

The logo for SMARTIS, featuring the word "SMARTIS" in white, uppercase, sans-serif font. The letter "A" is stylized with a small asterisk-like symbol above it. The text is centered within a solid green square.

SMARTIS

Сквозная аналитика

Как инструмент увеличения продаж

Глава первая

Зачем нужна сквозная аналитика

?

**Сквозная аналитика
нужна не всем**

Сквозная аналитика
нужна для борьбы
за **cost-эффективность**

Cost efficiency

**Сокращая затраты
повышать продажи**

Это реально. Мы сами в шоке

Cost efficiency

7%

на маркетинг
от общих затрат застройщика

Cost efficiency

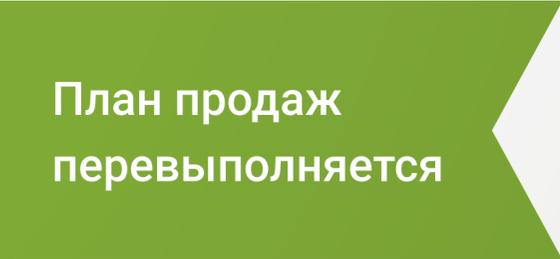
~~7%~~

на маркетинг
от общих затрат застройщика

Cost efficiency

2%

на маркетинг
от общих затрат застройщика



План продаж
перевыполняется

Глава вторая

Оценка эффективности рекламы: глобальные ошибки

§1

Что измерять?

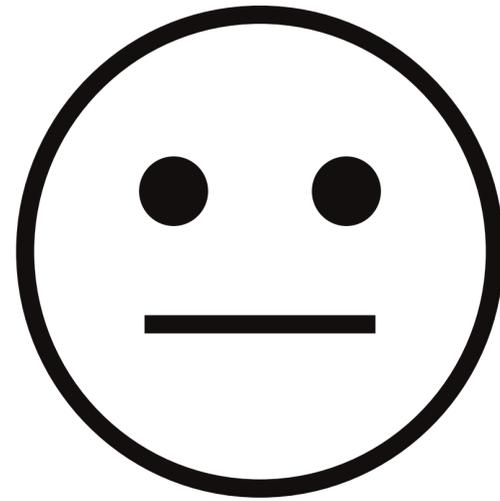


**Пытаться считать
эффективность рекламы
по звонкам**

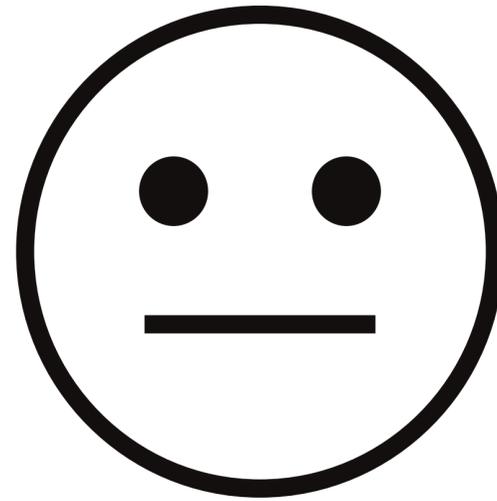


Пытаться считать эффективность рекламы по звонкам

Я не вижу денег! Поднимите мне веки



**Считать
количество сделок**



Считать количество сделок

30 сделок с одного канала! Только купили не квартиры, а подсобки по 300 т.р.



**Считать
бюджет сделок**



Считать бюджет сделок

Возврат на маркетинговые инвестиции. Стоимость сделки. Просто песня

§2

За какой период?

