

Инструкция по работе с личными кабинетами инструментов Яндекса для российских музеев

По материалам справочной службы Яндекс Карты

Март 2024





В этой инструкции мы рассказываем, как музеи могут профессионально использовать кабинеты в Яндекс Картах, Яндекс Бизнесе и Яндекс Метрике, чтобы нарастить свое присутствие в цифровой среде. Эти аналитические инструменты позволят не только строить гипотезы о предпочтениях посетителей музея, но и покажут, насколько эффективны информационные кампании, как увеличить посещаемость и оценить эмоции людей после визита в ваш музей.

При подготовке инструкции мы опирались на практический опыт российских музеев, анализировали результаты их работы. Так, эмпирическим путем установлено, что чем больше информации о культурном объекте в Яндекс Картах (фотографии, официальный сайт, расписание работы и другое), тем чаще пользователи строят к нему маршруты и приходят в музей. Кроме того, правильно оформленная информация в Яндекс Картах позволяет музеям выше подниматься в поисковой выдаче и привлекать больше внимания.

Надеемся, с помощью инструкции вы сможете автоматизировать часть рутинных задач и заметно улучшите работу своих культурных институций.

Содержание

Как создать карточку вашей организации	3
Создание карточки организации через Яндекс Карты	3
Создание карточки организации через Яндекс Бизнес	9
Как стать владельцем карточки вашей организации	10
Стать владельцем карточки организации через Яндекс Карты	10
Что делать, если в карточке организации указан неправильный номер?	13
Стать владельцем карточки организации через Яндекс Бизнес	15
Как работать в личном кабинете Яндекс Бизнеса	19
Как добавлять или изменять информацию об организации	19
Как работать с отзывами	36
Как устроены отзывы и рейтинг	36
Как повысить рейтинг	37
Как ответить на отзыв	37
Как ответить:	38
Как отвечать на отзывы, чтобы привлечь посетителей	39
Как пожаловаться на отзыв	40
Владельцы и представители организации: в чем разница и как их добавлять в карточку организации	42
Какая статистика есть в личном кабинете Яндекс Бизнеса, и как она поможет вам	47
Профиль в Яндексе	47
Как вас находят	51
Рекламная статистика	52
Яндекс Метрика	56
Как найти свою статистику в Метрике	57
Какие данные Метрики будут полезны музею	58
Как и зачем кастомизировать отчеты Метрики	67

Как создать карточку вашей организации

Если на Яндекс Картах нет карточки вашей организации, то ее можно создать несколькими путями: через Яндекс Карты (как через мобильную версию, так и через версию для стационарного компьютера) и через Яндекс Бизнес.

Важно!

Добавлять компанию на Карты можно любым способом, но отредактировать (например, добавить новые контакты) получится только в Яндекс Бизнесе после подтверждения прав на организацию

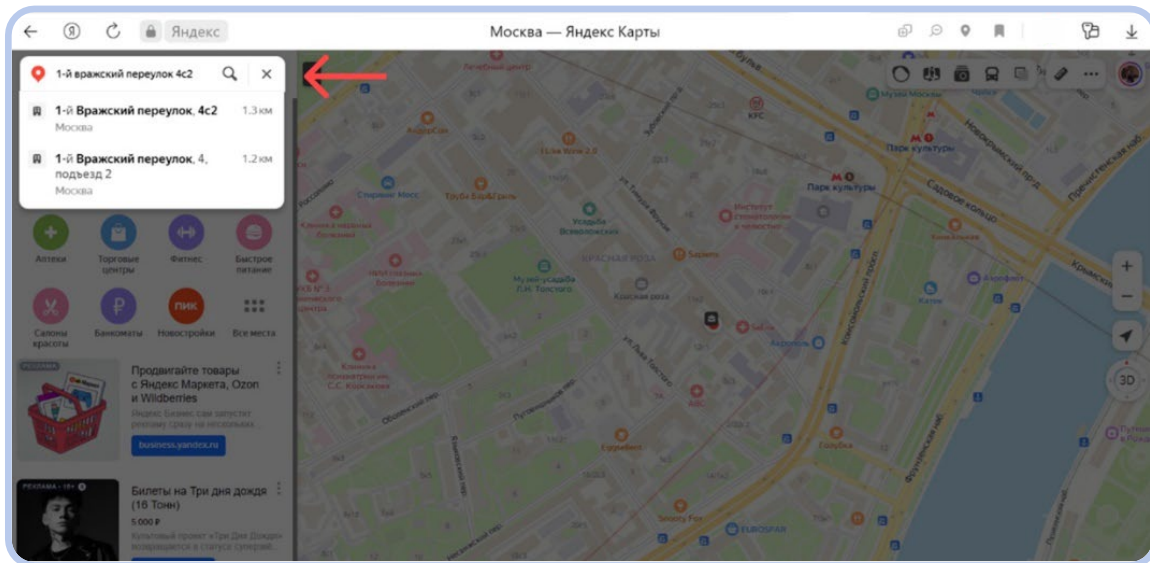
Создание карточки организации через Яндекс Карты

1. Зайдите в Яндекс Карты и убедитесь, что вы [авторизованы](#).

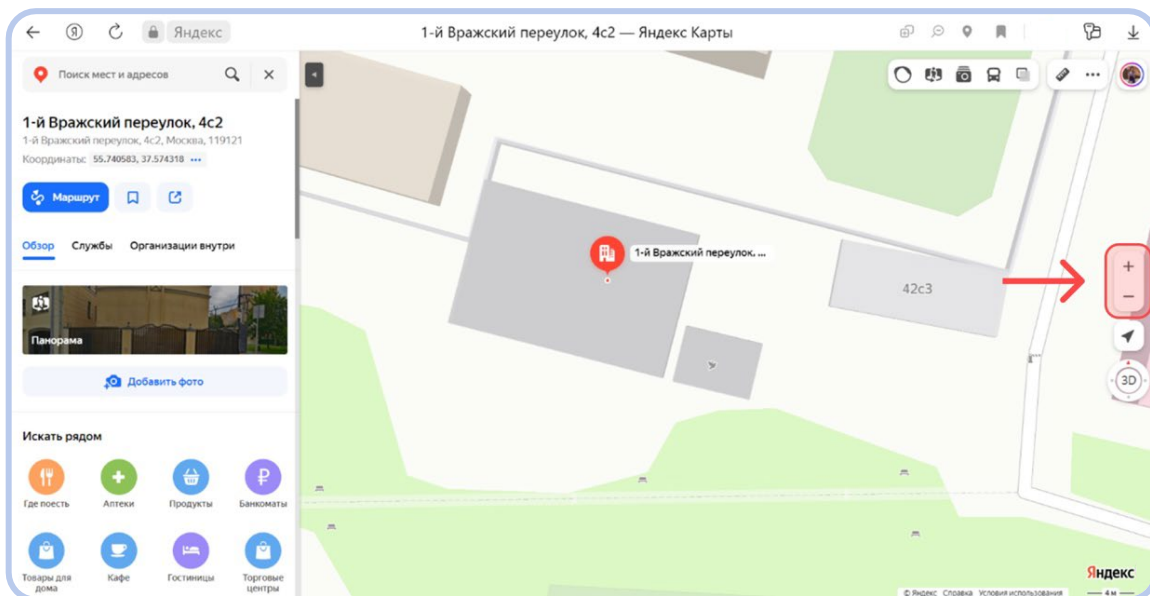
Важно!

Зарегистрироваться или авторизоваться в Яндекс Картах можно только через почту Яндекса (домен yandex.ru или ваш корпоративный). Если у вас нет корпоративного аккаунта, то советуем создать аккаунт, к которому у ваших коллег также будет доступ. В случае если у вас поменяется сотрудник, ответственный за карточку организации в Яндекс Картах, последующему ответственному не придется создавать новый аккаунт и снова подтверждать права на владения карточкой

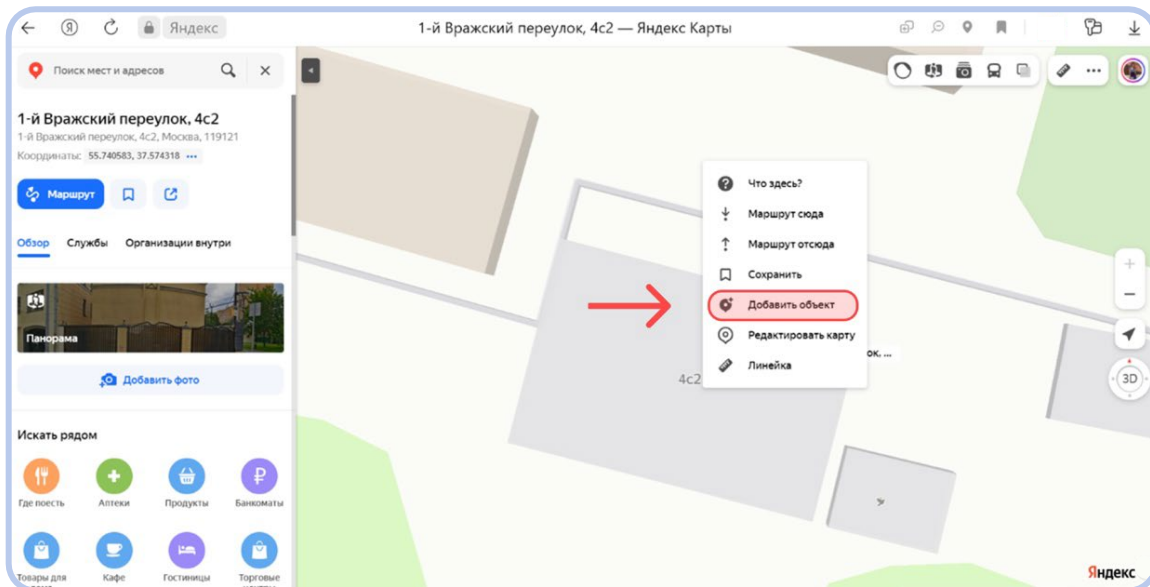
2. Найдите здание, в котором находится ваша организация. Это возможно сделать как через ввод адреса в поисковую строку,



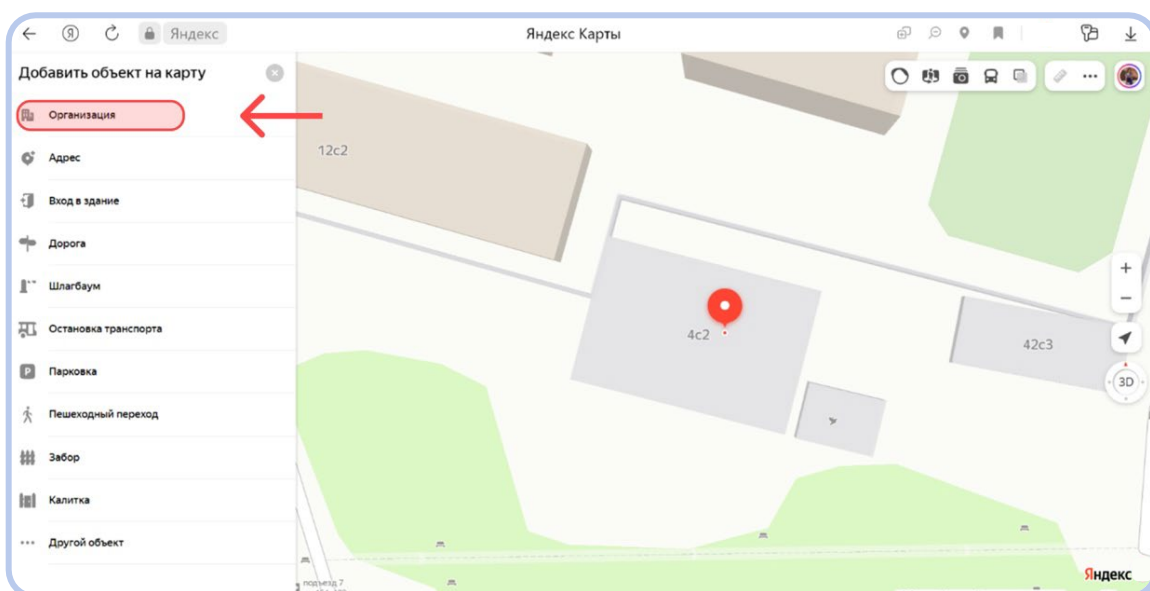
так и через приближение карты до здания вашей организации (для приближения или отдаления карты необходимо использовать кнопки «-» и «+» в правой части экрана).



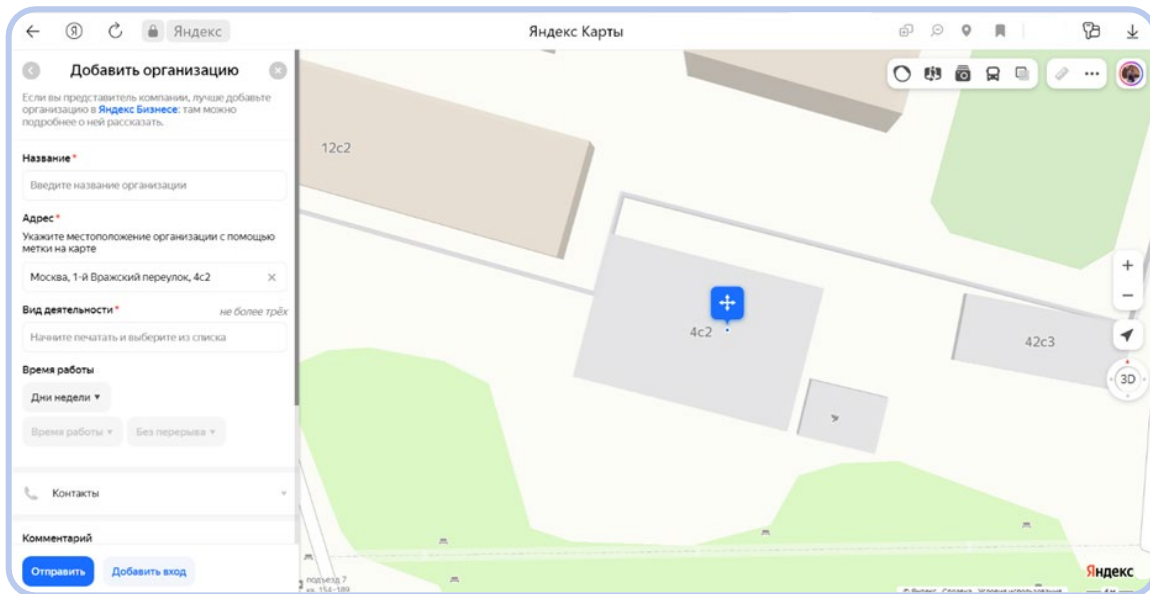
3. Нажмите правой кнопкой мыши на точку на карте, где находится ваша организация. В появившемся меню выберите «Добавить объект».



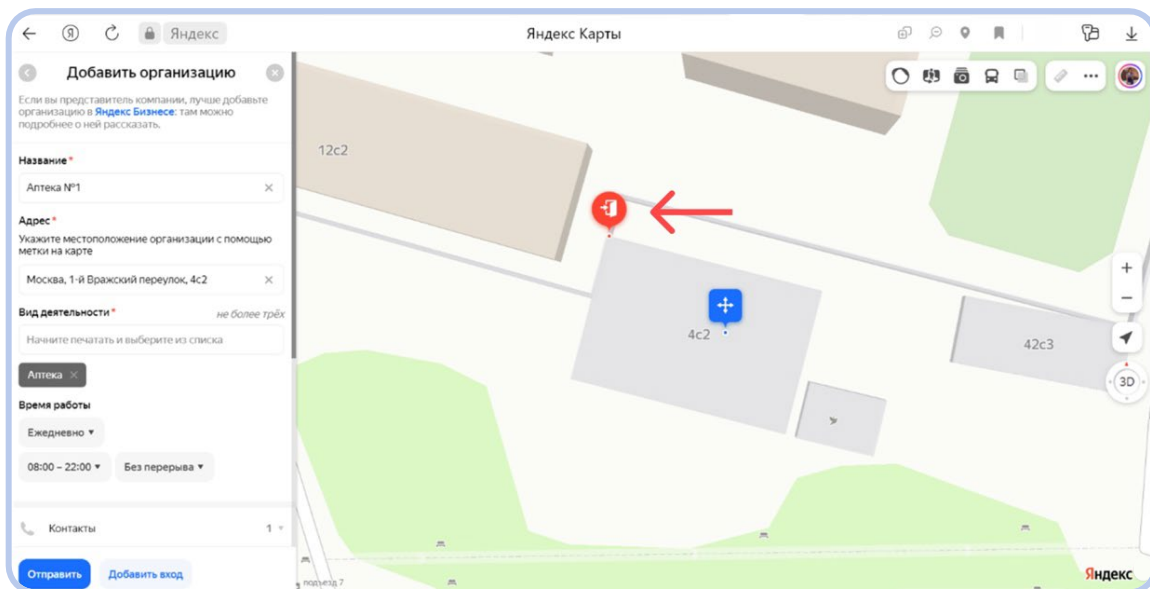
4. Выберите тип объекта «Организация».

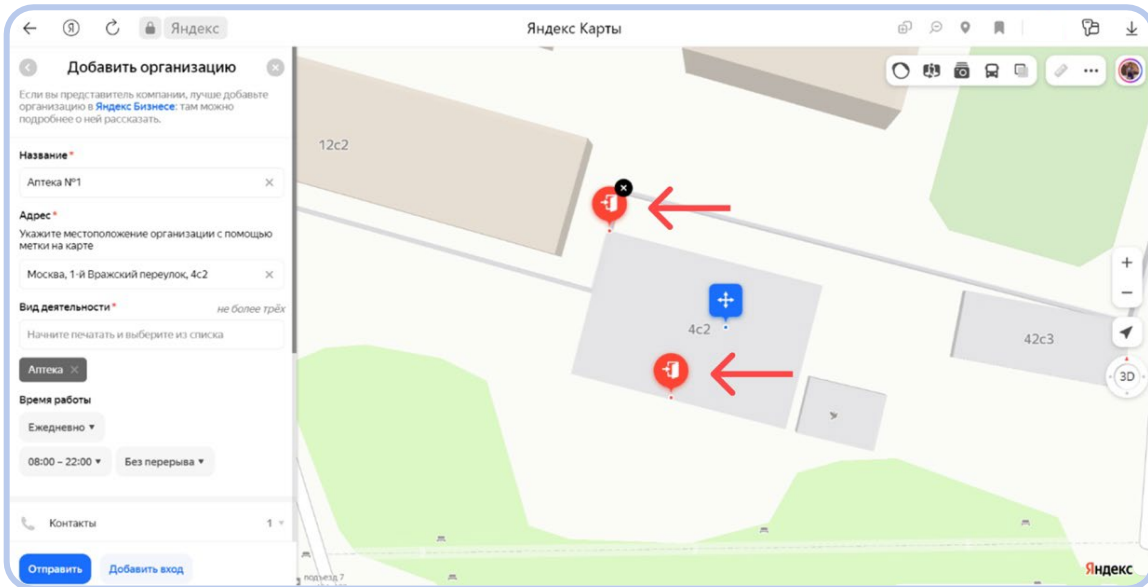


5. В появившейся анкете укажите название, адрес, вид деятельности и время работы вашей организации. Загрузите фотографии и добавьте контакты.

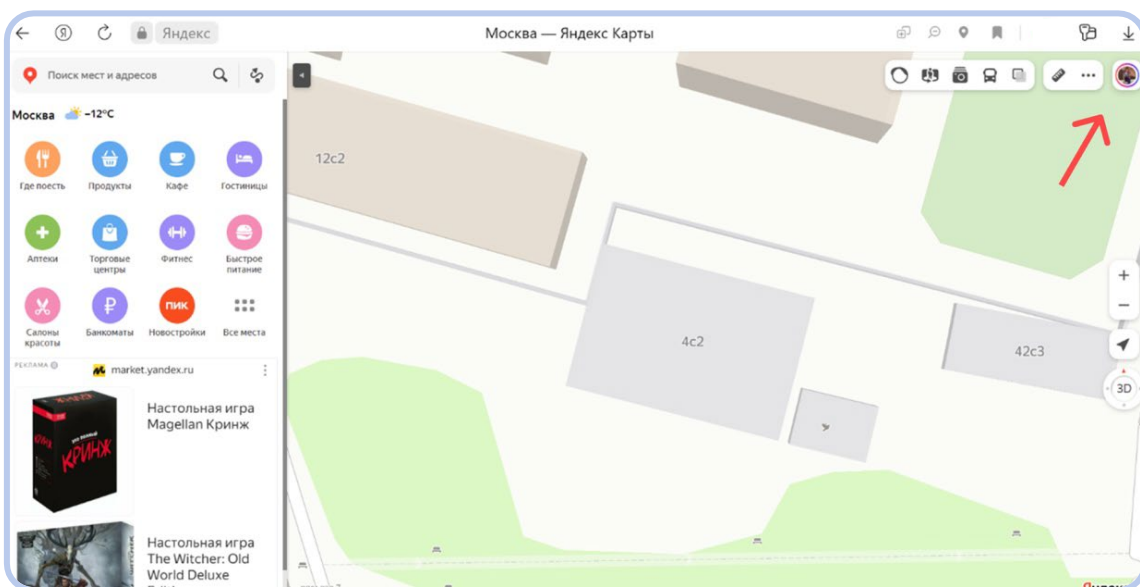


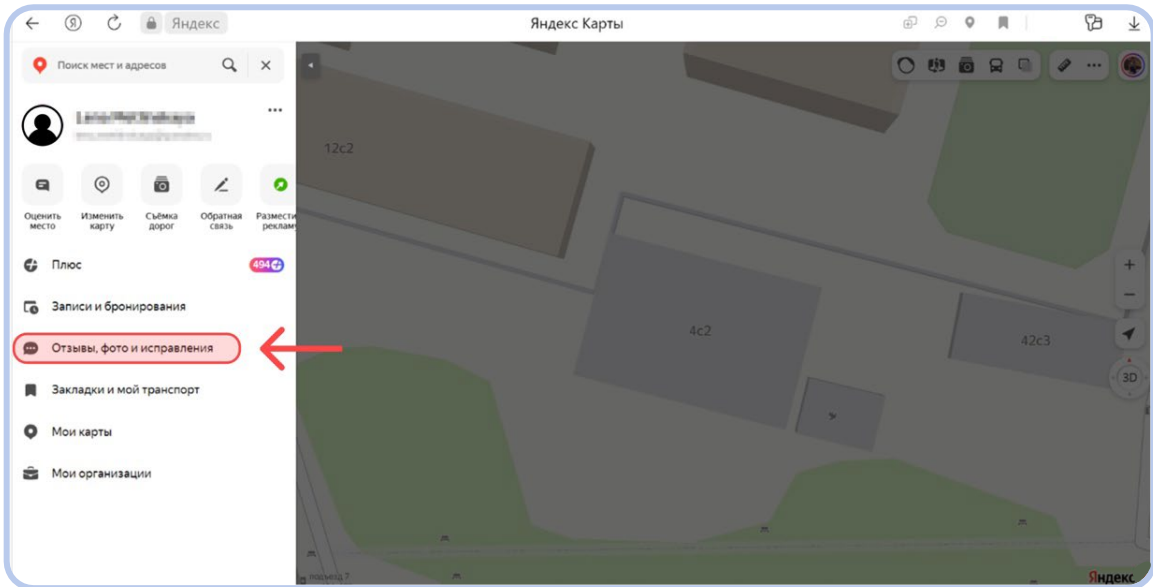
- Чтобы добавить или изменить расположение входа(-ов), нажмите «Добавить вход». Далее ваш курсор будет изображен в виде красного знака входа, наведите его на нужное место входа и нажмите левой кнопкой мыши, чтобы оно закрепилось. Если входов несколько, нажмите еще раз «Добавить вход» и следуйте второму предложению данного пункта.





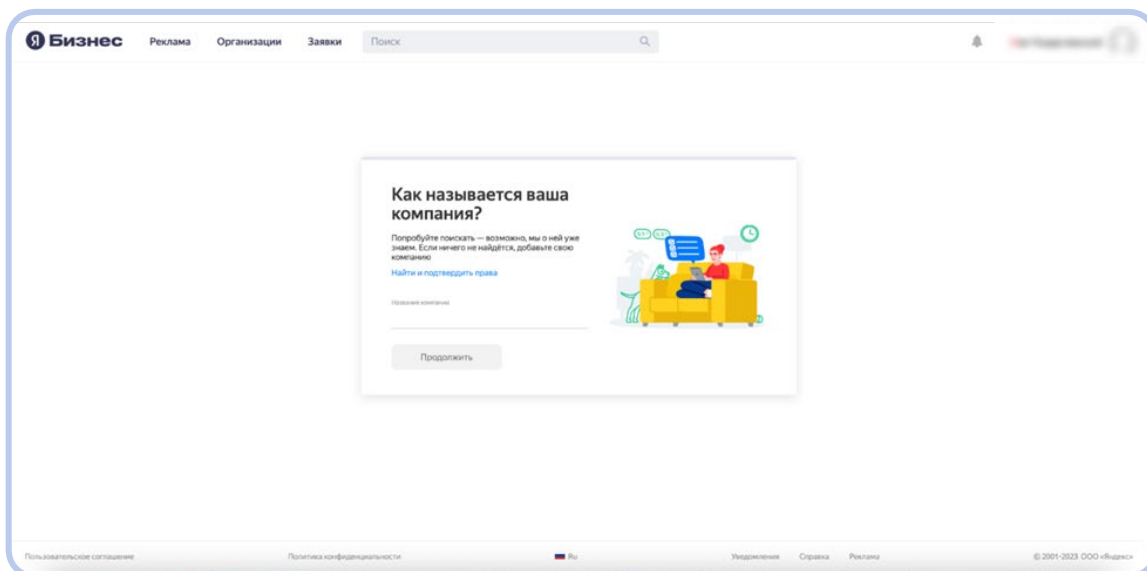
- После заполнения всех данных нажмите «Отправить». Анкета должна пройти модерацию. О результатах модерации вы узнаете из электронного письма на почте, через которую авторизовались в Яндекс Картах, и в профиле Яндекс Карт — во вкладке «Исправления».



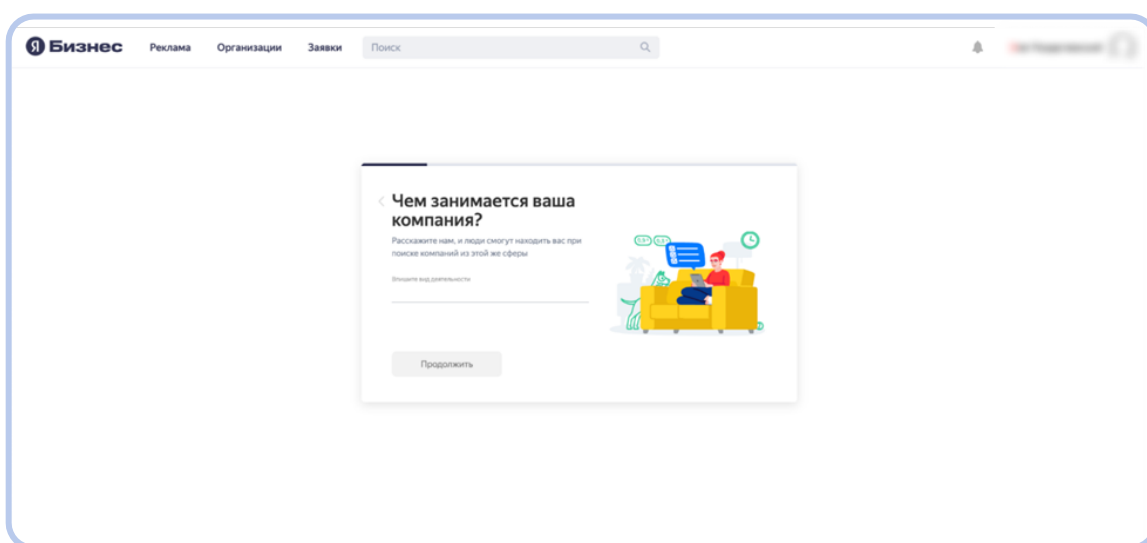


Создание карточки организации через Яндекс Бизнес

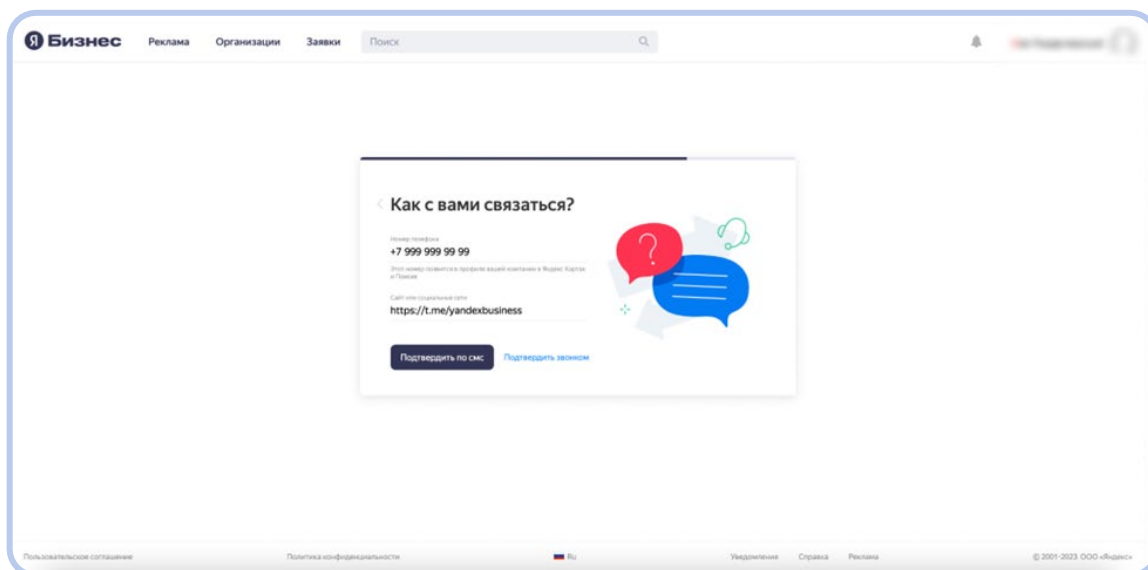
1. Авторизуйтесь: откройте [Яндекс Бизнес](#) и войдите с Яндекс ID. Если логина нет, то [зарегистрируйте](#) его.



2. Укажите название компании. Когда будете вводить название, справа увидите список похожих компаний. Это позволит вам узнать, добавлена ли уже ваша компания в Карты или нет.
3. Если в списке компаний вы не нашли свою, добавьте её. Для этого расскажите, чем занимается ваша компания, выбрав из списка наиболее подходящую рубрику. Затем укажите адрес, если у вас есть офис, куда могут прийти посетители.



4. Укажите рабочий номер и подтвердите его. Этот номер появится в профиле.



5. Модерация занимает до двух дней. Отслеживайте статус на странице [«Заявки»](#).

Как стать владельцем карточки вашей организации

Подтверждение прав на организацию позволит обновлять её данные через личный кабинет, а также поддерживать контакт с вашей аудиторией. Стать владельцем карточки можно также двумя способами: через Яндекс Карты и через Яндекс Бизнес.

Стать владельцем карточки организации через Яндекс Карты

01

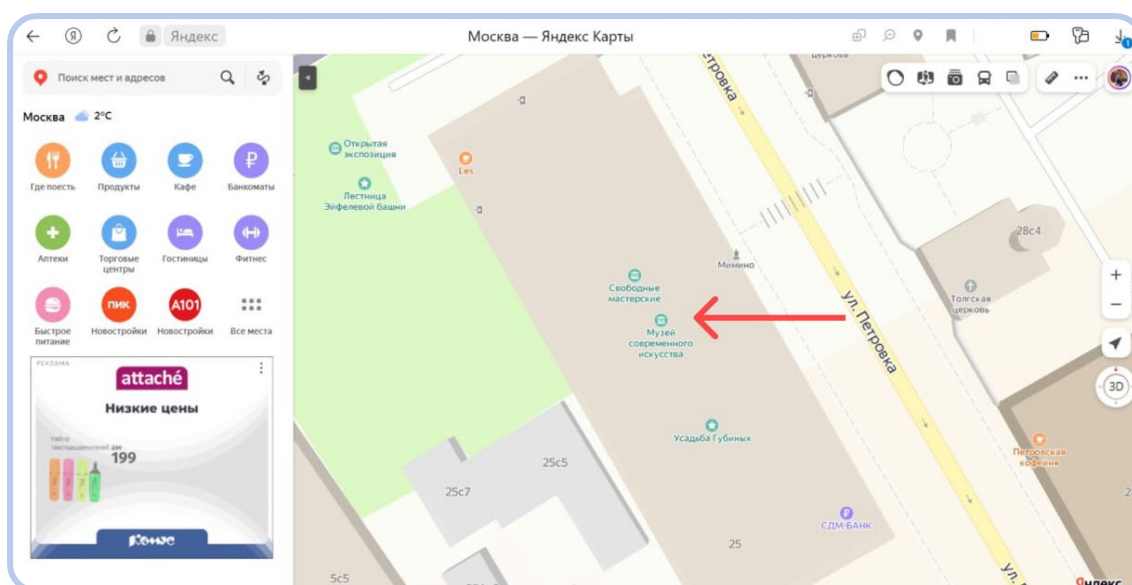
Если вы уже создали карточку организации, перед подтверждением прав на неё проверьте, прошла ли модерацию заявка на её создание. Напоминаем, что это можно проверить либо в профиле Яндекс Карт, в блоке «Исправления», либо на почте, с помощью которой вы авторизовались в Яндекс Картах (вам должно прийти письмо о статусе вашей заявки).

Если заявка по какой-то причине была отклонена, вам необходимо обратиться в [службу поддержки](#).

02

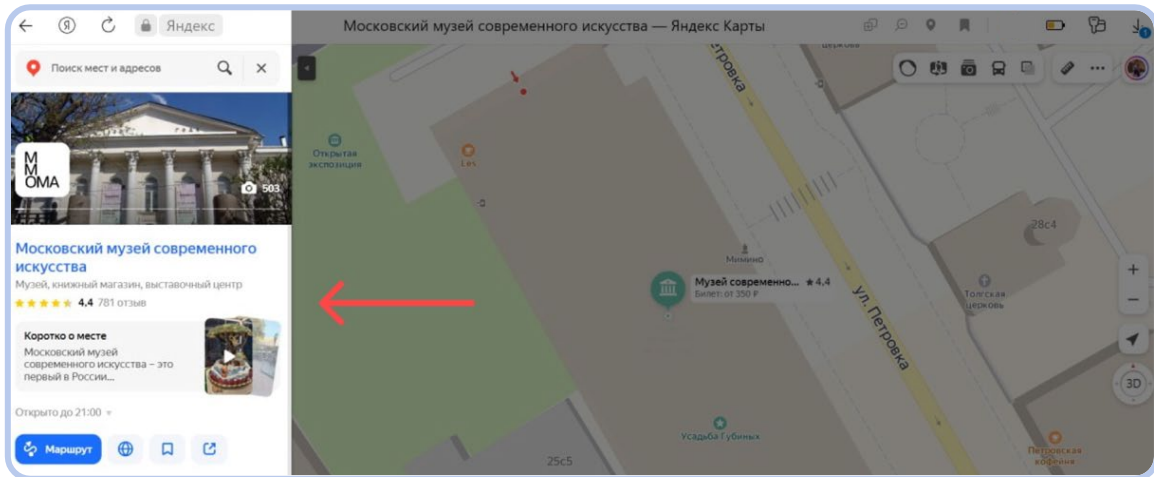
Если же заявка принята или карточка организации была создана кем-то другим (проверить это можно либо в Яндекс Картах по вводу адреса в поисковую строку или с помощью увеличения масштаба карты и дальнейшего поиска вручную, либо в Яндекс Бизнесе по поиску названия организации) и на нее не получили права владения¹, то вы всё равно можете получить права управления ею:

1. Найдите свою организацию в Яндекс Картах.

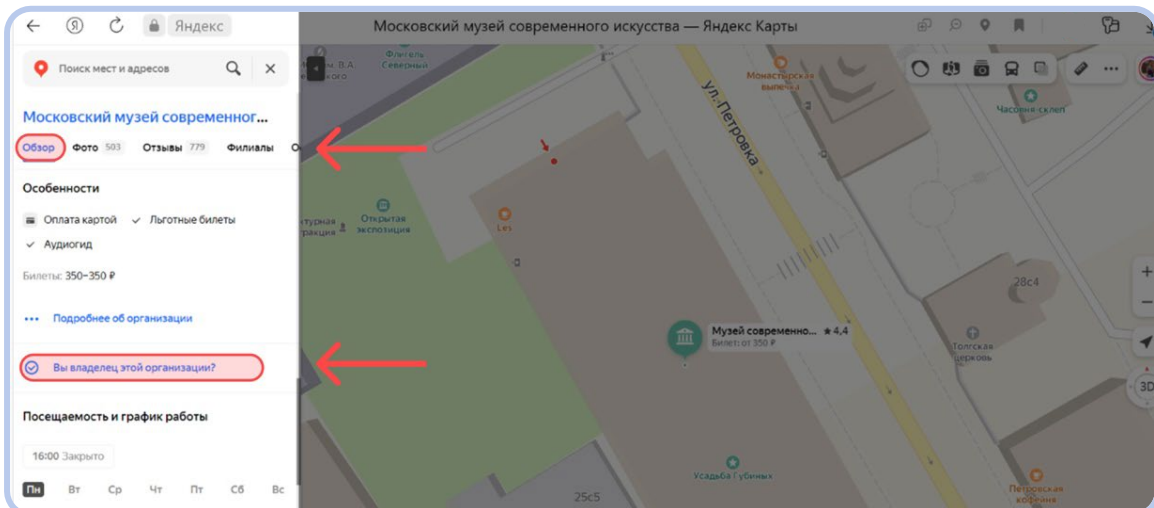


2. Нажмите на точку вашей организации на Яндекс Картах, в левой части экрана откроется карточка организации (см. скрин ниже, карточка организации выделена красным).

