

Universal Analytics: от разрозненных инструментов к комплексной системе



О чем поговорим

- Universal Analytics
- Базовые возможности оптимизации рекламных кампаний
- Продвинутая оптимизация рекламных кампаний
- Настройка комплексной системы аналитики

Universal Analytics



Основные возможности Universal Analytics



Расчет коммерческих метрик с помощью модуля электронной торговли



Отслеживание успешности выполнения последовательностей целевых действий



Оповещения при выходе показателей за установленные границы



Анализ данных с помощью многоканальных последовательностей и ассоциированных конверсий



Создание сегментов на основе любых характеристик посещения



Мониторинг ключевых показателей эффективности с помощью сводок

Базовые возможности оптимизации рекламных кампаний



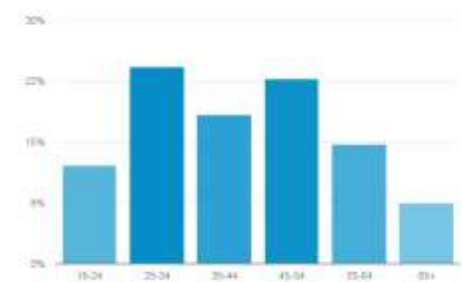
Базовые возможности для оптимизации

- Демография и география пользователей
- Интересы пользователей
- Технологии
- Корректировка ставок в AdWords
- SEO трафик
- Многоканальные последовательности

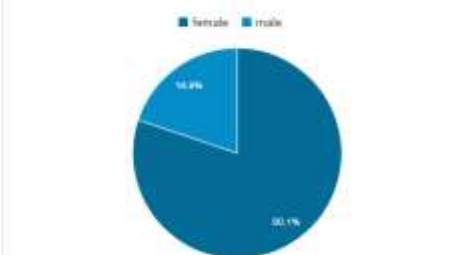
Демография и география пользователей

Ключевые показатели Сравнить

Возраст: женщины 63,31 % от общего количества



Пол: женщины 63,31 % от общего количества



Интересы пользователей

Близкая категория (охват)

сеансы 66,06 % от общего кол-ва

| | | |
|--------|-----------------------------------|--|
| 4,33 % | <div style="width: 4.33%;"></div> | Movie Lovers |
| 3,58 % | <div style="width: 3.58%;"></div> | Shoppers/Shopaholics |
| 3,45 % | <div style="width: 3.45%;"></div> | Home Decor Enthusiasts |
| 3,25 % | <div style="width: 3.25%;"></div> | Shutterbugs |
| 3,24 % | <div style="width: 3.24%;"></div> | TV Lovers |
| 3,21 % | <div style="width: 3.21%;"></div> | News Junkies & Avid Readers/Entertainment & Celebrity News Junkies |
| 3,06 % | <div style="width: 3.06%;"></div> | Cooking Enthusiasts/Aspiring Chefs |
| 3,05 % | <div style="width: 3.05%;"></div> | News Junkies & Avid Readers |
| 2,94 % | <div style="width: 2.94%;"></div> | Travel Buffs |
| 2,73 % | <div style="width: 2.73%;"></div> | Technophiles |

| Близкая категория (охват) | Источники трафика | | | Действия | | |
|---|--|---|--|---|---|--|
| | Сеансы ↓ | Новые сеансы % Средний показатель для представленн 20,12 % (-17,32 %) | Новые пользователи % от общего количества 54,32 % (294 725) | Показатель отказов Средний показатель для представленн 8,37 % (-7,36 %) | Страниц/сеанс Средний показатель для представленн 6,36 (4,11 %) | Сред. длительность сеанса Средний показатель для представленн 00:01:07 (3,44 %) |
| | 577 898 % от общего количества 66,06 % (174 838) | 23,93 % | 138 312 % от общего количества 54,32 % (294 725) | 6,83 % | 6,62 | 00:05:23 |
| 1. Movie Lovers | 416 833 (4,33 %) | 22,45 % | 93 574 (4,19 %) | 5,74 % | 6,18 | 00:05:02 |
| 2. Shoppers/Shopaholics | 144 802 (3,58 %) | 22,52 % | 77 666 (3,48 %) | 6,42 % | 6,75 | 00:05:29 |
| 3. Home Decor Enthusiasts | 332 113 (3,45 %) | 23,32 % | 77 459 (3,47 %) | 6,25 % | 6,57 | 00:05:24 |
| 4. Shutterbugs | 113 263 (3,25 %) | 22,31 % | 69 503 (3,13 %) | 5,24 % | 5,73 | 00:04:46 |
| 5. TV Lovers | 312 017 (3,24 %) | 24,79 % | 77 355 (3,48 %) | 5,96 % | 6,72 | 00:05:29 |
| 6. News Junkies & Avid Readers/Entertainment & Celebrity News Junkies | 309 550 (3,21 %) | 21,23 % | 65 736 (3,04 %) | 5,56 % | 6,37 | 00:05:12 |
| 7. Cooking Enthusiasts/Aspiring Chefs | 295 201 (3,06 %) | 20,26 % | 59 806 (2,88 %) | 6,26 % | 5,85 | 00:04:49 |
| 8. News Junkies & Avid Readers | 293 448 (3,05 %) | 24,63 % | 72 289 (3,24 %) | 6,80 % | 6,38 | 00:05:14 |



Технологии

| Тип устройства | Источники трафика | | | Поведение |
|----------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| | Сессии ↓ | Новые сессии, % | Новые пользователи | Страниц/сессия |
| | 63,09 % 874 038 и 2 370 238 | 6,95 % 29,12 % и 31,25 % | 65,66 % 254 723 и 741 688 | 9,41 % 6,36 и 5,81 |
| 1. desktop | -30,19 % 692 475 и 894 896 | -22,94 % 36,92 % и 34,91 % | -46,20 % 196 207 и 346 268 | -16,81 % 5,80 и 7,15 |
| 2. tablet | -67,97 % 62 268 и 194 492 | 12,11 % 34,92 % и 31,15 % | -64,09 % 21 743 и 80 030 | 20,43 % 7,83 и 6,30 |
| 3. mobile | -89,91 % 130 055 и 1 190 440 | 37,09 % 30,36 % и 23,36 % | -86,17 % 46 550 и 337 627 | 91,73 % 6,77 и 4,58 |

