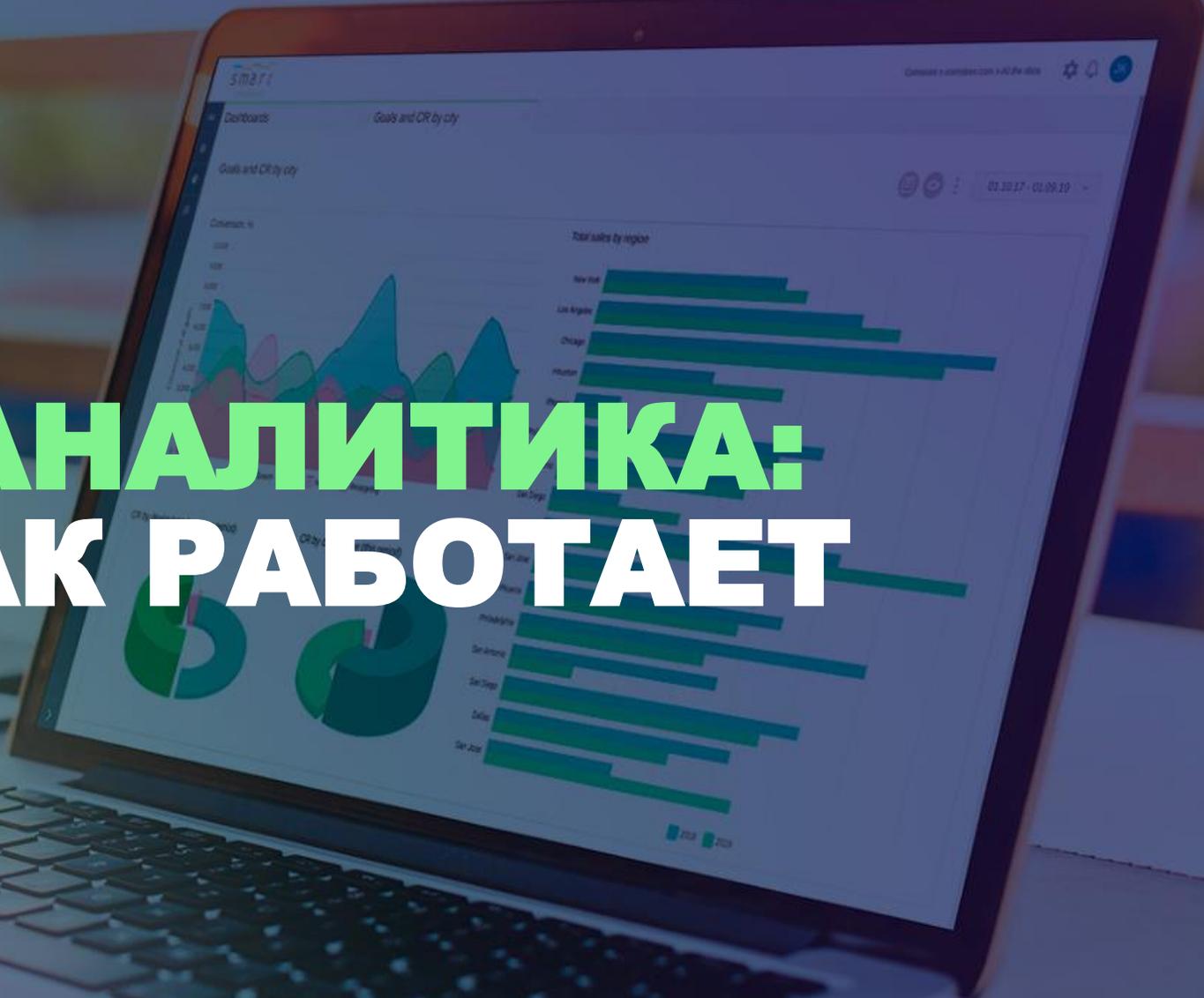




СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА: ЧТО ЭТО, КАК РАБОТАЕТ И ЗАЧЕМ?



ЧТО ТАКОЕ СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА

Определение:

Сквозная аналитика – это область маркетинговой аналитики, опирающаяся как на данные о маркетинговых расходах, так и на данные об ассоциированных с ними доходах, оперирующая цифровыми данными в денежном выражении по всем этапам воронки продаж, построенная на базе объединенных, детализированных и структурированных данных из всех источников, влияющих на эффективность маркетинговых коммуникаций.

- Расходы
- Показы
- Стоимость показа
- Клики
- Стоимость клика
- CTR
- ...

- Сеансы
- Конверсии на сайте
- Звонки
- Стоимость звонка
- Входящие обращения
- Цена обращения
- ...

- Новые лиды
- Цена лида
- Качественные лиды
- Цена кач. лида
- Конверсия в кач. лид
- Некачественные лиды
- Причины забраковки
- ...

- Количество сделок на каждом этапе
- Стоимость достижения каждого этапа
- Конверсии из этапа в этап
- Цикл сделки
- Стоимость сделки
- ROAS, ROI, ROMI
- DPP
- ...

- Яндекс .Директ
- Google Реклама
- Facebook
- Вконтакте
- Прочая реклама

- Конверсии на сайте или лендинге
- Звонки через коллтрекинг
- Прочие источники обращений

Новый лид в CRM

- Качественный лид
- Некачественный лид

- Неправильные контакты
- Нет нужной услуги
- Ошиблись номером
- ...