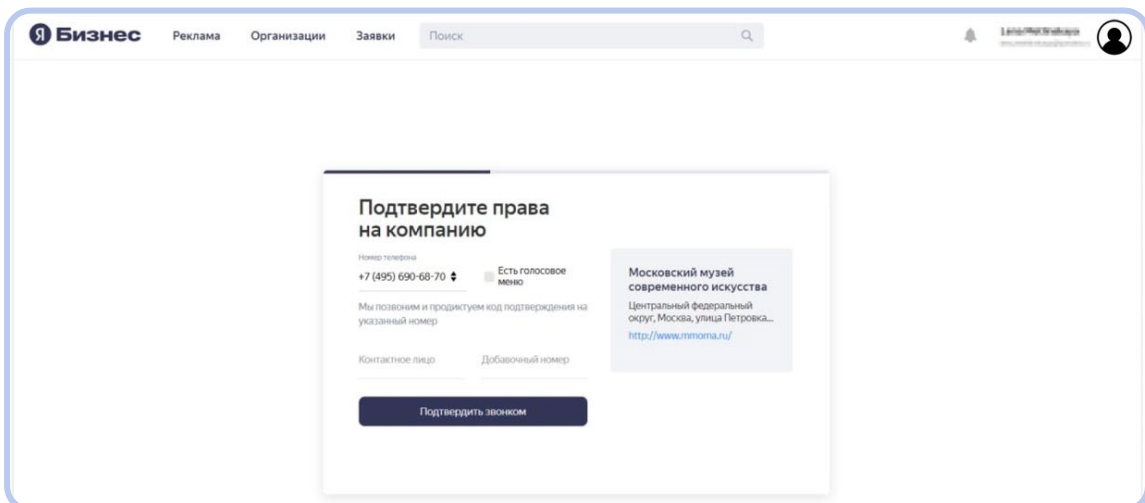
¹ **Важно.** Если на вашу организацию уже были получены права владения (к примеру, вашим же бывшим сотрудником, который создавал личный кабинет на свою или общую почту, а потом связь с сотрудником пропала), то вам придется обратиться в службу поддержки, создавать новый личный кабинет Яндекс Бизнеса и получать права на организацию заново. Необходимые подтверждения вашей причастности к организации пропишет служба поддержки, исходя из вашей ситуации. Служба поддержки — <https://yandex.ru/support2/business-feedback/ru/>.



3. Вы находитесь в разделе «Обзор» карточки организации, оставайтесь в нем же и спуститесь ниже по этому разделу. Найдите надпись «Вы владелец этой организации?».



4. Нажмите на нее. Вы автоматически перейдете на страницу Яндекс Бизнеса для подтверждения прав на организацию.

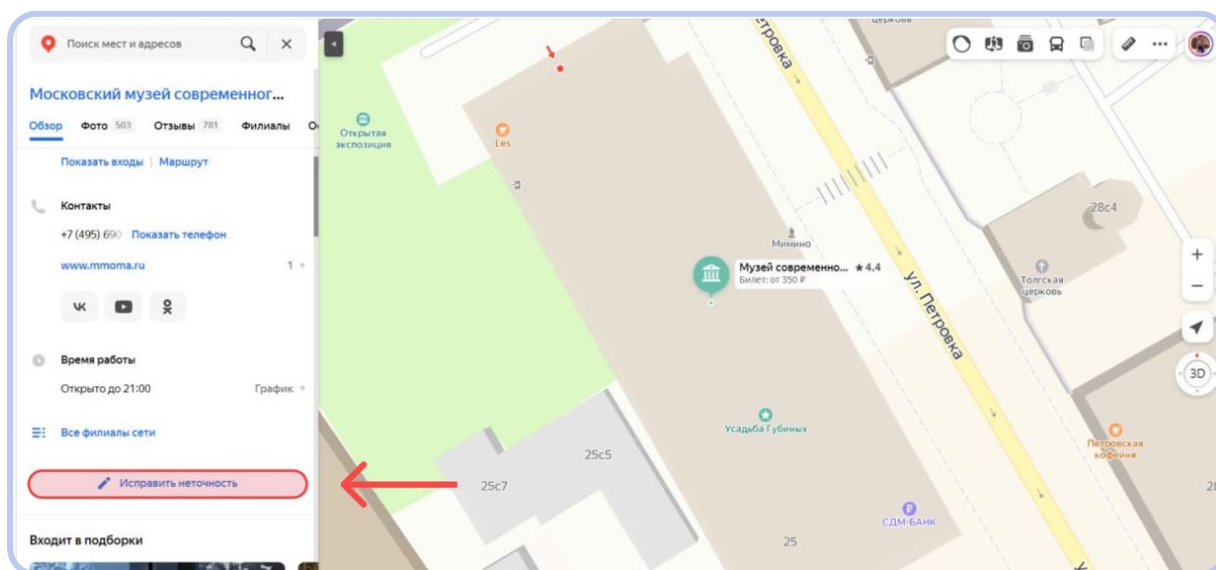


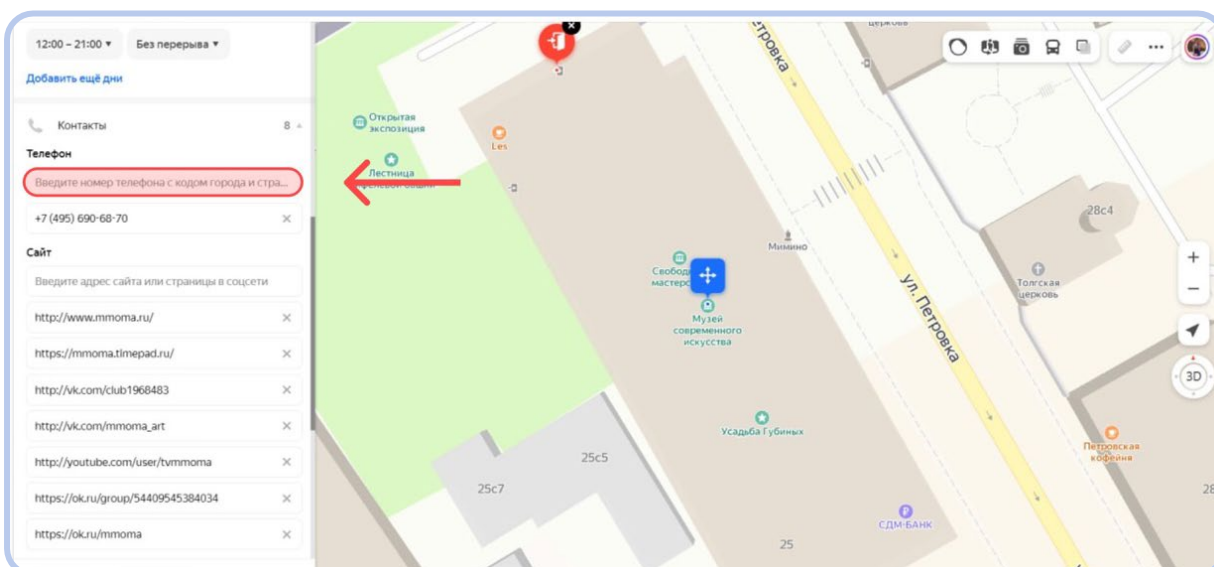
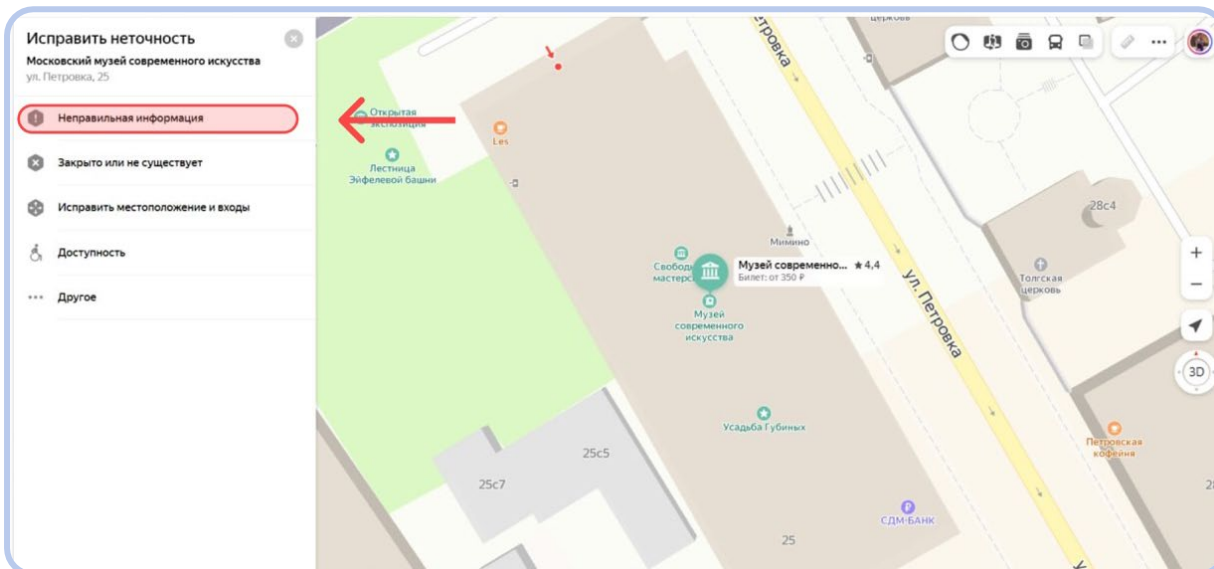
5. Выберите, как вам удобно подтвердить права. Это можно сделать двумя способами: по СМС или по звонку на номер, который указан в карточке вашей организации.
6. После выбранного способа вы перейдете в окно «Мы скоро позвоним для подтверждения». Дождитесь СМС или звонка оператора, который сообщит код, и введите код в поле «Код подтверждения». Если не хотите ждать, закройте окно и введите код позже.

Подробное описание процесса получения прав можно посмотреть в Справке. Особенно советуем раздел [«Частые вопросы»](#)

Что делать, если в карточке организации указан неправильный номер?

Если телефон указан неверно или не указан вообще, найдите компанию в Яндекс Картах, нажмите «Исправить неточность», далее — «Неправильная информация» и в открывшемся окне укажите номер телефона.





Заявку на изменение номера рассмотрят в течение трех дней.

Важно!

Чтобы новый номер добавился в перечень возможных для подтверждения прав владения карточкой, опубликуйте номер на сайте компании, который прикреплен к карточке организации, или подтвердите изменение оператору, который позвонит на ваш старый номер.

Если это ваш личный номер и вы можете подтвердить карточку организации только через него, то предлагаем указать этот номер на сайте организации на не самом заметном для пользователей месте или в скрытых полях, если это позволяют особенности вашего сайта.

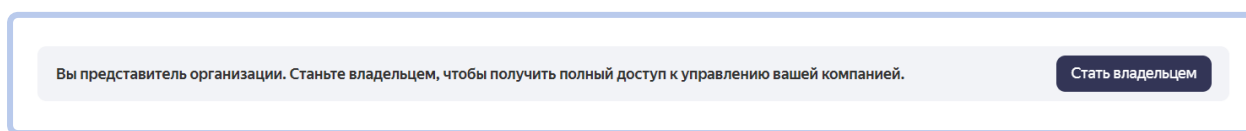
Наш робот, который «пройдет» по сайту в поисках номера, его всё равно найдет. А после добавления в перечень для подтверждения прав владения и в карточку организации вы можете скрыть номер от пользователей, но оставить для модераторов проверки актуальной информации в Картах.

Как только номер появится в профиле, вы можете запросить код для подтверждения прав.

Стать владельцем карточки организации через Яндекс Бизнес

01

Если вы уже создавали карточку организации в Яндекс Бизнесе, то вы сразу же можете получить права на владение ею, нажав кнопку «Стать владельцем» вверху страницы профиля в Яндекс Бизнесе.

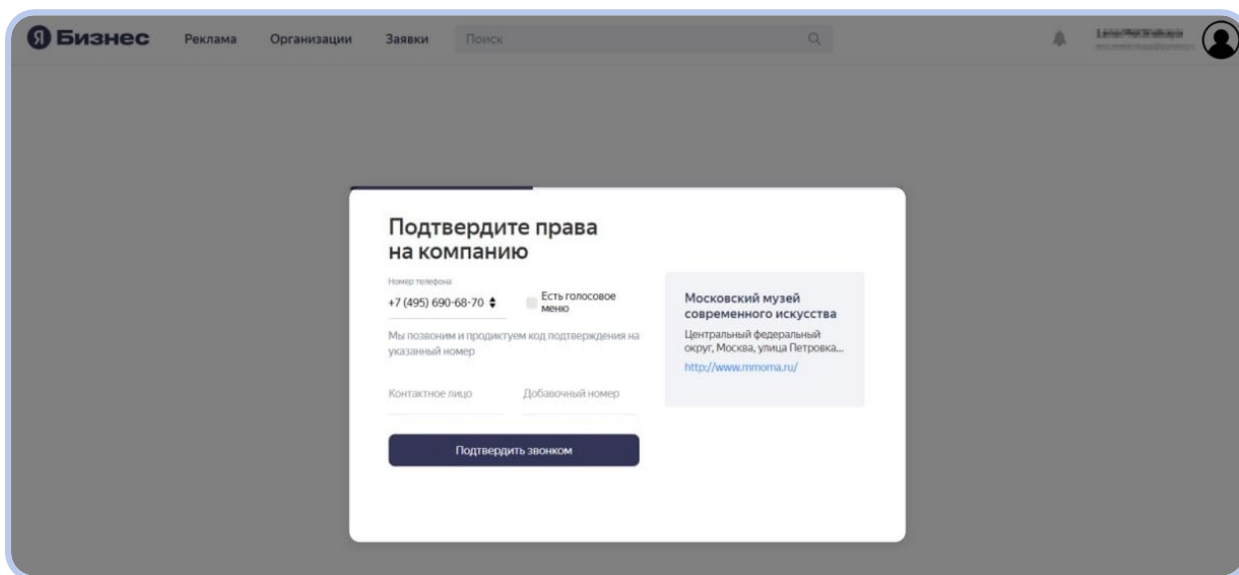


В открывшемся окне выберите из списка номер телефона, с помощью которого вы хотите подтвердить права, и способ получения кода подтверждения.

Важно!

Окно для получения кода может не появиться только в одном случае: если номер телефона организации совпадает с номером телефона, указанным в вашем профиле Яндекс Бизнеса при регистрации. Это значит, что модератор сопоставил номера личного кабинета

и организации и в дополнительном подтверждении номера нет необходимости. Во всех остальных случаях после нажатия кнопки «Стать владельцем» выйдет окно подтверждения прав на организацию



Как подтвердить права, рассказывали выше.

02

Если вы не создавали карточку организации, но знаете, что это сделал кто-то другой, в том числе и получил права на ее владение, к которым у вас нет доступа, то вам нужно обратиться в службу поддержки.

К примеру, ваш бывший сотрудник создавал личный кабинет Яндекс Бизнеса на свою или общую почту, получил права владения карточкой вашей организации, самостоятельно занимался наполнением карточки, а потом уволился без возможности с ним связаться. Или же вы новый сотрудник, которому поручили заниматься карточкой организации в Яндекс Картах, но никто из коллег не помнит, получал ли кто-то права владения карточкой, создавался ли личный кабинет в Яндекс Бизнесе и если да, то на какую почту. В таких случаях вам нужно обратиться в службу поддержки, чтобы создать новый личный кабинет Яндекс Бизнеса и получить права на организацию заново.

Необходимые подтверждения вашей причастности к организации пропишет служба поддержки, исходя из вашей ситуации. [Служба поддержки](#).

Еще раз напомним, что лучше создавать аккаунт (как почты, так и личного кабинета в Яндекс Бизнесе), к которому у ваших коллег также будет доступ. В случае если у вас поменяется сотрудник, ответственный за карточку организации в Яндекс Картах, последующему

ответственному не придется создавать новый аккаунт и снова подтверждать права на владения карточкой.

03

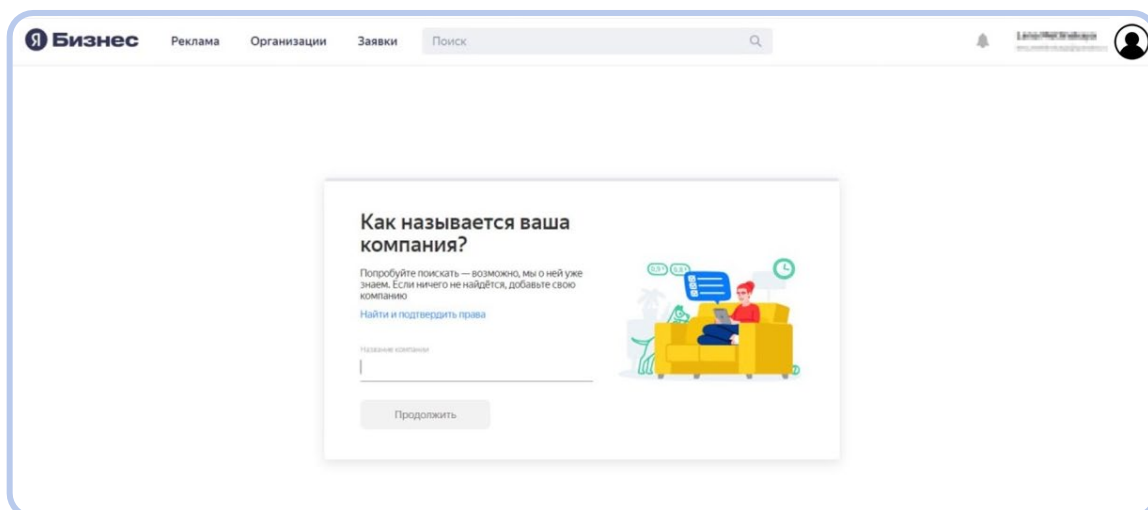
Если вы не создавали карточку организации и не знаете, сделал ли это кто-то другой, то советуем проверить существование карточки либо в Яндекс Картах (по вводу адреса в поисковую строку или с помощью увеличения масштаба карты и поиска вручную), либо в Яндекс Бизнесе по поиску названия организации.

Если выбрали способ через Яндекс Бизнес:

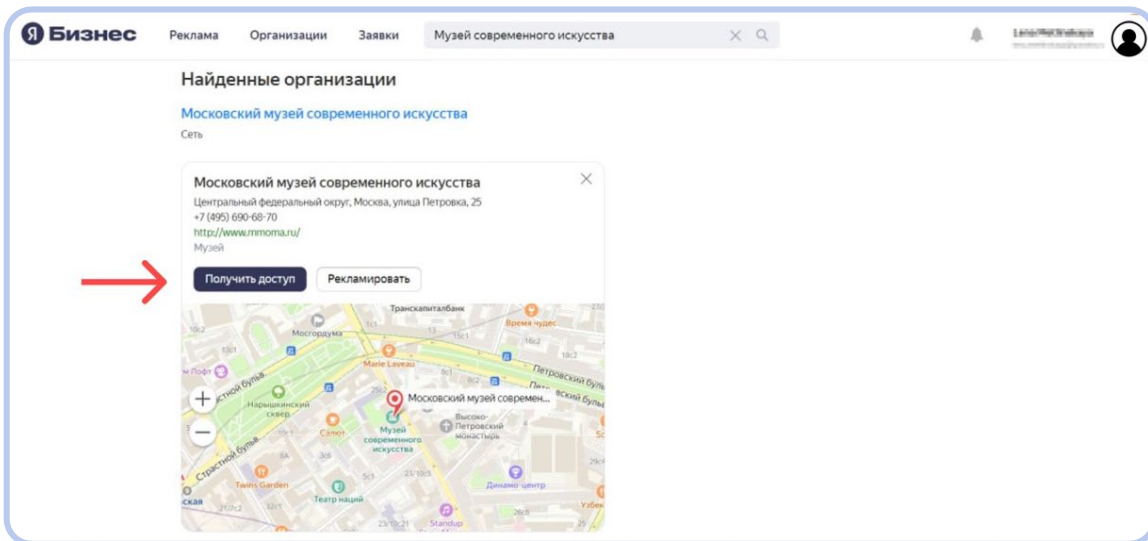
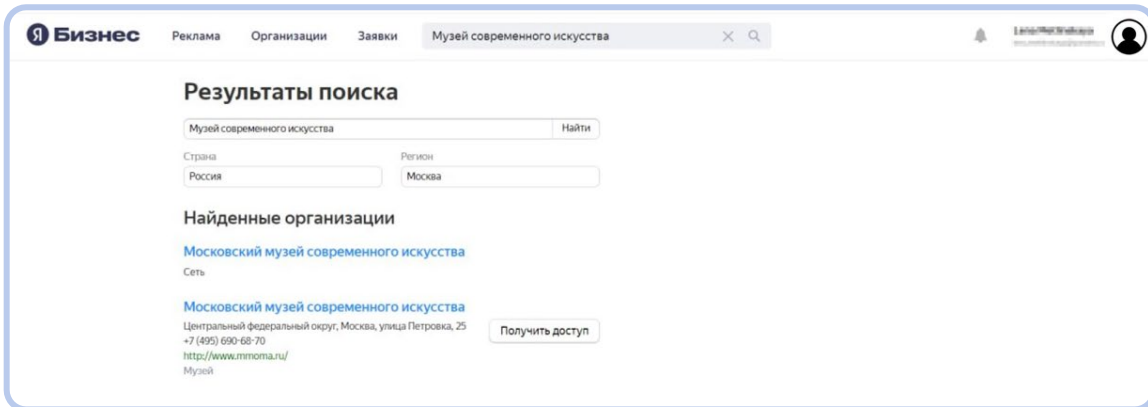
1. Авторизуйтесь: откройте [Яндекс Бизнес](#) и войдите с Яндекс ID. Если логина нет, то [зарегистрируйте](#) его.

Важно!

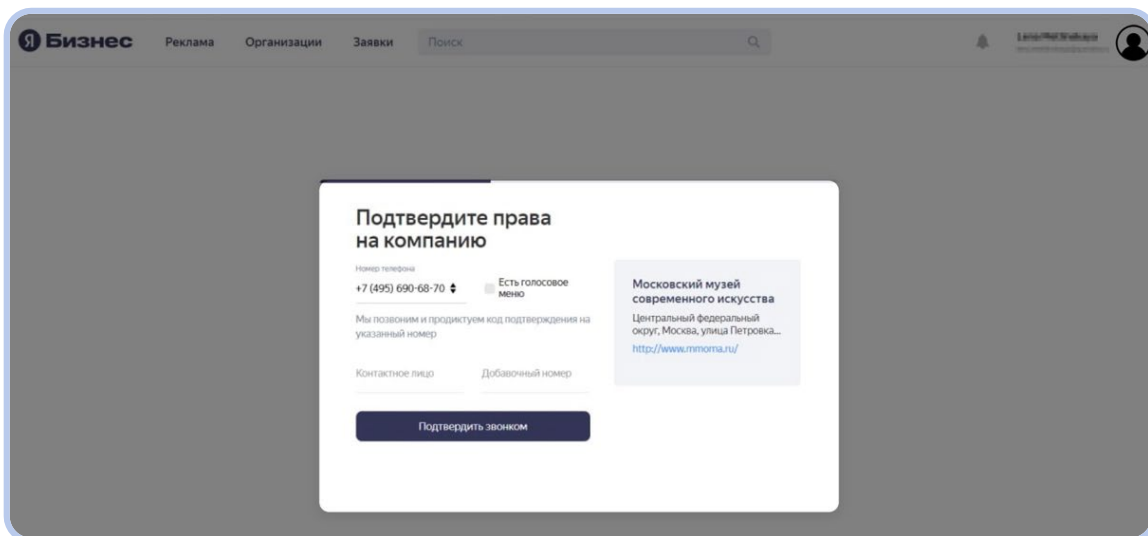
Зарегистрироваться или авторизоваться в Яндекс Бизнесе можно только через почту Яндекса (домен yandex.ru или ваш корпоративный). Если у вас нет корпоративного аккаунта, то советуем создать аккаунт, к которому у ваших коллег также будет доступ. В случае если у вас поменяется сотрудник, ответственный за карточку организации в Яндекс Бизнесе, последующему ответственному не придется создавать новый аккаунт и снова подтверждать права на владения карточкой



2. Введите в поиске название вашей организации. Если в этом списке вы нашли свою, внимательно изучите информацию о ней, чтобы убедиться, что эта организация — ваша.



3. Если информация совпадает, нажмите напротив названия организации кнопку «Получить доступ». В открывшемся окне выберите из списка номер телефона, с помощью которого вы хотите подтвердить права, и способ получения кода подтверждения.




4. Подтвердить права можно двумя способами: по СМС или по звонку на номер, который указан в карточке вашей организации (в данном примере возможно подтвердить права только по звонку, поскольку указанные номера — стационарные, подтверждение прав через СМС распространяется исключительно на мобильные номера).
5. После выбора способа вы перейдете в окно «Мы скоро позвоним для подтверждения». Дождитесь СМС или звонка оператора, который сообщит код, и введите код в поле «Код подтверждения». Если не хотите ждать, закройте окно и введите код позже.

Подробное описание процесса получения прав можно посмотреть в Справке. Особенно советуем раздел «[Частые вопросы](#)»

Как работать в личном кабинете Яндекс Бизнеса

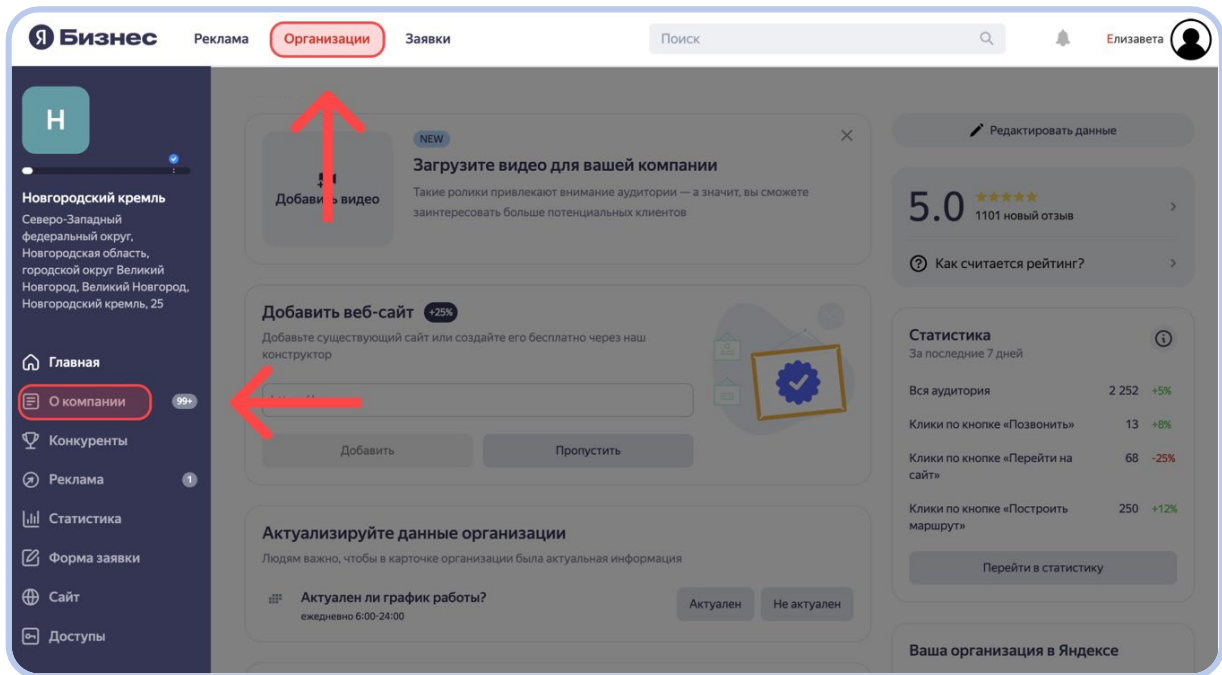
Заполненный профиль организации с фотографиями и видео привлекает людей. Пользователи Карт сразу могут найти нужную информацию, перейти на сайт или построить маршрут и запланировать визит самостоятельно.

Владелец организации должен вносить все важные данные в профиль Яндекс Бизнеса и следить за их актуальностью. За регулярное обновление информации в профиле организация получает знак «Информация подтверждена владельцем» — синюю галочку . Этот знак повышает доверие — пользователи с большей уверенностью посетят объект с галочкой, чем без. Карточки организаций с галочкой открывают на 12% чаще.

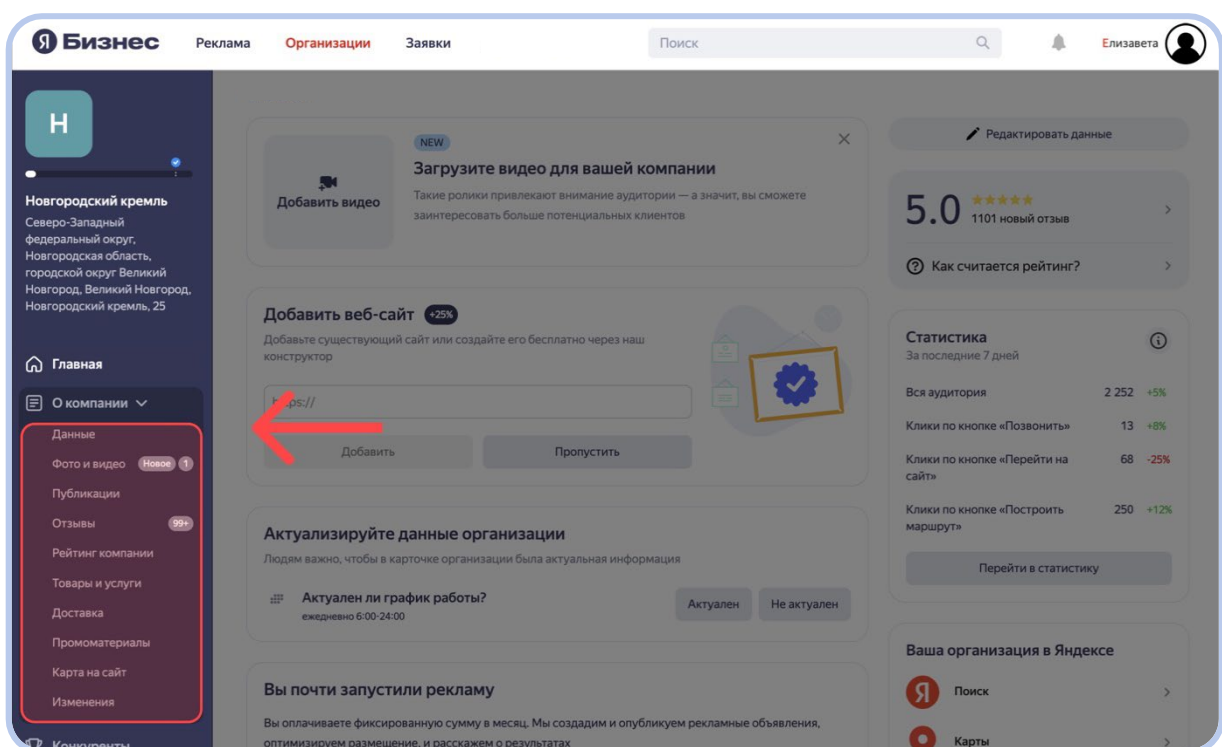
Как добавлять или изменять информацию об организации

Информацию об организации можно добавлять в профиле Яндекс Бизнеса.

1. Авторизуйтесь: откройте [Яндекс Бизнес](#) и войдите с Яндекс ID.
2. На верхней панели нажмите раздел «Организация», а после — раздел «О компании» в левом меню:



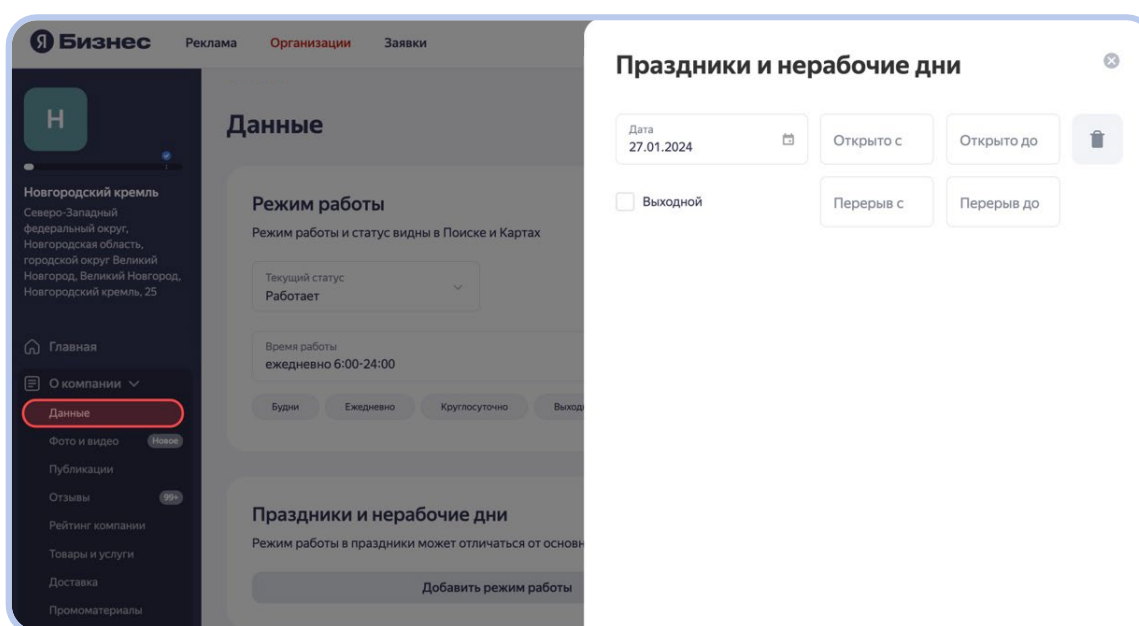
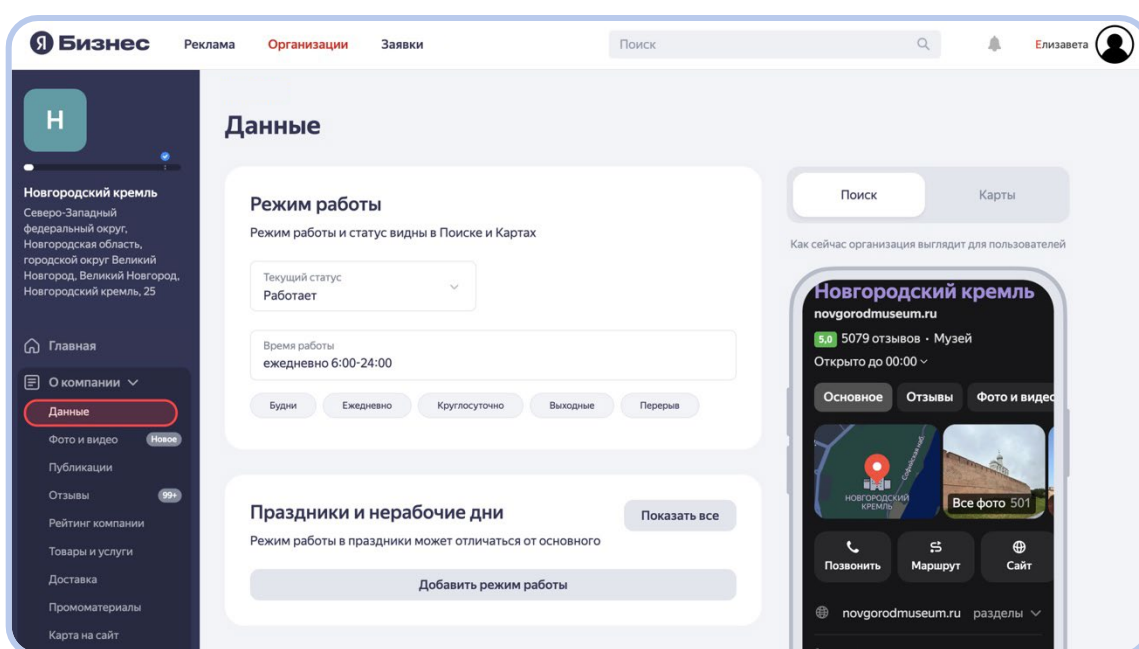
3. В открывшемся меню представлены все разделы информации о вашей организации, которые необходимо заполнить. Начнем с раздела «Данные», нажмите на него.



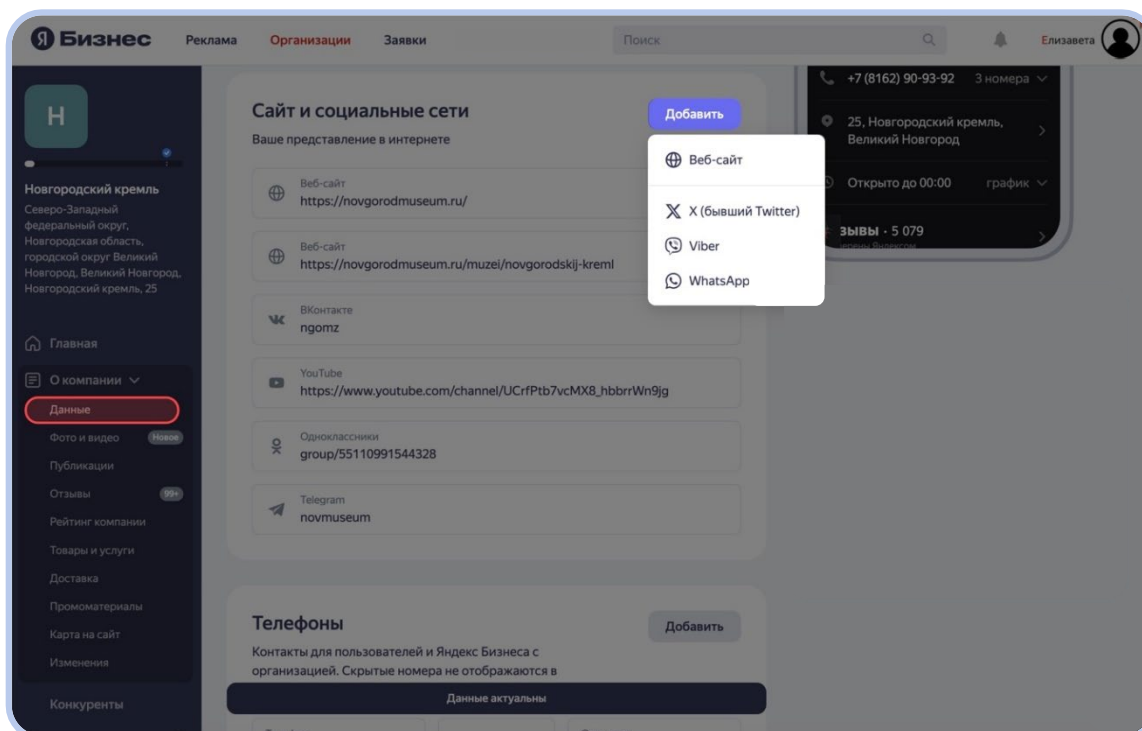
4. Первый пункт «Данных» — «Режим работы» вашей организации. Настройте промежутки с помощью кнопок «Будни», «Выходные», «Круглосуточно», «Ежедневно», «Перерыв».

Если в какие-то дни у вас запланирован нестандартный график работы, вы можете указать это отдельно. Для этого нажмите кнопку «Добавить режим работы на дату» в разделе «Праздники и нерабочие дни» и отметьте, что компания будет закрыта на выходной или будет работать по нестандартному графику.

Нестандартный график работы может быть связан с государственными праздниками, локальными культурными событиями (например, «Ночь музеев») или специальными событиями. Не забывайте вносить изменения, чтобы ваши потенциальные посетители смогли заранее спланировать визит.



