



Сквозная аналитика и SMM
Александр Егоров

ae@alytics.ru
www.alytics.ru

Промокод: **SMM_27.11.18**

Бонус 5000р. при пополнении баланса от 10 000р.

«Половина денег, которые я трачу на рекламу, не приносит пользы. Проблема в том, что я не знаю, какая именно половина»

Джон Ванамейкер, американский предприниматель

**Сквозная аналитика – помогает найти
ответы на эти вопросы**

Сквозная аналитика – это бизнес-процесс

Зачем?

- 1) Рост продаж;
- 2) Снижение рекламного бюджета;
- 3) Контролировать бизнес;
- 4) Рост эффективности рекламы.

Сквозная аналитика – это:

Реклама

\$\$\$



Контекст, SEO,
Медийка

Лиды

Количество
CPA

Заявки
Корзины
Звонки
Чаты
Обратный звонок

Продажи


Выручка
Прибыль
ROI

CRM

Повторные
продажи

LTV
Выручка
Прибыль
ROI

CRM

A still from the TV show 'The Walking Dead' featuring Rick Grimes and Carl Grimes. Rick is on the right, looking at Carl on the left. They are in front of a brick wall with graffiti. The text '65% бизнесов принимают решения без аналитики*' is overlaid in the center.

65% бизнесов
принимают
решения
без аналитики*

Первый вопрос к сквозной аналитике

1. Какой канал лучше?



Рекламные площадки

SEO
Контекст

Аналитические системы

Коллтрекинг.Alytics

CRM и хранилища

API
Google BigQuery

Лиды: заявки, звонки, корзины

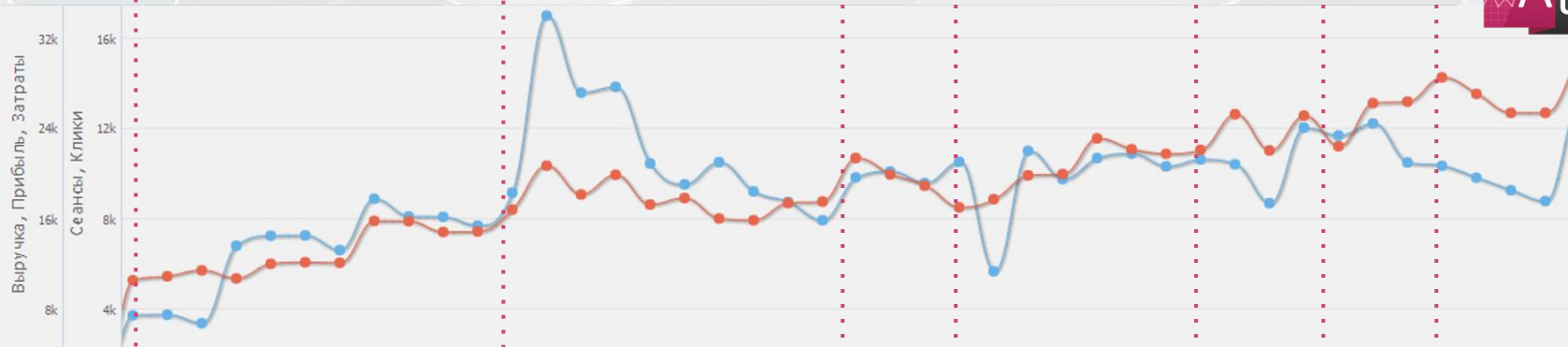
Качественные показатели:

- CPA

Продажи

Качественные показатели:

- Выручка, Прибыль
- ROI, DPP, ROAS



Источники трафика	Трафик					Продажи					
Название	Показы [?]	Клики	CTR, % [?]	Цена клика	Затраты	Кол-во	CPA	Выручка	Прибыль	ROI, %	DRP, %
Итого	7 516 ...	497 ...	6.62	2.69	1 336 685	6 455	207.08	19 132 665	5 739 79...	739.41	6.99
VKontakte Группа. Источников 1	6 643 ...	165 ...	2.49	5.26	870 932	2 102	414.33	6 501 518	1 950 45...	123.95	13.4
Facebook Группа. Источников 4	872 543	73 700	8.45	3.78	278 463	946	294.36	2 547 166	764 149.8	174.42	10.93
Прямой трафик Группа. Источников 2	-	50 556	-	0	0	909	0	2 866 957	860 087.1	139.32	0
Переходы с сайтов Группа. Источников 191	-	29 059	-	0.03	935	892	1.05	2 659 435	797 830.5	85 229...	0.04
Яндекс Маркет	0	31 085	0	6	186 355	74	2 518.31	133 757	40 127.1	-78.47	139.32

Второй вопрос к сквозной аналитике

2. Как улучшить канал?



Учитываем нюансы: **CRM.**

CRM

Новые
заказы

Подтвер
жденные

Оплаче
нные

Выпол
ненные



CRM

Новые заказы

\$ от новых заказов

Повторные заказы

\$ от повторных заказов

LTV



Первичные продажи

Повторные продажи

Название	Кол-во	Выручка	Прибыль	ROI, %	Кол-во	Выручка	Прибыль	ROI, %
Итого	769	2 707 738	690 107,3	25,5%	678	2 323 926	581 137,7	25,4%
VKontakte Группа. Источников 1	247	751 738	225 241,4	30,0%	198	707 976	200 207,4	28,3%
Facebook Группа. Источников 4	95	273 775	81 136,5	29,7%	88	249 785	77 453,3	31,0%
Органический поиск Группа. Источников 8	133	278 071	127 418,2	45,8%	108	146 979	74 057,2	50,4%
Прямой трафик Группа. Источников 2	127	393 307	115 001,1	29,2%	228	776 411	277 643,9	35,7%
Реклама с оплатой за клик Группа. Источников 4	26	773 260	23 012,6	3,0%	8	11 410	5 523	48,4%
Переходы с сайтов Группа. Источников 193	104	376 275	87 080,8	23,1%	18	27 901	10 976,3	39,3%
Youtube Группа. Источников 4	3	13 363	3 106,3	23,3%	6	26 715	3 014,3	11,3%

Мультиканальность

У большинства мультиканальности нет

Последнее взаимодействие



Мультиканальность должна быть

Ассоциированные конверсии

Обычная конверсия

Ассоциированная конверсия

Продажи из Google Analytics			Продажи из Google Analytics		
			<u>Ассоц. электронная торговля - Первое вз.</u>		
Выручка	Прибыль	ROI, %	Выручка	Прибыль	ROI, %
2 267 008	680 102.4	102.49	2 053 759	616 127.7	83.44
784 138	235 241.4	25.54	720 978	216 293.4	15.43
203 795	61 138.5	27.21	240 785	72 235.5	50.3
478 061	143 418.3	2 451.02	246 939	74 081.7	1 217.71
383 337	115 001.1	0	726 143	217 842.9	0

Линейная модель

$$0,25 + 0,25 + 0,25 + 0,25 = 1$$

google/organic

yandex/cpc

facebook/cpc

google/cpm



сквозная
аналитика

чуйка



Промокод: **SMM_27.11.18**

Бонус 5000р. при пополнении баланса от 10 000р.

Спасибо

Егоров Александр

ae@alytics.ru
www.alytics.ru