

Веб-аналитика для измерения эффективности маркетинга

АНДРЕЙ ТИТЕНКО

заместитель руководителя Techart.Promo

Маркетинговая группа «Текарт»

17 / 08 / 2017

Ландшафт digital-маркетинга 2017

The image is a comprehensive landscape of digital marketing in 2017, organized into 24 distinct categories. Each category is represented by a grid of small logos and icons for leading companies in that space. The categories are:

- Advertising & Promotion**: Includes Mobile Marketing, Display & Programmatic Advertising, Search & Social Advertising, Native/Content Advertising, and Video Advertising.
- Content & Experience**: Includes Mobile Apps, Video Marketing, Email Marketing, Interactive Content, Content Marketing, Optimization, Personalization & Testing, DAM & MRM, SEO, and Marketing Automation & Campaign/Lead Management.
- Social & Relationships**: Includes Call Analytics & Management, Events, Meetings & Webinars, Social Media Marketing & Monitoring, Feedback & Chat, and Community & Reviews.
- Commerce & Sales**: Includes Retail & Proximity Marketing, Channel, Partner & Local Marketing, Sales Automation, Enablement & Intelligence, Affiliate Marketing & Management, Ecommerce Marketing, and Ecommerce Platforms & Carts.
- Data**: Includes Audience/Market Data & Data Enhancement, Marketing Analytics, Performance & Attribution, Mobile & Web Analytics, Dashboards & Data Visualization, Business/Custom Intelligence & Data Science, and iPaaS, Cloud/Data Integration & Tag Management.
- Management**: Includes Talent Management, Product Mgmt, Budgeting & Finance, Collaboration, Projects & Workflow, Agile & Lean Mgmt, and Vendor Analysis.

ЗАДАЧИ, РЕШАЕМЫЕ С ПОМОЩЬЮ ВЕБ-АНАЛИТИКИ:

- *Выбор эффективных каналов привлечения*
- *Анализ поведения пользователей на сайте / в приложении*
- *Поиск проблемных мест сайта / приложения*
- *Повышение конверсии*

Веб-аналитика позволяет повысить эффективность маркетинга без увеличения бюджета!

ЛЮБЫЕ РЕШЕНИЯ ДОЛЖНЫ ПРИНИМАТЬСЯ ПОСЛЕ НАДЛЕЖАЩЕГО АНАЛИЗА



ИНСТРУМЕНТЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ:

- 1) **Комплексные системы веб-аналитики** (*Google Analytics, Яндекс Метрика, Kissmetrics, Piwik и пр.*).
- 2) **Узкоспециализированные:**
 - коллтрекинг (*Comagic, Calltouch и т.д.*)
 - анализ поведения (*Clicktale, Crazy Egg и пр.*)
 - проведение тестирований (*Google Optimize, Visual Website Optimizer, Optimizely и пр.*)
 - пользовательские тестирования и опросы (*4Q, Userpoint, Eye-tracking и пр.*)
 - аналитика соцмедиа (*Youscan, IQBuzz и пр.*)
- 3) **Системы обработки и визуализации данных** (*Google Data Studio, Excel, R и пр.*)
- 4) **Business Intelligence системы** (*Qlick, Tableau, Power BI и пр.*)



ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ



BI,
интеграция с CRM,
получение данных с POS



Настройка электронной
торговли, калькулируемые
метрики, пользовательские
отчеты

Колтреккинг, атрибутирование
трафика по источникам, настройка
импорта данных о расходах



Выбор систем, установка счетчиков, базовая
настройка, определение и настройка отслеживания
целевых действий, междоменное отслеживание

03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

8/32



Google Analytics

+

Яндекс

Метрика

03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

9/32



Регистрация



Установка кода



Настройка



Сбор данных

03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

10/32

КОЛИЧЕСТВО АУДИТОРИИ

Просмотры — общее количество обращений к страницам сайта.

Сеансы / визиты — последовательность действий одного посетителя на сайте.

Пользователи / посетители — количество не повторяющихся посетителей сайта (тех, кто учитывался только один раз) за рассматриваемый период времени.