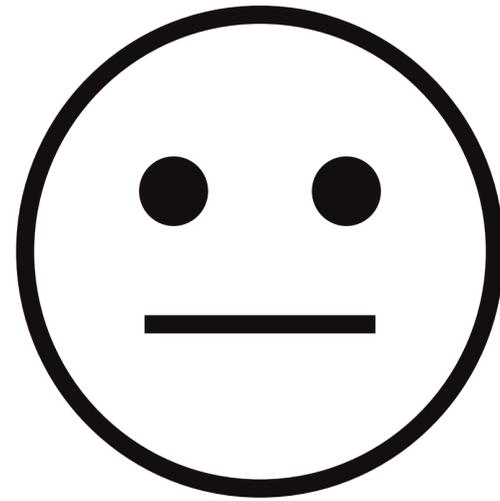


**Пытаться считать
сделки с рекламы
в конце месяца**

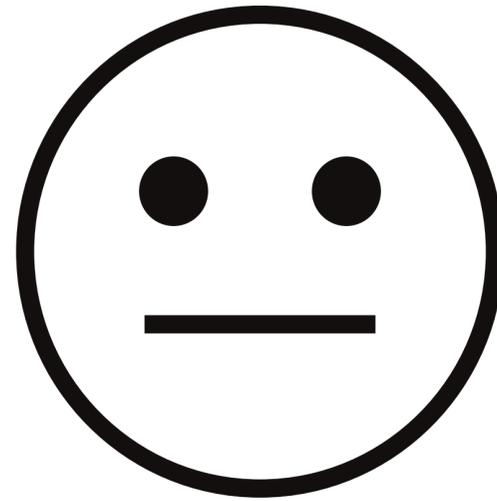


**Пытаться считать
сделки с рекламы
в конце месяца**

Клиенты ещё не дозрели, вы чего



Считать по среднему
периоду сделки



Считать по среднему периоду сделки

За 90 дней, ладно. А почему не 120?



**СЧИТАТЬ
ВЫРУЧКУ С КОГОРТЫ
ЗА ВСЁ ВРЕМЯ**



Считать выручку с когорты за всё время

Увидеть все деньги от клиентов,
которые пришли по такой-то рекламе в позапрошлом феврале

§3

**Как считать рекламные
источники?**

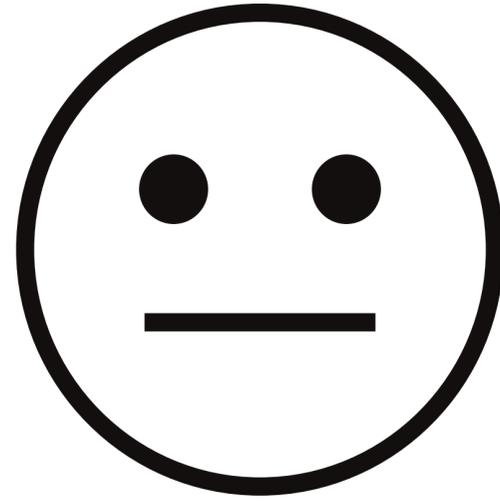


**УЧИТЫВАТЬ
ТОЛЬКО ПОСЛЕДНИЙ КАНАЛ
ПЕРЕД СДЕЛКОЙ**

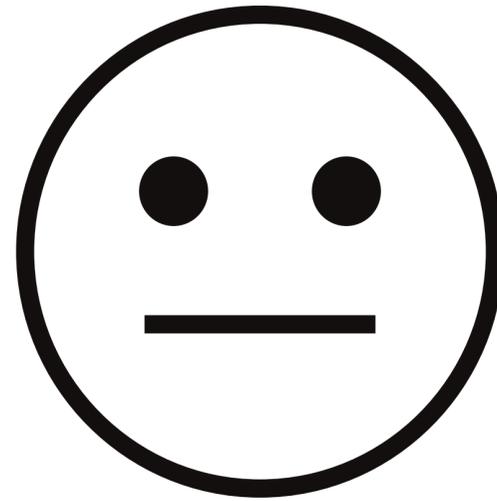


**УЧИТЫВАТЬ
ТОЛЬКО ПОСЛЕДНИЙ КАНАЛ
ПЕРЕД СДЕЛКОЙ**

ОК, ПОКУПАТЕЛЬ ВБИЛ НАЗВАНИЕ ЖК В ПОИСК. А КАК ОН УЗНАЛ ЭТО НАЗВАНИЕ?



**СЧИТАТЬ ВСЕ КАСАНИЯ
ЛИНЕЙНО**



СЧИТАТЬ ВСЕ КАСАНИЯ ЛИНЕЙНО

А как распределить бюджет, если текущие продажи не устраивают?