| Браузер | Источники трафика | | | Действия | | |
|----------------------|--|--|---|--|--|--|
| | Сессии ↓ | Новые сессии, % | Новые пользователи | Показатель отклика | Страниц/сессия | Сред. длительность сессии |
| | 2 617 827 % от общего количества сессий: 100,00 % (2 617 827) | 40,42 % Средний показатель для всех браузеров: 40,42 % (0,00 %) | 1 058 001 % от общего количества пользователей: 100,00 % (1 058 001) | 13,81 % Средний показатель для всех браузеров: 13,81 % (0,00 %) | 4,84 Средний показатель для всех браузеров: 4,84 (0,00 %) | 00:06:22 Средний показатель для всех браузеров: 00:06:22 (0,00 %) |
| 1. Chrome | 1 171 239 (44,74 %) | 39,69 % | 464 921 (43,94 %) | 14,31 % | 4,67 | 00:06:34 |
| 2. Safari | 569 743 (21,76 %) | 42,66 % | 243 040 (22,97 %) | 13,69 % | 5,31 | 00:04:59 |
| 3. Firefox | 240 900 (9,21 %) | 38,29 % | 92 278 (8,72 %) | 13,73 % | 4,62 | 00:07:17 |
| 4. Internet Explorer | 215 810 (8,24 %) | 40,09 % | 86 528 (8,16 %) | 10,61 % | 4,66 | 00:07:17 |
| 5. YaBrowser | 190 447 (7,28 %) | 37,81 % | 72 002 (6,81 %) | 13,38 % | 4,81 | 00:06:51 |
| 6. Opera | 116 140 (4,44 %) | 36,89 % | 42 846 (4,03 %) | 15,03 % | 4,74 | 00:07:14 |
| 7. Edge | 41 044 (1,57 %) | 44,05 % | 18 080 (1,71 %) | 10,93 % | 4,48 | 00:07:38 |
| 8. Android Browser | 29 803 (1,14 %) | 50,89 % | 15 167 (1,43 %) | 15,39 % | 6,69 | 00:05:04 |
| 9. Safari (in-app) | 13 418 (0,51 %) | 65,12 % | 8 738 (0,83 %) | 19,70 % | 3,76 | 00:03:05 |
| 10. MRCHROME | 8 436 (0,32 %) | 41,28 % | 3 895 (0,37 %) | 13,10 % | 5,93 | 00:07:50 |



Корректировка ставок в AdWords

| Кампания | Устройство | Коррект ставок | Источники трафика | | | | Поведение |
|---------------------------------------|-----------------------------------|----------------|---|--|---|--|--|
| | | | Число кликов ↓ | Стоимость ↑ | Цена за клик | Сессии | Показатель отказов |
| | BCE | — | 59 056 % от общего количества: 31,93 % (164 960) | 388 677,25 Р % от общего количества: 32,00 % (1 214 500,35 Р) | 6,58 Р Средний показатель для представления: 6,57 Р (0,25 %) | 62 196 % от общего количества: 7,11 % (874 836) | 15,83 % Средний показатель для представления: 6,97 % (127,08 %) |
| 1. [blurred] | BCE | — | 9 307 | 54 422,43 Р | 5,85 Р | 12 562 | 8,63 % |
| | Computers | — | 3 970 | 27 485,75 Р | 6,92 Р | 4 728 | 2,29 % |
| | Mobile devices with full browsers | +250% | 3 600 | 19 122,64 Р | 5,03 Р | 5 435 | 16,54 % |
| | Tablets with full browsers | — | 1 737 | 8 614,04 Р | 5,07 Р | 2 421 | 4,75 % |
| 2. Dynamic Search Ads | BCE | — | 6 460 | 53 114,50 Р | 8,22 Р | 8 073 | 19,66 % |
| 3. [blurred] | BCE | — | 5 071 | 17 520,61 Р | 3,46 Р | 5 966 | 12,54 % |
| 4. Shopping | BCE | — | 4 036 | 32 076,06 Р | 7,95 Р | 3 870 | 46,15 % |
| 5. [blurred] | BCE | — | 2 153 | 32 584,48 Р | 15,14 Р | 2 806 | 10,94 % |
| 6. [blurred] | BCE | — | 1 947 | 14 219,06 Р | 7,30 Р | 1 804 | 35,42 % |
| 7. [blurred] | BCE | — | 1 859 | 21 516,44 Р | 11,57 Р | 1 917 | 7,20 % |
| 8. [blurred] | BCE | — | 1 495 | 8 663,68 Р | 5,81 Р | 1 348 | 16,47 % |
| 9. GSP | BCE | — | 1 296 | 8 217,88 Р | 4,80 Р | 238 | 5,88 % |
| 10. [blurred] | BCE | — | 1 210 | 4 433,61 Р | 3,66 Р | 1 109 | 8,31 % |



SEO трафик

| Страница входа | Источники трафика | | | | | Действия | | | Конверсии | |
|--------------------------------|--|--|--|--|---|--|---|--|---|--|
| | Показы | Клики | CTR | Средняя позиция | Семасы | Показатель отказов | Страниц/сеанс | Транзакции | Доход | |
| | 530 158 % от общего кол-ва: 100,00 % (530 158) | 10 637 % от общего кол-ва: 100,00 % (10 637) | 2,01 % Средний показатель для представлений: 2,01 % (0,00 %) | 11 Средний показатель для представлений: 11 (0,00 %) | 31 457 % от общего кол-ва: 4,56 % (824 716) | 11,40 % Средний показатель для представлений: 7,03 % (82,04 %) | 6,38 Средний показатель для представлений: 6,42 (-0,72 %) | 269 % от общего кол-ва: 3,64 % (7 400) | 1 012 412,86 P % от общего кол-ва: 3,90 % (25 977 101,00 P) | |
| 1. / | 36 031 (6,80 %) | 1 077 (10,13 %) | 2,99 % | 4,2 | 3 873 (12,31 %) | 7,72 % | 6,08 | 15 (5,58 %) | 43 732,40 P (4,32 %) | |
| 2. /category/ | 20 154 (3,80 %) | 129 (1,21 %) | 0,64 % | 6,9 | 246 (0,78 %) | 5,26 % | 9,08 | 1 (0,37 %) | 3 297,60 P (0,33 %) | |
| 3. /category/ | 17 547 (3,31 %) | 3 362 (31,61 %) | 19,16 % | 6,6 | 4 914 (15,62 %) | 3,17 % | 16,33 | 152 (56,51 %) | 589 748,93 P (58,25 %) | |
| 4. /category/ | 14 232 (2,68 %) | 72 (0,68 %) | 0,51 % | 5,9 | 105 (0,33 %) | 20,95 % | 3,02 | 0 (0,00 %) | 0,00 P (0,00 %) | |
| 5. /category/ | 13 614 (2,57 %) | 170 (1,60 %) | 1,25 % | 5,3 | 195 (0,62 %) | 8,72 % | 12,30 | 2 (0,74 %) | 7 207,10 P (0,71 %) | |
| 6. /category/ | 12 070 (2,28 %) | 106 (1,00 %) | 0,88 % | 5,5 | 168 (0,53 %) | 5,95 % | 12,52 | 2 (0,74 %) | 3 698,00 P (0,37 %) | |
| 7. /category/ | 10 603 (2,00 %) | 137 (1,29 %) | 1,29 % | 12 | 2 432 (7,73 %) | 13,69 % | 3,69 | 4 (1,49 %) | 8 894,50 P (0,88 %) | |
| 8. /category/ | 10 243 (1,93 %) | 99 (0,93 %) | 0,97 % | 1,4 | 88 (0,28 %) | 9,09 % | 18,44 | 1 (0,37 %) | 4 596,00 P (0,45 %) | |
| 9. /category/ | 10 141 (1,91 %) | 163 (1,55 %) | 1,61 % | 1,3 | 125 (0,40 %) | 5,60 % | 10,26 | 0 (0,00 %) | 0,00 P (0,00 %) | |
| 10. /category/ | 9 810 (1,85 %) | 37 (0,35 %) | 0,38 % | 16 | 56 (0,18 %) | 21,43 % | 2,77 | 0 (0,00 %) | 0,00 P (0,00 %) | |



