

МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ
WWW.TECHART.RU

Практический семинар по интернет-маркетингу

Обзор систем колтрекинга

НАТАЛЬЯ ПИМАНОВА

Маркетинговая группа «Текарт»

10 / 12 / 2015

01

Почему необходимо
отслеживать телефонные
обращения?

01 Почему необходимо отслеживать телефонные обращения?

- У большинства рекламодателей до 90% обращений приходятся на телефонные звонки;
- Наличие точных данных об источнике обращений – единственный способ оптимизировать затраты на привлечение трафика и улучшение юзабилити сайта по CPO и далее (ROI и т. п.);
- Конверсия в покупку при звонке до в 10 раз выше обычного;*
- Средняя стоимость заказа при покупке со звонком в 2 раза выше. *

* По данным Google

01 Почему необходимо отслеживать телефонные обращения?

До 2/3 заказов, поступающих по телефону, компании теряют:

- до 7% из за некомпетентности менеджера
- до 12% - неотвеченные звонки
- до 16% - долго берут трубку (пользователи не готовы ждать более 25 секунд)
- до 47% не умеют продавать свои продукты/услуги

Эти проблемы часто выявляются только после подключения сервисов коллтрекинга и прослушивания звонков!*

*По данным компании Gomagic , 2015 г.

01 Почему необходимо отслеживать телефонные обращения?

Мини кейс.

Рекламодатель: компания, занимающаяся переводами.

Было:

50% рекламного бюджета расходуется на Яндекс.Директ,
50% на Google.Adwords.

80% заказов — по телефону.

После подключения системы колтрекинга видно,
что звонков с Google.Adwords количественно больше
и стоят они дешевле.

Бюджет перераспределен 60\40 в пользу Google.Adwords.

Стало:

число звонков возросло на 20%, их стоимость снизилась.



01 Почему необходимо отслеживать телефонные обращения?

Мини кейс. Рекламодатель: продажа недвижимости.

Было:

50% рекламного бюджета тратилось на один целевой запрос.
Качество трафика стабильно высокое.

После подключения:

Звонков с этого запроса крайне мало, их стоимость крайне высока.

Стало:

Понижены ставки и ограничен бюджет по этому запросу.
Число звонков выросло, их стоимость существенно снизилась.



02

Краткий экскурс
в недавнюю историю
отслеживания
телефонных обращений.

02

TRACK ID («Номер посетителя»)

До 2011 года:

сервисы промо кодов или TRACK ID («Номер посетителя»).

Принцип работы:

- Каждому пользователю показывается некий уникальный код на странице;
- При звонке менеджер просит назвать этот код;
- Менеджер заносит код в CRM;
- По сессии звонок связывается с определенным посетителем, виден источник перехода.

02 Статический коллтрекинг

2011 год:

статический (а тогда еще просто) коллтрекинг.

Принцип работы:

- Каждому источнику трафика показывается определенный выделенный подменный номер;
- Сервис дает статистику по числу звонков для каждого выделенного номера.

02 Промо код VS статический коллтрекинг

	Номер посетителя	Статический коллтрекинг
Точность определения источника до ключевого слова	да	Нет
% сбора статистики	Потери до 50%	100%
Определение процента неотвеченных звонков	нет	да
История посещений до звонка	да	нет
Возможность отслеживания оффлайн конверсий	да	нет
Возможность отслеживания отложенного спроса и LT	да	нет

02 Динамический колтрекинг

2012:

динамический колтрекинг:

статистика до уровня ключевого слова + 100% сбор статистики.

Принцип работы:

- На сайт выделяется определенное число номеров;
- Каждому посетителю, в один и тот же момент находящемуся на сайте, показывается свой уникальный номер;

Сервис связывает посетителя с его историей и источник перехода с показанным ему телефонным номером в определенный момент времени.

02 Динамический коллтрекинг побеждает

	Номер посетителя	Статический коллтрекинг	Динамический коллтрекинг
Точность определения источника до ключевого слова	да	нет	да
% сбора статистики	Потери до 50%	100%	85-100%
Определение процента неотвеченных звонков	нет	да	да
История посещений до звонка	да	нет	да
Возможность отслеживания Оффлайн конверсий	да	нет	нет
Возможность отслеживания отложенного спроса и LTV	да	нет	да (с погрешностью!)

02 Комбинированный коллтрекинг

Статические номера для прямого трафика и органики и динамические - для рекламы.

Использование статических отказных номеров в динамическом коллтрекинге.



03

Целесообразность
использования различных
способов отслеживания.

03

Возражения рекламодателей

- Что, если посетитель запишет номер и перезвонит позже?
- Красивые номера.
- «Нечистые» номера.
- Проброс номера (видимость номера звонящего при переадресации).
- Стоимость услуг коллтрекинга.
- «Номер посетителя» не имеет «побочных эффектов» вообще, но требуется дисциплинированность и честность принимающих звонки менеджеров.

03

Целевой звонок Яндекс

Для кого:

Небольшая рекламная кампания или органический трафик.
Небольшой объем трафика по отдельным запросам.

