






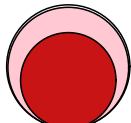





Аналитический отчет LiveInternet для сайта sdsko.ru за февраль 2012 г.

Базовые месячные показатели посещаемости сайта:

Просмотров страниц	2,889	(+39% мес/мес)
Посетителей	418	(-1% мес/мес)
Доля женщин	53.8 %	
Доля мужчин	46.2 %	
Посетители младше 18 лет	5.5 %	
Посетители от 18 до 24 лет	18.2 %	
Посетители от 25 до 34 лет	49.3 %	
Посетители от 35 до 44 лет	15.1 %	
Посетители старше 44 лет	12.0 %	
Преобладающая страна - Россия	96.0 %	
Преобладающий регион - Курск	60.0 %	

Структура переходов на страницы сайта:

Внутренние	65.9 %	
Закладки	18.3 %	
Поиск	15.4 %	
Сайты	0.3 %	
Соц. сети	0.1 %	
Объявления	0.0 %	
Переходов с поисковиков	446	(+0% мес/мес)
Посетителей, пришедших с поисковиков	289	(+12% 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	10 (2.4%)	13 (3.1%)	23 (5.5%)
18-24	29 (6.9%)	47 (11.2%)	76 (18.2%)
25-34	104 (24.9%)	102 (24.4%)	206 (49.3%)
35-44	29 (6.9%)	34 (8.1%)	63 (15.1%)
45+	21 (5.0%)	29 (6.9%)	50 (12.0%)
Любой возраст	193 (46.2%)	225 (53.8%)	418 (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	44	60	52
18-24	58	92	75
25-34	167	187	176
35-44	61	72	66
45+	64	95	79
Любой возраст	90	110	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	52	72	62
18-24	74	118	96
25-34	200	188	194
35-44	64	69	67
45+	45	51	48
Любой возраст	96	103	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.

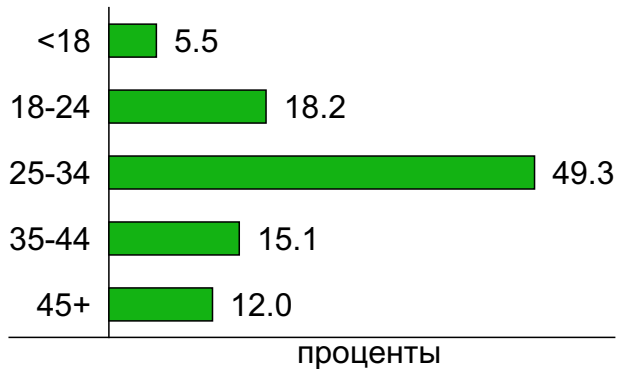
Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	79	60	67
18-24	64	100	82
25-34	138	130	134
35-44	69	78	74
45+	77	104	91
Любой возраст	95	103	100

Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

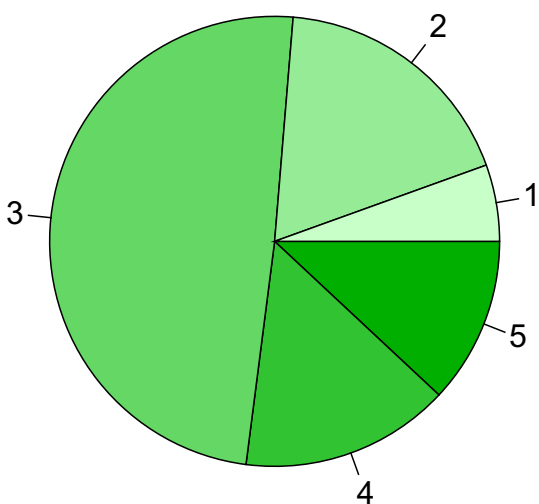
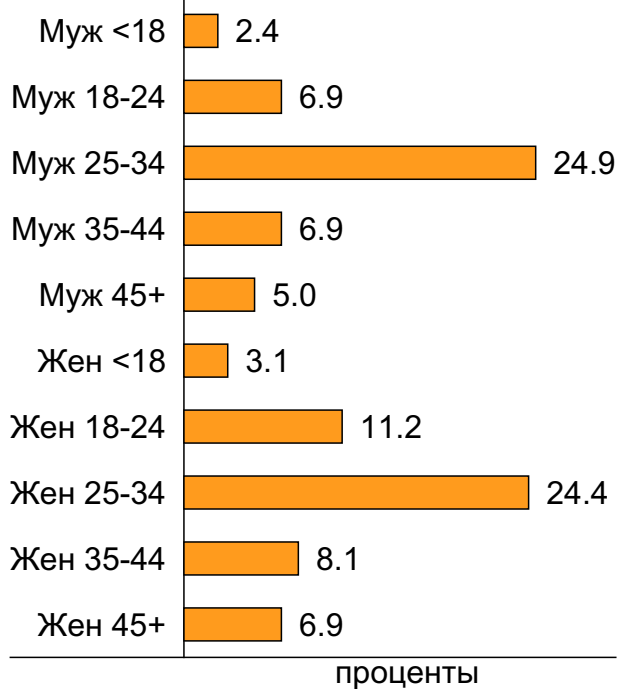
Пол



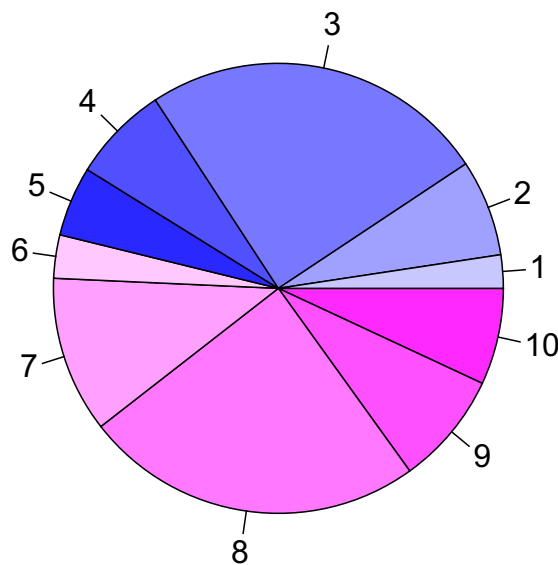
Возраст



Пол / Возраст



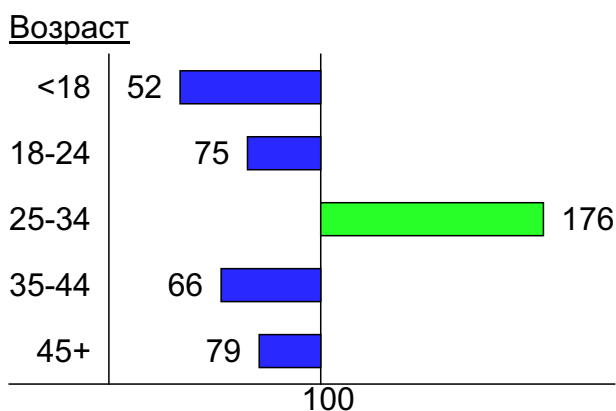
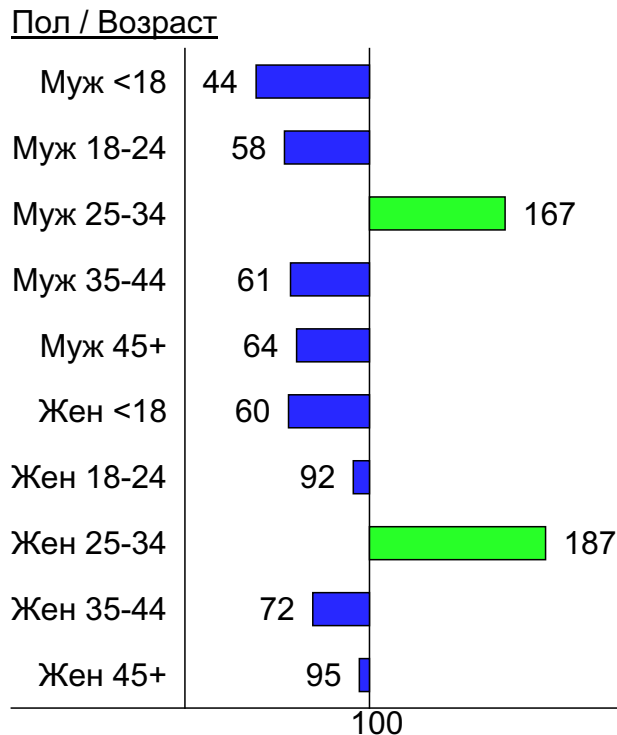
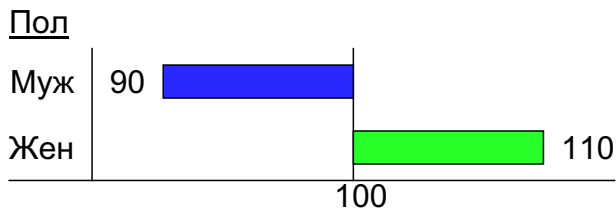
- 1: <18
- 2: 18-24
- 3: 25-34
- 4: 35-44
- 5: 45+



