

МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ  
И АУТСОРСИНГ  
[WWW.TECHART.RU](http://WWW.TECHART.RU)

Практический семинар по интернет-маркетингу

# СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА ДЛЯ РЕАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ БИЗНЕСА

АНДРЕЙ ТИТЕНКО,  
маркетинговая группа «Текарт»

10 / 12 / 2015

# 01 ЗАЧЕМ?



# 02

## СТАНДАРТНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИТИКЕ

# 02 СТАНДАРТНЫЕ СИСТЕМЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ



БЕСПЛАТНЫЕ



СОБИРАЮТ  
РАЗНООБРАЗНЫЕ  
ДААННЫЕ



ПРОСТЫ  
В УСТАНОВКЕ\*



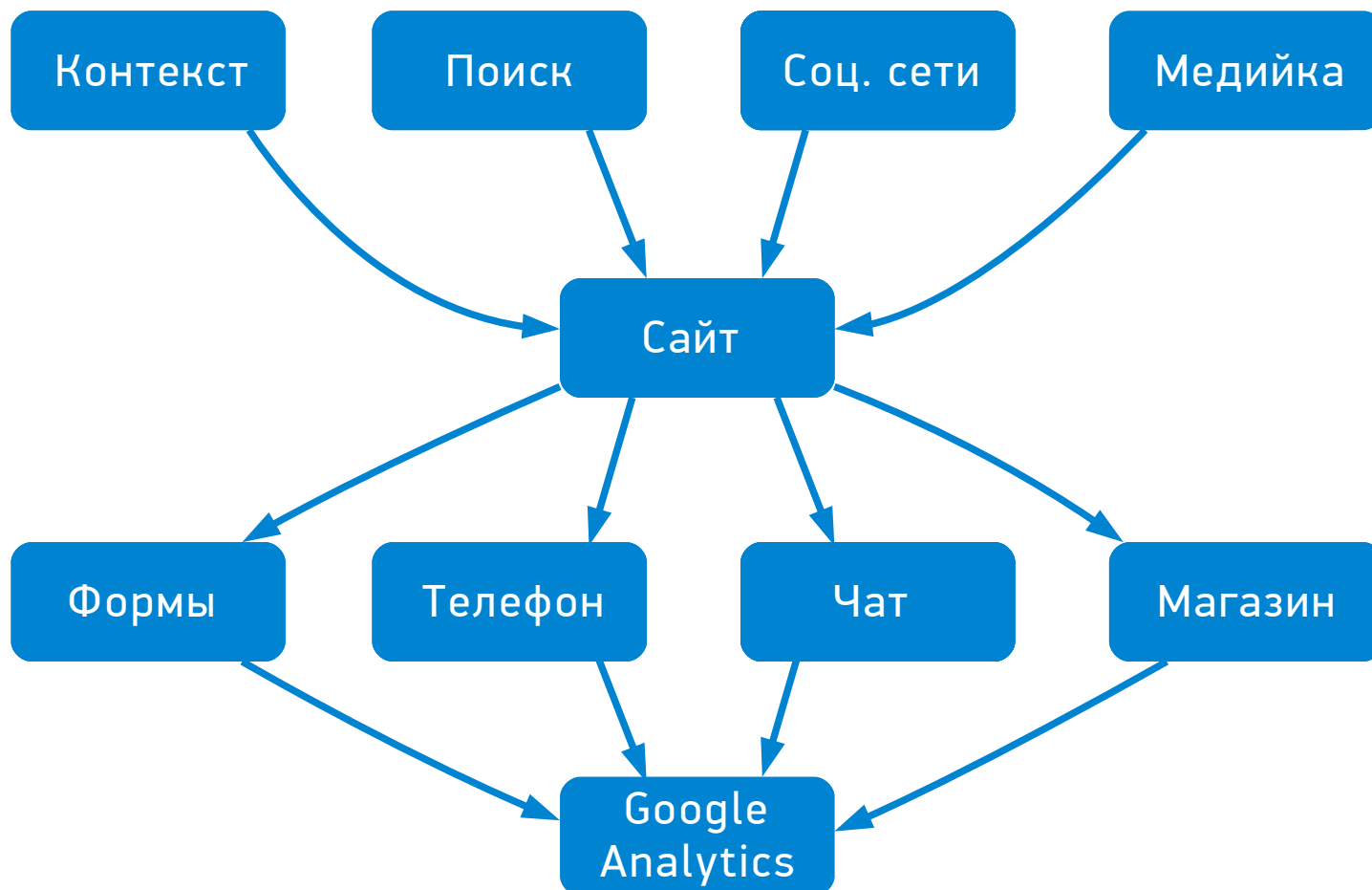
ПОПУЛЯРНЫ

# 02 СТАНДАРТНЫЕ СИСТЕМЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ

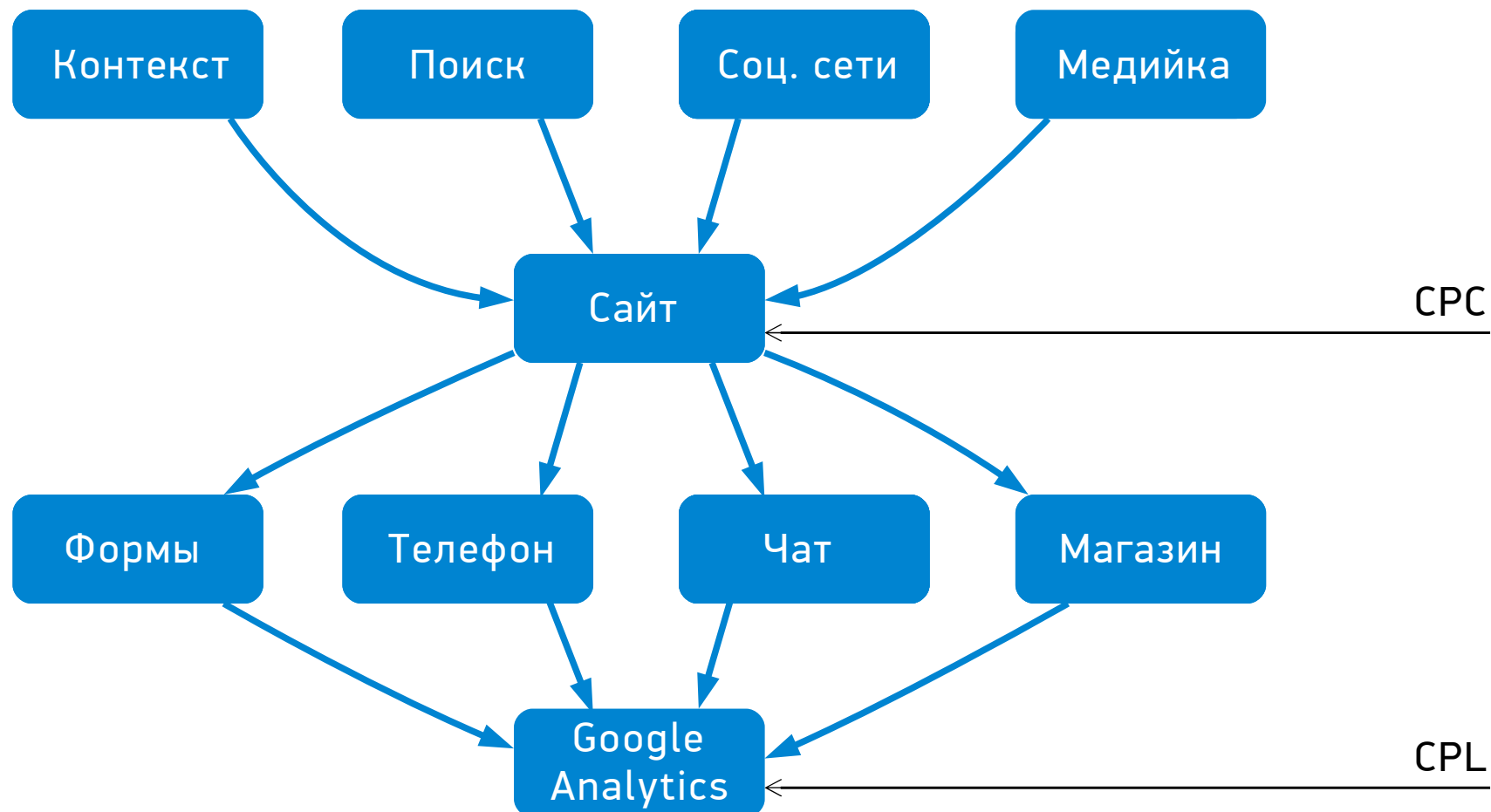


МОЖНО ЛИ ПРИНИМАТЬ  
БИЗНЕС-РЕШЕНИЯ  
НА ОСНОВАНИИ ДАННЫХ  
ИЗ ЭТИХ СИСТЕМ?

# 02 СТАНДАРТНЫЕ СИСТЕМЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ



# 02 СТАНДАРТНЫЕ СИСТЕМЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ



# 03

СКВОЗНАЯ

АНАЛИТИКА:

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ

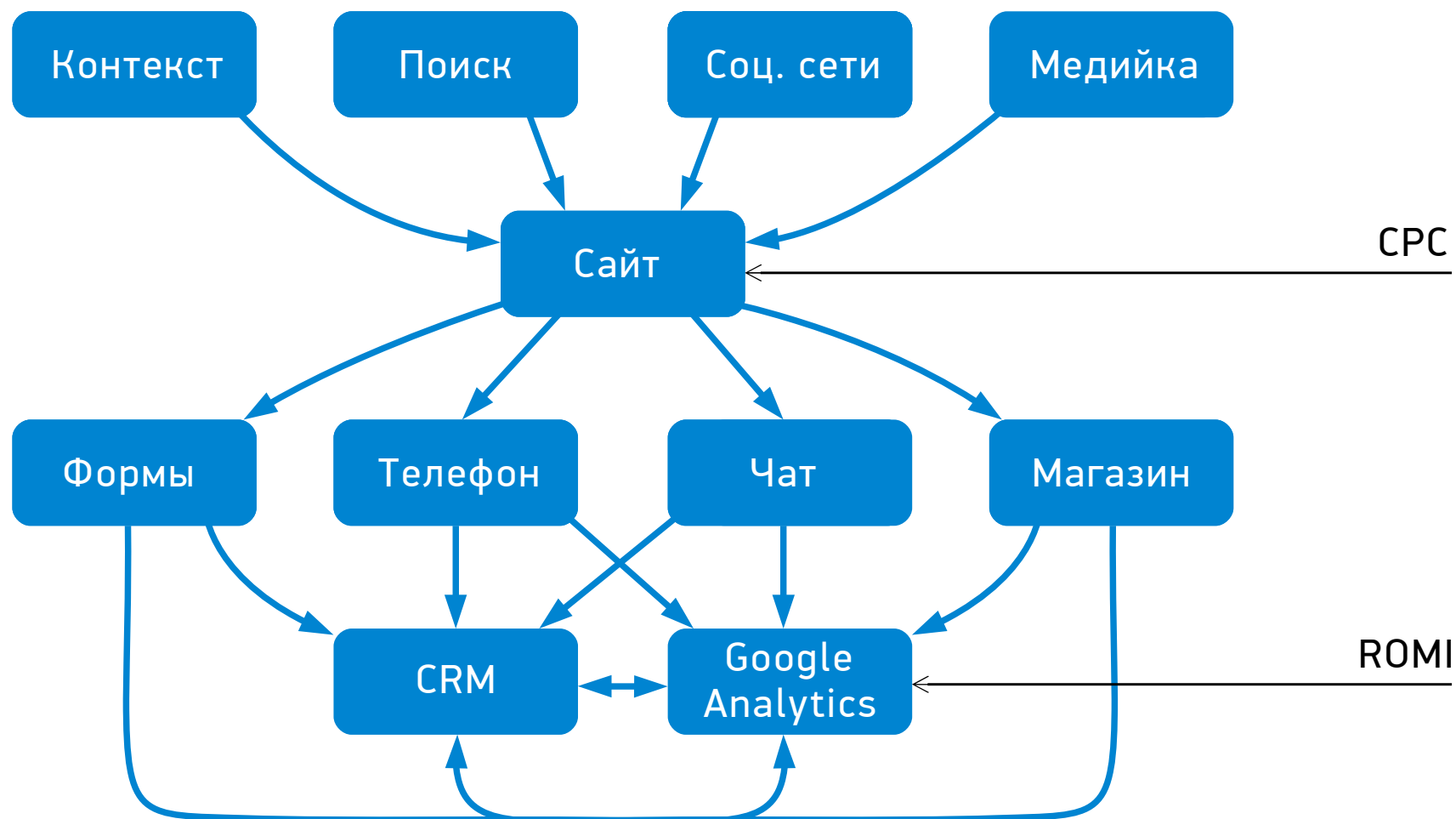
НА ОСНОВАНИИ

ДАННЫХ О ПРОДАЖАХ



# 03

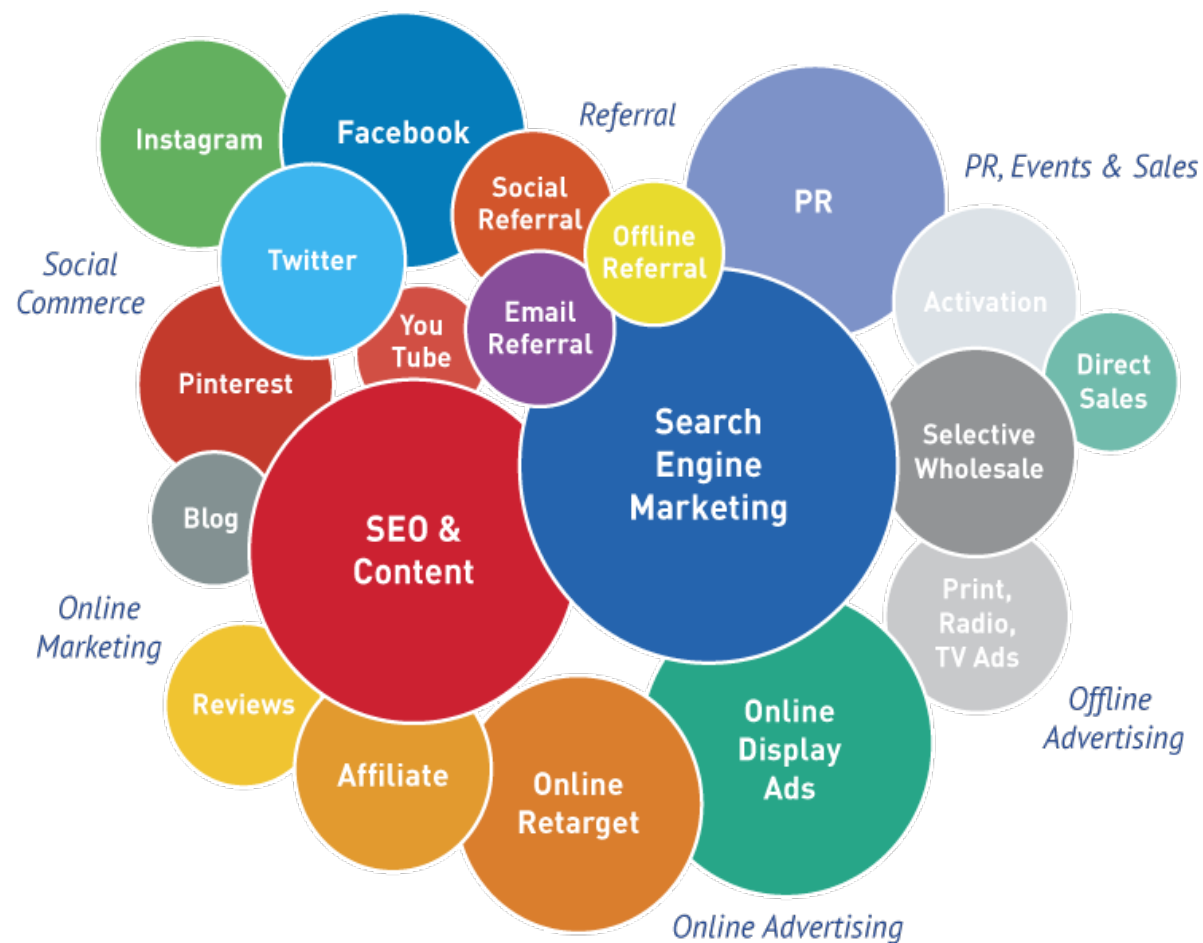
## СТАНДАРТНЫЕ СИСТЕМЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ



