

Теория: как Метрика обрабатывает данные

1. Есть ли в Метрике стандартный отчет по роботам?

Да, в разделе Посетители.

Нет.

Да, в разделе Технологии.

Да, в разделе Мониторинг.

2. Какой тип фильтрации позволяет отфильтровать наибольшее число визитов роботов?

По строгим правилам.

При помощи операций.

По строгим правилам и поведению.

По рефереру.

3. Что такое «новые посетители» в Метрике?

Посетители, которые в отчетном периоде посетили сайт впервые за всю историю накопления данных.

Уникальные пользователи, посетившие сайт в отчетном периоде.

Посетители, зашедшие на сайт впервые в этом году.

4. В отчете "Посещаемость" есть столбец "Посетители". Что показано в этом столбце в строке "Итого и средние"?

Сумма уникальных посетителей за каждый день отчетного периода.

Количество людей, которые в отчетном периоде посетили сайт в первый раз за всю историю накопления данных.

Количество посетителей с уникальной кукой браузера, побывавшие на сайте в отчетном периоде.

Количество посетителей с уникальным IP-адресом, побывавшие на сайте в отчетном периоде.

5. Что такое группировка?

Совокупность отчетов Метрики.

Группа объектов статистики одного типа.

Группа счетчиков одного аккаунта.

Совокупность целей одного типа.

6. Что применяется в Метрике для уменьшения времени расчета показателей при загрузке отчетов?

Семплирование.

Группировки.

Информер.

Сегментация.

7. Ссылка на отчет. Даты: апрель 2018 года. Посетители какой возрастной группы имеют наивысший процент отказов?

18-24 года.

55 лет и старше.

Младше 18 лет.

25-34 года.

8. Что такое «посетители» в Метрике?

Пользователи, совершившие хотя бы один визит на сайт за отчетный период

Авторизованные пользователи Яндекса, посетившие сайт за отчетный период

Люди, которые в отчетном периоде посетили сайт в первый раз за всю историю накопления данных

9. Ссылка на отчет. Даты: апрель 2018 года. Через сколько дней посетители чаще всего возвращаются на сайт?

4-7 дней.

1 день.

В этот же день.

2-3 дня.

10. За какой период счетчик хранит данные?

За последний год.

Данные Вебвизора хранятся 15 дней, других ограничений по времени хранения данных нет.

Никаких ограничений по времени хранения данных нет.

За все время работы при условии, что права на сайт подтверждены к Яндекс.Вебмастеру.

11. Можно в Метрике узнать модели телефонов, с которых посетители заходили на сайт?

Нет, в отчетах можно увидеть только данные по производителям мобильных устройств.

Нет, можно узнать только процент использования мобильных и стандартных устройств.

Да, модель телефона можно увидеть в отчете «Технологии - Устройства».

12. Какой фактор наиболее значимый для распознавания посетителей в Метрике?

Поведение посетителей.

IP-адрес.

Наличие JavaScript в браузере.

Cookie-файлы посетителей.

13. Посетитель зашел в раздел «Электропилы» в 16:00. В 16:15 он перешел на страницу с условиями доставки и затем, не закрывая браузер, отошел от компьютера. Вернувшись в 16:30, посетитель открыл страницу с условиями возврата и в 16:45 закрыл сайт. Какие данные зафиксирует Метрика?

1 визит.

2 визита.

3 визита.

14. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Посетители какого пола имеют наибольший процент конверсии по цели «3+ hits»?

Процент конверсий одинаков у обеих категорий пользователей.

Женского.

Мужского.

15. Через какое время от последнего действия посетителя визит будет считаться завершённым?

Через 30 минут.

Через 30 минут. Время бездействия может быть изменено в настройках счетчика через параметр «Тайм-аут визита».

Через 30 минут, если пользователь пришел не по рекламным системам. По рекламным системам визит заканчивается через 60 минут бездействия.

16. Один и тот же счетчик Метрики установлен на сайте site.ru и на сайте webpage.ru. Аркадий перешел сначала на сайт site.ru, а через 10 минут с него перешел на сайт webpage.ru. Будет ли при этом сформирован новый визит?

Новый визит не начнется.

Да, будет новый визит с источником «Сайты».

Да, будет новый визит с источником «Внутренние переходы».

17. На сайте установлен стандартный счетчик Метрики, настроенный по умолчанию. За день на сайт пришло 2 посетителя, они совершили 4 визита длительностью: 5, 10, 20 и 30 секунд. За каждый визит просматривалась одна страница сайта. Вычислите показатель отказов за день.

50%

75%

0%

100%

25%

18. На основании каких данных собирается информация в отчетах группы «Демография»?

Данных, полученных с помощью технологии «Крипта».

Данных социальных сетей.

Регистрационных данных пользователей Яндекса.

19. В отчёте «Посещаемость» есть столбец «Посетители». Что показано в этом столбце в строке «Итого и средние»?

Количество посетителей с уникальным IP-адресом, побывавшие на сайте в отчётном периоде.

Сумма уникальных посетителей за каждый день отчётного периода.

Количество посетителей с уникальной кукой браузера, побывавшие на сайте в отчётном периоде.

Количество людей, которые в отчетном периоде посетили сайт в первый раз за всю историю накопления данных.

20. Почему после применения фильтрации роботов я все еще вижу собранные ранее данные о роботных визитах в отчетах?

Фильтры применяются через некоторое время после активации.

Фильтрация применяется только к данным, собранным после активации фильтра.

После активации необходимо было обновить код счетчика на сайте.

Фильтрация может быть применена только нестандартным отчетам.

21. Сайт запустили в пятницу. В субботу на нём было 50 посетителей, в воскресенье 70. Вы в понедельник смотрите отчёт «Посещаемость» за субботу и воскресенье. Сколько посетителей будет в строке «Итого и средние» за два дня?

От 50 до 120 посетителей.

60 посетителей.

От 50 до 70 посетителей.

От 70 до 120 посетителей.

120 посетителей.

22. Каков срок жизни cookies, при помощи которых Метрика определяет пользователей?

90 дней.

Один день.

Два месяца.

Два года.

23. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. В какой промежуток времени на сайте совершается наибольшее количество визитов в среднем за час?

16-17

19-20

15-16

18-19

17-18

24. Тайм-аут визита установлен на 60 минут. Путь посетителя: с Поиска Яндекса на главную, через 50 минут - переход по объявлению Директа на страницу продукта, через 90 минут - переход с Поиска Яндекса на контакты. Сколько визитов будет в Метрике?

2

4

3

1

25. Что такое тайм-аут визита?

Источники, при переходе по которым будет начинаться новый визит, а старый визит закончится.

Время бездействия посетителя на сайте, после которого Метрика будет считать визит завершенным.

Количество просмотренных страниц, после которого визит будет считаться завершенным.

Продолжительность визита, после которого визит будет считаться завершенным.

26. Как можно увидеть роботные визиты в обычных отчетах?

Роботные визиты нельзя увидеть в обычных отчетах.

Применить сегментацию к визитам.

