



Аналитический отчет LiveInternet для сайта Extra-M за август 2009 г.

Базовые месячные показатели посещаемости сайта:

Число просмотров страниц:	1,321,582
Число посетителей:	599,020
Доля мужчин:	48.7 %
Доля женщин:	51.3 %
Посетители младше 18 лет:	6.8 %
Посетители от 18 до 24 лет:	17.7 %
Посетители от 25 до 34 лет:	34.5 %
Посетители старше 34 лет:	41.0 %
Преобладающая страна - Россия:	86.0 %
Преобладающий регион - Москва:	51.9 %
Число переходов с поисковиков:	310,192
Число посетителей, пришедших с поисковиков:	242,118

Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

Размеры демографических групп в месячной аудитории сайта и их доли в процентах

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	14,081 (2.4%)	26,801 (4.5%)	40,882 (6.8%)
18-24	47,037 (7.9%)	58,921 (9.8%)	105,958 (17.7%)
25-34	100,579 (16.8%)	106,201 (17.7%)	206,780 (34.5%)
35+	130,192 (21.7%)	115,208 (19.2%)	245,400 (41.0%)
Любой возраст	291,889 (48.7%)	307,131 (51.3%)	599,020 (100%)

Индекс соответствия Интернету - **Internet-Affinity Index**.

Отношение доли демографической группы в месячной аудитории сайта к доле этой же демографической группы в месячной аудитории Интернета, умноженное на 100.

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	26.3	89.6	48.9
18-24	55.8	91.6	71.3
25-34	123.9	134.1	128.9
35+	122.2	115.3	118.9
Любой возраст	89.6	112.4	100.0

Индекс соответствия населению России - **Population-Affinity Index**.

Отношение доли демографической группы в месячной аудитории сайта к доле этой же демографической группы в населении России, умноженное на 100.

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	44.7	87.8	65.9
18-24	82.2	103.0	92.6
25-34	141.6	144.6	143.1
35+	101.1	77.2	88.3
Любой возраст	101.2	98.9	100.0

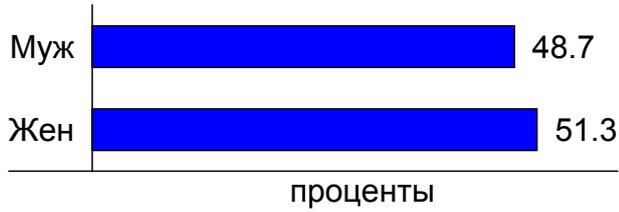
Индекс соответствия категории сайтов - **Category-Affinity Index**.

Отношение доли демографической группы в месячной аудитории сайта к доле этой же демографической группы в месячной объединённой аудитории сайтов из категории [Города и регионы](#), умноженное на 100.

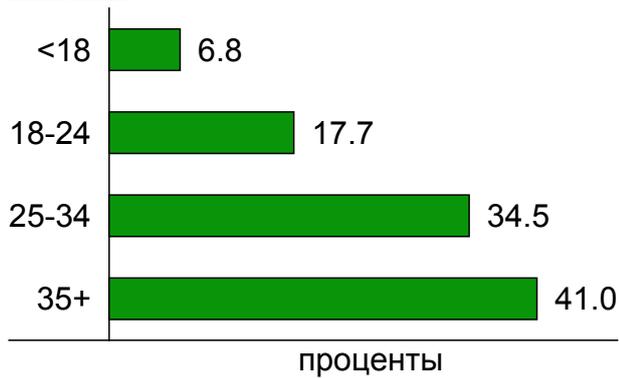
Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	35.6	88.0	58.4
18-24	64.2	102.7	81.1
25-34	102.3	116.4	109.1
35+	117.7	117.4	117.5
Любой возраст	90.7	110.8	100.0

Структура месячной аудитории сайта: пол и возраст

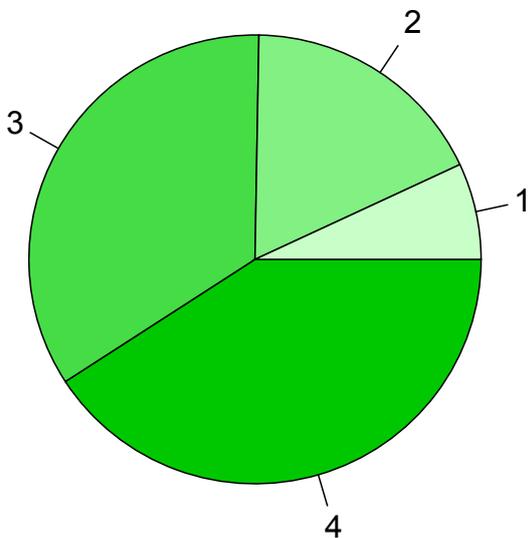
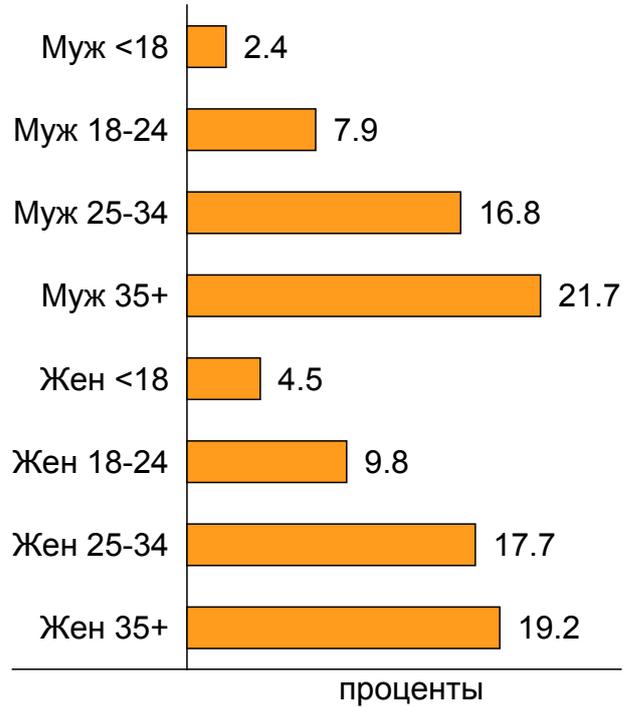
Пол