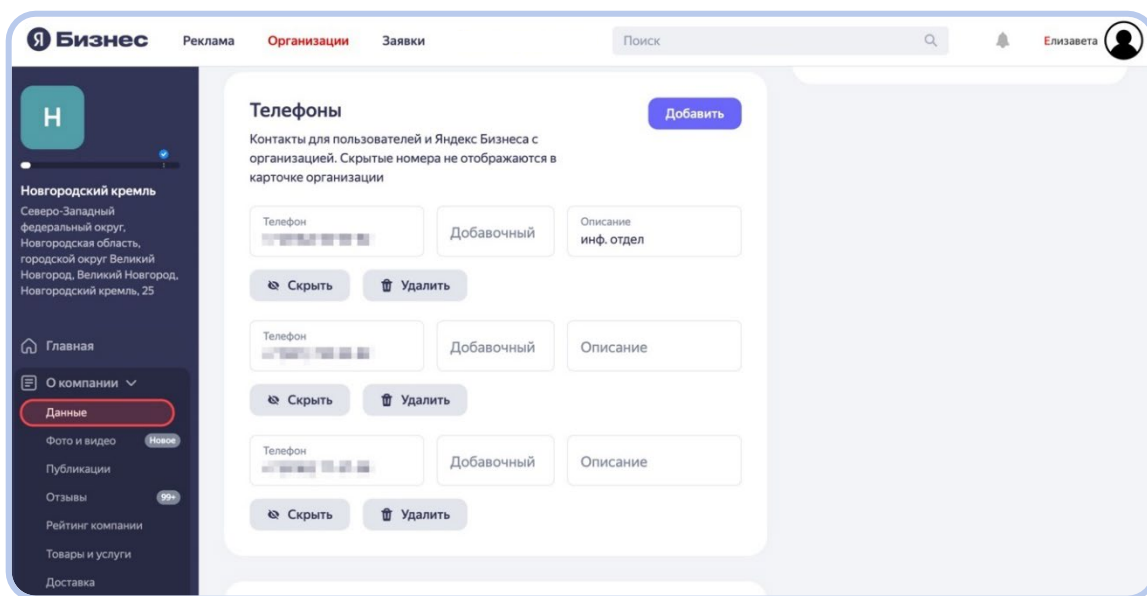
5. «Сайт и социальные сети». Укажите все соцсети, мессенджеры и один сайт. Так пользователь Яндекс Карт сможет выбрать удобный способ для связи с вами, а вы не потеряете посетителя на этапе планирования досуга.



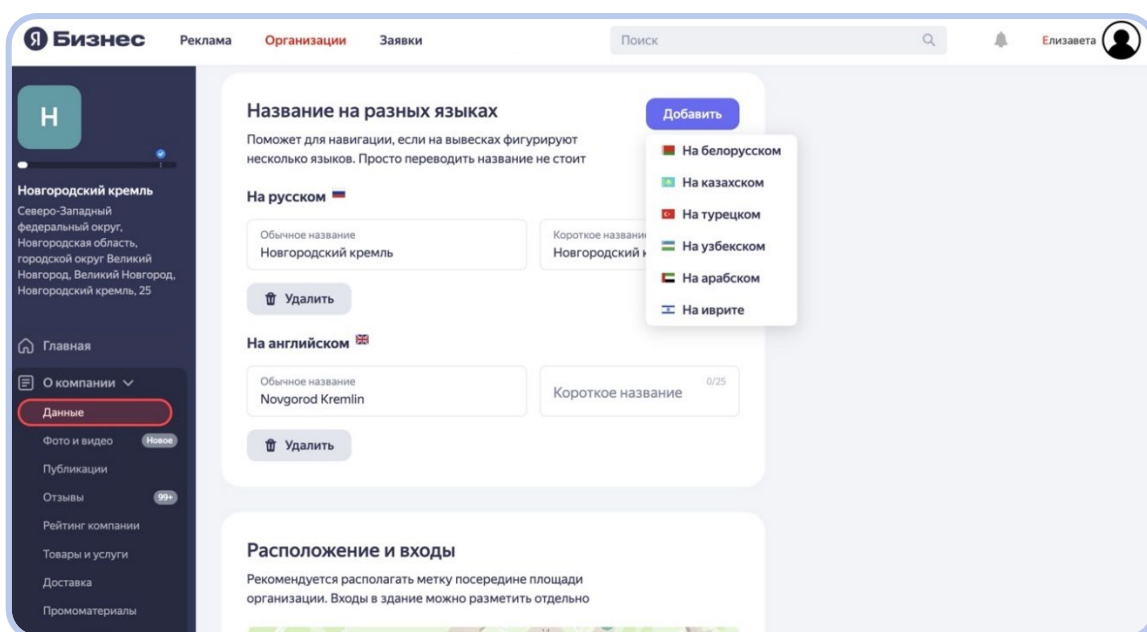
6. «Телефоны и электронная почта». В этом блоке необходимо указать контакты, по которым потенциальные посетители смогут с вами связаться. Для людей важно иметь возможность связаться с организацией, чтобы уточнить, к примеру, доступность выставки для маломобильных граждан (но также советуем заполнять эту информацию в карточке организации) или же информацию о потерянных вещах. Указанные контакты также должны быть доступны для модераторов Яндекс Бизнеса, которые проверяют актуальность информации. Если в карточке организации вы оставляете контакт, к примеру, службы поддержки или колл-центра, то связь модератора с владельцем будет затруднительна. Именно поэтому в таких случаях мы предлагаем добавлять в перечень телефонов ваш личный контакт и скрывать его от пользователей, если он не рабочий. Для этого нужно просто добавить номер, указать в описании, для каких целей он добавлен (см. скрин ниже), и при необходимости нажать кнопку «Скрыть» от пользователей.

Важно!

Этот же телефон нужно добавить на ваш сайт, прикрепленный к карточке организации. Если это ваш личный номер, то предлагаем указать этот номер на сайте организации на не самом заметном для пользователей месте или в скрытых полях, если это позволяют особенности вашего сайта. Наш робот, который «пройдется» по сайту в поисках номера, его всё равно найдет

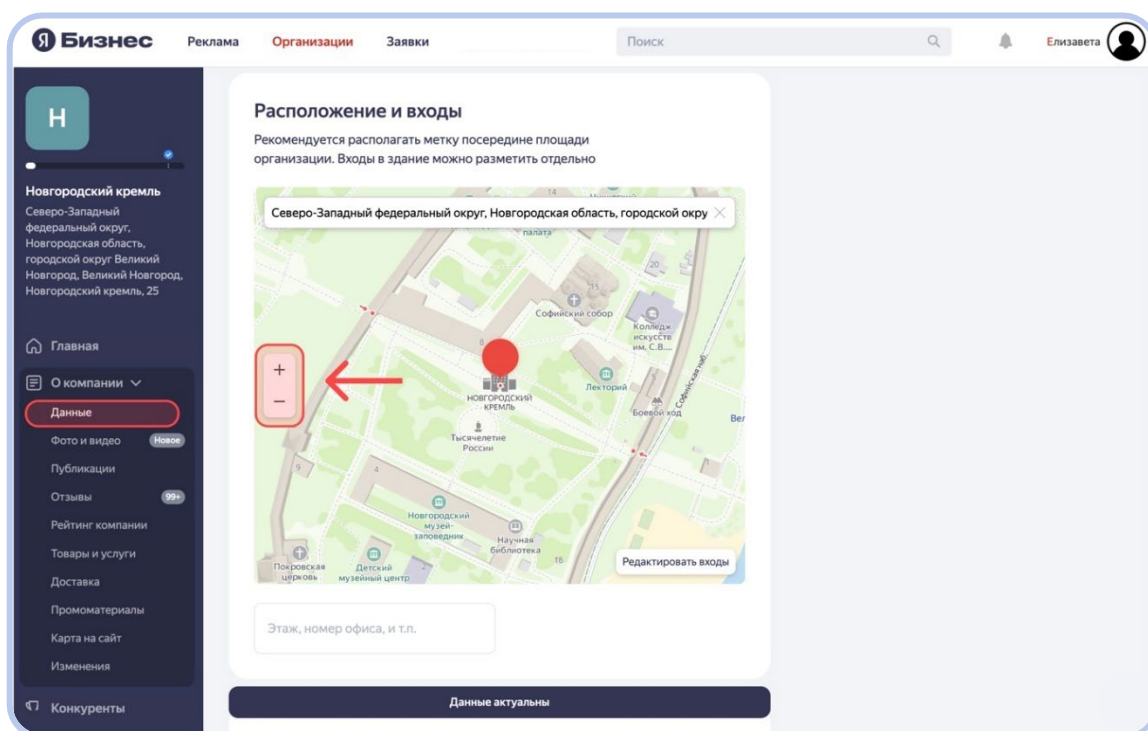


7. Название на разных языках. Вы можете добавить название вашей организации на языках из предложенного перечня. Также укажите короткое название: так посетителям будет проще вас найти, даже если они не знают или не запомнили название целиком.

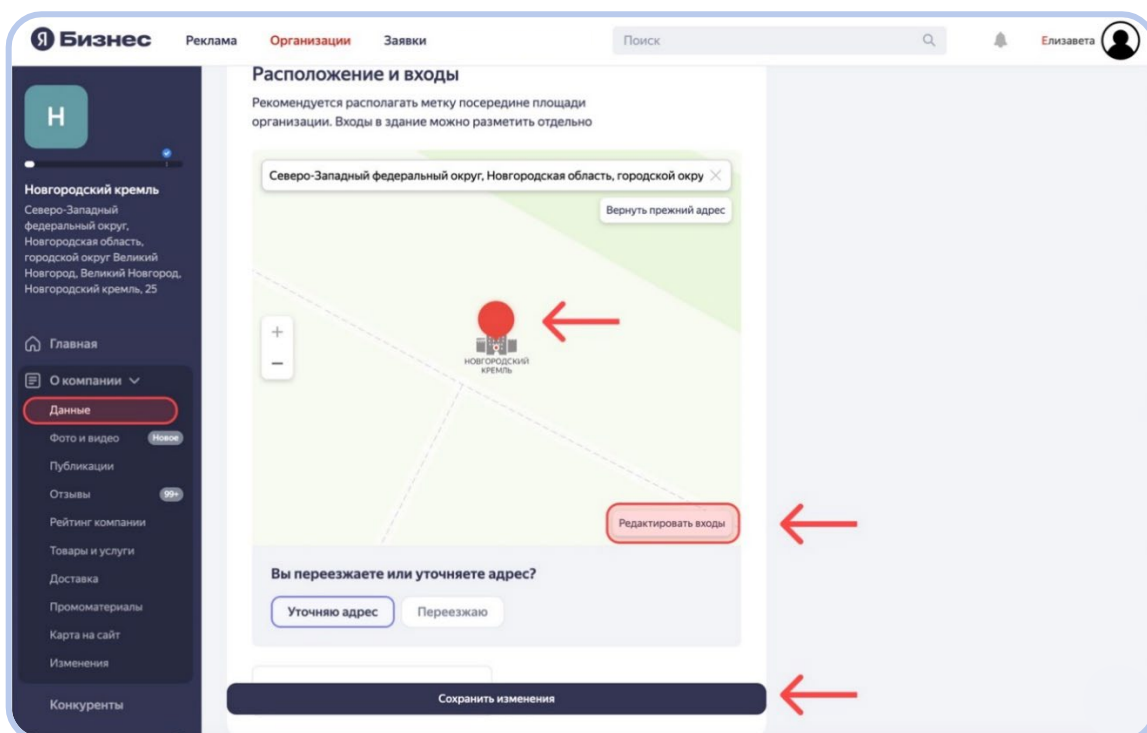


8. «Расположение и входы». Если здание, где вы находитесь, большое и в нем несколько входов, отметьте нужный вход на карте. Чем точнее будет адрес, тем больше потенциальных посетителей найдут ваш объект и останутся довольными, что этот процесс прошел быстро и беспрепятственно.

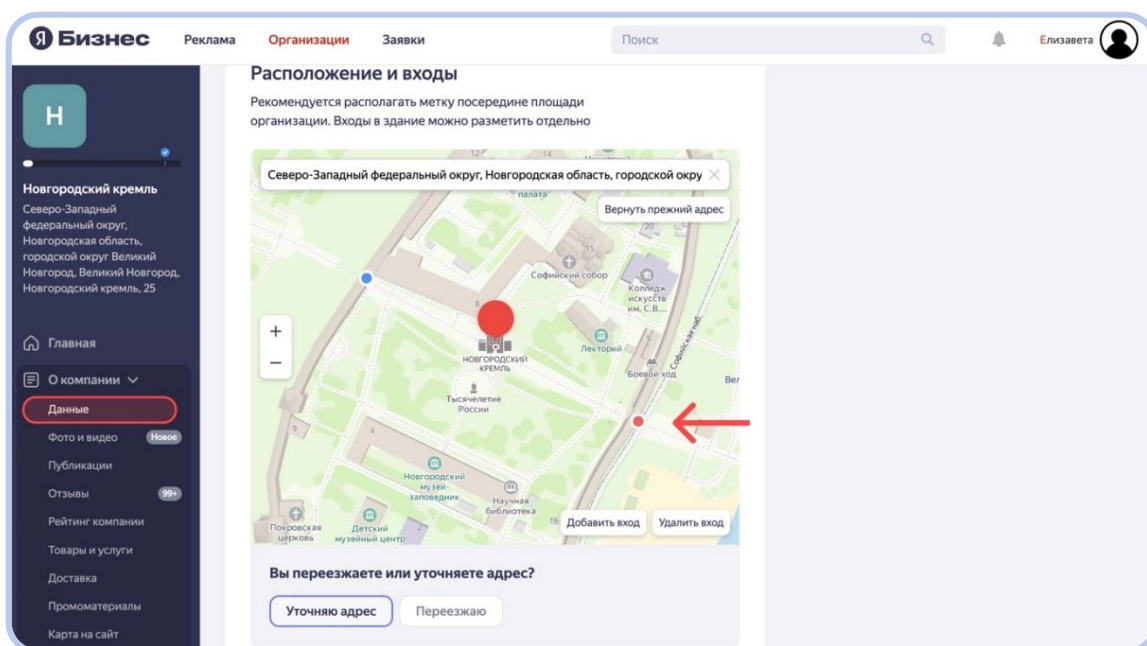
Для того чтобы изменить расположение точки вашей организации на Яндекс Картах, необходимо первоначально увеличить масштаб карты — нажать знак «+» в левой части карты (см. скрин ниже).



После того как вы приблизили карту до прорисовки зданий, нажмите на метку вашей организации (красный значок в виде кнопки, см. скрин ниже) и перетащите ее на нужное место расположения. Рекомендуется располагать метку посередине площади вашей организации. Далее нажмите одну из кнопок «Уточняю адрес» или «Переезжаю» в зависимости от причины изменения адреса. А после — кнопку «Сохранить изменения».



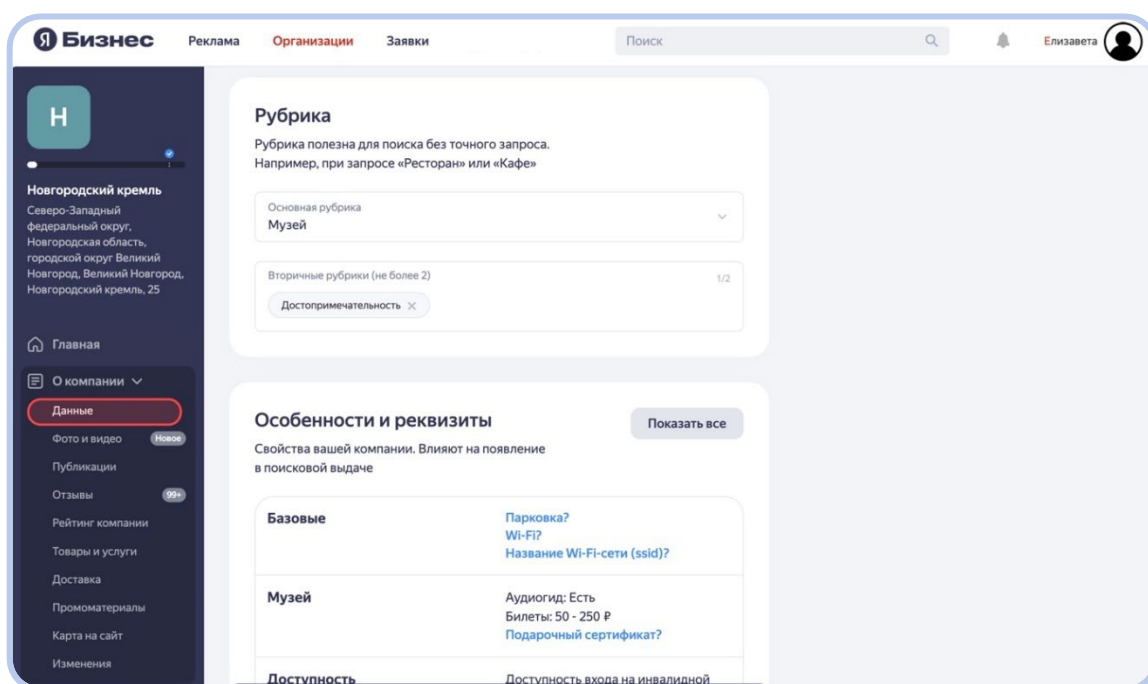
Если вам нужно изменить расположение входов, добавить или удалить вход, нажмите кнопку «Редактировать входы» в правом нижнем углу карты (см. скрин выше). Далее увеличьте масштаб карты до прорисовки зданий, нажмите на красную круглую точку (см. скрин ниже) и переместите ее на необходимое место. Если вам нужно добавить или удалить вход, нажмите соответствующие кнопки в нижнем правом углу карты. А далее — кнопку «Сохранить изменения».



9. «Рубрика». Добавьте вид деятельности вашей организации, чтобы посетитель смог найти вас по общим словам (музей, выставка и т. п.) без точного запроса названия вашей организации.

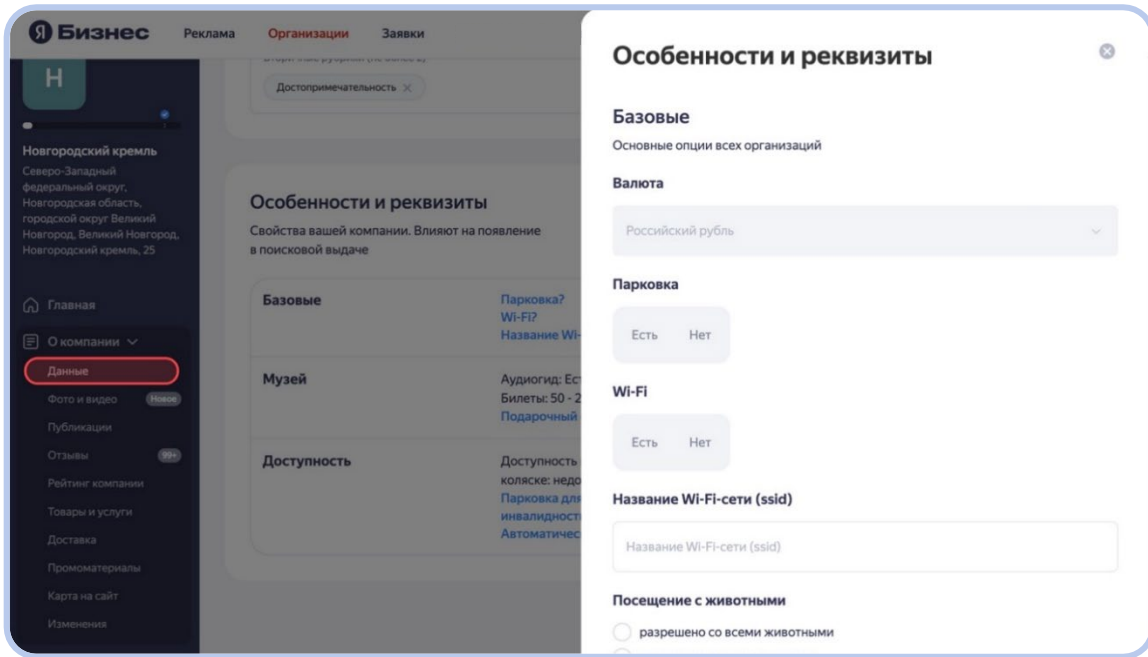
Важно!

Не перечисляйте категории, которые не связаны напрямую с вашей организацией. Если сомневаетесь, какую формулировку выбрать, посмотрите похожие профили объектов вашей сферы

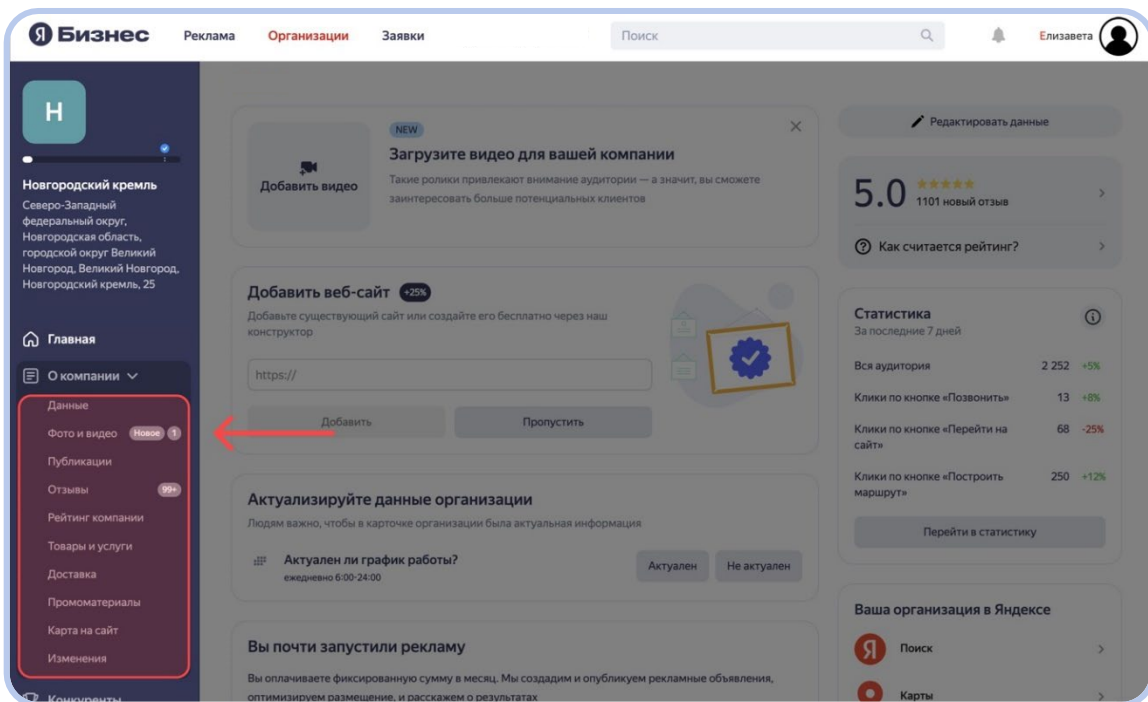


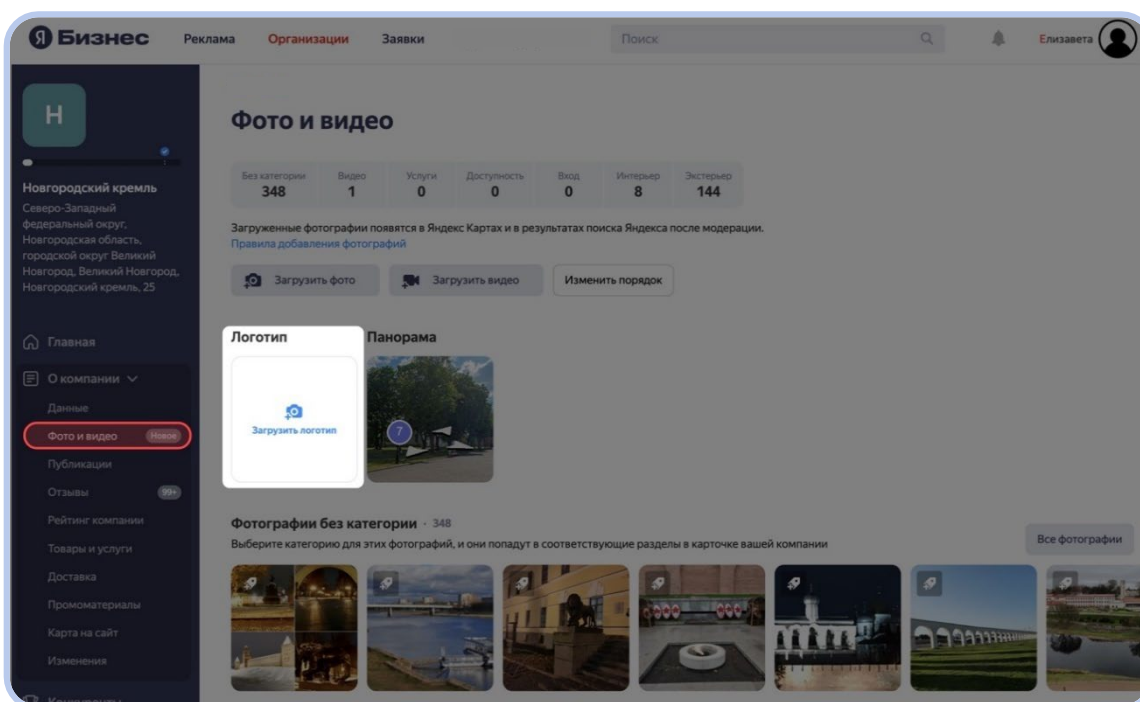
10. «Особенности и реквизиты». Люди ищут организации по конкретным параметрам. Например, не просто музей, а музей современного искусства. Или возможность маломобильному гражданину беспрепятственно посетить ваш музей и определенную выставку. Если мы знаем, что ваш объект подходит по описанию, то сможем показать его потенциальному посетителю.

Выбирайте только те пункты, которые у вас есть.



11. Переходим ко второму разделу «Данных» — «Фото и видео».



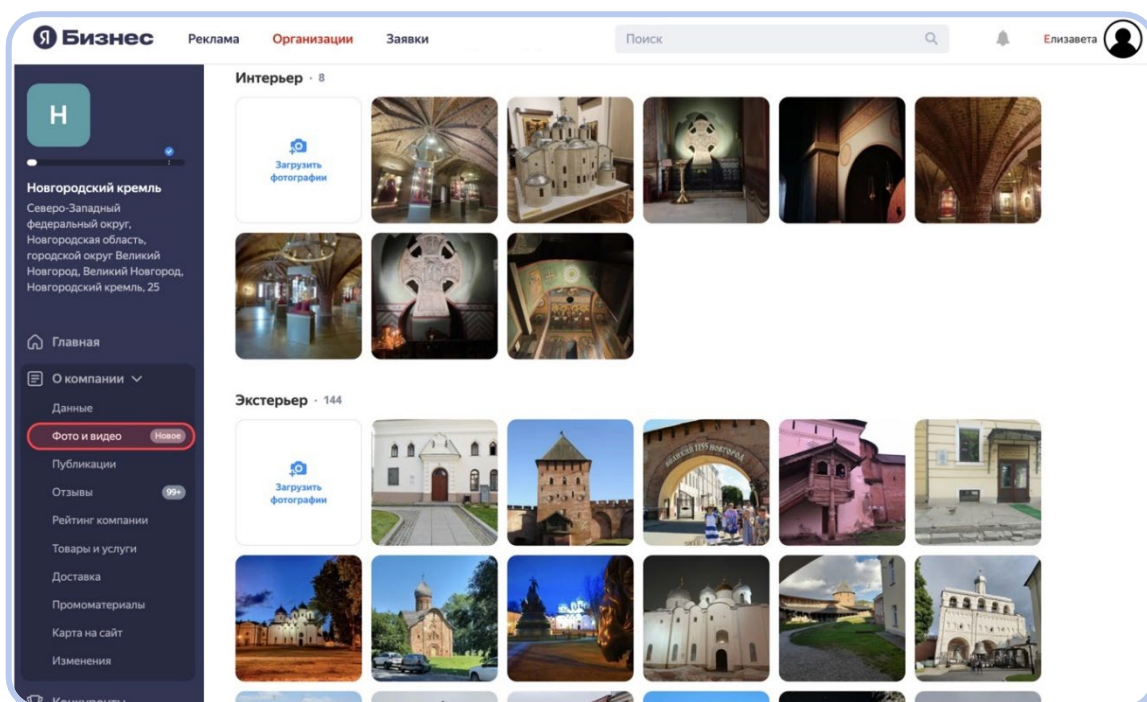


12. Если у вас есть логотип, добавьте его, так профиль организации выглядит более наполненным. Загрузите логотип (нажмите на значок карандаша, см. скрин выше) в формате JPG или PNG, размером до 10 Мб и с разрешением от 200 × 200 пикселей. Полные требования к изображениям перечислены в [Справке](#).

13. Фото и видео.

Заполните свой профиль фото и видео, главное, чтобы они были — пусть даже на смартфон. Чем более наполненная карточка организации, тем больше вероятность, что потенциальный посетитель выберет именно ваш музей для проведения досуга (особенно если речь про туристов, не знающих музеи города). Карточки организаций с актуальными фото открывают на 29% чаще, а с видео — на 75% чаще.

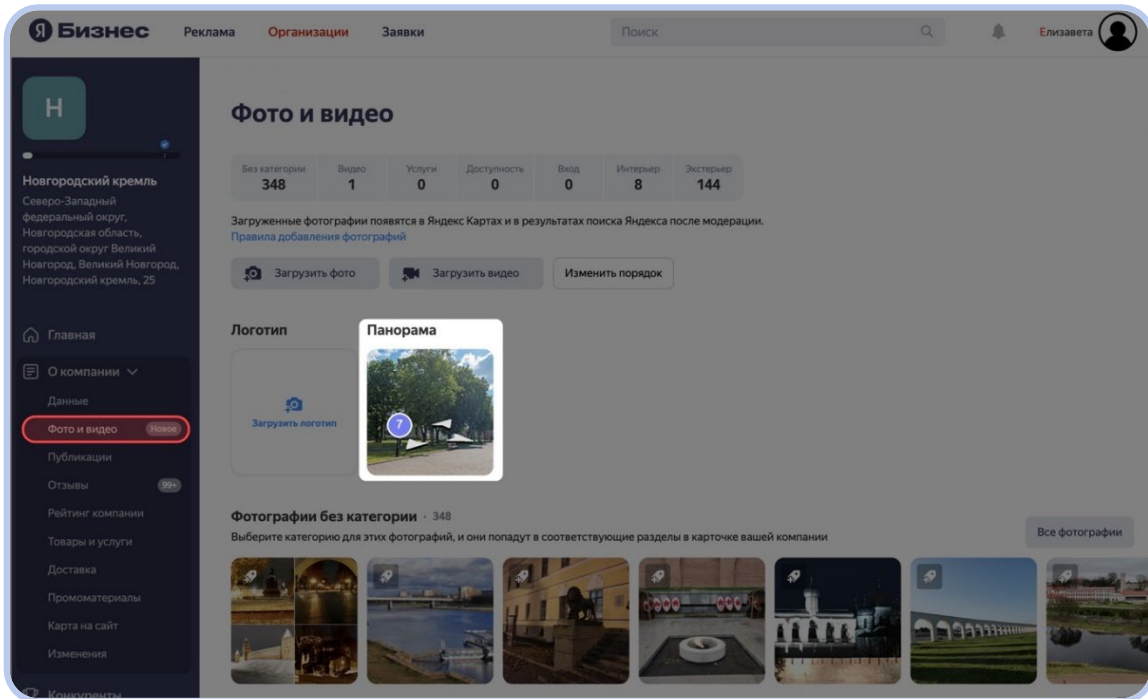
Добавьте фотографии во все разделы. Личный кабинет может сам предложить вам разделы для загрузки фотографий, исходя из сферы вашей организации (на примере музея: разделы фото «Внутри» и «Снаружи» или «Интерьер» и «Экстерьер»). Чем больше вы загрузите, тем вероятнее, что потенциальный посетитель решит выбрать вас.



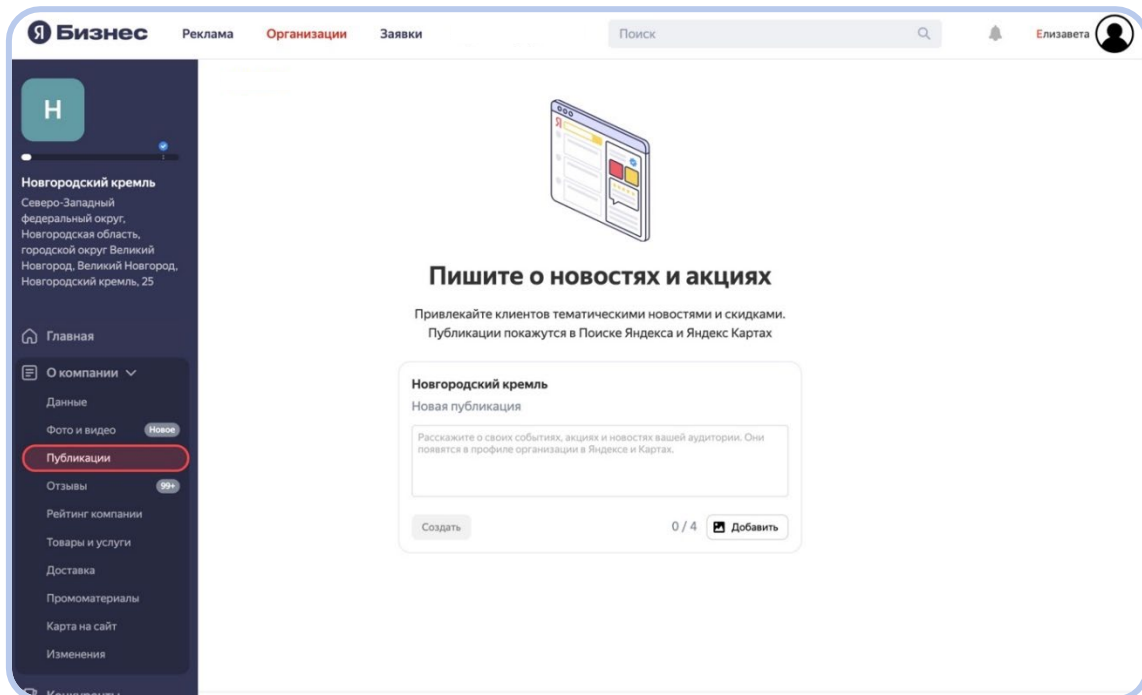
Используйте реальные фотографии. Стоковые фотографии и видео не вызывают доверия у потенциальных посетителей. Поэтому сервис может проверить, ваша ли организация изображена на фото и в видеороликах. Модерация фотографий займёт несколько часов, а видео — не меньше 8 часов.

Добавьте панораму, чтобы посетителю было проще вас найти. Мы снимаем панорамы улиц для Карт и показываем их в профиле организации автоматически, как только вы привязываете адрес. Вы можете выбрать точку на панораме, которая подскажет, как вас найти.

Помимо панорам улиц, есть возможность отснять внутренние панорамы музея и добавить их в Яндекс Карты для привлечения посетителей. За подробной информацией можно обращаться в [службу поддержки](#).



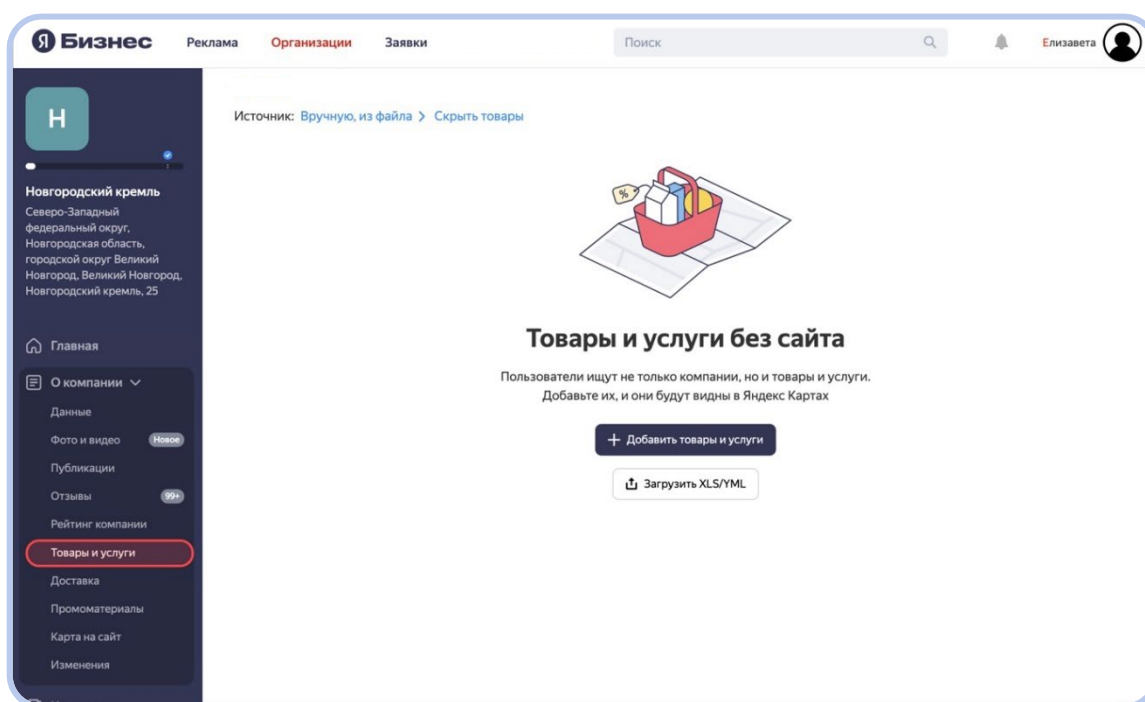
14. Раздел «Публикации». Здесь вы можете делиться любой информацией об организации. Например, рассказать о продлении популярной среди посетителей выставки или о том, что завтра вы празднуете юбилей музея. Люди увидят посты в профиле в Картах, в разделе «Новости». А ещё — когда будут искать информацию о ваших объектах в Поиске.