Применить сегментацию по «Для людей, у которых - характеристики - роботность - роботы».

Выбрать соответствующую метрику.

27. Какие фильтры можно использовать для фильтрации данных о роботных визитах?

Учитывать визиты всех роботов.

Фильтровать роботов поисковых систем.

Фильтровать роботов по строгим правилам и поведению.

Фильтровать роботов только по строгим правилам.

?

29. Что можно сделать для уменьшения времени загрузки отчёта?

Снизить точность.

Воспользоваться сегментацией.

Увеличить точность.

Воспользоваться предложением подготовить отчет.

30. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Сколько посетителей вернулось на сайт в апреле 2018 из тех кто первый раз попал на сайт в марте 2018?

2730

15957

2222

497

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Сколько было просмотров страниц, URL которых содержит «features»?

2489

733

510

612

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Посетители какой возрастной группы имеют самый низкий процент отказов?

55 лет и старше.

Младше 18 лет.

18-24 года.

25-34 года.

На сайте установлен стандартный счетчик Метрики, настроенный по умолчанию. За день на сайте был 1 посетитель, он совершил 4 визита длительностью: 10, 20, 30 и 60 секунд. За каждый визит просматривалась одна страница сайта. Вычислите показатель отказов за день.



50%

25%

100%

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Какой браузер чаще всего используют посетители сайта?

Firefox

Safari

Яндекс.Браузер

Google Chrome

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Посетители с каким разрешением экрана совершили больше всего визитов на сайт?

1920\*1080

1366\*768

1920

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Цель - View features. С какого устройства конверсия по этой цели самая высокая?

Планшеты

ПК

Смартфоны

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Посетители какого пола имеют наибольший процент конверсии по цели «View features»?

Женского.

Мужского.

Процент конверсий одинаков у обеих категорий пользователей.

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Цель - View features. Посетители с каким разрешением экрана совершили наибольшее число целевых визитов?

1366\*768

1920\*1080

1920

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Посетители какого пола имеют наибольший процент конверсии по цели «To blog»?

Женского.

Мужского.

Процент конверсий одинаков у обеих категорий пользователей.

На сайте установлен стандартный счетчик Метрики, настроенный по умолчанию. За день на сайте было 3 посетителя, они совершили по одному визиту длительностью: 10, 20 и 30 секунд. За каждый визит просматривалась одна страница сайта. Вычислите показатель отказов за день.

100%

66%

33%

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Какой операционной системой пользуются посетители сайта чаще всего?

Mas OS

Windows

Google Android

iOS

Сайт запустили в понедельник. Во вторник на нём было 10 посетителей, в среду 30. В четверг Вы смотрите отчёт «Посещаемость» за вторник и среду. Сколько посетителей будет в строке «Итого и средние» за два дня?

От 10 до 40 посетителей.

40 посетителей.

От 30 до 40 посетителей.

От 10 до 30 посетителей.

20 посетителей.

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Сколько было просмотров страниц, URL которых содержит «pricing»?

1641

2226

5665

1880

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. В какой промежуток времени на сайте совершается наименьшее количество визитов в среднем за час?

5-6

8-9

3-4

7-8

2-3

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Сколько посетителей вернулось на сайт в апреле 2018 из тех, кто первый раз попал на сайт в феврале 2018?

497

364

958

212

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Сколько было просмотров страниц, URL которых содержит «behavior»?

1566

304

332

416

?

Посетитель зашел в раздел «Диваны» в 13:00. В 13:10 он перешел на страницу с условиями доставки и затем, не закрывая браузер, отошел от компьютера. Вернувшись в 13:20, посетитель открыл страницу с условиями возврата и в 13:25 закрыл сайт. Какие данные зафиксирует Метрика?

3 визита.

2 визита.

1 визит.

Посетитель зашел в раздел «Джинсы» в 11:00. В 11:25 он перешел на страницу с условиями доставки и затем, не закрывая браузер, отошел от компьютера. Вернувшись в 11:40, посетитель открыл страницу с условиями возврата и в 11:45 закрыл сайт. Какие данные зафиксирует Метрика?

2 визита.

3 визита.

1 визит.

Настройка сбора аналитических данных

1. Под какими логинами можно удалить счетчик Метрики?

Под логином владельца счетчика.

Под логином представителя.

Под логином с гостевым доступом только на просмотр.

Под любым логином, если в настройках доступа выбрана опция «Публичный доступ к статистике».

Под логином с гостевым доступом на редактирование.

2. К статистике по счетчику предоставлен публичный доступ. К каким отчетам нет доступа у неавторизованных пользователей?

Отчеты по Целевому звонку.

Цели.

Отчет по поисковым фразам.

Вебвизор.

Отчеты по Директу.

3. Можно ли изменить номер счетчика Метрики?

Да, номер можно изменить самостоятельно в любой момент.

Нет, нельзя.

Да, по запросу в службу поддержки.

4. Внутри какого тега рекомендуется устанавливать счетчик Метрики?

<HEAD></HEAD>.

<BODY></BODY>.

Тег не имеет значения. Нужно устанавливать счетчик как можно ближе к началу страницы.

5. Какие блоки кода счетчика достаточно установить на сайт, чтобы Метрика корректно считала и показывала на информере данные по посещаемости сайта?

Только блок -- Yandex.Metrika counter --.

Оба блока кода.

Только блок -- Yandex.Metrika informer --.

Любой из двух блоков кода.

6. По клику на товар на сайте раскрывается галерея фотографией товара с разных ракурсов. Открытие галереи нужно засчитать как переход на отдельную страницу. Какой метод счетчика следует использовать?

Метод hit().

Метод notBounce().

Метод trackLinks().

7. Обязательно ли создавать новый счетчик для каждого сайта?

Да, обязательно.

Нет, можно установить существующий счетчик на другие сайты.

Нет, только если это поддомен.

8. Василий включил опцию настроек счетчика из раздела «Основное» - «Включая поддомены». Как теперь будут собираться данные?

Автоматически собираться с поддоменов, даже если счетчик Метрики там не установлен.

Опция фильтрует данные: в отчетах будут данные только с доменов из блоков «Адрес сайта» и «Дополнительные адреса», а также со всех поддоменов.

Автоматически собираться с поддоменов, если там установлен счетчик Метрики.

9. При помощи какого параметра можно проверить корректность установки счетчика через отладочное сообщение в консоли?

debug=1

from=test

\_ym\_debug=1

utm\_source=test

10. Настройки счетчика №33980360: Данный счетчик установлен на всех страницах, указанных в ответах. Выберите страницы, которые попадут в отчеты Метрики при заданных настройках.

сайт.ru

site.com

site.ru

site.biz

сайт.рф

11. Настройки счетчика №44147844: Данный счетчик установлен на всех страницах, указанных в ответах. Выберите страницы, которые попадут в отчеты Метрики при заданных настройках.

metrika.yandex.com/new

metrika.yandex.com

metrika.yandex.com/about/new

metrika.yandex.com/about/2

metrika.yandex.ru

12. Как в Электронной коммерции Метрики называется событие типа «Просмотр»?

choice

info

view

detail

13. Можно ли задавать значение валюты в Электронной коммерции?