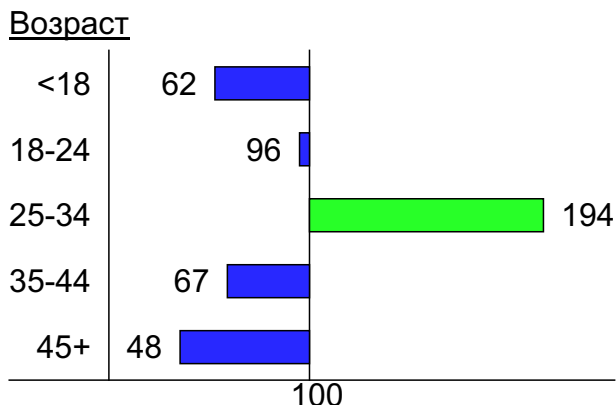
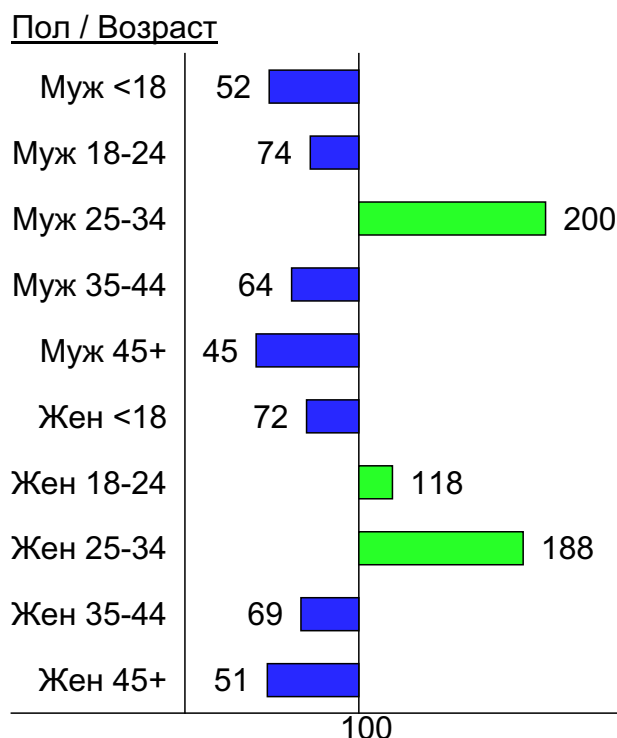
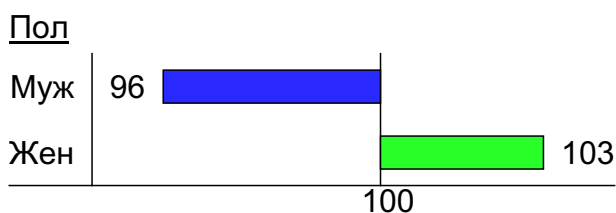
- 1: Муж <18
- 2: Муж 18-24
- 3: Муж 25-34
- 4: Муж 35-44
- 5: Муж 45+
- 6: Жен <18
- 7: Жен 18-24
- 8: Жен 25-34
- 9: Жен 35-44
- 10: Жен 45+

Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

Индекс соответствия Интернету - Internet-Affinity Index

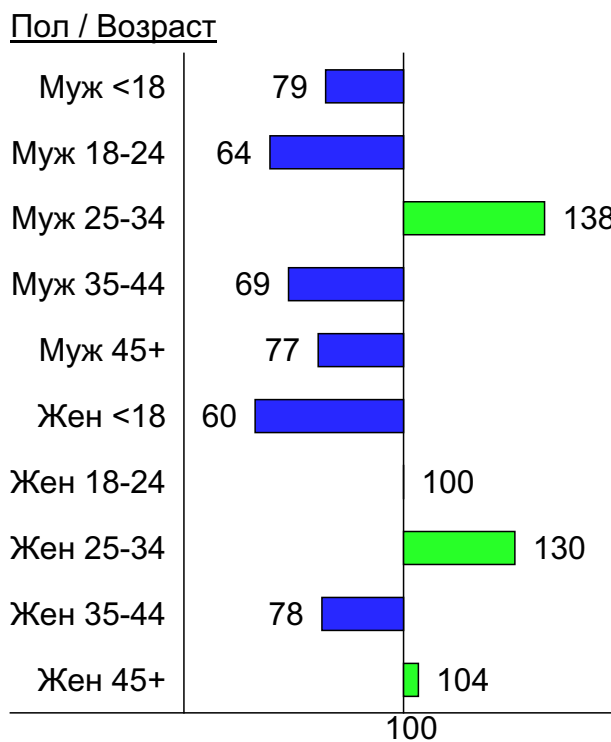
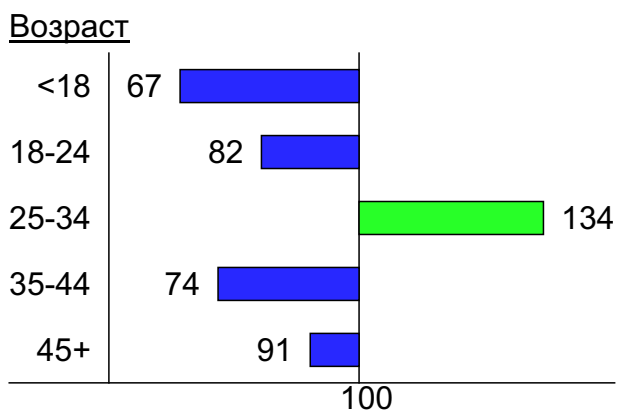
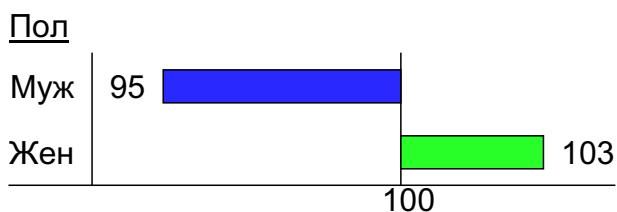