Многоканальные последовательности

| Путь конверсии группы каналов для многоканальных последовательностей ? | Конверсии ↓ | Ценность конверсии |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1. Бесплатный поиск → Прямой × 2 | 109 (18,29 %) | 59 260,68 руб. (23,17 %) |
| 2. Прямой × 3 | 82 (13,76 %) | 50 162,82 руб. (19,61 %) |
| 3. Бесплатный поиск × 3 | 58 (9,73 %) | 4 989,24 руб. (1,95 %) |
| 4. Поисковая реклама → Прямой × 2 | 57 (9,56 %) | 20 532,27 руб. (8,03 %) |
| 5. Бесплатный поиск × 2 → Прямой | 34 (5,70 %) | 3 270,00 руб. (1,28 %) |
| 6. Бесплатный поиск → Прямой → Бесплатный поиск | 30 (5,03 %) | 22 490,00 руб. (8,79 %) |
| 7. Бесплатный поиск → Поисковая реклама → Бесплатный поиск | 25 (4,19 %) | 16 350,00 руб. (6,39 %) |
| 8. Бесплатный поиск → Прямой → Поисковая реклама | 25 (4,19 %) | 16 485,73 руб. (6,44 %) |
| 9. Поисковая реклама × 3 | 22 (3,69 %) | 2 799,00 руб. (1,09 %) |
| 10. Бесплатный поиск → Поисковая реклама × 2 | 18 (3,02 %) | 9 240,00 руб. (3,61 %) |



Продвинутая оптимизация рекламных кампаний



Что нужно для продвинутой оптимизации

- Настроить расширенную электронную торговлю
 - ✓ Продуктовая аналитика
 - ✓ Аналитика внутренних активностей
 - ✓ Воронки поведения покупателей
- Передавать расходы с рекламных площадок в Google Analytics
- Настроить кросс-девайс посещения сайта и конверсий

Продуктовая аналитика



Главные источники дохода

- Продукт
- Идентификатор продукта
- Категория продукта
- Источник или канал

| Продукт | Количество | Количество, % |
|---|------------|---------------|
| 1. rose | 24 | 26,37 % |
| 2. Bouquet Spring Palette | 8 | 8,79 % |
| 3. Bouquet mixed cut flowers | 4 | 4,50 % |
| 4. Bouquet of tulips | | |
| 5. Be my Valentine! | | |
| 6. Bouquet of Mixed Cut Flowers | | |
| 7. Mixed round Spring bouquet of colorful seasonal flowers, green | | |
| 8. Round MCF only orange/yellow/white - with roses/gerberas/lilies etc. | | |
| 9. Seasonal bouquet of tulips | | |
| 10. Alles Liebe zum Geburtstag | | |

| Продукт | Эффективность продаж | | | | |
|---|---|---|---|--|--|
| | Доход от продукта | Уникальные посетители | Количество | Средняя цена | Среднее количество заказов |
| | 25 977 101,09 P % от общего количества: 100,00 % (25 977 101,09 P) | 15 592 % от общего количества: 100,00 % (15 592) | 15 779 % от общего количества: 100,00 % (15 779) | 1 646,31 P Средний показатель для продаж: 1 646,31 P (0,00 %) | 1,01 Средний показатель для продаж: 1,01 (0,00 %) |
| 1. rose | 2 987 283,07 P (11,50 %) | 1 389 (8,91 %) | 1 390 (8,81 %) | 2 149,12 P | 1,00 |
| 2. Bouquet Spring Palette | 1 639 142,72 P (6,30 %) | 1 358 (8,71 %) | 1 371 (8,69 %) | 1 210,17 P | 1,01 |
| 3. Bouquet mixed cut flowers | 1 036 419,13 P (3,99 %) | 605 (3,88 %) | 610 (3,87 %) | 1 699,05 P | 1,01 |
| 4. Bouquet of tulips | 850 380,14 P (3,27 %) | 684 (4,39 %) | 689 (4,37 %) | 1 234,22 P | 1,01 |
| 5. Be my Valentine! | 650 118,07 P (2,50 %) | 377 (2,42 %) | 381 (2,41 %) | 1 706,35 P | 1,01 |
| 6. Bouquet of Mixed Cut Flowers | 600 509,47 P (2,31 %) | 316 (2,02 %) | 317 (2,01 %) | 1 894,35 P | 1,00 |
| 7. Mixed round Spring bouquet of colorful seasonal flowers, green | 577 764,42 P (2,22 %) | 280 (1,80 %) | 286 (1,81 %) | 2 020,16 P | 1,02 |
| 8. Round MCF only orange/yellow/white - with roses/gerberas/lilies etc. | 538 771,41 P (2,07 %) | 329 (2,11 %) | 330 (2,09 %) | 1 632,64 P | 1,00 |
| 9. Seasonal bouquet of tulips | 517 789,16 P (1,99 %) | 324 (2,08 %) | 324 (2,05 %) | 1 595,11 P | 1,00 |
| 10. Alles Liebe zum Geburtstag | 403 551,07 P (1,55 %) | 289 (1,85 %) | 290 (1,84 %) | 1 391,56 P | 1,00 |



