



# Сквозная аналитика для повышения конверсий: реальный опыт внедрения на примере ЖК в Подмосковье

**RIW16**

# Тема № 0 Про себя...

- Агентство Media-Storm (ТОП 40 Adindex)
- Работал
  - Ostin
  - Creara
  - Mercedes-Benz Rus
  - Автомир
- Клиенты Media-Storm
  - Застройщики региона МиМО (Мортон и т.д.)
  - Интернет-магазины
  - Банки





1

Тема №1 Найди  
это...

# Тема №1 Найди это...

•Изучать возможности аналитики, xls, основы программирования, работы SQL, Google Big Query,



# 2

## Тема №2 Собери это...

# Тема №2 Собери это...

## •Настройка аналитики + прокидывание данных + OWOX

АККАУНТ

Настройки аккаунта

Управление пользователями

Все фильтры

История изменений

Корзина

РЕСУРС

Настройки ресурса

Управление пользователями

.js Код отслеживания

СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ПРОДУКТАМИ

Связь с AdWords

Связь с AdSense

Установление связи с Ad Exchange

1 Все продукты

Возврат данных

Настройки аудитории

Dd Пользовательские определения

Dd Импорт данных

Социальные настройки

# Тема №2 Собери это...

## •Настройка аналитики + прокидывание данных + OWOX

Ключевые параметры (необходимо задать эти столбцы):

Канал	ga:medium
Источник	ga:source

Необходимо задать хотя бы один из этих столбцов:

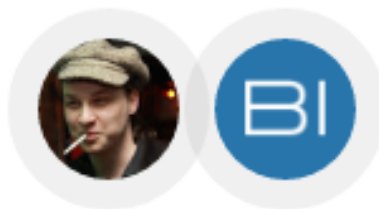
Стоимость	ga:adCost
Число кликов	ga:adClicks
Число показов	ga:impressions

Вы можете задать любое количество следующих столбцов:

Кампания	ga:campaign
Содержание объявления	ga:adContent
Ключевое слово	ga:keyword

# Тема №2 Собери это...

- Настройка аналитики + прокидывание данных + OWOX



▾ OWOX BI запрашивает следующее:



Подключить автономный доступ



Отклонить

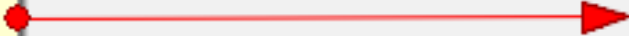
Разрешить



# Тема №2 Собери это...

- Настройка аналитики + прокидывание данных + OWOX

dlinnoyx@gmail.com  
Без проекта



СОЗДАТЬ ПОТОК

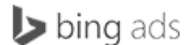
# Тема №2 Собери это...

## •Настройка аналитики + прокидывание данных + OWOX

1 Выберите источник данных ⓘ



Рекламные сервисы



Другие источники

ДАЛЕЕ

# Тема №2 Собери это...

## •Настройка аналитики + прокидывание данных + OWOX

ИСТОРИЯ	НАСТРОЙКИ			
Дата ⓘ	Статус ⓘ	Валюта ⓘ	НДС, % ⓘ	Расхождение затрат, % ⓘ
15 сентября 2016 г.	Данные загружены	RUB	18	—
14 сентября 2016 г.	Данные загружены ⌵	RUB	18	—
13 сентября 2016 г.	❶ Данные загружены ⌵	RUB	18	—
12 сентября 2016 г.	Данные загружены ⌵	RUB	18	—
11 сентября 2016 г.	❶ Данные загружены	RUB	18	—
10 сентября 2016 г.	Данные загружены ⌵	RUB	18	—

# Тема №2 Собери это...

## •Настройка аналитики + прокидывание данных + OWOX

The screenshot displays the OWOX Analytics configuration interface. On the left is a sidebar menu with the following items: 'Настройки представления', 'Управление пользователями', 'Цели', 'Группы контента', 'Фильтры', 'Настройки канала', 'Настройки электронной торговли', and 'Вычисляемые показатели ВЕТА' (highlighted in red). The main area is titled 'Изменить вычисляемый показатель' (Change calculable metric). It contains the following fields and options:

- ПРЕДСТАВЛЕНИЕ**: A dropdown menu.
- Название**: A text input field containing 'Контакты'.
- Внешнее имя**: A text input field containing 'calcMetric\_contacts'. Below it is a note: 'Внешнее название используется для идентификации вычисляемого показателя. Символы и пробелы использовать нельзя.'
- Тип форматирования**: A dropdown menu set to 'Целое число'.
- Формула**: A text input field containing '{{Заказ обратного звонка (Достигнутые переходы к цели 4)}}'. Below it is a note: 'Как только вы начнете вводить формулу, появится список стандартных параметров: минуса (-), деления (/) и умножения (\*). Отрицательные числа не поддерживаются.'

At the bottom of the main area are two buttons: 'Сохранить' (Save) and 'Отмена' (Cancel).

# Тема №2 Собери это...

## ● Настройка аналитики + прокидывание данных + OWOX

- ▶ Демография
- ▶ Интересы
- ▶ География
- ▶ Поведение
- ▶ Технологии
- ▶ Мобильные устройства
- ▶ Персонализированный
- ▶ Сравнение
- Пути пользователей

### Источники трафика

- Обзор
- ▶ Весь трафик
- ▶ AdWords
- ▶ Search Console **НОВОЕ**
- ▶ Соцфункции
- ▼ Кампании
  - Все кампании
  - Оплачиваемые к...
  - Неоплачиваемые...
  - Анализ расходов

<input type="checkbox"/>	Источник или канал ?	Сеансы ?	Число показов ?	Число кликов ?	Стоимость ?	CTR ?	Цена за клик ?	Доход от клика ?	Рентабельность инвестиций в рекламу ?
	Обзор	17 753 <small>% от общего количества: 100,00 % (17 753)</small>	273 025 <small>% от общего количества: 100,00 % (273 025)</small>	14 027 <small>% от общего количества: 100,00 % (14 027)</small>	113 213,69 Р <small>% от общего количества: 100,00 % (113 213,69 Р)</small>	5,14 % <small>Средний показатель для представления: 5,14 % (0,00 %)</small>	8,07 Р <small>Средний показатель для представления: 8,07 Р (0,00 %)</small>	57,16 Р <small>Средний показатель для представления: 57,16 Р (0,00 %)</small>	708,21 % <small>Средний показатель для представления: 708,21 % (0,00 %)</small>
<input type="checkbox"/>	▶ AdWords	13 281 (74,81 %)	243 473 (89,18 %)	12 938 (92,24 %)	97 221,94 Р (85,87 %)	5,31 %	7,51 Р	27,76 Р	369,46 %
<input type="checkbox"/>	▶ Search Console <b>НОВОЕ</b>	1 199 (6,75 %)	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	0,00 Р (0,00 %)	0,00 %	0,00 Р	0,00 Р	0,00 %
<input type="checkbox"/>	▶ Соцфункции	1 012 (5,70 %)	29 469 (10,79 %)	1 083 (7,72 %)	15 954,85 Р (14,09 %)	3,68 %	14,73 Р	10,43 Р	70,82 %