Индекс соответствия населению России - Population-Affinity Index

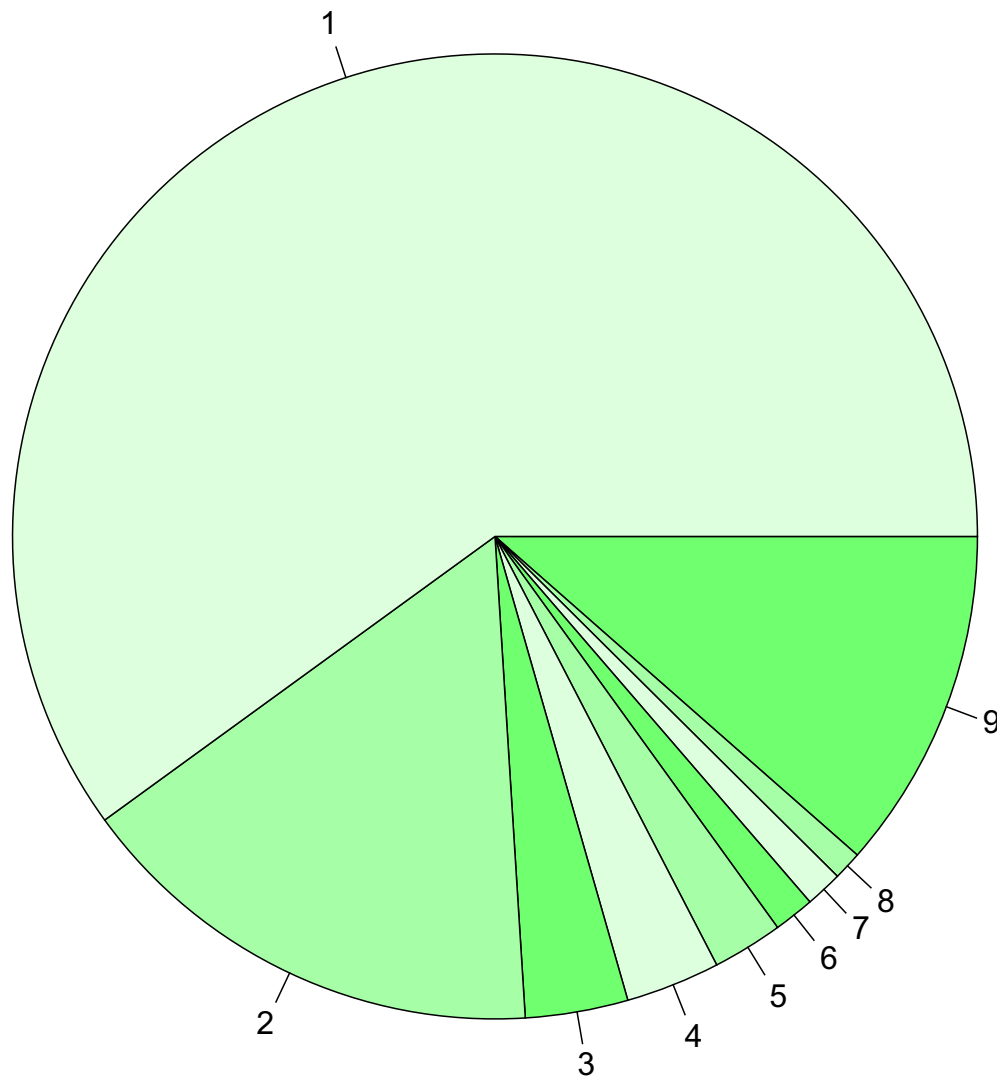


Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

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



Среднесуточное распределение аудитории сайта по странам и регионам России



Регионы России:

- 1: Курск - 60.0%
- 2: Москва - 16.0%
- 3: Брянск - 3.4%
- 4: Нижний Новгород - 3.2%
- 5: Воронеж - 2.4%
- 6: Санкт-Петербург - 1.4%
- 7: Белгород - 1.2%
- 8: Липецк - 1.0%
- 9: Остальные регионы России - 11.5%

Среднесуточное распределение аудитории по странам

	февраль 2012 г.	январь 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Россия	24 (96.0%)	20 (95.2%)	20 (95.2%)
Украина	0.069 (0.3%)	0.13 (0.6%)	0.088 (0.4%)
Беларусь	0.034 (0.1%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Италия	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.044 (0.2%)
Казахстан	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
США	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Другие	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Германия	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Чехия	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Ирландия	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Гонконг	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
сумма выбранных	24.103 (96.4%)	20.226 (96.3%)	20.275 (96.5%)
всего	25 (100%)	21 (100%)	21 (100%)

Среднесуточное распределение аудитории по регионам России

	февраль 2012 г.	январь 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Курск	15 (60.0%)	12 (57.1%)	12 (57.1%)
Москва	4 (16.0%)	3.8 (18.1%)	3.6 (17.1%)
Брянск	0.86 (3.4%)	0.52 (2.5%)	0.63 (3.0%)
Нижний Новгород	0.79 (3.2%)	0.68 (3.2%)	0.58 (2.8%)
Воронеж	0.59 (2.4%)	0.52 (2.5%)	0.46 (2.2%)
Санкт-Петербург	0.34 (1.4%)	0.35 (1.7%)	0.55 (2.6%)
Белгород	0.31 (1.2%)	0.61 (2.9%)	0.49 (2.3%)
Липецк	0.24 (1.0%)	0.032 (0.2%)	0.099 (0.5%)
Тюмень	0.21 (0.8%)	0.065 (0.3%)	0.13 (0.6%)
Саратов	0.21 (0.8%)	0.065 (0.3%)	0.12 (0.6%)
Орёл	0.17 (0.7%)	0.32 (1.5%)	0.22 (1.0%)
Казань	0.17 (0.7%)	0.16 (0.8%)	0.18 (0.9%)
Екатеринбург	0.14 (0.6%)	0.13 (0.6%)	0.099 (0.5%)
Новосибирск	0.14 (0.6%)	0.065 (0.3%)	0.077 (0.4%)
Краснодар	0.14 (0.6%)	0 (0.0%)	0.055 (0.3%)
Калуга	0.14 (0.6%)	0 (0.0%)	0.055 (0.3%)
Самара	0.1 (0.4%)	0.097 (0.5%)	0.099 (0.5%)
Челябинск	0.1 (0.4%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Ижевск	0.1 (0.4%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Тула	0.1 (0.4%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Чебоксары	0.069 (0.3%)	0.097 (0.5%)	0.066 (0.3%)
Иваново	0.069 (0.3%)	0.065 (0.3%)	0.066 (0.3%)
Хабаровск	0.069 (0.3%)	0.032 (0.2%)	0.055 (0.3%)
Пермь	0.069 (0.3%)	0 (0.0%)	0.044 (0.2%)
Ставрополь	0.069 (0.3%)	0 (0.0%)	0.044 (0.2%)
Иркутск	0.069 (0.3%)	0 (0.0%)	0.033 (0.2%)
Уфа	0.034 (0.1%)	0.065 (0.3%)	0.077 (0.4%)
Смоленск	0.034 (0.1%)	0.065 (0.3%)	0.033 (0.2%)
Омск	0.034 (0.1%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Оренбург	0.034 (0.1%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Архангельск	0.034 (0.1%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Владимир	0.034 (0.1%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Ульяновск	0.034 (0.1%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Астрахань	0.034 (0.1%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Мурманск	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.022 (0.1%)
Псков	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Кемерово	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Сочи	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Салехард	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Сыктывкар	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Абакан	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Нальчик	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Кызыл	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Грозный	0.034 (0.1%)	0 (0.0%)	0.011 (0.1%)
Ростов-на-Дону	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)	0.055 (0.3%)
Тверь	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)	0.044 (0.2%)
Вологда	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)	0.033 (0.2%)
Барнаул	0 (0.0%)	0.065 (0.3%)	0.022 (0.1%)
Владивосток	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
Волгоград	0 (0.0%)	0.032 (0.2%)	0.022 (0.1%)
сумма выбранных	24.876 (99.5%)	20.254 (96.4%)	20.412 (97.2%)
всего	25 (100%)	21 (100%)	21 (100%)

Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Бизнес		187	44.7 %	587
в том числе	Бухгалтерия	114	27.3 %	1136
	Трудоустройство, персонал	68	16.3 %	330
	Реклама	39	9.3 %	979
	Аудит, консалтинг	11	2.6 %	1570
Недвижимость		117	28.0 %	501
в том числе	Квартиры	79	18.9 %	469
	Загородная недвижимость	19	4.5 %	514
	Земля	19	4.5 %	885
	Коммерческая недвижимость	11	2.6 %	863
	Ипотека	10	2.4 %	622
	Гаражи	7	1.7 %	651
	Зарубежная недвижимость	6	1.4 %	719
Финансы		90	21.5 %	468
в том числе	Вклады, депозиты	37	8.9 %	527
	Кредиты	32	7.7 %	548
	Страхование	30	7.2 %	865
	Валюта	18	4.3 %	338
	Фондовый рынок	2	0.5 %	180
Отдых, туризм, путешествия		81	19.4 %	441
в том числе	Отдых за рубежом	49	11.7 %	435
	Отдых в России и Украине	44	10.5 %	519
Бытовая техника		34	8.1 %	380
Авто		127	30.4 %	341
в том числе	Иномарки	115	27.5 %	384
	Отечественные	16	3.8 %	253
	Колёса, Шины	14	3.3 %	504
	Мото-, Квадроциклы, Снегоходы	6	1.4 %	156
	Автострахование	2	0.5 %	285
Образование		57	13.6 %	339
в том числе	Образование высшее	37	8.9 %	624
	Иностранные языки	18	4.3 %	189
	Образование для детей	9	2.2 %	305
	Образование за рубежом	1	0.2 %	236
Выставки, концерты, театры, кино		81	19.4 %	269
Медицина, здоровье		160	38.3 %	262
в том числе	Беременность и роды	36	8.6 %	297
	Диеты	24	5.7 %	275
	Стоматология	14	3.3 %	349
	Лишний вес	12	2.9 %	207
	Спорт, фитнес, йога	12	2.9 %	310
	Зрение	4	1.0 %	280
Аудио, Видео, Фото		33	7.9 %	259
в том числе	Аудио-техника	9	2.2 %	165
	Видеоаппаратура	9	2.2 %	388
	Телевизоры, DVD-проигрыватели	8	1.9 %	249
	Фотоаппараты	8	1.9 %	270

Спектр интересов месячной аудитории сайта

Область интересов		Число посетителей	Доля от полной аудитории	Internet-Affinity Index
Компьютеры, оргтехника		59	14.1 %	246
в том числе	Ноутбуки	18	4.3 %	239
	Принтеры	15	3.6 %	424
	Компьютерные комплектующие	13	3.1 %	201
	Планшетные ПК	9	2.2 %	267
	Мониторы	4	1.0 %	260
Дом и семья		97	23.2 %	219
в том числе	Кулинария, рецепты	74	17.7 %	243
	Кошки	16	3.8 %	184
	Детские сады	9	2.2 %	325
	Собаки	9	2.2 %	112
	Маленькие дети	8	1.9 %	369
Телефоны, связь		75	17.9 %	180
в том числе	Мобильные телефоны	59	14.1 %	169
	Мобильные приложения и услуги	42	10.0 %	202
	Стационарная связь	4	1.0 %	547
	Навигация	2	0.5 %	90

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

	февраль 2012 г.	январь 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Внутренние	1,904 (65.9%)	1,237 (59.6%)	1,320 (60.9%)
Закладки	528 (18.3%)	370 (17.8%)	431 (19.9%)
Поиск	446 (15.4%)	446 (21.5%)	395 (18.2%)
Сайты	9 (0.3%)	20 (1.0%)	19 (0.9%)
Соц. сети	2 (0.1%)	3 (0.1%)	1 (0.0%)
Объявления	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
всего	2,889 (100%)	2,076 (100%)	2,166 (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, Vegin 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").

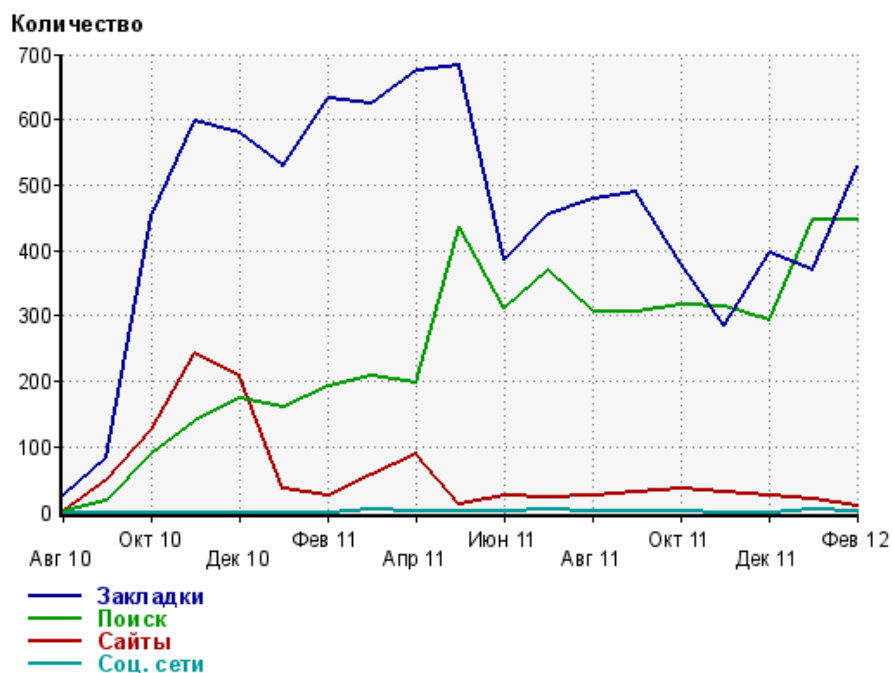
Структура входящего месячного трафика на сайт.



Динамика по месяцам входящего трафика на сайт.



Динамика по месяцам составных частей входящего трафика на сайт

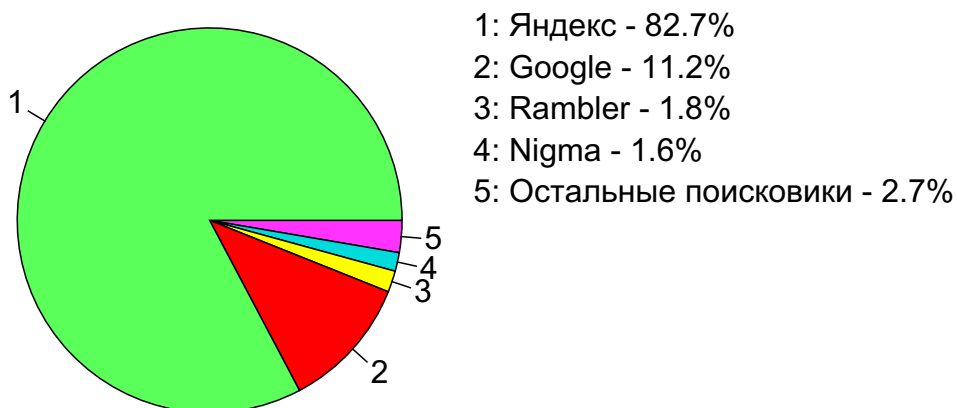


Дата	Закладки	Поиск	Сайты	Соц. сети
Авг 10	24	2	2	0
Сен 10	84	18	50	0
Окт 10	453	88	126	0
Ноя 10	597	138	242	0
Дек 10	580	175	207	0
Янв 11	530	160	37	0
Фев 11	632	191	24	0
Мар 11	624	208	58	3
Апр 11	676	198	90	1
Май 11	683	437	12	1
Июн 11	386	311	24	1
Июл 11	456	371	23	3
Авг 11	479	306	24	2
Сен 11	490	306	31	1
Окт 11	381	316	35	1
Ноя 11	285	314	31	0
Дек 11	397	294	24	0
Янв 12	370	446	20	3
Фев 12	528	446	9	2

