

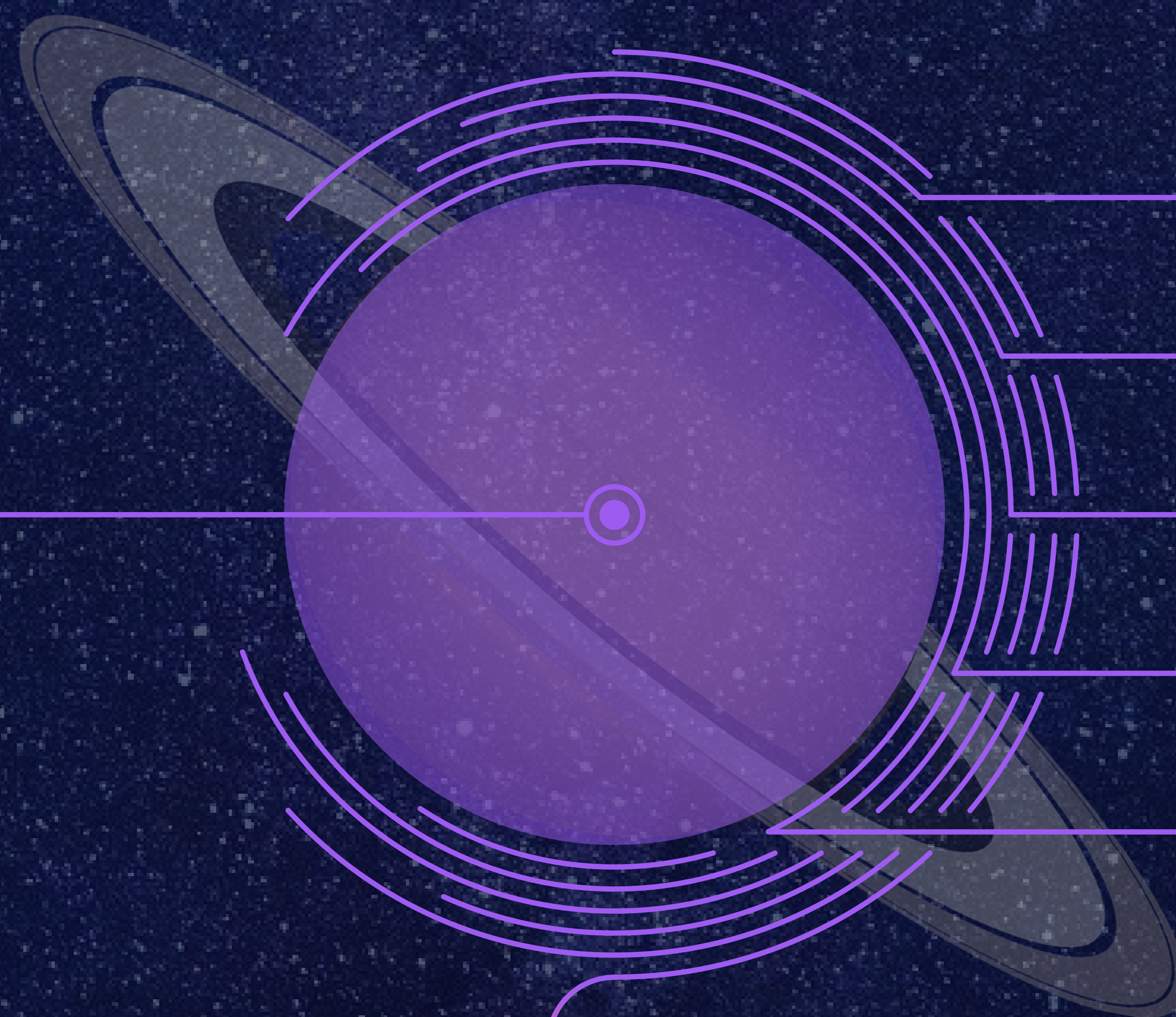
Сквозная аналитика маркетинга от рекламы до продаж

НЬЮТОН.

Из чего состоит сквозная аналитика? Какие исходные данные нужно учитывать?

Рекламные источники

Какие каналы и источники вы используете для продвижения? Сколько денег тратите на каждый из источников?