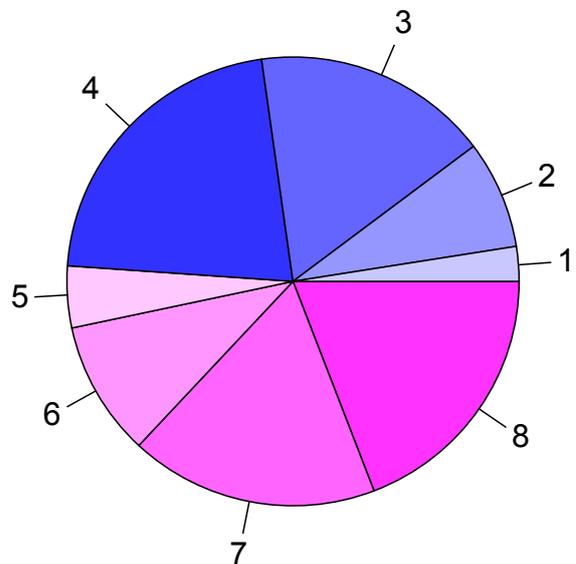
Возраст



Пол / Возраст



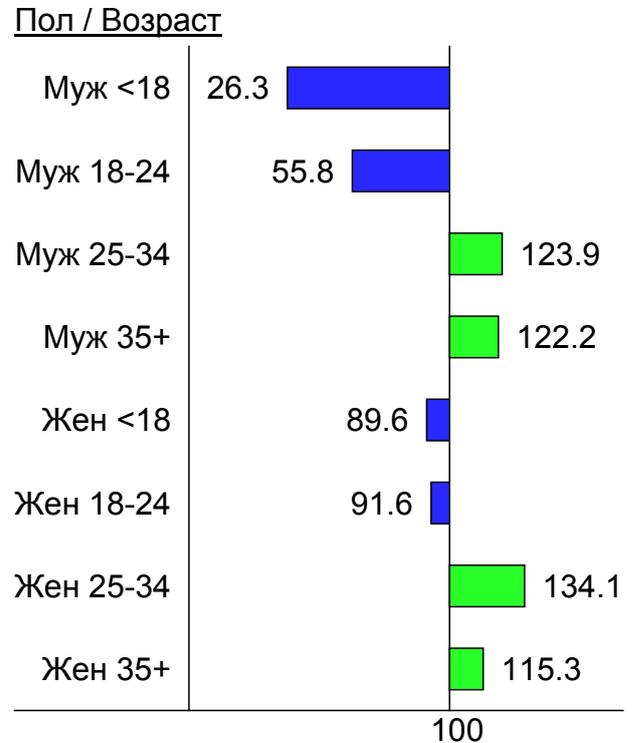
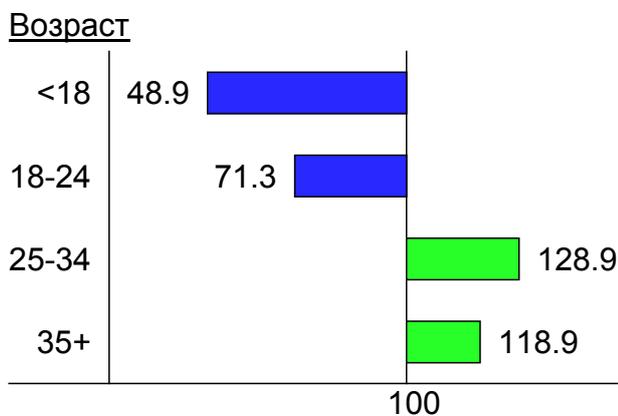
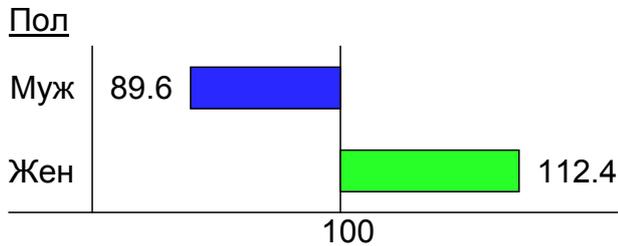
- 1: <18
- 2: 18-24
- 3: 25-34
- 4: 35+



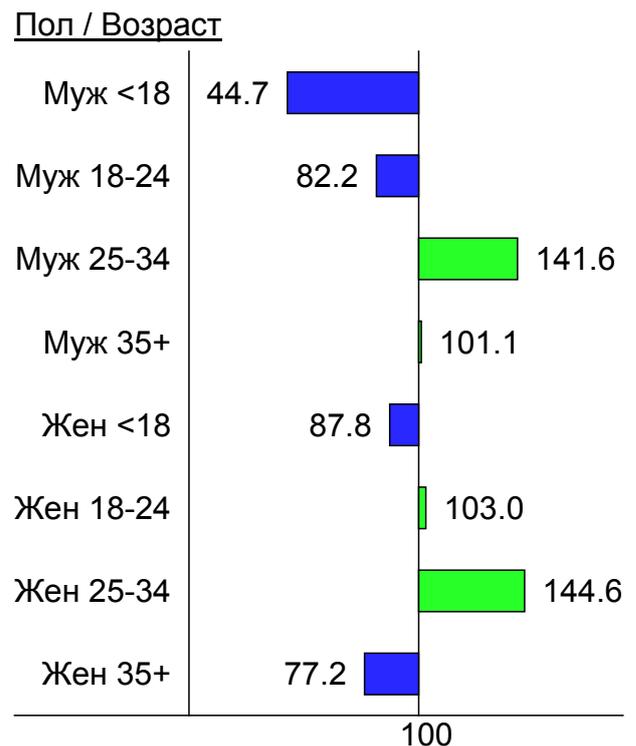
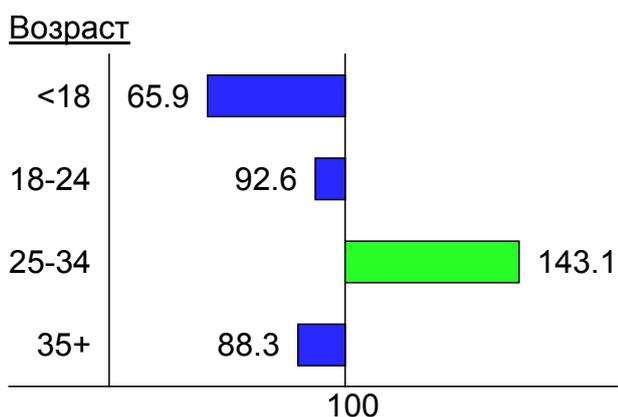
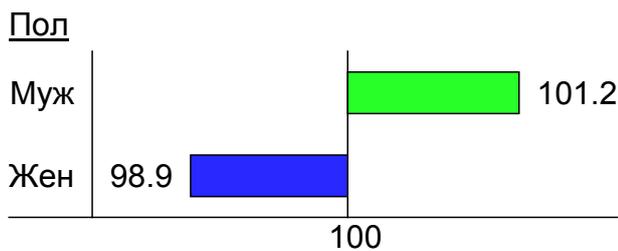
- 1: Муж <18
- 2: Муж 18-24
- 3: Муж 25-34
- 4: Муж 35+
- 5: Жен <18
- 6: Жен 18-24
- 7: Жен 25-34
- 8: Жен 35+

Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

Индекс соответствия Интернету - Internet-Affinity Index

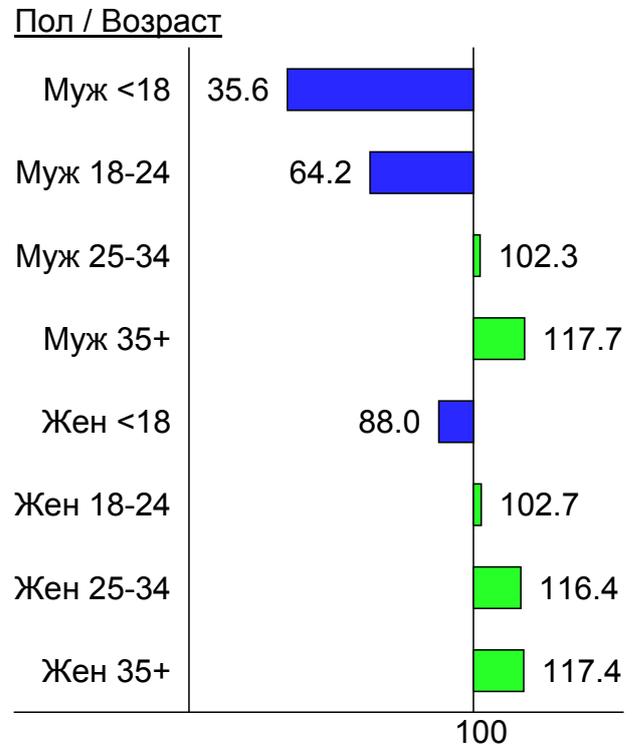
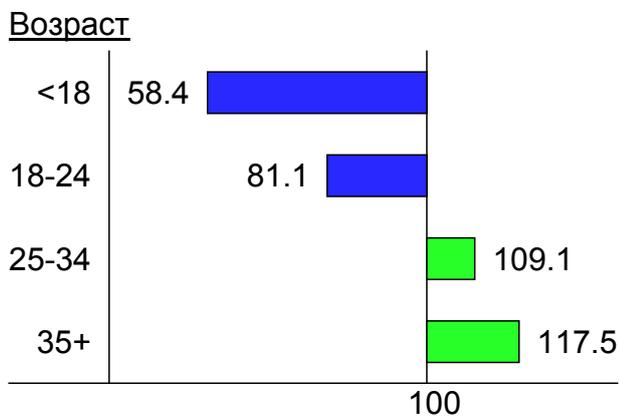
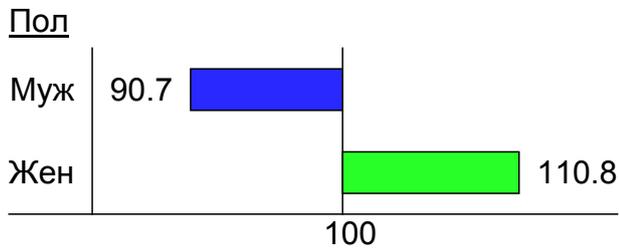


