



**МАРКЕТИНГОВЫЙ  
КОНСАЛТИНГ  
И АУТСОРСИНГ**

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

# МУЛЬТИ- КАНАЛЬНАЯ КРОСС- ДЕВАЙСНАЯ АТТРИБУЦИЯ

---

Бизикин Сергей  
Проект-менеджер МГ «Текарт»

---

**26 / 02 / 2015**



---

Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

---

# СКОЛЬКО УСТРОЙСТВ ИСПОЛЬЗУЮТ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ?

---





Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

---

## **51% РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА В НОЯБРЕ 2014 ИСПОЛЬЗОВАЛИ ТЕЛЕФОН ИЛИ ПЛАНШЕТ**

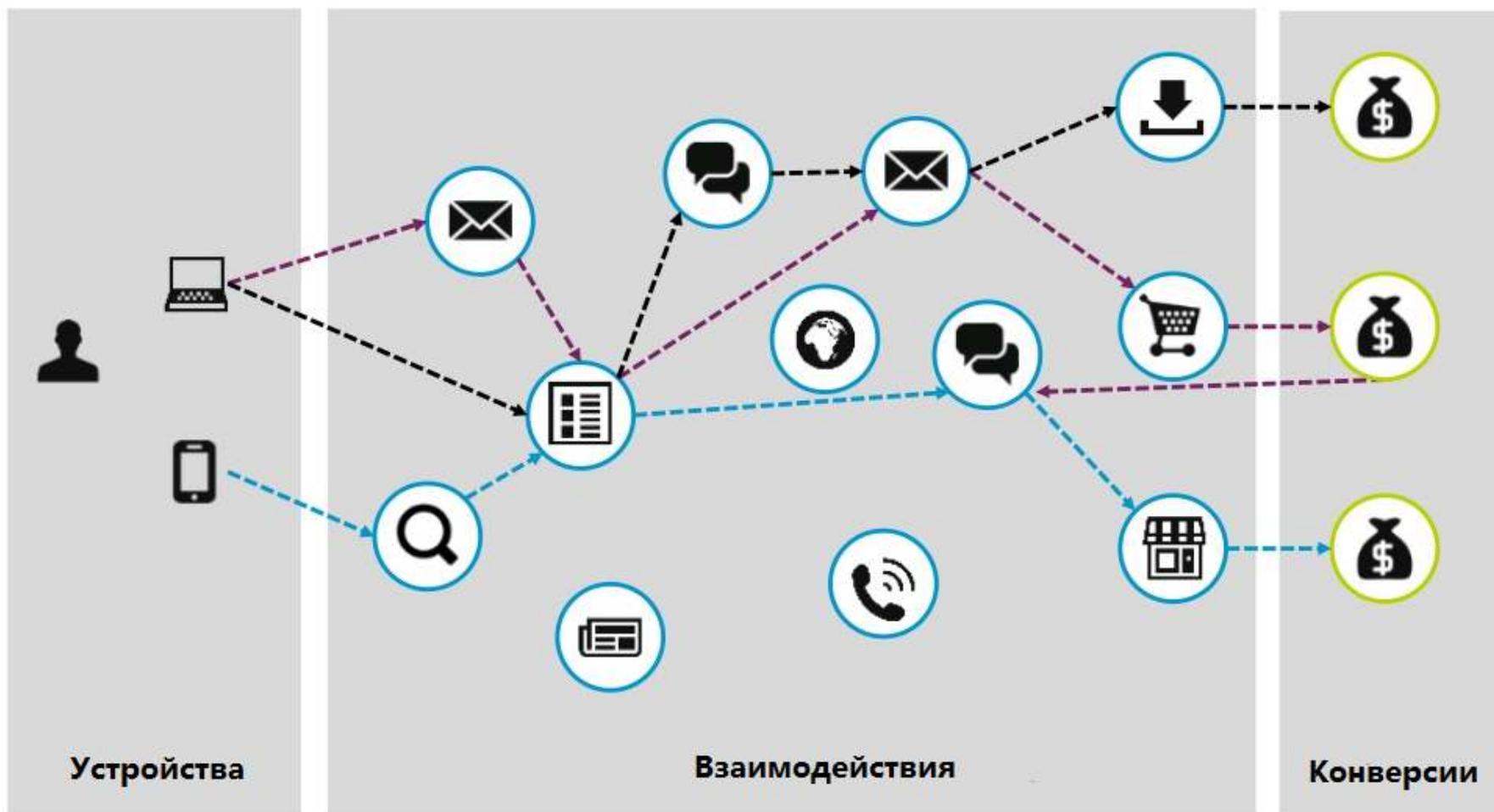