Аналитика внутренних активностей

| Название внутренней кампании | Поведение покупателей | | |
|------------------------------|---|---|---|
| | Просмотры (внутренняя кампания) | Клика (внутренняя кампания) | CTR (внутренняя кампания) |
| | 4 939 102 % от общего количества: 100,00 % (4 939 102) | 10 222 % от общего количества: 100,00 % (10 222) | 0,21 % Средний показатель для всех кампаний: 0,21 % (0,00 %) |
| 1. [Название] | 824 226 (16,68 %) | 703 (6,88 %) | 0,09 % |
| 2. [Название] | 656 679 (13,30 %) | 684 (6,69 %) | 0,10 % |
| 3. [Название] | 597 763 (12,10 %) | 3 080 (30,13 %) | 0,52 % |
| 4. [Название] | 559 665 (11,33 %) | 730 (7,14 %) | 0,13 % |
| 5. [Название] | 553 292 (11,20 %) | 2 840 (27,79 %) | 0,51 % |
| 6. [Название] | 546 250 (11,06 %) | 378 (3,70 %) | 0,07 % |
| 7. [Название] | 348 733 (7,06 %) | 275 (2,69 %) | 0,08 % |
| 8. [Название] | 149 251 (3,02 %) | 494 (4,83 %) | 0,33 % |

| Название списка товаров | Просмотры товаров из списка | Клики по товарам из списка | CTR списка товаров |
|---------------------------|---|---|---|
| | 94 % от общей сложности: 100,00 % (94) | 28 % от общей сложности: 100,00 % (28) | 29,79 % В среднем по сайту: 29,79 % (0,00 %) |
| 1. Каталог товаров | 44 (46,81 %) | 17 (60,71 %) | 38,64 % |
| 2. Результаты поиска | 22 (23,40 %) | 7 (25,00 %) | 31,82 % |
| 3. Рекомендованные товары | 22 (23,40 %) | 4 (14,29 %) | 18,18 % |
| 4. Лучшие товары | 6 (6,38 %) | 0 (0,00 %) | 0,00 % |



Воронки поведения покупателей



Передача расходов с рекламных площадок

Основной параметр: Источник или канал

Показать по умолчанию: Дополнительный параметр: Тип сортировки: По умолчанию

| Источники или канал | Сеансы | Стоимость | СТР | Цена за клик | Доход от клика | Рентабельность инвестиций в рекламу | ROI (рентабельность инвестиций) | Маржа |
|---------------------|--|---|--|--|---|---|---|--|
| | 108 715 % от общего количества: 100,00 % (108 714) | 137 250,76 руб. % от общего количества: 100,00 % (137 250,76 руб.) | 1,82 % В среднем по сайту: 1,82 % (0,00 %) | 9,39 руб. В среднем по сайту: 9,39 руб. (0,00 %) | 1 323,25 руб. В среднем по сайту: 1 323,25 руб. (0,00 %) | 14 092,40 % В среднем по сайту: 14 092,40 % (0,00 %) | 13 992,40 % В среднем по сайту: 13 992,40 % (0,00 %) | 99,29 % В среднем по сайту: 99,29 % (0,00 %) |
| 1. yadirect / cpc | 12 364 (11,37 %) | 95 840,40 руб. (69,83 %) | 1,94 % | 8,15 руб. | 92,44 руб. | 1 134,53 % | 1 034,53 % | 91,19 % |
| 2. google / cpc | 2 815 (2,59 %) | 41 410,36 руб. (30,17 %) | 1,47 % | 14,50 руб. | 134,97 руб. | 930,53 % | 830,53 % | 89,25 % |



Отслеживание кросс-девайс посещений

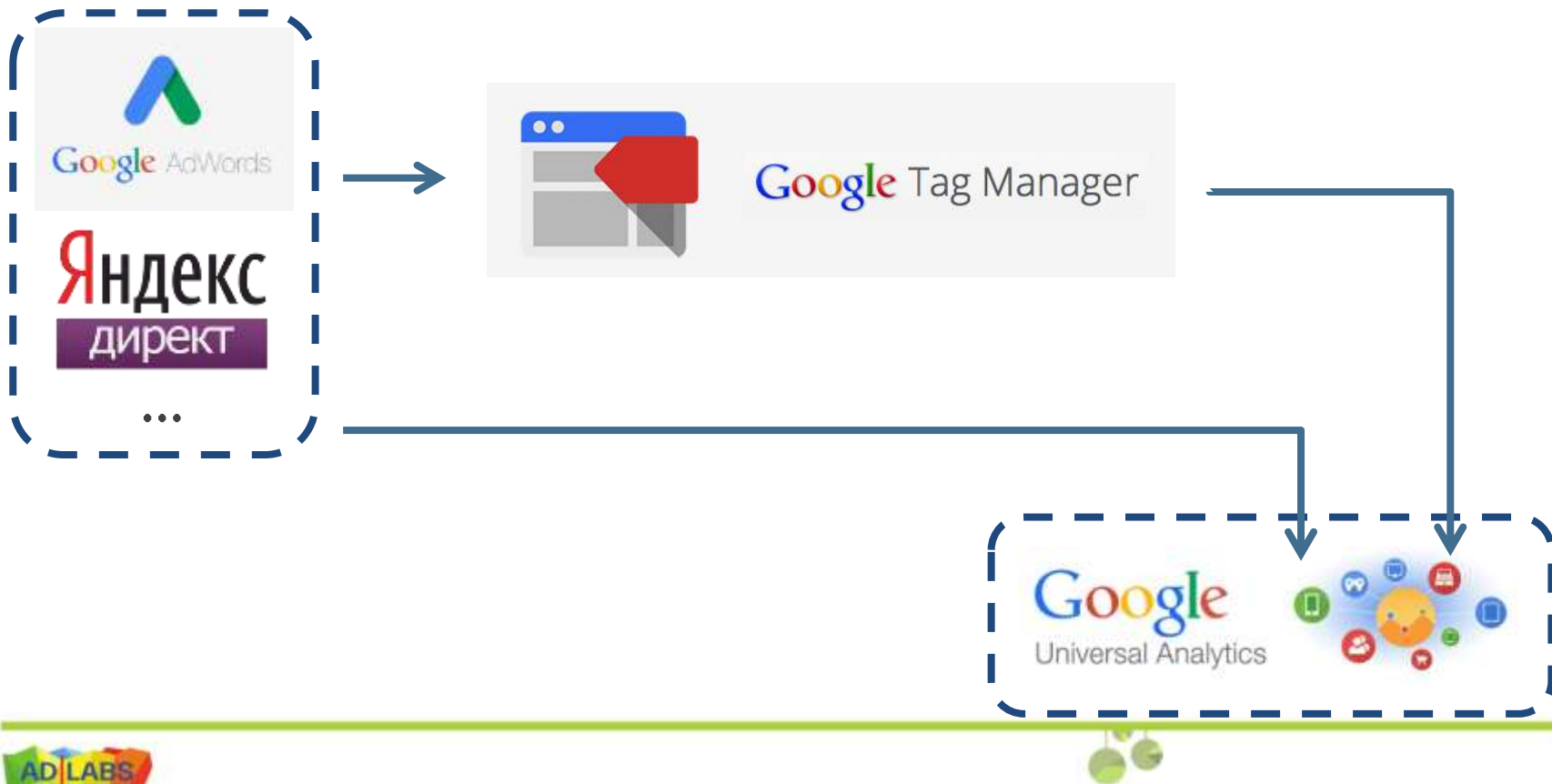
| Этапы пути | Пользователи | Сессии | Средняя длительность сессии на пользователя | Коэффициент конверсии |
|-------------------------------|--|--|--|--|
| | 3 556 <small>% от общего количества: 100,00 % (3 556)</small> | 4 573 <small>% от общего количества: 100,00 % (4 573)</small> | 00:12:52 <small>В среднем по сайту: 00:12:52 (0,00 %)</small> | 0,00 % <small>% от общего количества: 0,00 % (0,00 %)</small> |
| 1. Desktop | 3 034 (85,30 %) | 3 921 (85,74 %) | 00:12:37 | 0,00 % (0,00 %) |
| 2. Mobile | 298 (8,38 %) | 327 (7,15 %) | 00:11:44 | 0,00 % (0,00 %) |
| 3. Tablet | 178 (5,00 %) | 194 (4,24 %) | 00:19:32 | 0,00 % (0,00 %) |
| 4. Desktop → Mobile | 19 (0,53 %) | 48 (1,05 %) | 00:11:14 | 0,00 % (0,00 %) |
| 5. Mobile → Desktop | 11 (0,31 %) | 27 (0,59 %) | 00:20:17 | 0,00 % (0,00 %) |
| 6. Desktop → Tablet | 8 (0,22 %) | 21 (0,46 %) | 00:06:20 | 0,00 % (0,00 %) |
| 7. Desktop → Mobile → Desktop | 3 (0,08 %) | 16 (0,35 %) | 00:20:42 | 0,00 % (0,00 %) |
| 8. Desktop → Tablet → Desktop | 3 (0,08 %) | 11 (0,24 %) | 00:11:02 | 0,00 % (0,00 %) |
| 9. Tablet → Desktop | 3 (0,08 %) | 8 (0,17 %) | 00:09:49 | 0,00 % (0,00 %) |



