



Сквозная Аналитика

Собственная разработка vs Готовые решения

Привет!

Владимир Новожилов

Head of Digital Marketing
WiseAdvice Consulting Group



Работал

amoCRM.

SEOPolt



АСПРО

Консультировал



claire's

Погружка*



FINEX JEWELLERY
LUXURY WORLD OF JEWELLERY

СИТИ ЛОМБАРД

ГАЛЕРЕЯ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

МЕТРОПОЛИС
FASHION FIRST

... и еще более 80 компаний

Кому будет полезно?



Владелец компании



ТОП-менеджер



Директор по маркетингу



Директор по интернет-маркетингу



Веб-аналитик



Маркетолог/Интернет-маркетолог

wiseadvice

Consulting Group

Защита потребителей



Крупнейшая консалтинговая компания России, созданная после 2003 года с нуля



Бухгалтерские услуги

WISEADVICE



Независимые экспертизы



Программы для юристов



Патентно-адвокатское бюро



Автоматизация бизнеса

wiseadvice
1С-франчайзи

Аудиторские услуги



Зачем **WiseAdvice**
сквозная аналитика?

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕСА

- Сложные B2B-услуги
- Долгий цикл продажи
- 2-3-4 шаговые оплаты
- Чек 1-ой продажи до 50 млн руб.
- Все лиды квалифицируются отделами продаж

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

- Оптимизация рекламы не от продаж.

От оценок качества лидов и ценности лидов

- Мало трафика, мало данных
- Высокие требования к качеству статистики
- Большая часть лидов — через звонки
- Самые важные лиды приходят на почту
- Контекстная реклама — главный источник лидов

Ключевая задача сквозной аналитики —
оптимизация контекстной рекламы

Как менялась **цена клика** в наших аккаунтах
Яндекс.Директ в 2015—2017 гг?

Аккаунт №1

	CPC
2015 г.	28,85 ₺
2016 г.	51,40 ₺
2017 г.	75,29 ₺

+160%

Аккаунт №2

	CPC
2015 г.	110,00₽
2016 г.	127,90₽
2017 г.	156,70₽

+42%

Аккаунт №3

	CPC
2015 г.	22,90₽
2016 г.	28,17₽
2017 г.	39,19₽

+71%

Аккаунт №4

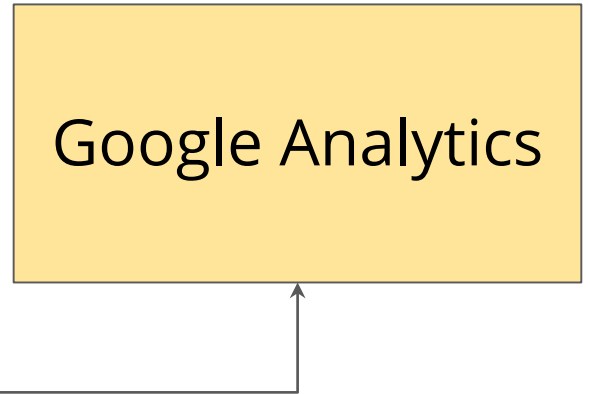
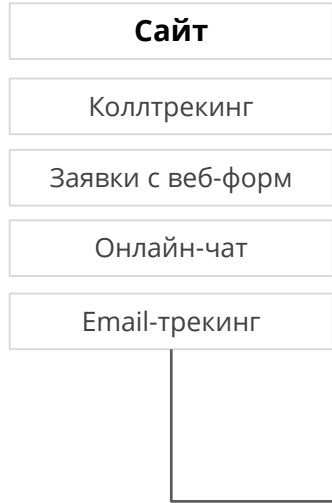
	CPC
2015 г.	178,35₽
2016 г.	229,61₽
2017 г.	318,64₽