Потенциальный клиент

Назначен показ

Показ проведен

Бронь

Договор

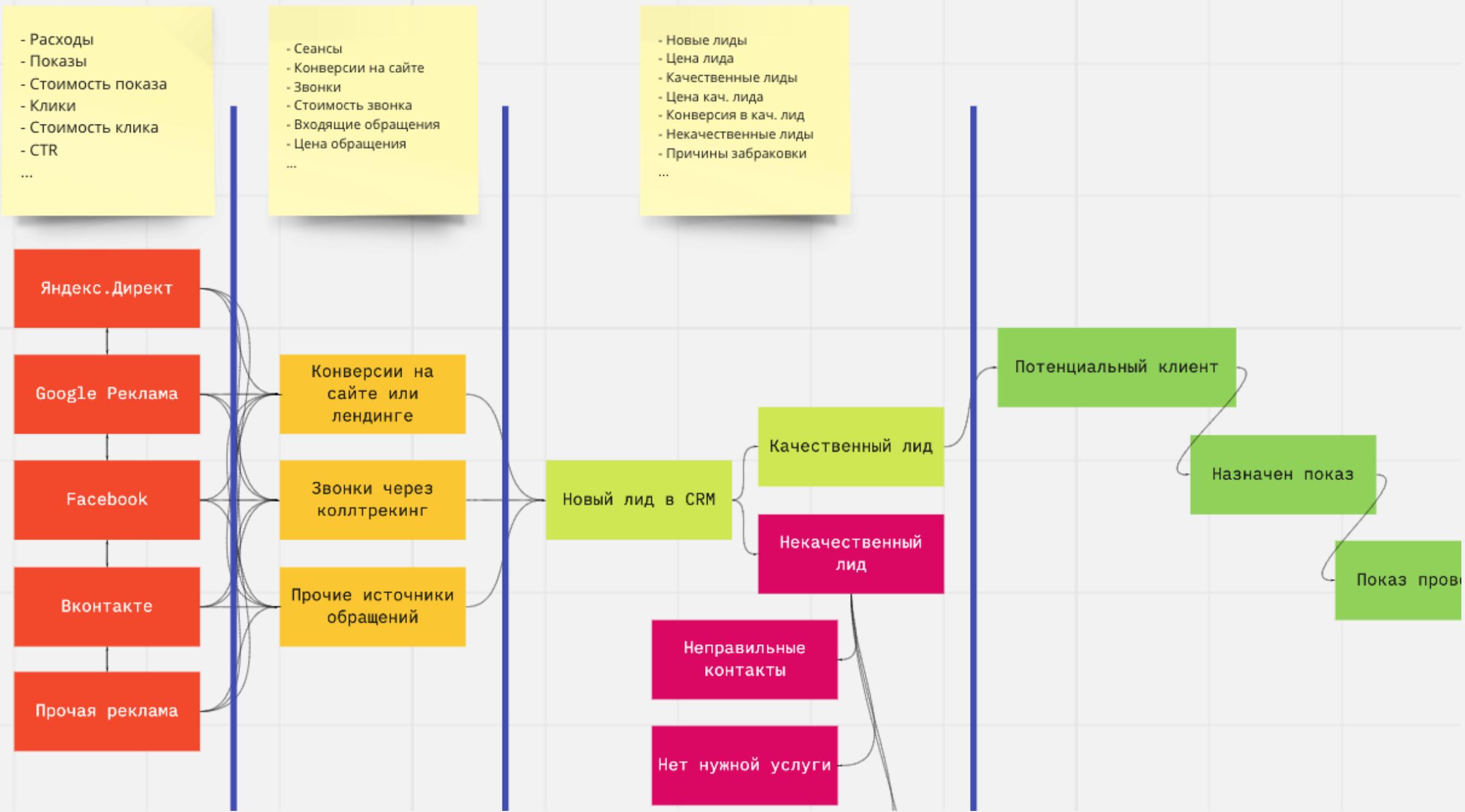
Регистрация

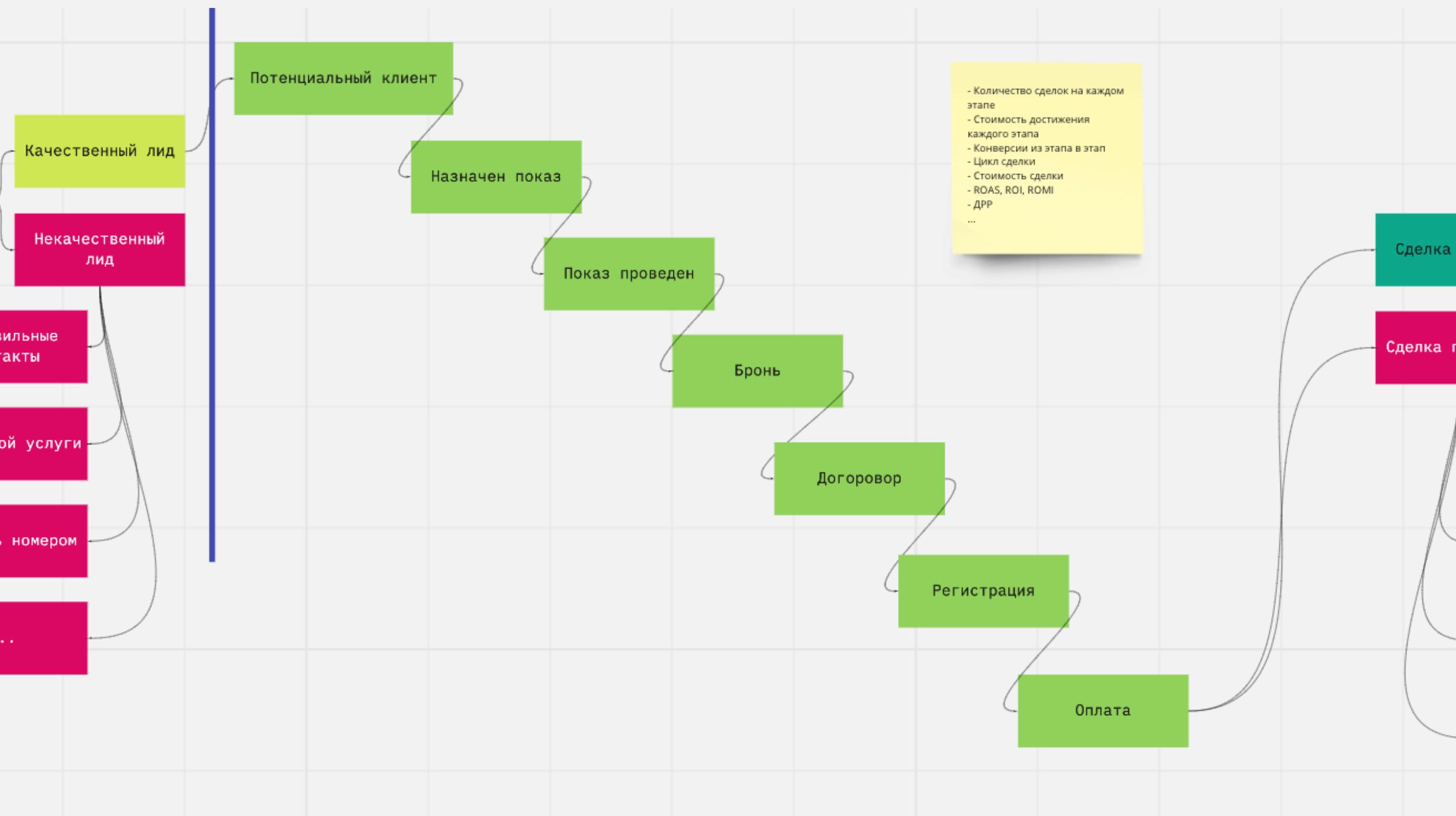
Оплата

Сделка успешна

Сделка провалена

- Не подошла цена
- Не подошел объект
- Плохая репутация
- ...





ЧТО ТАКОЕ СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА

Простыми словами:

Сквозная аналитика – это возможность проследить поток ваших клиентов от первого рубля, вложенного в рекламу до последней копейки, полученной