Настройка комплексной системы аналитики



Начинаем с Google Tag Manager



Начинаем с Google Tag Manager



Диспетчер тегов



Встроенные теги Google и партнеров



Кастомные HTML теги



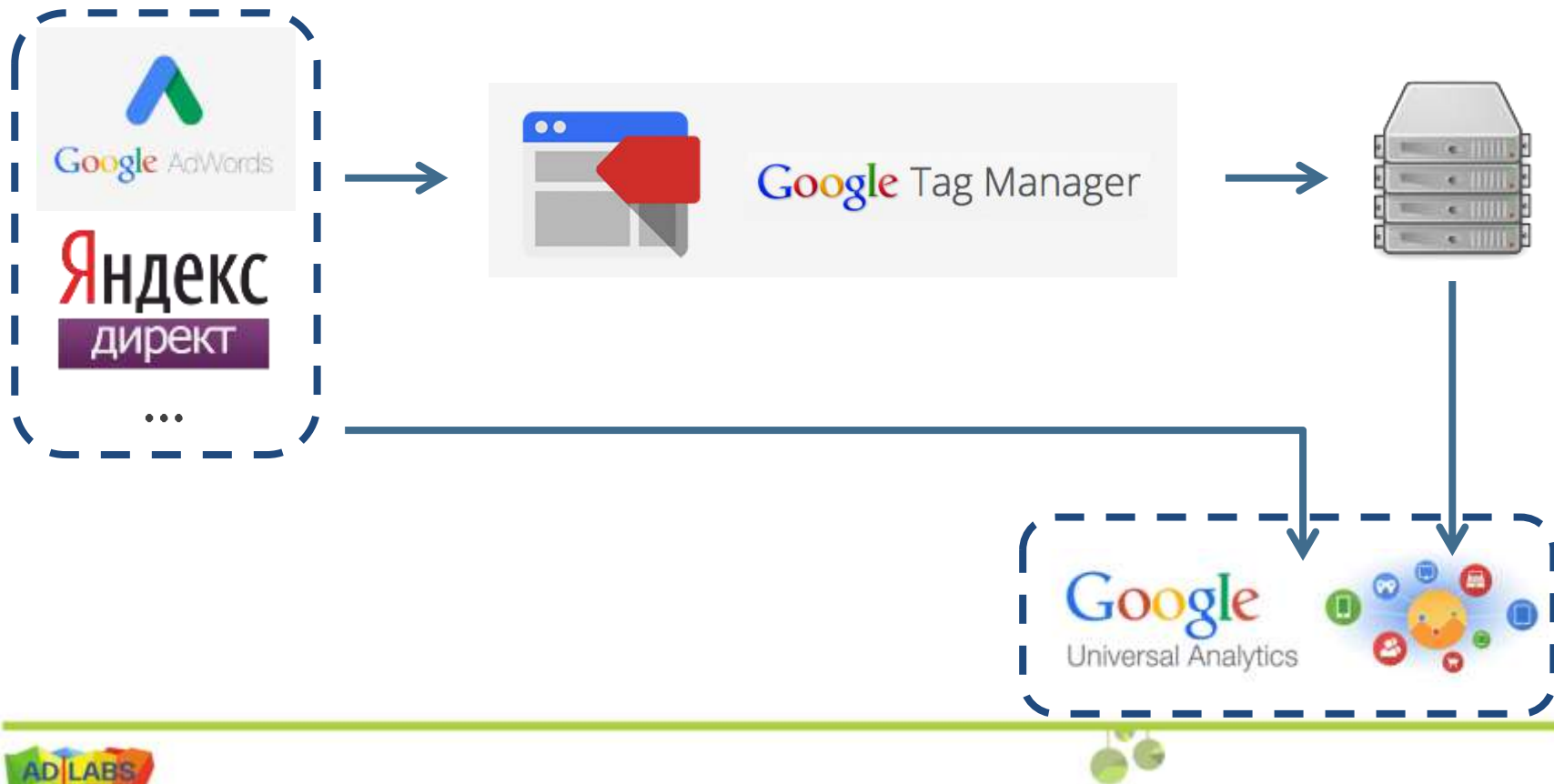
Консоль отладки



Правила активации тегов



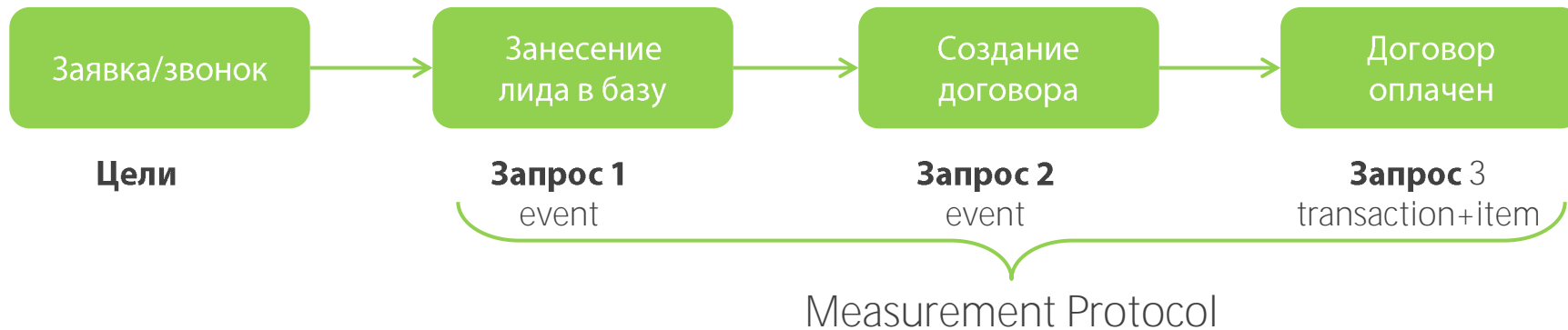
Передаем оффлайн данные из CRM в GA



Кейс передачи оффлайн данных из CRM в GA