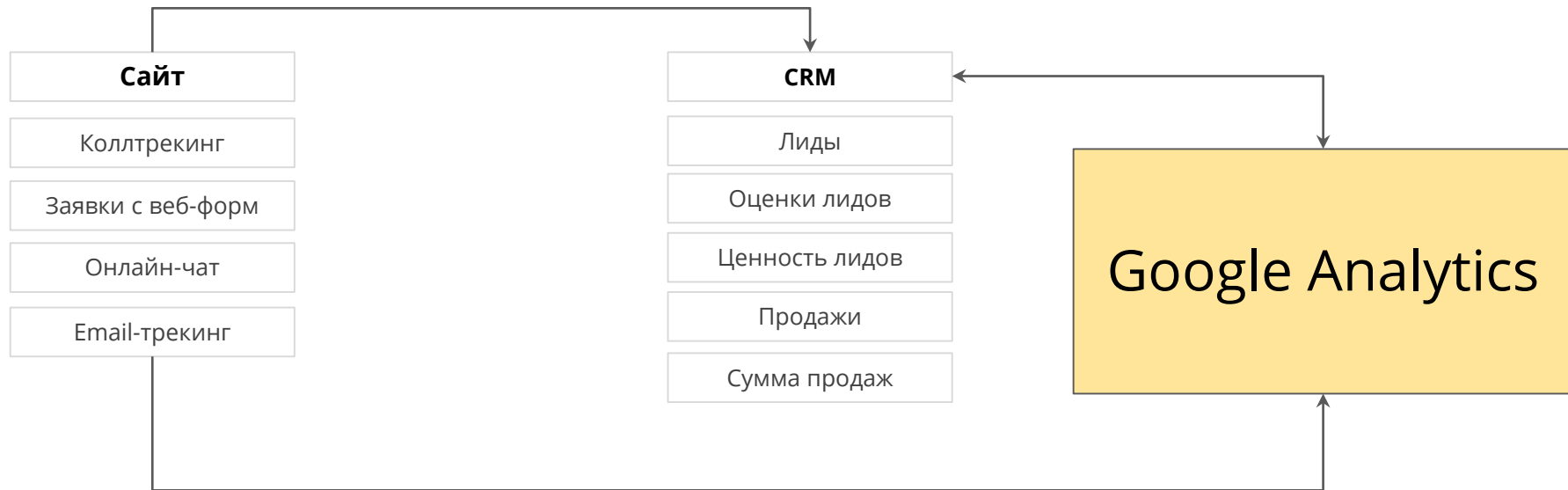
+78%

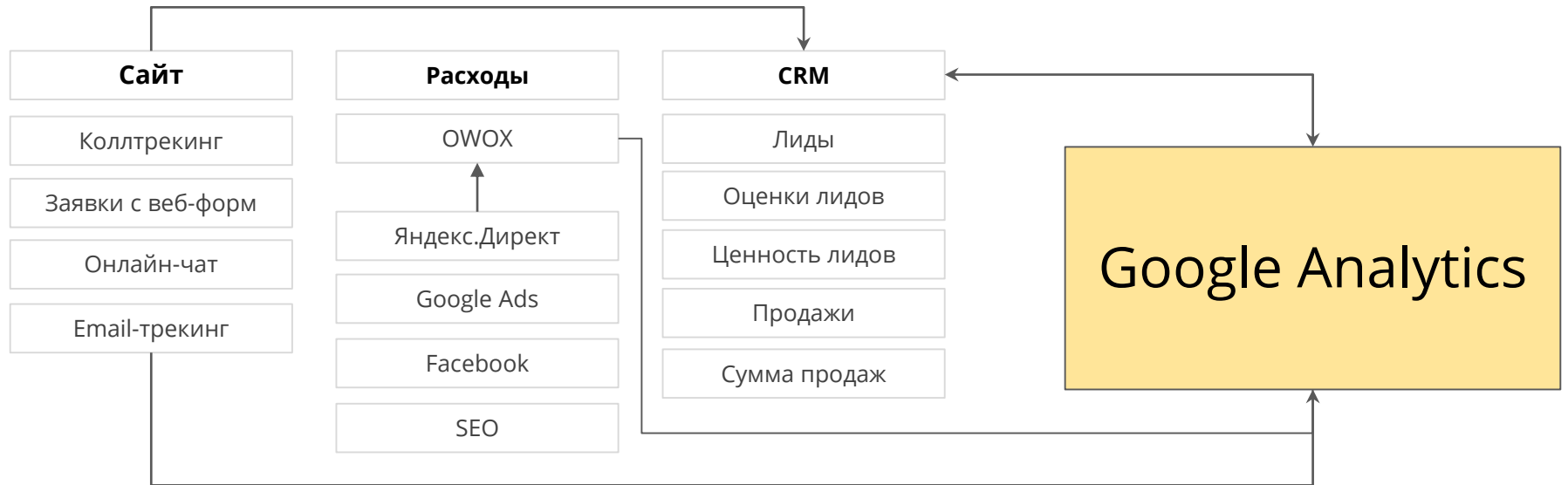
Варианты реализации сквозной аналитики: 2015

1. Google Analytics
2. SaaS-платформа
3. Кастомная разработка

Схема сквозной аналитики на базе **Google Analytics**







Сквозная аналитика
на базе Google Analytics

ПЛЮСЫ

Сквозная аналитика
на базе Google Analytics **Плюсы**

- Бесплатно
- Покрывает базовые потребности
- Быстро настраивается
- Легко настроить передачу расходов из рекламных систем (есть готовые решения)
- Развитая эко-система вокруг Google Analytics: много специалистов, агентств, контента (чтобы разобраться и настроить, получить совет)