обратно. Не посмотреть на две цифры – расход и доход, а изучить все максимально детально. С разбивкой на результаты разных рекламных источников, со стоимостью не только сделки, но и качественного лида, брони квартиры.

03



ОСОБЕННОСТИ АНАЛИТИКИ НЕДВИЖИМОСТИ

- Длинный цикл сделки
- «Самоходы»
- Кросс проектное представление

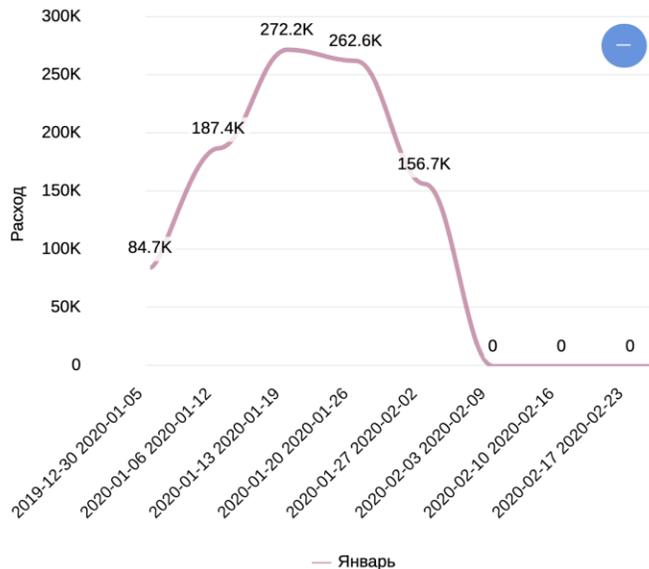
Расход/Доход СП

🔄 📅 👁️ ⋮ 📊 📄

Расход

₽

963 540

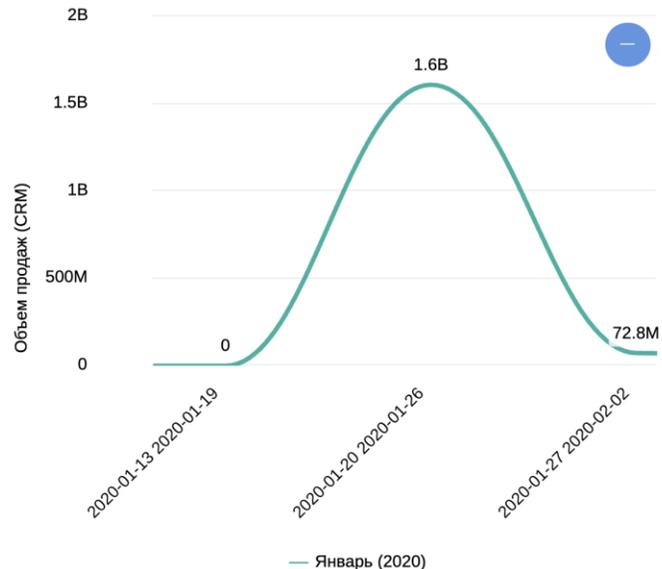


Объем продаж (CRM)

Объем продаж (CRM)

