура переходов на страницы сайта

	сентябрь 2011 г.	август 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Внутренние	1,066 (56.3%)	988 (54.9%)	1,082 (56.6%)
Закладки	490 (25.9%)	479 (26.6%)	475 (24.8%)
Поиск	306 (16.2%)	306 (17.0%)	327 (17.1%)
Сайты	32 (1.7%)	26 (1.4%)	28 (1.5%)
Объявления	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
всего	1,894 (100%)	1,799 (100%)	1,912 (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").

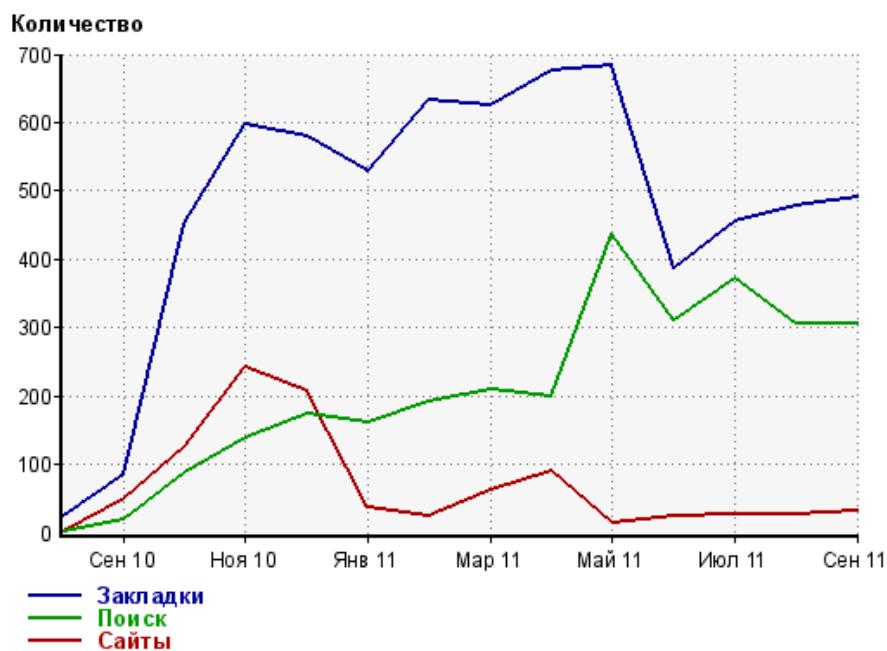
### Структура входящего месячного трафика на сайт.