Сквозная аналитика
на базе Google Analytics

МИНУСЫ

Высокая важность

- Ассоциированные конверсии 90 дней
- Нет репроцессинга данных (нельзя повлиять или изменить исторические данные)
- Чувствительность к корректности данных
- Расходы не привязываются к конкретной сессии
- Нельзя в интерфейсе выбрать другую модель атрибуции для всех отчетов
- Данные заливаются на тот день, в который происходит загрузка

Средняя важность

- Ограниченные возможности визуализации
- Нельзя собирать персональные данные клиентов
- Пользовательские отчеты: не более 10 показателей на одной вкладке
- Вычисляемых показатели — не более 5
- Расхождения данных в CRM и Google Analytics
- Поисквые запросы из Яндекс.Директ в Google Analytics отсутствуют
- Любая замена UTM-меток — становится проблемой

Низкая важность

- Отсутствие поддержки
- Сэмплирование

2017

Прошло **2 года** со сквозной аналитикой
на базе Google Analytics

Стало понятно, что возможностей Google Analytics нам не хватает.

Попытка №2

Варианты реализации
сквозной аналитики

1. ~~Google Analytics~~
2. SaaS-платформа
3. Кастомная разработка

SaaS-платформы

Плюсы

SaaS-платформы **Плюсы**

- Легко внедрить
- Преднастроенные отчеты
- Большинство багов устранено
- Невысокая стоимость
- Решают большинство основных потребностей
- Готовые интеграции с большинством популярных сервисов
- Есть техническая поддержка

SaaS-платформы

Минусы

Высокая важность

- Нельзя прийти с ранее накопленной статистикой
- Сложно уйти от сервиса — дают только выгрузку в .CSV-формате

Средняя важность

- Если уже сформирован интернет-маркетинговый стек компании, он может быть не полностью интегрируем с SaaS
- Ограниченное количество моделей атрибуции
- Зависимость от технической поддержки сервиса

Низкая важность

- Ограничения по отчетам, заложенные в интерфейсе сервиса
- Безопасность данных — передаете данные другой компании, которой пользуются ваши конкуренты

Советы

при выборе
SaaS-решения

Советы при выборе SaaS-решения

- Если сервис сквозной аналитики подходит вам не полностью, то спросите у них **Roadmap** развития продукта перед началом сотрудничества
- Если вы выбрали SaaS, собирайте данные еще где-либо параллельно. Например, для **Google BigQuery** есть решение для интеграции с GA за \$115/месяц
- Все сервисы сквозной аналитики на данный момент — **стартап**
- Прочитайте **ОТЗЫВЫ**

Кастомная разработка

Плюсы

Очень важно

- Гибкость
- Не имеет ограничений по загрузке / изменению данных
- Крайне низкие риски, что провайдер сквозной аналитики закроется / изменятся условия работы в одностороннем порядке
- Активное профессиональное сообщество, множество готовых интеграций и бесплатных библиотек

Менее важно

- Безопасность данных
- Можно бэкапить данные
- Возможность обогащать данные через новые источники
- Возможность строить на основе этих данных новые системы, например, Content Marketing Platform