₽

1 680 737 572,5

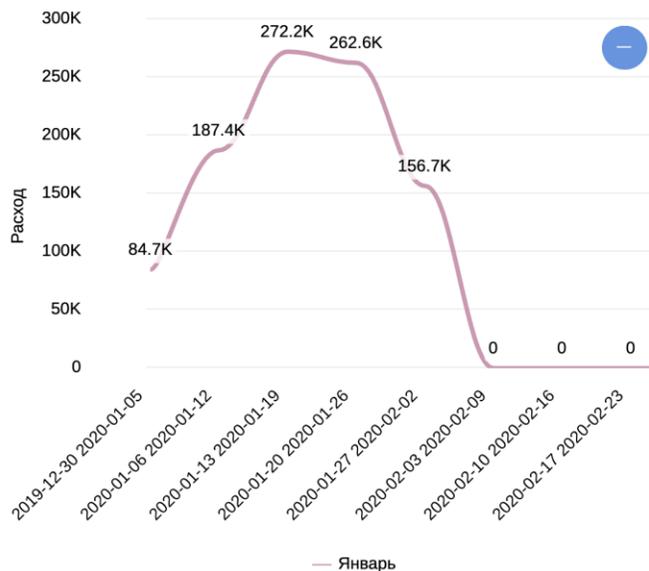


Расход/Доход СП

Расход

₽

963 540

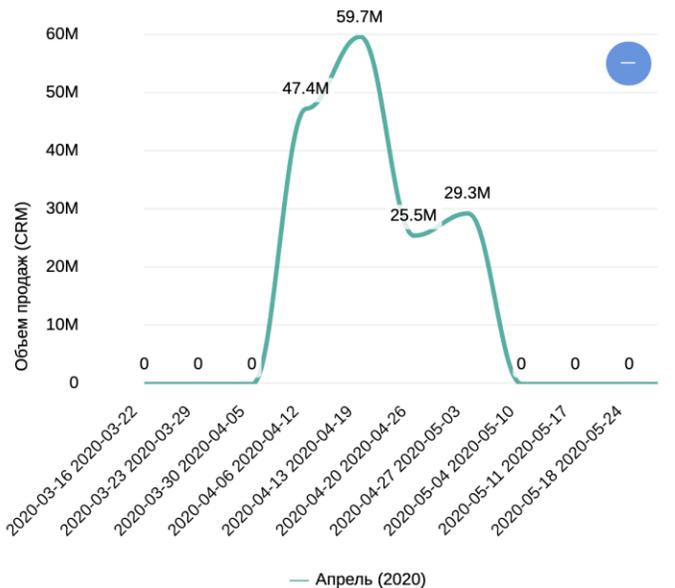


Объем продаж (CRM)

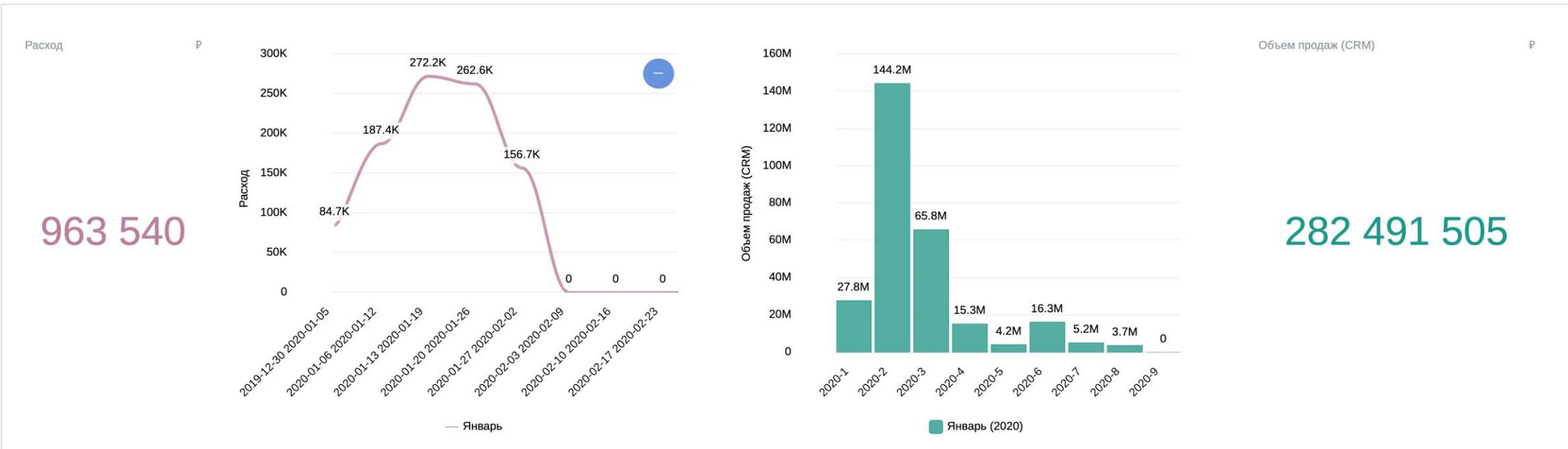
Объем продаж (CRM)