### Динамика по месяцам входящего трафика на сайт.



## Динамика по месяцам составных частей входящего трафика на сайт

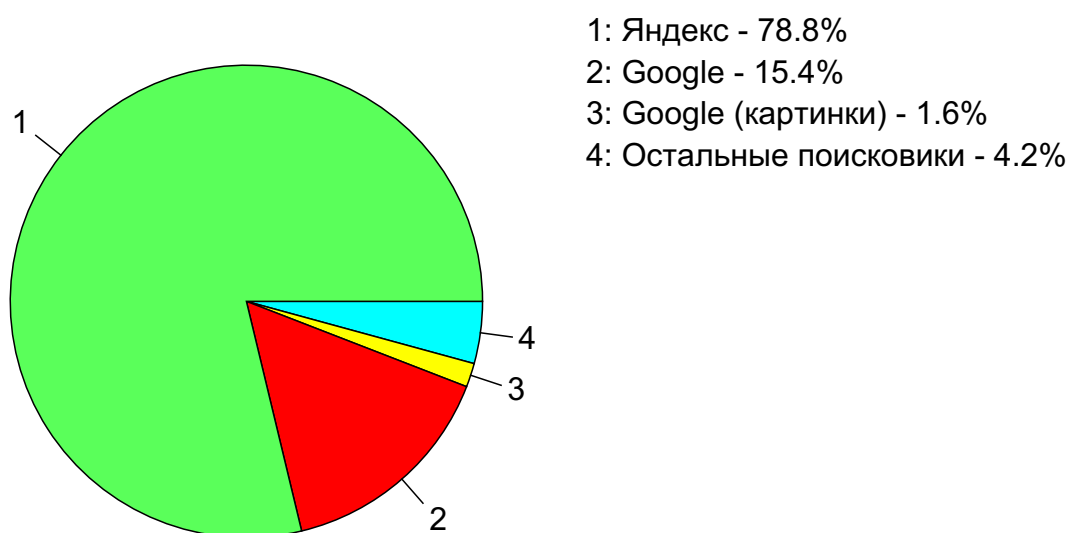


Дата	Закладки	Поиск	Сайты
Авг 10	24	2	2
Сен 10	84	18	50
Окт 10	453	88	126
Ноя 10	597	138	242
Дек 10	580	175	207
Янв 11	530	160	37
Фев 11	632	191	24
Мар 11	624	208	61
Апр 11	676	198	91
Май 11	683	437	13
Июн 11	386	311	25
Июл 11	456	371	26
Авг 11	479	306	26
Сен 11	490	306	32

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

	сентябрь 2011 г.	август 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Яндекс	241 (78.8%)	249 (81.4%)	259 (79.2%)
Google	47 (15.4%)	37 (12.1%)	42 (12.8%)
Google (картинки)	5 (1.6%)	2 (0.7%)	3 (0.9%)
Search.Mail.ru	4 (1.3%)	8 (2.6%)	8 (2.4%)
Rambler	4 (1.3%)	6 (2.0%)	7 (2.1%)
Bing	3 (1.0%)	1 (0.3%)	4 (1.2%)
QIP.ru	1 (0.3%)	2 (0.7%)	1 (0.3%)
Яндекс (картинки)	1 (0.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Nigma	0 (0.0%)	1 (0.3%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	306 (100%)	306 (100%)	324 (99.1%)
всего	306 (100%)	306 (100%)	327 (100%)

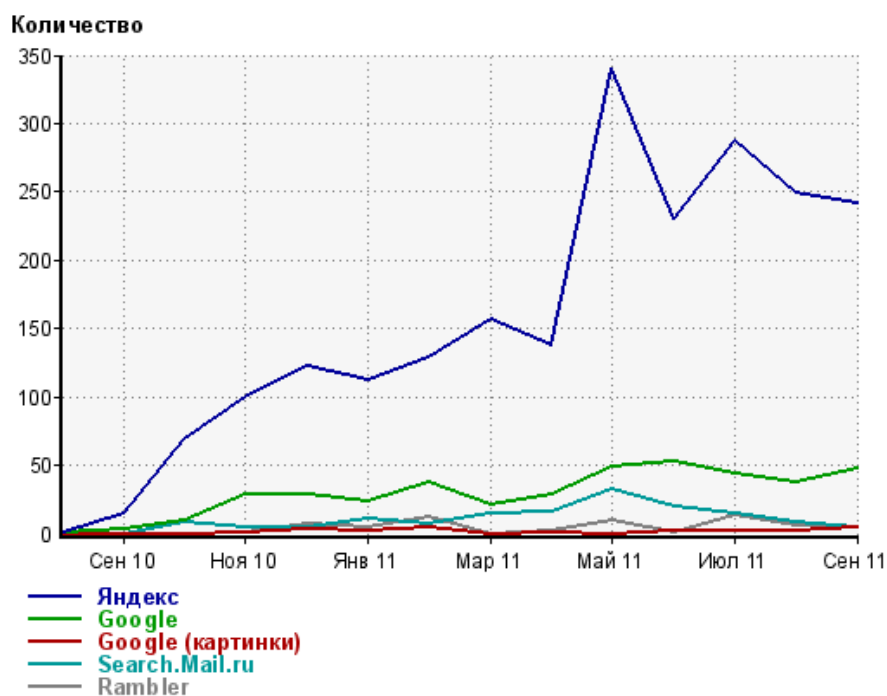
Диаграмма распределения месячного поискового трафика по поисковикам



Динамика по месяцам общего поискового трафика на сайт



## Динамика по месяцам числа переходов с поисковых систем



Дата	Яндекс	Google	Google (картинки)	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	1	4	1
Дек 10	122	28	3	5	7
Янв 11	112	23	2	11	4
Фев 11	129	38	4	7	12
Мар 11	156	21	0	14	0
Апр 11	138	29	1	16	2
Май 11	341	49	0	32	10
Июн 11	230	52	2	20	1
Июл 11	287	44	2	14	13
Авг 11	249	37	2	8	6
Сен 11	241	47	5	4	4