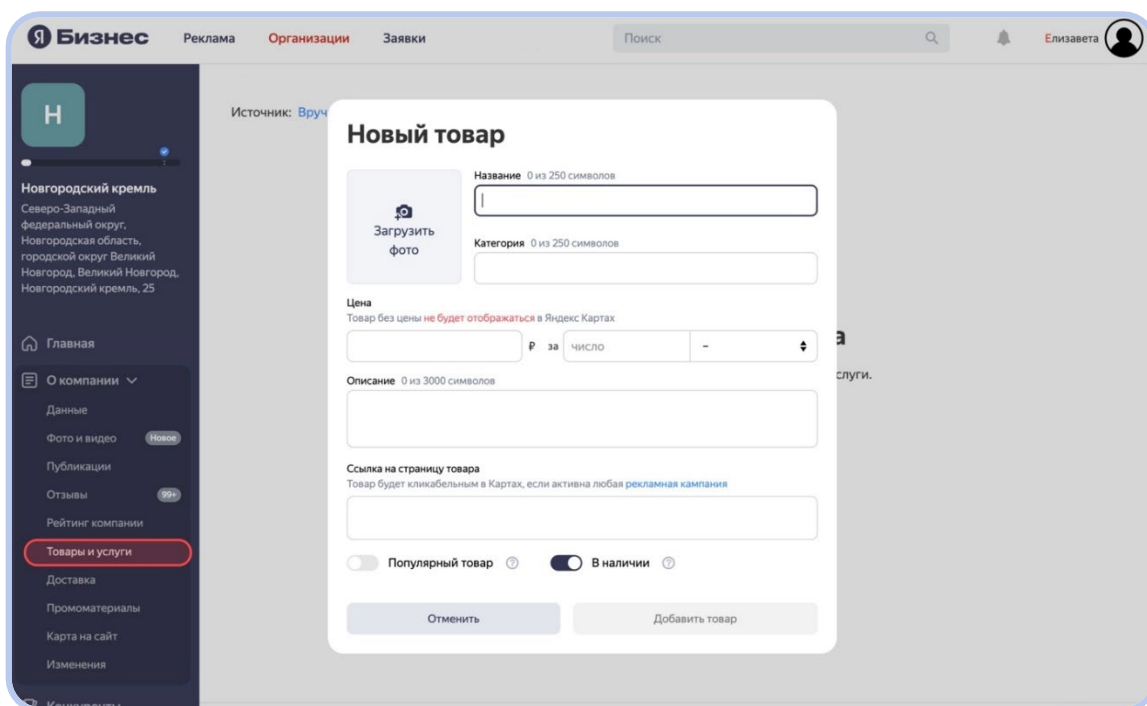
15. Перейдем к разделу «Товары и услуги». Если у вас есть, к примеру, музейный магазин и вы также отвечаете еще и за эту карточку организации, то вы можете загрузить список товаров и/или услуг с ценами. В карточке организации в Яндекс Картах они будут отображаться как на «Витрине» в разделе «Обзор», так и в разделе «Товары и услуги». Люди часто смотрят эти разделы вне зависимости от сферы деятельности организации, это еще один пункт наполненности карточки, что вызывает доверие людей.

Важно!

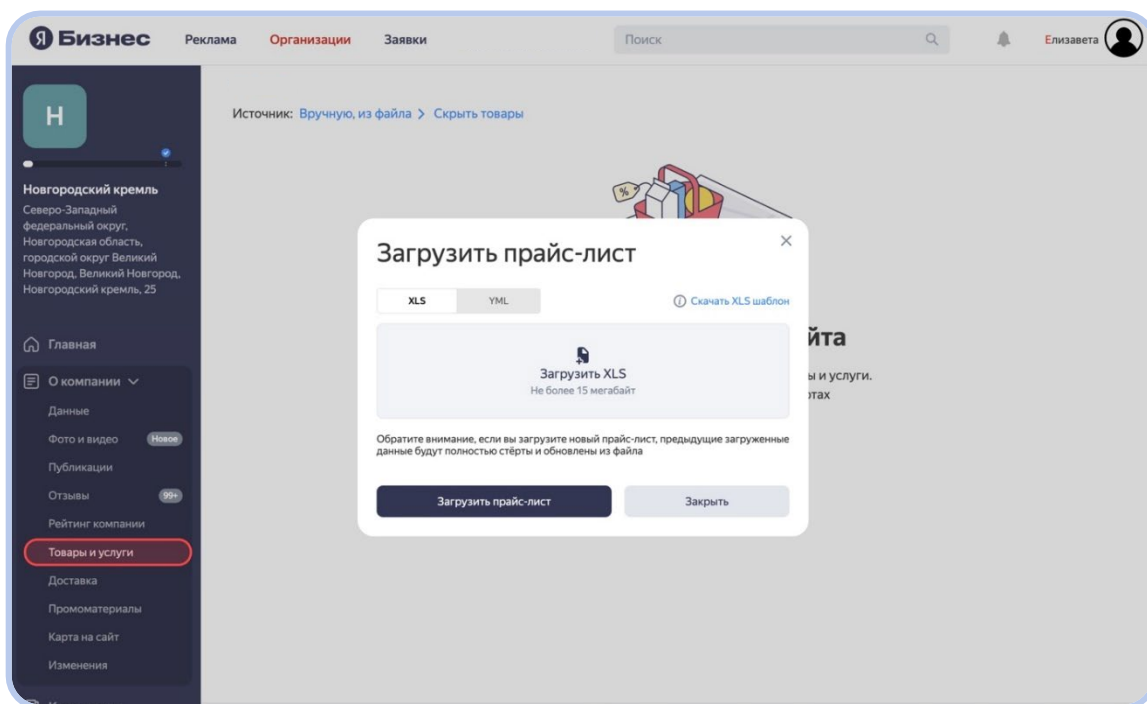
Если у вас есть музейный магазин, то для него необходимо создавать новую карточку организации и уже в ней добавлять всю информацию о товарах и услугах. А если же в самом музее, в кассе, у вас можно приобрести, к примеру, подарочный сертификат, этот товар можно загружать в карточке организации самого музея



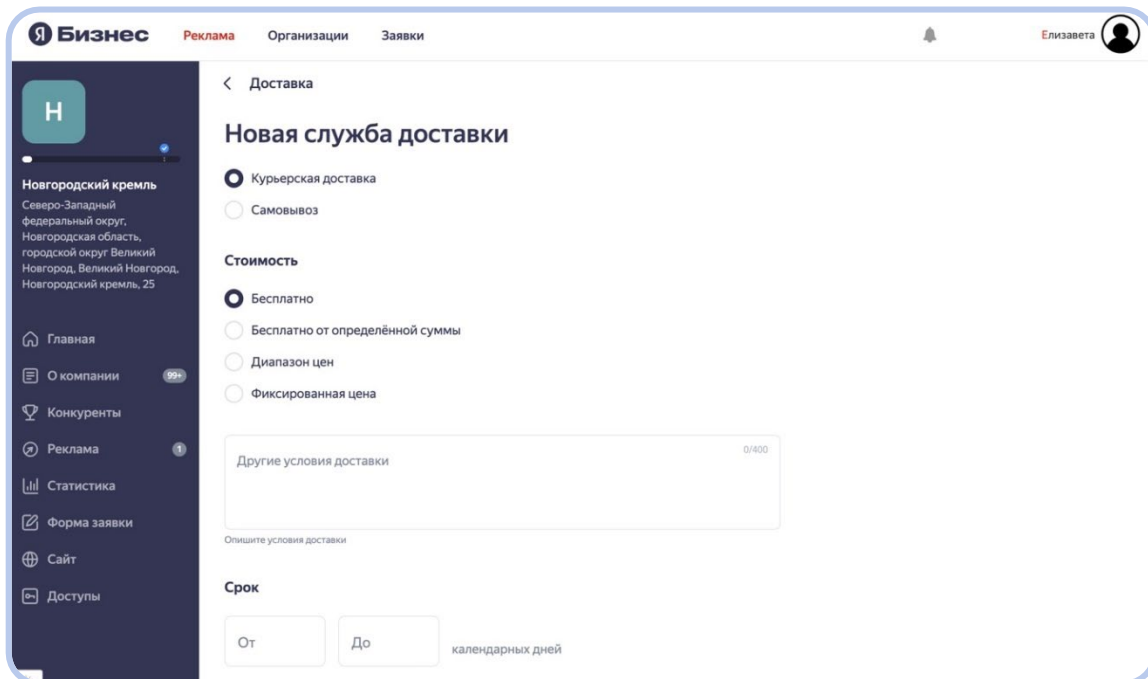
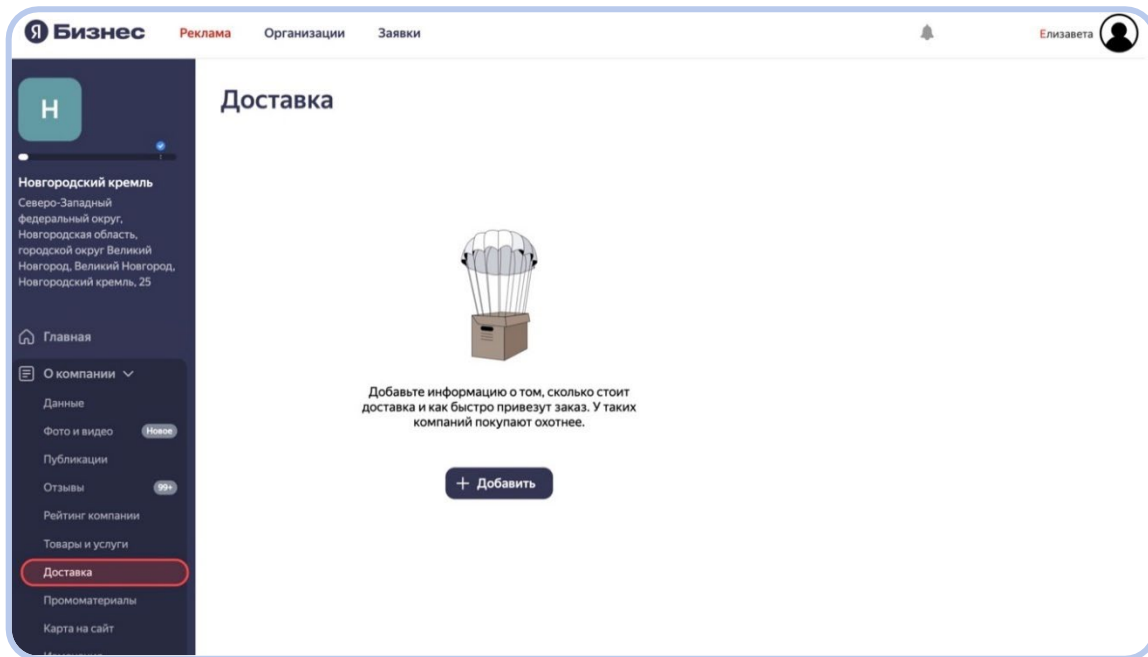
16. Добавить список товаров можно самостоятельно в личном кабинете Яндекс Бизнеса: нажмите кнопку «Добавить товары и услуги» и вносите каждую позицию отдельно.



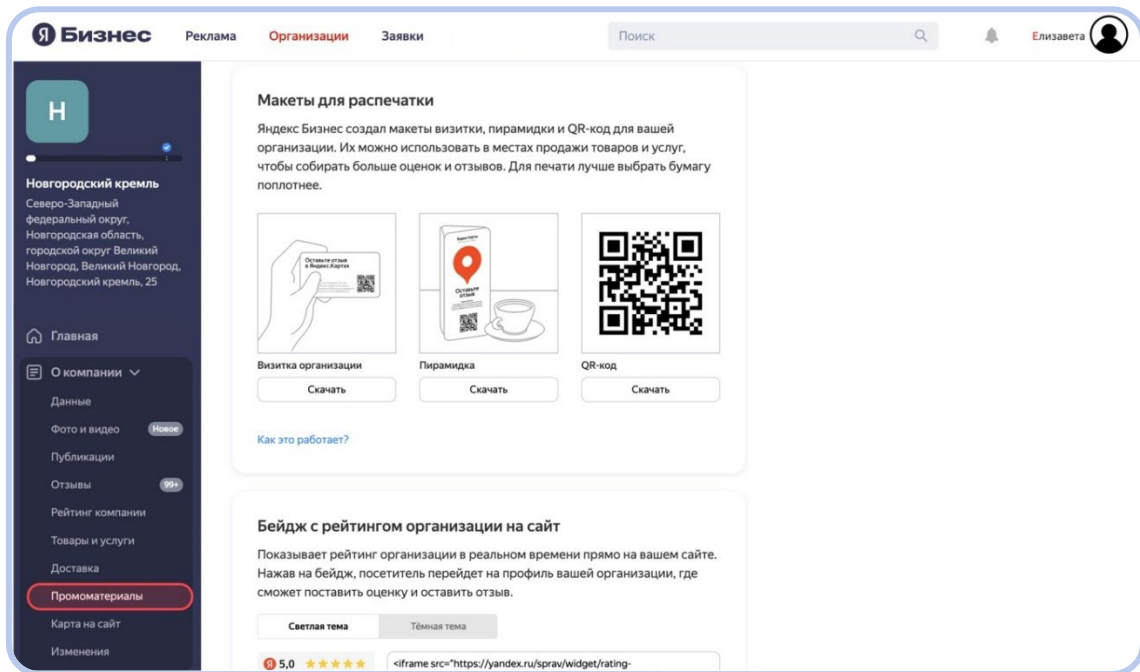
Второй вариант — загрузка файлом. Шаблон, чтобы составить XLS/XLSX- или YML-файлы, мы прописали в [Справке](#). Заполните все поля и добавьте фотографии.



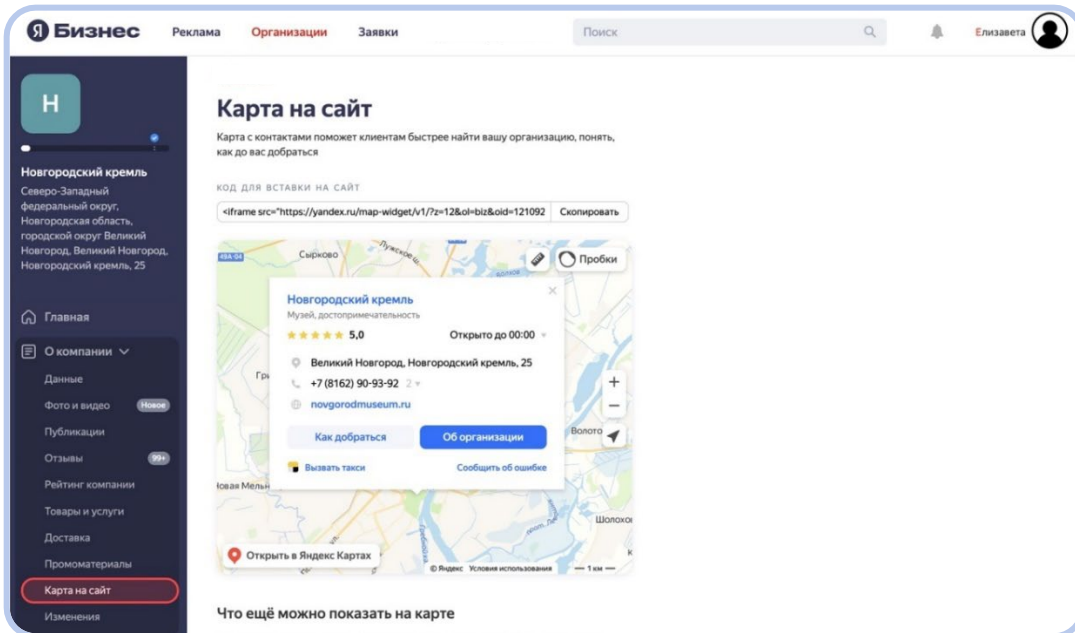
17. Раздел «Доставка». Если у вас возможны доставка и самовывоз товаров из музейного магазина, пропишите это в разделе: выберите способ — доставку или самовывоз — и укажите условия для курьерских доставок.



18. В разделе «Промоматериалы» вы найдете готовый макет промоматериалов, которые помогут взаимодействовать с посетителями офлайн. Это может быть визитка, пирамидка или просто QR-код, который посетитель заметит и отсканирует. Такие промоматериалы вы сможете разместить в музейном кафе, на самом билете на выставку или экспозицию или в парке вокруг вашего объекта — посетители смогут перейти в ваш профиль в Картах и оставить отзыв.

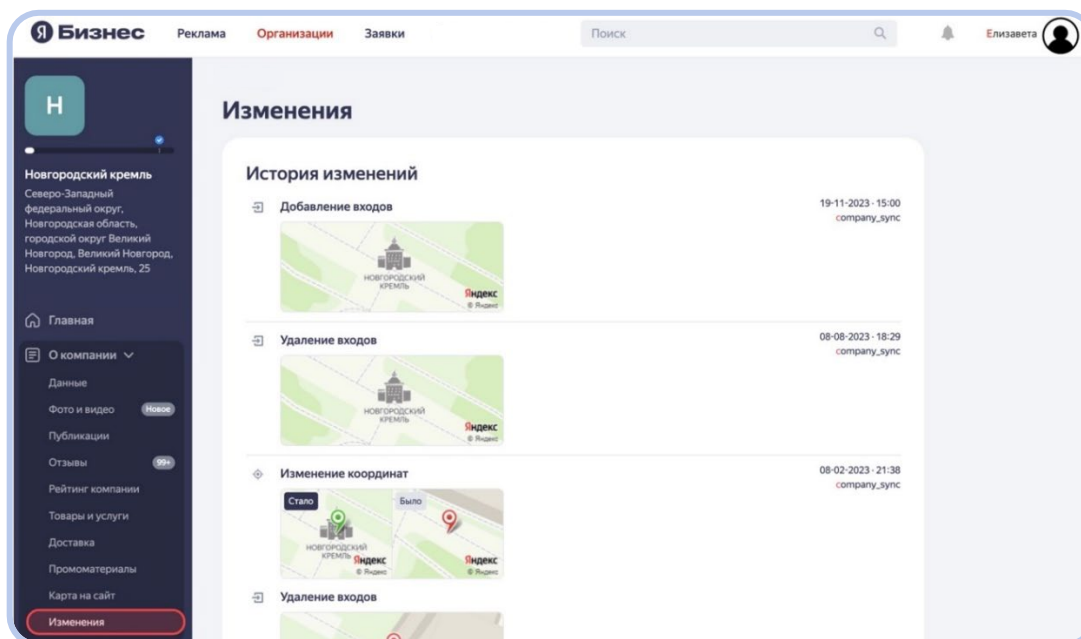


19. В разделе «Карта на сайт» вы сможете добавить карту от Яндекс на ваш ресурс. Помимо карты с фокусом на вашем объекте, вы сможете добавить при необходимости филиалы организации, подробный маршрут, вход в здание и другое.

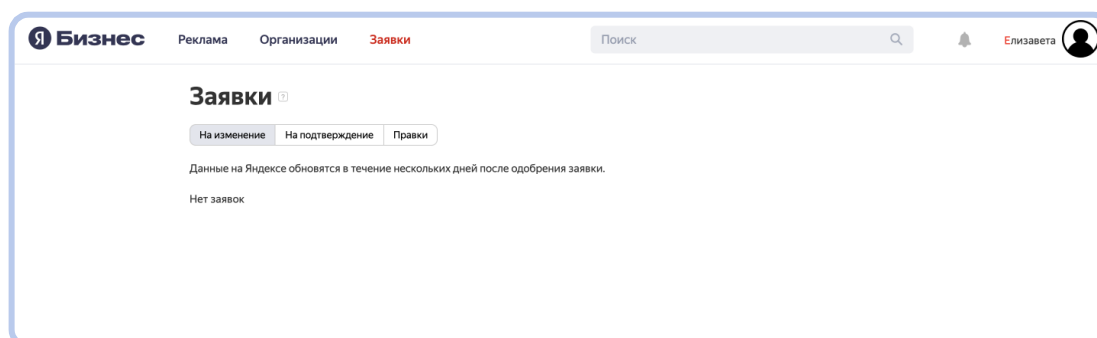


20. В разделе «Изменения» вы можете отслеживать все изменения в карточке вашей организации. Например, изменение адреса, координат, телефона или сайта, обновление логотипа. Здесь отображается история изменений, сделанных вами, службой

поддержки Яндекс Бизнеса (ya.robot) или пользователями Яндекс Карт после вашей модерации — принятия или отклонения заявки.



Все изменения, которые предлагаются вами или службой поддержки, первоначально отображаются в блоке «Заявки» → «На изменение». В заявке указываются тип изменения, старые и новые данные, автор, дата и время правки. После проверки заявка переносится в блок «История изменений» со статусом «Одобрена» или «Отклонена». Одобренные изменения публикуются в карточке организации в Яндекс Картах и в Поиске.



Все изменения, которые предложили пользователи в Яндекс Картах, вы можете принять или отклонить в разделе «Заявки» → «На подтверждение». Если вы в течение трех дней не отклоните правки в этом блоке, они будут опубликованы автоматически.

Как работать с отзывами

Любой пользователь с Яндекс ID может оставить отзыв об организации (отзыв будет опубликован после модерации, если не будет нарушать [требования к содержанию отзыва](#)). Отзывы помогают другим пользователям сделать выбор.

В личный кабинет Яндекс Бизнеса будут добавлены отзывы о вашей организации из Яндекс Карт и Поиска. Вы найдете их в разделе «О компании» → «Отзывы». Чтобы не пропускать новые отзывы, подключите уведомления на почту, это можно сделать [здесь](#).

Важно!

Сервис позволяет посмотреть только последние 600 опубликованных отзывов в Картах и в личном кабинете Яндекс Бизнеса. Чтобы не пропустить новые отзывы о вашей организации, вы можете [настроить уведомления](#) о них, и они будут приходить на вашу почту

Как устроены отзывы и рейтинг

Отзыв содержит оценку от 1 до 5 и комментариев.

Пользователь Яндекс Карт может поставить оценку и не написать комментарий, но оставить комментарий без оценки нельзя. Поэтому в карточке организации количество оценок может быть больше, чем отзывов. Оценки без комментариев можно посмотреть в Яндекс Картах.

На основании отзывов и оценок рассчитывается рейтинг организации (значение от 1 до 5). Учитываются все оценки в карточке организации с момента ее создания.

Рейтинг помогает клиентам выбрать между организациями с похожими характеристиками. Чем выше ваш рейтинг среди конкурентов, тем выше вероятность того, что потенциальные посетители выберут именно ваши объекты для проведения досуга.

Чтобы у вашей организации сформировался рейтинг, она должна получить от трех до пяти оценок. Пока у организации не больше пяти оценок, ее рейтинг будет не выше 4,3. Например, даже если у организации пять оценок по 5 баллов, ее рейтинг будет 4,3. Это необходимо для того, чтобы сохранить честную конкуренцию. Несколько

высоких оценок у новой организации неравнозначны сотне высоких оценок у организации, которая работает дольше.

Ещё на рейтинг влияет вес, который алгоритм присваивает каждой оценке.

Учитывается два фактора:

1. **Достоверность.** Алгоритмы учитывают, ставил ли посетитель оценки раньше и сколько их было. Если ставил, его оценка имеет больший вес. Если нет, оценка будет учитываться с меньшим весом.
2. **Влиятельность.** Алгоритмы также проверяют, как человек оценивал организации раньше. Если он всегда ставил пятёрки, а новой карточке музея поставил четыре, алгоритмы понимают, что этого посетителя довольно сложно расстроить. Поэтому его четвёрка повлияет на рейтинг организации больше, чем если бы он снова поставил пятёрку.

Иногда Яндекс Карты просят посетителей сравнить две похожие организации, в которых они были. Результаты таких сравнений тоже учитываются при подсчёте рейтинга.

Подробнее про формирование рейтинга [тут](#).

Как повысить рейтинг

Рейтинг меняется, когда организация получает новые отзывы и оценки. Чтобы повысить рейтинг своей организации:

1. Сделайте так, чтобы оставлять отзывы было проще. Например, предоставьте посетителям бесплатный Wi-Fi в музее и заполните в Яндекс Бизнесе сведения о своей организации: время работы, сайт и телефон.
2. Предлагайте посетителям оставлять оценки и отзывы в карточке организации через промоматериалы.
3. Отвечайте на негативные отзывы. Это покажет, что вам небезразлично мнение посетителей и вы всегда готовы к нему прислушаться.

Как ответить на отзыв

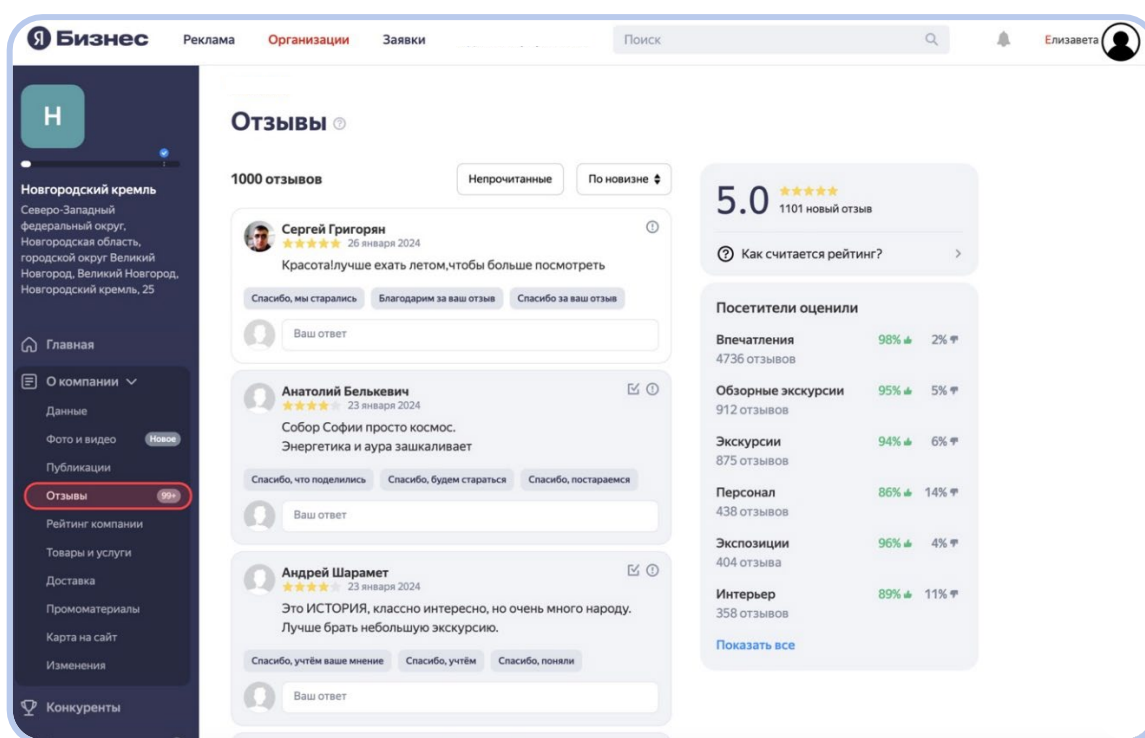
Благодаря отзывам людям проще сделать выбор в пользу вашей организации. А вам — понять, что у вас работает хорошо, а что можно улучшить. Когда вы подробно отвечаете на отзыв, это показывает, что вы

не оставляете комментарии без внимания, цените своих посетителей и готовы разбираться в спорных ситуациях. Это вызывает доверие и повышает лояльность пользователей.

Отвечать на отзывы можно в личном кабинете Яндекс Бизнеса. Ответ должен соответствовать [правилам публикации](#), иначе он не пройдет модерацию.

Если автор отзыва удалил свою страницу, его комментарий станет анонимным. На такой отзыв нельзя ответить или отметить его как прочитанный.

Как ответить:



1. Нажмите «О компании» → «Отзывы».
2. Выберите отзыв, на который хотите ответить, и напишите сообщение.
3. Нажмите «Отправить».

Важно!

Ответить на отзыв можно только одним комментарием. Переписка не предусмотрена

Каждый новый и исправленный ответ проходит модерацию, это занимает в среднем три дня. После успешной модерации ответ появится в карточке вашей организации. Если этого не произошло, посмотрите причину в личном кабинете и попробуйте исправить ошибку. Причину отказа в публикации может увидеть только владелец компании².

Для отзывов с оценками 4 и 5 баллов можно использовать готовые ответы с благодарностью. Но лучше персонализировать ответы.

Свой ответ после публикации можно как отредактировать, так и удалить.

Как отвечать на отзывы, чтобы привлечь посетителей

Если отзыв положительный, вы можете поблагодарить посетителя за высокую оценку и предложить ещё раз прийти или позвать на временную выставку. Если отзыв негативный, постарайтесь сначала разобраться в ситуации, а потом дайте заботливый ответ:

- обратитесь к посетителю по имени и представьтесь;
- спросите, когда посетитель был у вас, и уточните детали — это поможет проверить информацию и разобраться в жалобе;
- объясните посетителю, почему он попал в такую ситуацию, и принесите извинения, если в вашей работе что-то пошло не так;
- предложите связаться с вами напрямую, например написать на почту или позвонить, — это покажет, что вы открыты для диалога и готовы помочь³.

Рекомендуем отвечать посетителям лично, а не пользоваться шаблонами. Иначе может показаться, что вы не читаете обратную связь.

Важно помнить, что в сервисах Яндекса есть [правила публикации отзывов](#). Сервис следит, чтобы общение между посетителями и организациями было вежливым и корректным. Если в ответе на отзыв есть нарушения, например оскорбления посетителя, сервис его не опубликует. Такой ответ не только может обидеть посетителя, но

² Различие между владельцем и представителем организации мы разберем чуть позже.

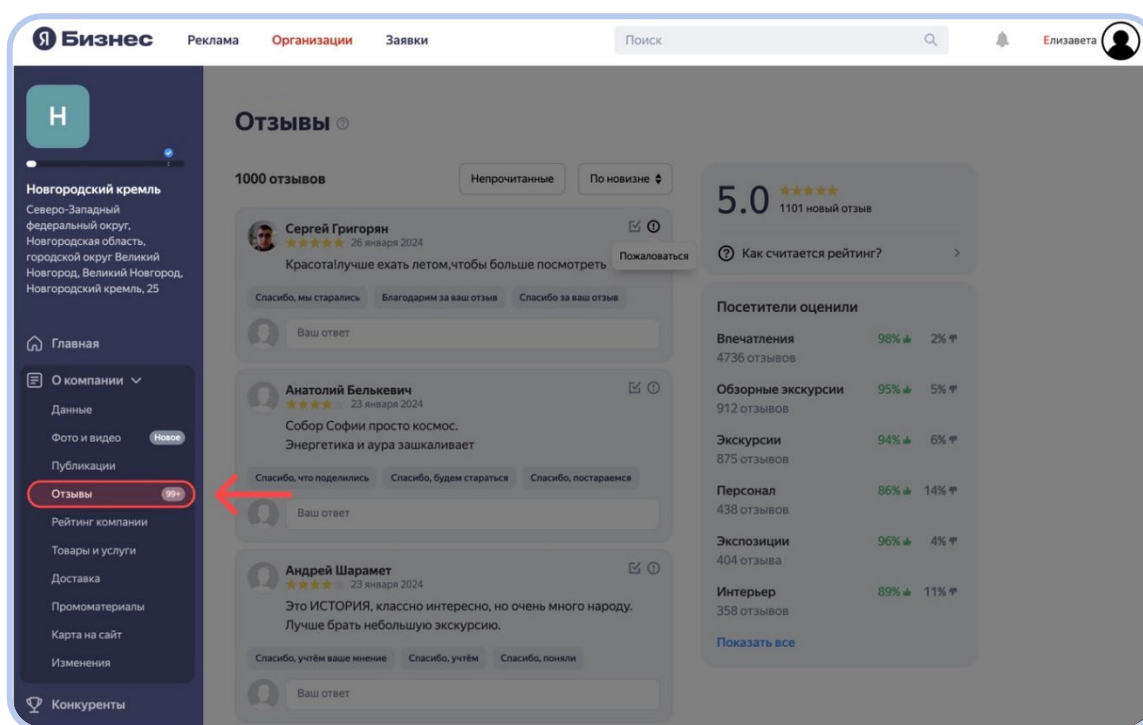
³ Напоминаем, что по правилам Яндекса на отзыв можно отвечать только один раз, переписка не предусмотрена.

и навредит репутации музея. А заботливый ответ, наоборот, может превратить недовольного посетителя в лояльного.

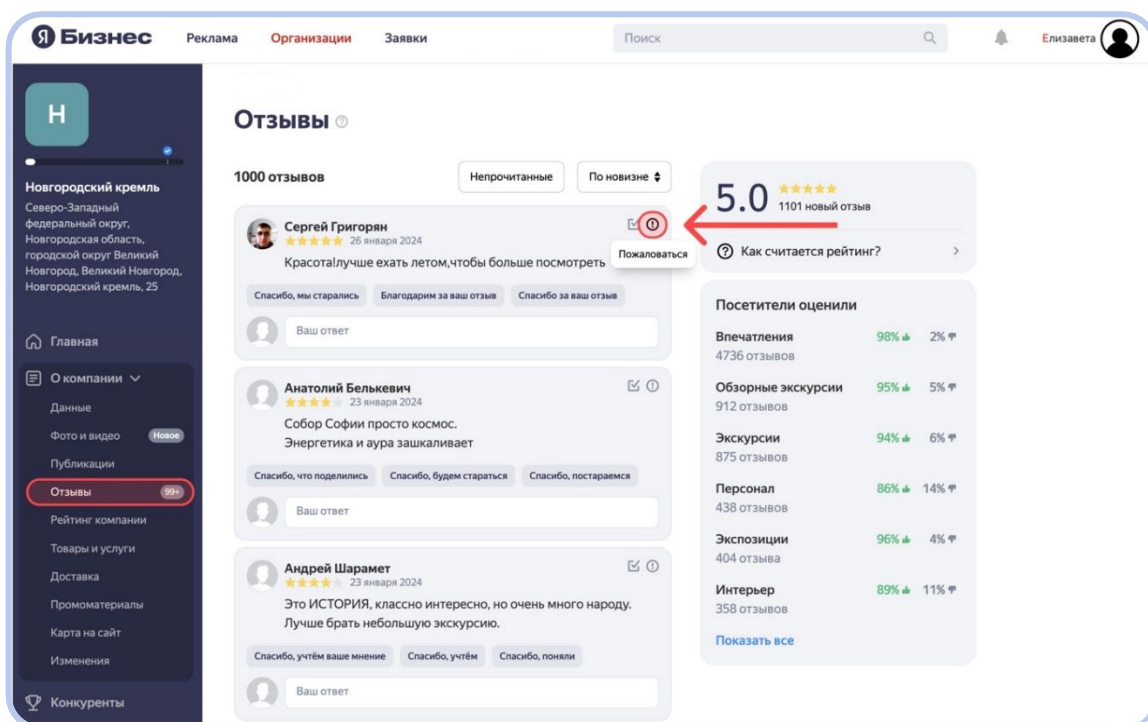
Как пожаловаться на отзыв

Если отзыв нарушает [правила публикации отзывов](#) или он не относится к вашей организации, вы можете пожаловаться на него:

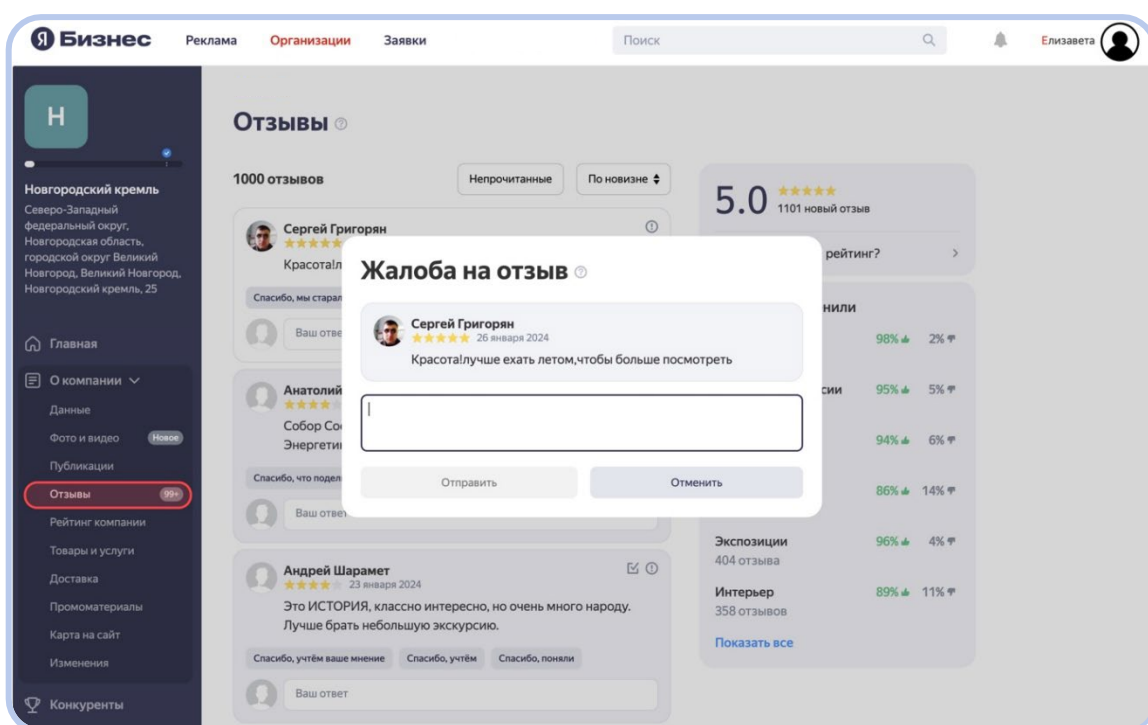
1. Нажмите «О компании» → «Отзывы».



2. Выберите отзыв и нажмите вопросительный знак в правом верхнем углу отзыва.



3. Укажите, как именно отзыв нарушает правила, и нажмите «Отправить».



Жалобу рассмотрят в течение дня. Если жалоба справедлива, отзыв снимут с публикации. Если жалобу отклонили и вы не согласны с этим, обратитесь в службу поддержки через [форму обратной связи](#). Профильная команда сервиса рассмотрит жалобу повторно.

Владельцы и представители организации: в чем разница и как их добавлять в карточку организации

К личному кабинету карточки организации может иметь доступ не только один человек или аккаунт. Базово существуют две роли пользователей карточкой организации: владелец и представитель.

01

Если у вас одна организация:

Владелец — пользователь, который первым подтвердил права на профиль компании в Яндекс Бизнесе. Он может редактировать информацию об организации, добавлять фото, размещать публикации и отвечать на отзывы; добавлять и удалять представителей, а также передавать свою роль другому пользователю.