₽

161 938 241



Расход/Доход СП



03



ОСОБЕННОСТИ АНАЛИТИКИ НЕДВИЖИМОСТИ

- Длинный цикл сделки
- «Самоходы»
- Кросспроектное представление



**КАКИЕ ПОЛЕЗНЫЕ
ВЫВОДЫ ПОМОГАЕТ
ДЕЛАТЬ СКВОЗНАЯ
АНАЛИТИКА И
ОКУПАЕТСЯ ЛИ ОНА?**

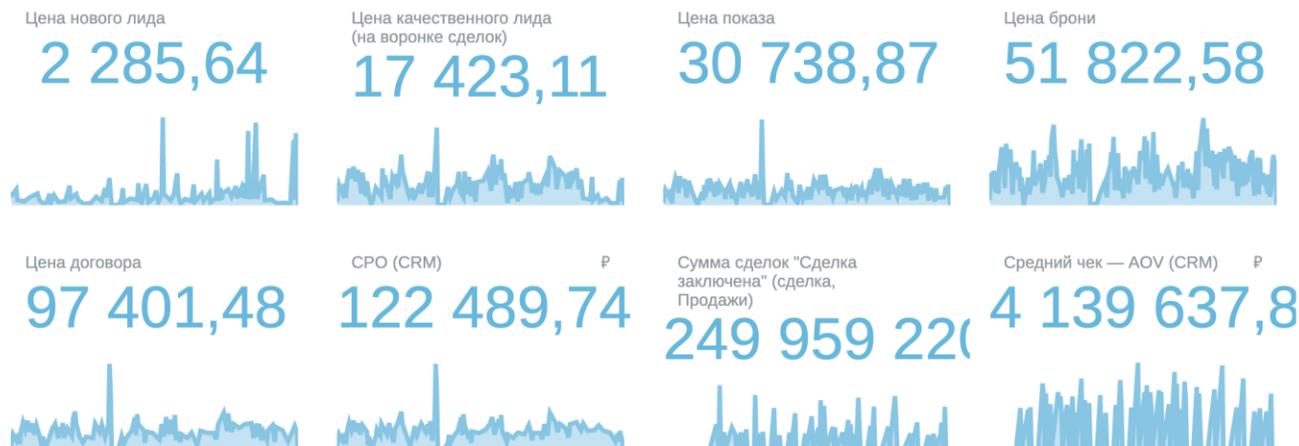
ДАННЫЕ НИЧЕГО НЕ МЕНЯЮТ САМИ ПО СЕБЕ

Функция сквозной аналитики – сбор данных. Собранные данные сами по себе не меняют ситуацию и не делают бизнес эффективнее. Прибыль приносят решения, принятые на основе данных. Чтобы сквозная аналитика принесла реальные результаты, необходимо правильно работать с данными и принимать на их основе осознанные взвешенные решения.

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ ДАННЫХ

Анализируя данные, мы стараемся максимально точно локализовать самые эффективные и неэффективные сегменты, в рамках нашей основной целевой метрики и набора контрольных, постепенно спускаясь по пирамиде метрик и добавляя новые параметры.

024_MO_HK_Маркетинговая воронка от лида до продажи



Динамика расхода и объема продаж



Атрибуция Фактические данные



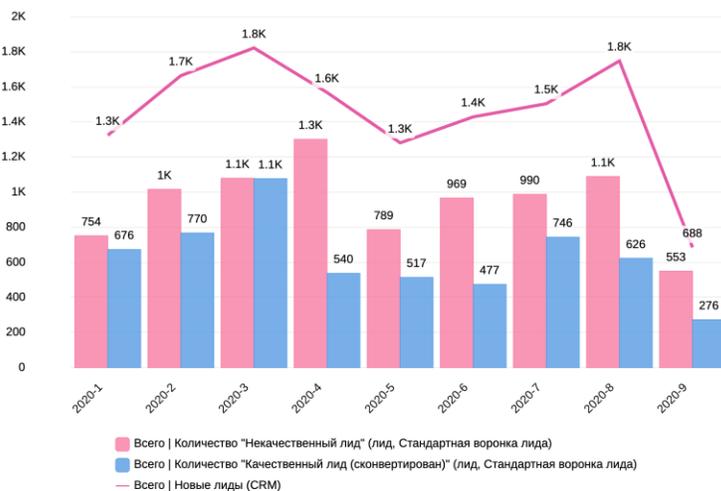
<input checked="" type="checkbox"/>	Источник / канал	Расход	Новые лиды (CRM) У	Цена нового лида	Количество "Качественный лид (сделка)" (сделка, Продажи) У	Цена качественного лида (на воронке сделок)	Количество "Показ проведен" (сделка, Продажи) У	Цена показа	Количество "Бронь" (сделка, Продажи) У	Цена брони	Количество "Договор" (сделка, Продажи) У	Цена
	источник / канал тип рк ×											
	кампания (с площадки) ×	8 084 323 ₽	3 537	2 285,64	464	17 423,11	263	30 738,87	156	51 822,58	83	9
<input type="checkbox"/>	+ direct/none	0	1 105	0	108	0	63	0	37	0	17	0
<input type="checkbox"/>	+ yandex/cpc	6 281 281	747	8 408,68	119	52 783,87	49	128 189,41	29	216 595,9	15	41
<input type="checkbox"/>	+ google/cpc	1 502 832	391	3 843,56	55	27 324,22	32	46 963,5	17	88 401,88	7	21
<input type="checkbox"/>	+ no_adv/static_calls	0	224	0	31	0	13	0	5	0	2	0
<input type="checkbox"/>	+ google/organic	0	195	0	19	0	22	0	14	0	5	0
<input type="checkbox"/>	+ yandex/organic	0	175	0	27	0	16	0	13	0	8	0
<input type="checkbox"/>	+ internal/none	0	151	0	23	0	19	0	19	0	10	0
<input type="checkbox"/>	+ vk.com/referral	0	92	0	14	0	8	0	2	0	1	0
<input type="checkbox"/>	+ seo/organic	0	79	0	11	0	7	0	4	0	3	0
<input type="checkbox"/>	+ yandex.ru/referral	0	38	0	4	0	2	0	2	0	2	0

021_MO_K_Квалификация лидов СП

год/месяц лида (сгм) +

Экспорт, Печать, Зум, Страница 1 из 1

Динамика количества качественных и некачественных лидов



Новые лиды (CRM)