## Структура месячной поисковой аудитории сайта

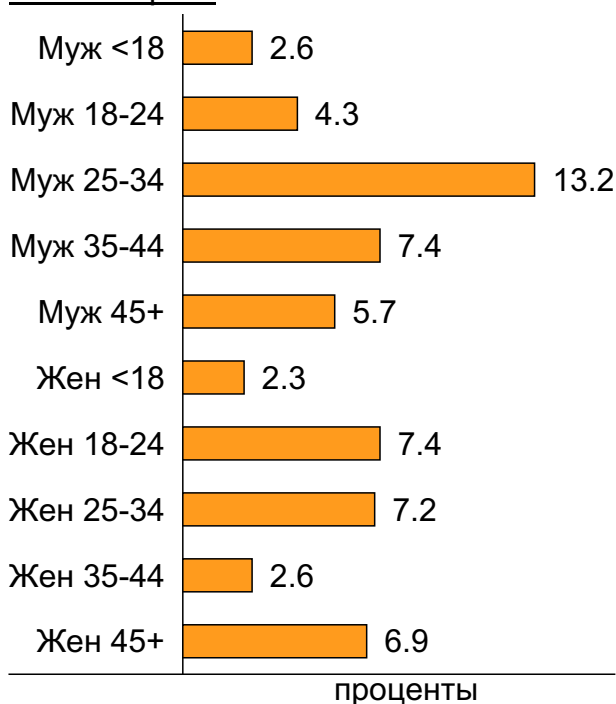
В таблице представлены размеры демографических групп в месячной поисковой аудитории сайта и их доли в процентах от полной месячной аудитории этого сайта.

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.

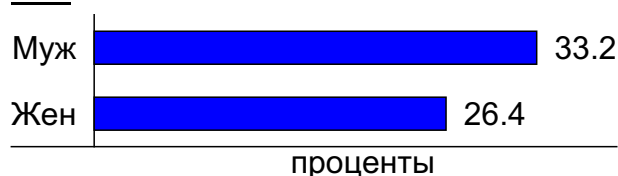
### Пол и возраст поисковой аудитории

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	9 (2.6%)	8 (2.3%)	17 (4.9%)
18-24	15 (4.3%)	26 (7.4%)	41 (11.7%)
25-34	46 (13.2%)	25 (7.2%)	71 (20.3%)
35-44	26 (7.4%)	9 (2.6%)	35 (10.0%)
45+	20 (5.7%)	24 (6.9%)	44 (12.6%)
Любой возраст	116 (33.2%)	92 (26.4%)	208 (59.6%)

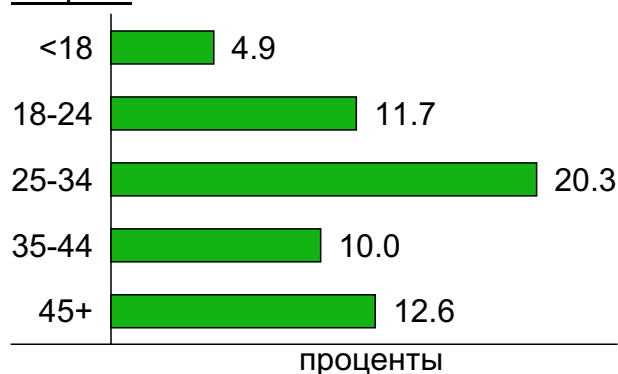
### Пол / Возраст



### Пол



### Возраст



## Месячный отчёт по выбранным фразам для сайта

Фраза	Переходы	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	34 [33]	85% [94%]	1 [1]	1 [1]
сро курской области	17 [15]	32% [20%]	11 [10]	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.