Плюсы:

- Низкая стоимость (11 рублей в день за номер);
- Есть возможность видеть % и время неотвеченных звонков.

Минусы:

- Нет возможности фильтрации звонков;
- Нет возможности прослушивать запись разговоров.

03

Динамический коллтрекинг

Большие рекламные кампании, много источников звонков и трафика.

Общие для всех систем преимущества перед Номером посетителя и Целевым звонком Яндекс:

- Возможность интеграции с GA и CRM;
- Возможность записи разговоров и фильтрации звонков (спам);
- Наличие дополнительных опций вида: формы обратного звонка, формы «захвата» посетителей (всплывающие окна) и т.д.

03

Точность динамического колтрекинга

Зависит от:

- Размера пула номеров;
- Времени фиксации номера за посетителем.

Мини кейс:

многопрофильная медицинская клиника и точность определения источника звонка.

04

Сервисы, предоставляющие
услуги динамического
коллтрекинга

04

Calltracking.ru (i-media)

Плюсы:

- Низкая цена;
- Много региональных номеров.

Минусы:

- Низкая точность определения источников в динамическом колтрекинге;
- Большой процент отнесения к отказному номеру;
- Не очень удобный интерфейс и интеграция с GA;
- Нет дополнительного функционала (форм и т. д.);
- Не всю настройку можно осуществлять самостоятельно;
- Не всегда оперативная и компетентная поддержка.

04

CallTouch

Плюсы:

- Наглядные отчеты, возможность импортирования данных из GA;
- Возможность A/B тестирования страниц;
- Возможность построения сложных отчетов вплоть до ROI;
- Большое число дополнительных опций, от форм на сайт до прогнозатора звонков.

Минусы:

- Низкая точность динамического коллтрекинга

04

CoMagic

Плюсы:

- ⦿ Высокая точность: алгоритм выделения пула динамических номеров;
- ⦿ Хороший функционал для интеграции с GA и CRM (хотя сквозная аналитика не такая уж сквозная);
- ⦿ Много различных форм для повышения конверсии сайта;
- ⦿ Сервис от оператора связи.

Минусы:

- ⦿ Высокая стоимость;
- ⦿ Мало региональных номеров.

04 Лидеры рынка услуг колтрекинга.

	CoMagic	Calltouch	Calltracking.ru (i-media)	Целевой звонок Яндекса
Динамический колтрекинг	да	да	да	нет
Фильтрация нецелевых обращений	да	да	да	нет
Возможности интеграции с GA и CRM	да	да	Да/нет	нет
Чистая номерная емкость	да	нет	нет	нет
Время фиксации номера	индивидуально	3 минуты	3 минуты	нет
Точность (ключевые запросы)	да	нет	нет	нет

04 Сравнение стоимости различных сервисов колтрекинга

	CoMagic	Calltouch	Calltracking.ru (i-media)	Целевой звонок Яндекса
Статика \динамика	динамика	динамика	динамика	статика
Число номеров	23	10	11	10
Стоимость	13350 со второго месяца	9900	8800	3410

05

Аналитика звонков

05 Обработка данных

Точность предоставляемых данных.

Когда это важно и когда этим можно пренебречь.

Как это проверить?

Объем полученных данных.

Когда данных достаточно, чтобы сделать выводы?

Что делать с низкочастотными запросами?

- Источники и их веса в РК.
- Как не переоптимизировать кампанию?



05

Обработка данных

Анти кейс. Рекламодатель: компания строительной тематики.

Бюджет: 600 000 руб./месяц.

Объем трафика: 7 500 переходов.

Средняя конверсия: 2,7%.

Из них: порядка 200 000 т.р. приходится на 30 топ-слов, которые приносят суммарно около 2 500 запросов.

Все слова с конверсией менее 1% отключаются.

Через 2 месяца: число запросов сокращено в 3 раза, бюджет упал до 200 000 рублей,

При этом объем заказов в 3 раза упал, а стоимость конверсии возросла!

Не учтено: объем статистики для отключения слова; вхождение слова в цепочку до конверсии.

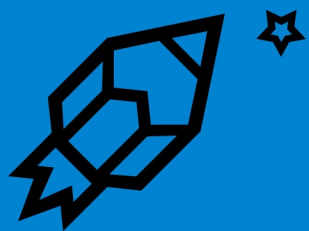
05

Обработка данных

Что спросить у сервиса динамического коллтрекинга?

- Рассчитать число номеров, узнать конечную стоимость услуги;
- Время фиксации номера за посетителем.

Оплачивайте только тот функционал, который действительно позволит оптимизировать затраты.



МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ
WWW.TECHART.RU

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! ПОЖАЛУЙСТА, ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ.

НАТАЛЬЯ ПИМАНОВА,
Маркетинговая группа «Текарт»

 (495) 790-75-91

 info@techart.ru

 www.techart.ru

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

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

Research

Datasense

Promo

Advert

PR&Event

Web

Design

Photo

Branding