13 051

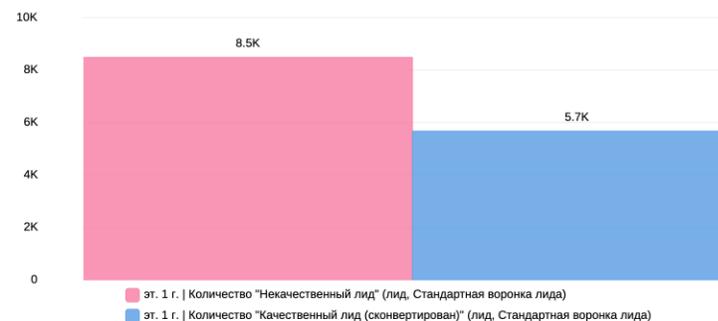
Доля качественных лидов, %

43,61

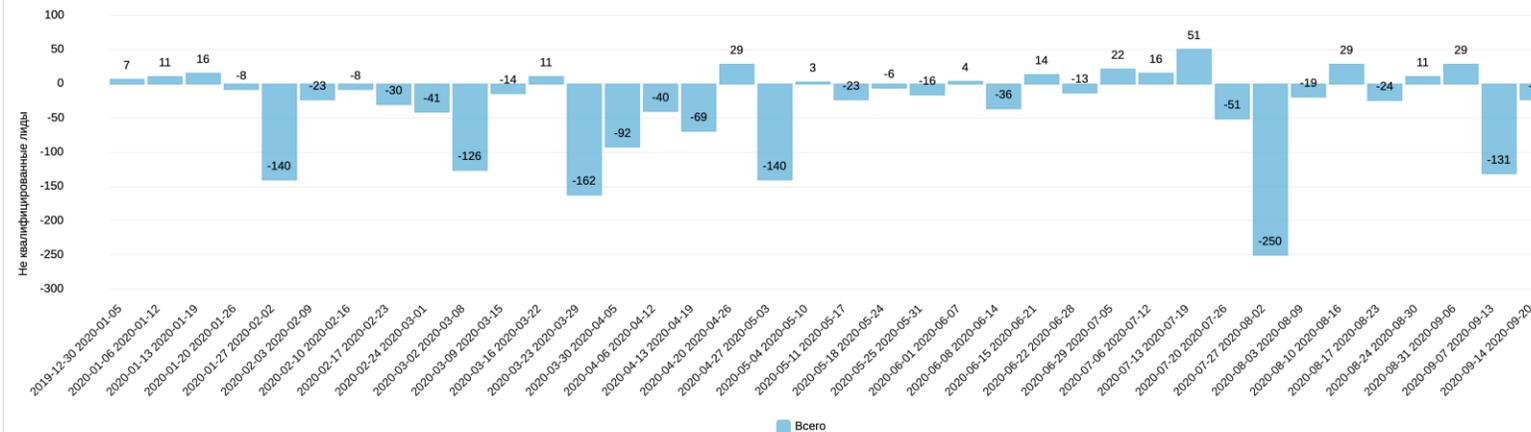
Доля некачественных лидов, %

65,16

Соотношение количества качественных и некачественных лидов



Количество не квалифицированных день в день лидов



03_Обращения по дням недели и часам (тест)

тип трафика | smarta...

посл. 1 мес.

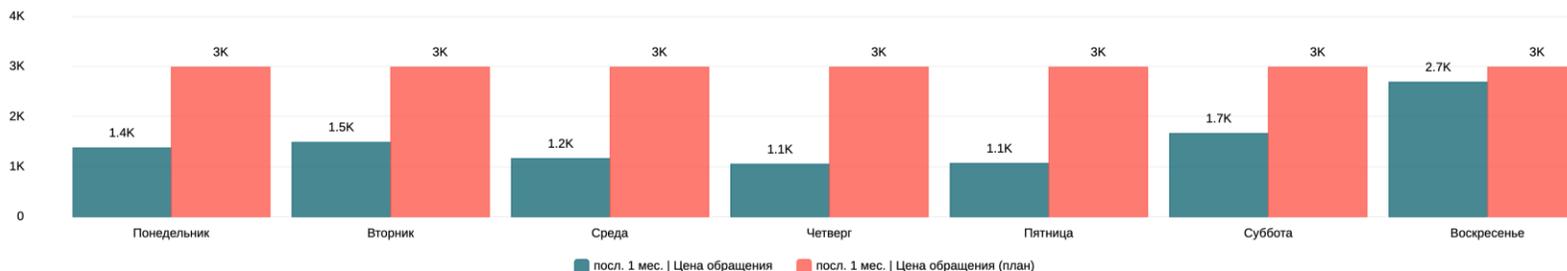
Количество обращений

Понедельник	1	0	0	0	0	0	0	1	1	3	11	14	17	13	6	13	16	12	8	6	0	3	1	0
Вторник	0	1	0	0	0	0	0	1	3	1	7	8	11	20	14	3	7	9	7	6	2	1	0	1
Среда	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	9	6	8	5	5	7	4	3	18	4	1	1	7	0
Четверг	0	2	0	0	0	0	3	4	3	5	5	14	7	6	8	13	10	18	21	3	1	1	1	1
Пятница	5	0	0	0	0	0	0	0	2	1	8	3	9	4	3	12	4	11	3	3	3	1	0	1
Суббота	1	1	0	0	0	2	0	0	1	3	9	11	6	6	4	13	5	8	3	3	4	1	0	1
Воскресенье	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	4	3	5	3	7	3	0	0	7	2	0	0	0
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23