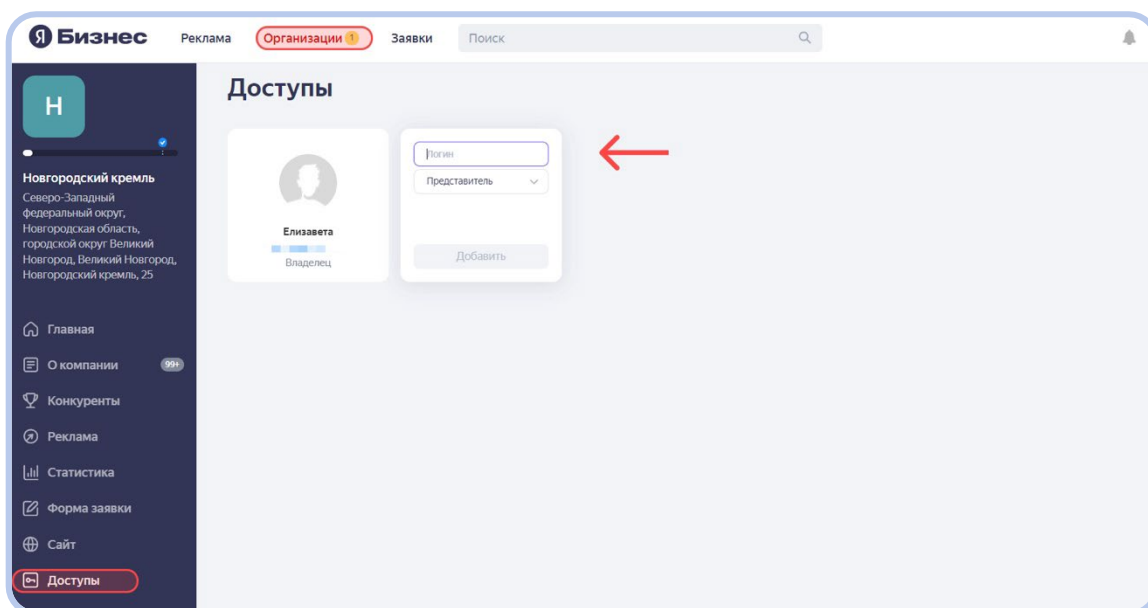
Представитель — пользователь, который управляет профилем компании. Представитель может только редактировать информацию о компании, добавлять фото, размещать публикации и отвечать на отзывы.

Важно!

У карточки организации может быть только один пользователь с ролью «Владелец компании».


Если вы владелец организации и хотите добавить своего сотрудника для управления карточкой, то вы можете его сделать представителем:

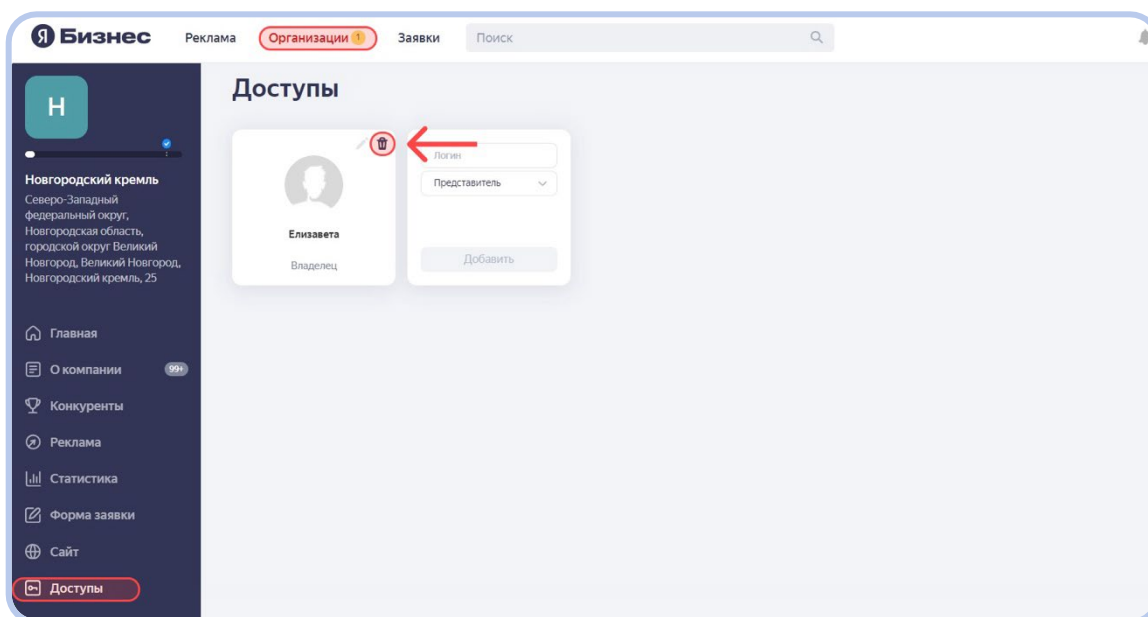
1. Откройте «Организации» и выберите нужную.
2. В меню слева выберите «Доступы».
3. Введите Яндекс ID пользователя (логин Яндекс Почты), которого хотите назначить представителем.



4. Выберите тип доступа «Представитель» и нажмите «Добавить».

Если вы владелец организации и хотите удалить роль представителя своего, к примеру, бывшего сотрудника для управления карточкой, то:

1. Откройте «Организации» и нажмите на нужную.
2. В меню слева выберите «Доступы».
3. Нажмите  справа над фото пользователя, доступ для которого хотите удалить.



4. Подтвердите удаление.


02

Если у вас несколько организаций и вам сделали сеть⁴:

Владелец сети — пользователь, который подтвердил права на всю сеть или которому назначили роль «Владелец сети». Может редактировать информацию о сети и всех ее филиалах, добавлять фото, размещать публикации, отвечать на отзывы, добавлять и удалять филиалы в сетях, а также добавлять и удалять представителей и владельца филиала и передать роль «Владелец сети» другому пользователю.

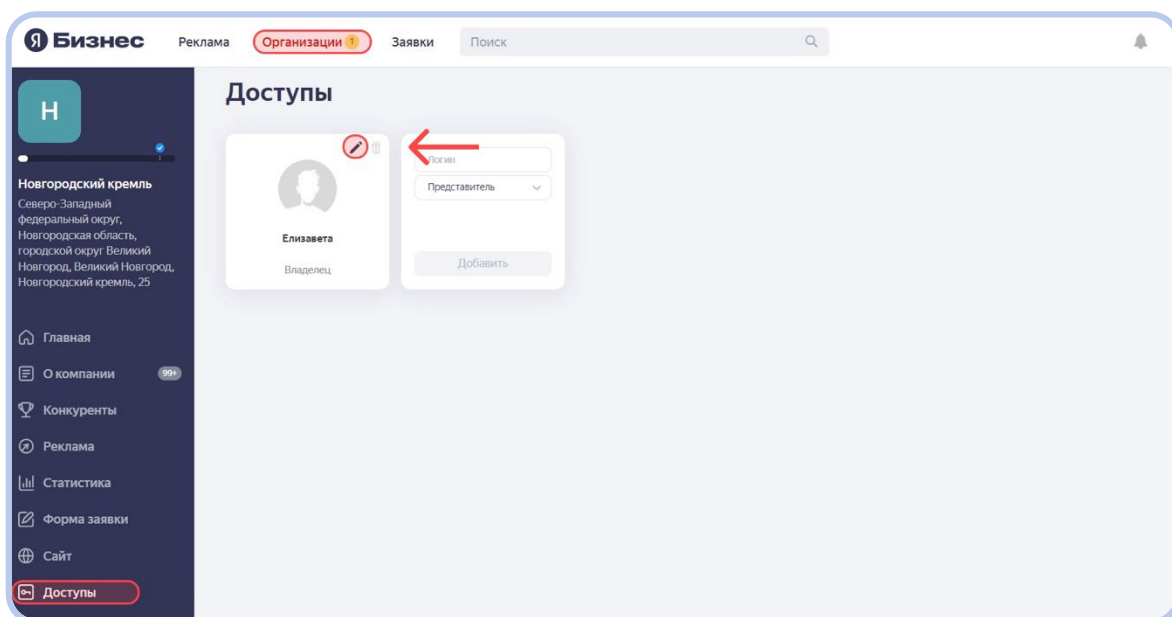
Представитель сети может только редактировать информацию о сети, добавлять фото, размещать публикации и отвечать на все отзывы сети, а также добавлять и удалять филиалы сети.

Если вы владелец сети и хотите изменить роль владельца одной из организаций сети или хотите передать свою роль другим пользователям, то:

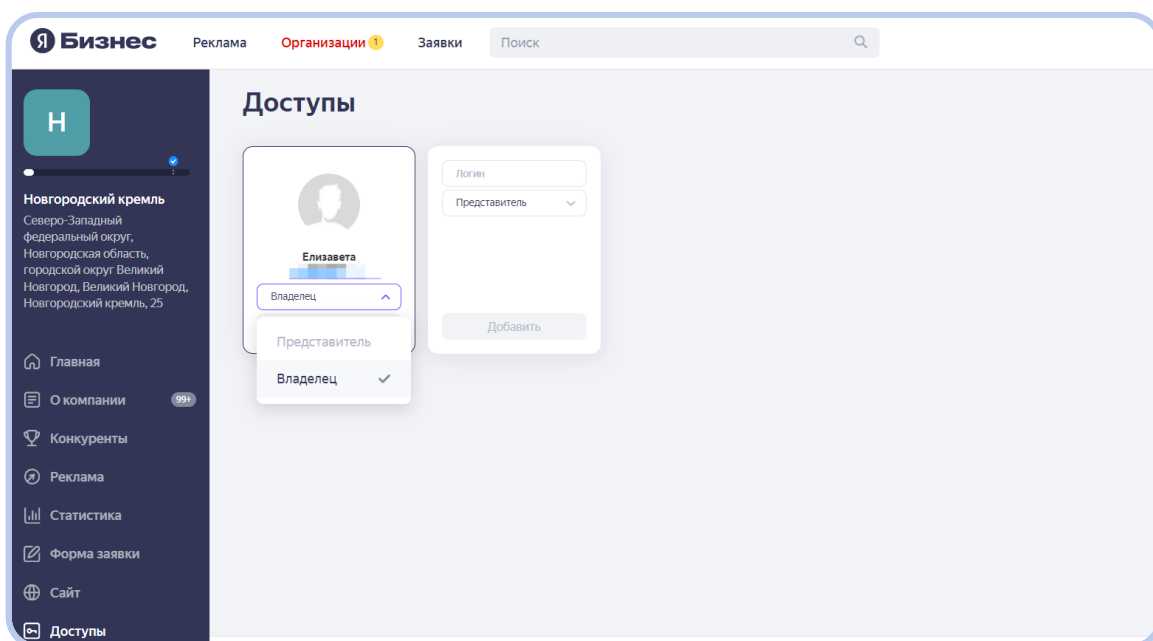
1. Откройте «Организации» и выберите нужную.
2. В меню слева выберите «Доступы».
3. Нажмите  справа над фото пользователя, роль которого хотите изменить.

⁴ Сеть — объединение нескольких организаций в одну структуру для удобства управления карточками. Речь идет об организациях, в которых есть филиалы. Условия объединения организаций в сеть:

<https://yandex.ru/support/business-priority/branches/several-branches.html>.




4. Выберите тип доступа «Владелец».



5. Подтвердите изменение.

Если вы владелец сети и хотите удалить владельца одной из организаций (= филиала) вашей сети, то:


1. Откройте «Организации» и выберите нужную.
2. В меню слева выберите «Доступы».

3. Нажмите  справа над фото пользователя, доступ для которого хотите удалить.
4. Подтвердите удаление.

Важно!


Пользователя с ролью «Владелец сети» нельзя удалить самостоятельно: он подтвердил права на всю сеть. Чтобы разрешить такую ситуацию, обратитесь в службу поддержки. Также нельзя удалить пользователя с ролью «Владелец сети» только из одного филиала (речь идет о структурах, где в сети может сформироваться еще сеть. К примеру, в сеть какого-то федерального музея входит 50 карточек, из них 5 карточек — отдельная сеть по филиалам этого музея в федеральном округе).

Если вы владелец сети и хотите изменить роль представителя (к примеру, в одной из организации сети вы хотите поменять владельца организации на представителя), то:

1. Откройте «Организации» и выберите нужную.
2. В меню слева выберите «Доступы».
3. Нажмите  справа над фото пользователя, роль которого хотите изменить.
4. Выберите тип доступа «Представитель».

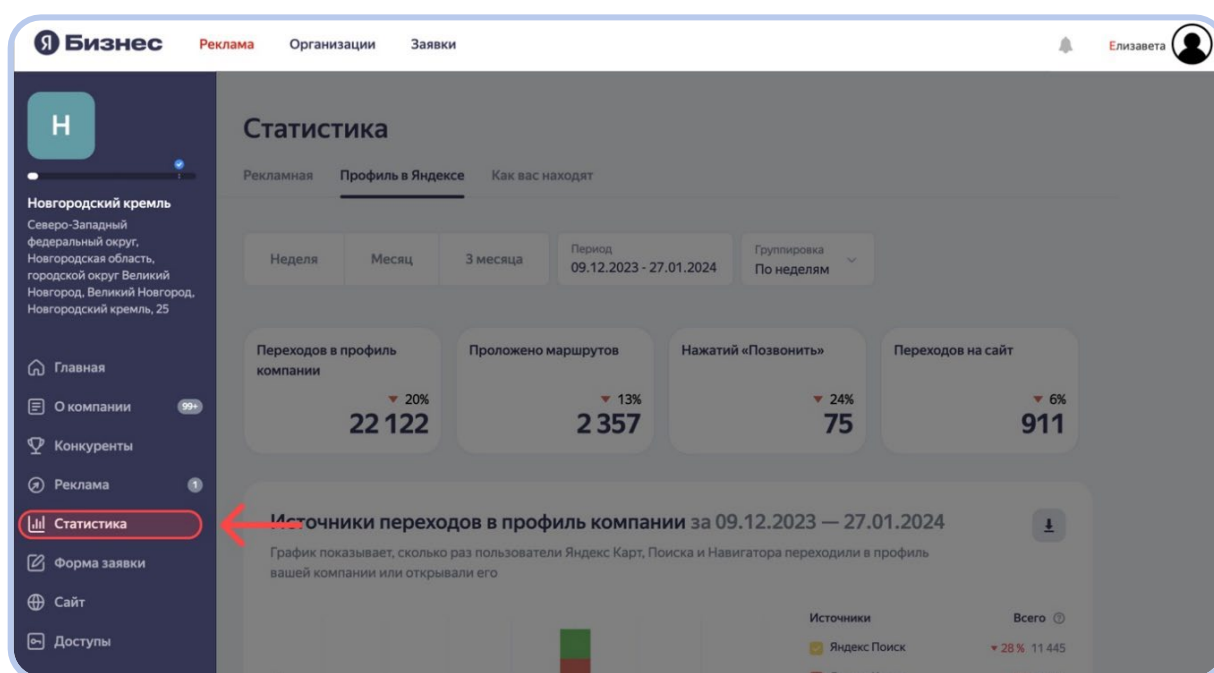
Частый вопрос: что делать, если владелец подтвердил права на карточку организации, но в Яндекс Картах до сих пор высвечивается метка «Вы владелец этой организации?».

Эта метка не пропадает после того, как владелец подтвердил свои права на карточку. Это делается для того, чтобы дать возможность сотруднику вашей организации добавить себя как представителя самостоятельно (даже если сотрудник создаст заявку на роль представителя самостоятельно, владелец карточки в любом случае должен будет это подтвердить или отклонить).

Тем не менее эта метка может пропасть, если вы получили синюю галочку () «Информация подтверждена владельцем» за постоянную актуализацию информации о вашей организации или же приобрели рекламную кампанию.

Какая статистика есть в личном кабинете Яндекс Бизнеса, и как она поможет вам

В личном кабинете можно посмотреть различные метрики взаимодействия пользователей с вашей карточкой организации, они находятся в разделе «Статистика». Работая со статистикой, вы сможете превратить пользователей сервисов Яндекса в посетителей вашего музея.



Статистика делится на три раздела: «Профиль в Яндексе», «Как вас находят» и «Рекламная». Последняя будет появляться у вас после приобретения рекламных услуг продвижения организации в Яндекс Картах ([подробнее](#) о рекламных продуктах Яндекс Бизнеса; как [подключить](#) рекламу).

Профиль в Яндексе

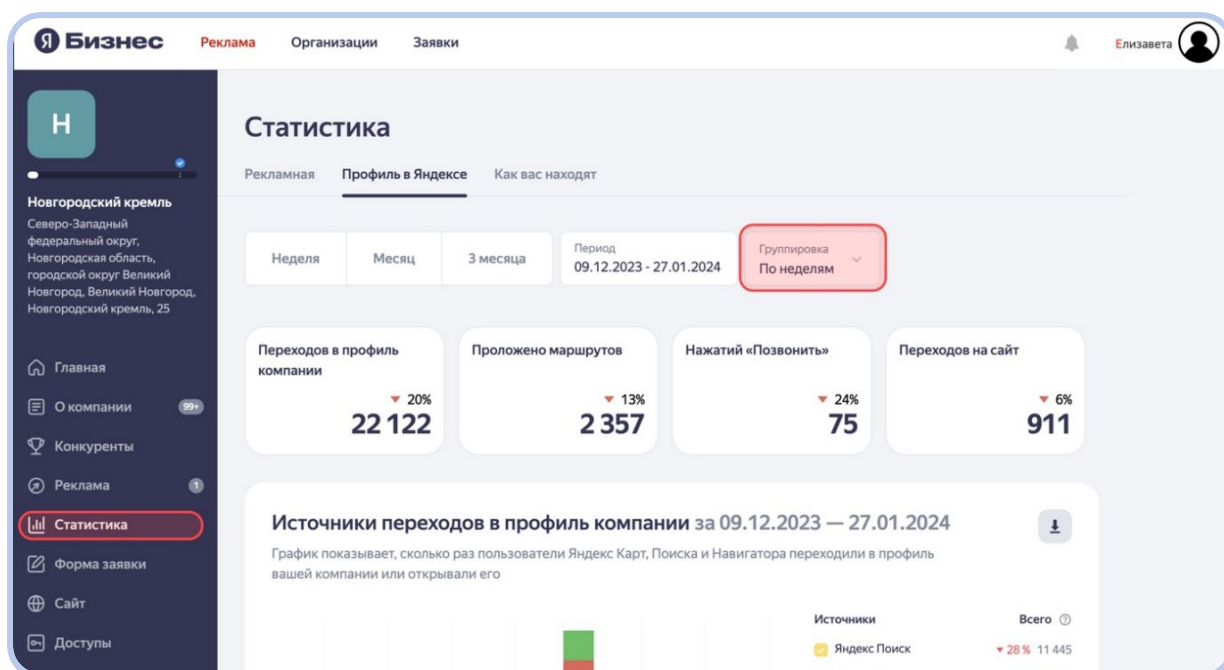
В этот раздел заложены метрики, которые объясняют, как потенциальные посетители взаимодействуют с карточкой вашей организации, исходя из ее наполненности и информативности.

К примеру, турист не знает музеи вашего города и пытается найти в Яндекс Картах, Яндекс Навигаторе, Поиске, куда ему пойти. Турист

вбивает ключевое слово «музей» и просматривает выданные карточки музеев. От наполненности карточки зависит заинтересованность туриста в ней. Заинтересованным можно считать человека, который открыл карточку музея и позвонил по телефону, указанному в ней, или перешел на официальный сайт музея, или построил маршрут до музея.

Если в карточке есть фотографии, видео, много отзывов и высокий рейтинг, она получила награду [«Хорошее место»](#) и/или попала в какую-то подборку Яндекс Карт, то с большой вероятностью карточка заинтересует потенциальных посетителей.

Период, за который вы хотите получить аналитику, можно выбирать как из предложенных (неделя, месяц и 3 месяца), так и с помощью выбора конкретных дат. Группировка (по дням, по неделям, по месяцам) направлена исключительно на визуализацию графиков, которые рассмотрим чуть позже.

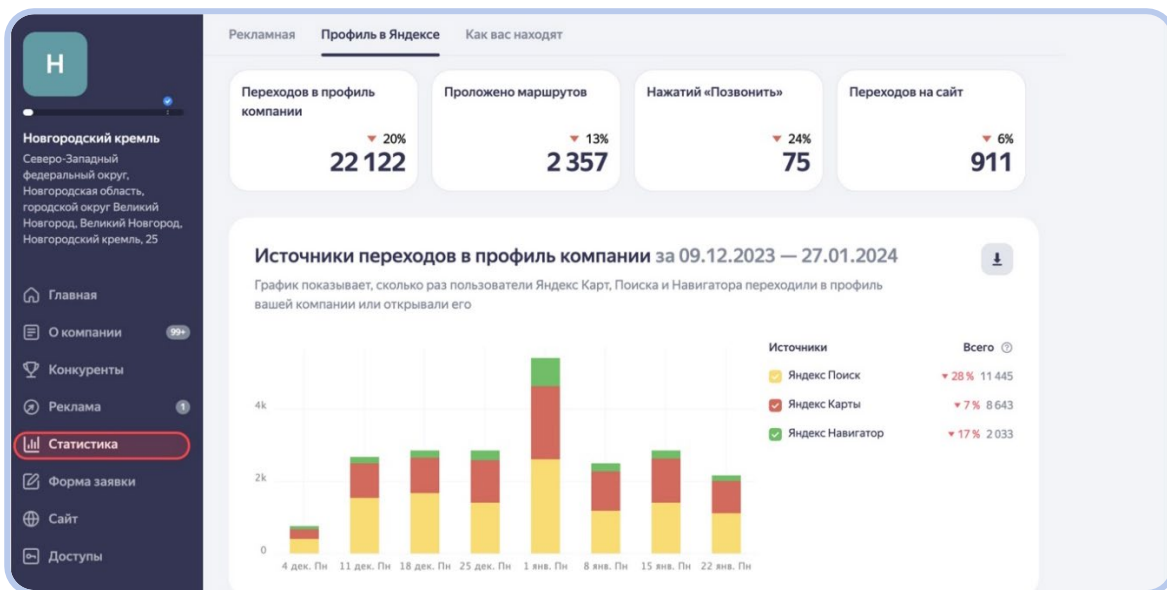


В этом примере мы выбрали статистику за последние 3 месяца (группировку пока не рассматриваем). Подраздел «Сводные данные», который отображен на скрине, показывает сумму событий за выбранный период и процент изменений по сравнению с предыдущим периодом такой же продолжительности. Например, если вы выбрали период «Месяц» (22.01.2023–22.02.2023), то процент изменений будет рассчитан относительно предыдущего месяца (22.12.2022–22.01.2023).

Что означает каждая метрика сводных данных:

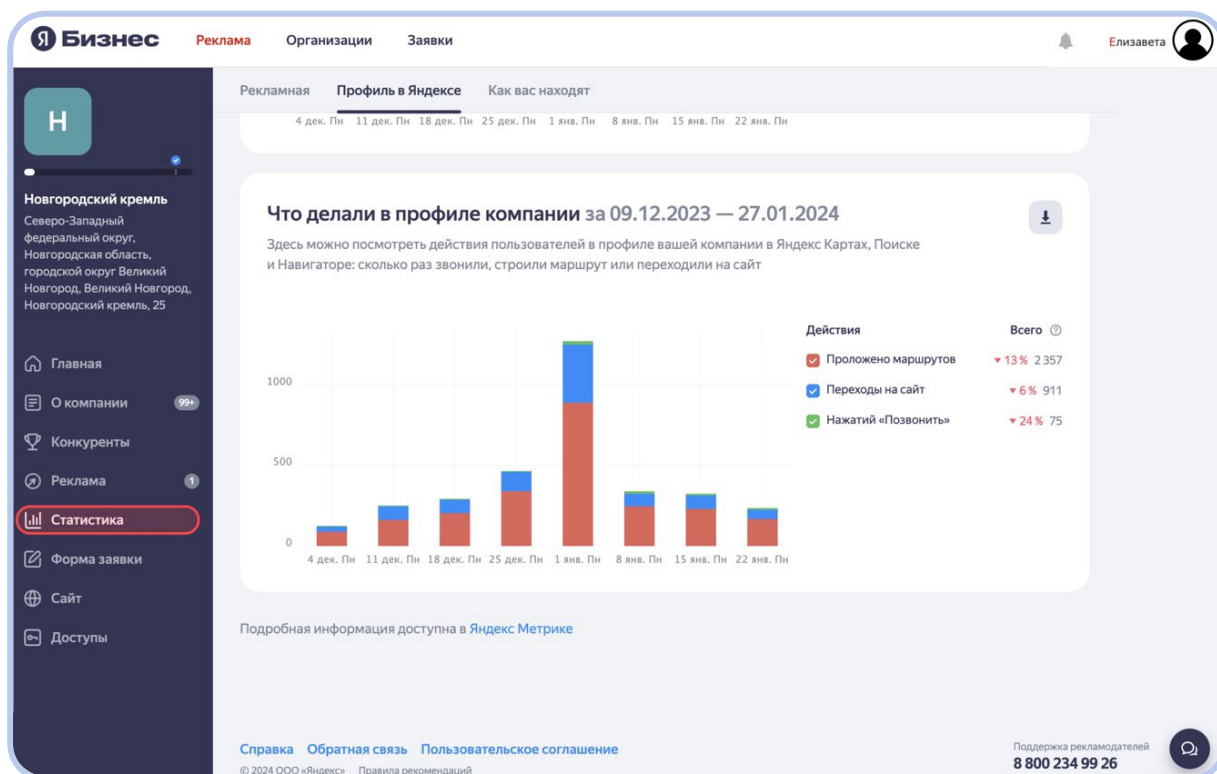
- «Переходов в профиль компании» — количество переходов пользователей Яндекс Карт, Поиска и Навигатора в карточку вашей организации или открытий ее.
- «Проложено маршрутов» — количество нажатий кнопки «Построить маршрут».
- «Нажатий „Позвонить“» — количество кликов кнопки «Позвонить».
- «Переходов на сайт» — количество кликов по ссылке с названием сайта в карточке вашей организации в Яндекс Картах, Поиске и Навигаторе.

Далее представлены два графика: «Источники переходов в профиль компании» (= в карточку вашей организации) и «Что пользователи делали в профиле» (= карточке) вашей организации. Первый график помогает понять, на каком ресурсе Яндекса посетители находят вас чаще. Такая аналитика полезна скорее организациям, которые подключили рекламную кампанию и занимаются продвижением своей карточки организации.

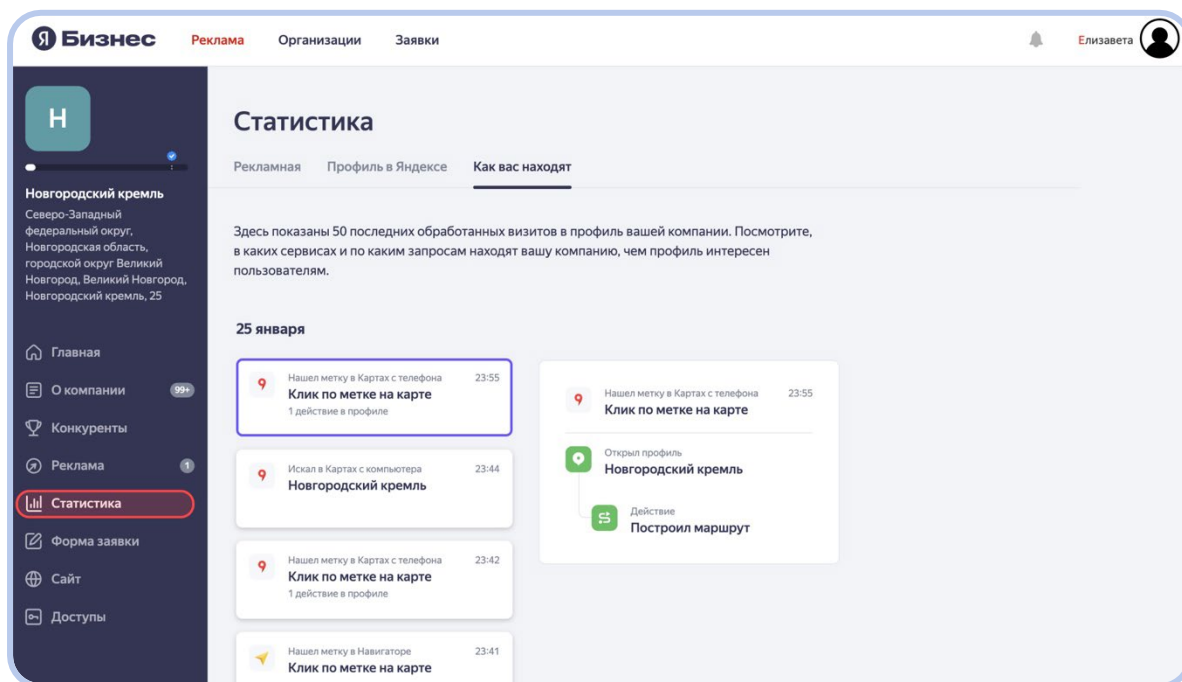


Второй график помогает детальнее посмотреть на действия пользователей в карточке вашей организации. «Переходы на сайт», «Нажатий „Позвонить“» и «Проложено маршрутов» — действия пользователей, которые можно расценивать как проявление заинтересованности в вашей организации. Чем более заполненная карточка, тем выше вероятность, что пользователь ее заметит и начнет взаимодействовать с ней.

Эта аналитика поможет оптимизировать вашу работы офлайн. Например, большое количество нажатий «Позвонить» может свидетельствовать о необходимости дополнительных ресурсов (еще один сотрудник) для приема звонков или же формировании службы поддержки или колл-центра. А большое количество переходов на сайт говорит о необходимости проведения аналитики действий посетителей на сайте и его возможной доработки.



Как вас находят



В этом разделе статистики показаны последние 50 обработанных визитов посетителей в карточку вашей организации. Вы узнаете, в каких сервисах (Яндекс Карты, Навигатор, Поиск — мобильные или версии для компьютера) и по каким запросам находят вашу организацию, и сможете проанализировать, что привлекает внимание потенциальных посетителей. В своей коммуникации (как онлайн, так и офлайн) вы сможете делать акценты, например, на ассоциациях, по которым ищут ваш музей, или на отдельных, наиболее популярных, экспонатах и объектах.

Действия посетителя с любым блоком или кнопкой вашей карточки фиксируются. Например, пользователь Яндекс Карт построил маршрут или посмотрел фото вашей организации — всё это отразится в аналитике (кроме информации о написании отзыва или проставлении оценки, о новых отзывах личный кабинет вас информирует через уведомления).

Чтобы изучить визит подробнее, нажмите на его карточку (на скрине выше обведено фиолетовым).

Данные в разделе обновляются ежедневно. Задержка на обработку данных составляет 1–2 дня. Информация обезличена, указано только время визита.

Рекламная статистика

Если у вас подключены рекламные кампании, то этот раздел для вас будет наполнен двумя метриками — «Посещаемостью» и «Действиями в профиле компании» (= в карточке вашей организации).

Я Бизнес Реклама Организации Заявки

Елизавета

Статистика

Рекламная Профиль в Яндексе Как вас находят

Неделя Месяц 3 месяца Период 09.12.2023 - 27.01.2024 Группировка По неделям

Новгородский кремль
Северо-Западный федеральный округ, Новгородская область, городской округ Великий Новгород, Великий Новгород, Новгородский кремль, 25

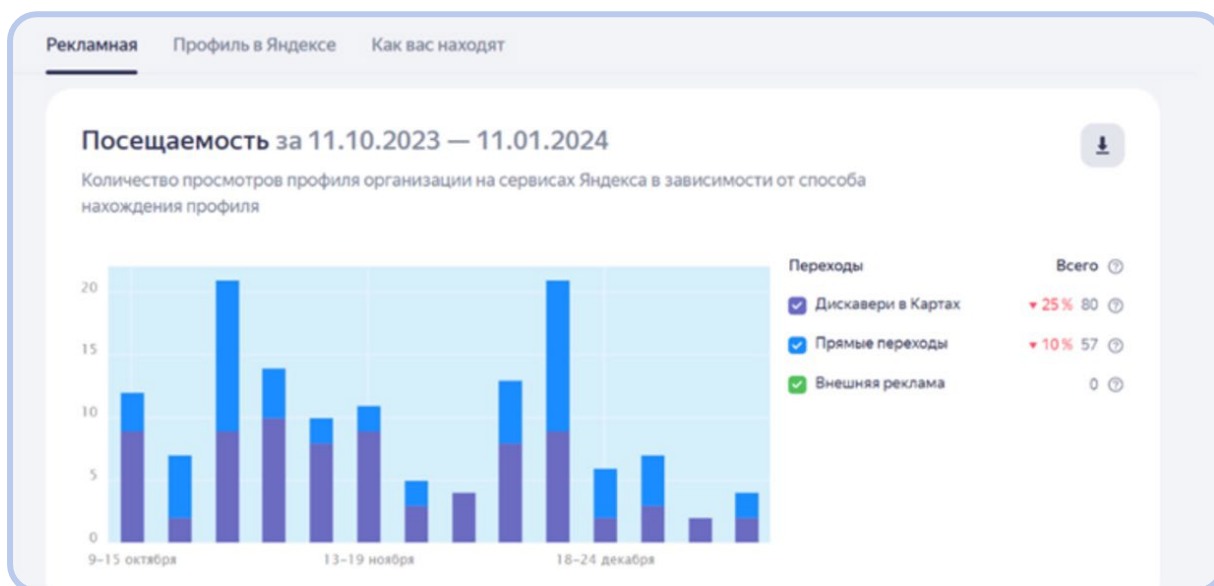
Главная
О компании 99%
Конкуренты
Реклама 1
Статистика
Форма заявки
Сайт
Доступы

Вы завели рекламную кампанию — запустите её, и здесь появится понятная статистика.
Вы увидите все действия потенциальных клиентов: сколько раз звонили, интересовались акцией или оставляли заявку

Запустить рекламную кампанию

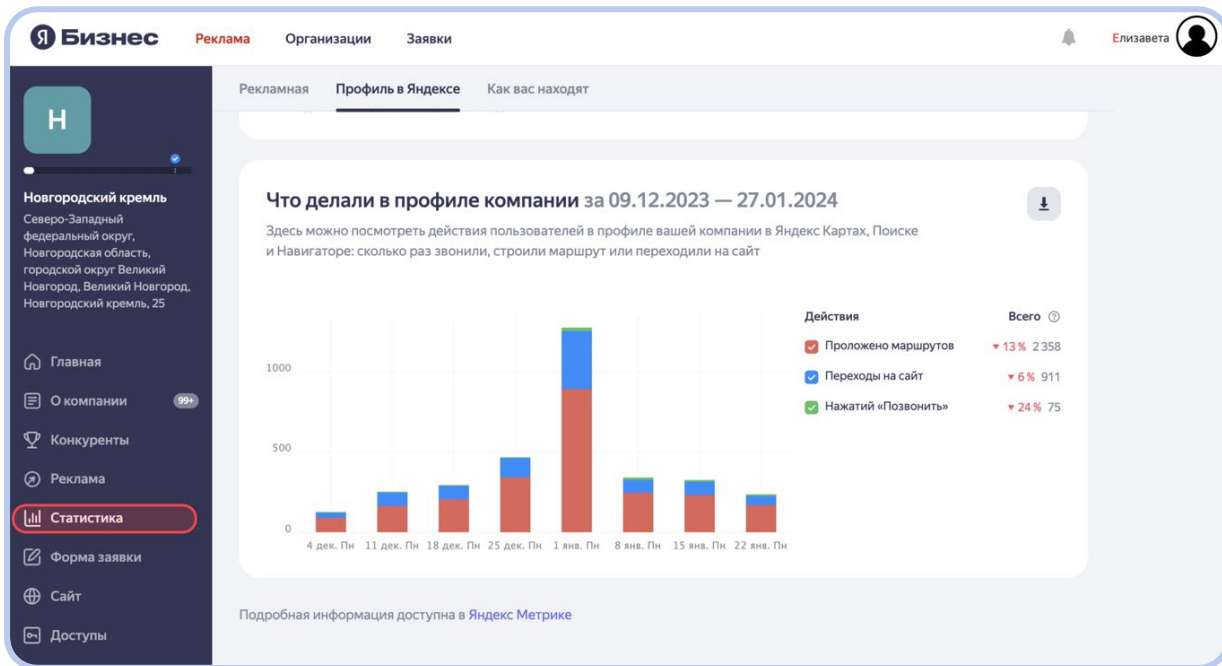
Период, за который вы хотите получить аналитику, можно выбирать как из предложенных (неделя, месяц и 3 месяца), так и с помощью выбора конкретных дат. Группировка (по дням, по неделям, по месяцам) направлена исключительно на визуализацию графиков.

График посещаемости показывает, сколько раз пользователи из Карт, Поиска и Навигатора просмотрели карточку вашей организации, учитывая способ нахождения профиля (дискавери в Картах, прямые переходы, внешняя реклама).



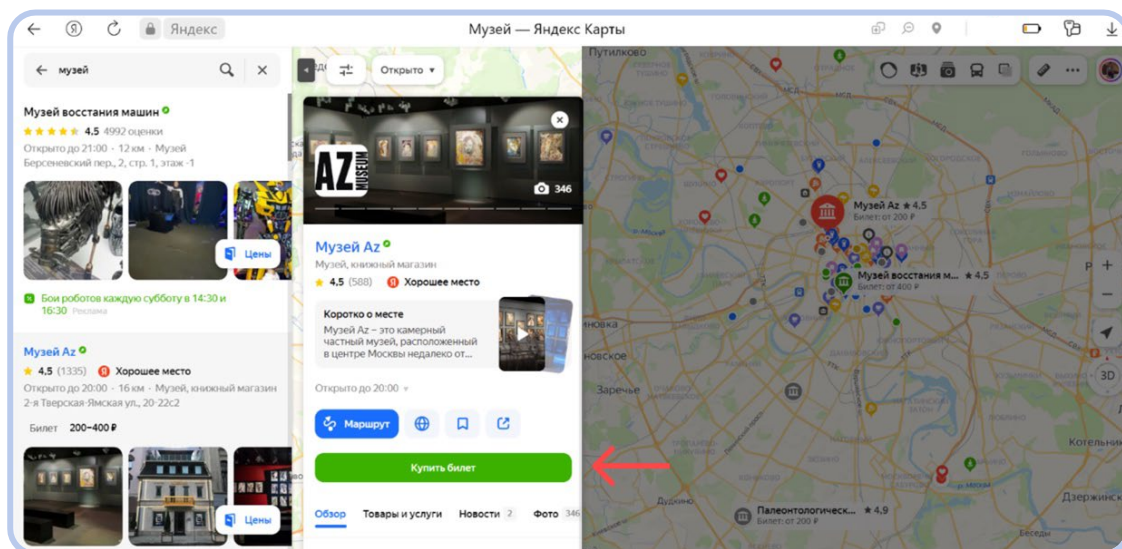
- Переход засчитывается как дискавери, если пользователь не искал конкретно вашу организацию, но в процессе поиска перешел в ее карточку. Например, из блока «Похожие места» в Яндекс Картах или из рекомендаций (человек вбил в поиск «музей» и в перечне всех музеев нажал на карточку вашей организации).
- Переход считается прямым, когда потенциальный посетитель искал в Картах или Яндексе именно вашу организацию (по полному или короткому названию, названию и топониму и т. д.) и перешел в ее карточку.
- Внешним переходом считается переход из других сервисов Яндекса или сайтов Рекламной сети Яндекса.

График действий в профиле организации показывает действия в карточке организации в Картах, Поиске и Навигаторе. Учитываются только действия людей, которые перешли по рекламе.



Возможные действия:

- построение маршрута — действие по кнопке «Построить маршрут»;
- клики по телефону — просмотр номера или звонок с мобильного устройства;
- переходы на сайт — нажатие ссылки с адресом сайта;
- переход по кнопке действия — нажатие на зеленую кнопку с призывом действия, к примеру «Купить билет» (см. скрин ниже).