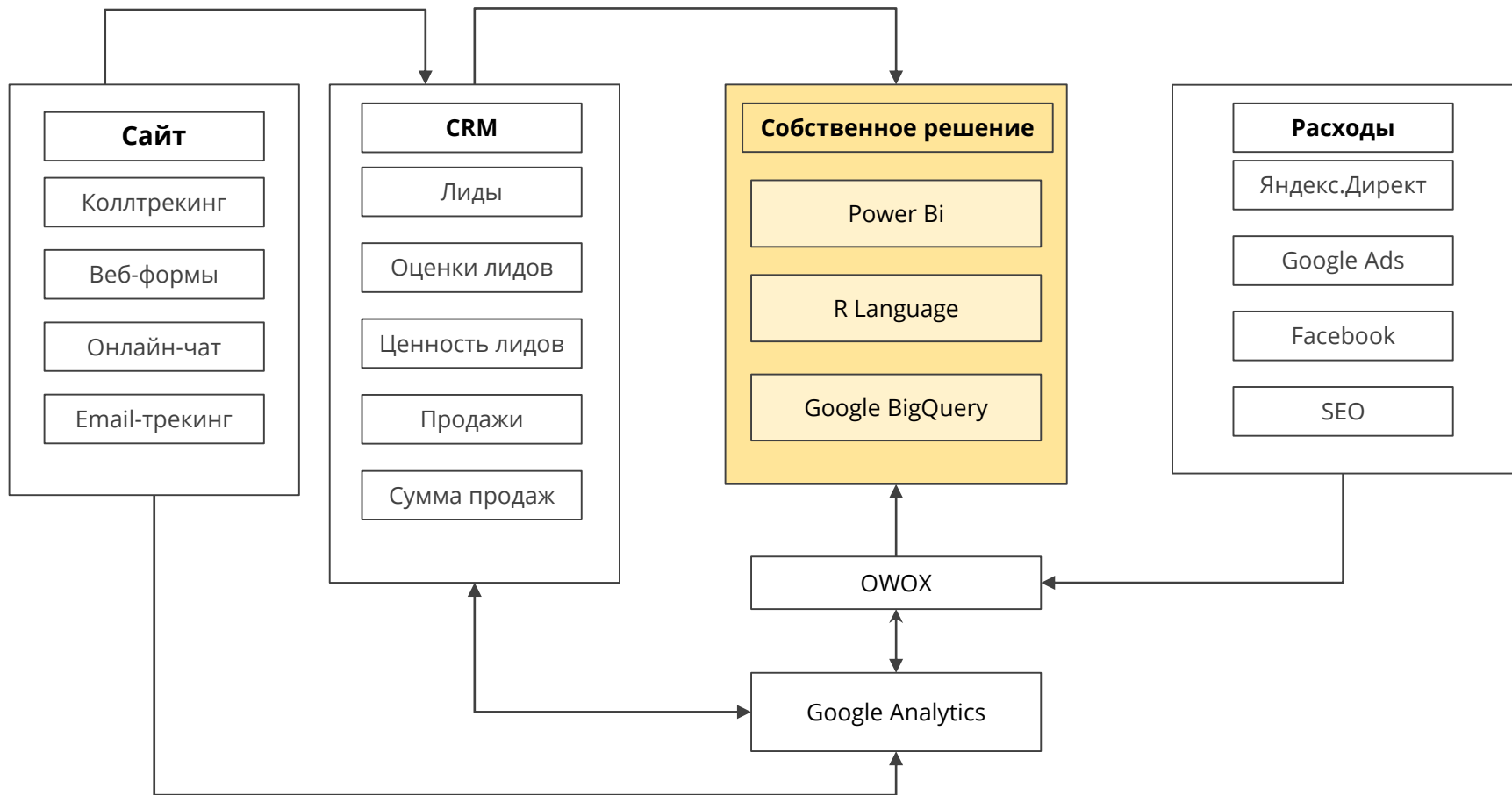
Кастомная разработка

Минусы

Кастомная разработка **Минусы**

- Высокая стоимость владения (ТСО)
- Кастомная сквозная аналитика — это процесс
- Долго
- Если это 1-ый опыт, будут допущены ошибки

Схема нашей СКВОЗНОЙ аналитики



Наши Fail'ы

при построении сквозной аналитики

Fail #1

попытка хранить часть данных
интернет-маркетинга в CRM

Fail #2

Самописная CRM — данные о продажах не адаптированы к целям сквозной аналитики

Fail #3

Визуализация на Google Data Studio



VS



Power BI

Google Data Studio

Дата запуска	2011	2016
Скорость старта	Нет	Да
Использование скриптов	Да	Нет
Встроенные инструменты ETL	Да	Нет
Встроенные коннекторы	94	17
Большое, активное коммьюнити	Да	Нет

Кому кастомную сквозную аналитику,
кому SaaS?

**Кастомная
сквозная аналитика**

VS

SaaS

Масштаб компании

Средний/крупный

Микро/малый

Требования к сквозной аналитике

Специфические

Стандартные

Ресурсы (деньги/люди)

Почти не ограничены

Сильно ограничены

Используемое ПО
для интернет-маркетинга и продаж

Специфическое

Популярное

Требования к безопасности

Высокие

Стандартные

Темп роста бизнеса

Высокий

Не высокий

Строим собственную систему сквозной аналитики:
сами или **аутсорс**?

	Сами	Комбинированный	Аутсорс
Строили ранее?	Да	Нет	Нет
Готовность предоставить доступ к данным	Нет	Да	Да
Кастомная/старая CRM	Да	Да	Нет
Есть разработчик инхаус?	Да	Нет, но наймем	Нет
Есть веб-аналитик инхаус?	Да	Нет, но наймем	Нет
Скорость взаимодействия с подрядчиками	Медленная	Средняя	Быстрая
Последствия ошибок	Низкие	Нежелательны	Нежелательны
Скорость разработки важна?	Не очень важна	Средняя важность	Крайне важна

Вопросы?

Спасибо!