Индекс соответствия населению России - Population-Affinity Index



Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: пол и возраст

Индекс соответствия категории сайтов [Города и регионы](#) - **Category-Affinity Index**



Структура месячной аудитории сайта: образование и доход совершеннолетней части аудитории

Размеры демографических групп в месячной аудитории сайта и их доли в процентах от полной месячной аудитории сайта

Образование, Доход	Есть высшее образование	Нет высшего образования	Любое образование
Низкий доход	149,821 (25.0%)	119,294 (19.9%)	269,115 (44.9%)
Средний доход	111,677 (18.6%)	45,389 (7.6%)	157,066 (26.2%)
Высокий доход	117,440 (19.6%)	14,517 (2.4%)	131,957 (22.0%)
Любой доход	378,938 (63.3%)	179,200 (29.9%)	558,138 (93.2%)

Индекс соответствия Интернету - **Internet-Affinity Index**.

Отношение доли демографической группы в месячной аудитории сайта к доле этой же демографической группы в месячной аудитории Интернета, умноженное на 100.

Образование, Доход	Есть высшее образование	Нет высшего образования	Любое образование
Низкий доход	112.2	104.5	108.7
Средний доход	101.0	140.8	110.0
Высокий доход	101.6	153.2	105.6
Любой доход	105.4	114.9	108.3

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

Отношение доли демографической группы в месячной аудитории сайта к доле этой же демографической группы в месячной объединённой аудитории сайтов из категории [Города и регионы](#), умноженное на 100.

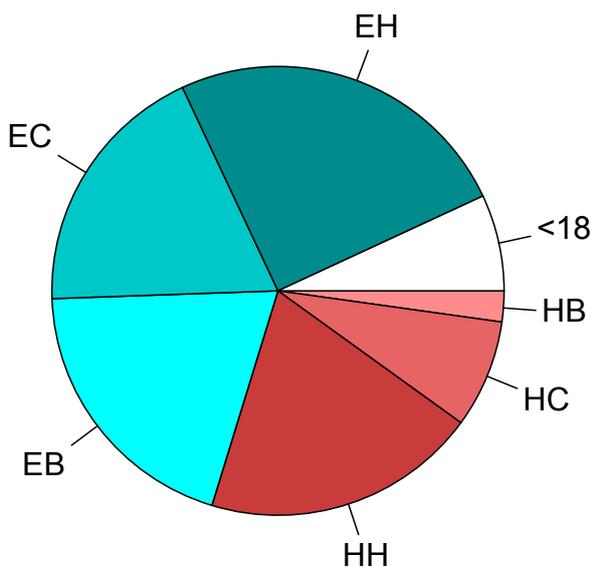
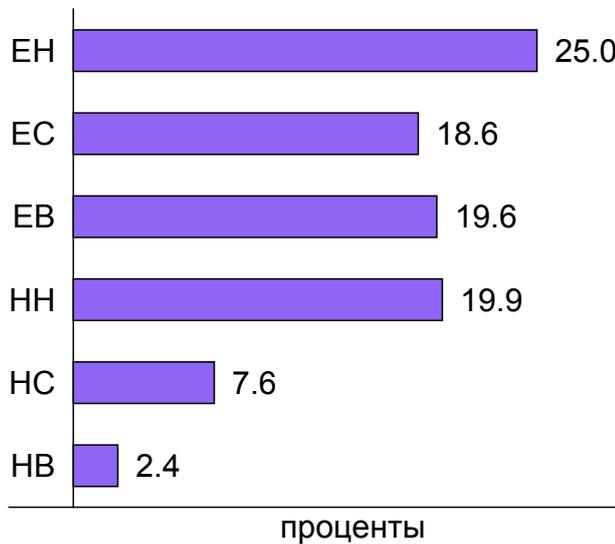
Образование, Доход	Есть высшее образование	Нет высшего образования	Любое образование
Низкий доход	106.6	102.0	104.5
Средний доход	98.1	136.6	106.7
Высокий доход	102.3	150.3	106.0
Любой доход	102.6	112.1	105.5

Структура месячной аудитории сайта: образование и доход совершеннолетней части аудитории

Обозначения демографических групп:

- ЕН : Есть высшее образование, Низкий доход
- ЕС : Есть высшее образование, Средний доход
- ЕВ : Есть высшее образование, Высокий доход
- НН : Нет высшего образования, Низкий доход
- НС : Нет высшего образования, Средний доход
- НВ : Нет высшего образования, Высокий доход

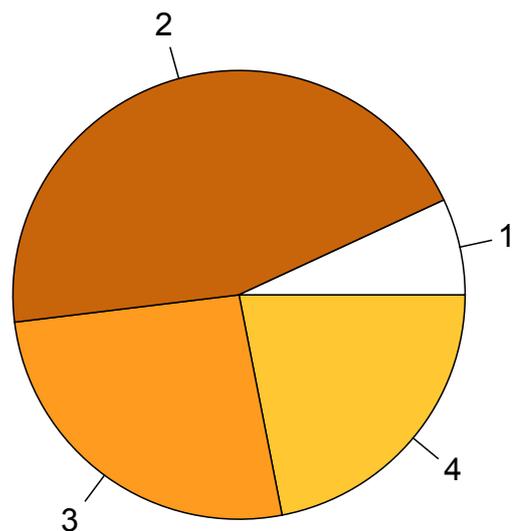
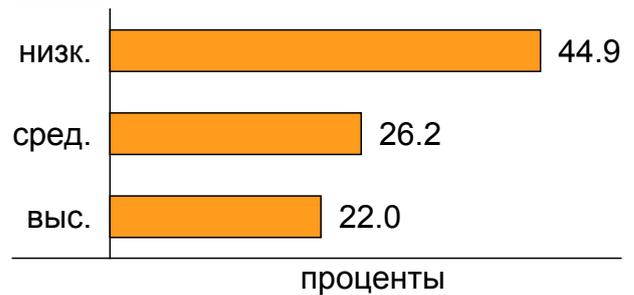
Образование / Доход