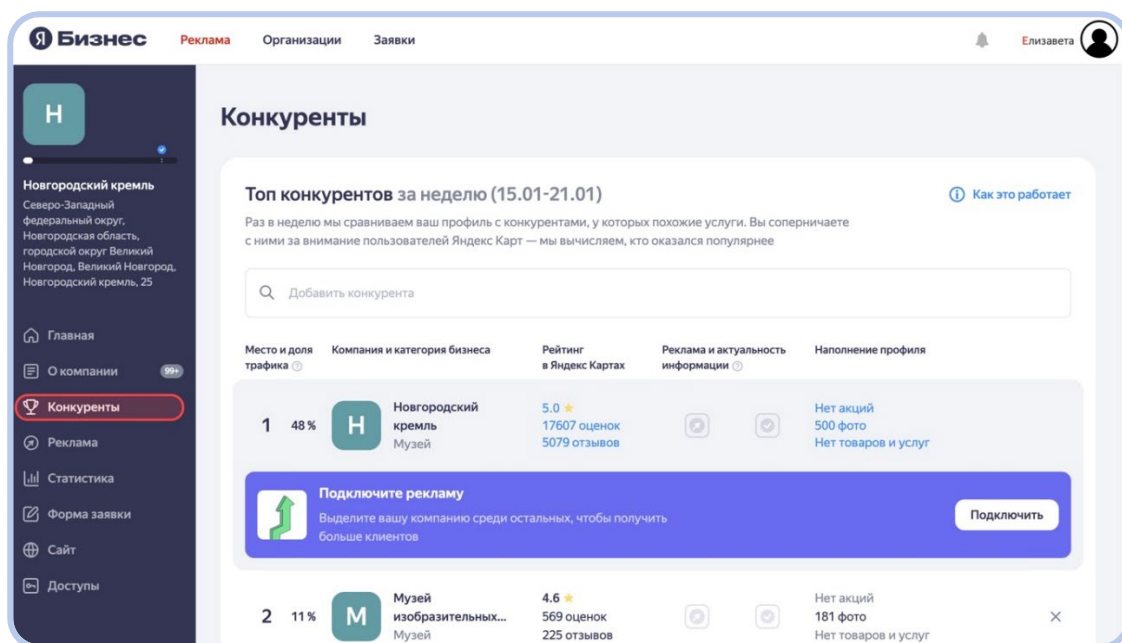


Подробнее ознакомиться с возможностями рекламы в Яндекс Картах можно [здесь](#).

Конкуренты

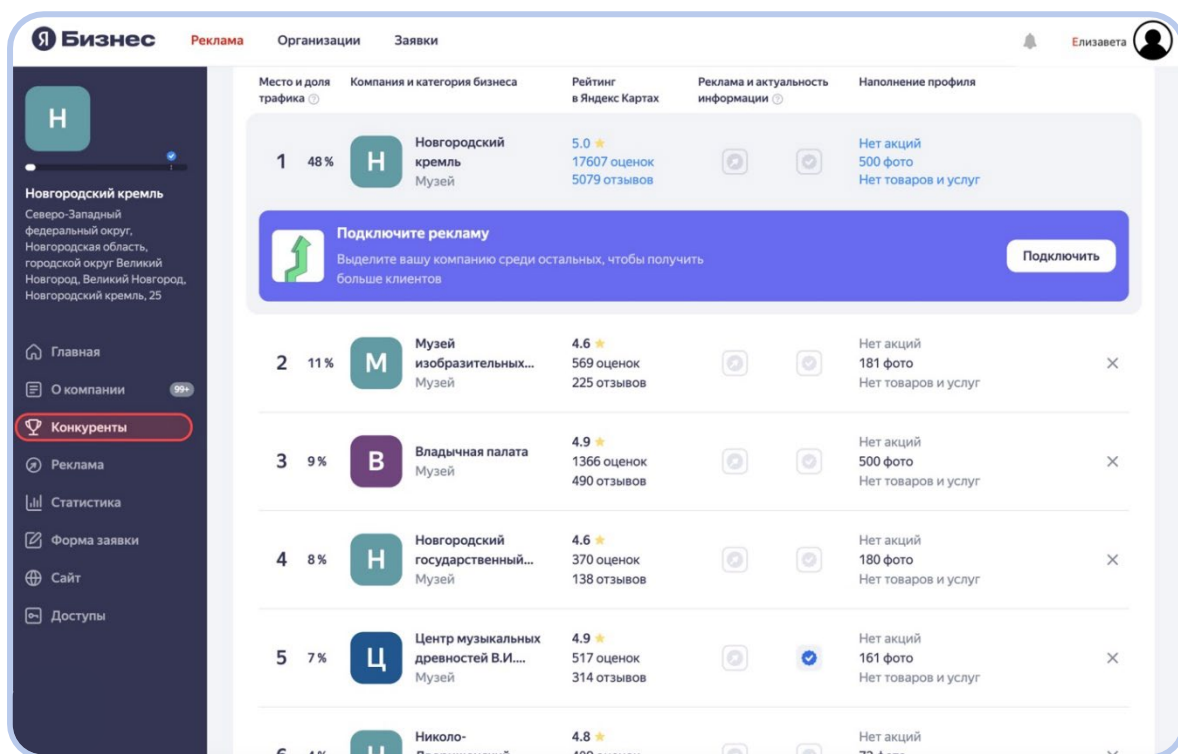
В личном кабинете Яндекс Бизнеса есть еще одна бесплатная и полезная аналитика в левом боковом меню — «Конкуренты». Такой анализ позволяет сравнивать действия ваших потенциальных посетителей с действиями в карточках других культурных объектов, выявить ваши сильные стороны или начать взаимовыгодное сотрудничество.

Раз в неделю система сравнивает ваш профиль с конкурентами со схожими сферой деятельности и услугами.



Первоначальный список конкурентов формируется автоматически. Алгоритм подбирает девять организаций, которые расположены рядом с вашей. Для каждой организации из списка считаются дисканвери-переходы⁵ за полную прошедшую неделю. Чем больше дисканвери-переходов, тем выше организация в списке конкурентов.

⁵ Переход засчитывается как дисканвери, если пользователь не искал конкретно вашу организацию, но в процессе поиска перешел в ее карточку. Например, из блока «Похожие места» в Яндекс Картах или из рекомендаций (человек вбил в поиск «музей» и в перечне всех музеев нажал на карточку вашей организации).



Вы можете управлять списком: добавлять новые организации или удалять те, которые не считаете конкурентами. Для этого нужно вбить в поисковую строку «Добавить конкурента» в разделе «Конкуренты» и найти нужные организации для сравнения. Изучить основные показатели, по которым можно сравнить организации между собой, можно [здесь](#). Подробнее ознакомиться с разделом можно, нажав «Как это работает» в разделе «Конкуренты» личного кабинета Яндекс Бизнеса (см. скрин выше).

Яндекс Метрика

Метрика — это бесплатный инструмент для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей. В то время как Яндекс Бизнес помогает организациям появиться в Яндекс Картах и Поиске и запустить рекламу в интернете, Яндекс Метрика нужна для анализа результатов онлайн-маркетинга и принятия быстрых и эффективных решений на основе данных.

Если у вас есть собственный сайт, то вы можете установить на него счетчик Метрики и анализировать поведение пользователей на сайте и эффективность рекламы. Однако для того, чтобы следить, как пользователи взаимодействуют с карточкой вашей организации (Яндекс

Карты) на сервисах Яндекса, счетчик создавать не нужно: автоматический счетчик Метрики уже привязан к вашей организации в Бизнесе и начнет собирать данные, как только у организации появится владелец. Такой счетчик настроен для вас и не требует дополнительных действий.

Данные именно автоматического счетчика Метрики вы видите в разделе «Статистика» кабинета Яндекс Бизнеса. Более того, лишь часть статистики из Метрики попадает в кабинет Бизнеса, поэтому, используя Метрику, вы узнаете больше о своем музее.

Как найти свою статистику в Метрике

Страница со статистикой Метрики по вашему музею в Яндекс Картах связана с кабинетом Бизнеса: перейти в Метрику можно прямо из Бизнеса. Для этого вам нужно авторизоваться в Яндекс Бизнесе с помощью Яндекс ID, перейти в профиль своей организации, а затем открыть раздел «Статистика». Там перейти на вкладку «Профиль в Яндексе» и пролистать страницу до самого низа. Внизу этой страницы, сразу под графиками, вы увидите надпись «Подробная информация доступна в Яндекс Метрике». Нажав на последние два слова, вы автоматически перейдете к статистике вашей организации на сайте Яндекс Метрики.

Рекламная **Профиль в Яндексе** Как вас находят

Музей Мирового океана, главный корпус
Северо-Западный федеральный округ, Калининградская область, городской округ Калининград, Калининград, набережная Петра Великого, 1

Главная
О компании 99+
Конкуренты
Реклама
Статистика
Форма заявки
Сайт
Доступы

0
15 авг...
24 окт... Пн
2 ноя... Пн
13 мар... Пн
22 май... Пн
31 июл... Пн
9 сеп... Пн
18 дек... Пн
26 фев... Пн

Что делали в профиле компании за 19.08.2022 — 05.03.2024

Здесь можно посмотреть действия пользователей в профиле вашей компании в Яндекс Картах, Поиске и Навигаторе: сколько раз звонили, строили маршрут или переходили на сайт

Действия	Всего
Проложено маршрутов	▲ 100% 193 968
Переходы на сайт	▲ 100% 89 076
Нажатий «Позвонить»	▲ 100% 5 707

5k
10k

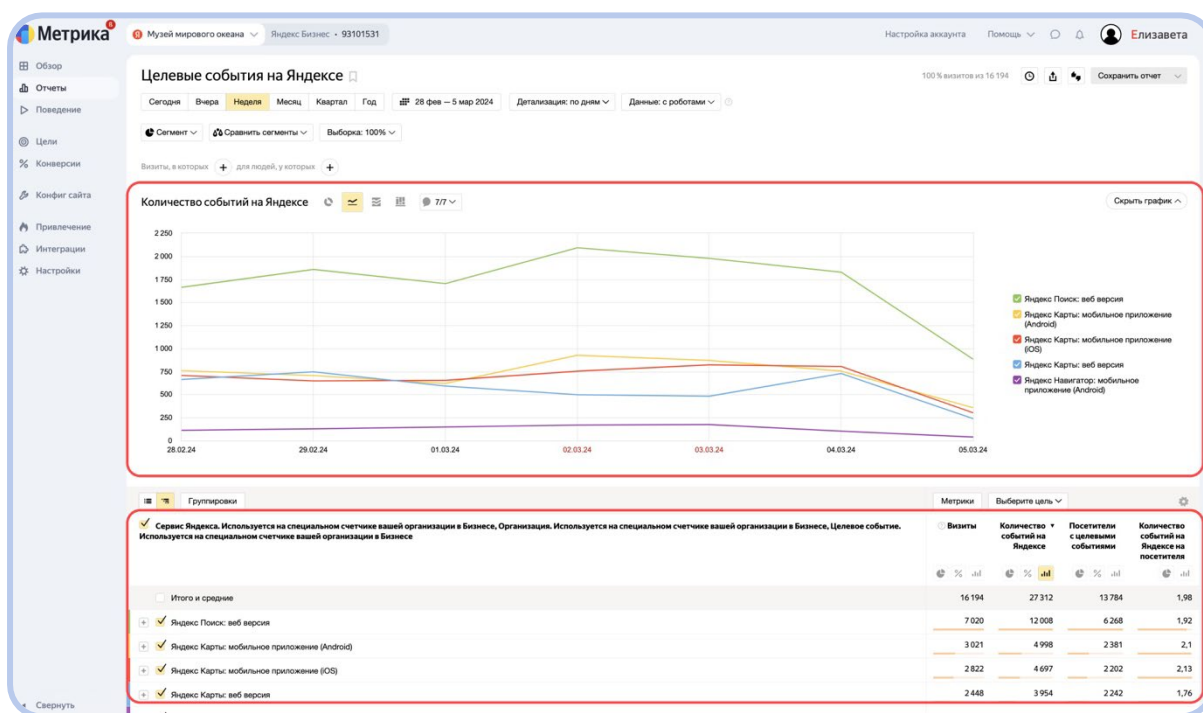
15 авг...
24 окт... Пн
2 ноя... Пн
13 мар... Пн
22 май... Пн
31 июл... Пн
9 сеп... Пн
18 дек... Пн
26 фев... Пн

Подробная информация доступна в Яндекс Метрике

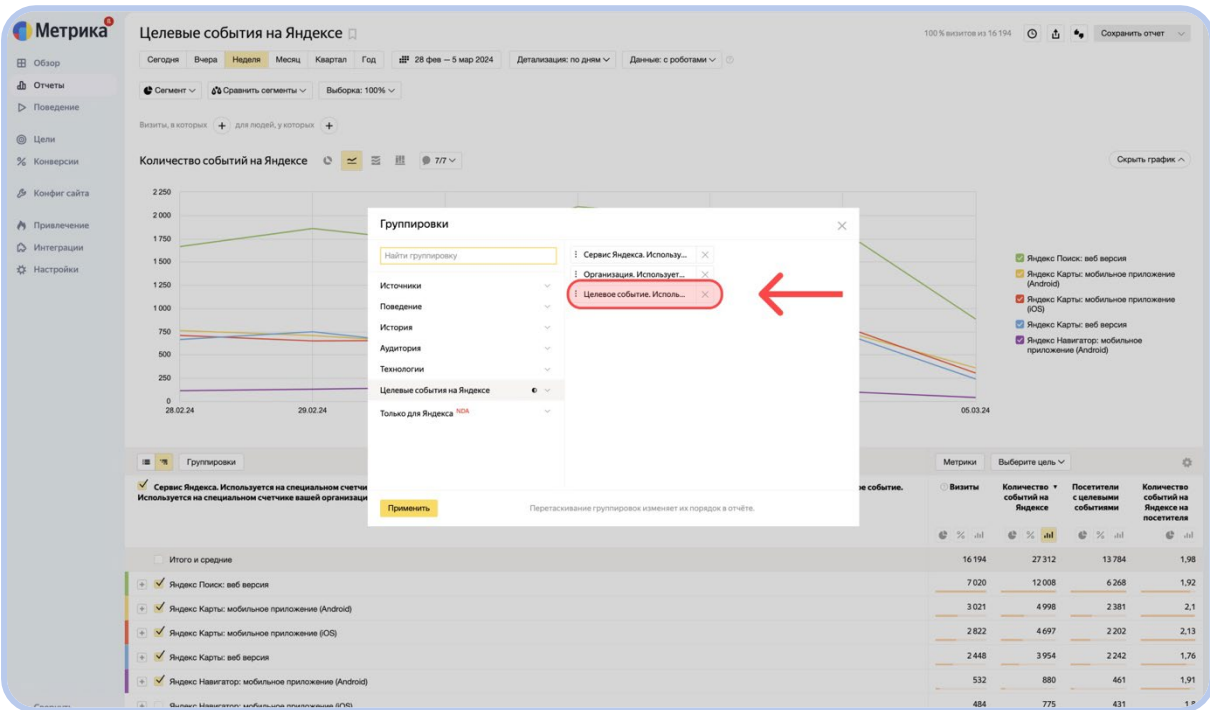
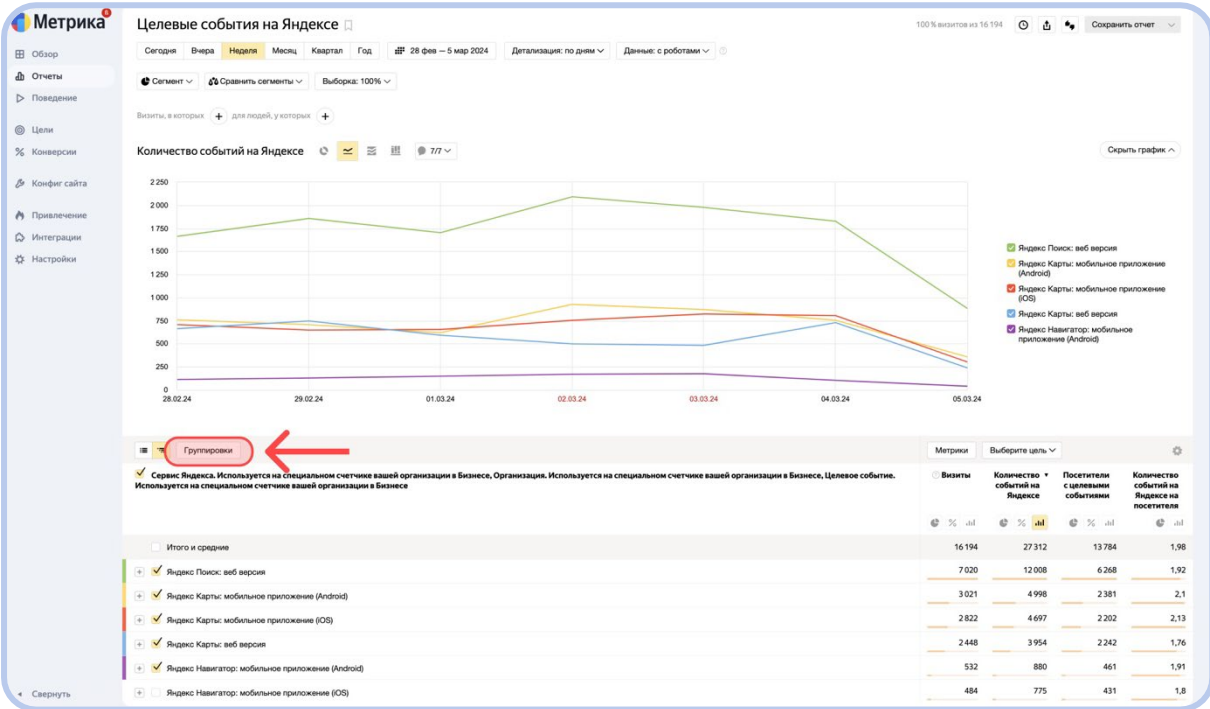
Другой способ найти счетчик вашей организации из Бизнеса – это перейти на сайт [Метрики](#). Ссылка на счетчик будет лежать в разделе «Мои счетчики». Если найти счетчик не удастся, то проверьте Яндекс ID, с которого вы пытаетесь зайти. Яндекс ID должен совпадать с тем, который указан в Доступах кабинета Яндекс Бизнеса.

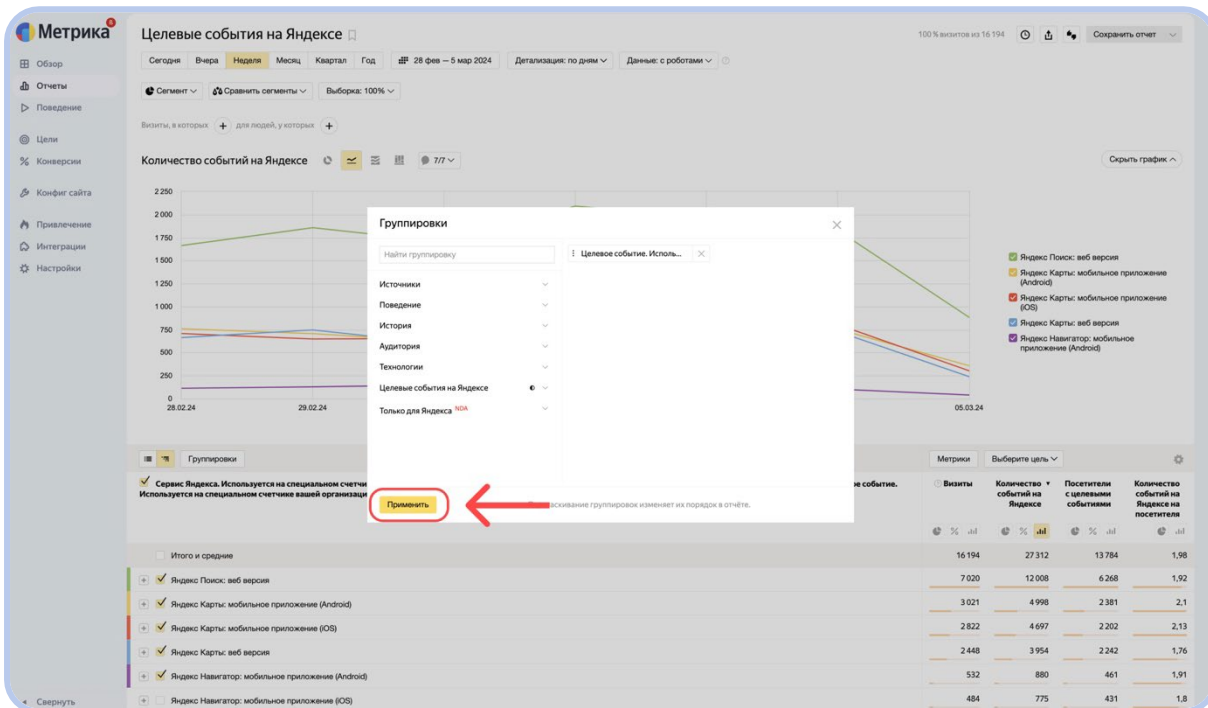
Какие данные Метрики будут полезны музею

Как только вы перейдете на сайт Метрики, вы окажетесь в отчете «Целевые события на Яндексе». Этот отчет, как и большинство остальных, состоит из графика и таблицы. В отчете находятся действия, которые совершали пользователи в карточке вашего музея: переходили на сайт, строили маршруты или звонили по телефону. Это расширенная версия графика «Что делали в профиле компании» из раздела «Статистика» кабинета Яндекс Бизнеса.

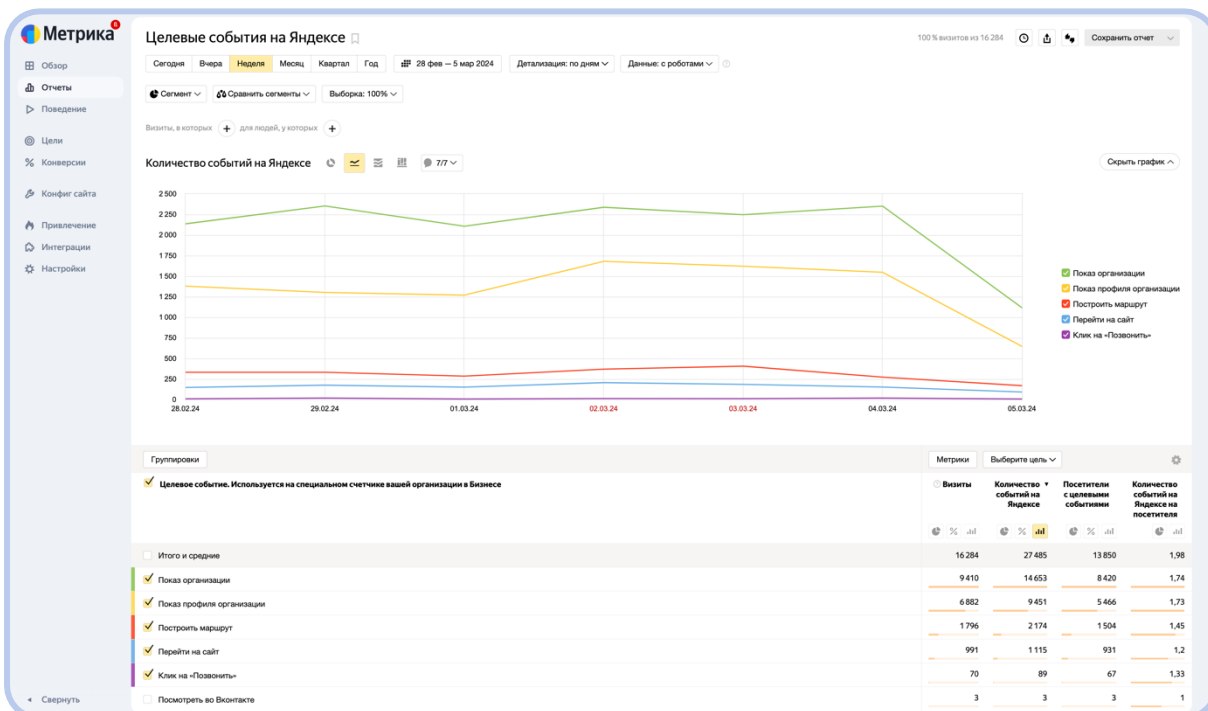


Однако сразу после перехода в отчет вы не увидите действий пользователей: действия спрятаны внутри больших категорий. Зайдите в «Группировки», уберите всё, кроме категории «Целевое событие», и нажмите кнопку «Применить».





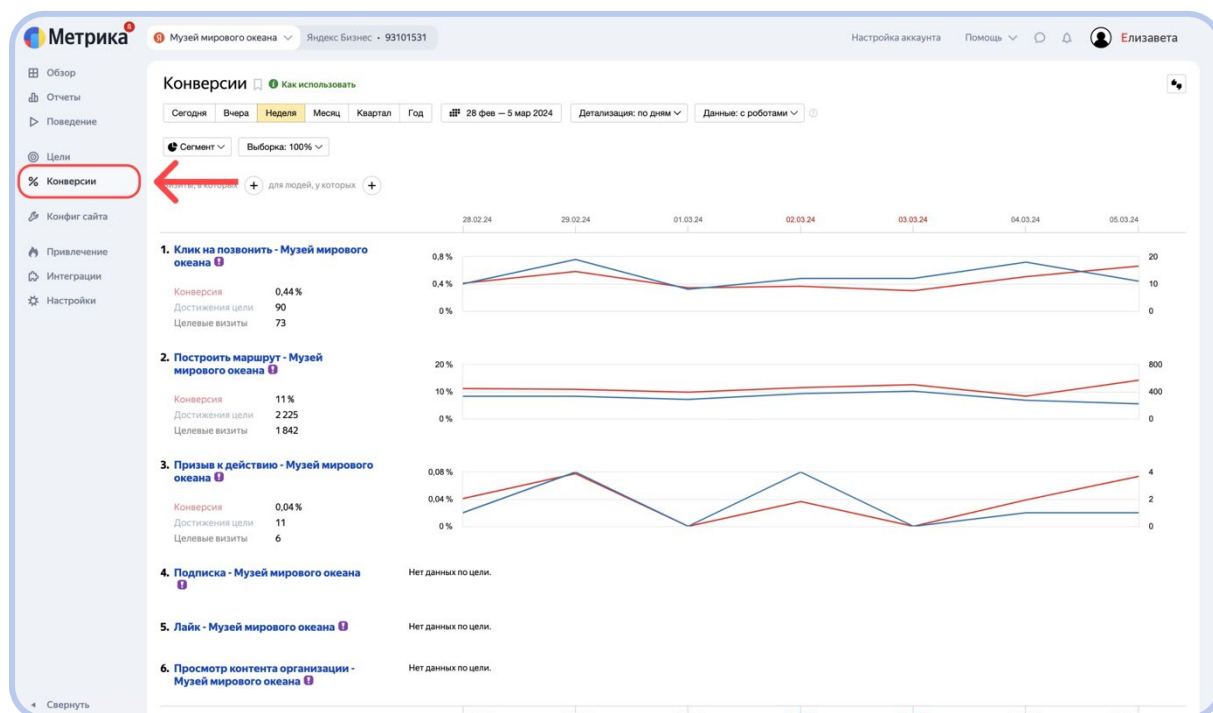
Теперь график и таблица под ним изменились: они отражают только действия посетителей. Скорее всего, у вас будет больше доступных целевых событий, чем есть в Бизнесе, но по всем пересекающимся действиям цифры в Бизнесе и в Метрике будут совпадать. (Не забудьте задать один и тот же период наблюдения!)



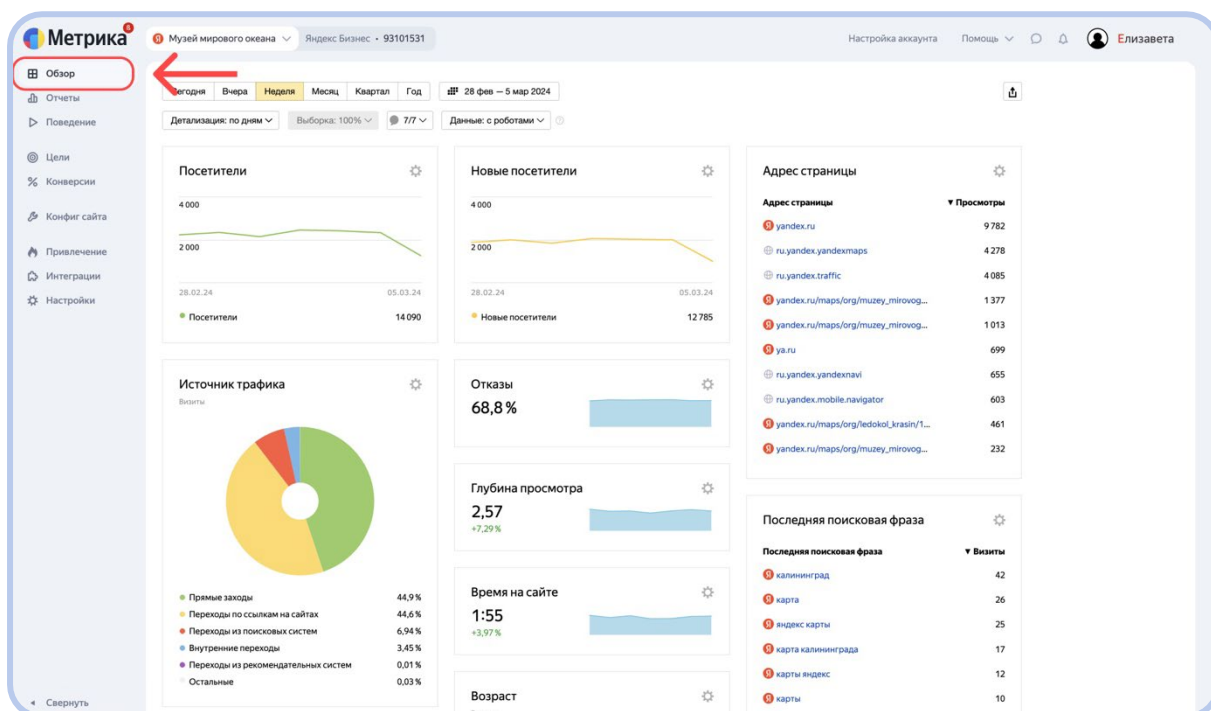
Метрика также посчитает за вас конверсию целевого события: долю целевых визитов от общего числа визитов. Это процент, который показывает, сколько посещений карточки объекта закончились, например, построением маршрута к нему. Конверсия отразит, заинтересовал ли музей посетителя, который открыл его карточку в Картах.

Изменения конверсии лучше расскажут об эффективности информационных кампаний, чем просто количество открытий карточки или переходов на сайт, ведь она учитывает как первое, так и второе. Например, если вашу карточку стали открывать чаще (хороший признак), но число переходов на сайт не изменилось (нейтральный признак), то конверсия снизится: ваш музей чаще показывается, но не вызывает интереса.

Найти раздел с конверсией можно в основной панели, расположенной в левой части экрана.



Преимуществом Метрики является большее разнообразие данных, чем то, что может предложить Бизнес. Посмотреть краткую сводку этих данных можно в главном разделе «Обзор»: в нем представлены виджеты основных отчетов, которые формируются из данных, собранных автоматическим счетчиком. Все отчеты, как и сам счетчик, созданы Яндексом и не требуют от вас дополнительных действий.

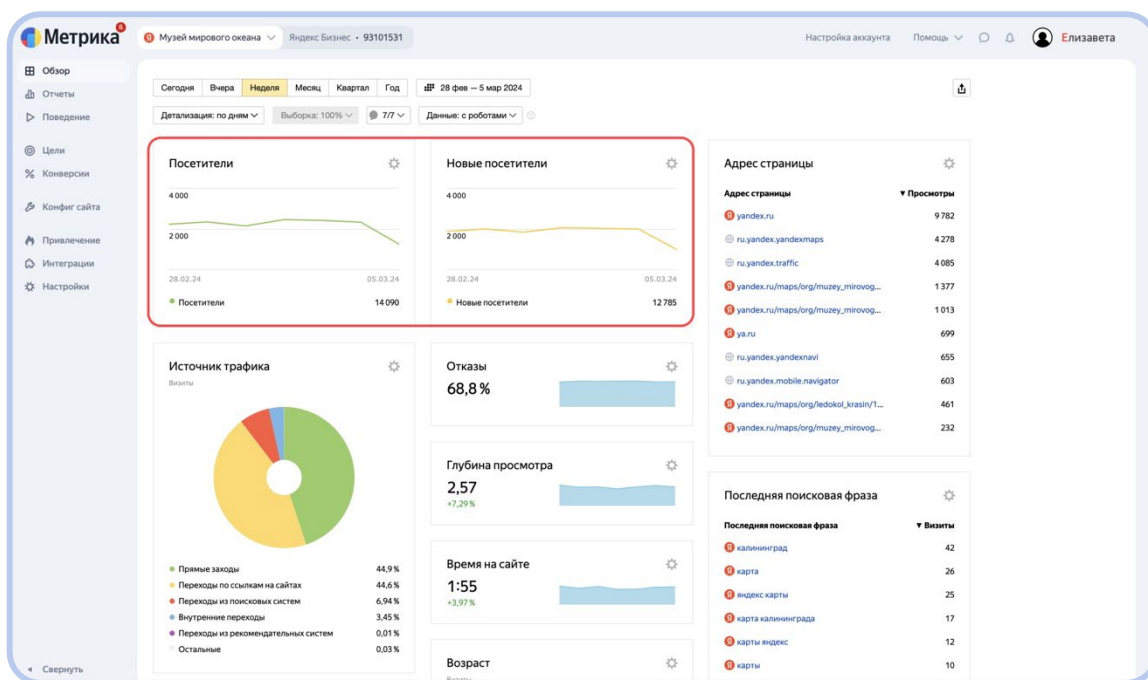


Среди виджетов в главном разделе вы увидите:

1. Виджеты «Посетители» и «Новые посетители».

Виджеты отражают динамику посещаемости карточки вашего музея в Картах, а именно: количество уникальных посетителей и количество посетителей (активность последних включает их самый первый за всю историю накопления данных визит в карточку).

Долю новых посетителей полезно отслеживать, если вы предпринимаете действия по расширению аудитории и хотите оценить их эффективность. Подробнее эти показатели можно рассмотреть в отчете «Посещаемость».



2. Виджеты «Отказы», «Глубина просмотра» и «Время на сайте».

Виджеты также отражают динамику посещаемости карточки вашего музея в Картах, но в данном случае ее качественной стороны.

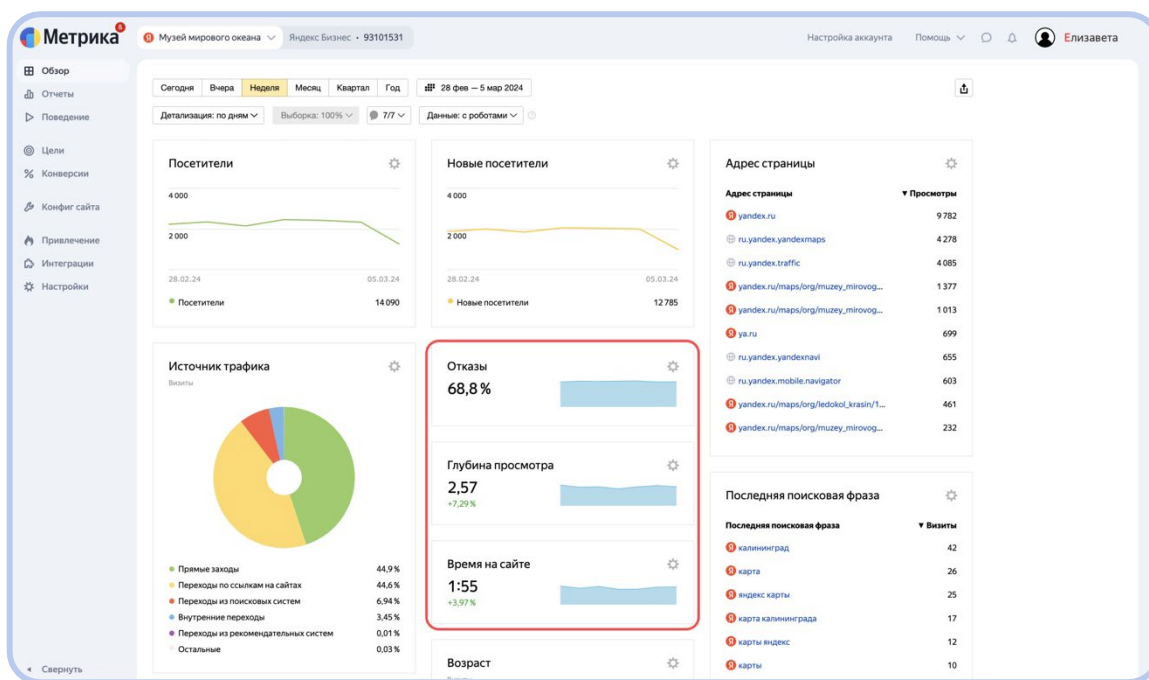
«Отказы» — это доля визитов, в рамках которых был лишь один просмотр страницы, продолжавшийся менее 15 секунд.

«Глубина просмотра» отражает среднее количество страниц, просмотренных посетителем во время визита. Например, посетитель, переключившись с вкладки «Обзор» на вкладку «Отзывы», увеличит глубину просмотра.

«Время на сайте» показывает среднюю продолжительность визита в секундах. Число под показателем отражает процент изменений по сравнению с предыдущим периодом такой же продолжительности. Процент изменений есть в последних двух виджетах.

Важно!