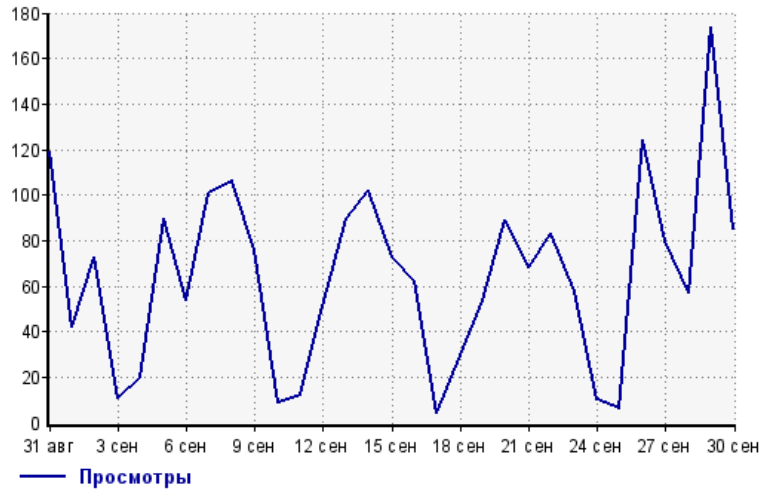
В последних трёх столбцах отображаются номера позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по каждой фразе на конец месяца. Знак "\*" вместо номера позиции означает, что сайта не было на первой странице выдачи поисковой системы. Для Google предусмотрено 50 результатов на странице, а для Яндекса - 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

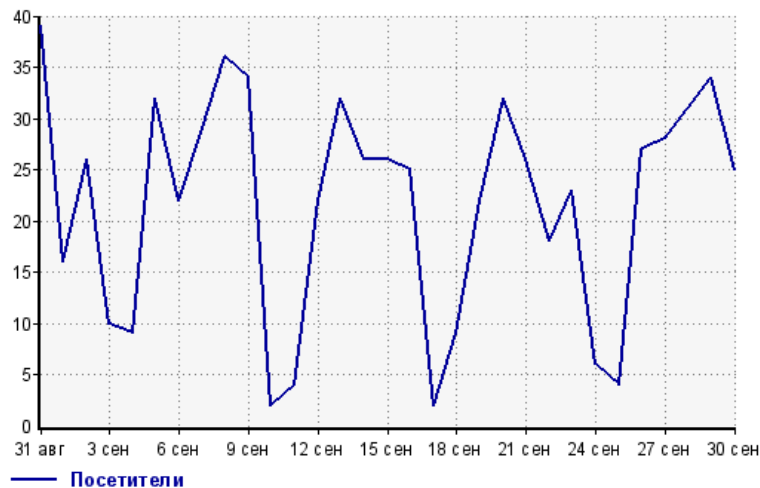
Количество



31 авг:	119	16 сен:	62
1 сен:	42	17 сен:	4
2 сен:	73	18 сен:	30
3 сен:	11	19 сен:	54
4 сен:	20	20 сен:	89
5 сен:	90	21 сен:	68
6 сен:	54	22 сен:	83
7 сен:	101	23 сен:	58
8 сен:	106	24 сен:	10
9 сен:	76	25 сен:	6
10 сен:	9	26 сен:	124
11 сен:	12	27 сен:	80
12 сен:	51	28 сен:	57
13 сен:	90	29 сен:	174
14 сен:	102	30 сен:	85
15 сен:	73		

### Размер аудитории сайта

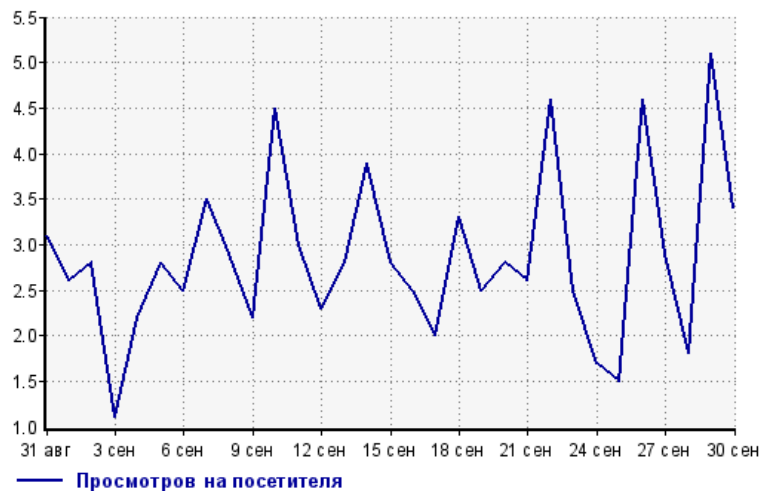
Количество



31 авг:	39	16 сен:	25
1 сен:	16	17 сен:	2
2 сен:	26	18 сен:	9
3 сен:	10	19 сен:	22
4 сен:	9	20 сен:	32
5 сен:	32	21 сен:	26
6 сен:	22	22 сен:	18
7 сен:	29	23 сен:	23
8 сен:	36	24 сен:	6
9 сен:	34	25 сен:	4
10 сен:	2	26 сен:	27
11 сен:	4	27 сен:	28
12 сен:	22	28 сен:	31
13 сен:	32	29 сен:	34
14 сен:	26	30 сен:	25
15 сен:	26		

### Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



31 авг:	3.1	16 сен:	2.5
1 сен:	2.6	17 сен:	2.0
2 сен:	2.8	18 сен:	3.3
3 сен:	1.1	19 сен:	2.5
4 сен:	2.2	20 сен:	2.8
5 сен:	2.8	21 сен:	2.6
6 сен:	2.5	22 сен:	4.6
7 сен:	3.5	23 сен:	2.5
8 сен:	2.9	24 сен:	1.7
9 сен:	2.2	25 сен:	1.5
10 сен:	4.5	26 сен:	4.6
11 сен:	3.0	27 сен:	2.9
12 сен:	2.3	28 сен:	1.8
13 сен:	2.8	29 сен:	5.1
14 сен:	3.9	30 сен:	3.4
15 сен:	2.8		

## Динамика месячной посещаемости

### Число просмотров страниц сайта

Количество



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

### Размер аудитории сайта

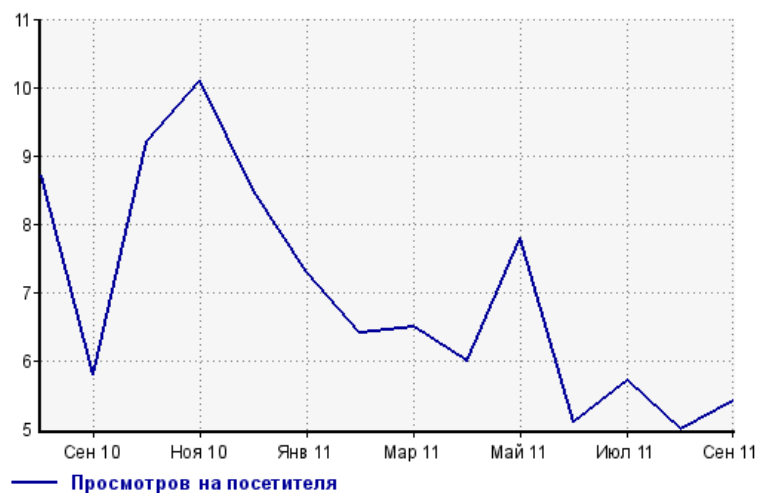
Количество



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

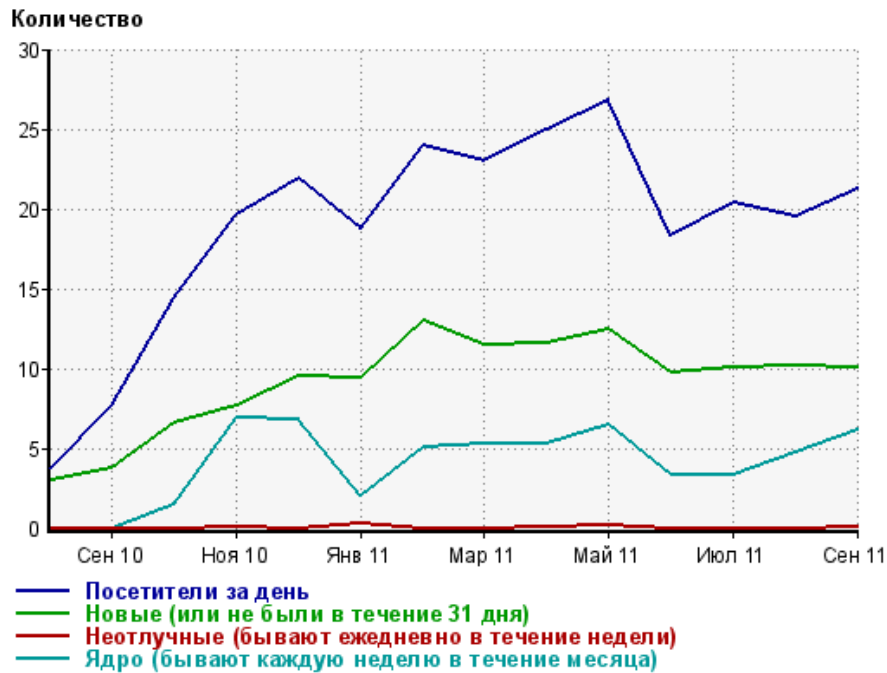
### Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