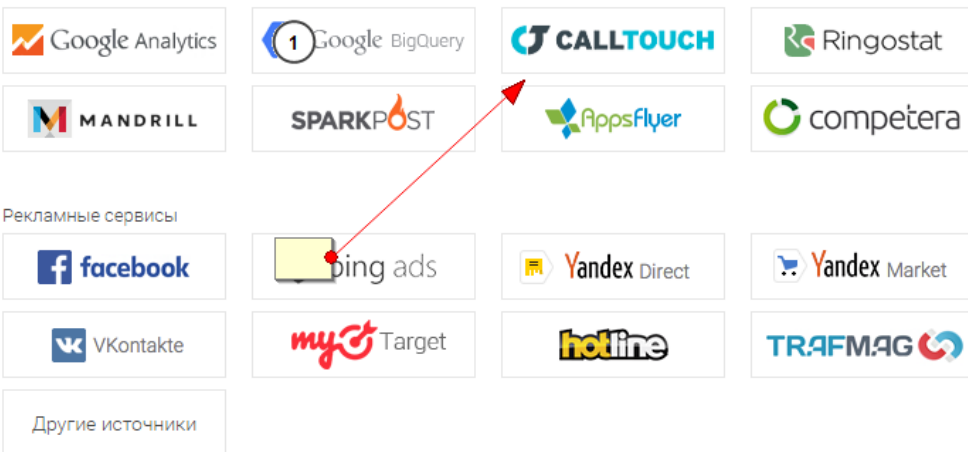
3

## Тема №3 Получи это...

# Тема №3 Получи это...

• Как настроить оффлайн конверсии ( через гугл + колтрекинг) и улучшить результаты маркетинга

1 Выберите источник данных ⓘ



A grid of 18 service logos arranged in 4 rows and 4 columns. The first row contains Google Analytics, Google BigQuery (with a '1' in a circle), CALLTOUCH, and Ringostat. The second row contains MANDRILL, SPARKPOST, AppsFlyer, and competera. The third row is labeled 'Рекламные сервисы' and contains facebook, Bing ads (with a red arrow pointing to it), Yandex Direct, and Yandex Market. The fourth row contains VKontakte, myTarget, hotline, and TRAFMAG. A fifth row contains the text 'Другие источники'.

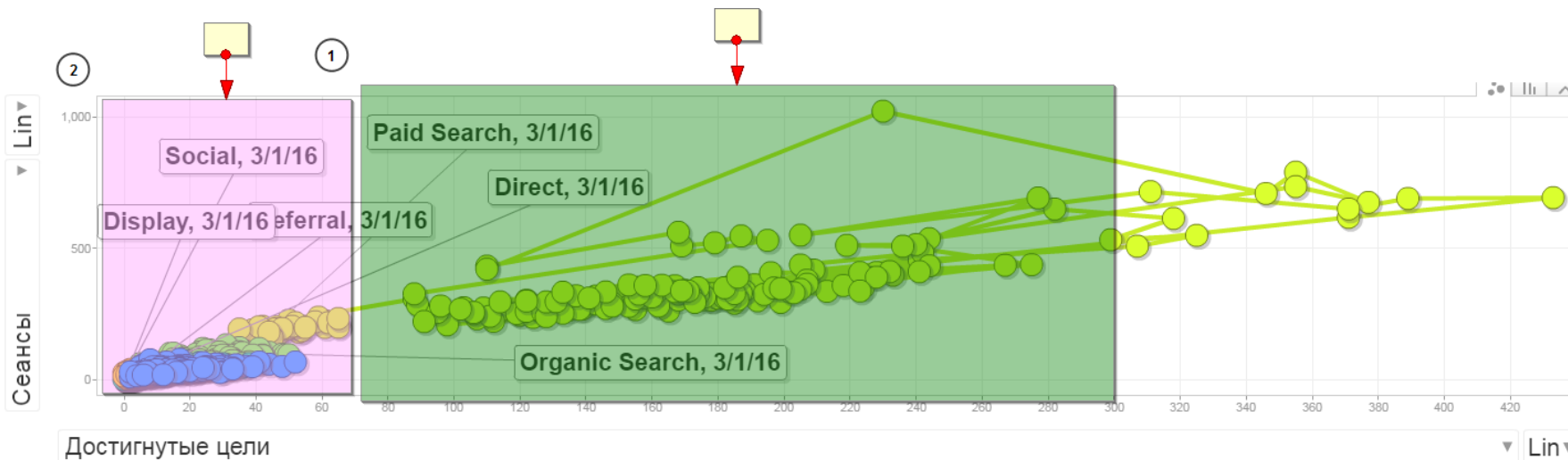
Calltracking (Достигнутые переходы к цели 8)

342



# Тема №3 Получи это...

- Как настроить оффлайн конверсии ( через гугл + колтрекинг) и улучшить результаты маркетинга





# Тема №3 Получи это...

## •Как настроить оффлайн конверсии ( через гугл + колтректинг) и улучшить результаты маркетинга

Первое взаимодействие | Последнее взаимодействие | Выбрать модель

Основной параметр: Группа каналов для многоканальных последовательностей | Группа каналов по умолчанию | Источник или канал | Источник | Канал | Другое | Группы каналов

Дополнительный параметр

Ещё...