Значение валюты можно изменить только через изменение валюты счетчика.

Можно передавать значение другой валюты.

Нельзя, все цифры передаются без валюты.

14. Можно ли в одном отчете объединить данные, собранные на двух разных счетчиках Метрики?

Нет, нельзя.

Да, используя метки счётчиков.

Да, Метрика автоматически объединяет данные по нескольким счётчикам, если в их настройках указан одинаковый домен.

Да, если они находятся под одним логином.

15. Каким полем в Электронной коммерции можно передавать информацию о разновидности товара?

name

Подобную информацию нельзя передать средствами Электронной коммерции.

category

variant

16. Можно ли в Метрику передавать дополнительные атрибуты визитов?

Да, но только информацию о том, был ли посетитель авторизован на сайте.

Да, можно. Имена дополнительных параметров должны быть заранее определены в настройках счётчика.

Да, можно, но только при передаче данных электронной коммерции.



Да, можно с помощью Параметров визитов.

Нет, такой возможности нет.

17. Кто может восстановить счетчик, удаленный более трёх месяцев назад?

Логин, с доступом на редактирование.

Владелец.

Представитель владельца.

Такой счетчик удаляется окончательно и его нельзя восстановить.

18. Под какими логинами можно редактировать настройки счетчика?

Логин с гостевым доступом на редактирование.

Логин с гостевым доступом только на просмотр.

Логин владельца счетчика.

Логин представителя.

19. На сайте есть страницы с адресом вида [http://site.ru/?order=by\\_size](http://site.ru/?order=by_size), [http://site.ru/?sort=by\\_price](http://site.ru/?sort=by_price). Как с помощью операций объединить все эти страницы в единый URL — <http://site.ru> ?

Добавить операцию «Вырезать якорь».

Добавить 2 операции: Вырезать параметр - URL страницы - «order» и «sort».

Добавить 2 операции: Вырезать параметр - URL страницы - «by\_size» и «by\_price».

Добавить 4 операции: Вырезать параметр - URL страницы - «order», «sort», «by\_size» и «by\_price».

20. Как будут учитываться данные при установке одного счетчика на несколько доменов?

Данные будут собираться некорректно. Для корректной работы счётчика на каждый домен нужно создавать отдельный счетчик.

В статистике будут учитываться визиты по всем доменам.

В статистике будут учитываться только визиты по домену, указанному в поле «Адрес сайта» при регистрации счетчика.

21. Что дает подключение функции Информер?

Возможность просматривать действия посетителей на сайте.

Возможность добавить на сайт графический блок, отображающий данные о посещаемости.

Возможность получать уведомления о проблемах, связанных с работой сайта.

22. Нужно ли указывать протокол для адреса сайта при регистрации счетчика?

Нужно в любом случае.

Не нужно.

Нужно, если это ftp.

Нужно, если это https.

23. Можно ли установить несколько счетчиков на один сайт?

Можно, но при этом Вебвизор нужно подключить только у одного из счетчиков.

Можно без каких-либо ограничений.

Можно установить только один счетчик на одну страницу.

24. При заданных фильтрах укажите, какие данные будут отфильтрованы?

Просмотры любых страниц, кроме страницы с заголовком «тест».

Все визиты.

Просмотры страницы с заголовком «тест».

Визиты владельца счетчика.

Все визиты, кроме визитов владельца счетчика.

25. Какое максимальное количество параметров визитов можно передать в визите?

1000

200

20

500

26. Какое поле применяется только для действия «Покупка товара»?

quantity

actionField

products

variant

27. Какую опцию необходимо выбрать в настройках счетчика для корректного подсчета переходов на страницы вида site.ru/photo#1, site.ru/photo#2?

Для XML сайтов.

Отслеживание хеша в адресной строке браузера.

Асинхронный код.

28. Будут ли собираться данные, если код счетчика установлен на сайте, но в интерфейсе Метрики счетчик удален?

Данные будут собираться, но получить к ним доступ можно будет только после восстановления счетчика в интерфейсе.

Данные продолжают собираться в обычном режиме.

Данные не будут собираться.

29. Что нужно сделать после создания нового счетчика Метрики, чтобы данные по сайту начали собираться?

Данные о посещаемости сайта начнут собираться сразу, дополнительных действий не требуется.

Необходимо установить его код на главной странице сайта.

Необходимо установить его код на все страницы сайта.

30. В коде счетчика указана следующая информация: `try { w.yaCounterXXXXXX = new Ya.Metrika({ id:XXXXXX, accurateTrackBounce:true }); }`. Как такой счетчик будет считать отказы?

Отказом будет считаться визит, в течение которого пользователь посетил одну страницу сайта и просматривал её менее 15 секунд.

Отказом будет считаться визит, в течение которого пользователь посетил одну страницу сайта и просматривал её менее 5 секунд.

Отказом будет считаться визит, в течение которого пользователь посетил одну страницу сайта и просматривал её менее 5000 секунд.

31. Кто может выдать к счетчику гостевой доступ?

Логин с гостевым доступом на редактирование счетчика.

Представитель.

Логин с гостевым доступом только на просмотр.

Владелец.

32. Как работает опция «Принимать данные только с указанных адресов» ?

Позволяет собирать данные со всех сайтов, на которых установлен текущий счетчик Метрики.

Позволяет собирать данные только из заданных источников трафика.

Позволяет собирать данные только с сайта, заданного в поле «Адрес сайта» и дополнительных адресов сайта.

Позволяет защитить данные от спама, если счетчик скопируют и установят на другие сайты.

33. Какие виды уведомлений есть в интерфейсе Яндекс.Метрики?

По электронной почте.

В виде телефонного звонка.

В виде сообщения в мессенджерах.

В виде SMS.

34. Какой контейнер используется для хранения данных Электронной коммерции в Метрике по умолчанию?

layerData

eCommerce

dataLayer

mCommerce

35. Какая валюта по умолчанию используется в Электронной коммерции?

Единицы без указания валюты.

Доллары.

Рубли.

Значение валюты счетчика.

36. Вы хотите увидеть в отчетах, доставку в какой район города выбирают посетители при заказе. С помощью чего это можно сделать?

С помощью отслеживания цели.

С помощью параметра визита с соответствующим значением, отправляемого в момент оформления заказа.

С помощью параметра посетителя с соответствующим значением, отправляемого в момент оформления заказа.

Через отчет «Популярное».

37. Какие действия можно отслеживать с помощью Электронной коммерции? Выберите все подходящие названия.

detail - просмотр карточки товара

add - добавление в корзину  
remove - удаление из корзины  
view - просмотр страницы каталога  
purchase – покупка

38. Можно ли самостоятельно перенести счетчик с одного логина на другой логин в Яндексе?

Нет, для этого нужно обязательно обратиться в службу поддержки.

Да, данная опция доступна владельцу счетчика.

Нет, нельзя.