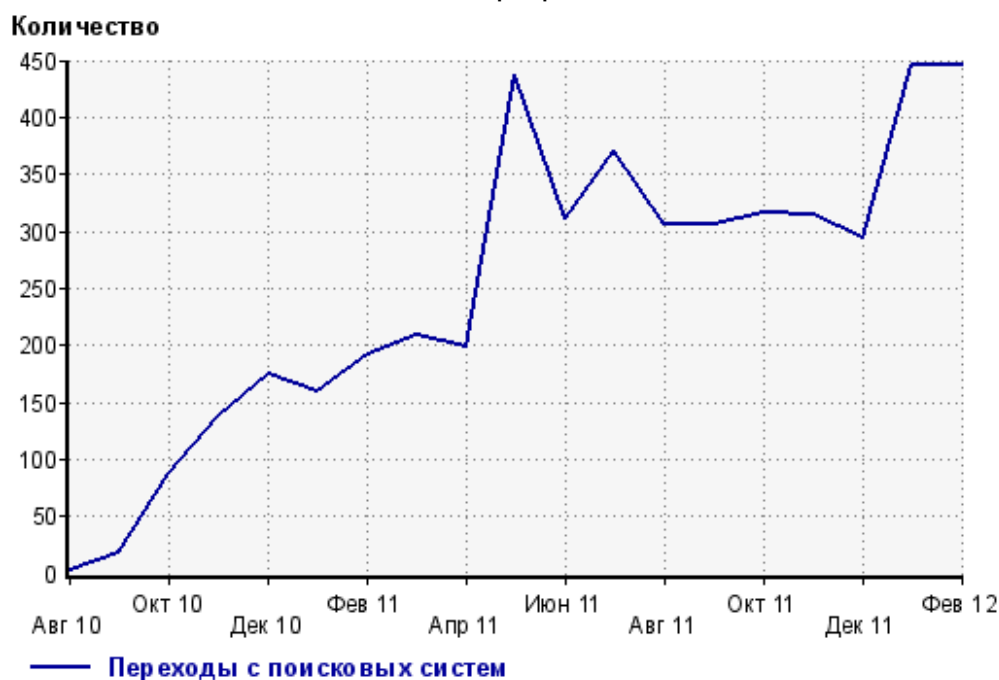
Топ10 поисковых систем, с которых осуществлялись переходы на сайт sdsko.ru

	февраль 2012 г.	январь 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Яндекс	369 (82.7%)	366 (82.1%)	319 (80.8%)
Google	50 (11.2%)	58 (13.0%)	51 (12.9%)
Rambler	8 (1.8%)	5 (1.1%)	4 (1.0%)
Nigma	7 (1.6%)	0 (0.0%)	3 (0.8%)
Bing	3 (0.7%)	8 (1.8%)	4 (1.0%)
Search.Mail.ru	3 (0.7%)	5 (1.1%)	7 (1.8%)
Яндекс (картинки)	3 (0.7%)	2 (0.4%)	2 (0.5%)
Google (картинки)	2 (0.4%)	2 (0.4%)	2 (0.5%)
QIP.ru	1 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	446 (100%)	446 (100%)	392 (99.2%)
всего	446 (100%)	446 (100%)	395 (100%)

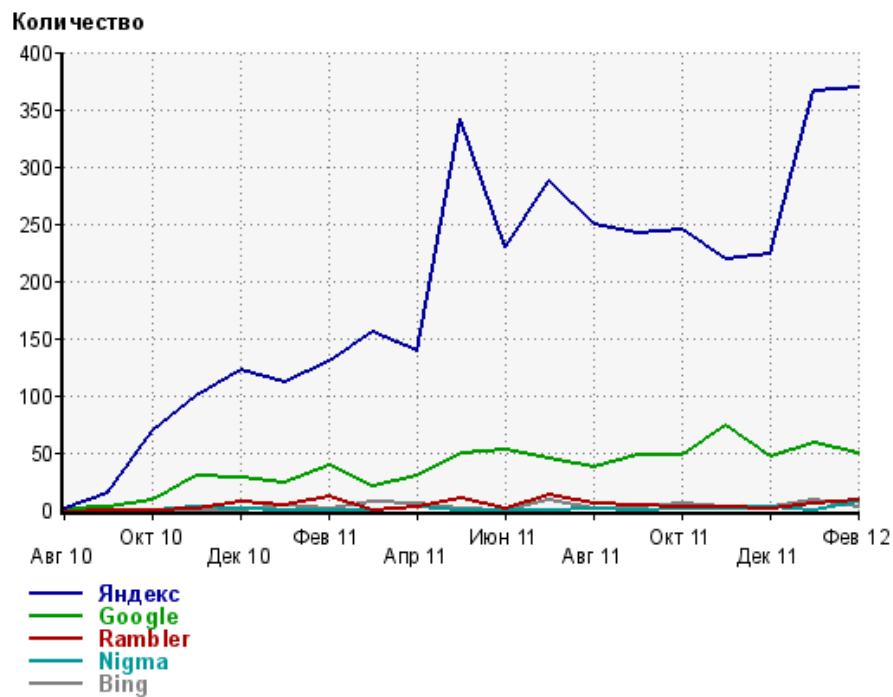
Диаграмма распределения месячного поискового трафика по поисковикам



Динамика по месяцам общего поискового трафика на сайт



Динамика по месяцам числа переходов с поисковых систем



Дата	Яндекс	Google	Rambler	Nigma	Bing
Авг 10	1	1	0	0	0
Сен 10	15	3	0	0	0
Окт 10	69	9	0	0	0
Ноя 10	99	29	1	2	0
Дек 10	122	28	7	1	0
Янв 11	112	23	4	0	4
Фев 11	129	38	12	0	1
Мар 11	156	21	0	0	7
Апр 11	138	29	2	3	5
Май 11	341	49	10	0	1
Июн 11	230	52	1	0	0
Июл 11	287	44	13	0	9
Авг 11	249	37	6	1	1
Сен 11	241	47	4	0	3
Окт 11	244	47	2	1	5
Ноя 11	219	74	3	1	2
Дек 11	223	46	1	3	2
Янв 12	366	58	5	0	8
Фев 12	369	50	8	7	3

Структура месячной поисковой аудитории сайта

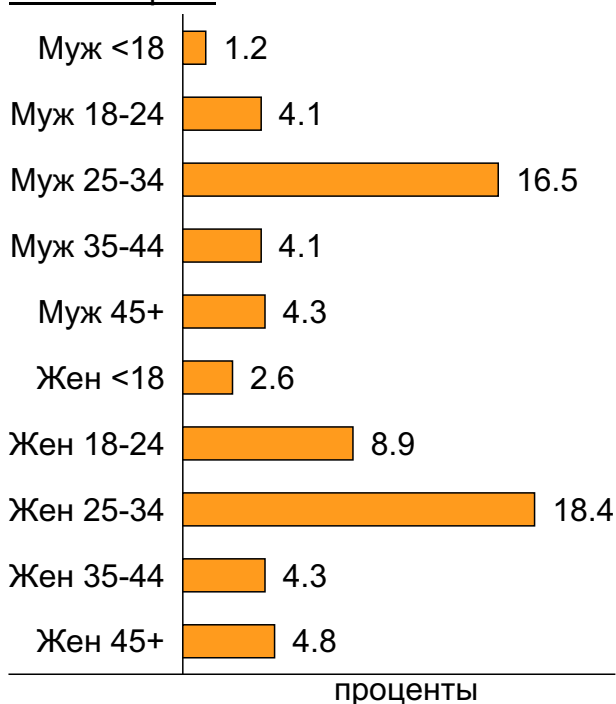
В таблице представлены размеры демографических групп в месячной поисковой аудитории сайта и их доли в процентах от полной месячной аудитории этого сайта.