---





Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

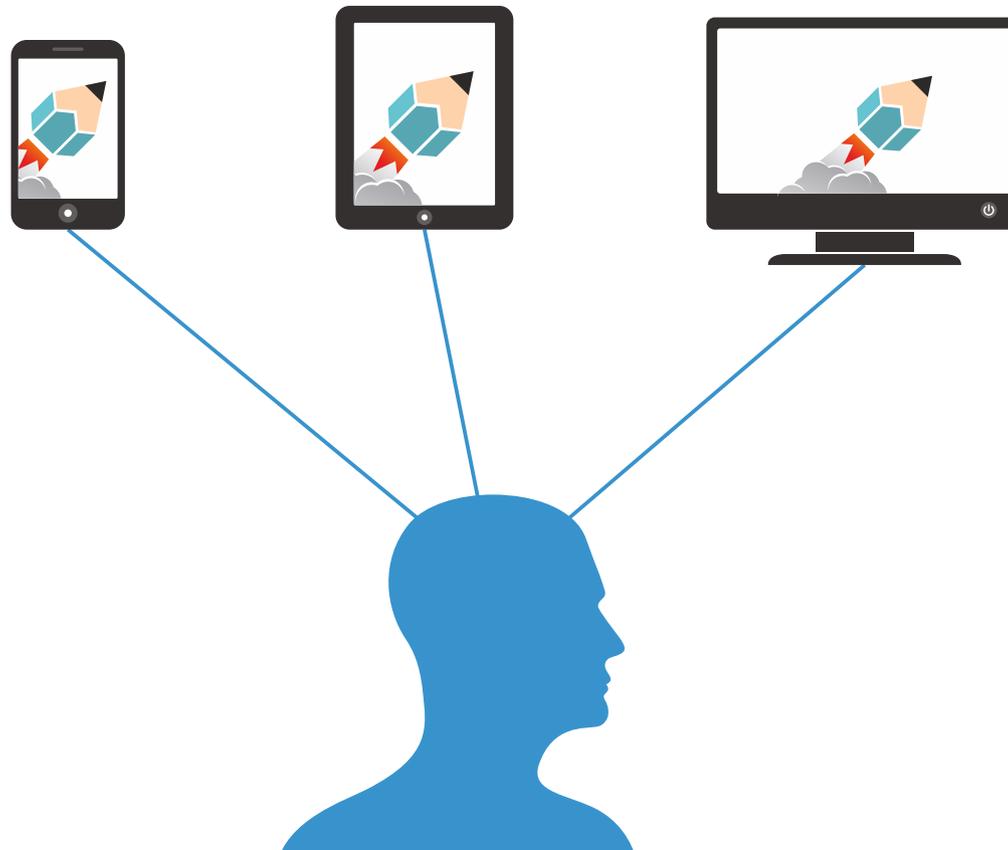
# ПУТЬ КЛИЕНТА ДО КОНВЕРСИИ





Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

# КАК ОПРЕДЕЛИТЬ ПОСЕЩЕНИЯ ОДНОГО И ТОГО ЖЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ?







---

Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

---

# КРОСС- ДЕВАЙСНАЯ АТТРИБУЦИЯ

---



Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

# СТАНДАРТНОЕ ОТСЛЕЖИВАНИЕ GOOGLE ANALYTICS



&cid=111