- Клиент – юридическая фирма
 - ✓ Время принятия решения составляет несколько месяцев
 - ✓ Большое количество услуг
 - ✓ Услуга в заявке часто не совпадает с купленной услугой
 - ✓ Множество оффлайн взаимодействий до принятия решения
- Сложность:
 - ✓ Корректная оценка эффективности рекламных кампаний

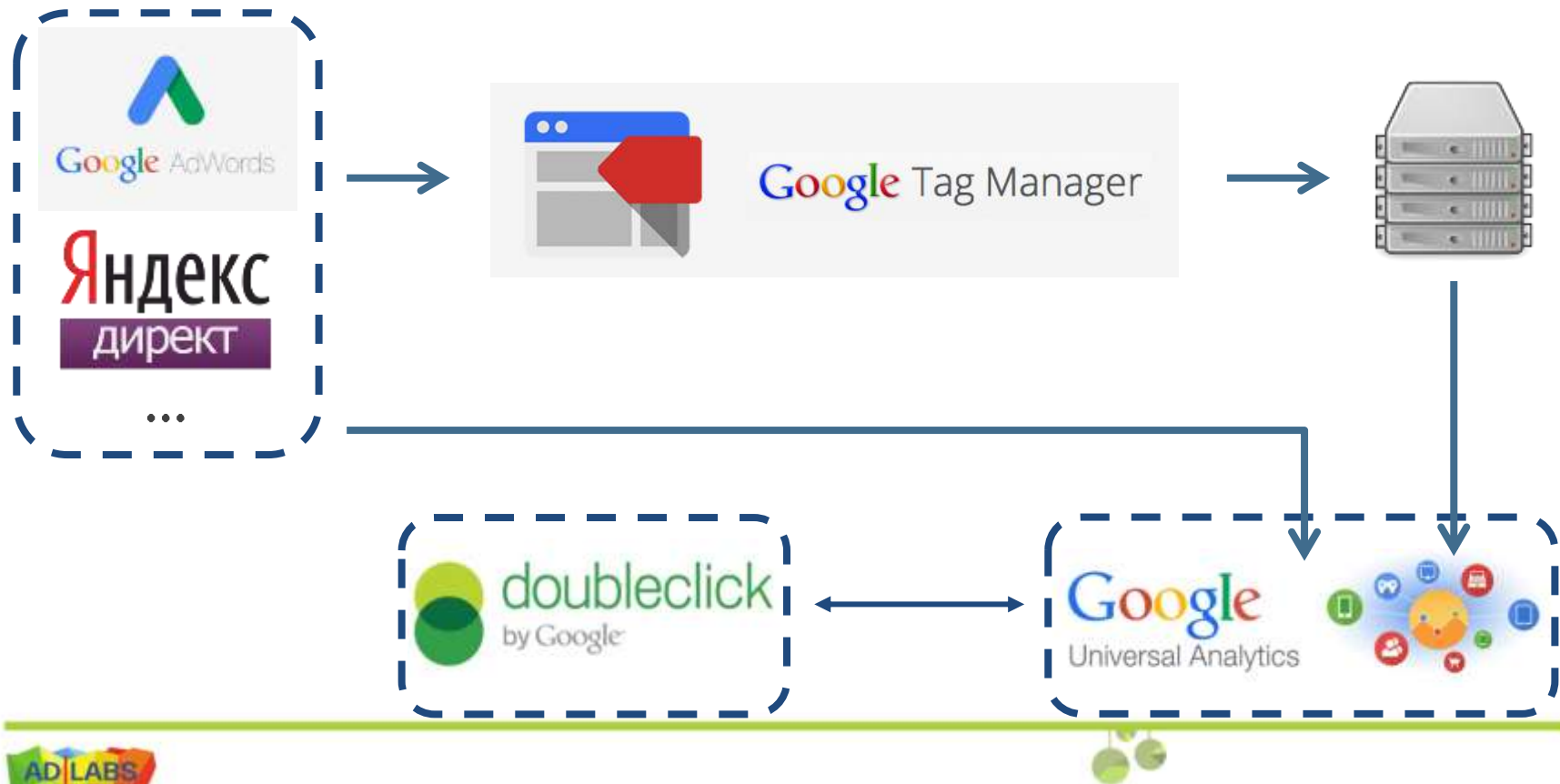
Кейс передачи оффлайн данных из CRM в GA