Таргетинг в социальных сетях

- Facebook
- MyTarget
- ВКонтакте

Контекстная реклама

- Яндекс.Директ
- Google Ads

Медийная реклама

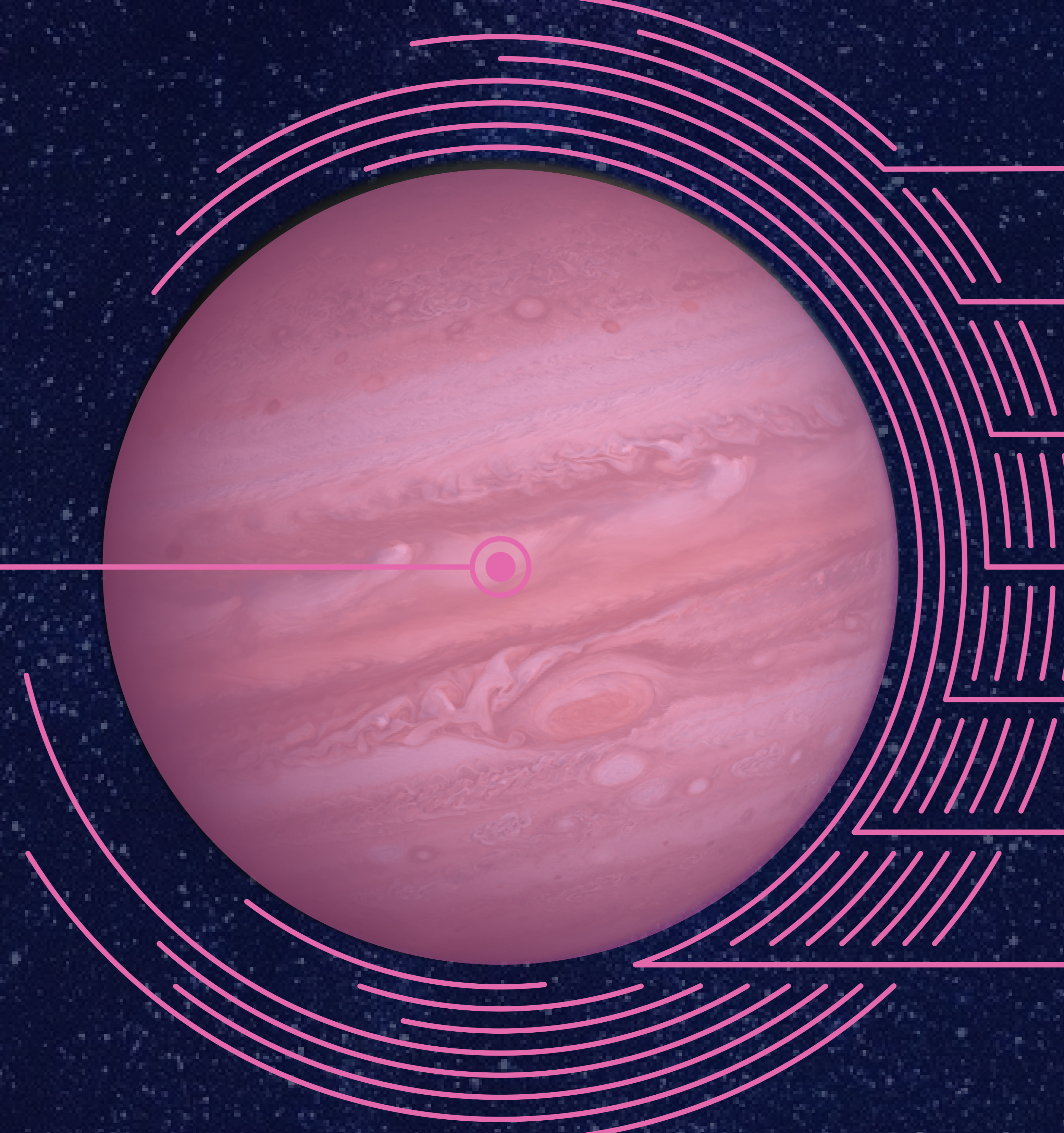
SEO

Офлайн

- Печатная продукция
- Наружная реклама

Лиды

Какие лиды нужно учитывать?



Коллтрекинг, прямые звонки

Форм-трекинг и заявки с сайта

Обратные звонки

Звонки с мобильной версии сайта

Чаты

Лиды из мессенджеров

- Telegram
- Whatsapp
- Viber

Лид-формы социальных сетей

- Facebook
- MyTarget
- ВКонтакте
- Instagram

Сделки

Сколько денег приносят продажи?



Сделки и стоимость сделок

Как добавить данные в сквозную аналитику?

Данные по рекламным источникам можно добавить вручную или через автоматическую интеграцию с рекламными сетями.

Важно, чтобы все лиды автоматически попадали в систему сквозной аналитики. Это можно сделать с помощью статического и динамического коллтрекинга и интеграций с сервисами.

Для получения информации по количеству и стоимости сделок нужно настроить автоматическую интеграцию с CRM системой.

Полнота данных —

важнейший фактор сквозной аналитики. Если учитывается менее 90% лидов, расходов или доходов, то полноценную сквозную аналитику построить не получится.