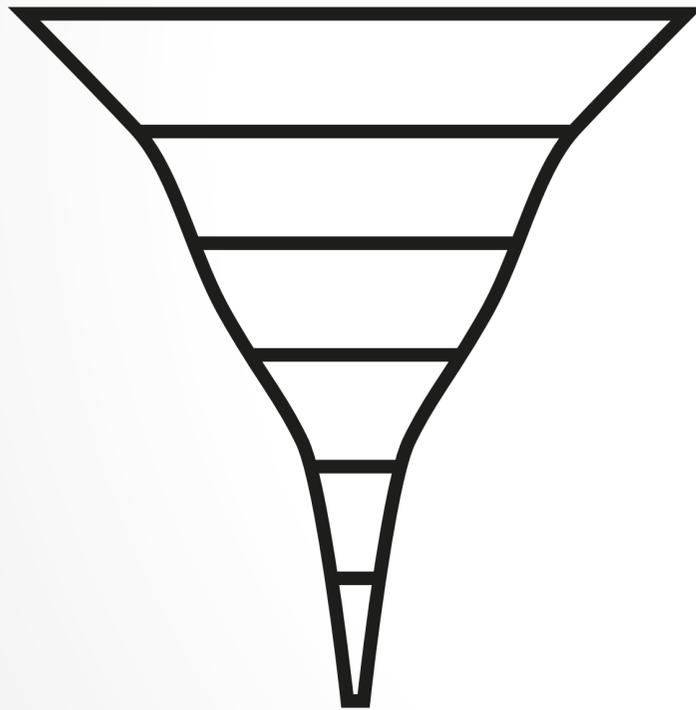
Разные модели атрибуции для разных задач



Разные модели атрибуции для разных задач

Какой этап воронки продаж наполняем в следующем месяце?