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

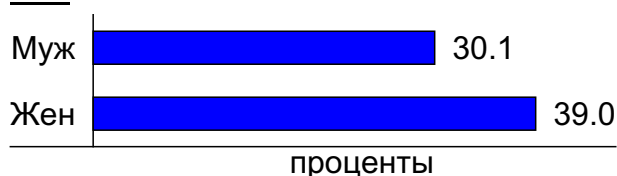
Пол и возраст поисковой аудитории

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	5 (1.2%)	11 (2.6%)	16 (3.8%)
18-24	17 (4.1%)	37 (8.9%)	54 (12.9%)
25-34	69 (16.5%)	77 (18.4%)	146 (34.9%)
35-44	17 (4.1%)	18 (4.3%)	35 (8.4%)
45+	18 (4.3%)	20 (4.8%)	38 (9.1%)
Любой возраст	126 (30.1%)	163 (39.0%)	289 (69.1%)

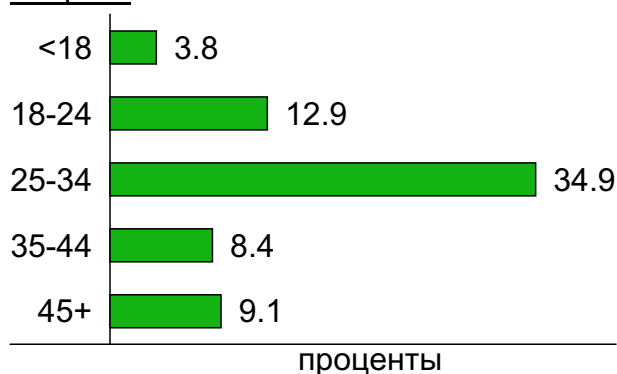
Пол / Возраст



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	53 (-21%)	84% [91%]	1 [1]	1 [1]
сро курской области	0 [5]	0% [83%]	11 [7]	2 [1]

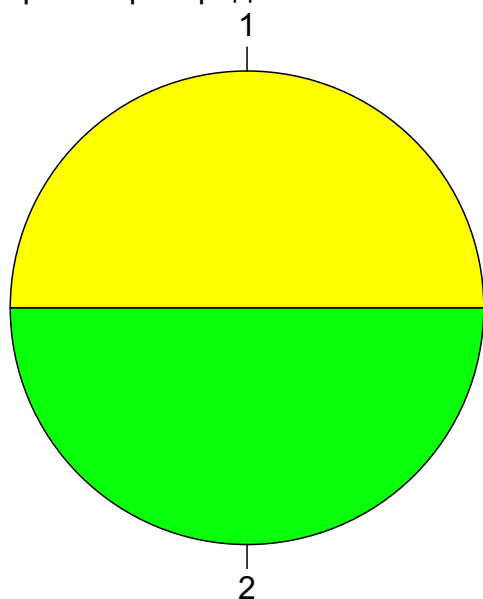
Данная таблица сформирована на основе фраз, указанных на странице [изменения описания](#) сайта в блоке "Поисковые фразы". В клетках таблицы в круглых скобках () показывается изменение соответствующего показателя по отношению к предыдущему месяцу. В прямоугольных скобках [] показывается значение за предыдущий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

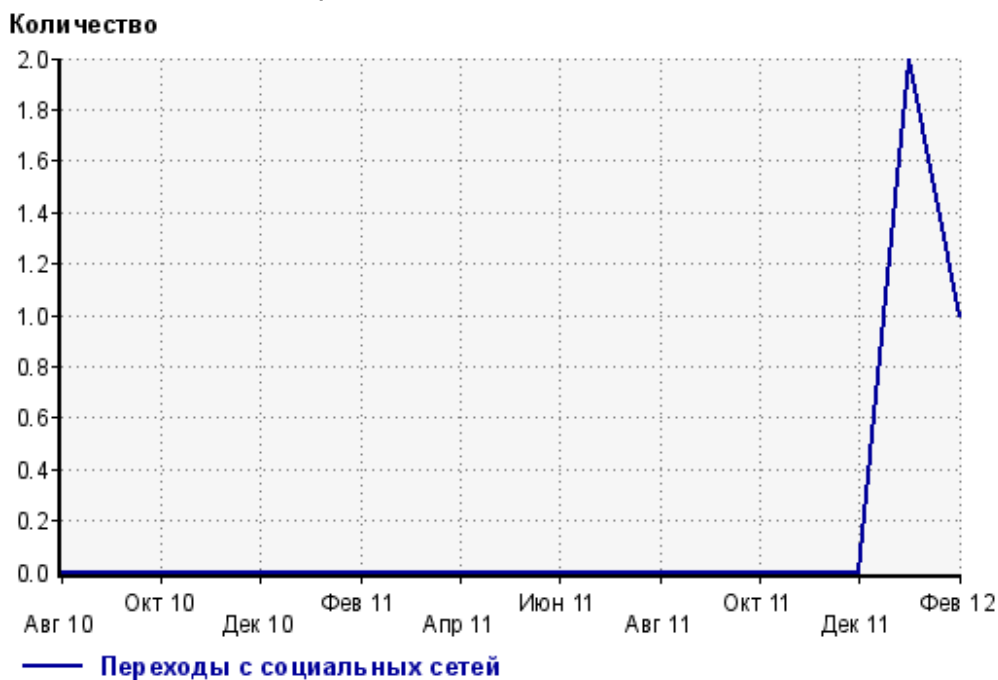
	февраль 2012 г.	январь 2012 г.	в среднем за 3 месяца
vkontakte.ru	1 (50.0%)	2 (66.7%)	1 (100%)
liveinternet.ru	1 (50.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
всего	2 (100%)	3 (100%)	1 (100%)