03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

11/32

КАЧЕСТВО АУДИТОРИИ

Просмотры / посещения — количество страниц сайта, которое посетитель просматривает за один сеанс / визит, т. н. "глубина просмотра".

Показатель отказов — (GA) количество посещений, во время которых пользователь не совершил на сайте каких-либо действий.

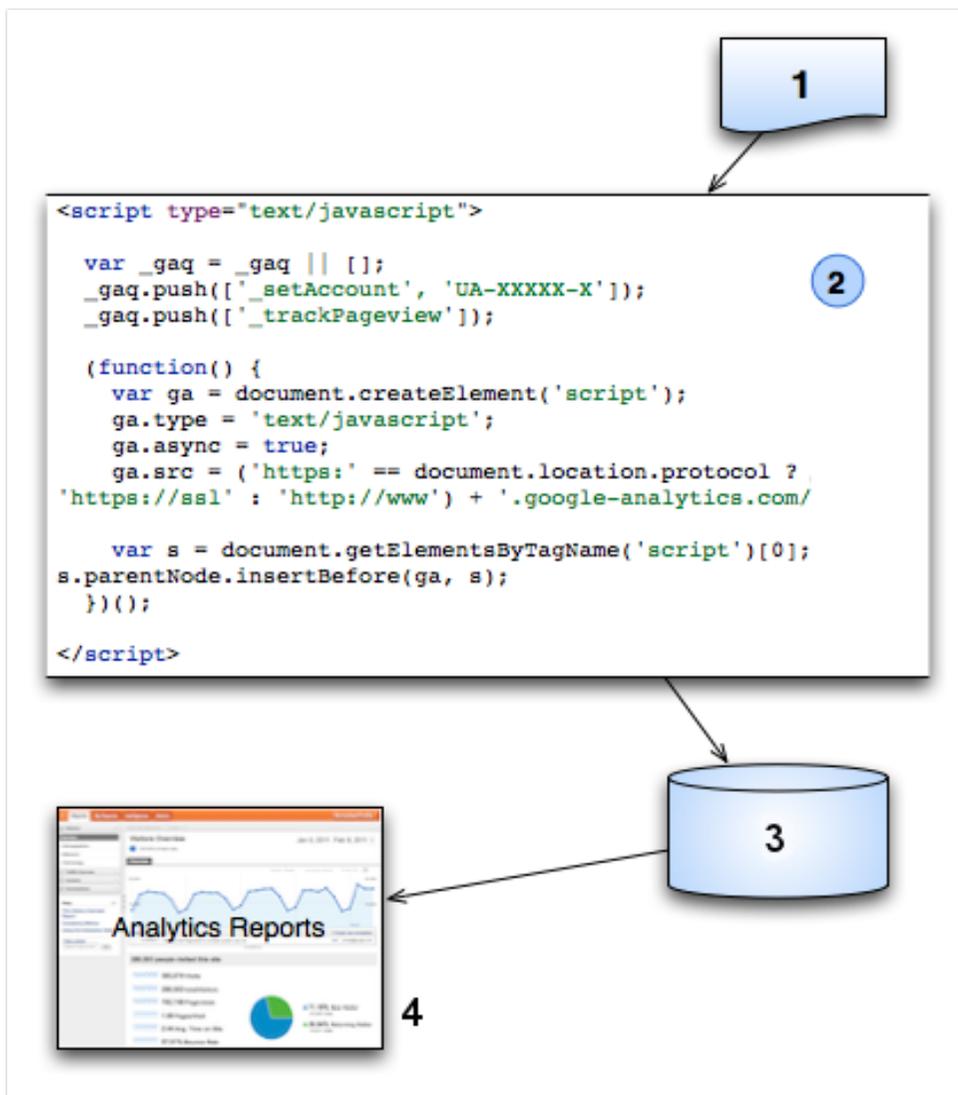
(ЯМ) количество посещений с просмотром одной страницы с временем меньше 15 с.

Конверсии — выполнение целевых действий на сайте.