Число конверсий и цена за конверсию

Изменение числа конверсий (%)

(по сравнению с "Первое взаимодействие")

Группа каналов для многоканальных последовательностей

Затраты  
(для выбранного временного диапазона)

Первое взаимодействие

Последнее взаимодействие

Конверсии

Цена за конверсию

Конверсии

Цена за конверсию

Последнее взаимодействие

	Затраты (для выбранного временного диапазона)	Первое взаимодействие		Последнее взаимодействие		Изменение числа конверсий (%) (по сравнению с "Первое взаимодействие")
		Конверсии	Цена за конверсию	Конверсии	Цена за конверсию	
1. Прямой	—	1 085,00 (72,82 %)	—	1 146,00 (76,91 %)	—	5,62 %
2. Поисковая реклама	1 657 839,11 Р	243,00 (16,31 %)	6 822,38 Р	200,00 (13,42 %)	8 289,20 Р	-17,70 %
3. Бесплатный поиск	—	78,00 (5,23 %)	—	57,00 (3,83 %)	—	-26,92 %
4. (Прочие)	—	69,00 (4,63 %)	—	71,00 (4,77 %)	—	2,90 %
5. Переход	12 079,65 Р	13,00 (0,87 %)	929,20 Р	12,00 (0,81 %)	1 006,64 Р	-7,69 %
6. Медийная реклама	216 333,89 Р	1,00 (0,07 %)	216 333,89 Р	3,00 (0,20 %)	72 111,30 Р	200,00 %
7. Социальная сеть	—	1,00 (0,07 %)	—	1,00 (0,07 %)	—	0,00 %

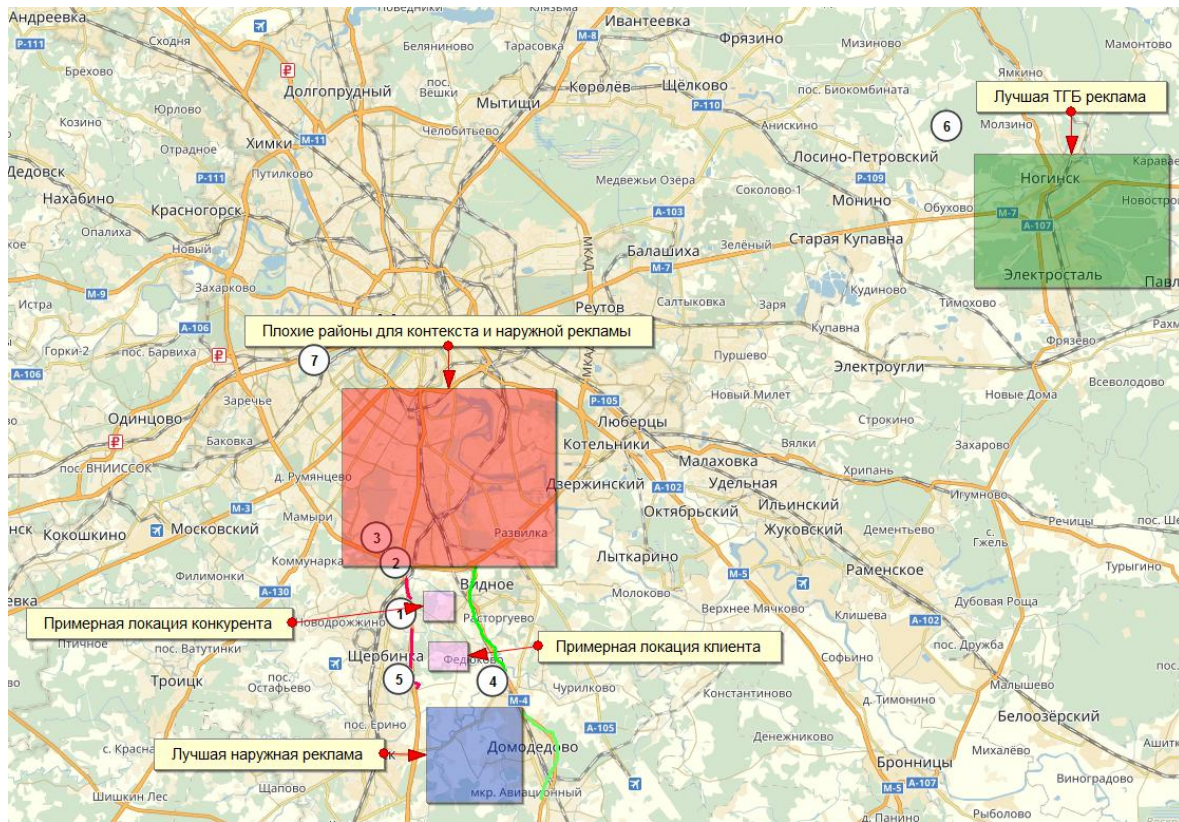
# Тема №3 Получи это...

•Как настроить оффлайн конверсии ( через гугл + колтрекинг) и улучшить результаты маркетинга

<input type="checkbox"/>	1. Поисковая реклама	95	—	200 (13,42 %)	2 471,00 Р	0,48
<input type="checkbox"/>	2. Прямой	82	—	1 146 (76,91 %)	54 348,00 Р	0,07
<input type="checkbox"/>	3. Бесплатный поиск	45	—	57 (3,83 %)	—	0,79
<input type="checkbox"/>	4. Переход	13	—	12 (0,81 %)	—	1,08
<input type="checkbox"/>	5. (Прочие)	6	—	71 (4,77 %)	3 486,00 Р	0,08
<input type="checkbox"/>	6. Медийная реклама	3	—	3 (0,20 %)	—	1,00
<input type="checkbox"/>	7. Социальная сеть	—	—	1 (0,07 %)	—	—

# Тема №3 Получи это...

- Как настроить оффлайн конверсии ( через гугл + колтректинг) и улучшить результаты маркетинга



# 4

## Тема №4 Изучи и автоматизируй

## Тема №4 Изучи и автоматизируй

● **analytics.google.com + docs.google.com/spreadsheets + google analytics addons = автоматизация аналитики**

---

<https://developers.google.com/analytics/solutions/google-analytics-spreadsheet-add-on>

# Тема №4 Изучи и автоматизируй

●analytics.google.com + docs.google.com/spreadsheets + google analytics addons = автоматизация аналитики