39. Можно ли самостоятельно предоставить доступ ко всем счетчикам, установленным на логине?

Да, с помощью системы представителей.

Нет, можно предоставить только отдельный доступ к каждому счетчику.

Нет, для этого нужно обратиться в службу поддержки.

40. Будет ли счетчик собирать данные о посетителях, если установить на страницах сайта только код информера?

Счетчик не будет собирать данные.

Метрика будет собирать только общие данные, но не данные о целевых визитах.

Данные будут собираться корректно.

41. Сколько дней доступна возможность восстановить счетчик после его удаления?

15 дней.

1 неделя.

Удаленный счетчик нельзя восстановить.

90 дней.

42. Сохраняется ли статистика после переноса счетчика на другой логин?

Да, сохраняется полностью.

Сохраняется, но только за три последних года.

Нет, не сохраняется.

43. Вебвизор в настройках счетчика отключен. Владелец счетчика включил Вебвизор, чтобы собирать данные по всему сайту. Нужно ли переустановить код счетчика на сайте?

Нет, код счетчика автоматически будет обновлен на сайте.

Да, необходимо переустановить код счетчика на всех страницах сайта.

Можно переустановить код счетчика только на главной странице. Данные будут собираться в полном объеме.

44. В настройках счётчика включена фильтрация роботов по строгим правилам и по поведению. Что произойдет с данными о визитах роботов?

Они пропадут из всех отчетов, кроме отчета по роботам.

Они пропадут из всех отчетов.

Они пропадут из всех отчетов, кроме Вебвизора и отчета по роботам.

45. Как выглядит сообщение в консоли браузера о просмотре Метрики?

PageView

Ya.Metrica

Hit

Reach Goal

46. Какой тег счетчика загружается, когда у пользователя включен JavaScript?

<noscript>

<script>

<picture>

<header>

47. Какие типы примечаний на графике доступны в Метрике?

Мониторинг.

Праздники.

Конверсии.

Системные.

48. Можно ли в Метрике настроить оповещение от мониторинга по расписанию?

Да, для звонков.

Да, для всех способов уведомлений.

Да, для уведомления по электронной почте.

Да, для SMS.

49. Через какое время после установки счётчика на сайт данные начнут поступать в отчёты?

Данные начнут собираться сразу же.

Данные начнут собираться через час.

Данные начнут собираться после проверки счетчика роботом Метрики.

50. Можно ли установить несколько кодов счетчиков на одной странице сайта?

Да, можно.

Нет, данные будут собираться некорректно.

Да, но все счетчики должны быть заведены под одним логином.

51. Что нужно сделать, чтобы передавать данные в Метрику с помощью Электронной коммерции?

Достаточно включить опцию «Отправка в Метрику данных электронной коммерции» в настройках счетчика.

Организовать заполнение объекта dataLayer методом push на сайте.



Передавать данные через yaParams.

Создать цель типа «Событие JavaScript».

#### Работа с целями и сегментами

1. Что такое конверсия в Метрике?

Отношение количества целевых визитов к общему числу визитов.

Отношение достижений цели к количеству целевых визитов.

Отношение достижений цели к общему числу визитов.

Количество целевых визитов.

2. На сайте <https://bestcartoons.ru> корзина располагается на странице <https://bestcartoons.ru/cart/>. Как наиболее корректно настроить в качестве цели посещение страницы с корзиной?

содержит «cart»

совпадает «cart»

содержит «/cart/»

3. Как можно измерить конверсию для нажатия кнопки на сайте?

Только просматривая записи Вебвизора.

С помощью цели типа «JavaScript - событие».

С помощью параметров визитов.

В отчете «Карта ссылок».

Количество просмотров.

4. Как отследить, что посетитель сайта посмотрел страницы в определенном порядке?

Только просматривая записи Вебвизора.

С помощью передачи параметров посетителей.

Настроить составную цель.

Настроить цель «Просмотр страницы».

5. Какое максимальное количество шагов можно задать в составной цели?

5

Не ограничено.

200

6. Что в Метрике можно задать в качестве цели типа «Посещение страниц»?

Загрузку файла.

Посещение страницы.

Клик по ссылке.

Продолжительность визита пользователя.

7. Вы создаете цель типа «Событие». Что нужно указать в поле «Идентификатор цели»?

Идентификатор кнопки, на которую настроено достижение цели.

Идентификатор, который будет размещен в методе reachGoal на сайте.

Url страницы, на которой будет достигаться цель.

8. Владельцы каких сайтов могут передавать данные электронной коммерции?

Владельцы любых сайтов.

Только владельцы интернет-магазинов, зарегистрированных на Яндекс.Маркете.

Только владельцы интернет-магазинов.

9. Как можно при помощи целей отслеживать загрузку определенной страницы или экрана?

При помощи соответствующего типа цели.

При помощи цели типа «JavaScript» и соответствующих событий.

При помощи цели типа «Посещение страниц».

10. На сайте заказ оформляется при помощи формы. После формы отображается страница «спасибо за покупку». Выберите способ настройки цели на событие «Заказ оформлен», чтобы цель максимально точно считала заказы.

Цель типа «Событие JavaScript» и организовать достижение по нажатию кнопки «Купить».

Цель типа «Посещение страниц» с условием «URL совпадает» и адресом страницы благодарности.

Цель типа «Событие JavaScript» и организовать достижение по отправке формы.

Цель типа «Посещение страниц» с условием «URL содержит» и адресом страницы благодарности.

11. На сайте есть ссылка «написать нам», которая содержит e-mail адрес, по которому можно отправить сообщение. При помощи каких типов целей можно отследить переход по ней?

JavaScript-событие.

Время на сайте.

Количество просмотров.

Посещение страниц.

12. Как можно при помощи целей отслеживать загрузку определенной страницы или экрана?

При помощи цели типа «JavaScript» и соответствующих событий.

При помощи цели типа «Посещение страниц».

При помощи соответствующего типа цели.

13. Какой тип цели можно использовать для отслеживания переходов по внешним ссылкам?

Составная цель.

Посещение страниц.

Количество просмотров.

14. В Метрике настроена составная цель из трех шагов. В какой ситуации цель будет считаться достигнутой?

Шаги цели выполнены за несколько разных визитов. Как только уникальный пользователь выполнит все три шага в нужной последовательности, цель будет считаться достигнутой.

Все три шага выполнены по порядку в рамках одного визита. Посещение других страниц между шагами не влияет на достижение цели.

Все три шага выполнены по порядку строго без посещения других страниц между ними.

Для достижения составной цели достаточно достижения последнего шага. В этом случае снизится конверсия по предыдущим шагам.

15. Какой инструмент лучше использовать для анализа среза по условиям «Просмотр товара» и «Просмотр страницы корзины» по статистике за предыдущие периоды?

Создать цели типа «Посещение страниц» с соответствующими условиями.

Использование фильтрации с заданием соответствующих страниц.

Использование сегментации по просмотру соответствующих страниц.

Создание составной цели из двух шагов типа «Посещение страниц».

16. Для чего используется метод `.reachGoal()`?