# 04

## СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА: ВНЕДРЕНИЕ

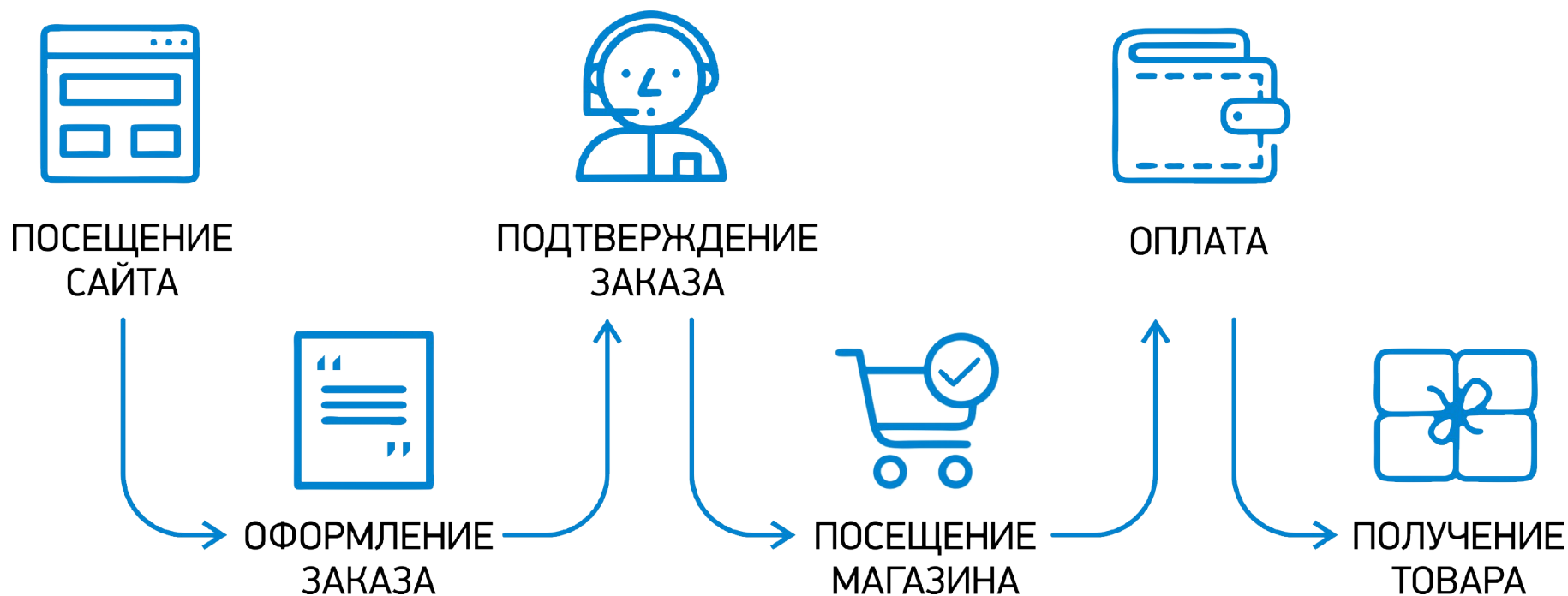
# 04 ВНЕДРЕНИЕ. ШАГ 1



АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ  
ИСТОЧНИКОВ  
ПРИВЛЕЧЕНИЯ  
ТРАФИКА