Configuration Options	Your Google Analytics Reports				
Report Name	AW	ЯД	AW Кампании	ЯД Кампании	По дням
Type	core	core	core	core	core
View (Profile) ID / ids	ga:98137183	ga:98137183	ga:98137183	ga:98137183	ga:98137183
Start Date					
End Date					
Last N Days	220	220	30	30	30
Metrics	ga:sessions ga:adCost ga:transactionRevenue ga:transactions	ga:sessions ga:adCost ga:transactionRevenue ga:transactions	ga:sessions ga:adCost ga:transactionRevenue ga:transactions	ga:sessions ga:adCost ga:transactionRevenue ga:transactions	ga:sessions ga:adCost ga:transactionRevenue ga:transactions
Dimensions	ga:month ga:year	ga:month ga:year	ga:campaign	ga:campaign	ga:date
Sort	ga:year ga:month	ga:year ga:month	-ga:sessions	-ga:sessions	ga:date
Filters	ga:sourceMedium=~(google /	ga:sourceMedium=~(directly	ga:sourceMedium=~(google /	ga:sourceMedium=~(directly	ga:sourceMedium=~(directly
Segment					
Sampling Level					
Start Index					
Max Results					
Spreadsheet URL					
	For help with this add-on: <a href="https://developers.google.com/analytics/solutions/google-analytics-spreadsheet-add-on">https://developers.google.com/analytics/solutions/google-analytics-spreadsheet-add-on</a>				

# Тема №4 Изучи и автоматизируй

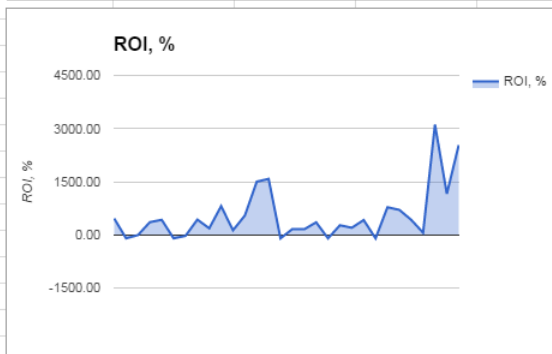
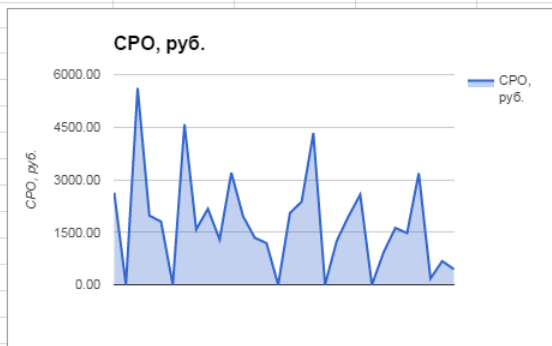
●analytics.google.com + docs.google.com/spreadsheets + google analytics addons = автоматизация аналитики

Дата	Посещения	Расходы (с НДС), руб.	Доходы, руб.	Транзакции	Коэффициент транзакций, %	ROI, %	СРО, руб.
15.08.16	472	3933.77	7400.00	1	0.21	88.11	3933.77
16.08.16	561	5266.55	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
17.08.16	518	4284.86	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
18.08.16	494	4585.65	10984.00	2	0.40	139.53	2292.82
19.08.16	518	4072.44	21500.00	2	0.39	427.94	2036.22
20.08.16	394	2992.58	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
21.08.16	404	3246.58	3200.00	1	0.25	-1.43	3246.58
22.08.16	604	4985.39	13200.00	2	0.33	164.77	2492.70
23.08.16	320	3003.76	12300.00	2	0.63	309.49	1501.88
24.08.16	512	3838.03	47000.00	4	0.78	1124.59	959.51
25.08.16	608	5067.92	14600.00	2	0.33	188.09	2533.96
26.08.16	553	4535.47	5100.00	1	0.18	12.45	4535.47
27.08.16	362	2689.15	60800.00	2	0.55	2160.94	1344.57
28.08.16	420	3424.24	40200.00	1	0.24	1073.98	3424.24
29.08.16	614	5131.01	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
30.08.16	639	4811.99	10000.00	2	0.31	107.81	2406.00
31.08.16	557	3410.74	7400.00	1	0.18	116.96	3410.74
01.09.16	448	2997.19	19600.00	1	0.22	553.95	2997.19
02.09.16	440	3230.71	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
03.09.16	357	2429.14	9200.00	2	0.56	278.74	1214.57
04.09.16	386	2574.79	3200.00	1	0.26	24.28	2574.79
05.09.16	433	3813.14	19800.00	1	0.23	419.26	3813.14
06.09.16	256	3789.26	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
07.09.16	473	3307.67	34915.00	4	0.85	955.58	826.92
08.09.16	345	1910.94	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
09.09.16	412	3091.75	5600.00	1	0.24	81.13	3091.75
10.09.16	273	1854.56	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
11.09.16	371	2459.84	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
12.09.16	470	3386.31	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
13.09.16	497	0.00	31900.00	2	0.40	0.00	0.00
<b>Итого</b>	<b>13711</b>	<b>104125.43</b>	<b>377899.00</b>	<b>35</b>	<b>0.26</b>	<b>262.93</b>	<b>2975.01</b>

# Тема №4 Изучи и автоматизируй

● [analytics.google.com](https://analytics.google.com) + [docs.google.com/spreadsheets](https://docs.google.com/spreadsheets) + google analytics addons = автоматизация аналитики

Дата	Посещения	Расходы (с НДС), руб.	Доходы, руб.	Транзакции	Коэффициент транзакций, %	ROI, %	CPO, руб.
15.08.16	609.00	5266.77	29600.00	2	0.33	462.01	2633.39
16.08.16	705.00	6599.55	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
17.08.16	689.00	5617.86	5200.00	1	0.15	-7.44	5617.86
18.08.16	668.00	5930.25	27084.00	3	0.45	356.71	1976.75
19.08.16	651.00	5405.44	28300.00	3	0.46	423.55	1801.81
20.08.16	461.00	4325.58	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
21.08.16	464.00	4579.58	3200.00	1	0.22	-30.12	4579.58
22.08.16	720.00	6320.39	33500.00	4	0.56	430.03	1580.10
23.08.16	436.00	4336.76	12300.00	2	0.46	183.62	2168.38
24.08.16	638.00	5171.03	47000.00	4	0.63	808.91	1292.76
25.08.16	745.00	6400.92	14600.00	2	0.27	128.09	3200.46
26.08.16	636.00	5868.47	37862.00	3	0.47	545.18	1956.16
27.08.16	408.00	4022.15	64400.00	3	0.74	1501.14	1340.72
28.08.16	475.00	4757.24	79900.00	4	0.84	1579.55	1189.31
29.08.16	712.00	6464.01	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
30.08.16	823.00	6144.99	16200.00	3	0.36	163.63	2048.33
31.08.16	691.00	4743.74	12200.00	2	0.29	157.18	2371.87
01.09.16	567.00	4330.19	19600.00	1	0.18	352.64	4330.19
02.09.16	531.00	4583.21	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
03.09.16	409.00	3762.14	13915.00	3	0.73	269.87	1254.05
04.09.16	446.00	3907.79	11714.00	2	0.45	199.76	1953.89
05.09.16	525.00	5146.14	26600.00	2	0.38	416.89	2573.07
06.09.16	321.00	5122.26	0.00	0	0.00	-100.00	0.00
07.09.16	618.00	4644.47	40815.00	5	0.81	778.79	928.89
08.09.16	469.00	3243.94	26100.00	2	0.43	704.58	1621.97