Воронка продаж



Модели атрибуции

...| Последнее взаимодействие

|... Первое взаимодействие

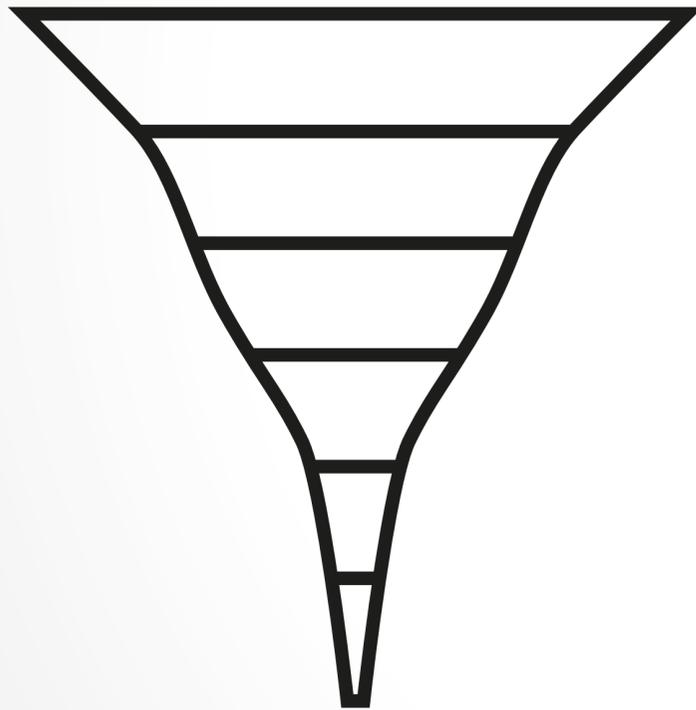
.... Линейное распределение

..|| Давность, прямая

||.. Давность, обратная

||.. Привязка к позиции

Воронка продаж

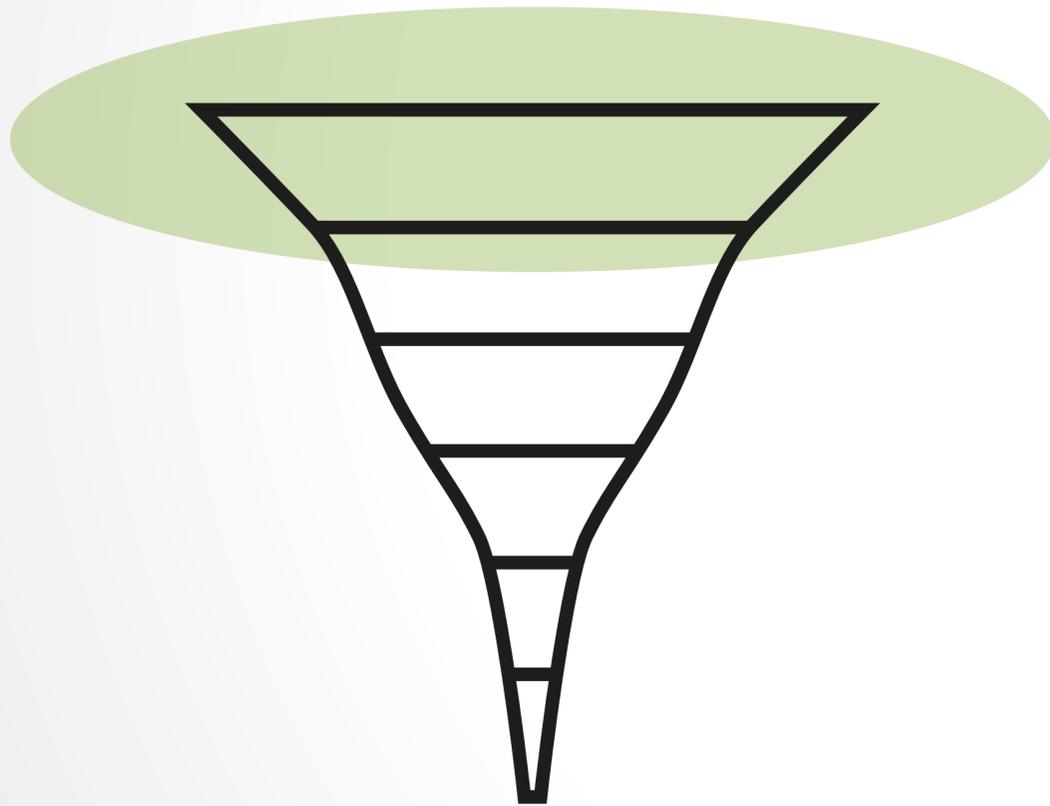


Модели атрибуции

- ...| Последнее взаимодействие
- |... Первое взаимодействие
- Линейное распределение
- ..| Давность, прямая
- |.. Давность, обратная
- ... Привязка к позиции