Для фиксации достижения цели типа JavaScript-событие.

Чтобы указать название цели.

Для отправки информации о просмотре страницы.

Для активизации отчета «Карта ссылок».

17. В каком случае составная цель не работает корректно?

Пользователь последовательно выполнил все шаги цели, но при этом посещал и другие страницы сайта.

Пользователь последовательно выполнил все шаги цели.

Пользователь выполнил все шаги цели, но не по порядку.

18. В каком случае становится недоступна статистика по цели?

При изменении названия цели.

При удалении одного из условий цели или шага в составной цели.

При изменении условий в цели.

При удалении цели.

19. Какие данные по заказам собираются в отчет «Электронная коммерция» - «Содержимое заказов»?

Только по заказам из Яндекс.Маркета. При этом требуется настроить на сайте передачу данных о составе заказа.

По всем заказам из любых источников трафика. При этом требуется настроить на сайте передачу данных о составе заказа.

Только по заказам с Яндекс.Маркета. Данные о составе заказа собираются без дополнительных настроек.

По всем заказам из любых источников трафика. Данные о составе заказа собираются без дополнительных настроек.

20. Вы хотите сохранить сегмент. С каким типом доступа к счётчику это можно сделать?

Доступ на редактирование.

Представительский доступ.

Доступ типа «только просмотр».

Публичный доступ к статистике.

21. Редакция новостного портала считает, что посетитель заинтересован в их материалах, если прочитал минимум три статьи. Как измерить долю посетителей, прочитавших минимум три статьи за один визит?

Настроить цель типа «Посещение страниц» с адресом вида <https://mysite.com/>\*

В отчете «Содержание - Популярное» и в графе «Посетители» настроить отображение в процентах.

Настроить цель типа «Количество просмотров».

22. За день на сайте по цели было зафиксировано 100 визитов, 30 посетителей, 15 целевых визитов и 20 достижений цели. Какая конверсия по этой цели будет отображаться в отчетах Метрики?

15%

66,(6)%

20%

50%

24. На сайте в качестве цели задано посещение страницы «Контакты». В 12:00 посетитель перешел на сайт, зашел на страницу контактов, добавил её в закладки и закрыл сайт. В 12:05 он открыл сайт через закладки. Какие данные по цели зафиксирует Метрика?

1 целевой визит, 1 достижение цели.

2 целевых визита, по одному достижению цели в каждом.

1 целевой визит, 2 достижения цели.

25. Какой тип цели можно использовать для отслеживания переходов по внешним ссылкам?

Количество просмотров.

Посещение страниц.

Составная цель.

26. Ссылка на отчёт. Если из этого отчёта сохранить сегмент, какие в нём будут данные?

Посетители, у которых первый источник трафика был переход по рекламе.

Атрибуция - последний переход.

Посетители, у которых первый источник трафика был переход из поисковых систем.

Период дат - апрель 2018.

Посетители достигли цели «view features».

26.1. Ссылка на отчёт. Если из этого отчёта сохранить сегмент, какие в нём будут данные?

Источник визита – Поисковые системы;  
Возраст посетителя – 25-34 года;  
Атрибуция – последний переход;  
Период дат – апрель 2018;  
Пол посетителя – мужской.

27. Составьте из предложенных вариантов правильное условие для сегментации «Просмотр URL». Требуется оставить страницы, URL которых содержит «test».

@test

\*test \*

\*test

!test

test@

28. На скриншоте показана цель с несколькими условиями. В каком случае она будет достигнута?

При переходе на все указанные страницы в строгой последовательности.

При переходе на все указанные страницы в любой последовательности.

При переходе на любую из указанных страниц.

На сайте в качестве цели задано посещение страницы «Контакты». В 11:00 посетитель перешел на сайт, зашел на страницу контактов, добавил её в закладки и закрыл сайт. В 19:00 он открыл сайт через закладки. Какие данные по цели зафиксирует Метрика?

2 целевых визита, по одному достижению цели в каждом.

1 целевой визит, 1 достижение цели.

1 целевой визит, 2 достижения цели.

Аркадий сделал 1 визит на сайт и совершил достижение 1 конверсионной и 1 ретаргетинговой целей. Каков показатель конверсии у Аркадия по любой цели?

0%

50%

100%

200%

Аркадий сделал 5 визитов на сайт и в последнем визите совершил достижение 1 конверсионной и 1 ретаргетинговой целей. Каков показатель конверсии у Аркадия по любой цели?

100%

20%

200%

40%



Посетитель зашел на страницу <https://site.ru/cartoons/> и перезагрузил её. Какие цели будут достигнуты?

Просмотр 2 страниц

содержит «/cart»

совпадает <https://site.ru/>

содержит «cartoons»

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. В каком количестве визитов была достигнута любая из целей «3+ hits» , «View features» и «To blog»?

2 327

2957

1 230

2 520

За день на сайте по цели было зафиксировано 15 визитов, 10 посетителей, 5 целевых визитов и 20 достижений цели. Какая конверсия по этой цели будет отображаться в отчетах Метрики?

50%

33%

25%

40%

В каком случае цель на скриншоте будет достигнута?



Тип условия:

Количество просмотров

Посещение страниц

JavaScript-событие

Составная цель

Задайте до пяти шагов, которые должны быть последовательно выполнены во время одного визита. Шагами могут быть просмотры страниц или JavaScript-события. [Подробнее](#).

**Шаг 1**

Корзина

Условие

url: содержит

/cart/

**Шаг 2**

Доставка

Условие

url: содержит

/delivery/

**Шаг 3**

Подтверждение заказа

Условие

url: содержит

/success/

При переходе на любую из указанных страниц.

При переходе на все указанные страницы в строгой последовательности.

При переходе на все указанные страницы в любой последовательности.

За день на сайте по цели было зафиксировано 4 визита, 3 посетителя, 2 целевых визита и 2 достижения цели. Какая конверсия по этой цели будет отображаться в отчетах Метрики?

25%

100%

50%

75%

Настроена составная цель «Регистрация» из 5 шагов. Аркадий зашел на сайт в 12.05, достиг 4 шага к 12.20, затем закрыл браузер. В 19.00 он открыл браузер и совершил 5 шаг. Какие данные зафиксирует Метрика для него?

0 достижений составной цели и 1 достижение каждого шага цели.

1 достижение составной цели и 1 достижение каждого шага цели

0 достижений составной цели и 1 достижение каждого из четырех первых шагов цели.

2 достижения составной цели и 1 достижению каждого шага цели.

### Анализ источников трафика

1. После размещения на сайте видеороликов продолжительностью более 1 часа выросло количество внутренних переходов. Как в этой ситуации снизить количество внутренних переходов?

Увеличить тайм-аут визита.

Уменьшить тайм-аут визита.

Раз в 29 минут отправлять событие hit() на страницах с роликами, чтобы визит не заканчивался.

2. Пользователь совершил 2 визита на сайт. Источники его визитов представлены в виде последовательной цепочки. Выберите все ответы, в которых при выборе любой модели атрибуции последний значимый переход данные не изменятся.