&cid=222



&cid=333

=

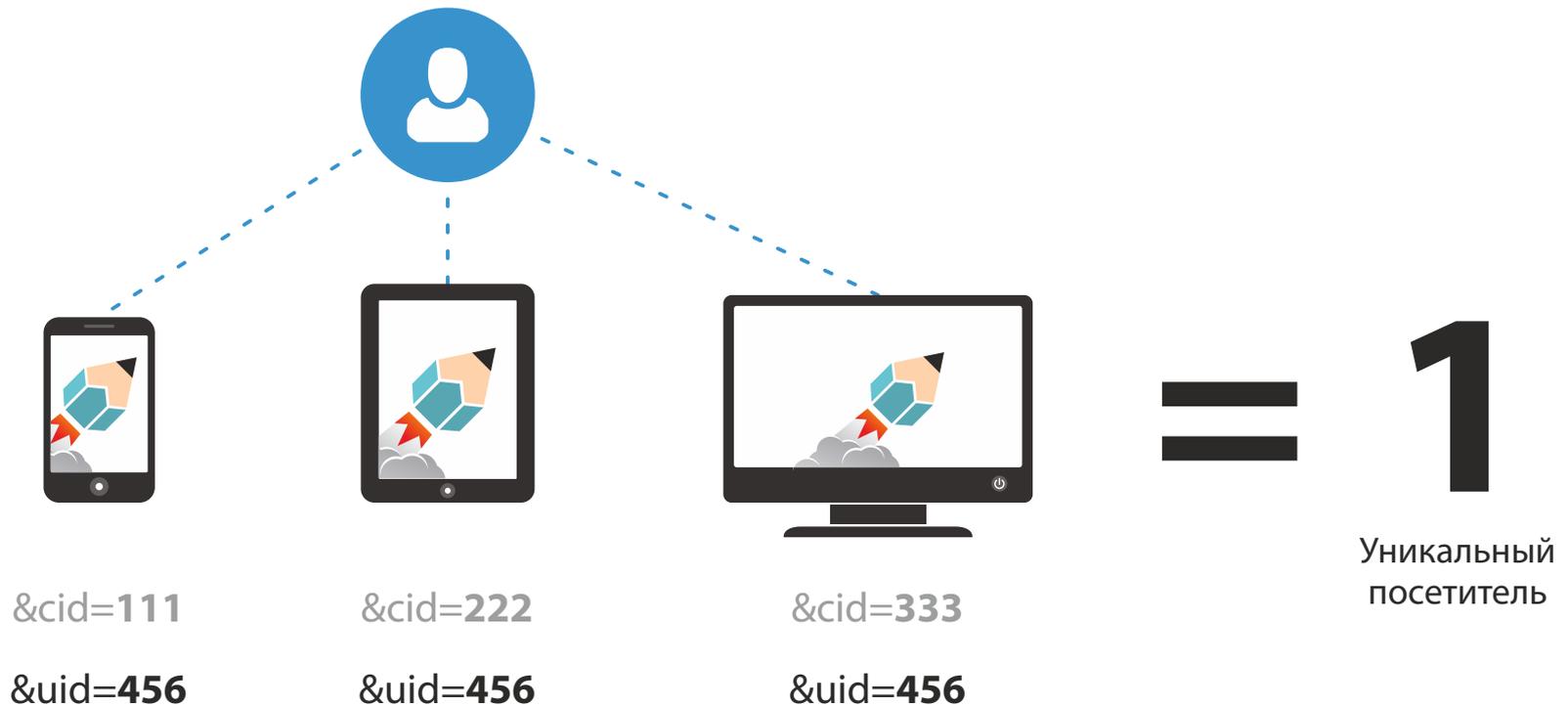
3

Уникальных  
посетителя



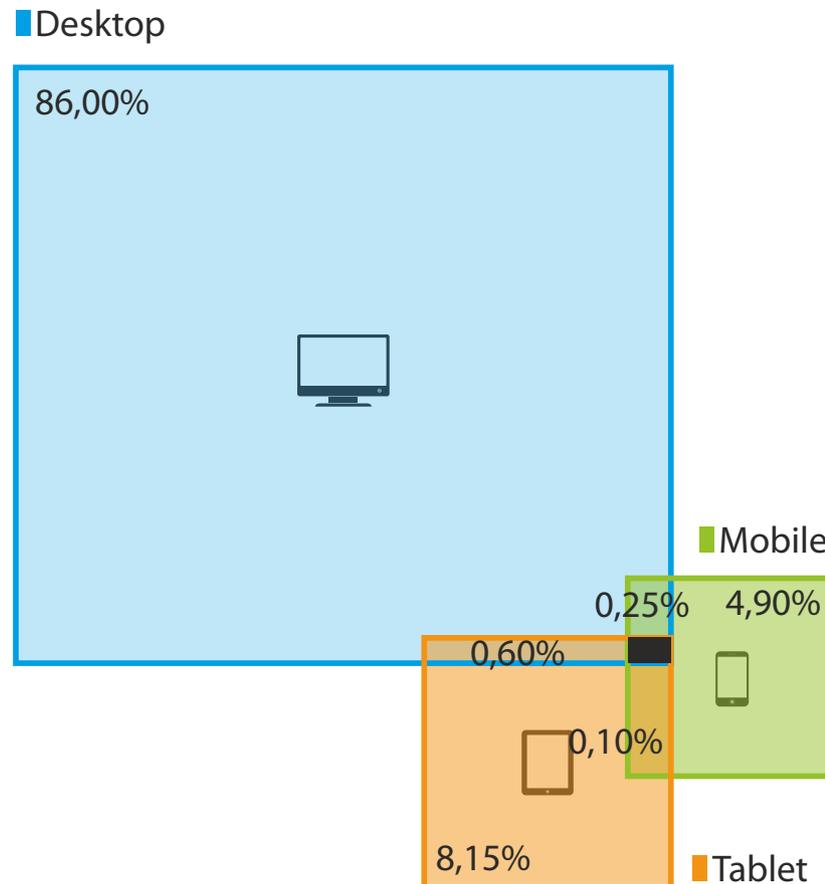
Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

# ОТСЛЕЖИВАНИЕ UNIVERSAL ANALYTICS С ПОМОЩЬЮ USER ID





# ПЕРЕСЕЧЕНИЕ УСТРОЙСТВ





# ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ

Steps in path ?	Users ?	Sessions ?	Average Duration of Sessions per User ?
	15,643 <small>% of Total: 100.00% (15,643)</small>	113,986 <small>% of Total: 100.00% (113,988)</small>	00:08:03 <small>Site Avg: 00:08:03 (0.00%)</small>
1. Desktop	13,629 (87.01%)	94,310 (82.74%)	00:08:04
2. Mobile	709 (4.53%)	4,347 (3.81%)	00:07:10
3. Tablet	576 (3.68%)	3,786 (3.32%)	00:08:29
4. Desktop Mobile	49 (0.31%)	370 (0.32%)	00:08:54
5. Tablet Desktop	49 (0.31%)	281 (0.25%)	00:07:48
6. Desktop Tablet Desktop	47 (0.30%)	555 (0.49%)	00:07:12
7. Mobile Desktop	47 (0.30%)	303 (0.27%)	00:06:48
8. Desktop Mobile Desktop	44 (0.28%)	756 (0.66%)	00:07:12
9. Mobile Desktop Mobile	43 (0.27%)	519 (0.46%)	00:06:52
10. Desktop Tablet	33 (0.21%)	193 (0.17%)	00:07:39