Обратный полураспад,
first click

Воронка продаж



Задача: создать ажиотаж,
наполнить вход воронки

Модели атрибуции

...| Последнее взаимодействие

|... Первое взаимодействие

.... Линейное распределение

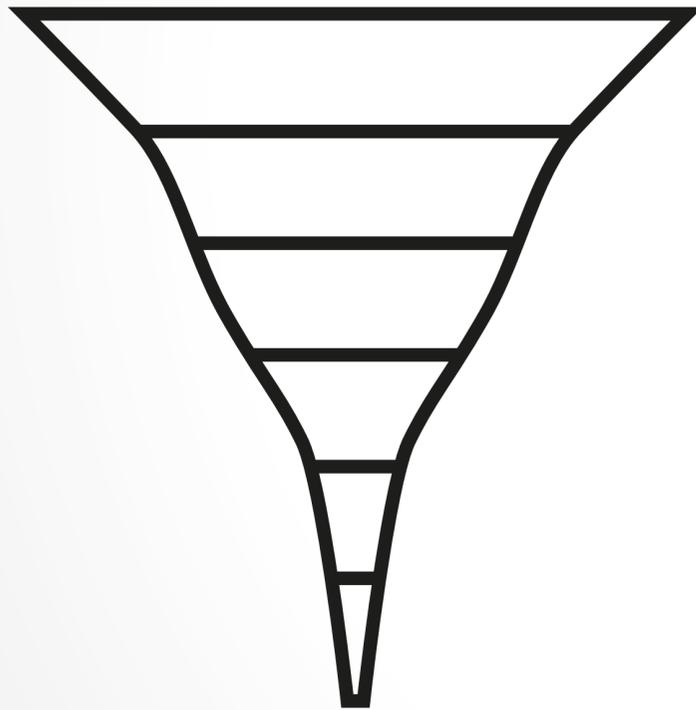
..|| Давность, прямая

||.. Давность, обратная

||| Привязка к позиции

Обратный полураспад,
first click

Воронка продаж



Модели атрибуции

...| Последнее взаимодействие

|... Первое взаимодействие

.... Линейное распределение

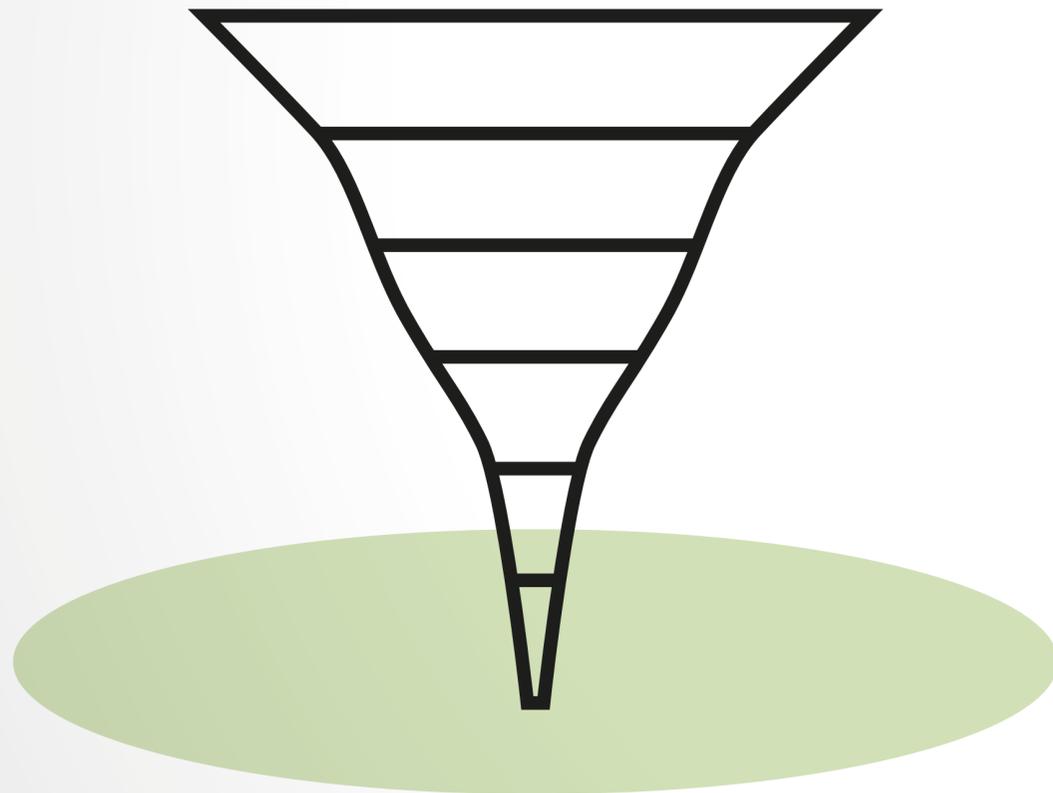
..|| Давность, прямая

||.. Давность, обратная

||.. Привязка к позиции

Обратный полураспад,
first click

Воронка продаж



Задача: быстрый выход
в кэш, опустошение воронки

Модели атрибуции

...| Последнее взаимодействие

|... Первое взаимодействие

.... Линейное распределение

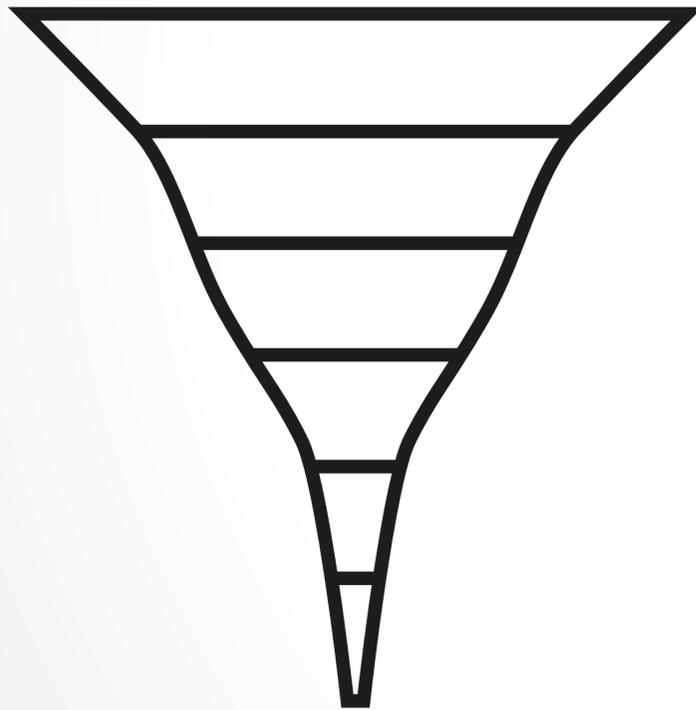
..|| Давность, прямая

||.. Давность, обратная

||.. Привязка к позиции

Обратный полураспад,
