
История запросов в Яндекс.Вордстат

Колобов Ф.В.

Студент магистратуры УрФУ,
Институт: Высшая школа экономики и менеджмента
«Прикладная информатика»
Россия, г. Екатеринбург
E-mail: faylippka@mail.ru

Что такое Яндекс.Wordstat

Яндекс.Wordstat — это сервис Яндекса, который позволяет посмотреть самые популярные запросы пользователей на любые тематики в поисковой системе Яндекса. В данной статье я расскажу, зачем нужен и какую информацию в себе содержит один из разделов Яндекс.Вордстата — История запросов.

Что такое История запросов

История запросов — это одна из функций Яндекс.Вордстата, позволяющий можно отслеживать тренды в запросах пользователей поисковой системы Яндекс. Результаты представляется как в числах, так и в виде недельных и месячных графиков, поэтому информация из Истории запросов является наглядной и легкочитаемой. Данный раздел позволяет отслеживать сезонность запросов, т.е. он дает возможность специалисту по контекстной рекламе или владельцу бизнеса иметь четкое представление о том, какое количество пользователей ищет конкретный товар или услугу в определенные недели или месяцы года. На мой взгляд, это один из основных плюсов Яндекс.Вордстат перед остальными в этом плане Вордстат, пожалуй, самый удобный инструмент.

Как использовать данную функцию?

Необходимо зайти на <https://wordstat.yandex.ru/> и поставить «галочку» на надписи «История запросов» (или можно сразу перейти по ссылке <https://wordstat.yandex.ru/#!/history>).

Необходимо указать требуемый поисковый запрос (фразу, которую искали пользователи) и нажать «Подобрать».

Будет отображена информация в числовом виде и в виде графиков.

Графики изначально показывают информацию по месяцам, но также есть возможность увидеть историю по неделям:

В данном сервисе можно выполнить фильтрацию: по региону, только по десктопу, то по мобильным устройствам, только по телефонам, только по планшетах. Таким образом, вы можете просмотреть данные в определенном разрезе.

Поднеся курсор мыши на любой интересующий вас период на графике, вы сможете увидеть точное число показов: абсолютное и относительное значения.

Абсолютные и относительные значения

Из справки Яндекса:

«Статистику можно смотреть как в абсолютных значениях, так и в относительных. Для получения относительного значения абсолютная цифра нормируется на количество показов результатов поиска Яндекса за соответствующий месяц».

Абсолютное значение — это фактическое значение показов в разные периоды времени по статистике Яндекса за последние 24 месяца.

Относительное значение — это отношение показов по искомому запросу к общему числу показов в Яндексе. Данный график отображает популярность поисковой фразы в общем пуле всех запросов пользователей, т.е. какое количество раз люди пробовали найти в Яндексе информацию по данному ключевому слову по отношению к общему количеству запросов.

В истории запросов нельзя использовать стандартные операторы Яндекса для ключевых слов такие, как: «!», «-», «+».

Стоит также отметить, что информация выдается не только по точной ключевой фразе, которую вы указали в поисковой строке Вордстата. Вся статистика в Вордстате показывает сумму всех запросов, в которых встречается введенная ключевая фраза в разных склонениях и временах.

Как использовать эту статистику?

На мой взгляд, полученную статистику можно использовать практически где угодно. Самый первый пример, который приходит в голову — начало бизнеса, выбор ниши для бизнеса. Есть достаточно очевидные тренды, которые можно предугадать и без использования Яндекс.Вордстата, но некоторые спрос на некоторые товары или услуги может реально удивить, особенно начинающего предпринимателя.

Второй по популярности вариант использования Истории запросов — это контекстная реклама. На основании статистики специалист по контекстной рекламе может сделать вывод о том, какое примерное количество посетителей может переходить по рекламным объявлениям в Яндекс.Директе и попадать на сайт рекламодателя. Я считаю, что данная метрика также важна для определения семантического ядра, то есть для того, чтобы можно было сформулировать гипотезу относительно того, насколько глубоко нужно прорабатывать семантику для получения нужного количества посетителей на сайте.

Выводы

Конечно, для того, чтобы использовать Историю запросов, нужно обладать навыками в контекстной рекламе, понимать, что такое семантическое ядро, но данная функция Яндекс.Вордстата позволяет делать четкие выводы и формулировать гипотезы, несмотря на малое количество информации на входе — только поисковая фраза.

Таким образом, можно сформулировать основные тезисы данной статьи: Абсолютные значения показов — главная метрика запросов;

Опция будет полезная как для предпринимателя, так специалистов по контекстной рекламе; История запросов не учитывает синтаксис запросов;