Образование



Доход

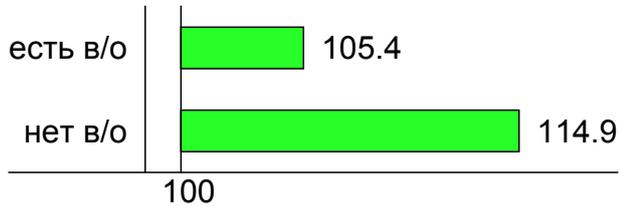


- 1: Младше 18 лет
- 2: Низкий доход
- 3: Средний доход
- 4: Высокий доход

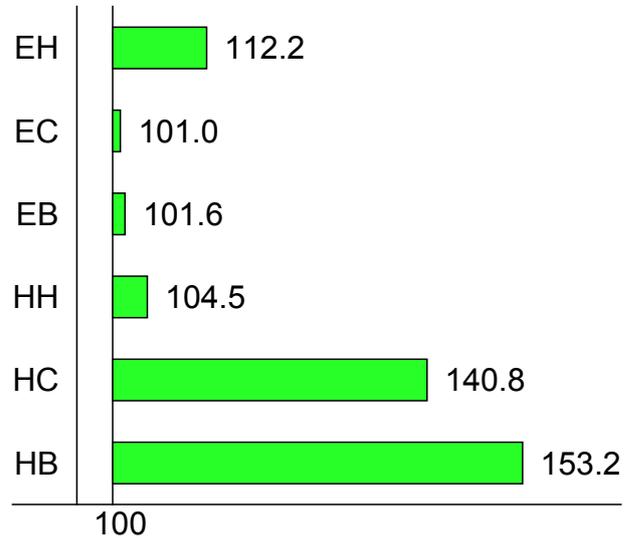
Индексы соответствия для месячной аудитории сайта: образование и доход совершеннолетней части аудитории

Индекс соответствия Интернету - Internet-Affinity Index

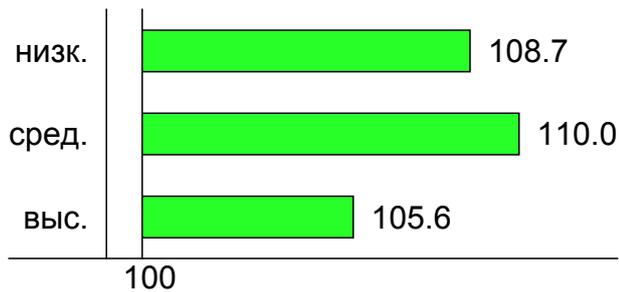
Образование



Образование / Доход

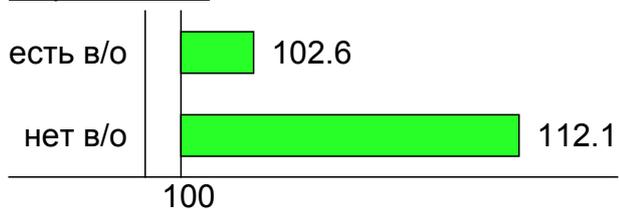


Доход

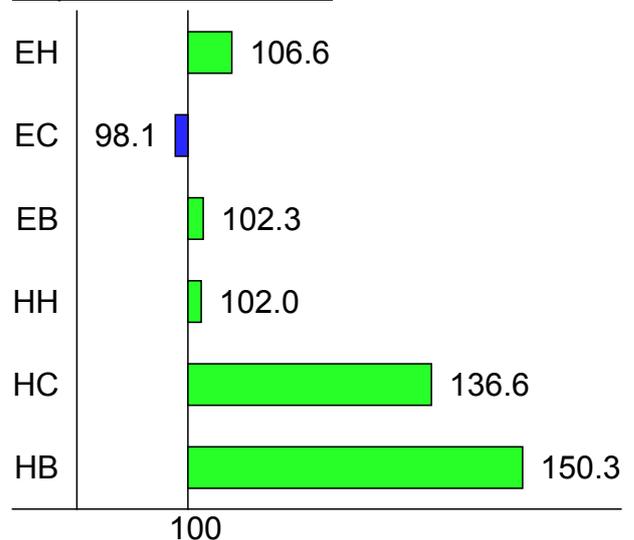


Индекс соответствия категории сайтов [Города и регионы](#) - Category-Affinity Index

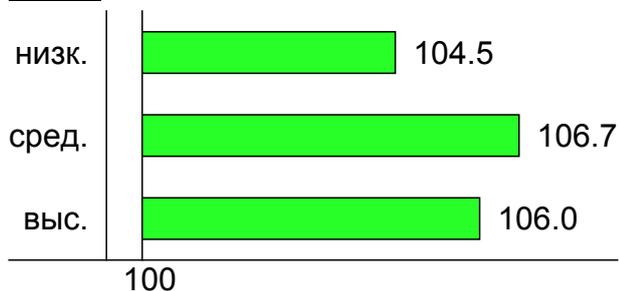
Образование



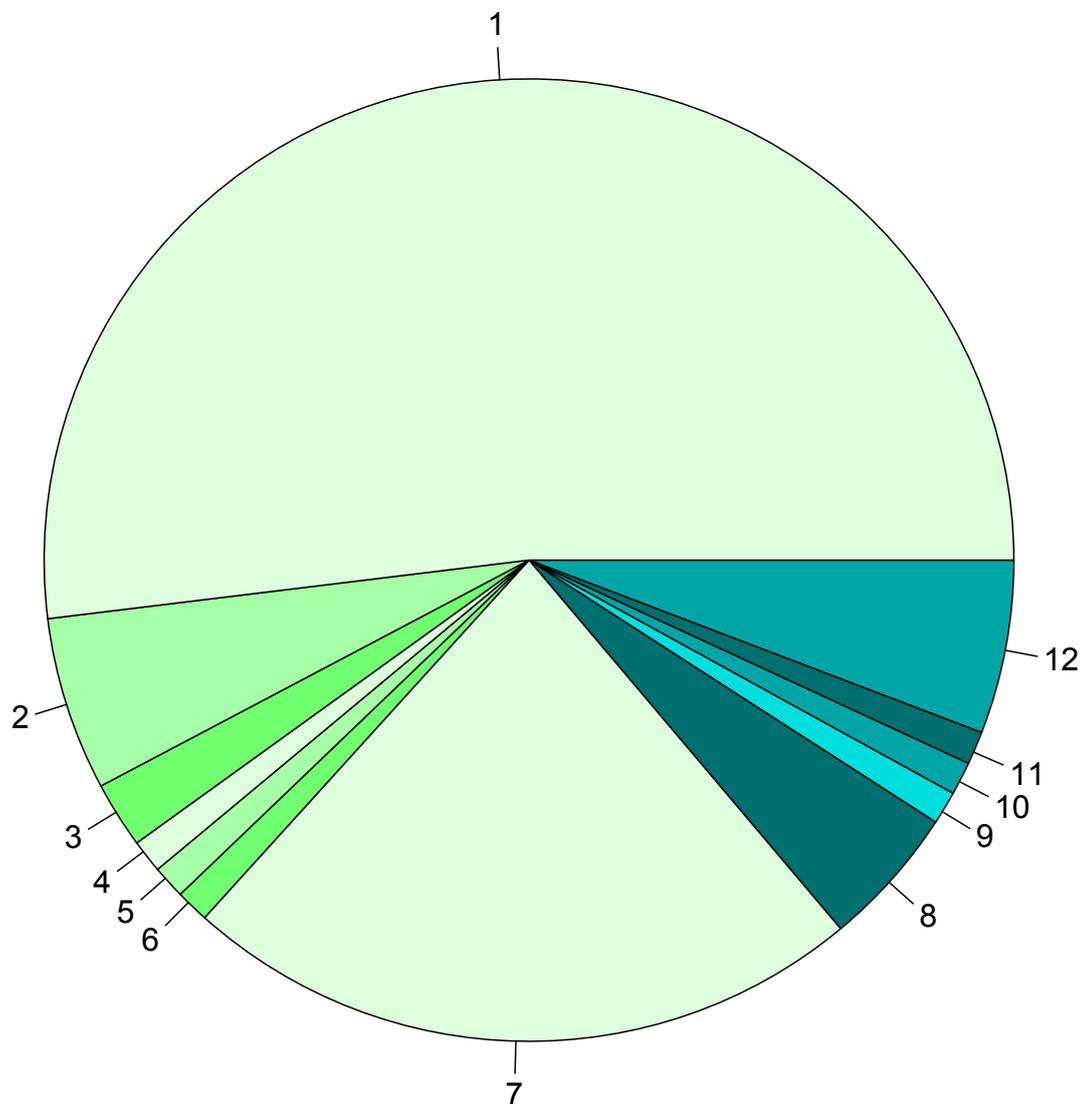
Образование / Доход



Доход



Среднесуточное распределение аудитории сайта по странам и регионам России



Регионы России:

- 1: Москва - 51.9%
- 2: Санкт-Петербург - 5.8%
- 3: Екатеринбург - 2.0%
- 4: Новосибирск - 1.1%
- 5: Уфа - 1.1%
- 6: Челябинск - 1.1%
- 7: Остальные регионы России - 22.9%

Зарубежье:

- 8: Украина - 4.6%
- 9: Германия - 1.2%
- 10: Казахстан - 1.1%
- 11: США - 1.1%
- 12: Остальные страны - 6.0%

Среднесуточное распределение аудитории по странам

	август 2009 г.	июль 2009 г.	в среднем за 3 месяца
Россия	18,437 (86.0%)	15,167 (81.3%)	15,973 (83.7%)
Украина	996 (4.6%)	1,323 (7.1%)	1,092 (5.7%)
Германия	255 (1.2%)	295 (1.6%)	270 (1.4%)
Казахстан	235 (1.1%)	250 (1.3%)	224 (1.2%)
США	228 (1.1%)	230 (1.2%)	215 (1.1%)
Беларусь	211 (1.0%)	213 (1.1%)	194 (1.0%)
Израиль	114 (0.5%)	103 (0.6%)	107 (0.6%)
Латвия	111 (0.5%)	133 (0.7%)	120 (0.6%)
Молдавия	94 (0.4%)	121 (0.6%)	106 (0.6%)
Литва	66 (0.3%)	79 (0.4%)	73 (0.4%)
Эстония	52 (0.2%)	62 (0.3%)	57 (0.3%)
Грузия	51 (0.2%)	57 (0.3%)	53 (0.3%)
Канада	45 (0.2%)	45 (0.2%)	44 (0.2%)
Великобритания	44 (0.2%)	45 (0.2%)	43 (0.2%)
Другие	36 (0.2%)	39 (0.2%)	37 (0.2%)
Узбекистан	30 (0.1%)	30 (0.2%)	27 (0.1%)
Франция	29 (0.1%)	30 (0.2%)	29 (0.2%)
Азербайджан	26 (0.1%)	27 (0.1%)	25 (0.1%)
Турция	25 (0.1%)	21 (0.1%)	22 (0.1%)
Финляндия	24 (0.1%)	22 (0.1%)	22 (0.1%)
Болгария	22 (0.1%)	21 (0.1%)	20 (0.1%)
Испания	21 (0.1%)	20 (0.1%)	20 (0.1%)
Армения	21 (0.1%)	22 (0.1%)	20 (0.1%)
Италия	21 (0.1%)	27 (0.1%)	24 (0.1%)
Бельгия	18 (0.1%)	22 (0.1%)	20 (0.1%)
Швеция	16 (0.1%)	17 (0.1%)	16 (0.1%)
Чехия	15 (0.1%)	18 (0.1%)	17 (0.1%)
Нидерланды	14 (0.1%)	20 (0.1%)	17 (0.1%)
Греция	13 (0.1%)	15 (0.1%)	14 (0.1%)
Китай	12 (0.1%)	15 (0.1%)	13 (0.1%)
Швейцария	11 (0.1%)	11 (0.1%)	10 (0.1%)
Польша	11 (0.1%)	16 (0.1%)	14 (0.1%)
Норвегия	10 (0.0%)	10 (0.1%)	10 (0.1%)
Киргизия	10 (0.0%)	12 (0.1%)	10 (0.1%)
Австрия	9 (0.0%)	11 (0.1%)	10 (0.0%)
Ирландия	8 (0.0%)	10 (0.1%)	9 (0.0%)
Австралия	8 (0.0%)	8 (0.0%)	8 (0.0%)
Южная Корея	8 (0.0%)	9 (0.1%)	8 (0.0%)
Португалия	7 (0.0%)	8 (0.0%)	8 (0.0%)
Таджикистан	6 (0.0%)	5 (0.0%)	5 (0.0%)
Венгрия	6 (0.0%)	6 (0.0%)	6 (0.0%)
Дания	5 (0.0%)	6 (0.0%)	6 (0.0%)
Япония	5 (0.0%)	6 (0.0%)	5 (0.0%)
Кипр	4 (0.0%)	4 (0.0%)	4 (0.0%)
Аргентина	4 (0.0%)	3 (0.0%)	3 (0.0%)
ОАЭ	4 (0.0%)	4 (0.0%)	4 (0.0%)
Словакия	3 (0.0%)	3 (0.0%)	3 (0.0%)
Европа	3 (0.0%)	2 (0.0%)	3 (0.0%)
Румыния	3 (0.0%)	4 (0.0%)	3 (0.0%)
Новая Зеландия	3 (0.0%)	3 (0.0%)	3 (0.0%)
сумма выбранных	21,409 (99.9%)	18,631 (99.8%)	19,045 (99.8%)
всего	21,439 (100.0%)	18,667 (100.0%)	19,079 (100.0%)