first click

Воронка продаж

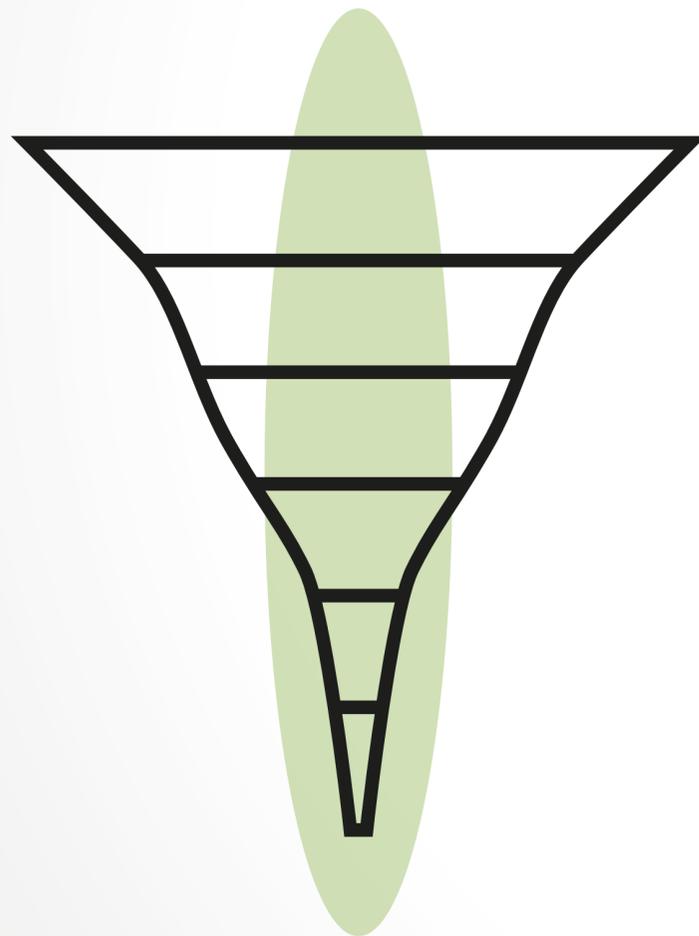


Модели атрибуции

- ...| Последнее взаимодействие
- |... Первое взаимодействие
- Линейное распределение
- ..|| Давность, прямая
- ||.. Давность, обратная
- ||.. Привязка к позиции

Линейная модель

Воронка продаж



Задача: не навредить,
пусть идёт как шло

Модели атрибуции

- ...| Последнее взаимодействие
- |... Первое взаимодействие
- Линейное распределение
- ..|| Давность, прямая
- ||.. Давность, обратная
- ||.. Привязка к позиции

Линейная модель

SMARTIS рекомендует

| | <u>Что измерять</u> | <u>За какой период</u> | <u>Как считать рекламу</u> |
|---|---------------------|----------------------------|---|
|  | Количество звонков | По итогам месяца | Последний канал перед сделкой |
|  | Количество сделок | За средний период сделки | Все касания линейно |
|  | Выручку со сделок | Полную выручку по когортам | Модели атрибуции зависят от целей бизнеса |