# 04 ВНЕДРЕНИЕ. ШАГ 2

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭТАПОВ ОФОРМЛЕНИЯ ЗАКАЗА

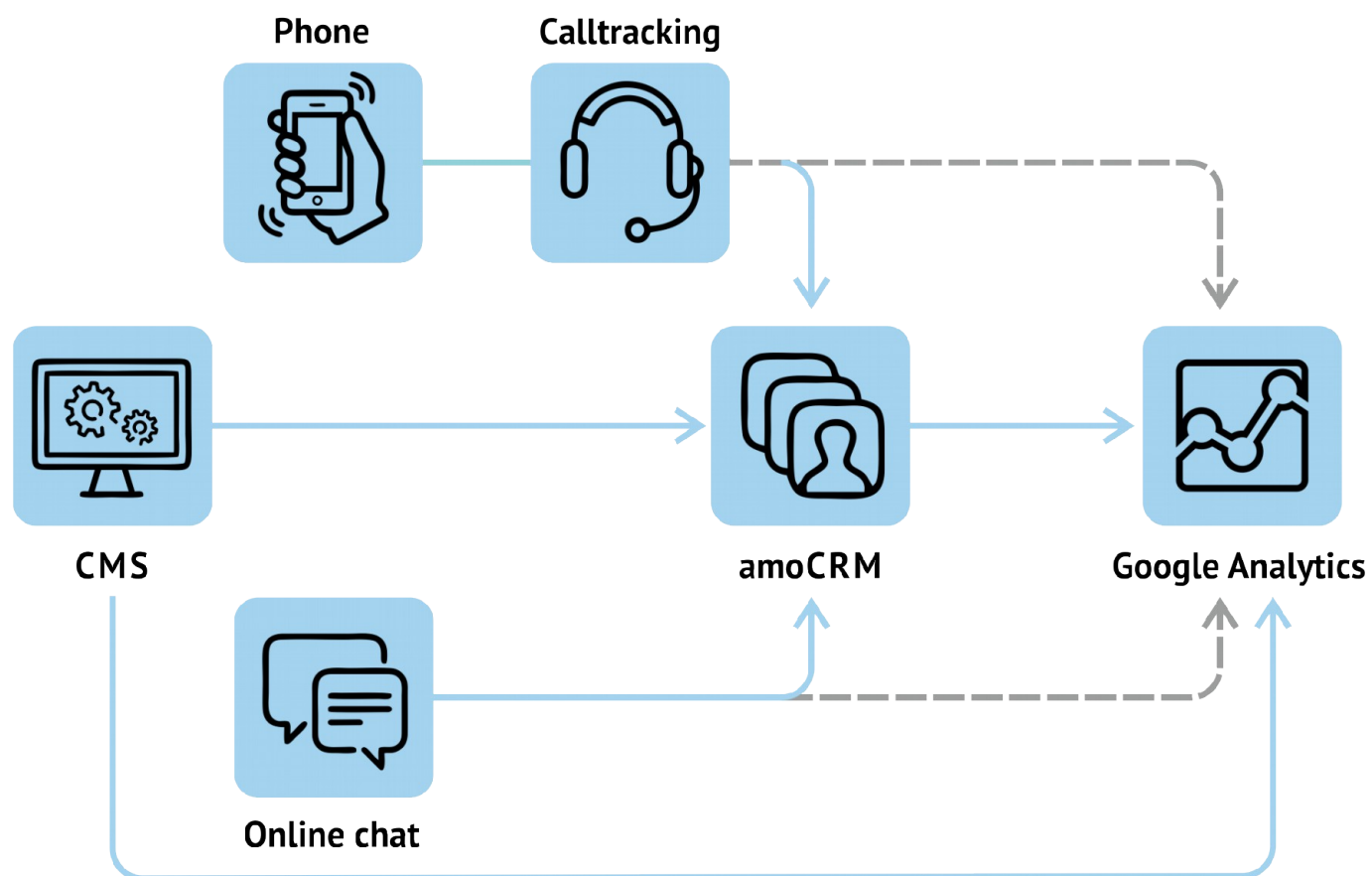


# 04 ВНЕДРЕНИЕ. ШАГ 3

НАСТРОЙКА ИНСТРУМЕНТОВ КОММУНИКАЦИИ С ПОСЕТИТЕЛЯМИ



# 04 ВНЕДРЕНИЕ. ШАГ 4



РЕАЛИЗАЦИЯ  
ПЕРЕДАЧИ  
ДАННЫХ ИЗ ВСЕХ  
ИСТОЧНИКОВ  
ПОЛУЧЕНИЯ  
ОБРАЩЕНИЙ

# 04 ВНЕДРЕНИЕ. ШАГ 5

ИНТЕГРАЦИЯ CRM И GOOGLE ANALYTICS



# 05

## СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА: ПРИМЕР ВНЕДРЕНИЯ



# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## ОПИСАНИЕ КЛИЕНТА

- B2C
- Сайт с механизмом онлайн заказа
- Можно купить в оффлайн магазине
- Требуется время на принятие решения о покупке

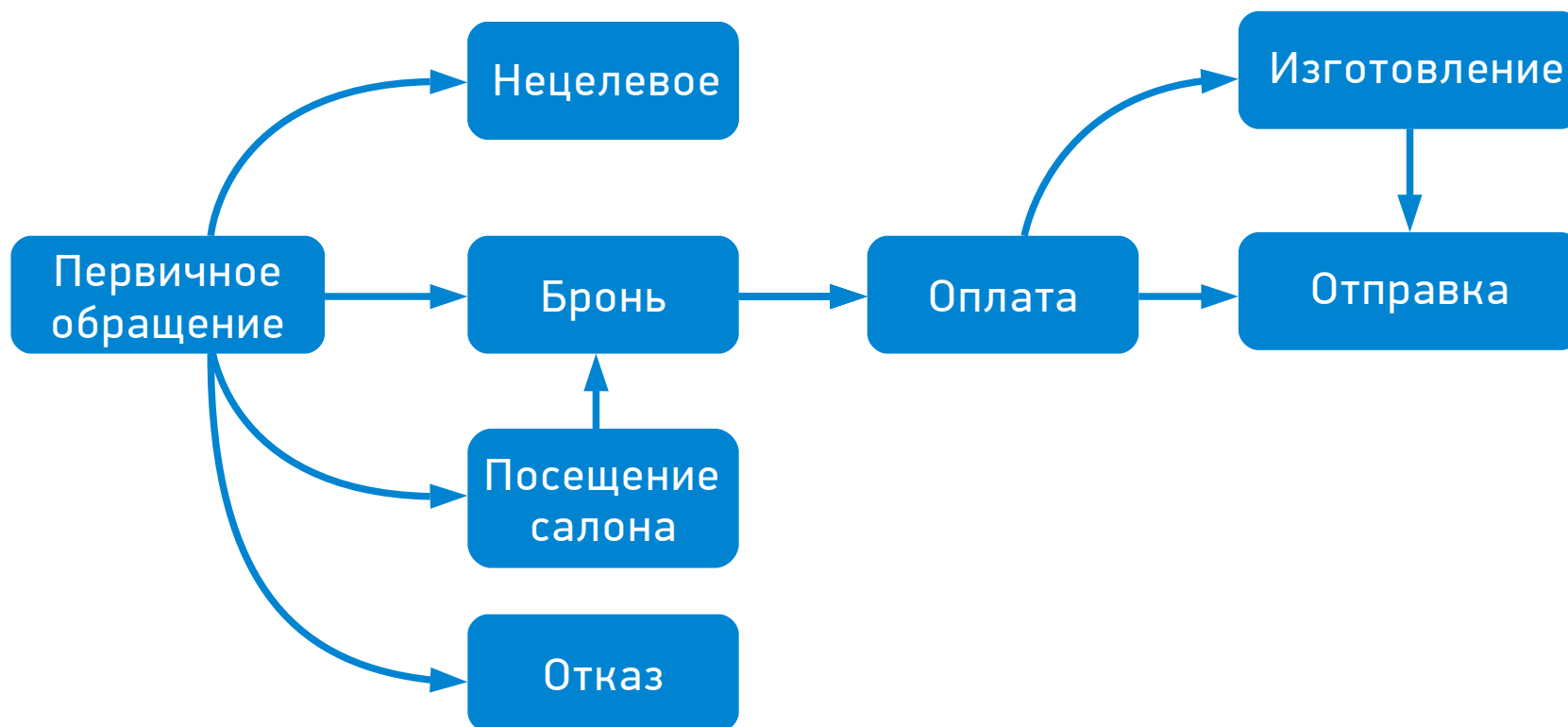
# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## КАНАЛЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