Диаграмма распределения месячного трафика с социальных сетей

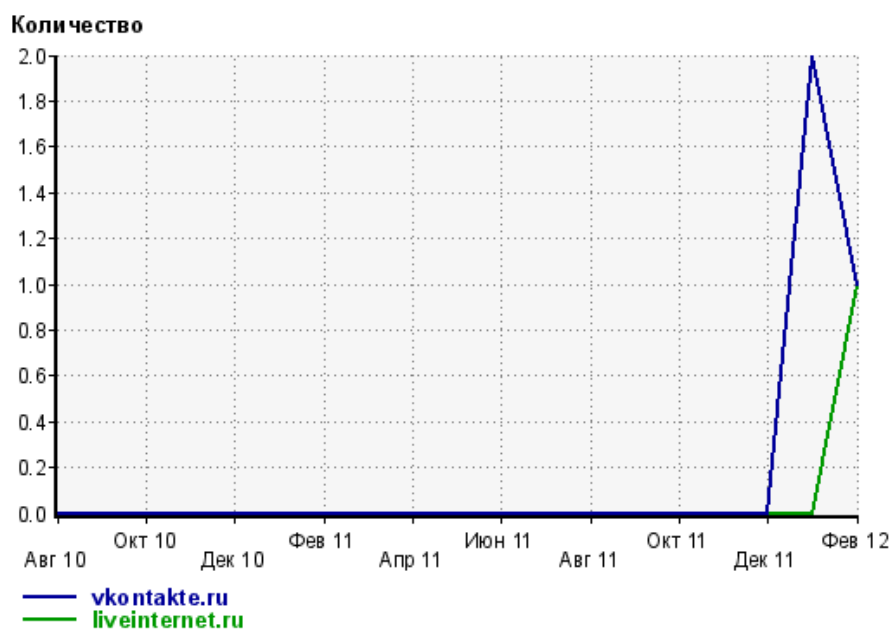


1: vkontakte.ru - 50.0%
2: liveinternet.ru - 50.0%

Динамика по месяцам числа переходов с социальных сетей на сайт



Динамика по месяцам числа переходов с социальных сетей

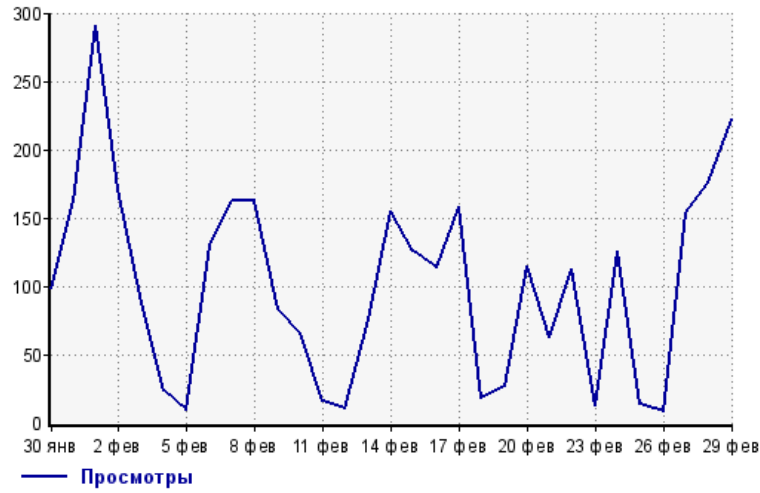


Дата	vkontakte.ru	liveinternet.ru
Авг 10	0	0
Сен 10	0	0
Окт 10	0	0
Ноя 10	0	0
Дек 10	0	0
Янв 11	0	0
Фев 11	0	0
Мар 11	0	0
Апр 11	0	0
Май 11	0	0
Июн 11	0	0
Июл 11	0	0
Авг 11	0	0
Сен 11	0	0
Окт 11	0	0
Ноя 11	0	0
Дек 11	0	0
Янв 12	2	0
Фев 12	1	1

Посещаемость по дням в течение месяца

Число просмотров страниц сайта

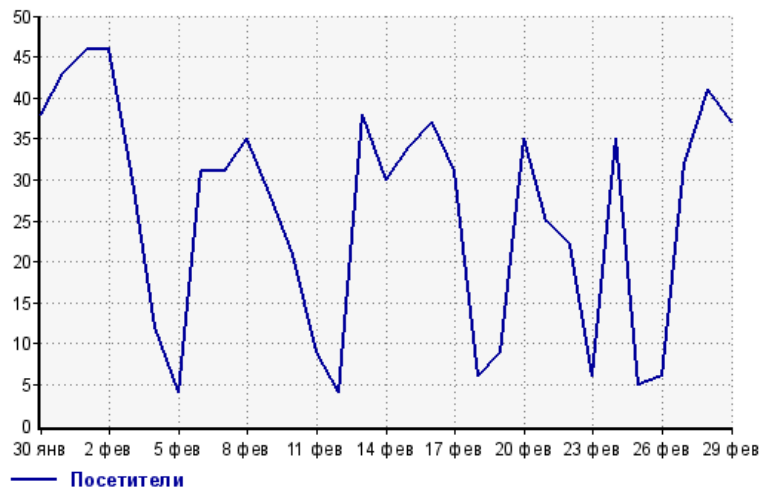
Количество



30 янв:	98	15 фев:	126
31 янв:	162	16 фев:	114
1 фев:	291	17 фев:	158
2 фев:	171	18 фев:	18
3 фев:	88	19 фев:	27
4 фев:	23	20 фев:	115
5 фев:	9	21 фев:	62
6 фев:	130	22 фев:	113
7 фев:	163	23 фев:	13
8 фев:	162	24 фев:	126
9 фев:	83	25 фев:	14
10 фев:	66	26 фев:	8
11 фев:	16	27 фев:	154
12 фев:	10	28 фев:	176
13 фев:	76	29 фев:	222
14 фев:	155		

Размер аудитории сайта

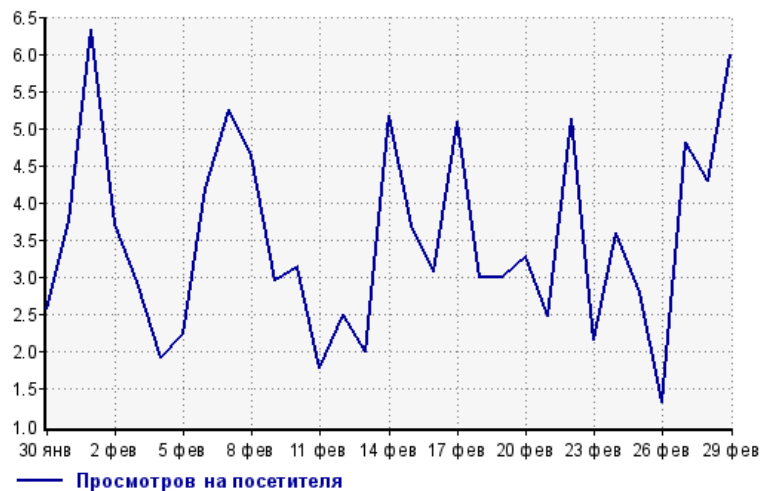
Количество



30 янв:	38	15 фев:	34
31 янв:	43	16 фев:	37
1 фев:	46	17 фев:	31
2 фев:	46	18 фев:	6
3 фев:	30	19 фев:	9
4 фев:	12	20 фев:	35
5 фев:	4	21 фев:	25
6 фев:	31	22 фев:	22
7 фев:	31	23 фев:	6
8 фев:	35	24 фев:	35
9 фев:	28	25 фев:	5
10 фев:	21	26 фев:	6
11 фев:	9	27 фев:	32
12 фев:	4	28 фев:	41
13 фев:	38	29 фев:	37
14 фев:	30		

Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



30 янв:	2.6	15 фев:	3.7
31 янв:	3.8	16 фев:	3.1
1 фев:	6.3	17 фев:	5.1
2 фев:	3.7	18 фев:	3.0
3 фев:	2.9	19 фев:	3.0
4 фев:	1.9	20 фев:	3.3
5 фев:	2.3	21 фев:	2.5
6 фев:	4.2	22 фев:	5.1
7 фев:	5.3	23 фев:	2.2
8 фев:	4.6	24 фев:	3.6
9 фев:	3.0	25 фев:	2.8
10 фев:	3.1	26 фев:	1.3
11 фев:	1.8	27 фев:	4.8
12 фев:	2.5	28 фев:	4.3
13 фев:	2.0	29 фев:	6.0
14 фев:	5.2		

Динамика месячной посещаемости

Число просмотров страниц сайта

Количество



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

Размер аудитории сайта

Количество



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

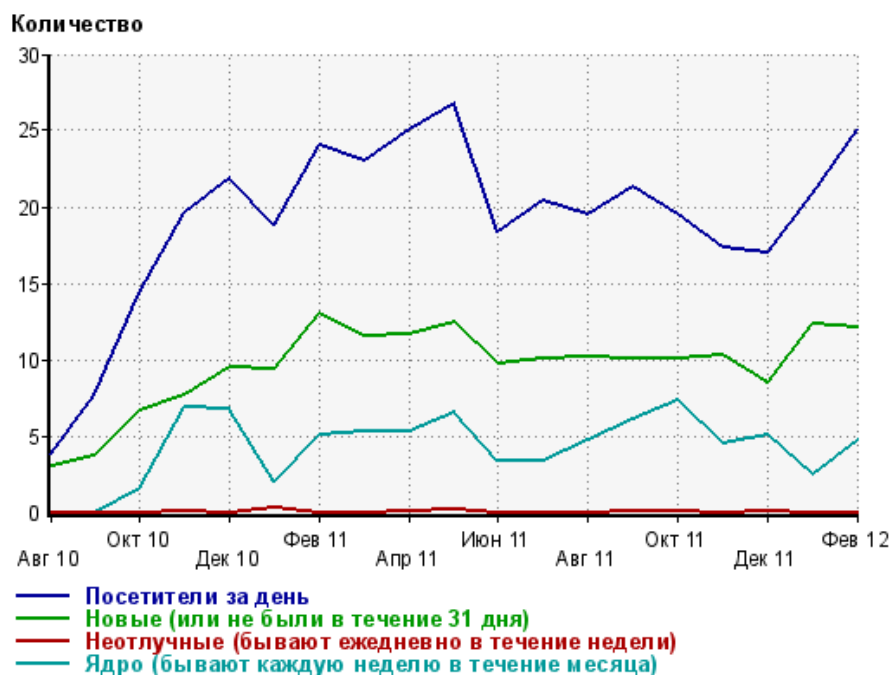
Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