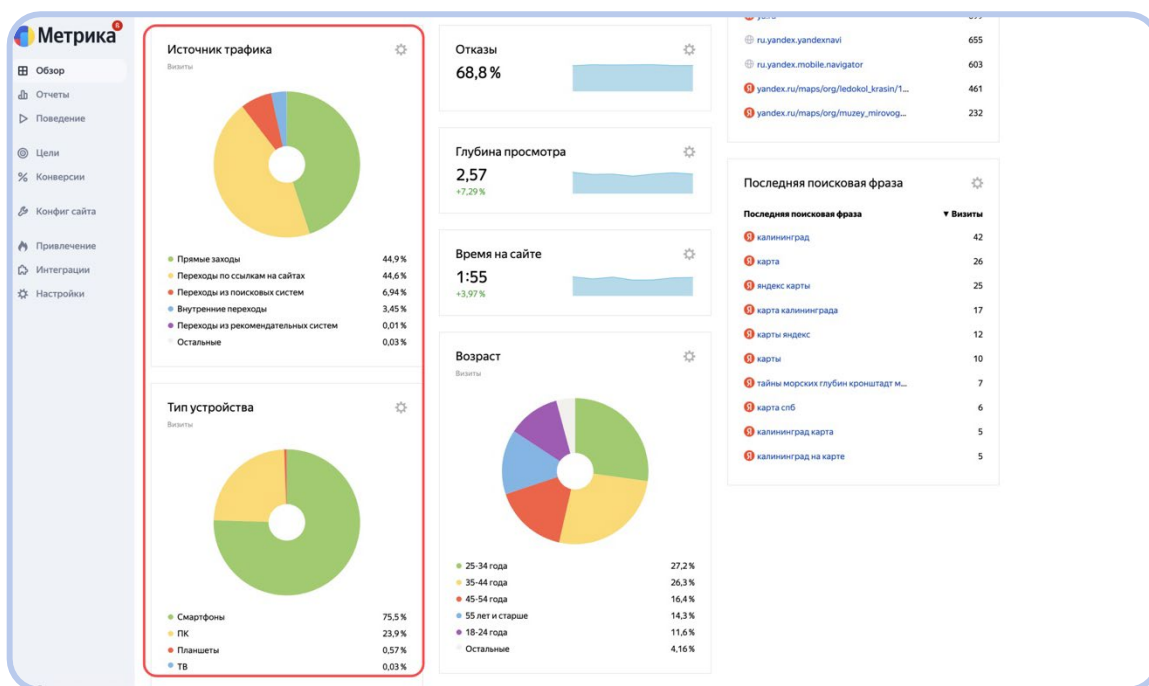
Автоматический счетчик не регистрирует поведение посетителей. Поэтому не следует смотреть на нем связанные с этим метрики: глубина просмотра, показатель отказов, время на сайте и пр.



3. Виджеты «Источник трафика» и «Тип устройства».

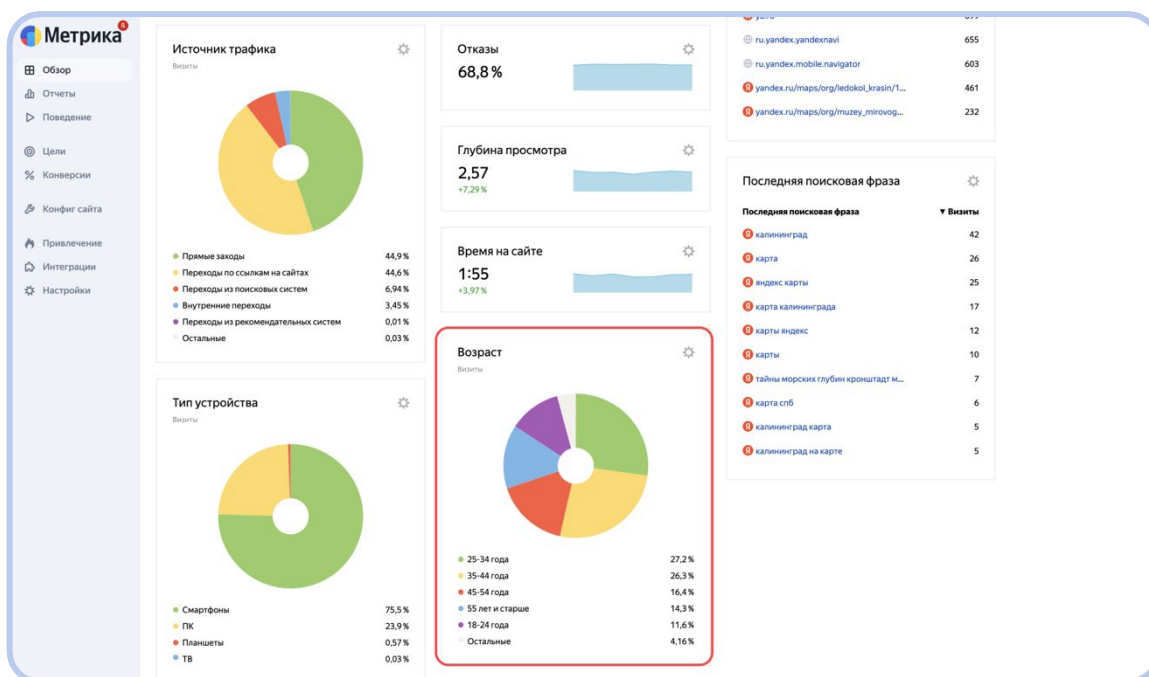
Виджет «Источник трафика» содержит информацию обо всех источниках, которые приводят посетителей в вашу карточку, а «Тип устройства» собирает данные об устройствах и программном обеспечении, которое используют посетители. Похожая статистика также находится в кабинете Бизнеса вашего объекта.

Отчет по источнику трафика отвечает на базовый вопрос «Откуда вы узнали о нашем музее?». Он также поможет вам настроить эффективную рекламную кампанию. Подробнее эти показатели можно рассмотреть в отчетах «Источники, сводка» и «Устройства» соответственно.



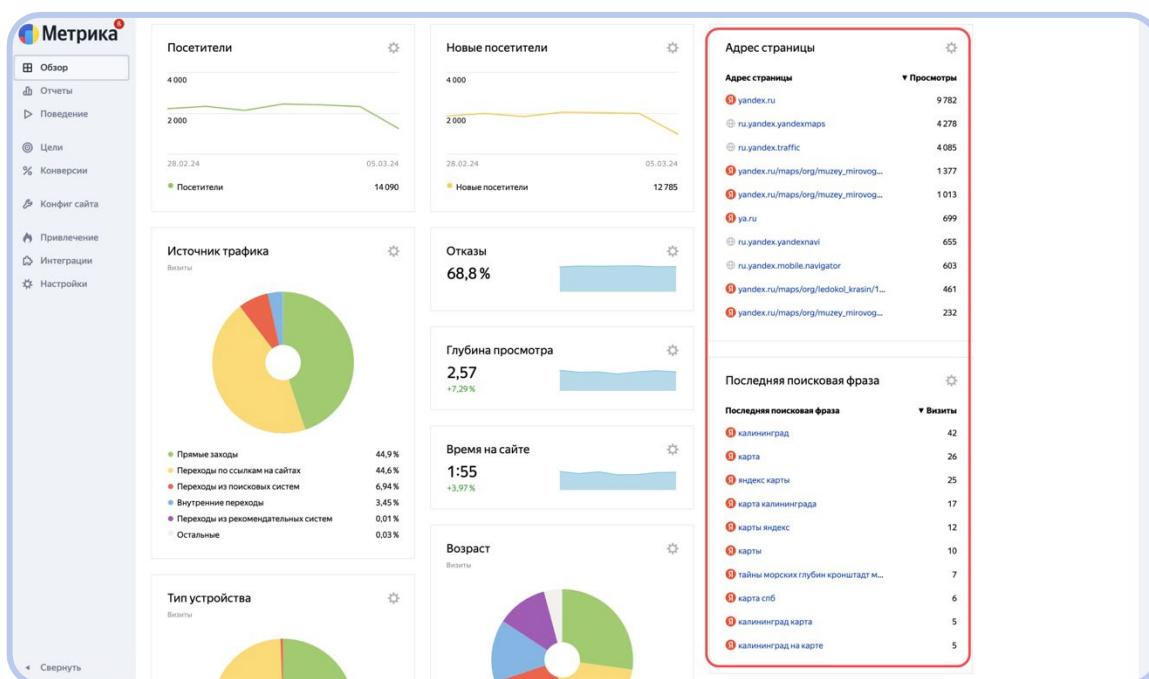
4. Виджет «Возраст».

В виджете приведена информация о возрасте посетителей. Данные распределены по пяти возрастным группам. Шестая группа, обозначенная как «Остальные», объединяет пользователей, для которых не удалось определить возраст. Это один из целого ряда показателей, которые описывают социально-демографический профиль цифровой аудитории музея. Подробнее этот показатель можно рассмотреть в отчете «Возраст».

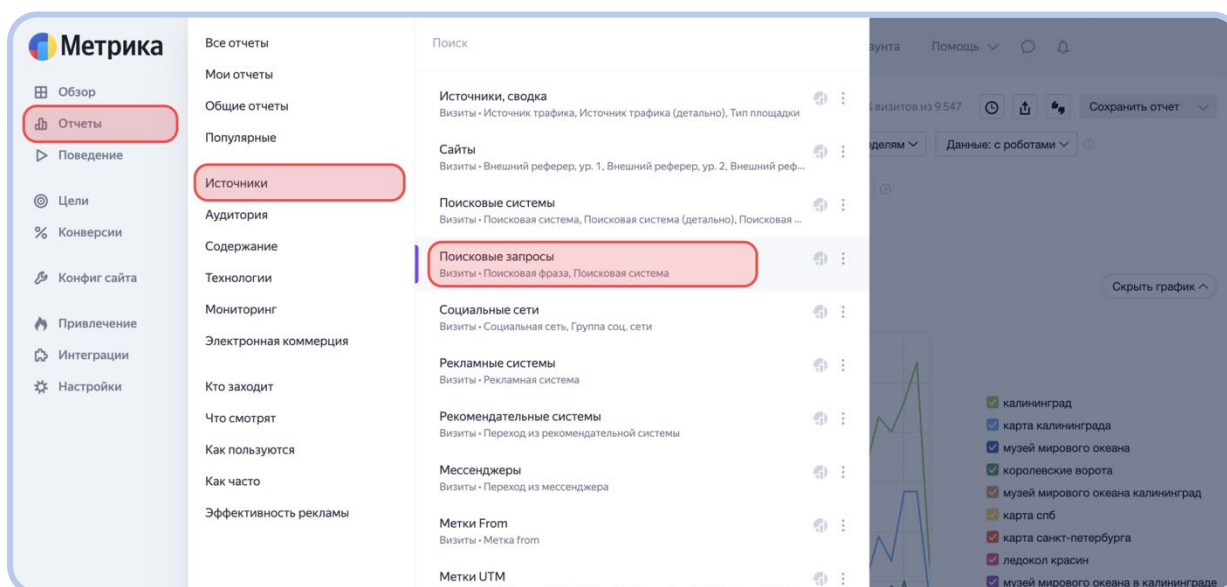


5. Виджеты «Адрес страницы» и «Последняя поисковая фраза».

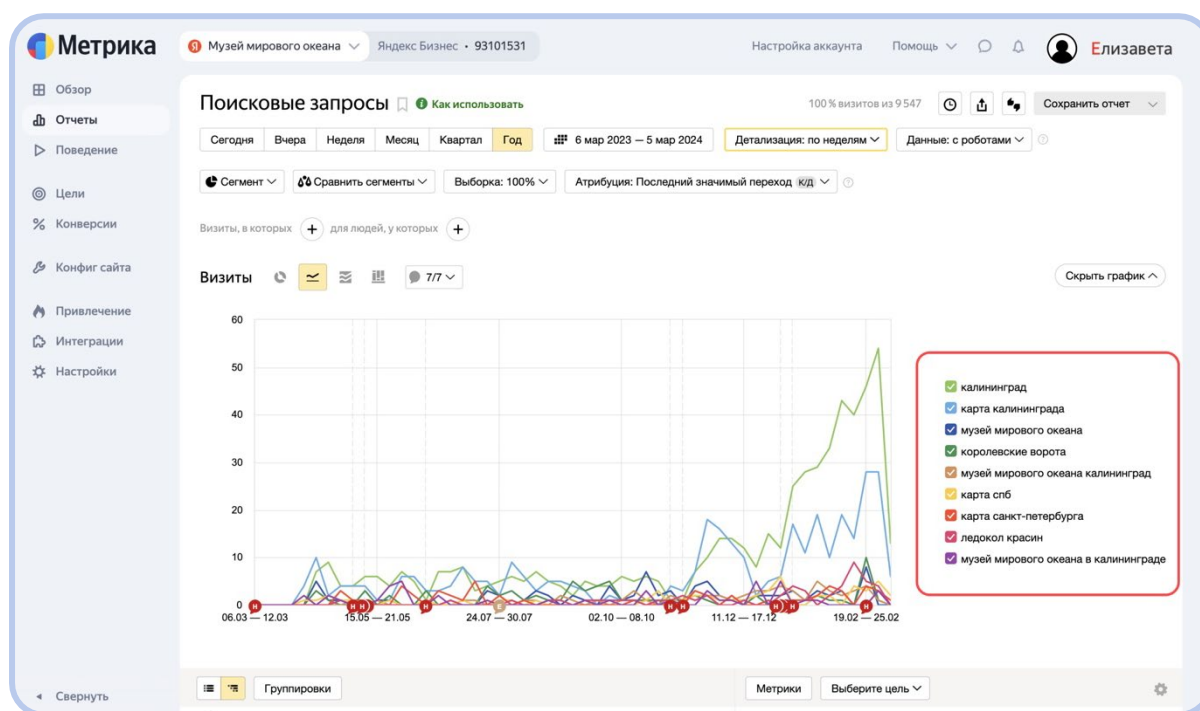
Виджет «Адрес страницы» содержит информацию о ресурсах, с которых посетители переходят на ваш сайт, а виджет «Последняя поисковая фраза» показывает список поисковых фраз, по которым посетители нашли ссылку на ваш сайт в результатах поиска и перешли по ней.



Понимание того, как посетители ищут музей, является ценным. Однако в поисковых запросах легко потеряться. Подробнее поисковые фразы можно рассмотреть в отчете «Поисковые запросы».



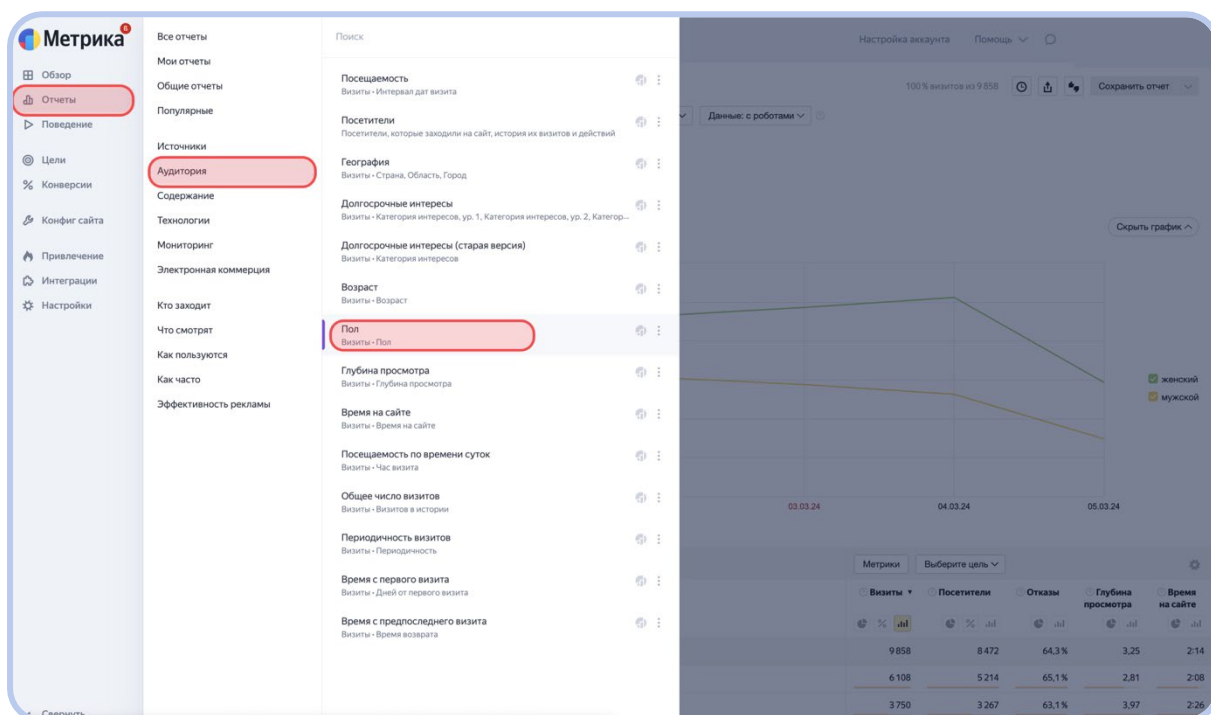
Попробуйте взглянуть на популярные поисковые фразы и условно разделить их на две группы: таргетированные и общие. Человек пишет таргетированные запросы, когда точно знает, что хочет найти, поэтому сразу ищет музей по названию или его вариации. Общие запросы же часто выглядят как категории в поиске: «достопримечательности» или «что посетить». Большая доля таргетированных отзывов является признаком, что люди знакомы с вашим музеем. Общие запросы дают музею толчок в росте аудитории: рассказывают о музее людям, которые его не искали и о нем не знали.



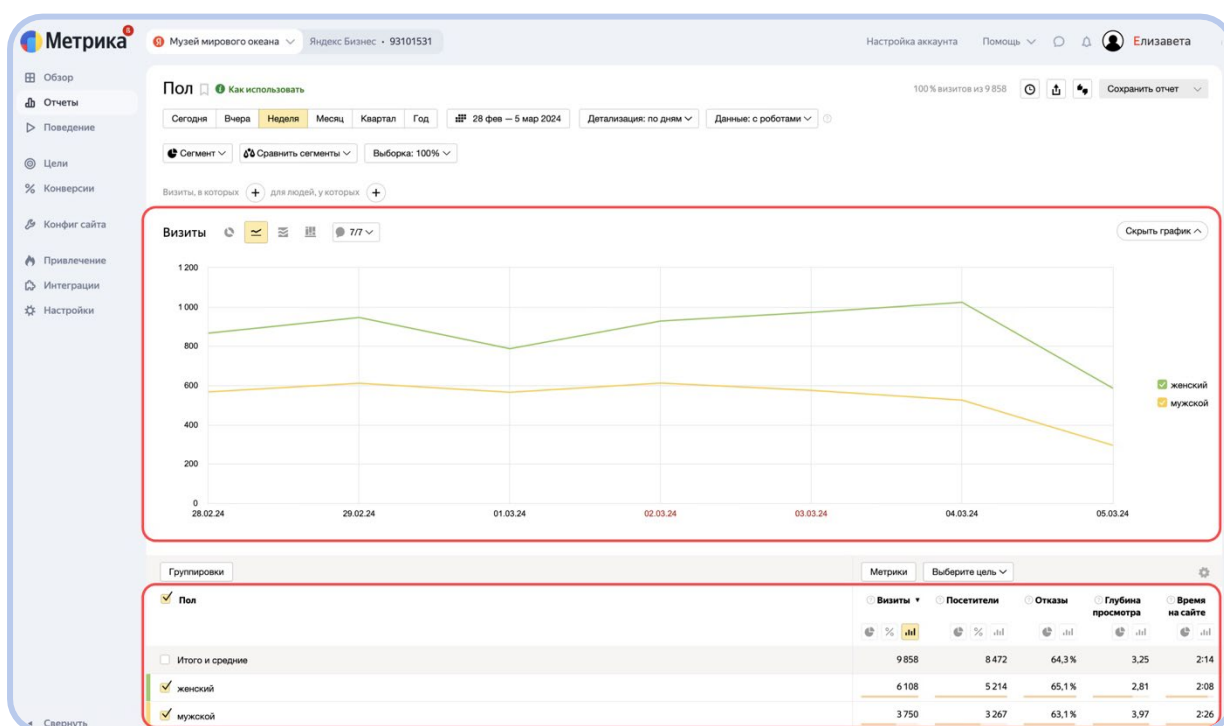
Обратите внимание, что часто люди ищут объекты по собственным ассоциациям с ними, по их отличительным чертам или альтернативному названию. Некоторые музеи существуют в связке из-за близкого территориального расположения или схожести. Так, один музей из связки часто находится, когда человек ищет другой. Такие уже существующие органичные связи могут помочь при продвижении музеев, в том числе в работе над SEO-оптимизацией сайтов и формировании рекламных кампаний.

Как и зачем кастомизировать отчеты Метрики

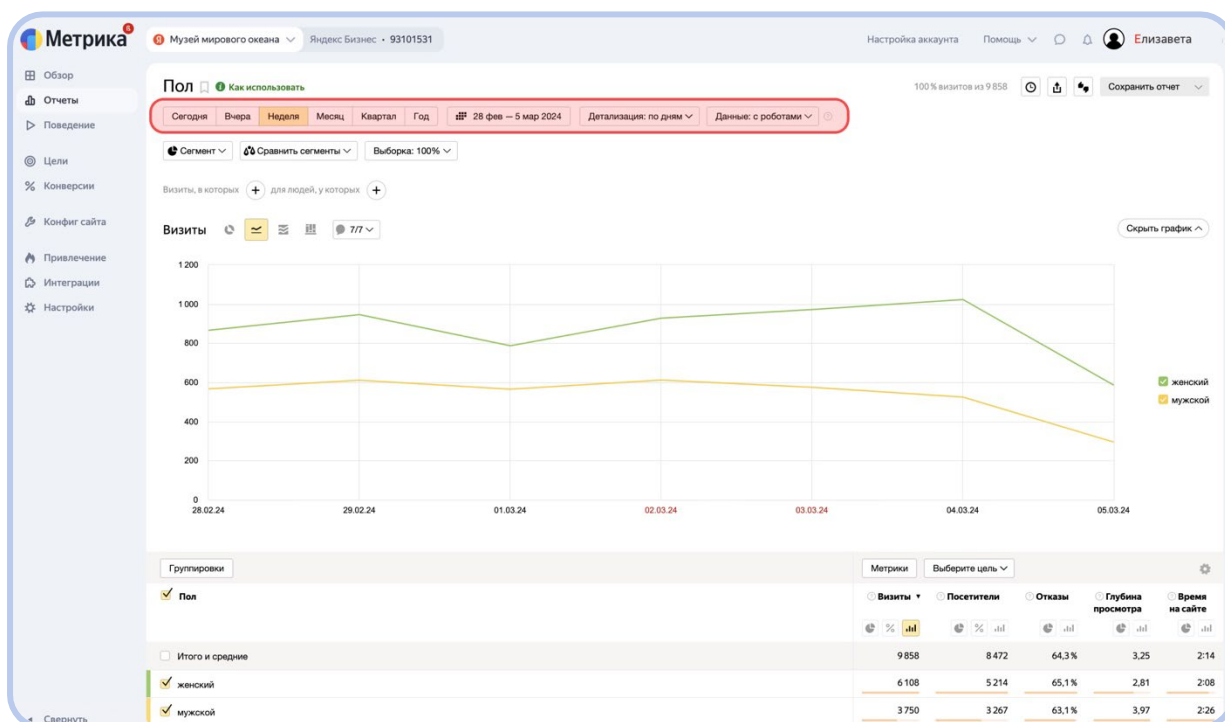
Метрика дает пользователям свободу настраивать отчет под свои запросы. Но, прежде чем видоизменять отчет, нужно понять, для чего вы это делаете. Давайте разберемся в этом на примере отчета «Пол».



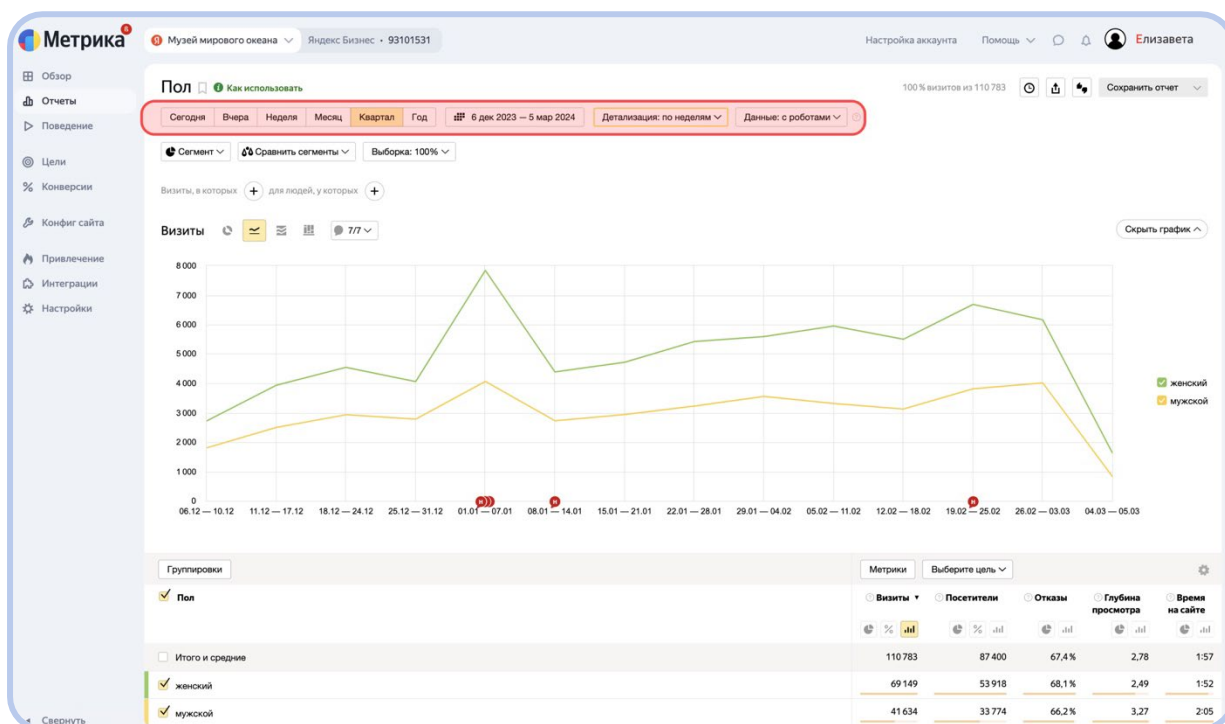
В этом отчете посетители разделены по одной из основных социально-демографических характеристик — полу — на женщин и мужчин. Мы видим график, на котором отложены две линии: количество посетителей и посетительниц показаны в динамике, видны изменения показателей от дня ко дню в течение недели. Ниже эти же данные представлены в виде таблицы: число женщин и мужчин подсчитаны за неделю, весь период наблюдения.



Хоть график и демонстрирует ежедневное изменение женской и мужской аудиторий, глобальное соотношение численности двух групп меняется небыстро, часто оставаясь примерно на одном и том же уровне месяцами. Если хотите оценить гендерный баланс онлайн-аудитории музея, стоит выставить более длительный календарный период времени, за который будет построен отчет. Так вы сможете избежать искажений, вызванных ежедневными флуктуациями или внешними факторами, например праздниками. Период отчета можно задать на верхней панели.



По умолчанию стоит неделя. Вы можете выбрать один из предложенных периодов или задать интервал дат самостоятельно . Здесь же вы можете детализировать данные по времени: временной период можно разбить по минутам, часам, дням, неделям и месяцам. Ровно так эти инструменты работали и в разделе «Статистики» Яндекс Бизнеса.



Теперь, когда вы разобрались, как работает отчет, можно подумать, что вы хотите узнать, и тогда уже преступить к кастомизации. Метрика позволяет проверять довольно детальные гипотезы, поэтому давайте узнаем, являются ли матери с детьми основой онлайн-аудитории музея. Для этого нужно объединить данные по полу и возрасту, добавив соответствующую группировку. Нажмите кнопку «Группировки», найдите группировку «Возраст» в категории «Аудитория» или через поиск, отметьте группировку галочкой и нажмите кнопку «Применить».

Музей мирового океана | Яндекс Бизнес · 93101531 | Настройка аккаунта | Помощь | Елизавета

Пол Как использовать | 100% визитов из 110 783 | Сохранить отчет

Сегмент: Сравнить сегменты | Выборка: 100%

Визиты, в которых + для людей, у которых +

Визиты | Группировки

Найти группировку: | Пол ×

Источники ▾
 Поведение ▾
 История ▾
 Аудитория ▾ **Пол** +
 Пол ○
 Возраст ○
 Категория интересов ○
 Категория интересов, ур. 1 ○
 Категория интересов, ур. 2 ○
 Категория интересов, ур. 3 ○

Применить

Перетаскивание группировок изменяет их порядок в отчёте.

Метрики | Выберите цель

Метрика	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого и средние	110 783	87 400	67,4%	2,78	1:57
женский	69 149	53 918	68,1%	2,49	1:52
мужской	41 634	33 774	66,2%	3,27	

Музей мирового океана | Яндекс Бизнес · 93101531 | Настройка аккаунта | Помощь | Елизавета

Пол Как использовать | 100% визитов из 110 783 | Сохранить отчет

Сегмент: Сравнить сегменты | Выборка: 100%

Визиты, в которых + для людей, у которых +

Визиты | Группировки

Найти группировку: | Пол × | Возраст ×

Источники ▾
 Поведение ▾
 История ▾
 Аудитория ▾ **Пол** +
 Пол ○
 Возраст ○
 Категория интересов ○
 Категория интересов, ур. 1 ○
 Категория интересов, ур. 2 ○
 Категория интересов, ур. 3 ○

Применить

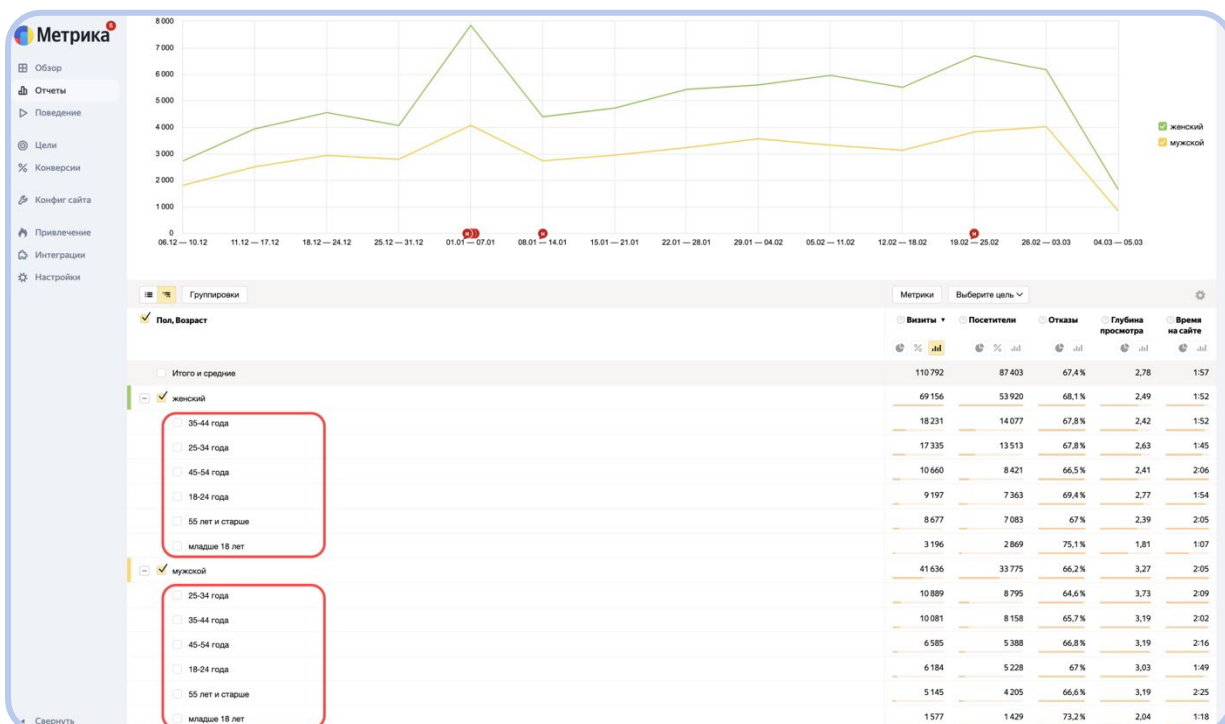
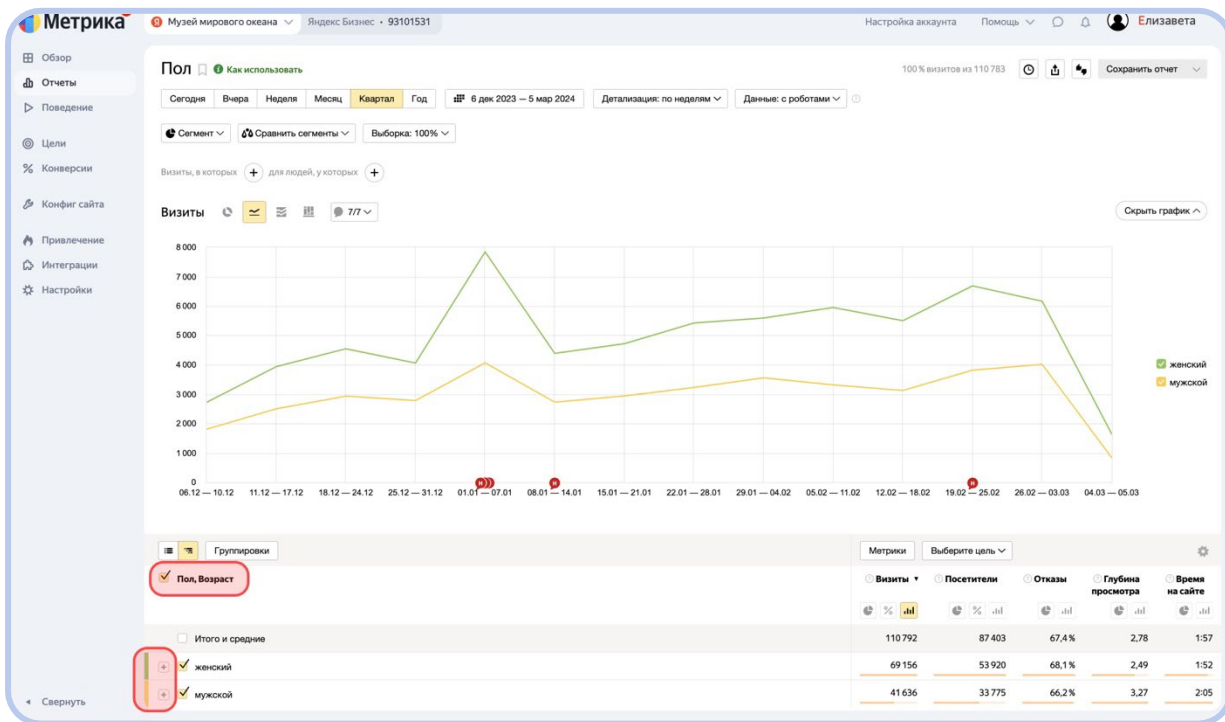
Перетаскивание группировок изменяет их порядок в отчёте.

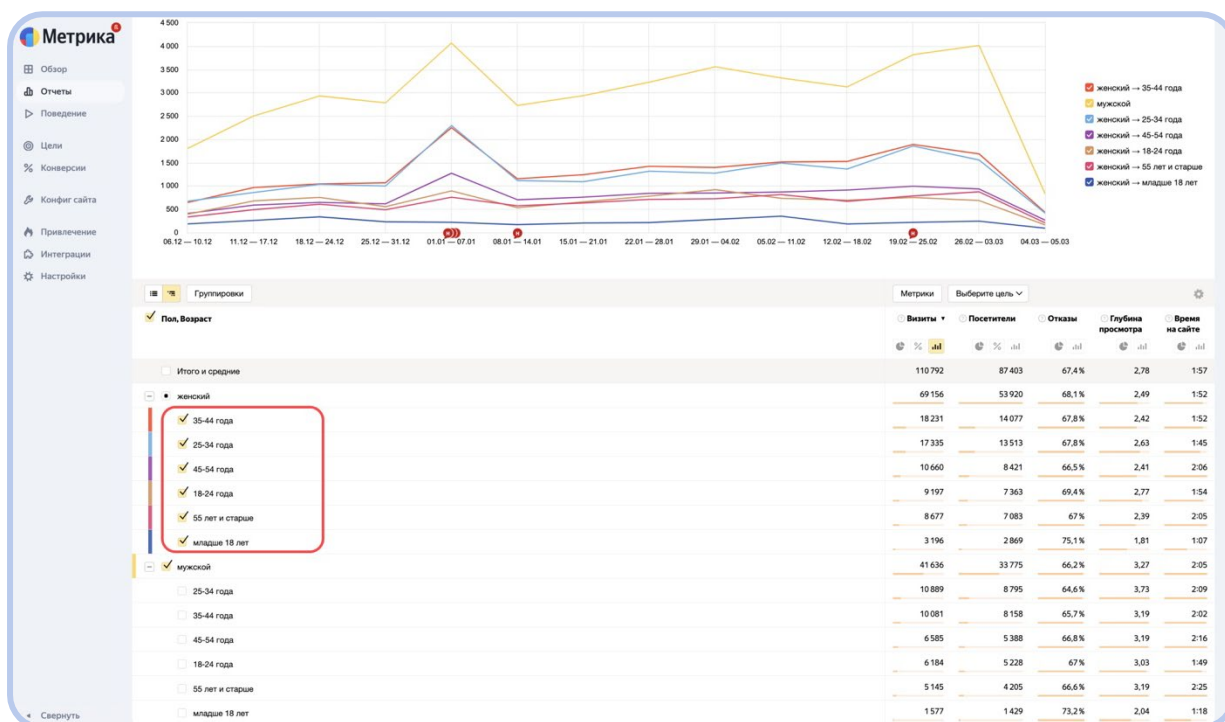
Метрики | Выберите цель

Метрика	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого и средние	110 783	87 400	67,4%	2,78	1:57
женский	69 149	53 918	68,1%	2,49	1:52
мужской	41 634	33 774	66,2%	3,27	2:05

Теперь к группировке пола добавился возраст, а в таблице рядом с каждой категорией появится значок +. Нажмите его, чтобы выпали возрастные группы: это древовидный список, признак возраста находится внутри признака пола. Возрастные группы есть как внутри женской аудитории, так и внутри мужской: вы можете прицельно следить, сколько женщин или мужчин конкретного возраста посещают

ваш культурный объект. Поставьте галочку рядом с возрастной группой, чтобы она отобразилась на графике.