- Контекстная реклама
- Товарные объявления
- Поисковые системы
- Сайты-партнеры

# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## ЖИЗНЕННЫЙ ПУТЬ ЗАЯВКИ



# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

- CallTouch (<http://www.calltouch.ru/>) — система коллтрекинга
- JivoSite (<http://www.jivosite.ru/>) — сервис онлайн-консультирования
- AmoCRM (<http://www.amocrm.ru/>) — CRM для обработки заказов
- TAO CMS (<http://cms.techart.ru/>) — система управления сайтом

# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

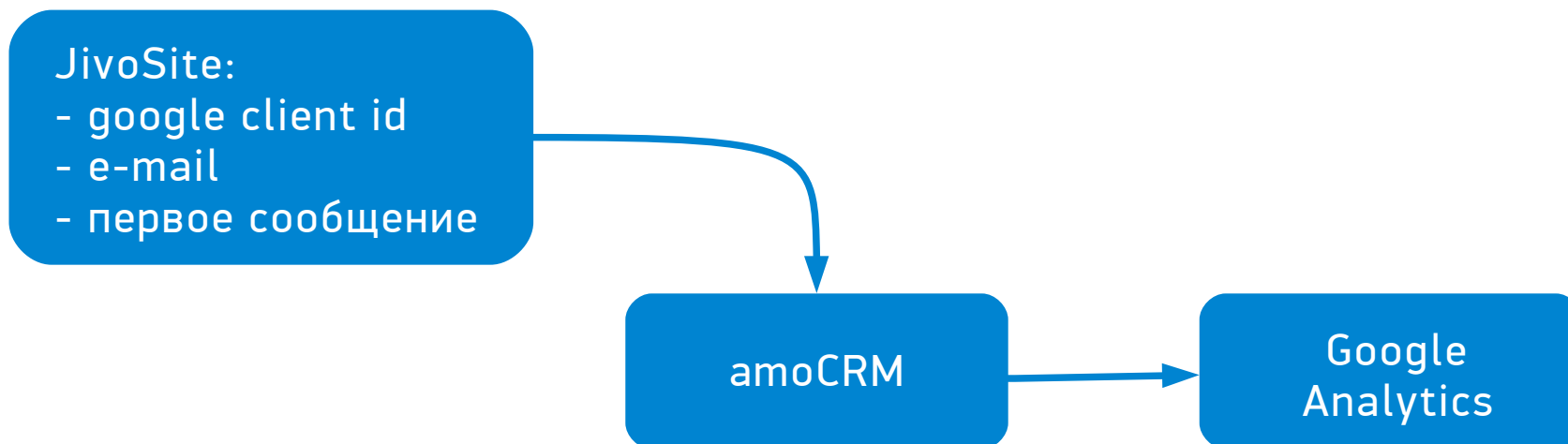
## СОЗДАНИЕ СДЕЛКИ В АМОСРМ

The screenshot displays a CRM interface for creating a deal. On the left, a sidebar lists various fields: 'Отв-ный Менеджер', 'Бюджет', 'Этап продажи', 'Источник', 'Канал', 'Кампания', 'Ключевое сло...', 'Обработано' (checked), 'Потенциальнь' (checked), 'Источник рек: Интернет', 'Вид сделки: Звонок', 'Дата оформле: 29.11.2015', 'Дата вывоза з: 05.12.2015', and 'Место оформ: Салон'. The main area shows a deal card with a title 'Следующее действие Завтра' and a timeline of actions:

- Завтра, Весь день, Напоминание:** (blue icon)
- ✓ [Action]** (green icon), **Напоминание:**, **Результат: продажа** (green icon)
- ⓘ [Action]** (grey icon), **По прошествии 1 дня – новый этап:** [Action]
- ⓘ 28.11.2015 15:02, Менеджер** (grey icon), **Новый этап:** [Action]