03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

12/32

УСТАНОВКА КОДА



03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

13/32

Целевые действия

- 1) Количество страниц, просмотренных за посещение*
- 2) Переход по указанному URL*
- 3) Время пребывания на сайте*
- 4) Событие*



03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

14/32

Целевые действия

Заполнение и отправка форм обратной связи

Получите бесплатную консультацию специалиста

Ваше имя E-mail Телефон

Текст сообщения

* [Согласен на обработку персональных данных \(подробнее\)](#)

*все поля обязательны для заполнения

ЗАКАЗАТЬ / СПРОСИТЬ КОНСУЛЬТАНТА

ФОРМА ЗАКАЗА

ХОЧУ ТАКОЙ ЖЕ ПРОЕКТ

ей
ю форму.

укции.

03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

15/32

Целевые действия

Обращения через электронную почту

||| **Связь**

Tel: +7 (861) 992-58-77

E-mail: krasnodar@nayada.ru

03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

16/32

Целевые действия

Взаимодействие с фильтрами на сайте

Продукция

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> NAYADA-Standart | <input type="checkbox"/> NAYADA-Regina Line |
| <input type="checkbox"/> NAYADA-SmartWall H5/H7/H12 | <input type="checkbox"/> NAYADA-Crystal |
| <input type="checkbox"/> NAYADA-Intero-400 | <input type="checkbox"/> Офисная мебель. Рабочие места |
| <input type="checkbox"/> Стационарные перегородки | <input type="checkbox"/> Кабинеты |
| <input type="checkbox"/> NAYADA-Twin | <input type="checkbox"/> Системы ограждений NAYADA-Parapetto |
| <input type="checkbox"/> Раздвижные перегородки | <input type="checkbox"/> Стойки reception |
| <input type="checkbox"/> NAYADA-Regina | |

Функциональные зоны

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Reception, холлы | <input type="checkbox"/> Колл-Центры |
| <input type="checkbox"/> Входные Группы | <input type="checkbox"/> Конференц-Залы |
| <input type="checkbox"/> Жилые помещения | <input type="checkbox"/> Переговорные |
| <input type="checkbox"/> Кабинеты | <input type="checkbox"/> Рабочие зоны |

ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

17/32

Целевые действия

Источник или канал ?	Источники трафика			Действия			Конверсии Цель 12: Заказать расчет ▾	
	Сеансы ? ↓	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Заказать расчет (Коэффициент конверсии для цели 12) ?	Заказать расчет (Достигнутые переходы к цели 12) ?
	107 481 % от общего количества: 100,00 % (107 481)	57,25 % Средний показатель для представления: 57,20 % (0,08 %)	61 530 % от общего количества: 100,08 % (61 480)	56,06 % Средний показатель для представления: 56,06 % (0,00 %)	3,29 Средний показатель для представления: 3,29 (0,00 %)	00:02:42 Средний показатель для представления: 00:02:42 (0,00 %)	0,17 % Средний показатель для представления: 0,17 % (0,00 %)	186 % от общего количества: 100,00 % (186)
1. google / organic	37 876 (35,24 %)	60,85 %	23 046 (37,45 %)	57,41 %	3,22	00:02:31	0,26 %	97 (52,15 %)
2. yandex / organic	31 660 (29,46 %)	51,43 %	16 282 (26,46 %)	50,04 %	3,79	00:03:09	0,18 %	56 (30,11 %)
3. (direct) / (none)	18 873 (17,56 %)	61,24 %	11 557 (18,78 %)	60,97 %	2,81	00:02:33	0,08 %	15 (8,06 %)
4. UniSender / email	1 742 (1,62 %)	41,73 %	727 (1,18 %)	49,43 %	4,09	00:03:15	0,06 %	1 (0,54 %)
5. subscribe_site / email	1 603 (1,49 %)	11,29 %	181 (0,29 %)	46,29 %	3,64	00:05:04	0,00 %	0 (0,00 %)
6. go.mail.ru / organic	1 283 (1,19 %)	71,86 %	922 (1,50 %)	54,33 %	3,61	00:02:22	0,16 %	2 (1,08 %)