Цена обращения

Понедельник	1.3K	707	320	1.2K	792	739	2.2K	2.8K	4.7K	2.8K	520.4	490.2	552.1	557	1.2K	462.9	544.2	547	726.1	1.1K	4.3K	2.3K	7.2K	6.9K
Вторник	945	922	750	1K	760	1.2K	1.4K	2.5K	1.2K	6.1K	845	674.3	657.5	438.7	588.6	2.5K	894.7	686.1	1K	952.5	3.5K	6.9K	5K	5.1K
Среда	726.5	1.1K	365	627	496	1.2K	1.6K	2.8K	3.1K	2.3K	418.4	1.2K	595.9	1.3K	1.1K	740.6	1.3K	1.3K	213.4	897.3	6K	4.1K	744.6	4.4K
Четверг	1K	368	151	482	268	731	1.1K	414.5	1K	930.8	1K	414.6	910.9	1.2K	804.4	435.9	575	318.8	225.8	1.3K	9.4K	5K	5.5K	5.4K
Пятница	276.4	754	942	804	991	1.3K	1.9K	3K	2.2K	4K	892.5	2.4K	700.8	1.6K	1.7K	470.7	1.5K	535.6	2K	1.9K	2.1K	5.6K	5.9K	5.3K
Суббота	2.5K	1.2K	784	830	746	549	2.4K	2.8K	3.7K	1.6K	666.4	625.7	930	992.7	1.2K	465.8	975.2	893	1.5K	2K	1.5K	5.5K	6.1K	4.9K
Воскресенье	1.5K	930	492	711	542	1.2K	2.6K	1.9K	2.6K	2.8K	4K	1.5K	1.7K	1.1K	2.9K	574.7	5.6K	7.7K	6.9K	1.4K	4.1K	8.9K	13.8K	5.8K
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23

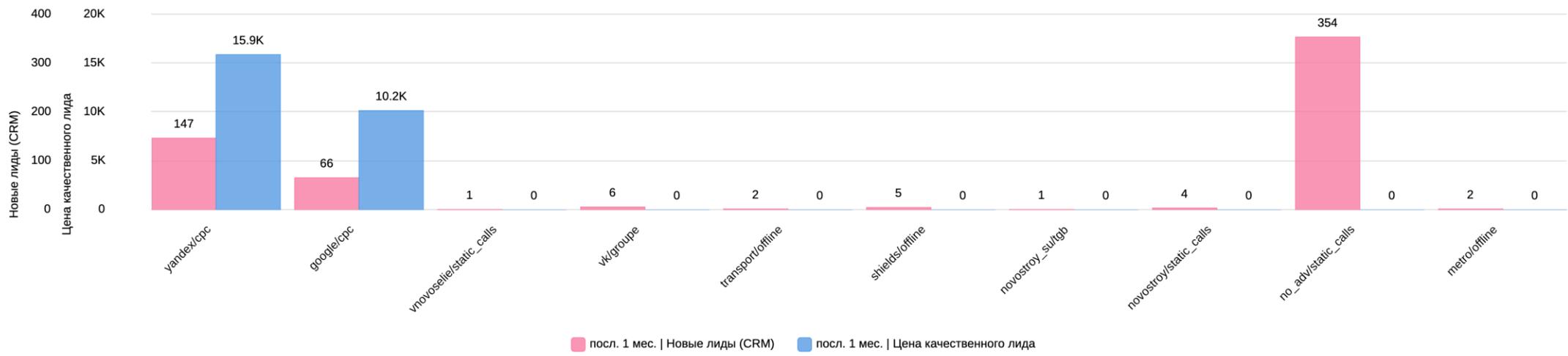
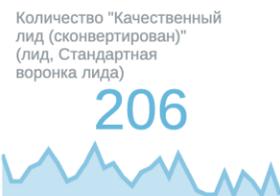
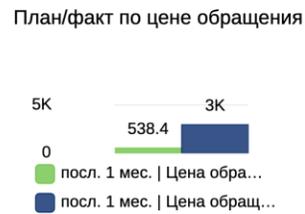
План/факт по цене обращения по дням недели



013МО_НК_Маркетинговый план/факт до кач. лида СП

тип рк | тип трафика | campai...

посл. 1 мес.



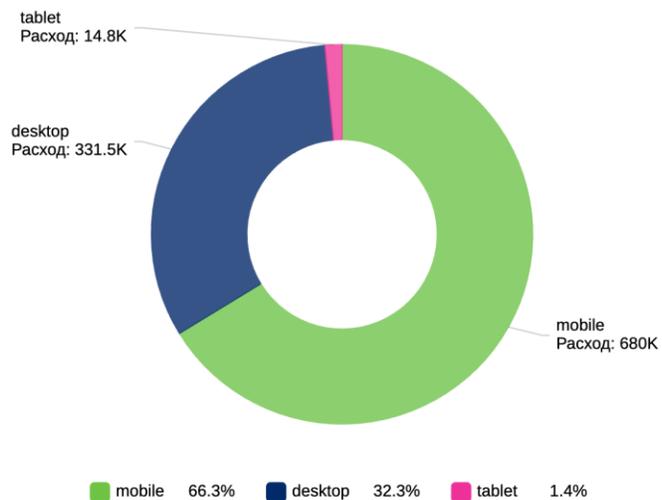
посл. 1 мес. | Новые лиды (CRM) | посл. 1 мес. | Цена качественного лида