Яндекс.Директ - Поиск Яндекса.

Внутренний переход - Поиск Яндекса.

Поиск Яндекса - Внутренний переход.

Прямой заход - Внутренний переход.

3. Посетитель просматривал страницы сайта и затем отошел от компьютера на 40 минут. При этом он не закрывал окно браузера. Вернувшись, посетитель продолжил просмотр страниц. Счетчик Метрики зафиксировал два визита этого посетителя. К какому источнику будет отнесен второй визит?

Внутренние переходы.

Переходы с сохраненных страниц.

Прямые заходы.

4. Переход с какого источника трафика в Метрике всегда начинается новый визит?

Из поисковых систем.

Из любой рекламной системы.

При переходе с сайтов.

Только при переходе из Яндекс.Директа.

5. В отчете «Источники, сводка» изменили модель атрибуции. Изменится ли общее число визитов?

Может как уменьшиться, так и увеличиться.

Не изменится.

Увеличится.

Уменьшится.

6. Выберите все вторичные (незначимые) источники трафика с точки зрения механизма атрибуции Метрики.

Прямые переходы.

Внутренние переходы.

Переходы с сохраненных страниц.

Переходы по ссылкам на сайтах.

Переходы из поисковых систем.

Рекламные переходы.

Переходы из социальных сетей.

7. Аркадий перешел на сайт из Поиска Яндекса, затем добавил сайт в закладки. Через день перешел на сайт из закладок. Какие источники будут у последнего визита при выборе атрибуции: а) Последний переход; б) Последний значимый переход?

а) Прямой заход; б) Переход из поисковых систем.

а) Прямой заход; б) Прямой заход.

а) Переход из поисковых систем; б) Прямой заход.

а) Переход из поисковых систем; б) Переход из поисковых систем.

8. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. В какую неделю апреля было максимальное количество визитов с источника «Переходы по рекламе»?

16-22 апреля.

2-8 апреля.

23-29 апреля.

9-15 апреля.

9. Что такое внутренние переходы?

Переходы между страницами сайта.

Источник трафика.

Настройка в параметрах счетчика.

10. Какие источники трафика являются значимыми?

Переходы по рекламе.

Переходы из поисковых систем.

Внутренние переходы.

Прямые заходы.

11. Сегодня вы запустили рекламную кампанию в социальной сети и обнаружили в отчетах всплеск визитов, который не отразился в рекламном кабинете. При этом у визитов небольшое время на сайте и высокий показатель отказов. Какова наиболее вероятная причина такого всплеска?

Посещения робота социальной сети, который проверяет доступность сайта, учитываются при соответствующих настройках фильтрации роботов.

Скликивание от конкурентов.

В рекламном кабинете данные появляются позже, чем в Метрике.

12. Пользователь совершил 3 визита на сайт. Источники его визитов представлены в виде последовательной цепочки. Выберите все ответы, в которых при выборе любой модели атрибуции данные не изменятся.

Яндекс.Директ - Поиск Яндекса - Яндекс.Директ.

Прямой заход - Прямой заход - Яндекс.Директ.

Прямой заход - Внутренний переход - Прямой заход.

Социальные сети - Прямой заход - Внутренний переход.

13. Посетитель перешел на сайт из поиска Яндекса, затем случайно закрыл страницу. После этого он сразу набрал адрес сайта в браузере и зашел на этот сайт напрямую. Какие данные зафиксирует Метрика?

Один визит с источником «Поисковые системы» и один визит с источником «Внутренний переход».

Один визит с источником «Поисковые системы» и один визит с источником «Прямой заход».

Один визит с источником «Поисковые системы».

Два визита с источником «Поисковые системы».

14. Заполните UTM метки для ссылки, которую вы хотите разместить в объявлениях кампании new1 в социальной сети ВКонтакте, чтобы визиты с этой меткой получили источник «Переходы по рекламе» в Метрике.

`utm_source=vk&utm_medium=cpc&utm_campaign=new1`

`utm_source=cpc&utm_medium=vk&utm_campaign=new1`

`utm_source=cpc&utm_medium=new1&utm_campaign=vk`

`utm_source=new1&utm_medium=cpc&utm_campaign=vk`

15. С каким источником трафика в Метрику попадут визиты из закладок и визиты, для которых посетитель вручную набрал адрес сайта в браузере?

Визит из закладок учитывается как «Переход с сохраненных страниц», второй визит - как «Прямой заход».

Оба визита учитываются как «Прямые заходы».

Визит из закладок учитывается как «Внутренний переход», второй визит - как «Прямой заход».

16. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. Сколько визитов останется в отчете, если оставить только визиты с последней поисковой фразой, начинающийся с «metrica» ?

271

226

28

110

17. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. Сколько визитов останется в отчете, если убрать визиты с последней поисковой фразой, в которой содержится «metrica» ?

271

205

318

65

110

18. Посетитель перешел на сайт из закладок браузера с меткой `utm_source=adfox`. К какому источнику трафика будет отнесен переход?

Внутренний переход.

Переход по рекламе.

Прямой заход.

19. На сайте `site.ru` и на доменах третьего уровня `shop.site.ru` и `forum.site.ru` установлен один счетчик Метрики. Посетитель из поиска попадает на `site.ru`, через минуту переходит по ссылке на `shop.site.ru` и еще через минуту - на `forum.site.ru`. Какие данные зафиксирует Метрика?

1 визит, источник трафика - внутренние переходы.

1 визит, источник трафика - переходы из поисковых систем.

3 визита, источник трафика у всех - переходы из поисковых систем.

3 визита, у каждого свой источник трафика.

20. На посадочной странице забыли поставить код счётчика Метрики. Посетитель зашёл туда со страницы в социальной сети, а потом перешёл на другую страницу сайта. Какой будет источник трафика у этого визита?

Переход из социальной сети.

Внутренний переход.

Прямой заход.

Визит не будет засчитан.

21. В ссылке с меткой UTM указано: `utm_source=site.ru` и `utm_medium=src`. В какой источник трафика попадет визит, совершенный по такой ссылке?

Переход по ссылке на сайте.

Рекламный переход.

Прямой заход.

Переход из почтовой рассылки.

22. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Сколько посетителей совершили хотя бы один визит с поисковых систем за апрель 2018?

5140

5268

5173

15957

23. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. По какому источнику было зафиксировано максимальное количество визитов в час?

Прямые заходы.

Переходы из поисковых систем.

Переходы по рекламе.

Переходы по ссылкам на сайтах.



24. Как правильно добавить метку UTM для ссылки «<http://mysite.ru/>»?

[http://mysite.ru/?page=1&utm\\_source=begun&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=12345](http://mysite.ru/?page=1&utm_source=begun&utm_medium=cpc&utm_campaign=12345)

[http://mysite.ru/?page=1?utm\\_source=begun&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=12345](http://mysite.ru/?page=1?utm_source=begun&utm_medium=cpc&utm_campaign=12345)

[http://mysite.ru/&page=1&utm\\_source=begun&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=12345](http://mysite.ru/&page=1&utm_source=begun&utm_medium=cpc&utm_campaign=12345)

25. Как в Метрике узнать, из каких источников приходит больше всего роботов?