Глава третья

**Какой
МИКС каналов
даёт лучшие продажи**

Не ставьте всё
на один канал



Не ставьте всё на один канал

Не менее четырёх каналов.
Хорошо: от девяти, включая оффлайн





Выделяйте бюджет на эксперименты

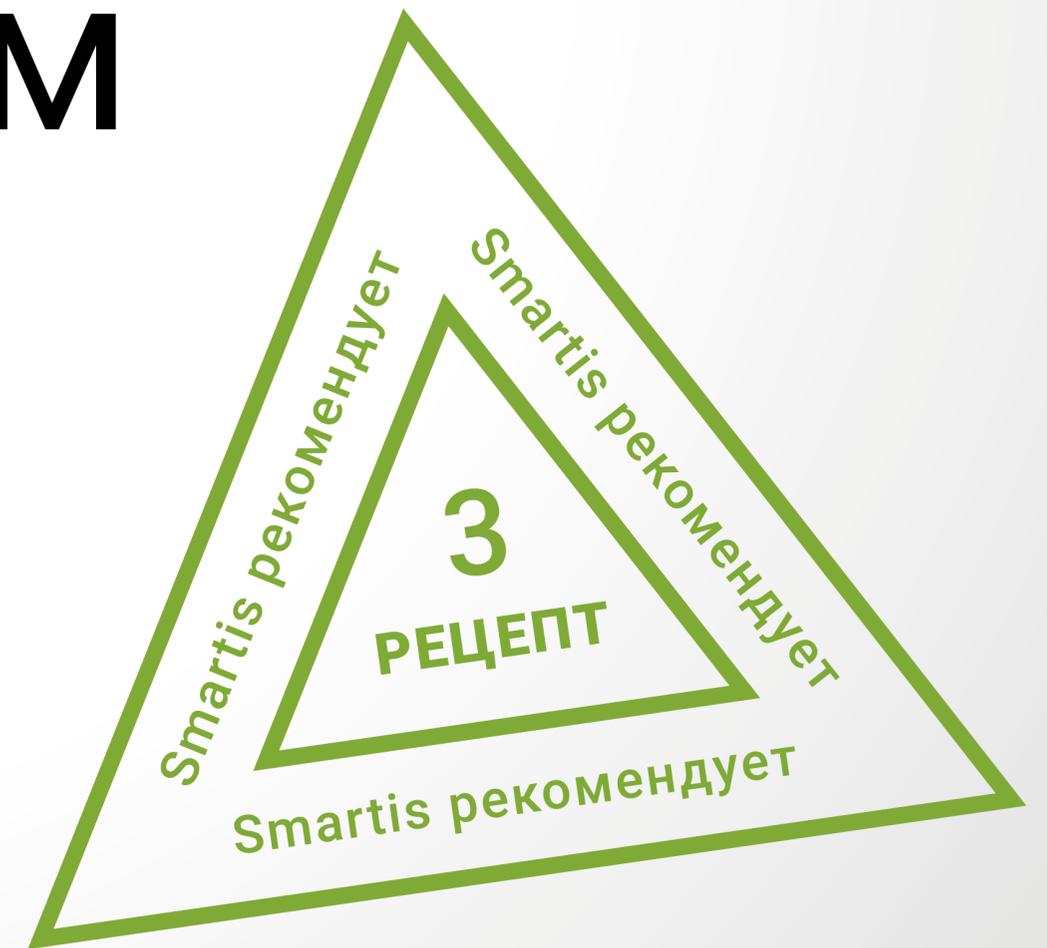


Выделяйте бюджет на эксперименты

Каждый месяц тестируйте новый канал
или старый канал по-новому

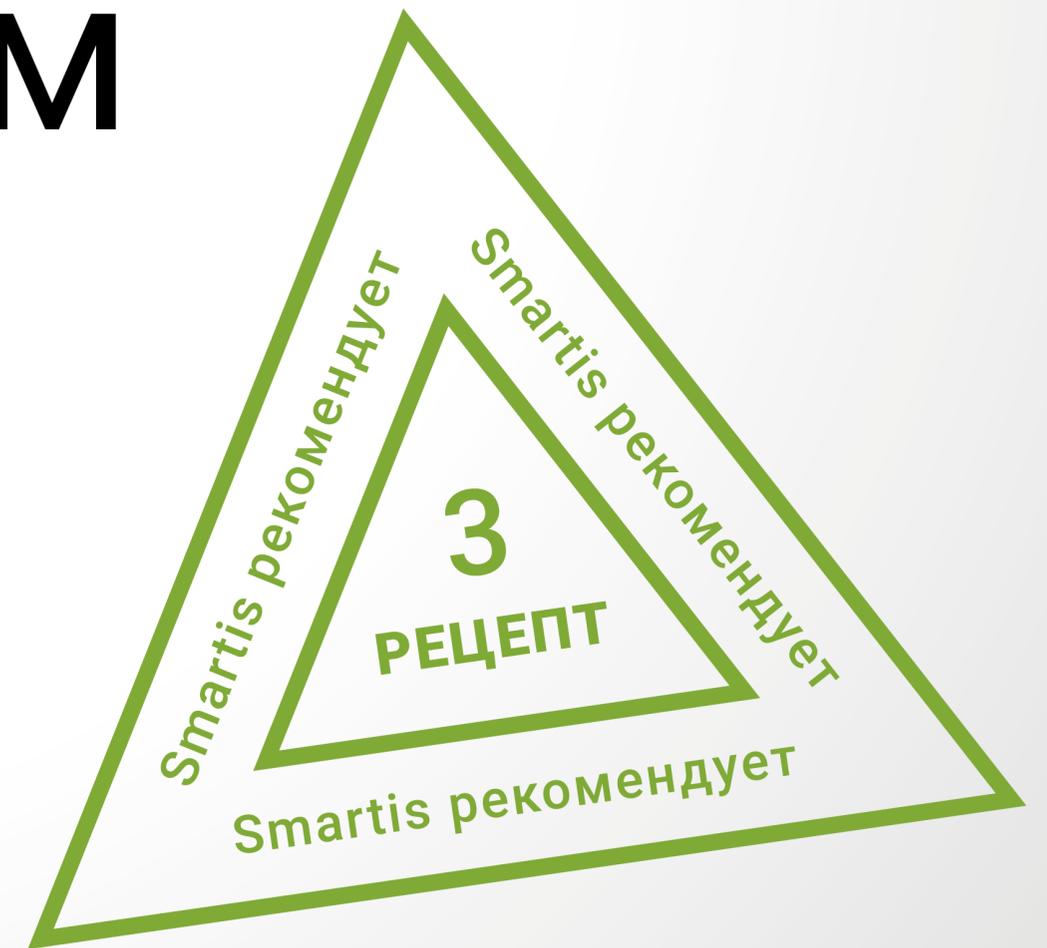


Смотрите не на долю
расходов, а на глубину
работы с каналом



Смотрите не на долю расходов, а на глубину работы с каналом

Как прописаны контекстные объявления?
Какие креативы в медийной рекламе?
Ссылки на главную или на целевую?



Тестируйте сервисы



Тестируйте сервисы

Колтрекинги, площадки, агрегаторы,
лидогенераторы – пробуйте новые,
сравнивайте эффективность

Отделяйте аналитику от сервисов



Следите за судьбой ваших лидеров



Следите за судьбой ВАШИХ ЛИДОВ

Какая конверсия ваших звонков в продажи?
Как отдел продаж разговаривает
с покупателями?

Они трубку вообще берут? :)



Ищите недооценённые каналы



Ищите недооценённые каналы

Клиент из соцсетей пока
в 10 раз дешевле контекста.
Если грамотно настроить аудитории



Ищите недооценённые каналы

Клиент из соцсетей пока
в 10 раз дешевле контекста.
Если грамотно настроить аудитории

ВК, Fb, Instagram — реклама «с кнопкой»



SMARTIS ★ рекомендует



Не ставьте всё
на один канал



Выделяйте бюджет
на эксперименты



Добивайтесь качества
проработки канала



Тестируйте
сервисы



Следите за судьбой
ваших лидов



Ищите недооценённые
каналы



The logo for SMARTIS, featuring the word "SMARTIS" in white, uppercase, sans-serif font. The letter "A" is stylized with a small asterisk above it. The text is centered within a solid green square.

SMARTIS

Антон Дикарев

Руководитель отдела по работе с партнёрами

+7 495 125-10-80

facebook.com/DikarevAnton

smartis.bi

If you can measure it,
you can manage it