Среднесуточное распределение аудитории по регионам России

	август 2009 г.	июль 2009 г.	в среднем за 3 месяца
Москва	11,133 (60.4%)	9,625 (63.5%)	10,073 (63.1%)
Санкт-Петербург	1,253 (6.8%)	1,069 (7.0%)	1,111 (7.0%)
Екатеринбург	432 (2.3%)	322 (2.1%)	345 (2.2%)
Новосибирск	246 (1.3%)	200 (1.3%)	211 (1.3%)
Уфа	243 (1.3%)	174 (1.1%)	186 (1.2%)
Челябинск	229 (1.2%)	178 (1.2%)	185 (1.2%)
Казань	212 (1.1%)	153 (1.0%)	166 (1.0%)
Ростов-на-Дону	206 (1.1%)	162 (1.1%)	166 (1.0%)
Нижний Новгород	197 (1.1%)	140 (0.9%)	153 (1.0%)
Самара	190 (1.0%)	133 (0.9%)	145 (0.9%)
Красноярск	188 (1.0%)	122 (0.8%)	142 (0.9%)
Краснодар	168 (0.9%)	126 (0.8%)	131 (0.8%)
Пермь	148 (0.8%)	117 (0.8%)	120 (0.8%)
Кемерово	141 (0.8%)	78 (0.5%)	99 (0.6%)
Владивосток	131 (0.7%)	83 (0.5%)	94 (0.6%)
Омск	126 (0.7%)	104 (0.7%)	105 (0.7%)
Волгоград	124 (0.7%)	91 (0.6%)	96 (0.6%)
Саратов	115 (0.6%)	86 (0.6%)	91 (0.6%)
Воронеж	112 (0.6%)	93 (0.6%)	94 (0.6%)
Иркутск	106 (0.6%)	64 (0.4%)	76 (0.5%)
Ижевск	105 (0.6%)	85 (0.6%)	86 (0.5%)
Ярославль	99 (0.5%)	68 (0.4%)	75 (0.5%)
Тюмень	97 (0.5%)	61 (0.4%)	71 (0.4%)
Оренбург	90 (0.5%)	68 (0.4%)	71 (0.4%)
Калининград	88 (0.5%)	43 (0.3%)	58 (0.4%)
не определён	87 (0.5%)	130 (0.9%)	104 (0.7%)
Барнаул	82 (0.4%)	63 (0.4%)	67 (0.4%)
Пенза	81 (0.4%)	65 (0.4%)	68 (0.4%)
Хабаровск	81 (0.4%)	41 (0.3%)	53 (0.3%)
Белгород	76 (0.4%)	63 (0.4%)	63 (0.4%)
Тула	76 (0.4%)	60 (0.4%)	63 (0.4%)
Сургут	73 (0.4%)	55 (0.4%)	59 (0.4%)
Калуга	71 (0.4%)	51 (0.3%)	57 (0.4%)
Чебоксары	68 (0.4%)	55 (0.4%)	57 (0.4%)
Тольятти	67 (0.4%)	49 (0.3%)	51 (0.3%)
Рязань	66 (0.4%)	53 (0.3%)	55 (0.3%)
Курск	64 (0.3%)	37 (0.2%)	45 (0.3%)
Киров	64 (0.3%)	52 (0.3%)	52 (0.3%)
Владимир	61 (0.3%)	49 (0.3%)	50 (0.3%)
Тверь	60 (0.3%)	49 (0.3%)	50 (0.3%)
Архангельск	59 (0.3%)	43 (0.3%)	47 (0.3%)
Липецк	57 (0.3%)	46 (0.3%)	47 (0.3%)
Петрозаводск	55 (0.3%)	43 (0.3%)	46 (0.3%)
Ульяновск	54 (0.3%)	43 (0.3%)	45 (0.3%)
Ставрополь	53 (0.3%)	39 (0.3%)	40 (0.3%)
Мурманск	52 (0.3%)	27 (0.2%)	34 (0.2%)
Брянск	50 (0.3%)	38 (0.3%)	40 (0.3%)
Томск	49 (0.3%)	46 (0.3%)	45 (0.3%)
Иваново	44 (0.2%)	38 (0.3%)	38 (0.2%)
Орёл	42 (0.2%)	33 (0.2%)	35 (0.2%)
сумма выбранных	17,771 (96.4%)	14,713 (97.0%)	15,461 (96.8%)
всего	18,438 (100.0%)	15,168 (100.0%)	15,973 (100.0%)

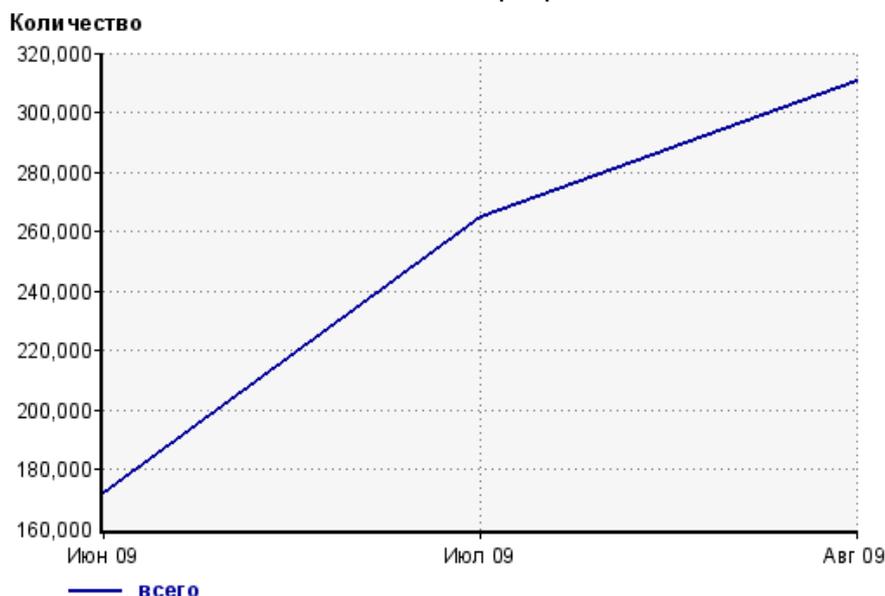
Топ10 поисковых систем, с которых осуществлялись переходы на сайт Extra-M

	август 2009 г.	июль 2009 г.	в среднем за 3 месяца
Яндекс	213,353 (68.8%)	174,987 (66.1%)	166,508 (66.9%)
Google	46,552 (15.0%)	47,294 (17.9%)	42,400 (17.0%)
Search.Mail.ru	33,589 (10.8%)	27,447 (10.4%)	26,009 (10.5%)
Rambler	6,161 (2.0%)	5,040 (1.9%)	4,877 (2.0%)
Яндекс (картинки)	3,583 (1.2%)	3,027 (1.1%)	2,899 (1.2%)
Google (картинки)	2,265 (0.7%)	2,237 (0.8%)	1,961 (0.8%)
QIP.ru	1,604 (0.5%)	1,251 (0.5%)	1,213 (0.5%)
Bing	1,420 (0.5%)	1,599 (0.6%)	1,467 (0.6%)
Nigma	745 (0.2%)	732 (0.3%)	660 (0.3%)
ICQ.com	414 (0.1%)	450 (0.2%)	380 (0.2%)
сумма выбранных	309,686 (99.8%)	264,064 (99.8%)	248,374 (99.8%)
всего	310,192 (100.0%)	264,545 (100.0%)	248,806 (100.0%)

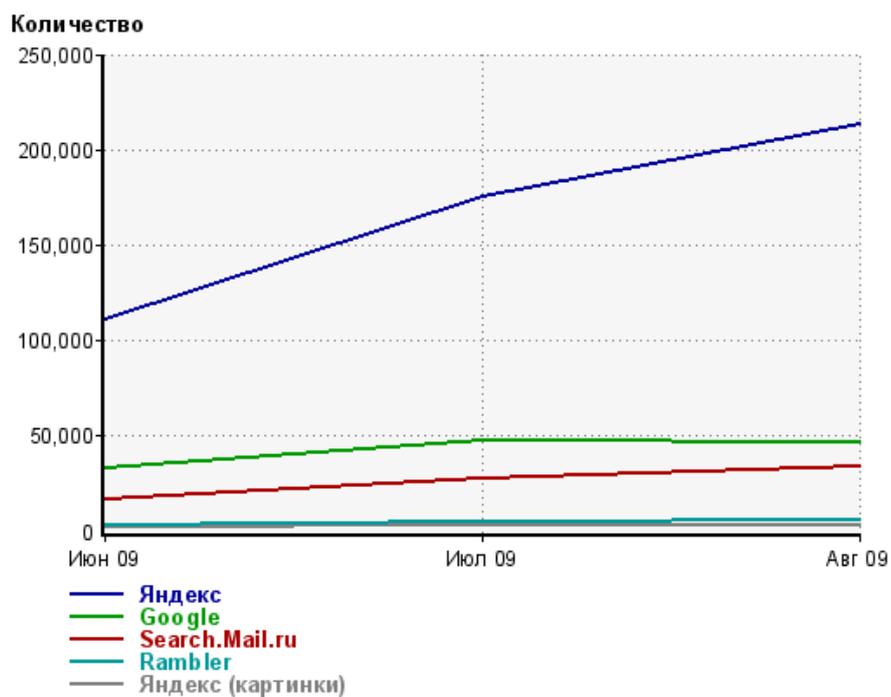
Диаграмма распределения месячного поискового трафика по поисковикам