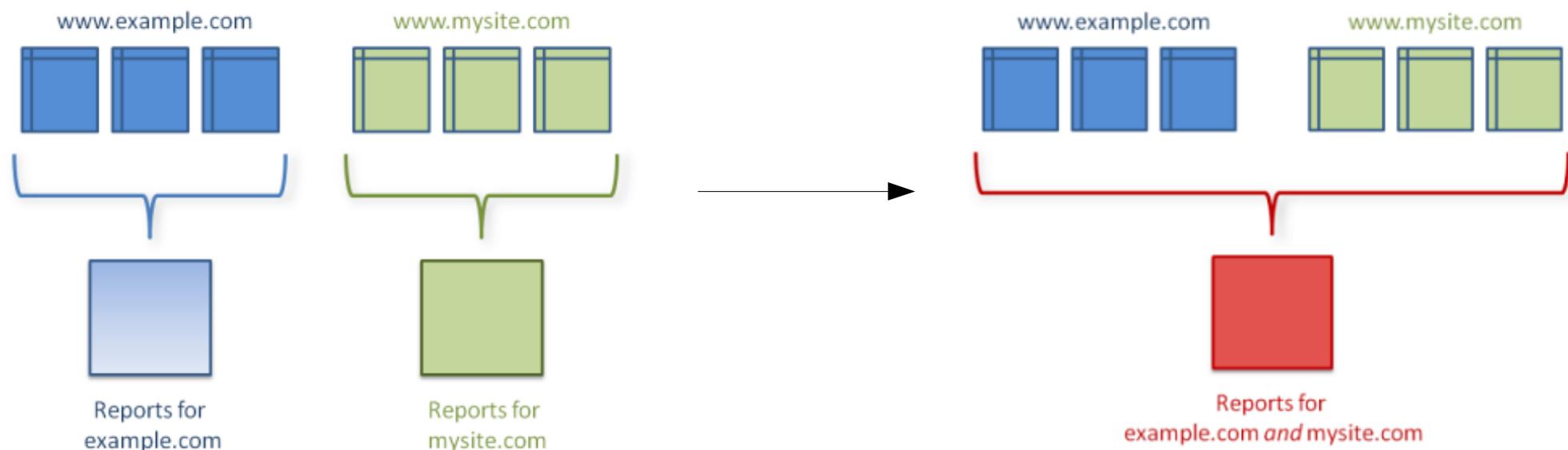
Конверсия — достижение какой-либо цели.

Коэффициент достигнутых конверсий — отношение числа конверсий ко всем посещениям сайта.

03 ВЕБ-АНАЛИТИКА: БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ

18/32

Междоменное отслеживание



04 ВЕБ-АНАЛИТИКА: РАСШИРЕННАЯ НАСТРОЙКА

Отслеживание звонков



04 ВЕБ-АНАЛИТИКА: РАСШИРЕННАЯ НАСТРОЙКА

Источники трафика

- 1) Переходы с рекламных кампаний с оплатой за клик (*cpc*) – **требует настройки**
- 2) Переходы с баннеров и пр. медийной рекламы (*banner|display*) – **требует настройки**
- 3) Переходы с выдачи поисковых систем (*organic*)
- 4) Переходы с почтовых рассылок (*email*) – **требует настройки**
- 5) Переходы со сторонних сайтов (*referral*)
- 6) Прямые переходы (*none*)

04 ВЕБ-АНАЛИТИКА: РАСШИРЕННАЯ НАСТРОЙКА

21/32

Источники трафика

Баннер на портале:

`www.my-site.ru?utm_source=vashdom.ru&utm_medium=display&utm_campaign=sale2017`

Рассылка:

`www.my-site.ru?utm_source=subscribe&utm_medium=email&utm_campaign=18-08-17`

Контекстная реклама:

`www.my-site.ru?utm_source=yandexdirect&utm_medium=cpc&utm_campaign=doors`

Компоновщик URL: <https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

04 ВЕБ-АНАЛИТИКА: РАСШИРЕННАЯ НАСТРОЙКА

22/32

Импорт данных о расходах

Источник или канал ?	Сеансы ? ↓	Число показов ?	Число кликов ?	Стоимость ?	CTR ?	Цена за клик ?	Доход от клика ?	Рентабельность инвестиций в рекламу ?
	22 033 % от общего количества: 21,56 % (102 171)	967 317 % от общего количества: 92,75 % (1 042 944)	22 496 % от общего количества: 86,26 % (26 079)	290 986,06 ₹ % от общего количества: 82,17 % (354 127,62 ₹)	2,33 % Средний показатель для представления: 2,50 % (-6,99 %)	12,94 ₹ Средний показатель для представления: 13,58 ₹ (-4,74 %)	29,13 ₹ Средний показатель для представления: 157,95 ₹ (-81,56 %)	225,17 % Средний показатель для представления: 1 163,21 % (-80,64 %)
1. google / cpc	8 705 (39,51 %)	432 853 (44,75 %)	10 430 (46,36 %)	74 608,48 ₹ (25,64 %)	2,41 %	7,15 ₹	4,96 ₹	69,28 %
2. yandexdirect / cpc	7 743 (35,14 %)	120 859 (12,49 %)	7 471 (33,21 %)	145 331,70 ₹ (49,94 %)	6,18 %	19,45 ₹	20,49 ₹	105,33 %
3. yandexmarket / cpc	2 295 (10,42 %)	2 542 (0,26 %)	1 864 (8,29 %)	46 278,36 ₹ (15,90 %)	73,33 %	24,83 ₹	218,05 ₹	878,26 %
4. yandexrsya / cpc	1 840 (8,35 %)	405 045 (41,87 %)	1 944 (8,64 %)	11 052,89 ₹ (3,80 %)	0,48 %	5,69 ₹	0,00 ₹	0,00 %

- 1) Вручную
- 2) Программно (самостоятельно)
- 3) Автоматически с использованием сторонних сервисов

04 ВЕБ-АНАЛИТИКА: РАСШИРЕННАЯ НАСТРОЙКА

23/32

Многоканальные последовательности



72% заходят на сайт с разных устройств в процессе покупки.

(с) Google

04 ВЕБ-АНАЛИТИКА: РАСШИРЕННАЯ НАСТРОЙКА

24/32

Многоканальные последовательности

Источник или канал ?	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 ?
1. (direct) / (none)	3 156	1 765 534,00 ₽	4 308	2 117 239,00 ₽	0,73
2. google / organic	1 421	940 989,00 ₽	1 490	454 426,00 ₽	0,95
3. yandex / organic	1 165	647 088,00 ₽	1 143	247 984,00 ₽	1,02
4. yandexdirect / cpc	891	244 455,00 ₽	877	86 532,00 ₽	1,02
5. google / cpc	802	238 749,00 ₽	744	4 060,00 ₽	1,08
6. admitad / cpa	699	489 000,00 ₽	652	489 509,00 ₽	1,07
7. yandexmarket / cpc	515	537 619,00 ₽	406	217 949,00 ₽	1,27
8. yandex.ru / referral	422	148 740,00 ₽	363	46 860,00 ₽	1,16
9. site / centerbanner	394	169 234,00 ₽	134	53 670,00 ₽	2,94
10. yabs.yandex.ru / referral	317	196 898,00 ₽	241	20 420,00 ₽	1,32