# АТТРИБУЦИЯ ПО УСТРОЙСТВАМ

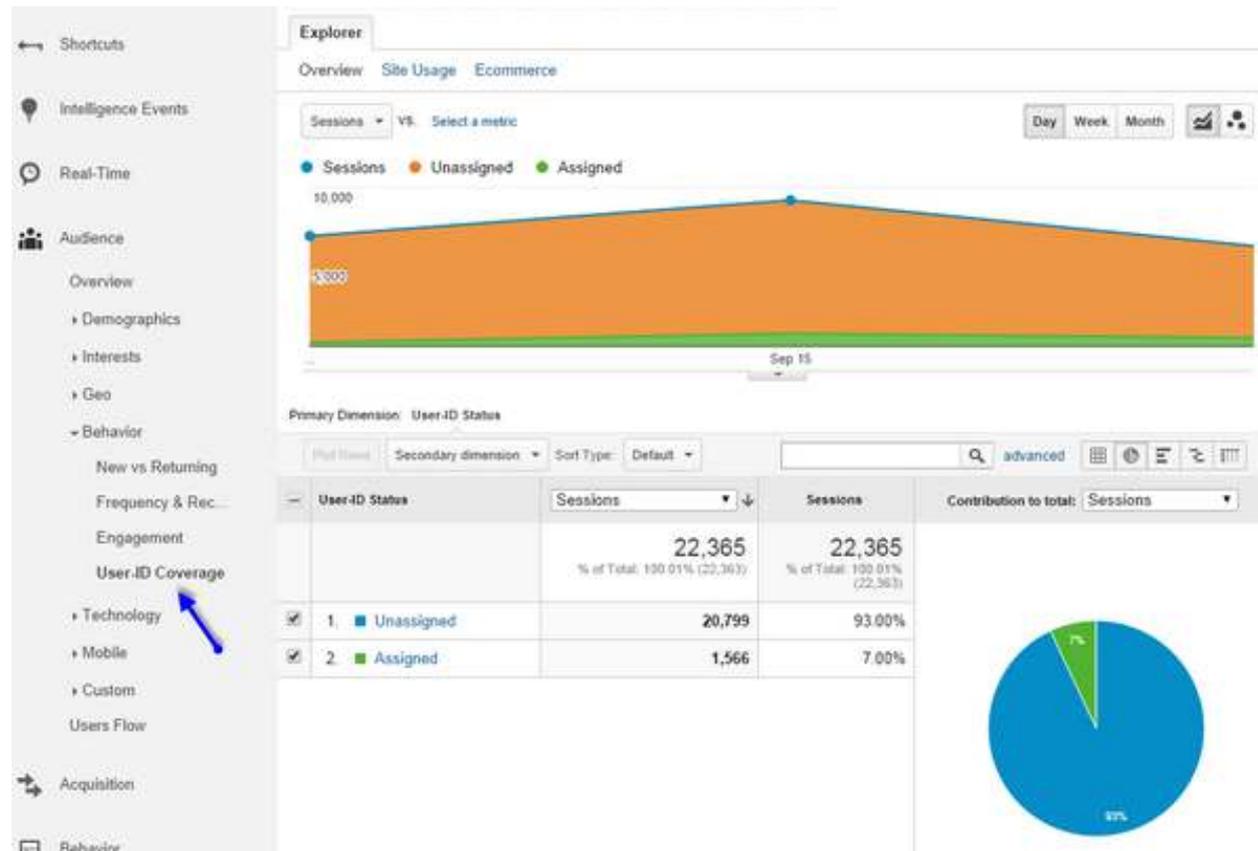
Originating Device ?	Users ?	Sessions ?
	<b>1,984</b> % of Total: 100.00% (1,984)	<b>2,794</b> % of Total: 100.00% (2,794)
1. Desktop	<b>1,718</b> (86.59%)	<b>2,446</b> (87.54%)
2. Tablet	<b>167</b> (8.42%)	<b>225</b> (8.05%)
3. Mobile	<b>99</b> (4.99%)	<b>123</b> (4.40%)

Revenue From Originating Touchpoint ?	Revenue From Other Touchpoints ?
\$0.99	\$17.98



Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

# ДОЛЯ ВИЗИТОВ С УКАЗАНИЕМ USER ID





---

Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

---

# МУЛЬТИ- КАНАЛЬНАЯ АТТРИБУЦИЯ

---

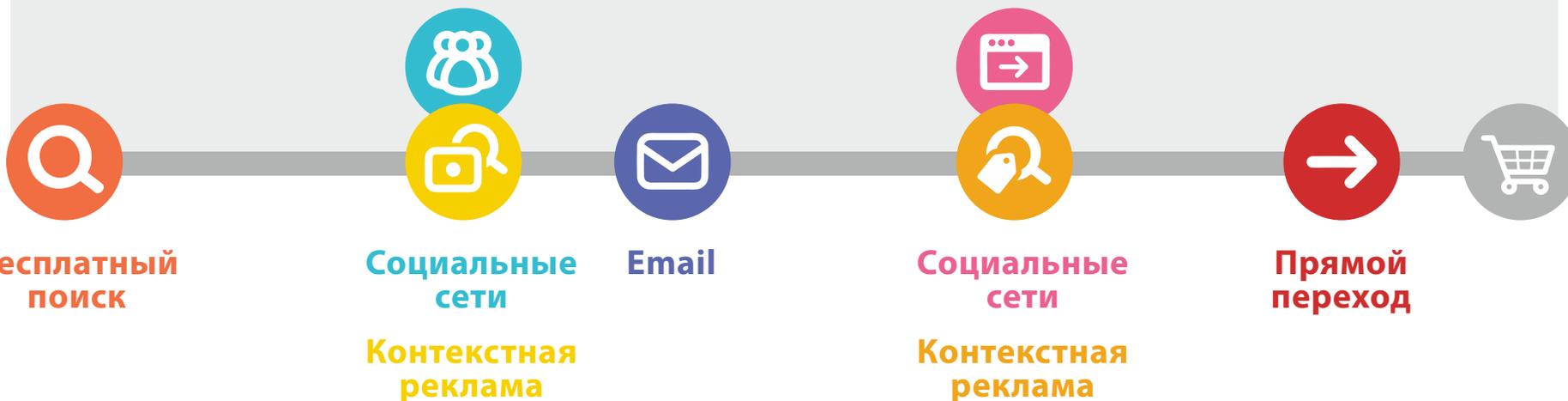


Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

# ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ С САЙТОМ

БОЛЕЕ ВЫРАЖЕНО  
НАЧАЛЬНОЕ/  
АССИСТИРУЕМОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

БОЛЕЕ ВЫРАЖЕНО  
ПОСЛЕДНЕЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ  
ПЕРЕД КОНВЕРСИЕЙ





# МОДЕЛИ АТТРИБУЦИИ



Последнее  
взаимодействие



Первое  
взаимодействие



Линейная



На основе позиции



Временной спад



---

Мультиканальная  
и кросс-девайсная атрибуция

---

# СУЩЕСТВУЕТ ЛИ ИДЕАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ?

---





# АССОЦИИРОВАННЫЕ КОНВЕРСИИ

<input type="checkbox"/> Группа каналов для многоканальных последовательностей	Ассоциированные конверсии ↓	Ценность ассоциированных конверсий	Конверсии по последнему клику или прямому взаимодействию	Ценность конверсий по последнему клику или прямому взаимодействию	Ассоциированные конверсии/ конверсии по последнему клику или прямому взаимодействию
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Поисковая реклама	2 883 (40,04 %)	5 407 182,53 руб. (42,88 %)	3 036 (37,23 %)	1 471 067,74 руб. (16,10 %)	0,95
<input checked="" type="checkbox"/> 2. Прямой	2 853 (39,62 %)	2 474 073,81 руб. (19,82 %)	4 021 (49,31 %)	3 148 977,09 руб. (34,46 %)	0,71
<input checked="" type="checkbox"/> 3. Бесплатный поиск	706 (9,81 %)	4 430 466,76 руб. (35,14 %)	664 (8,14 %)	273 683,81 руб. (3,00 %)	1,06
<input checked="" type="checkbox"/> 4. Медийная реклама	408 (5,67 %)	145 066,61 руб. (1,15 %)	174 (2,13 %)	4 162 869,70 руб. (45,56 %)	2,34
<input checked="" type="checkbox"/> 5. Электронная почта	206 (2,86 %)	102 999,14 руб. (0,82 %)	131 (1,61 %)	44 437,75 руб. (0,49 %)	1,57
<input checked="" type="checkbox"/> 6. Переход	80 (1,11 %)	38 033,60 руб. (0,30 %)	45 (0,55 %)	18 131,50 руб. (0,20 %)	1,78
<input checked="" type="checkbox"/> 7. Социальная сеть	50 (0,69 %)	8 658,75 руб. (0,07 %)	28 (0,34 %)	6 211,67 руб. (0,07 %)	1,79



# ОСНОВНЫЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ КОНВЕРСИЙ

Путь конверсии группы каналов для многоканальных последовательностей ?	Конверсии ↓	Ценность конверсии
1. <span>Поисковая реклама × 2</span>	423 (8,77 %)	115 556,78 руб. (1,59 %)
2. <span>Поисковая реклама</span> → <span>Прямой</span>	384 (7,96 %)	128 950,61 руб. (1,77 %)
3. <span>Прямой × 2</span>	215 (4,46 %)	226 051,48 руб. (3,11 %)
4. <span>Поисковая реклама</span> → <span>Прямой × 2</span>	131 (2,72 %)	52 522,19 руб. (0,72 %)
5. <span>Поисковая реклама × 3</span>	112 (2,32 %)	69 025,23 руб. (0,95 %)
6. <span>Бесплатный поиск</span> → <span>Прямой</span>	98 (2,03 %)	44 129,00 руб. (0,61 %)
7. <span>Прямой × 3</span>	90 (1,87 %)	73 711,67 руб. (1,01 %)
8. <span>Прямой × 4</span>	79 (1,64 %)	96 482,57 руб. (1,33 %)



# СРАВНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ АТТРИБУЦИИ

Группа каналов для многоканальных последовательностей ?	Затраты (для выбранного временного диапазона)	Число конверсий и цена за конверсию ▾				Изменение числа конверсий (%) ▾ (по сравнению с "Последнее взаимодействие")	
		Последнее взаимодействие		Первое взаимодействие			Первое взаимодействие
		Конверсии ↓	Цена за конверсию	Конверсии	Цена за конверсию		
1. <b>Прямой</b>	0,00 руб. (0,00 %)	<b>4 021,00</b> (49,31 %)	0,00 руб. (0,00 %)	2 354,00 (28,87 %)	0,00 руб. (0,00 %)	-41,46 % ↓	
2. <b>Поисковая реклама</b>	133 705,84 руб. (55,04 %)	<b>3 036,00</b> (37,23 %)	44,04 руб. (147,84 %)	4 542,00 (55,70 %)	29,44 руб. (98,82 %)	49,60 % ↑	
3. <b>Бесплатный поиск</b>	0,00 руб. (0,00 %)	<b>664,00</b> (8,14 %)	0,00 руб. (0,00 %)	873,00 (10,71 %)	0,00 руб. (0,00 %)	31,48 % ↑	
4. <b>Медийная реклама</b>	109 220,95 руб. (44,96 %)	<b>174,00</b> (2,13 %)	627,71 руб. (2 107,20 %)	93,00 (1,14 %)	1 174,42 руб. (3 942,50 %)	-46,55 % ↓	
5. <b>Электронная почта</b>	0,00 руб. (0,00 %)	<b>131,00</b> (1,61 %)	0,00 руб. (0,00 %)	153,00 (1,88 %)	0,00 руб. (0,00 %)	16,79 % ↑	
6. <b>Другая реклама</b>	0,00 руб. (0,00 %)	<b>53,00</b> (0,65 %)	0,00 руб. (0,00 %)	61,00 (0,75 %)	0,00 руб. (0,00 %)	15,09 % ↑	
7. <b>Переход</b>	0,00 руб. (0,00 %)	<b>45,00</b> (0,55 %)	0,00 руб. (0,00 %)	47,00 (0,58 %)	0,00 руб. (0,00 %)	4,44 % ↑	
8. <b>Социальная сеть</b>	0,00 руб. (0,00 %)	<b>28,00</b> (0,34 %)	0,00 руб. (0,00 %)	32,00 (0,39 %)	0,00 руб. (0,00 %)	14,29 % ↑	



**МАРКЕТИНГОВЫЙ  
КОНСАЛТИНГ  
И АУТСОРСИНГ**

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

# **СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! ПОЖАЛУЙСТА, ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ.**

---

Бизикин Сергей  
Проект-менеджер МГ «Текарт»

---

(495) 790-7591  
info@techart.ru  
www.techart.ru  
<http://twitter.com/techart/>  
<http://www.facebook.com/techartgroup>