Динамика по месяцам общего поискового трафика на сайт Extra-M



Динамика по месяцам числа переходов с поисковых систем



Дата	Яндекс	Google	Search.Mail.ru	Rambler	Яндекс (картинки)
Июн 09	111,184	33,355	16,991	3,431	2,089
Июл 09	174,987	47,294	27,447	5,040	3,027
Авг 09	213,353	46,552	33,589	6,161	3,583

Структура месячной поисковой аудитории сайта

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

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

Пол и возраст поисковой аудитории

Возраст \ Пол	Муж	Жен	Любой пол
<18	4,160 (0.7%)	12,115 (2.0%)	16,275 (2.7%)
18-24	18,015 (3.0%)	28,069 (4.7%)	46,084 (7.7%)
25-34	49,243 (8.2%)	64,177 (10.7%)	113,420 (18.9%)
35+	33,338 (5.6%)	33,001 (5.5%)	66,339 (11.1%)
Любой возраст	104,756 (17.5%)	137,362 (22.9%)	242,118 (40.4%)

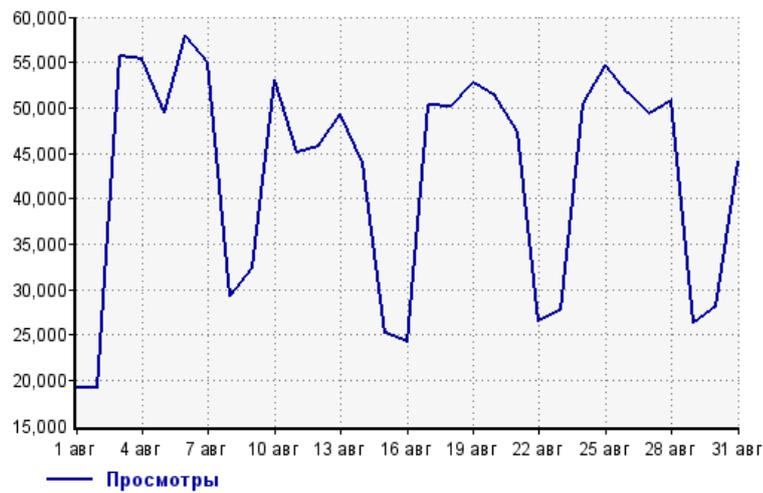
Образование и доход совершеннолетней части поисковой аудитории

Образование, Доход	Есть высшее образование	Нет высшего образования	Любое образование
Низкий доход	69,553 (11.6%)	16,959 (2.8%)	86,512 (14.4%)
Средний доход	65,613 (11.0%)	5,857 (1.0%)	71,470 (11.9%)
Высокий доход	66,467 (11.1%)	1,394 (0.2%)	67,861 (11.3%)
Любой доход	201,633 (33.7%)	24,210 (4.0%)	225,843 (37.7%)

Посещаемость по дням в течение месяца

Число просмотров страниц сайта

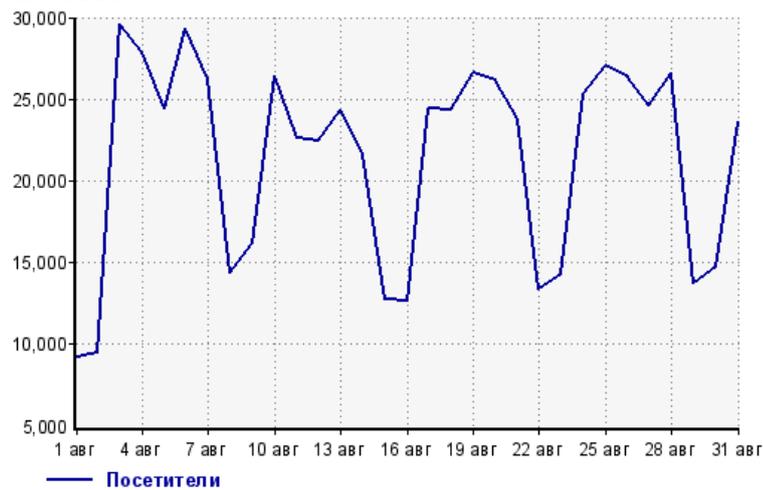
Количество



1 авг:	19,154	17 авг:	50,312
2 авг:	19,087	18 авг:	50,095
3 авг:	55,673	19 авг:	52,747
4 авг:	55,300	20 авг:	51,227
5 авг:	49,512	21 авг:	47,442
6 авг:	57,901	22 авг:	26,446
7 авг:	54,961	23 авг:	27,835
8 авг:	29,236	24 авг:	50,532
9 авг:	32,398	25 авг:	54,702
10 авг:	53,146	26 авг:	51,661
11 авг:	45,031	27 авг:	49,337
12 авг:	45,807	28 авг:	50,831
13 авг:	49,356	29 авг:	26,275
14 авг:	43,985	30 авг:	28,141
15 авг:	25,158	31 авг:	44,052
16 авг:	24,242		

Размер аудитории сайта

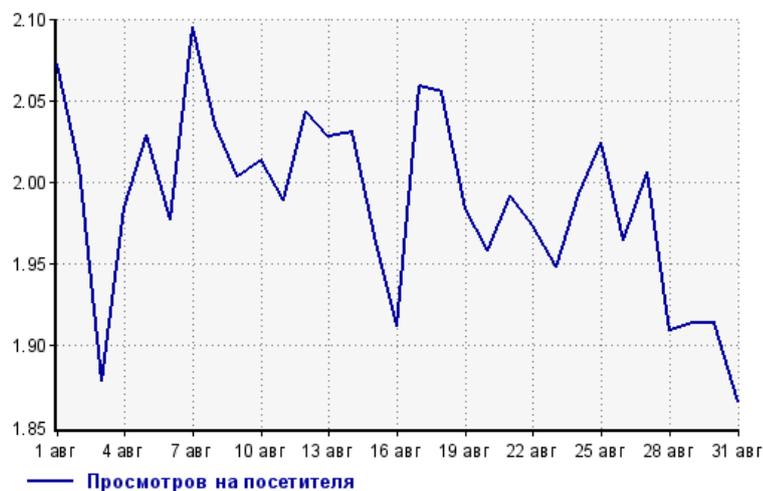
Количество



1 авг:	9,241	17 авг:	24,433
2 авг:	9,500	18 авг:	24,373
3 авг:	29,631	19 авг:	26,597
4 авг:	27,870	20 авг:	26,163
5 авг:	24,403	21 авг:	23,820
6 авг:	29,280	22 авг:	13,397
7 авг:	26,229	23 авг:	14,287
8 авг:	14,365	24 авг:	25,358
9 авг:	16,172	25 авг:	27,019
10 авг:	26,396	26 авг:	26,295
11 авг:	22,642	27 авг:	24,590
12 авг:	22,413	28 авг:	26,620
13 авг:	24,339	29 авг:	13,726
14 авг:	21,656	30 авг:	14,703
15 авг:	12,789	31 авг:	23,615
16 авг:	12,676		

Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество

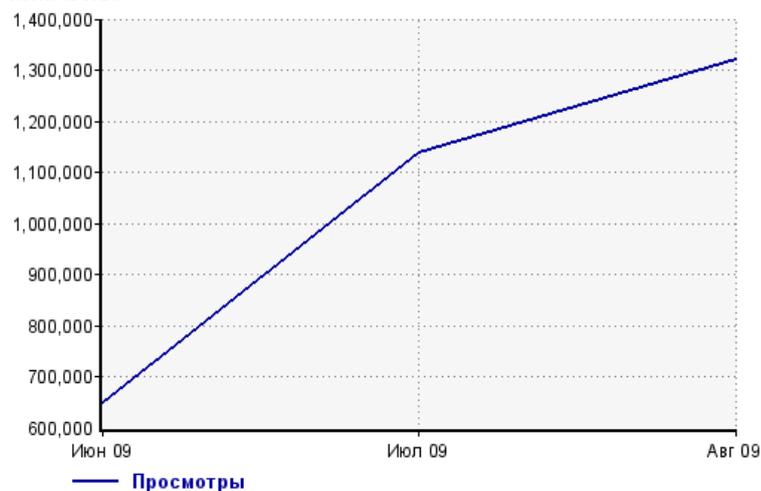


1 авг:	2.1	17 авг:	2.1
2 авг:	2.0	18 авг:	2.1
3 авг:	1.9	19 авг:	2.0
4 авг:	2.0	20 авг:	2.0
5 авг:	2.0	21 авг:	2.0
6 авг:	2.0	22 авг:	2.0
7 авг:	2.1	23 авг:	1.9
8 авг:	2.0	24 авг:	2.0
9 авг:	2.0	25 авг:	2.0
10 авг:	2.0	26 авг:	2.0
11 авг:	2.0	27 авг:	2.0
12 авг:	2.0	28 авг:	1.9
13 авг:	2.0	29 авг:	1.9
14 авг:	2.0	30 авг:	1.9
15 авг:	2.0	31 авг:	1.9
16 авг:	1.9		

Динамика месячной посещаемости

Число просмотров страниц сайта

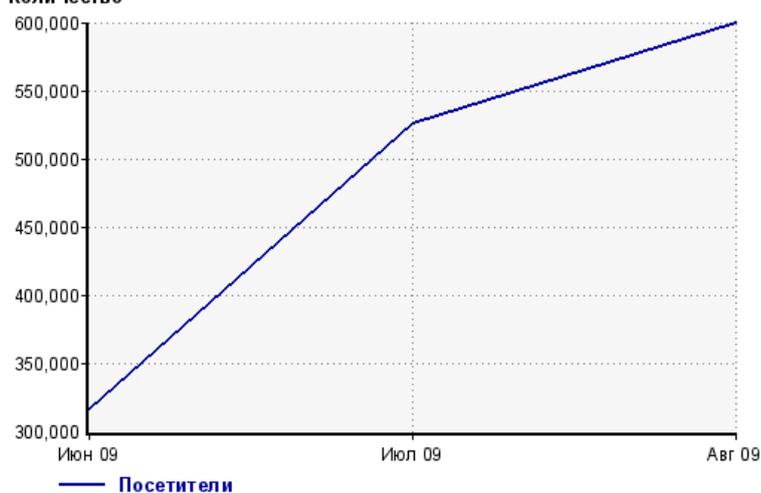
Количество



Июн 09: 647,086 Авг 09: 1,321,582
Июл 09: 1,137,073

Размер аудитории сайта

Количество



Июн 09: 315,226 Авг 09: 599,020
Июл 09: 525,325

Среднее число просмотров страниц сайта на посетителя

Количество



Июн 09: 2.1 Авг 09: 2.2
Июл 09: 2.2

Топ30 сайтов, с которых осуществлялись переходы на сайт Extra-M

	август 2009 г.	июль 2009 г.	в среднем за 3 месяца
yandex.ru	213,322 (25.6%)	174,757 (23.7%)	166,367 (24.9%)
tizer.4smi.ru	149,419 (17.9%)	104,442 (14.2%)	96,222 (14.4%)
150x120.4smi.ru	90,794 (10.9%)	36,594 (5.0%)	42,462 (6.4%)
Закладки	74,084 (8.9%)	67,856 (9.2%)	59,817 (9.0%)
text.4smi.ru	43,192 (5.2%)	50,155 (6.8%)	35,402 (5.3%)
marketgid.com	41,424 (5.0%)	48,823 (6.6%)	43,946 (6.6%)
google.ru	36,003 (4.3%)	36,169 (4.9%)	32,484 (4.9%)
go.mail.ru	34,074 (4.1%)	28,066 (3.8%)	26,515 (4.0%)
ru.redtram.com	27,556 (3.3%)	47,227 (6.4%)	31,345 (4.7%)
beta.novoteka.ru	21,000 (2.5%)	31,545 (4.3%)	20,912 (3.1%)
news.yandex.ru	12,830 (1.5%)	2,918 (0.4%)	5,488 (0.8%)
relaytizer.4smi.ru	9,648 (1.2%)	1,915 (0.3%)	3,854 (0.6%)
google.com	8,415 (1.0%)	8,835 (1.2%)	7,881 (1.2%)
nova.rambler.ru	6,134 (0.7%)	5,006 (0.7%)	4,847 (0.7%)
auto.mail.ru	5,071 (0.6%)	4,332 (0.6%)	3,494 (0.5%)
t50x50.mb.interfax.ru	3,666 (0.4%)	0 (0.0%)	1,222 (0.2%)
images.yandex.ru	3,586 (0.4%)	3,020 (0.4%)	2,897 (0.4%)
aif.ru	3,533 (0.4%)	3,685 (0.5%)	3,303 (0.5%)
Другие	3,163 (0.4%)	5,534 (0.8%)	4,458 (0.7%)
ad16.bannerbank.ru	2,473 (0.3%)	3,865 (0.5%)	16,376 (2.5%)
Не определена	2,361 (0.3%)	3,020 (0.4%)	2,490 (0.4%)
forexpf.ru	1,969 (0.2%)	948 (0.1%)	972 (0.1%)
news.rambler.ru	1,918 (0.2%)	655 (0.1%)	1,121 (0.2%)
search.qip.ru	1,604 (0.2%)	1,251 (0.2%)	1,213 (0.2%)
job.trud.ru	1,512 (0.2%)	1,950 (0.3%)	2,022 (0.3%)
bing.com	1,420 (0.2%)	1,599 (0.2%)	1,467 (0.2%)
google.com.ua	1,332 (0.2%)	1,450 (0.2%)	1,281 (0.2%)
images.google.ru	1,299 (0.2%)	1,237 (0.2%)	1,110 (0.2%)
news.marketgid.com	1,277 (0.2%)	1,673 (0.2%)	1,571 (0.2%)
extra-m.ru	1,068 (0.1%)	1,168 (0.2%)	958 (0.1%)
сумма выбранных	805,147 (96.7%)	679,695 (92.2%)	623,497 (93.3%)
всего	832,722 (100.0%)	737,231 (100.0%)	668,176 (100.0%)

В данном списке могут быть несколько служебных строк, не являющихся адресами сайтов:

Закладки: кроме собственно переходов из закладок (bookmarks, "избранное") и набора адреса вручную сюда попадают также переходы, при которых браузер не сообщает адрес ссылающейся страницы, это бывает при переходах по flash-баннерам, из файлов на локальном диске пользователя, из почтовых программ, isq, загрузках страниц сайта через JavaScript (обычно pop-up окна), перенаправлении с помощью тега , а также если в браузере запрещена передача информации о ссылающейся странице.

Не веб-страница: в случаях, когда адрес ссылающейся страницы непустой, но не является адресом веб-страницы (не начинается с http://) используется данное имя.

Не определена: если на страницах сайта установлен упрощенный вариант счетчика, который не может определять ссылающиеся страницы, будет использовано это имя.

Другие: если в списке более 100 сайтов, то сайты, с которых зарегистрирован только один переход, объединяются в строчку "Другие". Такое сжатие выполняется только при наступлении нового дня, список сайтов за текущий день не сжимается.

Объявления: переходы по объявлениям или баннерам, размещенным в некоторых рекламных сетях (Яндекс.Direct, Veegin и другие системы, использующие специальный формат меток openstat). Для того, чтобы такие переходы учитывались, необходимо внести изменения в настройки рекламной кампании (для Яндекс.Direct включить галочку "Внешняя интернет-статистика").