В отчете «Роботы».

В отчете «Нагрузка на сайт».

Добавив к нужному отчёту метрику «Роботность».

26. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. Сколько визитов останется в отчете, если оставить только визиты с последней поисковой фразой, в которой содержится «metrica» ?

18

271

226

28

27. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Сколько новых посетителей пришло с источника «Переходы по рекламе»?

5897

6569

5623

5856

28. На сайте site.ru и домене третьего уровня shop.site.ru установлены различные счетчики Метрики. Посетитель из поиска попадает на site.ru, затем по ссылке переходит на shop.site.ru. Какой источник трафика будет у визита для счетчика shop.site.ru?

Переходы из поисковых систем.

Внутренние переходы.

Переход с сайта site.ru.

29. Выберите все значимые источники трафика с точки зрения механизма атрибуции Метрики.

Прямые переходы.

Переходы с сохраненных страниц.

Внутренние переходы.

Переходы из поисковых систем.

Переходы по ссылкам на сайтах.

Рекламные переходы.

Переходы из социальных сетей.

30. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. Сколько визитов было совершено по источнику «Сайты» посетителями из России?

163

1572

49

1838

31. По какому источнику трафика наименьший процент отказов за весь месяц? Ссылка на отчёт

Переходы из поисковых систем.

Переходы по ссылкам на сайтах.

Прямые заходы.

Внутренние переходы.

32. Код счётчика Метрики по ошибке установлен только на главную страницу сайта. Посетитель нашёл сайт в поиске Яндекса, зашёл на карточку товара, а потом перешёл на главную. Какой будет источник трафика у этого визита?

Источник трафика не определится.

Внутренние переходы.

Переходы с поисковых систем.

33. На сайте дистанционного обучения размещены записи вебинаров длительностью 40-45 минут. Что предпринять для уменьшения количества внутренних переходов в отчетах Метрики?

Изменить точный показатель отказов, увеличив его до 50 минут.

Увеличить тайм-аут визита до 50 минут или более.

Использовать параметры визитов.

34. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. Сколько визитов останется в отчете, если убрать визиты с последней поисковой фразой «metrica» или «metrika» (полное совпадение фразы)?

336

335

50

315

35. Фиксируются ли в Метрике переходы на внешние сайты и загрузки файлов?

Нет, ни одно из этих действий не фиксируется.

Да, только о загружаемых файлах.

Да, фиксируются оба действия.

Да, только о переходах на внешние сайты.

36. Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. Сколько визитов останется в отчете, если убрать визиты с последней поисковой фразой, в которой содержится «metrica» или «metrika»?

335

286

50

302

37. В ссылке с меткой UTM указано: `utm_source=site.ru` и `utm_medium=src`. В какой источник трафика попадет визит, совершенный по такой ссылке?

Прямой заход.

Рекламный переход.

Переход из почтовой рассылки.

Переход по ссылке на сайте.

С каких источников трафика в Метрике всегда будет начинаться новый визит?

Яндекс.Директ.

Любая рекламная система.

Поиск Google.

Поиск Яндекса.

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года, атрибуция - последний переход. В какой день было зафиксировано максимальное количество визитов?

05.04.2018, четверг.

11.04.2018, среда.

18.04.2018, среда.

01.04.2018, воскресенье.

Ссылка на отчёт. Даты: апрель 2018 года. Сколько новых посетителей пришло с источника «Переходы из поисковых систем»?

5140

5566

5623

4830

По какому источнику трафика наименьший процент отказов за апрель 2018? Ссылка на отчёт

Внутренние переходы.

Переходы по ссылкам на сайтах.

Переходы из поисковых систем.

Прямые заходы.

За какую дату в апреле 2018 был зафиксирован наибольший процент отказов? Ссылка на отчёт

04.04.2018, среда.

26.04.2018, четверг.

03.04.2018, вторник.

29.04.2018, воскресенье.

Анализ юзабилити сайта

1. Как можно включить запись вводимых в поля сайта значений для Вебвизора 2.0?

Поля по умолчанию записываются.

Включить опцию «Записывать все поля».

Задать класс um-record-keys для нужных полей при выключенной опции «Записывать все поля».

Указать страницы для сохранения.

2. Необходимо просматривать записи Вебвизора для визитов, проходящих на двух разных доменах. Как правильно установить Метрику в этом случае?

Установить разные счетчики на доменах, а после воспользоваться отчетами по группе счетчиков.

Вебвизор закончит сессию при переходе с домена на домен, задачу нельзя решить.

Установить один счетчик на обоих доменах.

3. Посмотрите отчет «Карта ссылок» на скриншоте. По какой ссылке было совершено больше всего кликов за выбранный период?

«Директ».

«Начало работы».

«О сервисе».

4. Посмотрите отчет «Карта ссылок» на скриншоте. По какой ссылке было совершено меньше всего кликов за выбранный период?

«О сервисе».

«Директ».

«Начало работы».

5. Счетчик на сайте зафиксировал 1500 визитов за день. Какое количество визитов будет доступно для просмотра в Вебвизоре?

Все визиты длительностью более 1 секунды.

Все из 1500 визитов, которые удалось записать.

Не более 1000 визитов.

6. На основании каких данных работает Аналитика форм?

На основе данных по достижениям целей.

На основе данных Вебвизора.

На основе данных Карт.

7. Как отобразить все клики на Карте кликов для групп страниц «<http://www.site.ru/cat/>»?

<http://www.site.ru/cat/~>

<http://www.site.ru/cat/>

[http://www.site.ru/cat/\\*](http://www.site.ru/cat/*)

<http://www.site.ru/~cat>

8. Записывает ли Вебвизор пароли, которые вводят посетители сайта?

Если на странице есть поля с типом password, Вебвизор не записывает на ней никакие действия посетителей.

Вебвизор не записывает данные, которые вводятся в поле с типом password.

Да, он записывает все данные, которые пользователь вводит на странице.

9. Что сделать, чтобы Вебвизор не записывал нажатия клавиш в определенных полях для ввода данных?

На таких страницах необходимо установить код счетчика без функции «Вебвизор».

Следует пометить поля ввода в HTML-коде страниц специальным CSS-классом.

Следует указать в настройках счетчика страницы, на которых Вебвизор не должен записывать данные.

10. После включения Вебвизора 2.0 в интерфейсе Метрики, чтобы он начал записывать данные

Нужно вручную прописать `webvisor2: true` в коде счетчика на сайте.

Нужно скопировать счетчик из интерфейса и переустановить код счетчика Метрики на сайте.

Нужно организовать передачу данных методом hit на сайте.

Нужно задать адреса сохраняемых страниц.



11. Виктор кликнул на объявление Директа из выдачи. Выберите все факторы, которые могут привести к тому, что этот клик не приведет к визиту в Метрике.

Номер счетчика не указан в настройках кампании.