Оценка всей цепи источников, которая привела к конверсии

05 ВЕБ-АНАЛИТИКА: ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ

25/32

Электронная торговля

Источник или канал ?	Источники трафика			Действия			Конверсии Электронная торговля ▾		
	Сеансы ? ↓	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Коэффициент транзакций ?	Транзакции ?	Доход ?
	102 171 % от общего количества: 100,00 % (102 171)	54,08 % Средний показатель для представления: 54,01 % (0,14 %)	55 258 % от общего количества: 100,14 % (55 179)	27,58 % Средний показатель для представления: 27,58 % (0,00 %)	4,67 Средний показатель для представления: 4,67 (0,00 %)	00:03:00 Средний показатель для представления: 00:03:00 (0,00 %)	0,17 % Средний показатель для представления: 0,17 % (0,00 %)	174 % от общего количества: 100,00 % (174)	4 119 259,00 ₺ % от общего количества: 100,00 % (4 119 259,00 ₺)
1. google / organic	30 678 (30,03 %)	58,30 %	17 885 (32,37 %)	26,65 %	4,24	00:02:41	0,12 %	37 (21,26 %)	784 826,00 ₺ (19,05 %)
2. yandex / organic	15 569 (15,24 %)	51,11 %	7 957 (14,40 %)	23,30 %	4,76	00:03:15	0,17 %	27 (15,52 %)	574 156,00 ₺ (13,94 %)
3. (direct) / (none)	8 854 (8,67 %)	71,82 %	6 359 (11,51 %)	30,87 %	4,18	00:02:41	0,12 %	11 (6,32 %)	211 070,00 ₺ (5,12 %)
4. google / cpc	8 705 (8,52 %)	45,39 %	3 951 (7,15 %)	43,73 %	4,35	00:02:49	0,03 %	3 (1,72 %)	51 690,00 ₺ (1,25 %)
5. yandexdirect / cpc	7 743 (7,58 %)	59,99 %	4 645 (8,41 %)	28,15 %	6,00	00:03:55	0,13 %	10 (5,75 %)	153 085,00 ₺ (3,72 %)
6. admitad / cpa	6 899 (6,75 %)	49,93 %	3 445 (6,23 %)	20,58 %	5,54	00:03:24	0,45 %	31 (17,82 %)	789 989,00 ₺ (19,18 %)
7. yandex.ru / referral	4 884 (4,78 %)	55,69 %	2 720 (4,92 %)	30,20 %	3,68	00:02:19	0,12 %	6 (3,45 %)	155 650,00 ₺ (3,78 %)

Позволяет оценить доходность интернет-магазина.

05 ВЕБ-АНАЛИТИКА: ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ

26/32

Вычисляемые показатели

Источник или канал ?	Сеансы ? ↓	Кол-во Лидов	CR
	1 351 % от общего количества: 95,21 % (1 419)	52 % от общего количества: 100,00 % (52)	3,85 % % от общего количества: 105,03 % (3,66 %)
1. yandex / cpc	885 (65,51 %)	22 (42,31 %)	2,49 % (64,58 %)
2. google / cpc	358 (26,50 %)	17 (32,69 %)	4,75 % (123,37 %)
3. google / organic	63 (4,66 %)	0 (0,00 %)	0,00 % (0,00 %)
4. (direct) / (none)	30 (2,22 %)	13 (25,00 %)	43,33 % (1 125,83 %)
5. yandex / organic	13 (0,96 %)	0 (0,00 %)	0,00 % (0,00 %)
6. YaDirect / cpc	2 (0,15 %)	0 (0,00 %)	0,00 % (0,00 %)

Определяются пользователем и рассчитываются на основе существующих данных .

Они позволяют дополнить отчеты важной для вашего бизнеса информацией.