| <input type="checkbox"/> | Источник или канал ? | Стоимость ? | Заявка слева (Достигнутые переходы к цели 2) ? | Звонок с сайта (Достигнутые переходы к цели 19) ? | Звонок целевой попал в базу (Достигнутые переходы к цели 18) ? | Создан договор (Достигнутые переходы к цели 14) ? | contract price ? | Транзакции ? | Доход ? |
|--------------------------|----------------------|--------------------|--|---|--|---|------------------|--|---------|
| | | | 20 % от общего количества: 71,43 % (28) | 696 % от общего количества: 79,82 % (872) | 425 % от общего количества: 89,10 % (477) | 40 % от общего количества: 86,96 % (46) | | 36 % от общего количества: 90,00 % (40) | |
| <input type="checkbox"/> | 1. yandex / cpc | | 7 (35,00 %) | 355 (51,01 %) | 262 (61,65 %) | 30 (75,00 %) | | 26 (72,22 %) | |
| <input type="checkbox"/> | 2. google / cpc | | 1 (5,00 %) | 55 (7,90 %) | 30 (7,06 %) | 3 (7,50 %) | | 2 (5,56 %) | |
| <input type="checkbox"/> | 3. bing / organic | 0,00 руб. (0,00 %) | 1 (5,00 %) | 6 (0,86 %) | 3 (0,71 %) | 0 (0,00 %) | | 0 (0,00 %) | |



Подключаем систему автоматизации рекламы

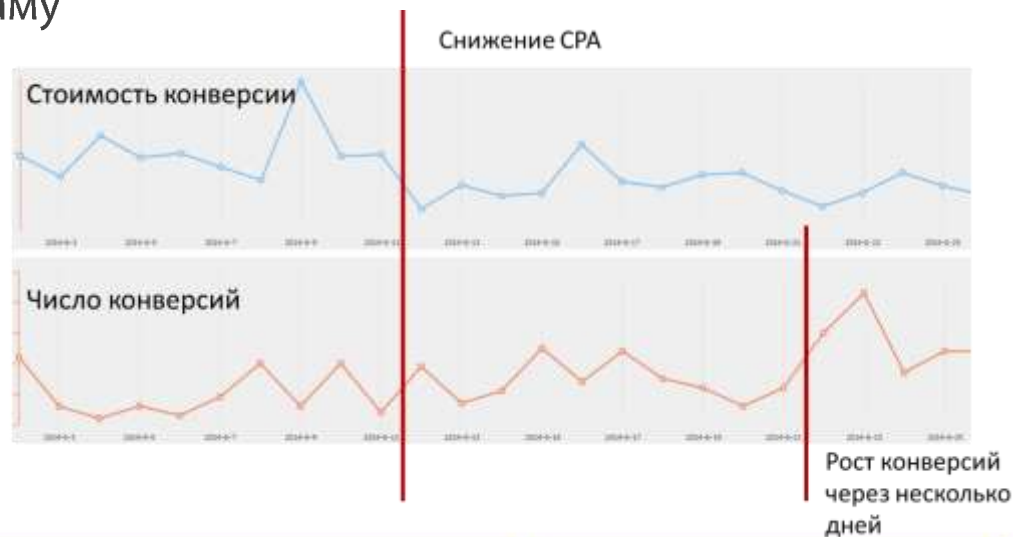


Кейс подключения системы автоматизации

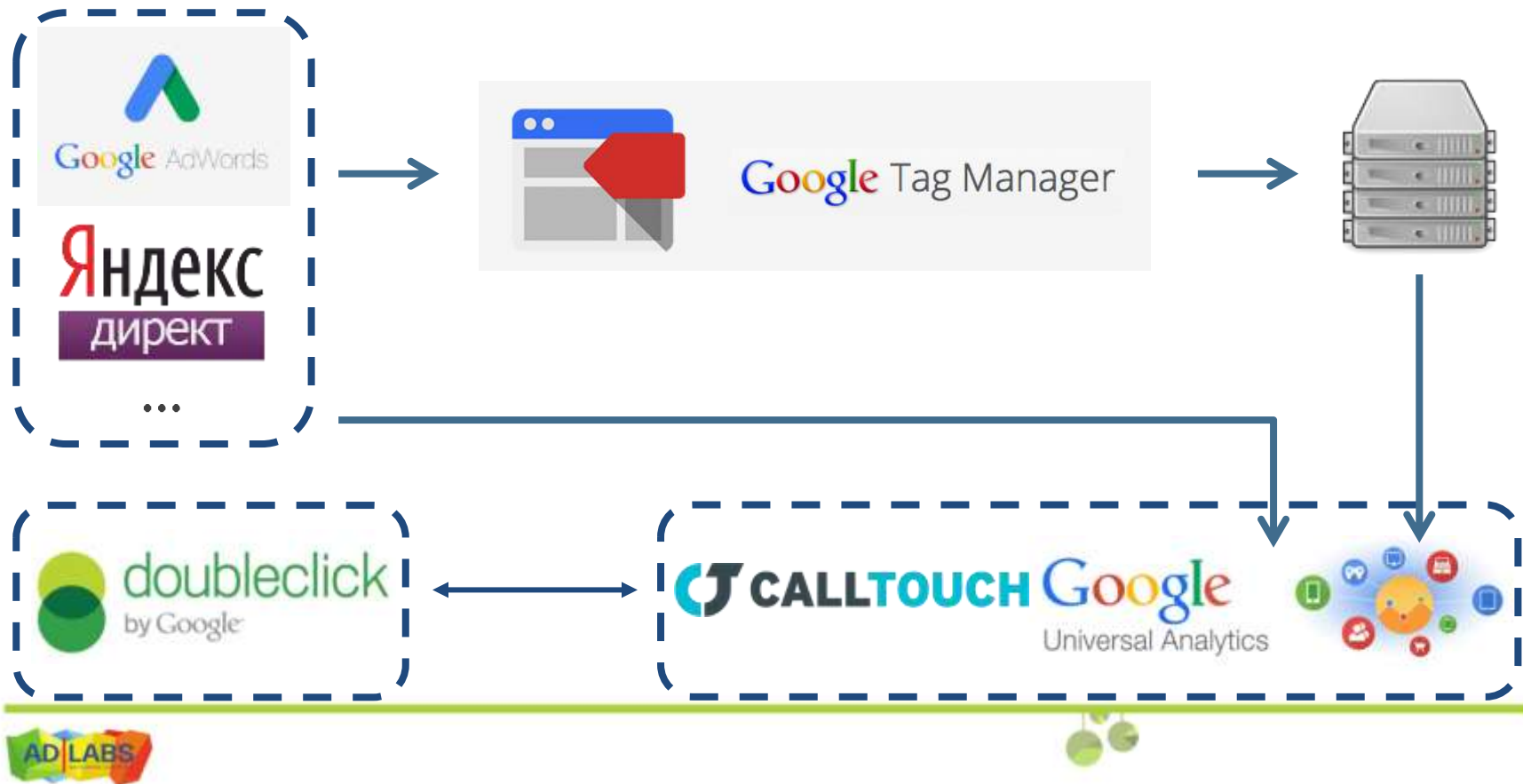
- Клиент – компания по недвижимости
 - ✓ Целевое действие – заявка
 - ✓ Высокая конкуренция и большая стоимость целевого действия
- Проблема:
 - ✓ Необходимо автоматизировать управление РК