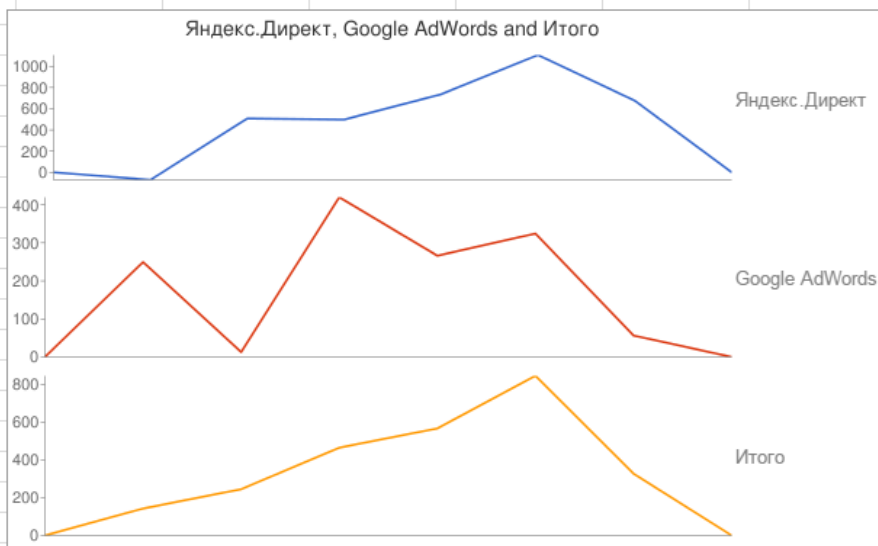




# Тема №4 Изучи и автоматизируй

●analytics.google.com + docs.google.com/spreadsheets + google analytics addons = автоматизация аналитики

ROI по месяцам							
Источники трафика	ROI, %						
	3	4	5	6	7	8	7
Яндекс.Директ	0.00	-71.06	507.89	497.26	736.02	1105.96	675.51
Google AdWords	0.00	249.27	12.88	419.47	265.94	324.15	56.24
<b>Итого</b>	<b>0.00</b>	<b>142.80</b>	<b>245.18</b>	<b>464.80</b>	<b>567.16</b>	<b>845.86</b>	<b>327.51</b>



# 5

## Тема №5 Визуализируй и отправь директору

# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

<https://datastudio.google.com>

---

**Альтернативы:**

**Tableau**

**Microsoft Power BI**

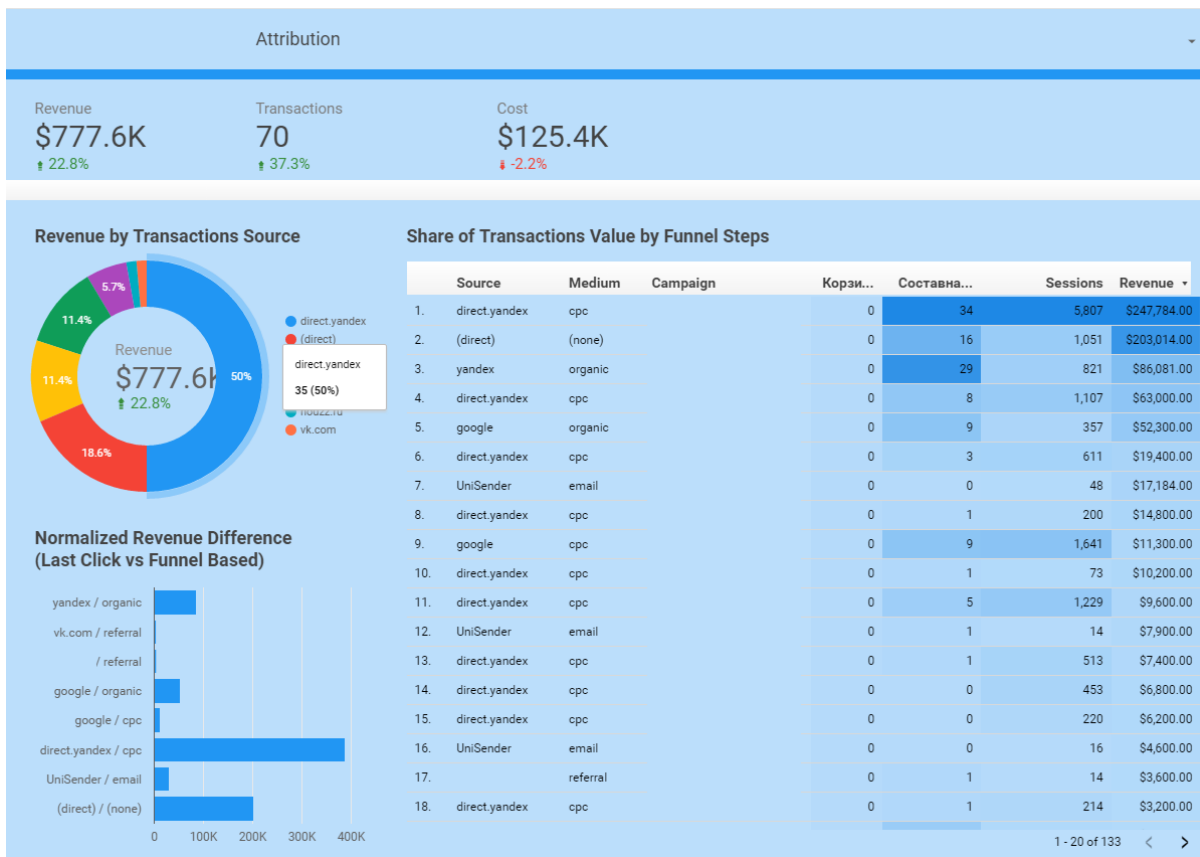
# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