05 ВЕБ-АНАЛИТИКА: ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ

27/32

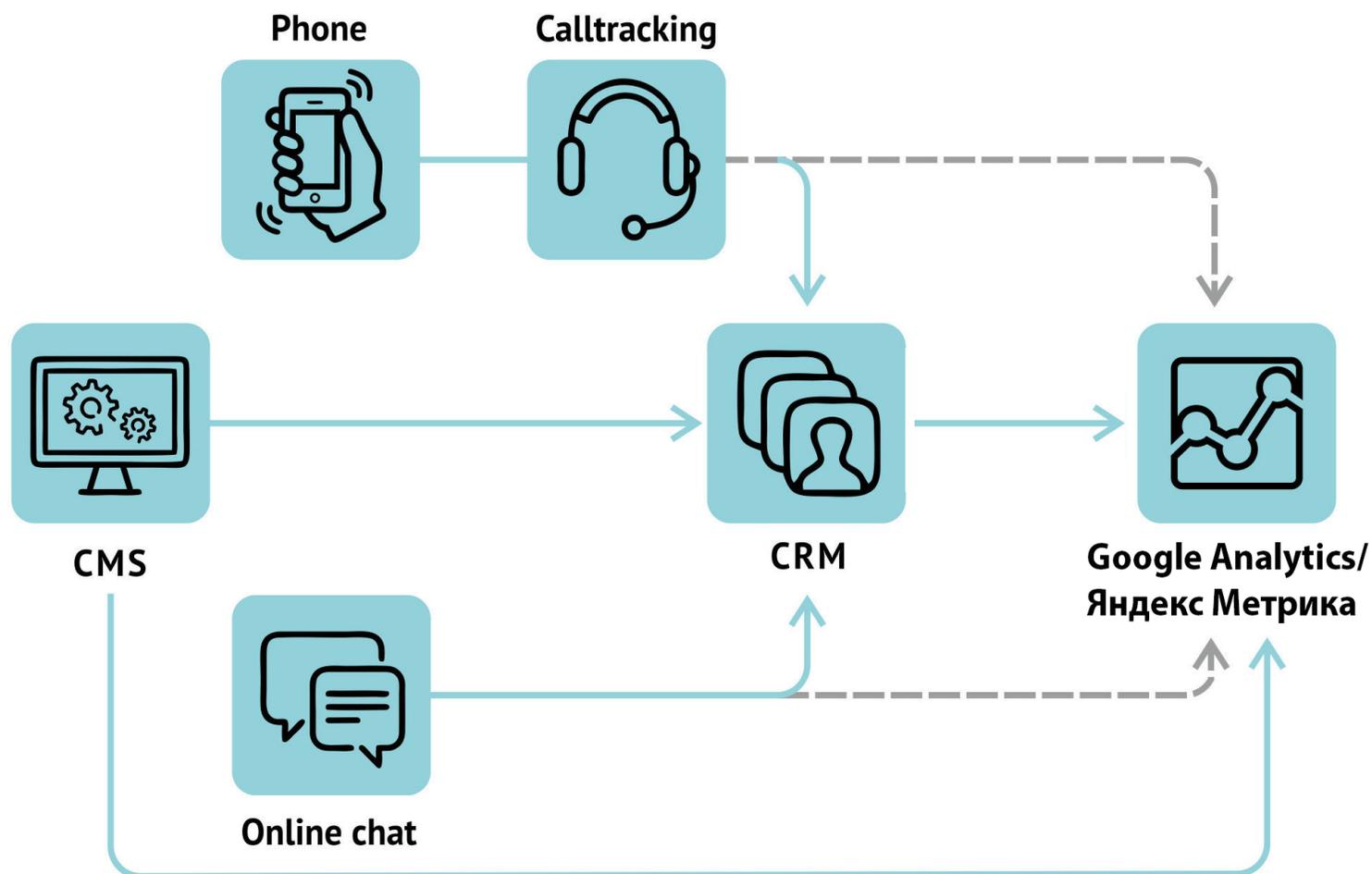
Персонализированные отчеты



05 ВЕБ-АНАЛИТИКА: ПОЛНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

28/32

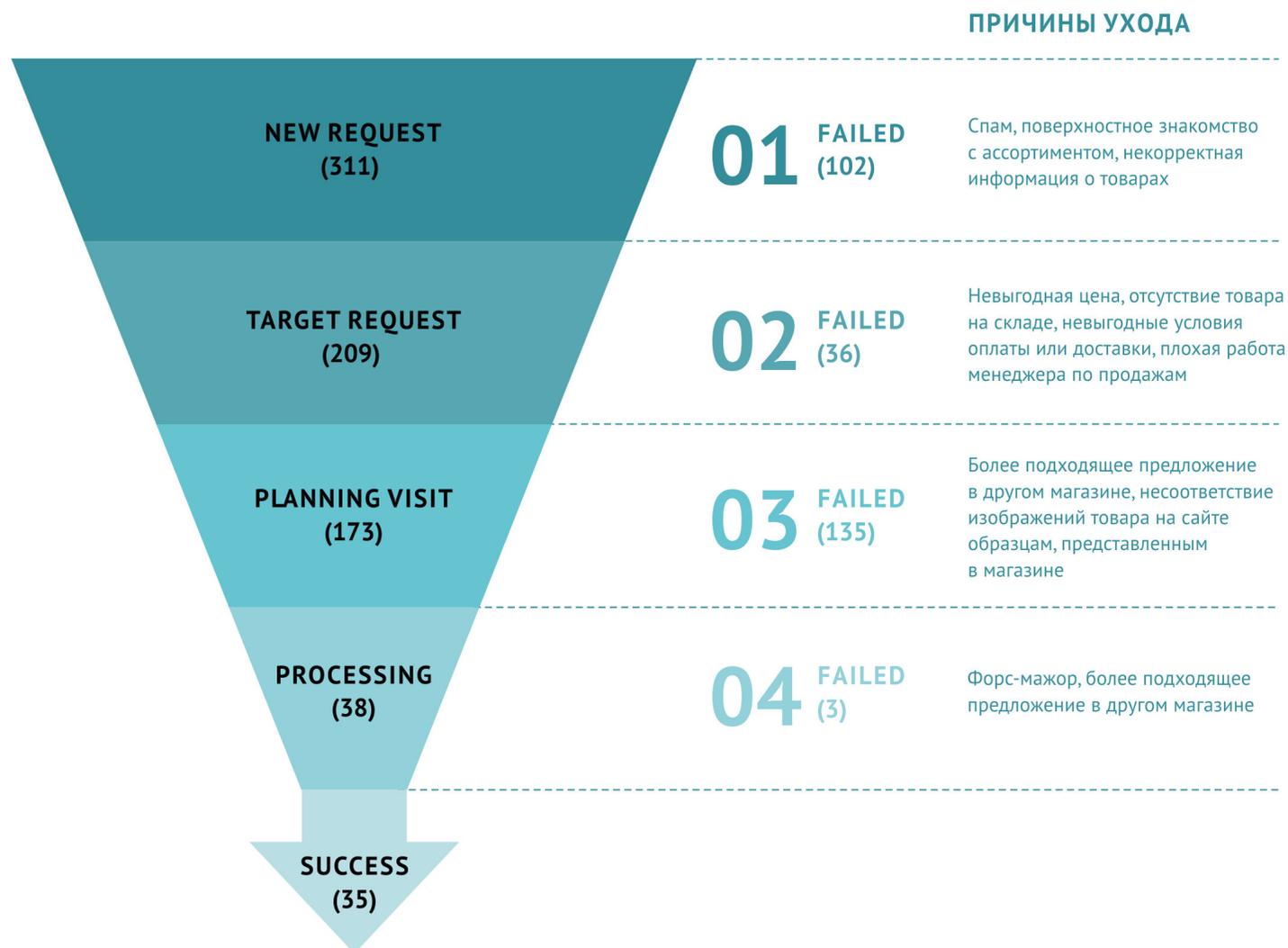
Интеграция с CRM



05 ВЕБ-АНАЛИТИКА: ПОЛНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

29/32

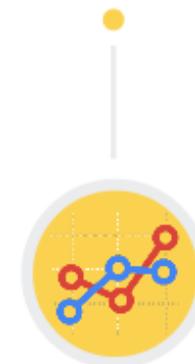
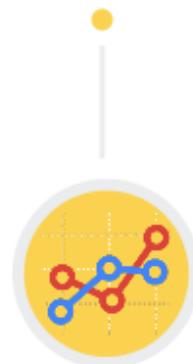
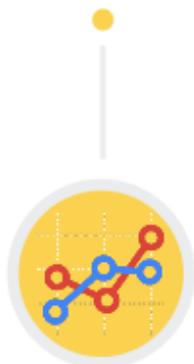
Интеграция с CRM



05 ВЕБ-АНАЛИТИКА: ПОЛНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

30/32

Передача данных об офлайн действиях



Выводы

- *Анализируйте тренды, а не абсолютные значения метрик;*
- *Для проведения комплексного анализа необходимо знать не только о своем сайте, но и о рынке в целом;*
- *Изучайте поведение пользователей на сайте;*
- *Настраивайте отслеживание ВСЕХ каналов, которые привлекают аудиторию на сайт.*

Вносите изменения, анализируйте, получайте прибыль!

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
ПОЖАЛУЙСТА,
ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ.

АНДРЕЙ ТИТЕНКО

заместитель руководителя Techart.Promo
Маркетинговая группа «Текарт»

 (495) 790-75-91

 info@techart.ru

 www.techart.ru

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

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