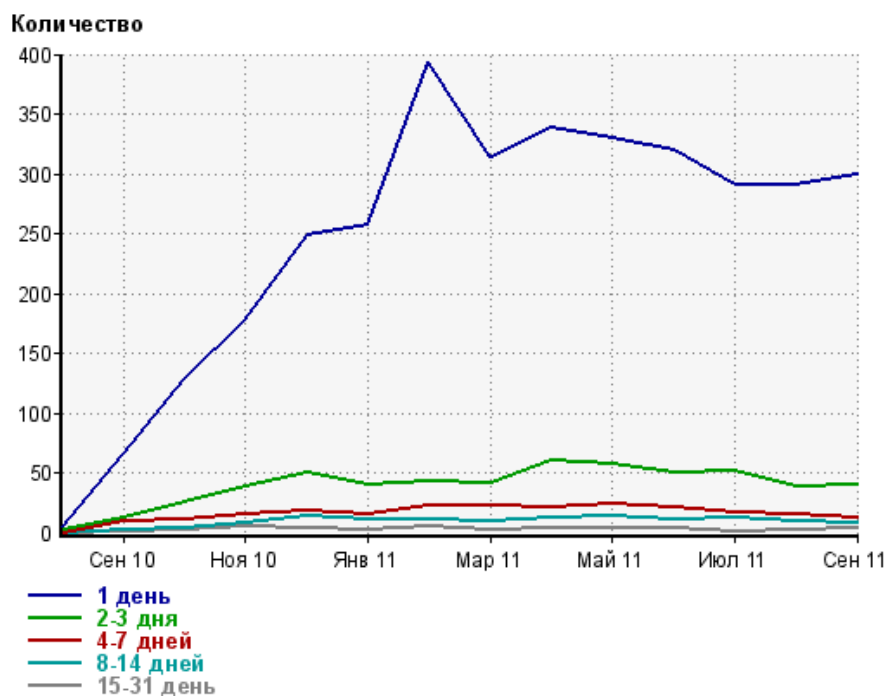
Авг 10:	8.7	Мар 11:	6.5
Сен 10:	5.8	Апр 11:	6.0
Окт 10:	9.2	Май 11:	7.8
Ноя 10:	10.1	Июн 11:	5.1
Дек 10:	8.5	Июл 11:	5.7
Янв 11:	7.3	Авг 11:	5.0
Фев 11:	6.4	Сен 11:	5.4

## 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

## 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

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

	сентябрь 2011 г.	август 2011 г.	в среднем за 3 месяца
Закладки	490 (59.2%)	479 (59.1%)	475 (57.2%)
yandex.ru	240 (29.0%)	249 (30.7%)	258 (31.1%)
google.ru	49 (5.9%)	36 (4.4%)	42 (5.1%)
birzha-sro.ru	21 (2.5%)	15 (1.8%)	14 (1.7%)
nova.rambler.ru	4 (0.5%)	6 (0.7%)	8 (1.0%)
go.mail.ru	4 (0.5%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)
google.com	3 (0.4%)	3 (0.4%)	3 (0.4%)
bing.com	3 (0.4%)	1 (0.1%)	4 (0.5%)
birzha-sro.nichost.ru	2 (0.2%)	1 (0.1%)	1 (0.1%)
sro-s.ru	1 (0.1%)	7 (0.9%)	5 (0.6%)
search.qip.ru	1 (0.1%)	2 (0.2%)	1 (0.1%)
nostroy.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
stroysportal.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
odnoklassniki.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
aport.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
нигма.рф	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
images.yandex.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
birja-sro.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
hghltd.yandex.net	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
maps.yandex.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
searchru.icq.com	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	828 (100%)	799 (98.5%)	812 (97.8%)
всего	828 (100%)	811 (100%)	830 (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

	сентябрь 2011 г.	август 2011 г.	в среднем за 3 месяца
liveinternet.ru	1 (100%)	0 (100%)	0 (0.0%)
всего	1 (100%)	0 (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.