<https://datastudio.google.com>



# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

<https://datastudio.google.com>



# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

<https://datastudio.google.com>



# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

<https://datastudio.google.com>

Product	Quantity	Unique ...	Product ...	Average ...	Average QTY
1. O 40 см	8	8	\$23,200.00	\$2,900.00	
2. M	7	7	\$38,467.55	\$5,495.36	
3. O <sub>1</sub>	7	7	\$23,100.00	\$3,300.00	
4. Г <sub>Г</sub>	3	3	\$15,900.00	\$5,300.00	
5. Ф	3	3	\$19,500.00	\$6,500.00	
6. С <sub>1</sub>	3	2	\$14,700.00	\$4,900.00	1
7. А <sub>1</sub>	2	2	\$9,856.00	\$4,928.00	
8. O	2	2	\$10,600.00	\$5,300.00	
9. К <sub>1</sub>	2	2	\$9,600.00	\$4,800.00	
10. А <sub>1</sub>	2	2	\$20,000.00	\$10,000.00	
11. Ф	2	2	\$16,800.00	\$8,400.00	
12. П <sub>Г</sub>	2	2	\$500.00	\$250.00	
13. С <sub>1</sub>	2	1	\$46,000.00	\$23,000.00	
14. M	2	2	\$14,800.00	\$7,400.00	
15. Ф	2	2	\$11,000.00	\$5,500.00	
16. Д	2	1	\$10,200.00	\$5,100.00	
17. M	2	2	\$15,200.00	\$7,600.00	
18. M	2	2	\$14,200.00	\$7,100.00	
19. Ф	2	2	\$29,000.00	\$14,500.00	
20. O <sub>1</sub>	1	1	\$6,200.00	\$6,200.00	

1 - 20 of 68 < >

# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

<https://datastudio.google.com>

Attribution all goals by Medium

Goal Conversion Rate

44.78%

↓ -7.0%

Goal Completions

6.5K

↓ -5.4%

Cost

\$382.4K

↑ 15.4%

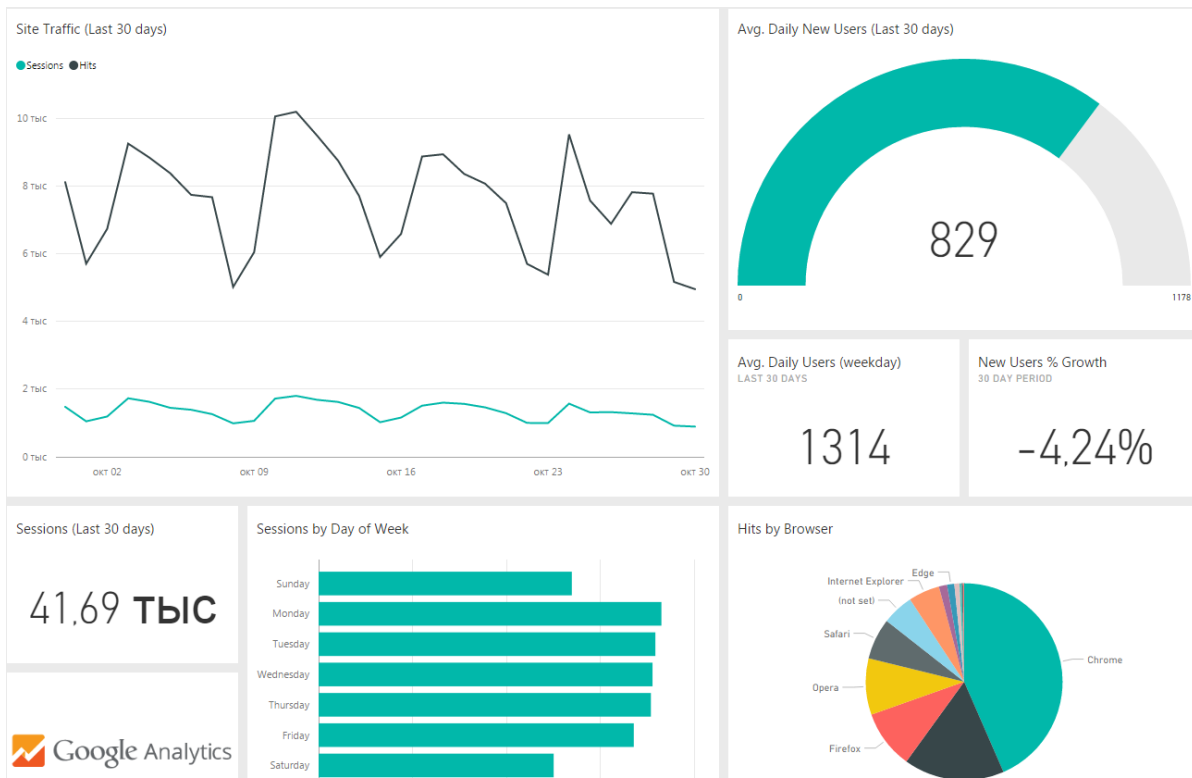
## Goals by Medium

	Medium	Sessions	Goal C...	Goal Conversion Rate	Просм...	Заказ обратного зв...	Заявка на ос...	Целева...	Подбор к...	Calltracking (Goal ...
1.	cpc	10,998	4,999	45.45%	2,862	14	8	1,546	0	19
2.	organic	1,903	809	42.51%	459	4	4	225	0	0
3.	(none)	1,002	541	53.99%	206	0	2	92	0	195
4.	referral	621	156	25.12%	91	1	0	46	0	0
5.	(not set)	14	8	57.14%	1	0	0	1	0	2
6.	Chat	9	1	11.11%	1	0	0	0	0	0
7.	cpc_katalog	5	2	40.00%	2	0	0	0	0	0



# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

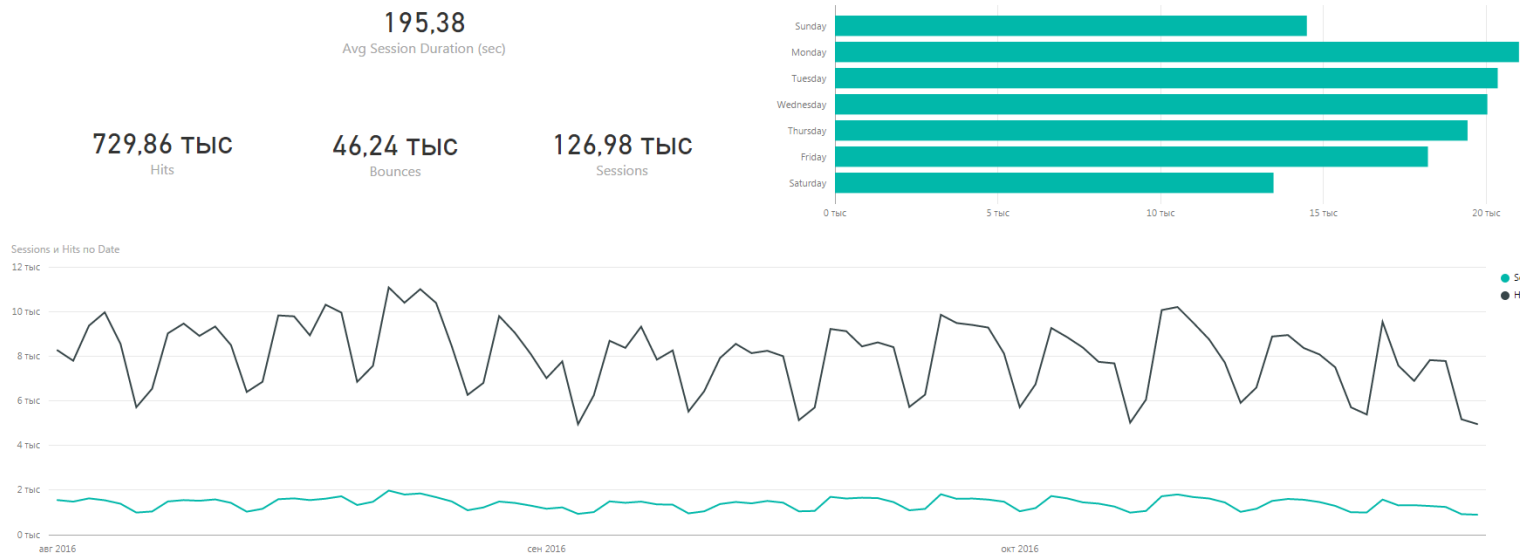
## Power BI



# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

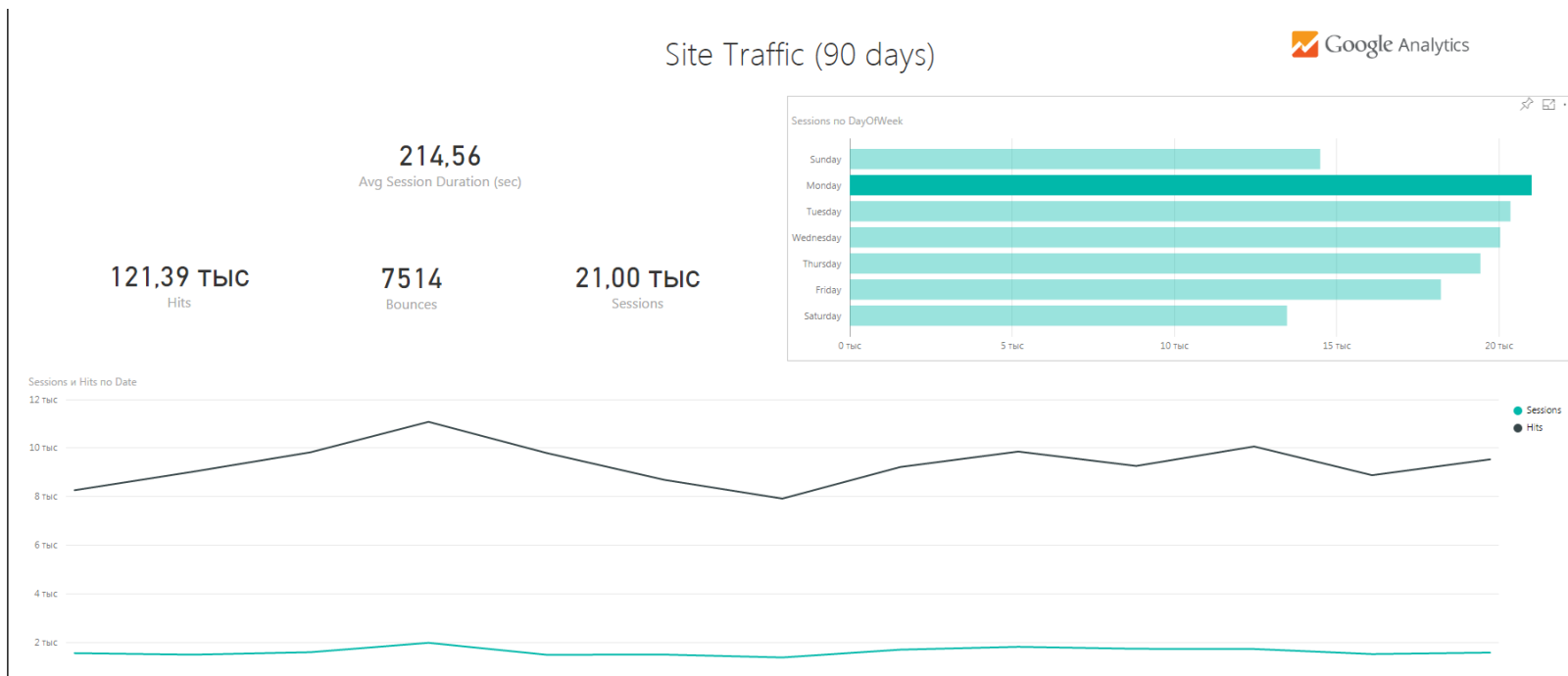
## Power BI

Site Traffic (90 days)



# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

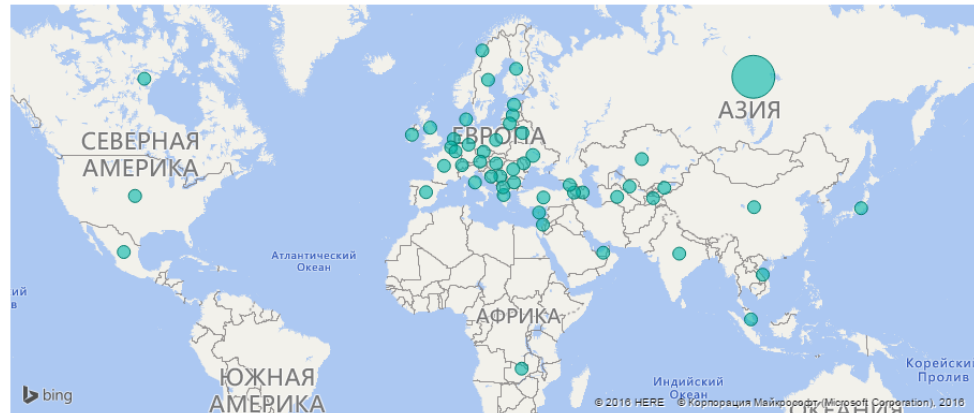
## Power BI



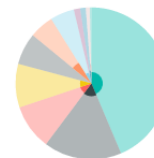
# Тема №5 Визуализируй и отправь директору

## Power BI

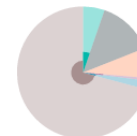
Sessions no Country



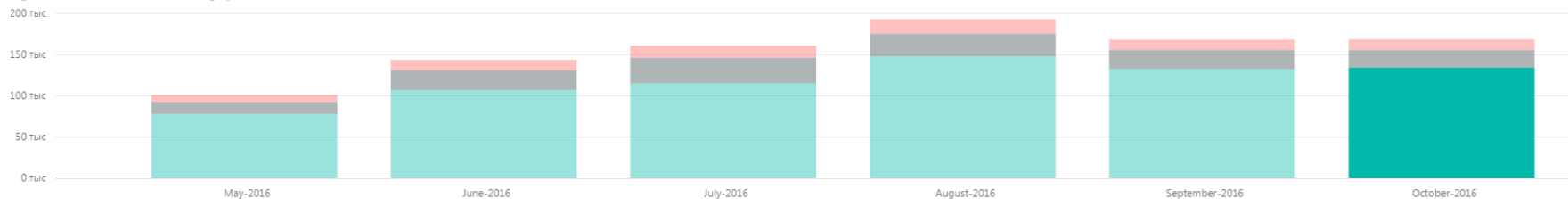
Hits no Browser



Hits no Operating System



Pageviews no MonthYear и Device Category



# 6

## Тема №6 Какие основные проблемы

# Тема №6 Какие основные проблемы

---

- Страх
- Страх
- Страх
- Сложно
- Время
- Деньги



7

## Тема №7 Кейсы

# Тема №7 Кейсы

## Результаты по объектам эконом, комфорт и бизнес класса после внедрения аналитики

Клиент

Многопрофильная группа компаний, осуществляющая строительство жилья, коммерческой недвижимости и инфраструктурных объектов во многих регионах страны, среди которых Москва и Московская область

Задача (KPI)

Стоимость приведенного звонка не должна превышать 5 927 р.



# Тема №7 Кейсы

## Результаты по объектам эконом, комфорт и бизнес класса после внедрения аналитики

В начале сотрудничества		Достижения в ходе работ		
	Было	Стало	Абсолютное	Относительное
Звонки	270	371	101	27%
СРО	5739,75	3776,46	-1 963,29р.	-52%

# Тема №7 Кейсы

## Результаты по объектам эконом, комфорт и бизнес класса после внедрения аналитики

---

Клиент

Компания специализируется на мультиформатном девелопменте недвижимости различного назначения — от объектов жилого назначения до общественных и коммерческих.

Задача (KPI)

Увеличить кол-во входящих качественных звонков

Качественные звонки — звонки с длительностью не менее 35 сек.

# Тема №7 Кейсы

## Результаты по объектам эконом, комфорт и бизнес класса после внедрения аналитики

В начале сотрудничества		Достижения в ходе работ		
	Было в начале сотрудничества	Стало сейчас	Абсолютное	Относительное
Звонки	17	203	<b>186</b>	<b>92%</b>
СРО	38 949,94р.	3 588,27р.	<b>-35 361,67р.</b>	<b>-985%</b>

# Тема №7 Кейсы

## Результаты по объектам эконом, комфорт и бизнес класса после внедрения аналитики

---

Клиент

Жилой комплекс бизнес класса в центре Москвы.

Задача (KPI)

Привлечь более 90 звонков и заявок в месяц.

# Тема №7 Кейсы

## Результаты по объектам эконом, комфорт и бизнес класса после внедрения аналитики

В начале сотрудничества		Достижения в ходе работ		
	Было в начале сотрудничества	Стало сейчас	Абсолютное	Относительное
Звонки	69	88	19	<b>22%</b>
Заявки	7	26	19	<b>73%</b>
CPO	13 543,49р.	8 900,46р.	<b>-4 643,03р.</b>	<b>-52%</b>



# 8

## Тема №8 Цена, время и какая выгода

# Тема №8 Цена, время и какая выгода

- **Полное внедрение всех изменений** – от 100 000 – 150 000 рублей
- **Углубленное изучение xls** – от 4000 рублей курс и 2 месяца
- **Настройка аналитики( шаблонизация)** – изначально от 2 недель. По шаблонам – от 1 часа
- **Коллтрекинг** – от 10000 рублей в месяц
- **Автоматизация** – изначально 1-2 недели. По шаблонам – от 1 часа
- **Визуализация** – от 1 недели до 2-3 месяцев. Google Data Studio – бесплатно. Нет обучения. Остальные платформы – дорогие платные курсы, от 50 000 рублей
- **Экономия времени (из расчета на 1 клиента СМБ уровня)** – 2 рабочих дня в месяц
- **Объем клиентов на 1 аналитика** – в обычной ситуации 3-5. Внедрив всё – до 20 легко.
- **Экономия ФОТ** – от 190 000 рублей в месяц на отдел аналитики
- **Новые доходы** – от 15% к бюджету в среднем. Длинные контракты
- **Оптимизация клиентских бюджетов** – средний результат 31% снижение маркетингового бюджета

# Спасибо

---

- Шивалин Сергей
  - [www.media-storm.ru](http://www.media-storm.ru)
  - **s.shivalin@media-storm.ru**
- <https://www.facebook.com/dlinnoyx>