Код счетчика на посадочной странице не установлен.

Сайт работает по протоколу http.

Отсутствуют метки utm в ссылках Директа.

Пользователь закрыл вкладку до полной загрузки сайта.

Вебвизору запрещена запись элемента 1. Как скрыть содержимое элемента 2, который находится внутри элемента 1?

Только задать класс «ym-record-keys» полю, в котором и находится этот элемент.

Нужно запретить запись содержимого поля целиком.

Задать элементу класс «ym-hide-content».

Задать элементу класс «ym-show-content».

Вебвизору запрещена запись элемента 1. Как записать содержимое элемента 2, который находится внутри элемента 1?

Задать элементу класс «ym-record-keys».

Нужно разрешить запись содержимого поля целиком.

Задать элементу класс «ym-show-content».

Только задать класс «ym-record-keys» полю, в котором и находится этот элемент.

Использование данных в рекламе и сквозная аналитика

1. В каком стандартном отчете показаны визиты только по учтенным в Яндекс.Директе кликам?

Метки UTM.

Директ - Сводка.

Источники - Рекламные системы.

Метки OpenStat.

2. В каком стандартном отчете Метрики можно увидеть данные по стоимости кликов Директа?

Директ - сводка.

Рекламные системы.

Директ - расходы.

Директ - площадки.

Директ - доходы.

3. В каком стандартном отчете можно увидеть данные только по тем кликам, которые не были отфильтрованы системой защиты от «склика» в Директе?

Вебвизор.

Директ - сводка.

Рекламные системы.

4. Аркадий совершил 2 визита на сайт: 1 и 10 марта. При этом он купил товар по телефону 5 марта. 15 марта менеджер Степан загрузил данные о покупке Аркадия в Метрику. Опция «Включить увеличенный период учета конверсий» включена. За какое число будет отображаться покупка?

10 марта.

1 марта.

15 марта.

5 марта.

5. Какие поля обязательны для файла загрузки параметров посетителей?

key

params

clientID|userID

value

6. В каких стандартных отчетах отображаются поисковые фразы, по которым пользователь перешел из Яндекс.Директа?  
Источники - Поисковые системы.  
Источники - Поисковые фразы.  
Источники - Директ-Сводка.  
Источники - Директ-Расходы.
  
7. Какую информацию о рекламных переходах из Директа нельзя увидеть в Метрике?  
Номер и название рекламной кампании.  
Заголовок и номер объявления.  
Количество переходов на виртуальную визитку.  
Ключевую фразу.
  
8. В каком из стандартных отчетов можно увидеть информацию по поисковым фразам, которые привели посетителя из Яндекс.Директа?  
Директ - сводка.  
Директ - площадки.  
Рекламные системы.  
Поисковые фразы.
  
9. Как передавать в Метрику свои идентификаторы посетителей из CRM?  
Привязать их во время визита пользователя при помощи метода `setUserID`.  
Нужно передать их в качестве параметра визита.  
Привязать их во время визита пользователя при помощи метода `getClientID`.

10. В каком стандартном отчете можно оценить качество работы ключевых фраз в рекламной кампании в Директе?

Поисковые фразы.

Источники - сводка.

Директ - сводка.

11. Виктор кликнул на объявление Директа из выдачи. Выберите все факторы, которые могут привести к тому, что этот клик не приведет к визиту в Метрике.

Отсутствуют метки utm в ссылках Директа.

Сайт работает по протоколу http.

Номер счетчика не указан в настройках кампании.

Пользователь закрыл вкладку до полной загрузки сайта.

Код счетчика на посадочной странице не установлен.

12. Вы - сервис по доставке пиццы. Но на вашем сайте можно заказать пиццу только по телефону. С помощью каких возможностей Метрики вы будете отслеживать свои продажи?

Колл-трекинг, передача офлайн-конверсий.

Цель на посещение страницы «Контакты».

В Метрику нельзя передавать данные из офлайне.

13. Какой разделитель используются по умолчанию в файле загрузки параметров посетителей?

Запятая.

Точка.

Двоеточие.

Точка с запятой.

14. В течении какого времени с даты последнего визита посетителя вы сможете передать данные офлайн-конверсий с включенной опции «Увеличенный период загрузки конверсий»?

24 часа.

неделя.

Календарный месяц.

5 дней.

15. В течении какого времени с даты последнего визита посетителя вы сможете передать данные офлайн-конверсий без включенной опции «Увеличенный период загрузки конверсий»?

24 часа.

10 часов.

7 дней.

2 часа.

16. Какие существуют способы загрузки параметров посетителей в Яндекс.Метрику?

Метод `userParams`.

офлайн-загрузка файла.

Метод `params`.

Метода `setUserID`.

17. Выберите все корректные способы передачи параметров визитов.

Через метод `params`.

Через параметр `params` в коде счетчика.

Через метод `userParams`.

Через объект `params` в методе `reachGoal`.

18. Выберите верные утверждения о `clientID` и `userID`.

`ClientID` лучше использовать, если собственные идентификаторы не сформированы.

`ClientID` лучше передавать в методе `userParams()`.

`UserID` лучше использовать, когда на сайте уже сформирована база пользователей и их идентификаторов.

UserID лучше использовать для более точной привязки параметров посетителей к визитам.

19. У вас есть несколько сайтов, на которых стоит один счетчик Метрики. На каждом сайте можно оставить заявку. Вы хотите узнать, как пользователи переходят с одного сайта на другой и в какой момент делают заявку. Как это сделать?

Посмотреть отчет «Популярное».

Посмотреть отчет по группе счетчиков.

Посмотреть отчет «Посетители».

20. Чтобы оплатить заказ на вашем сайте, посетитель должен перейти на страницу сторонней платежной системы. После оплаты он может не вернуться обратно на ваш сайт и не увидеть страницу «Спасибо за покупку», на которой завершается воронка заказа. Как сделать так, чтобы последний шаг конверсии учитывался?

Настроить передачу офлайн-конверсий.

Цель на посещение страницы «Спасибо за покупку».

Отправлять действие Электронной коммерции purchase со страницы «Спасибо за покупку».

21. Вы хотите загрузить в Метрику офлайн-конверсии для одного посетителя. Опция «Увеличенный период загрузки конверсий» подключена больше месяца назад. Через сколько дней с момента последнего визита этого посетителя вы сможете загрузить данные? Выберите все правильные ответы.

Через календарный месяц.

Через неделю.

Через сутки.

Через пять дней.

Какие из перечисленных данных не записывает Вебвизор?

Содержимое сайтов с резиновой версткой.

Содержимое элементов canvas.

Содержимое полей password.

Содержимое элементов iframe.

Вы хотите загрузить в Метрику офлайн-конверсии для одного посетителя. Сейчас опция «Увеличенный период загрузки конверсий» отключена в счетчике. Через сколько часов с момента последнего визита этого посетителя вы сможете загрузить данные? Выберите все правильные ответы.

Через 48 часов.

Через 2 часа.

Через 24 часа.

Через 10 часов.