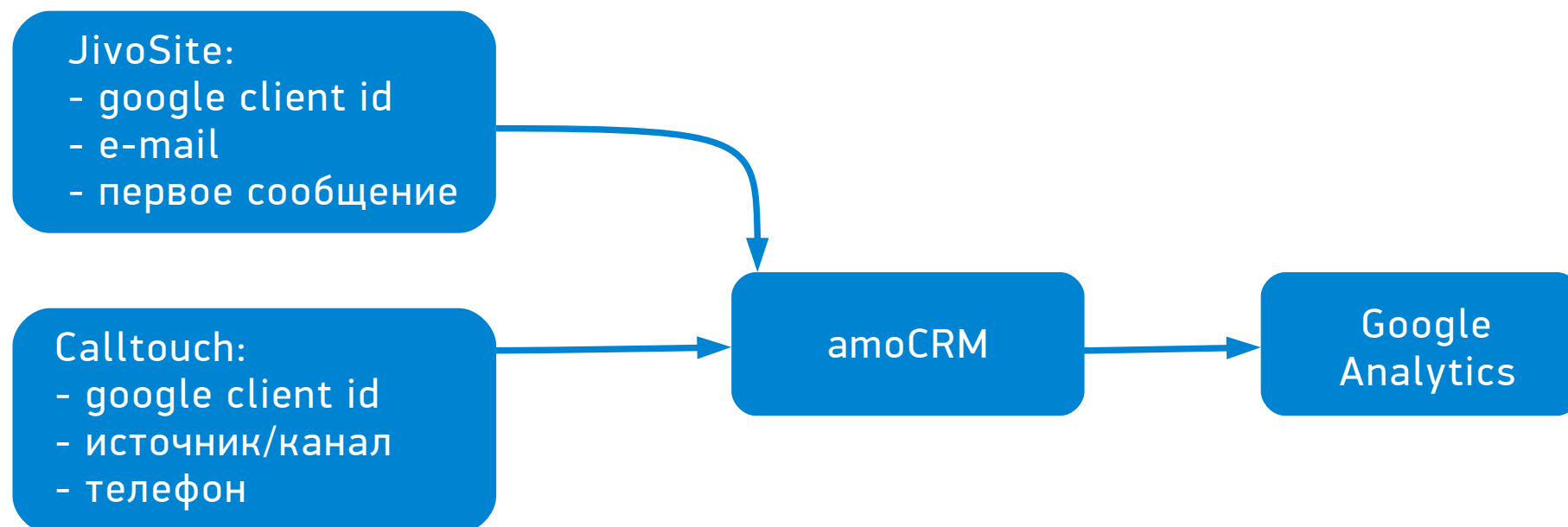
# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## СОЗДАНИЕ СДЕЛКИ В АМОСРМ



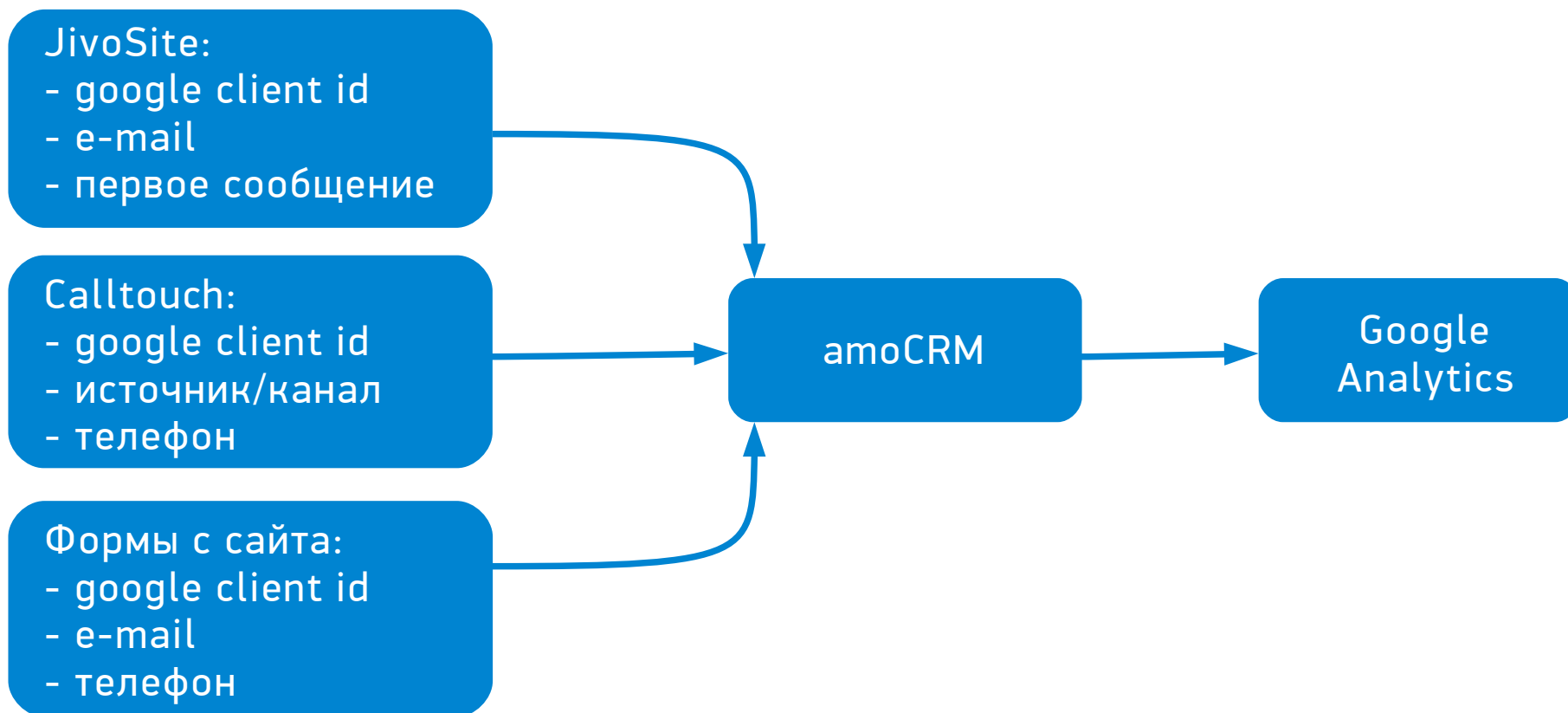
# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## СОЗДАНИЕ СДЕЛКИ В АМОСРМ



# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## СОЗДАНИЕ СДЕЛКИ В АМОСРМ





# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## ДАННЫЕ О СОЗДАННЫХ СДЕЛКАХ В GOOGLE ANALYTICS

Категория событий ?	Источник или канал ?	Всего событий ? ↓
		<b>370</b> % от общего количества: 5,77 % (6 418)
1. AmoCRM	yandex / organic	<b>133 (35,95 %)</b>
2. AmoCRM	direct / cpc	<b>75 (20,27 %)</b>
3. AmoCRM	google / cpc	<b>43 (11,62 %)</b>
4. AmoCRM	google / organic	<b>38 (10,27 %)</b>
5. AmoCRM	(direct) / (none)	<b>24 (6,49 %)</b>
6. AmoCRM		<b>20 (5,41 %)</b>
7. AmoCRM	subscribe / email	<b>10 (2,70 %)</b>

# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## ДАННЫЕ ОБ ЭТАПАХ СДЕЛКИ В GOOGLE ANALYTICS

Действие по событию ?	Всего событий ? ↓
	<b>1042</b> % от общего количества: 16.24 % (6 418)
1. newRequest	<b>311 (29,85 %)</b>
2. failed	<b>276 (26,49 %)</b>
3. targetRequest	<b>209 (20,05 %)</b>
4. visitPlanning	<b>173 (16,60 %)</b>
5. processing	<b>38 (3,65 %)</b>
6. success	<b>35 (3,35 %)</b>













# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## ОБРАЩЕНИЯ С КАКИХ ИСТОЧНИКОВ НЕ КОНВЕРТИРУЮТСЯ В ПРОДАЖИ?

Действие по событию ?	Источник или канал ?	Всего событий ? ↓
		276 % от общего количества: 4,3 % (6 418)
1. failed	yandex / organic	47 (17,03 %)
2. failed	direct / cpc	23 (8,33%)
3. failed	google / cpc	14 (5,07 %)
4. failed	google / organic	13 (3,98 %)
5. failed	anderssen.ru / referral	11 (3,98 %)

# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## ОТ ОБРАЩЕНИЙ К ТОВАРАМ

Продукт ?	Количество ? ↓	Уникальные покупки ?	Доход от продукта ?	Средняя цена ?
	59 % от общего количества: 100,00 % (59)	59 % от общего количества: 100,00 % (59)	6 762 933,00  % от общего количества: 100,00 % (6 762 933,00  )	114 625,98  Средний показатель для представления: 114 625,98  (0,00 %)
1. Товар 1	3 (5,08 %)	3 (5,08 %)	186 612,00  (2,76 %)	62 204,00 
2. Товар 2	2 (3,39 %)	2 (3,39 %)	140 000,00  (2,07 %)	70 000,00 
3. Товар 3	2 (3,39 %)	2 (3,39 %)	130 299,00  (1,93 %)	65 149,50 
4. Товар 4	2 (3,39 %)	2 (3,39 %)	215 617,00  (3,19 %)	107 808,50 

# 05 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## РЕЗУЛЬТАТ



# 06

## СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА: ЧТО ДАЛЬШЕ?

# 06 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ О РАСХОДАХ В GOOGLE ANALYTICS

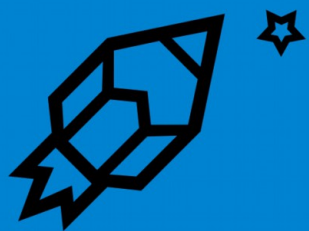
Campaign <sup>?</sup>	Spend (for selected time range)
1. [blurred]	RUB198,407.04
2. [blurred]	RUB180,939.33
3. [blurred]	RUB120,943.74
4. [blurred]	RUB90,405.45
5. [blurred]	RUB90,153.93
6. [blurred]	RUB61,247.61
7. [blurred]	RUB55,034.73
8. [blurred]	RUB27,517.36
9. [blurred]	RUB23,208.94

# 06 СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА НА ПРАКТИКЕ

## РАСЧЕТ ROMI В GOOGLE ANALYTICS

Campaign ?	Spend (for selected time range)	Position Based Conversions ↓	Position Based CPA	Position Based Conversion Value	Position Based ROAS
1. [blurred]	RUB198,407.04	<b>32.64</b>	RUB6,078.65	RUB326,400.00	164.51%
2. [blurred]	RUB180,939.33	<b>13.00</b>	RUB13,918.41	RUB130,000.00	71.85%
3. [blurred]	RUB120,943.74	<b>12.78</b>	RUB9,463.51	RUB127,800.00	105.67%
4. [blurred]	RUB90,405.45	<b>12.06</b>	RUB7,496.31	RUB120,600.00	133.40%
5. [blurred]	RUB90,153.93	<b>7.96</b>	RUB11,325.87	RUB79,600.00	88.29%
6. [blurred]	RUB61,247.61	<b>6.00</b>	RUB10,207.94	RUB60,000.00	97.96%
7. [blurred]	RUB55,034.73	<b>5.00</b>	RUB11,006.94	RUB50,000.00	90.85%
8. [blurred]	RUB27,517.36	<b>4.46</b>	RUB6,169.81	RUB44,600.00	162.08%
9. [blurred]	RUB23,208.94	<b>4.04</b>	RUB6,354.29	RUB40,400.00	157.37%





МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ  
И АУТСОРСИНГ  
[WWW.TECHART.RU](http://WWW.TECHART.RU)

# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! ПОЖАЛУЙСТА, ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ.

АНДРЕЙ ТИТЕНКО,  
маркетинговая группа «Текарт»

 (495) 790-75-91

 [info@techart.ru](mailto:info@techart.ru)

 [www.techart.ru](http://www.techart.ru)

 <http://twitter.com/techart/>

 <http://www.facebook.com/techartgroup>

Research

Datasense

Promo

Advert

PR&Event

Web

Design

Photo

Branding