Кейс подключения системы автоматизации

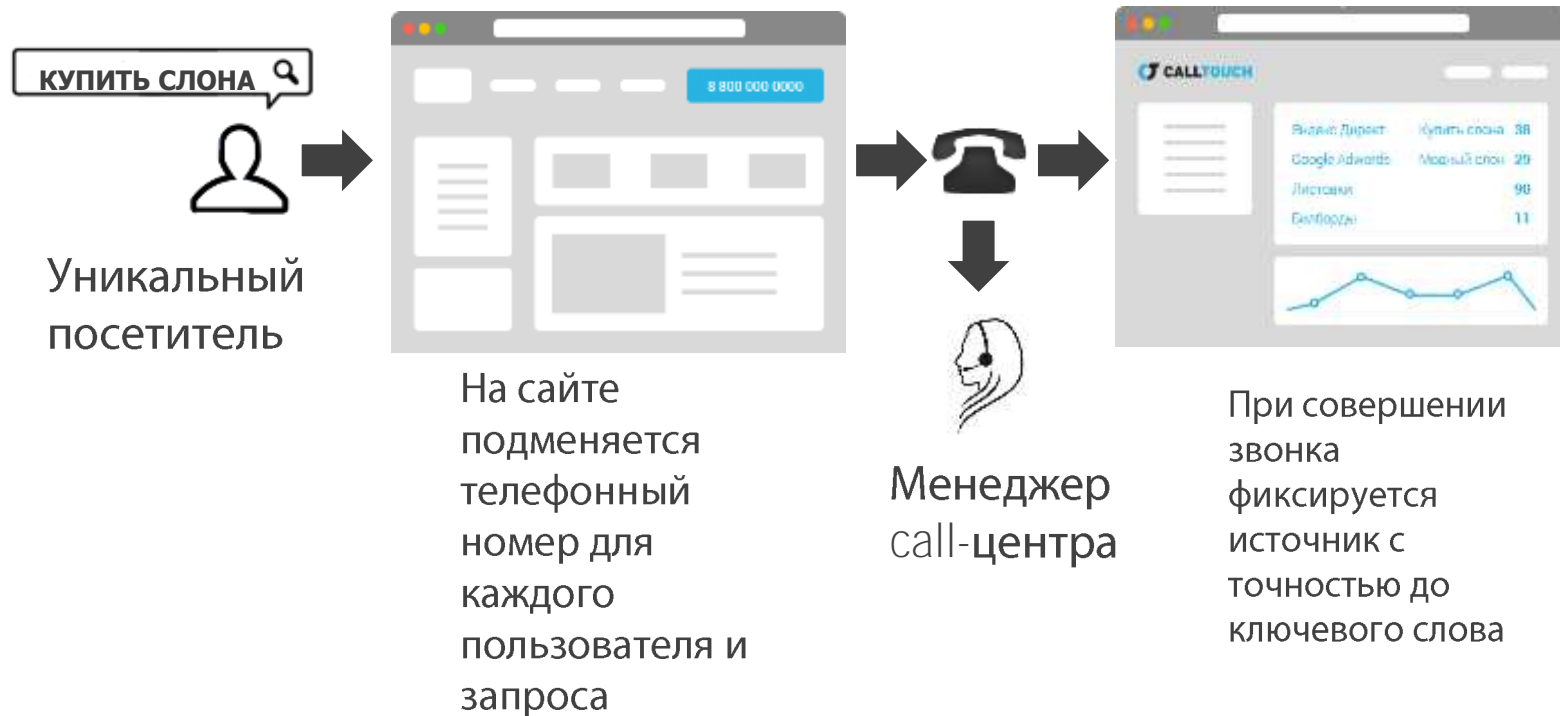
- ✓ Показатель CPA **уменьшился на 20%**
- ✓ Количество конверсий **выросло в 2 раза**
- ✓ При том же бюджете на рекламу



Подключаем систему отслеживания звонков



Подключаем систему отслеживания звонков



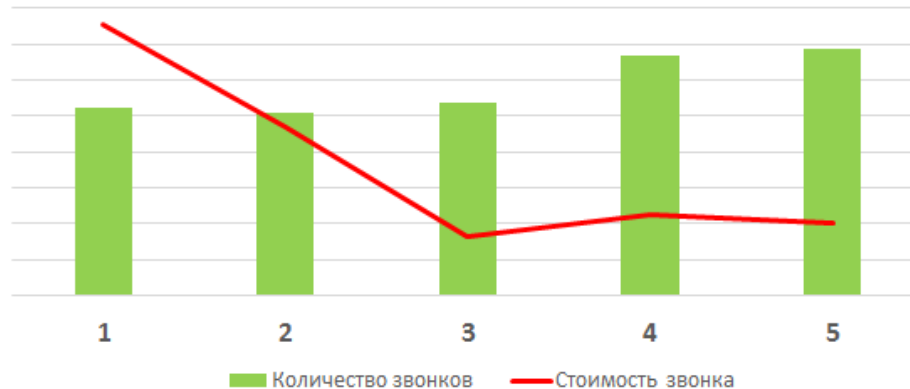
Кейс отслеживания звонков

- Клиент – сеть медицинских клиник
 - ✓ Целевое действие – заявка
 - ✓ 90% заявок через телефон
- Проблема:
 - ✓ Оптимизация контекстной рекламы

Кейс отслеживания звонков

- ✓ Количество целевых звонков **увеличилось на 31%**
- ✓ Стоимость звонка **снизилась на 73%**
- ✓ Повышение квалификации сотрудников Call-центра

Звонки по неделям



Резюме



Резюме

Максимальную отдачу от рекламных активностей позволяют достичь:

- ✓ Выстраивание последовательной стратегии оптимизации
- ✓ Принятие корректных решений при оптимизации на основе полных и понятных отчетов
- ✓ Оперативное принятие решений благодаря сбору данных в единой системе