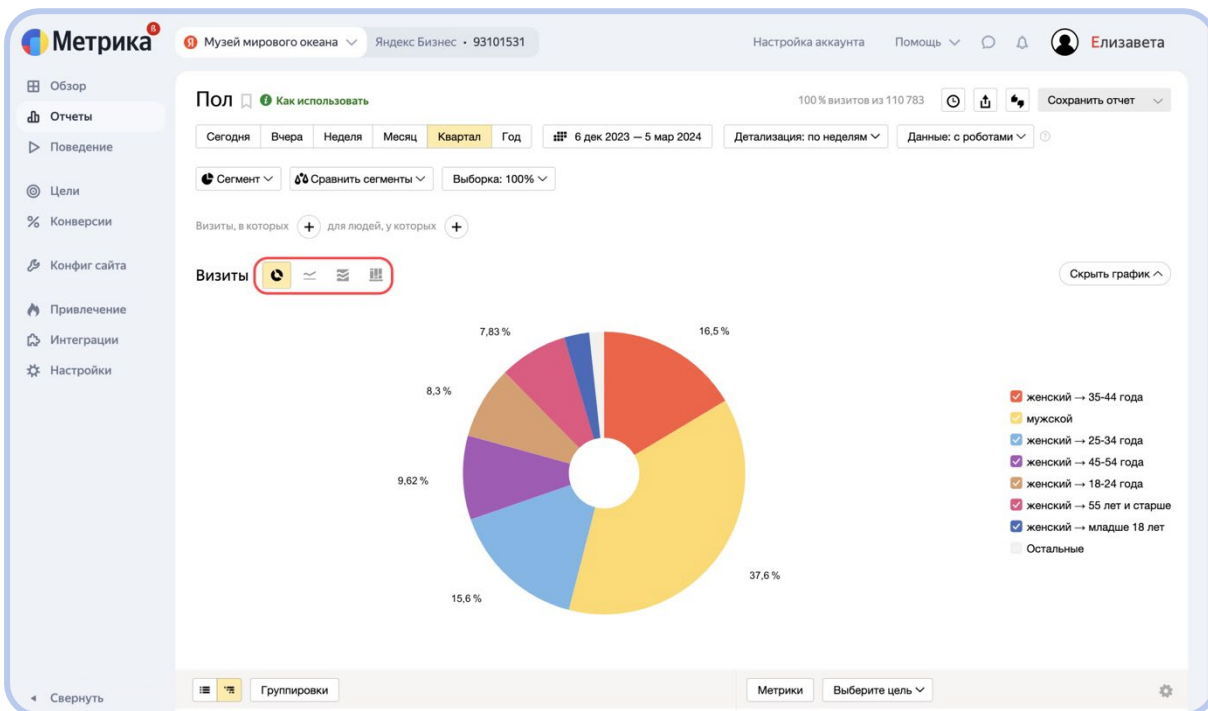
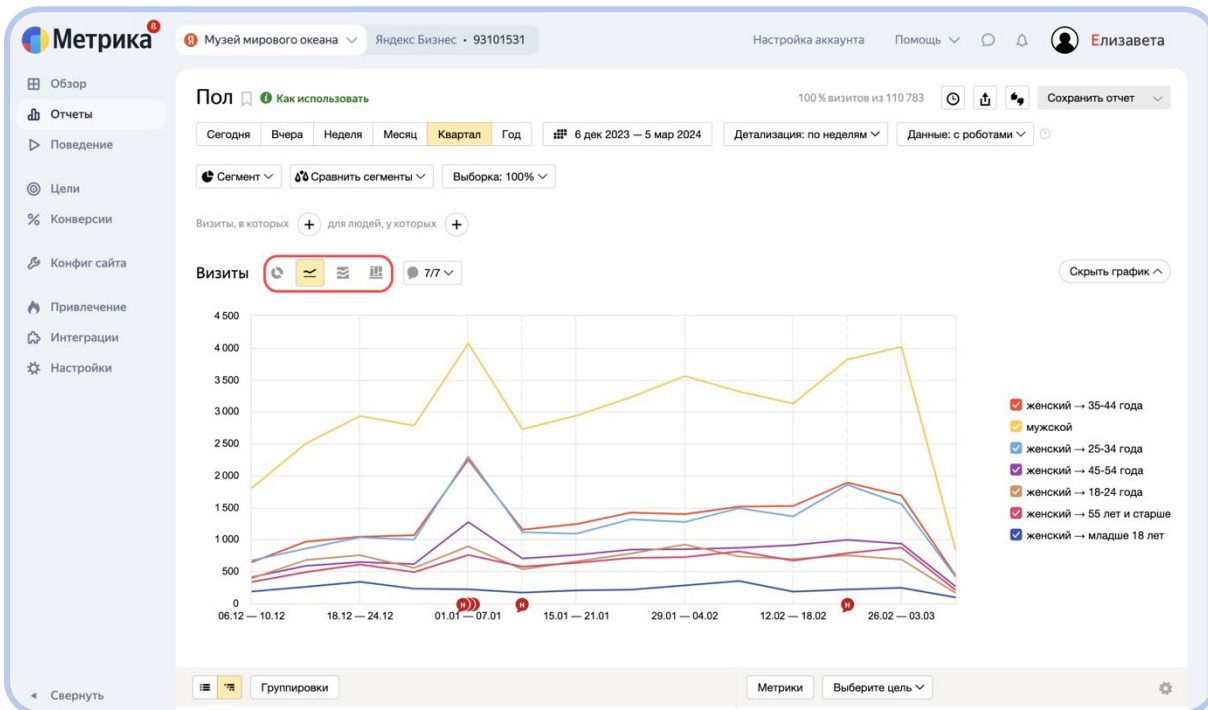




Если вы добавили на график слишком много категорий, то он может выглядеть беспорядочным. Тогда можно попробовать либо убрать часть категорий, либо поменять вид графика: панель находится сразу над ним. Метрика предлагает четыре типа графиков: два центральных, линии \approx и области \equiv , показывают временную динамику, а два крайних, диаграмма \odot и колонки \equiv , — соотношение величин по группам. В данном случае нам подойдут круговая диаграмма (она покажет процентное соотношение категорий) или колонки (они отразят абсолютные значения).

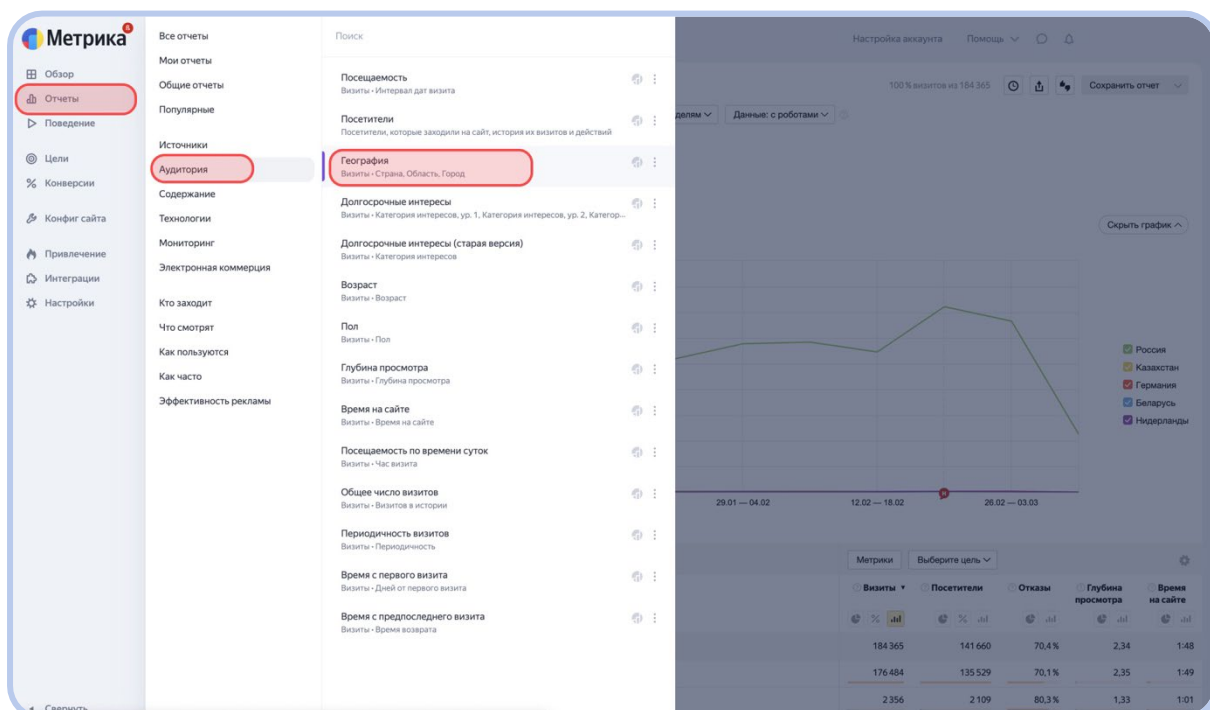
Важно!

Следите за количеством группировок, которое включаете в график. Большое количество категорий сделает график нечитаемым

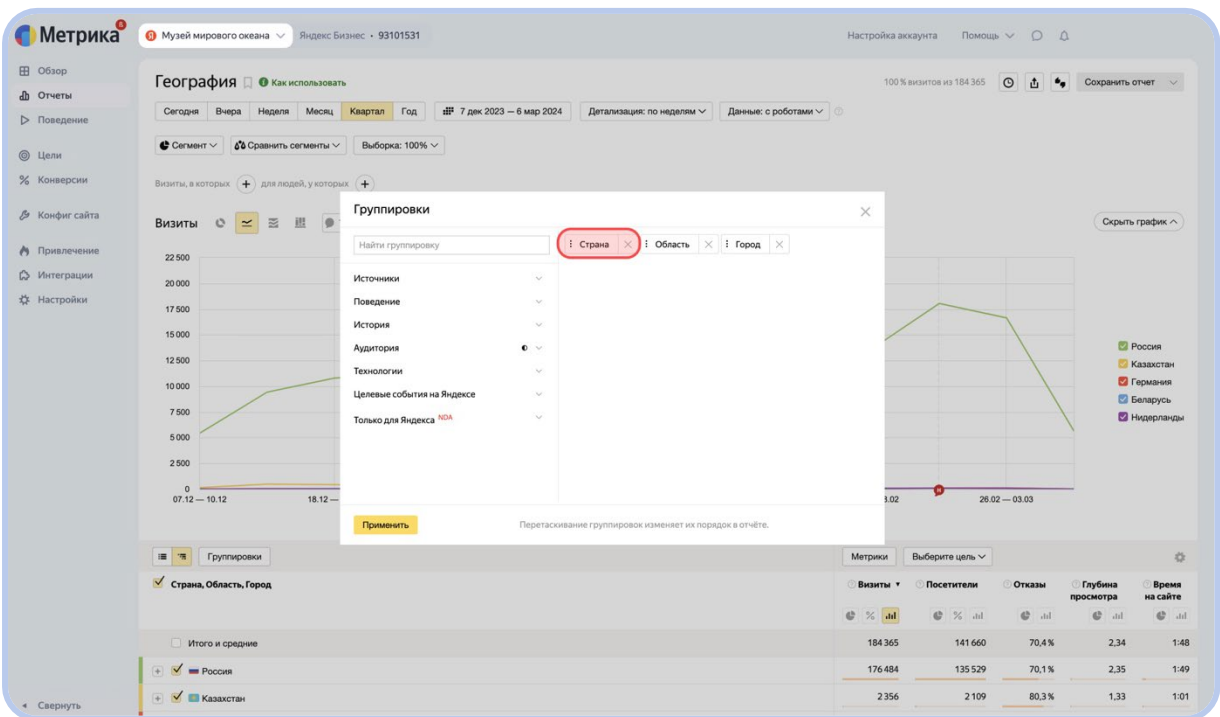
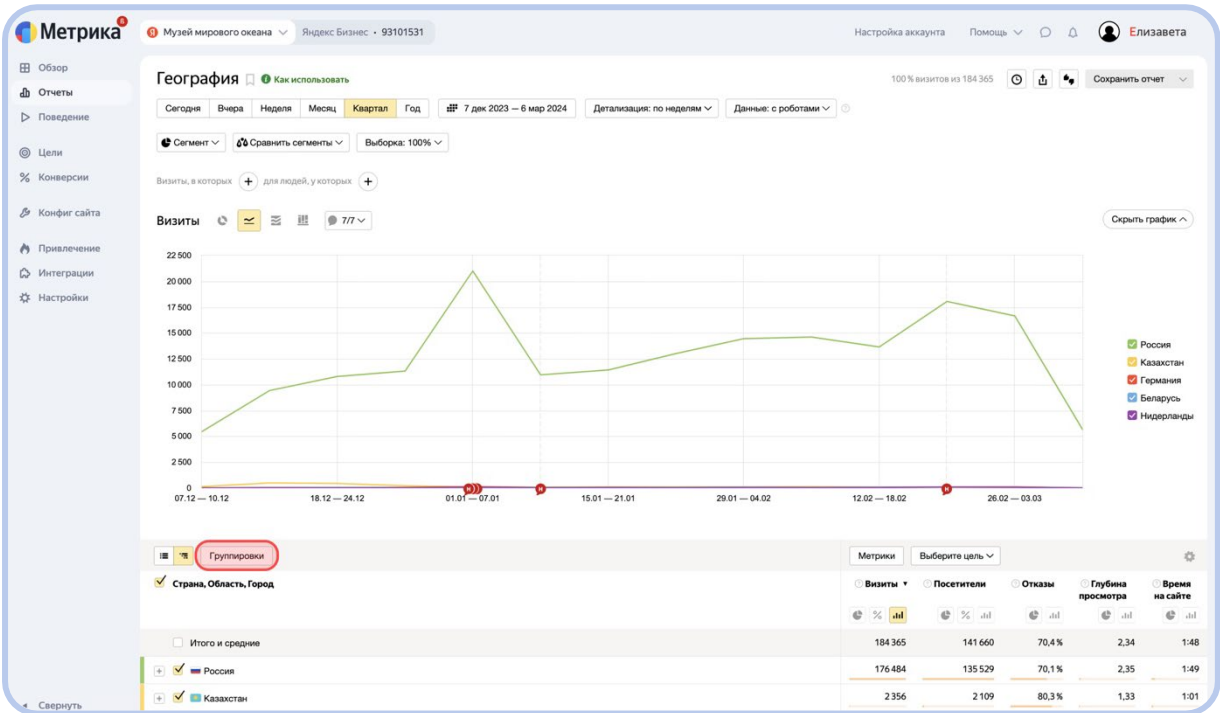


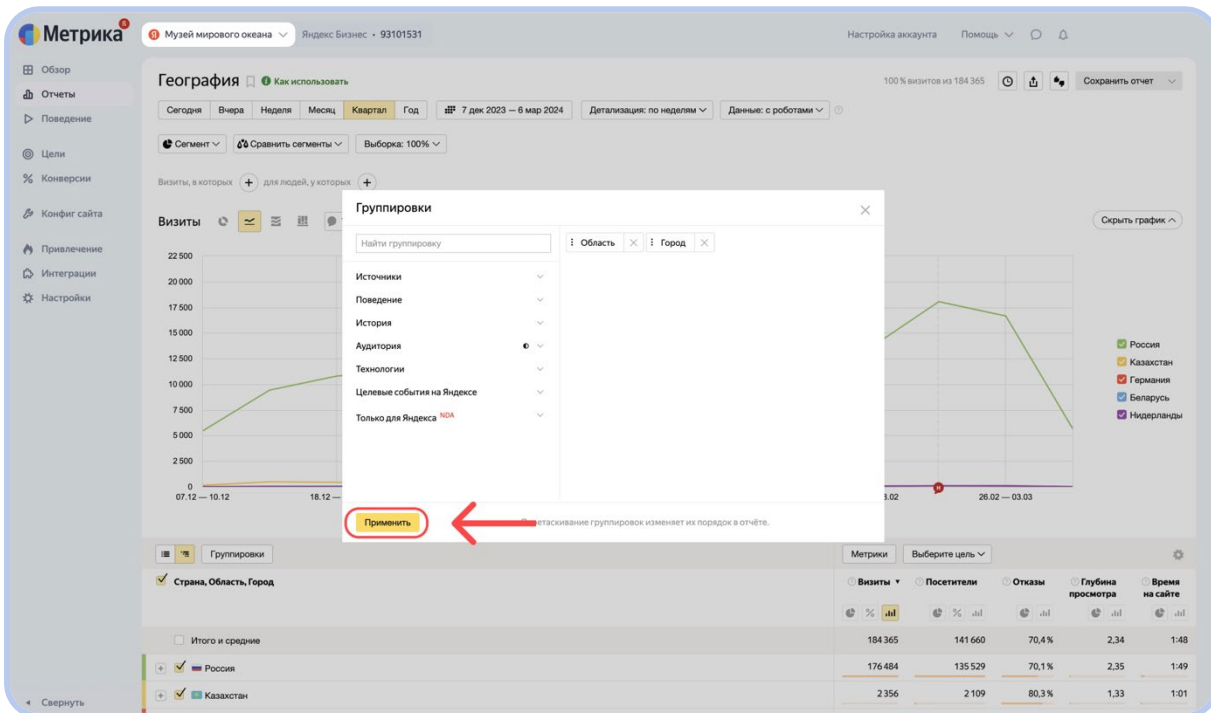
Основываясь на данных о поле и возрасте, можно сделать предположение, в каких категориях скорее окажутся матери с детьми. А оценив долю этих категорий от всей онлайн-аудитории музея, можно определить примерный масштаб семейных или детских посещений музея. Исходя из этого, можно планировать мероприятия, выставки и даже обустроить территорию вокруг объекта культуры.

Отчет Метрики можно скачать или настроить его подготовку по расписанию. Научимся манипулировать отчетами на примере отчета «География».

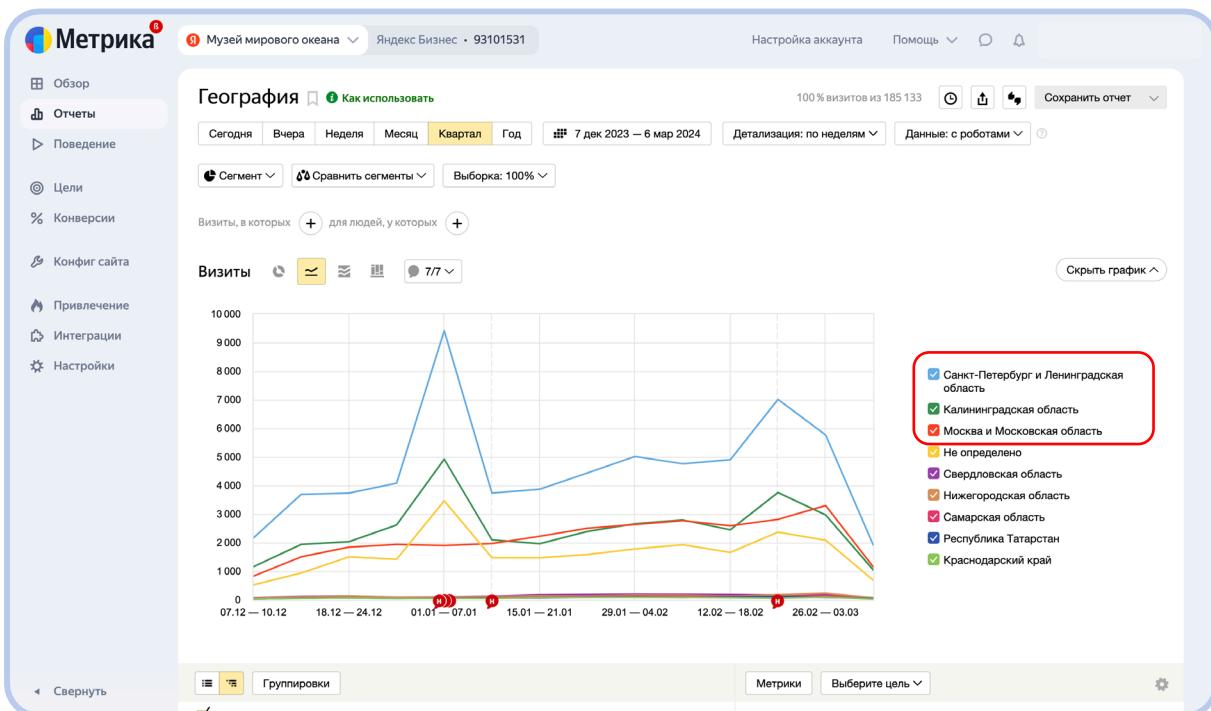


Отчет содержит информацию о географическом распределении посетителей карточки музея и использует группировки, аналогичные иерархии территориального деления: страна, область и город. На графике и в таблице мы видим только «верхнюю» группировку — страны — области и города «спрятаны» внутри стран. При этом география большинства посетителей музея с большой вероятностью будет отмечена как Россия, что делает график малоинформативным в данном виде. Поэтому стоит открыть «Группировки» и убрать страны, оставив либо области и города, либо только города.

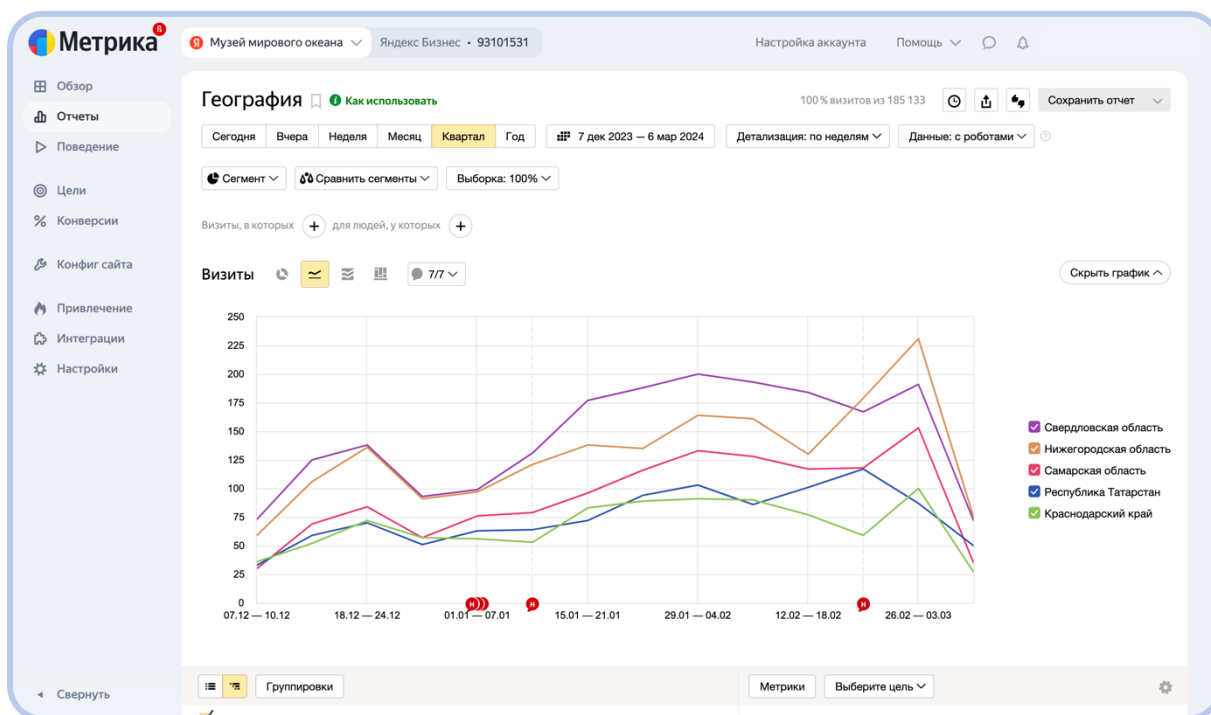





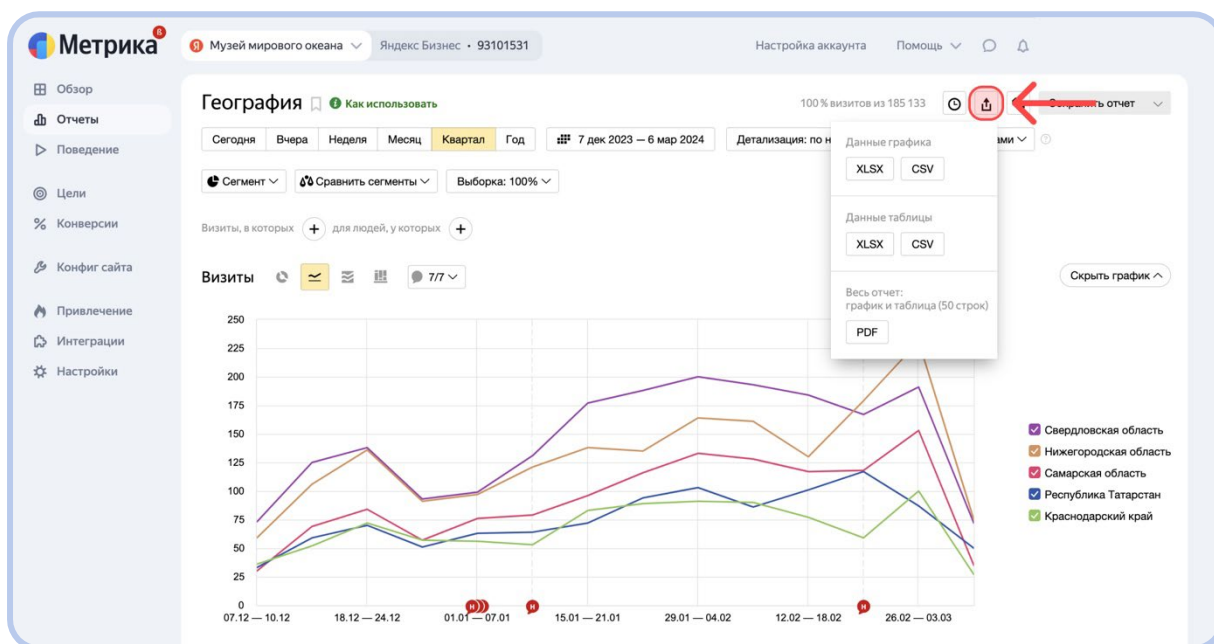
Вероятно, в тройку лидеров войдут эти три региона: Москва, Санкт-Петербург и регион или город, в котором расположен музей. Сильное влияние на рейтинг оказывают такие факторы, как численность населения города или региона и их территориальная близость к музею. Все остальные регионы могут отобразиться внизу графика в виде одной запутанной линии.



Чтобы посмотреть динамику визитов посетителей из остальных городов на графике, спуститесь к таблице, снимите галочки с лишних регионов и добавьте галочки у нужных (как это делали ранее). Используйте информацию о географическом распределении аудитории музея для запуска таргетированной рекламы как в онлайн-, так и в офлайн-формате.



Прежде чем переходить к экспорту отчета, убедитесь, что все параметры настроены верно. Вернитесь к части с кастомизацией отчета, если вам нужна помощь. Чтобы скачать отчет в полученном виде, нужно нажать кнопку  в верхней панели. Экспортировать можно отдельно данные графика или отдельно данные таблицы в XLSX- или CSV-форматах, также весь отчет доступен в PDF. Данные графика можно скачать только при условии, что график отображен в виде линий или областей. При этом в файл выбранного формата выгружаются первые 100 000 строк отчета, а если экспортируете весь отчет, то в PDF отобразится график и лишь 50 строк таблицы.



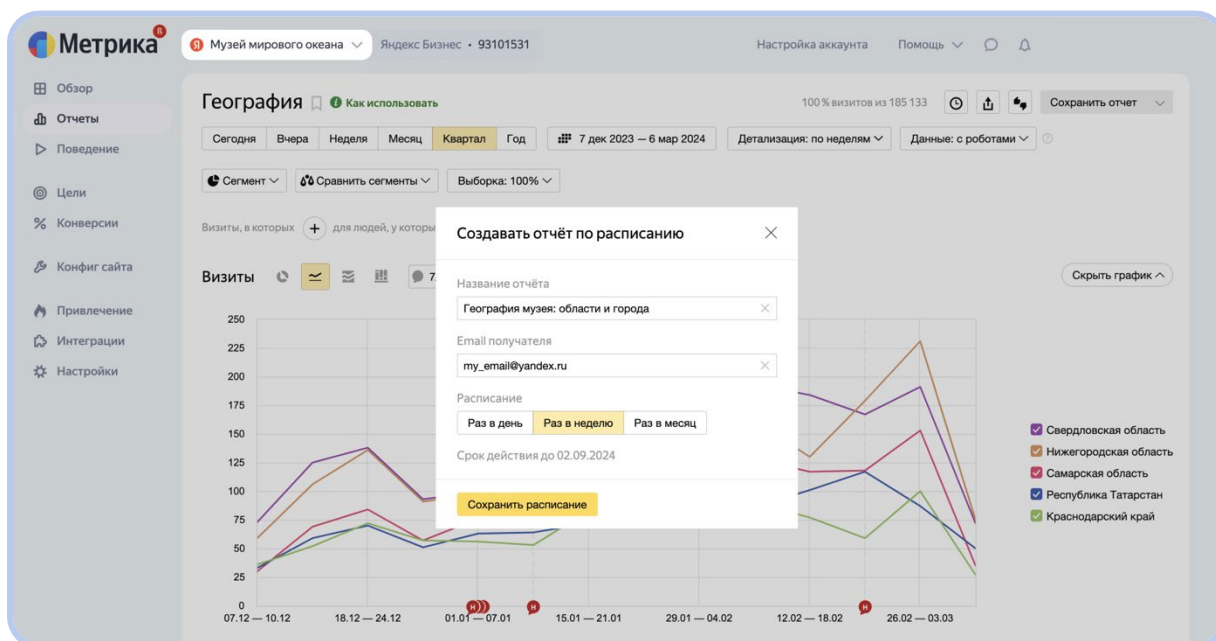
Метрика может готовить нужный вам отчет по заданному расписанию. Такой отчет можно просматривать либо в интерфейсе Метрики, либо в электронной почте. Вы можете заказать как стандартный отчет, так и отредактированный или сохраненный пользователем.

Заказ доступен для отчета, на странице которого отображается значок 🕒. Нажав этот значок, в открывшемся окне заполните поля «Название отчета» и «Email получателя». Можно указать несколько адресов через запятую. Затем выберите расписание, по которому будет приходить отчет.

Существует три опции:

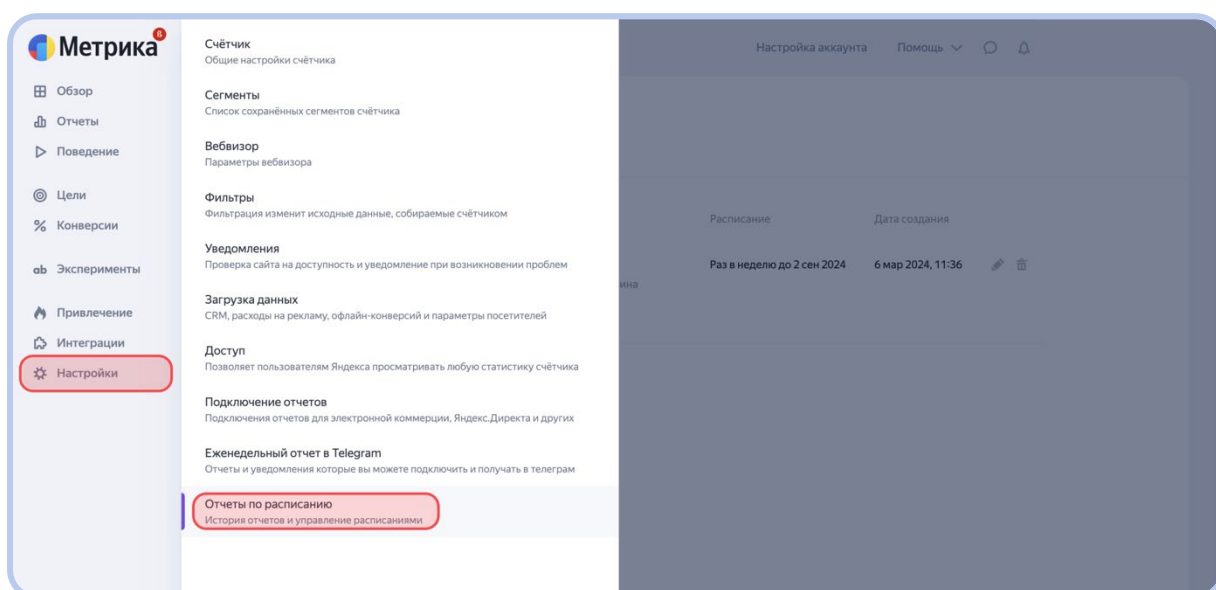
1. «Ежедневно» — отчет будет готовиться на протяжении двух месяцев в начале дня.
2. «Раз в неделю» — отчет будет готовиться на протяжении шести месяцев по понедельникам. Например, если вы закажете отчет в среду, то первый отчет будет составлен на основе данных с понедельника по воскресенье следующей недели.
3. «Раз в месяц» — отчет будет подготавливаться на протяжении 12 месяцев, первого числа каждого месяца. Например, если вы закажете отчет в мае, то впервые он будет подготовлен на основе июньских данных.



После выбора одного из вариантов под переключателем отобразится дата завершения периода, в течение которого вы будете получать отчет. Нажмите кнопку «Сохранить расписание».

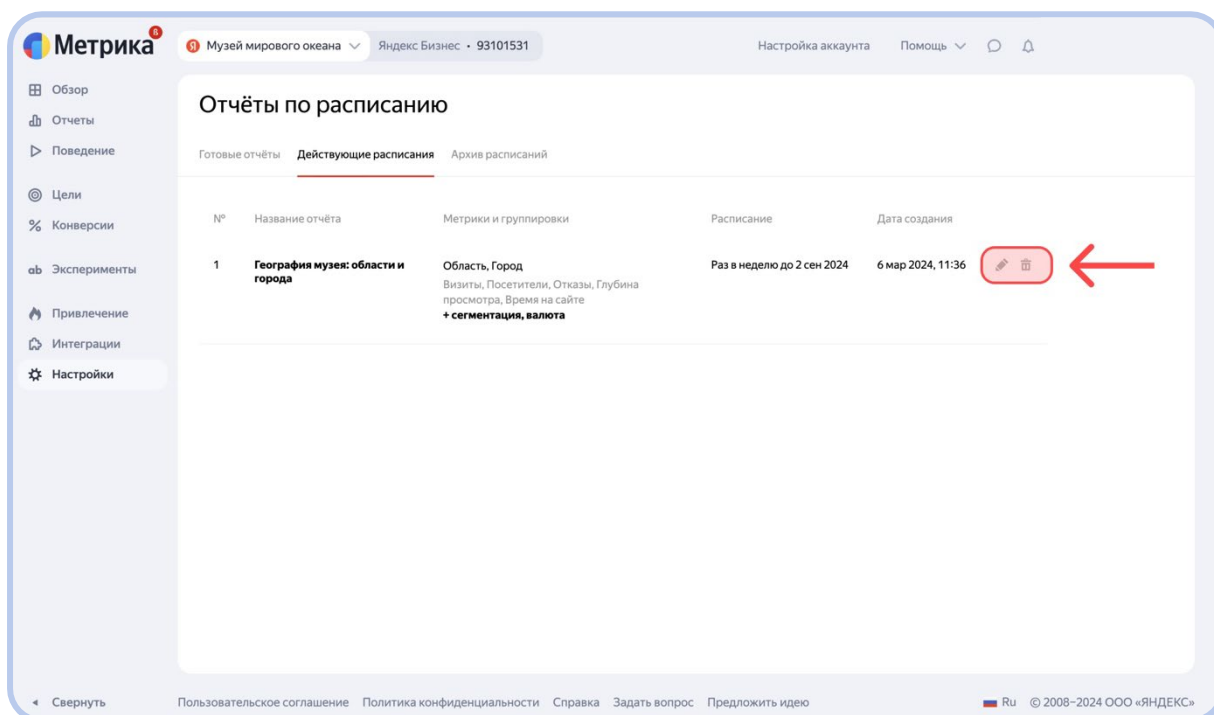



Отчеты по расписанию начинают обрабатываться по часовому поясу, заданному в настройках счетчика Метрики, в полночь плюс 4 часа. Например, для Москвы отчет будет готов с 4:00 до 5:00 на следующий день после окончания периода.

Найти заказанный отчет по расписанию можно в разделе «Настройки» на левой панели.

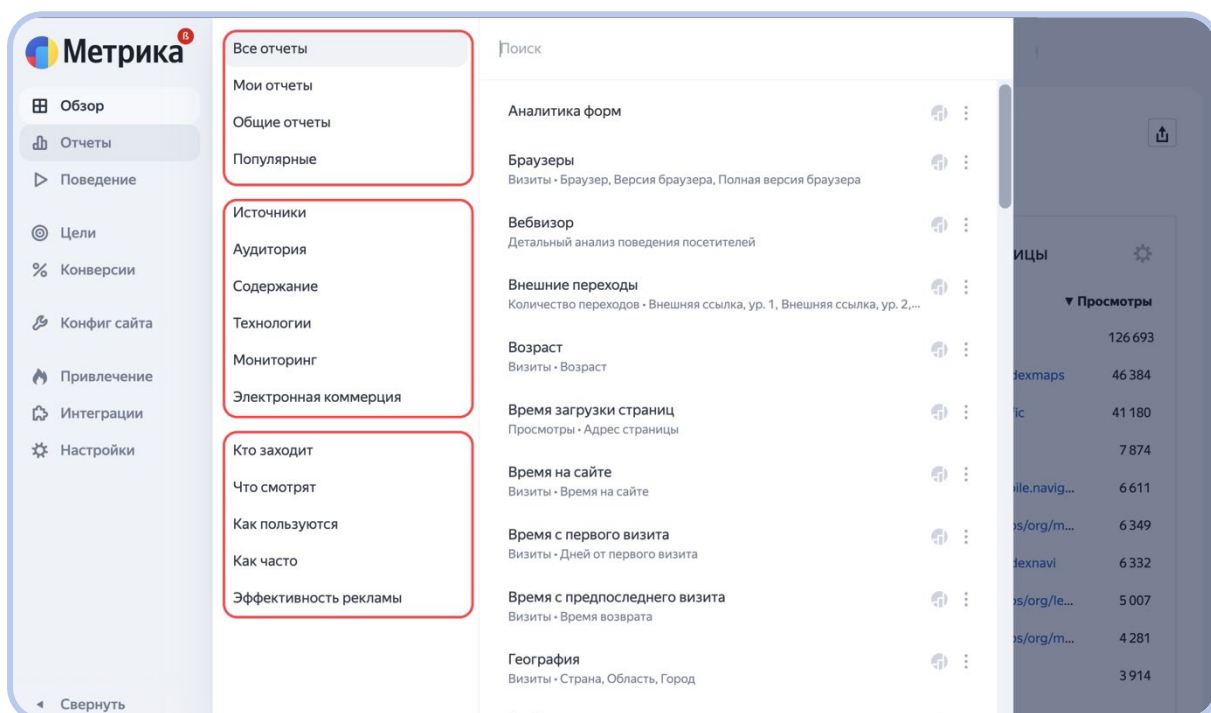


Подготовку отчета по расписанию можно продлить, возобновить или отменить. Заказанный отчет будет находиться во вкладке «Действующие расписания». Там же вы можете изменить  или удалить  расписание.



Все отчеты, сформированные для вас по любым расписаниям, будут находиться во вкладке «Готовые отчеты» здесь, в Метрике, а также на почте, которую вы указали при составлении расписания. Вам предложат продлить или возобновить подготовку отчета в письме, которое приходит за некоторое время до даты окончания периода получения отчета, или в письме с сообщением о последнем регулярном отчете. Удаленное или истекшее по времени расписание будет находиться во вкладке «Архив расписаний». Вы сможете его возобновить, нажав значок  рядом с расписанием.

Все отчеты Метрики разделены по нескольким блокам с категориями. Эти категории, а также поиск помогут вам в навигации по сайту и в поиске отчетов.



Почувствуйте себя свободными в исследовании новых отчетов и экспериментах с их кастомизацией. Открывайте вспомогательное окно **[i Как использовать](#)**, которое находится рядом с названием каждого отчета, и обращайтесь к [Справке](#), если возникнут вопросы.