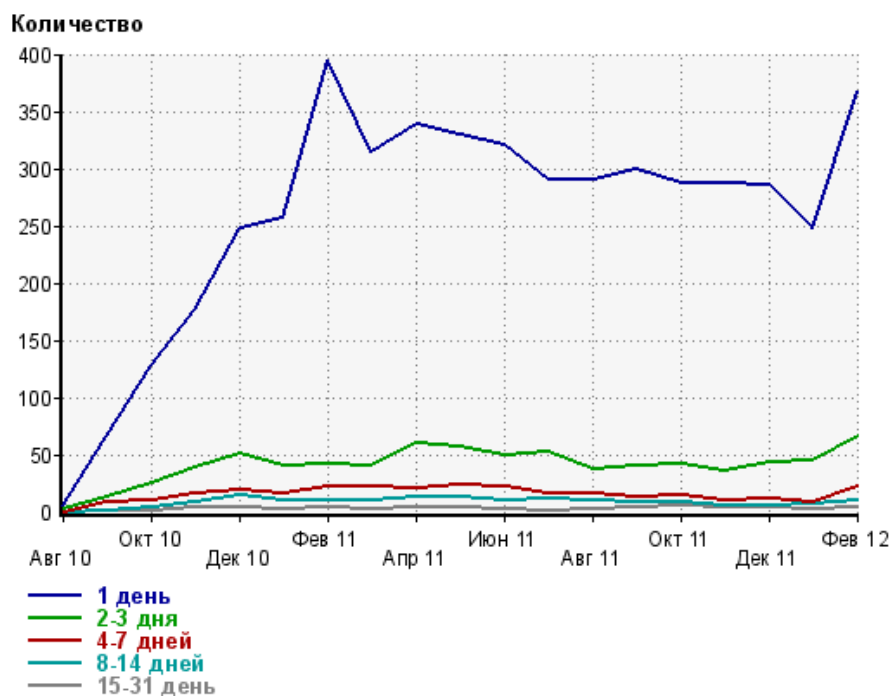
Авг 10:	8.7	Июн 11:	5.1
Сен 10:	5.8	Июл 11:	5.7
Окт 10:	9.2	Авг 11:	5.0
Ноя 10:	10.1	Сен 11:	5.4
Дек 10:	8.5	Окт 11:	4.7
Янв 11:	7.3	Ноя 11:	4.5
Фев 11:	6.4	Дек 11:	5.1
Мар 11:	6.5	Янв 12:	4.9
Апр 11:	6.0	Фев 12:	6.9
Май 11:	7.8		

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
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

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

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

	февраль 2012 г.	январь 2012 г.	в среднем за 3 месяца
Закладки	528 (53.6%)	370 (44.1%)	431 (50.9%)
yandex.ru	358 (36.3%)	366 (43.6%)	315 (37.2%)
google.ru	51 (5.2%)	57 (6.8%)	51 (6.0%)
hghltd.yandex.net	10 (1.0%)	0 (0.0%)	3 (0.4%)
nova.rambler.ru	8 (0.8%)	5 (0.6%)	4 (0.5%)
nigma.ru	7 (0.7%)	0 (0.0%)	2 (0.2%)
nostroy.ru	5 (0.5%)	5 (0.6%)	3 (0.4%)
bing.com	3 (0.3%)	8 (1.0%)	4 (0.5%)
go.mail.ru	3 (0.3%)	5 (0.6%)	7 (0.8%)
images.yandex.ru	3 (0.3%)	2 (0.2%)	2 (0.2%)
stroysportal.ru	2 (0.2%)	1 (0.1%)	1 (0.1%)
sro-s.ru	1 (0.1%)	5 (0.6%)	4 (0.5%)
google.com	1 (0.1%)	1 (0.1%)	0 (0.0%)
liveinternet.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
search.qip.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
yandex.by	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
vk.com	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
sroportal.ru	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
сумма выбранных	985 (100%)	825 (98.3%)	827 (97.8%)
всего	985 (100%)	839 (100%)	846 (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

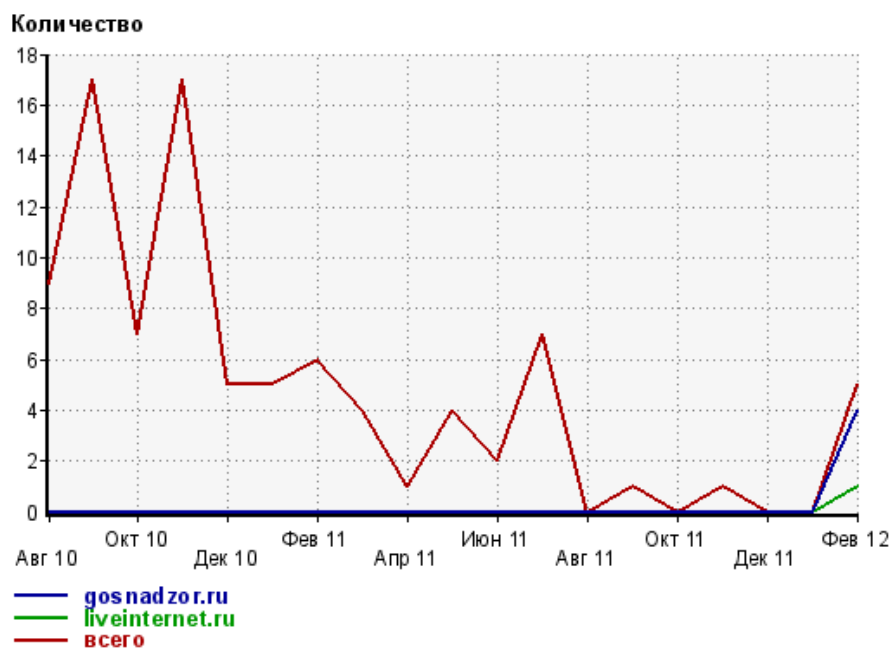
	февраль 2012 г.	январь 2012 г.	в среднем за 3 месяца
gosnadzor.ru	4 (80.0%)	0 (100%)	1 (100%)
liveinternet.ru	1 (20.0%)	0 (100%)	0 (0.0%)
всего	5 (100%)	0 (100%)	1 (100%)

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	0	0	9
Сен 10	0	0	17
Окт 10	0	0	7
Ноя 10	0	0	17
Дек 10	0	0	5
Янв 11	0	0	5
Фев 11	0	0	6
Мар 11	0	0	4
Апр 11	0	0	1
Май 11	0	0	4
Июн 11	0	0	2
Июл 11	0	0	7
Авг 11	0	0	0
Сен 11	0	0	1
Окт 11	0	0	0
Ноя 11	0	0	1
Дек 11	0	0	0
Янв 12	0	0	0
Фев 12	4	1	5