06_Маркетинг по типам устройств

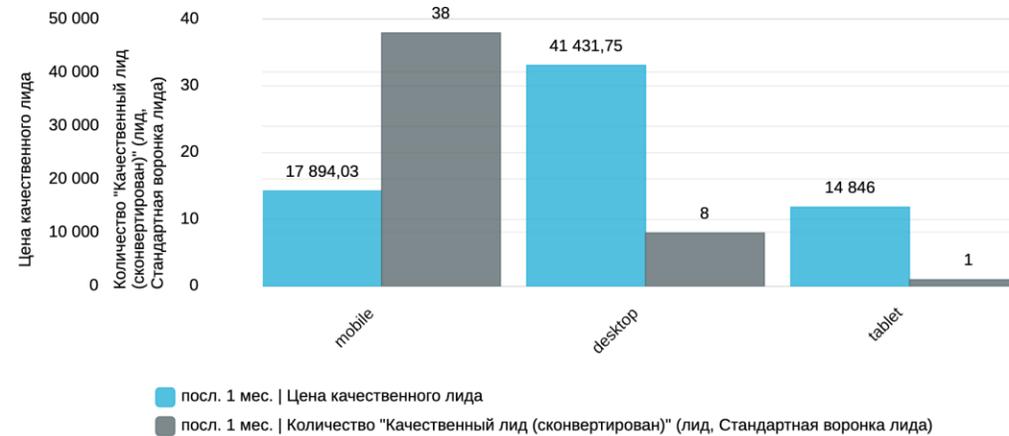
тип устройства (с площад... +

посл. 1 мес. ▾

Расход по типам устройств



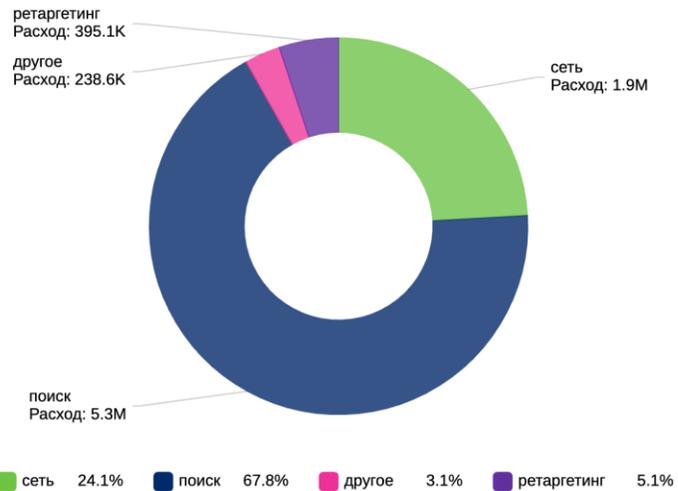
Цена качественного лида по типам устройств



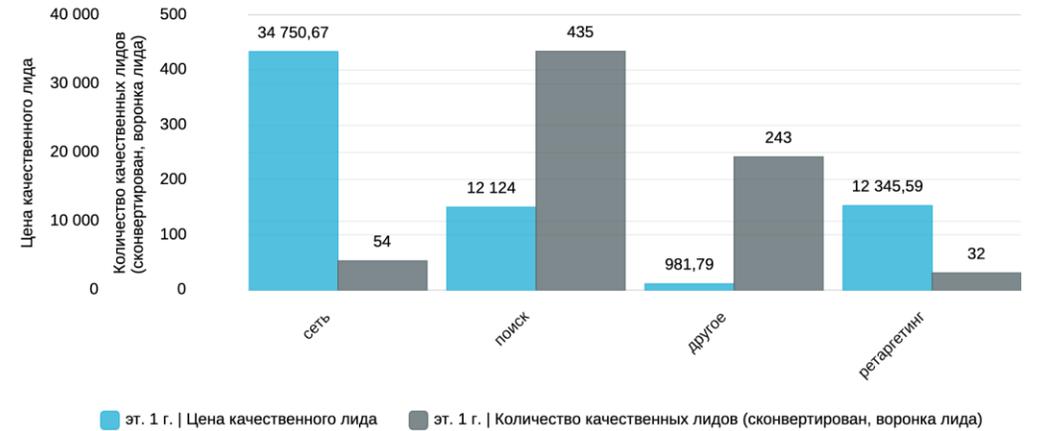
015_MO_НК_Маркетинг по типам РК

тип трафика | campai... × +

Расход по типам РК



Цена качественного лида по типам РК



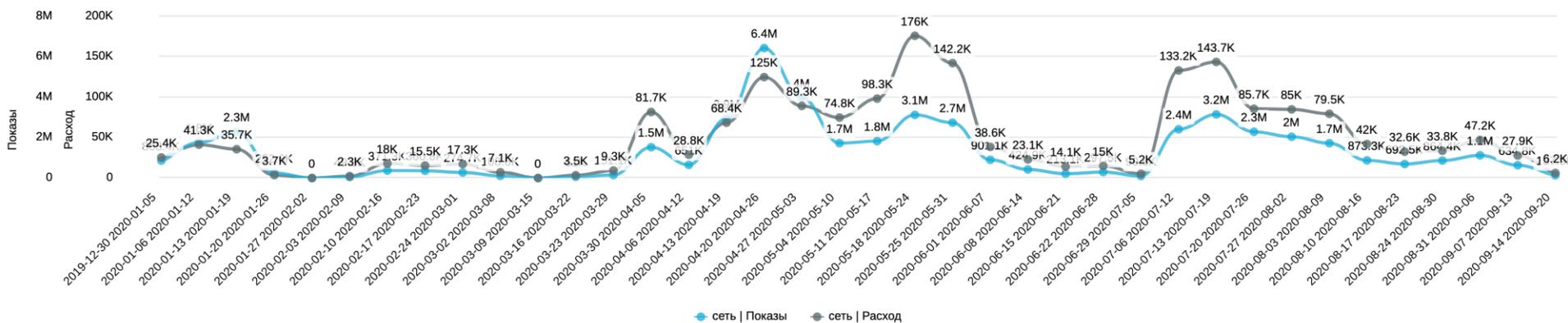
Атрибуция: Фактические данные ▾

Корреляция новых лидов с показами на сети

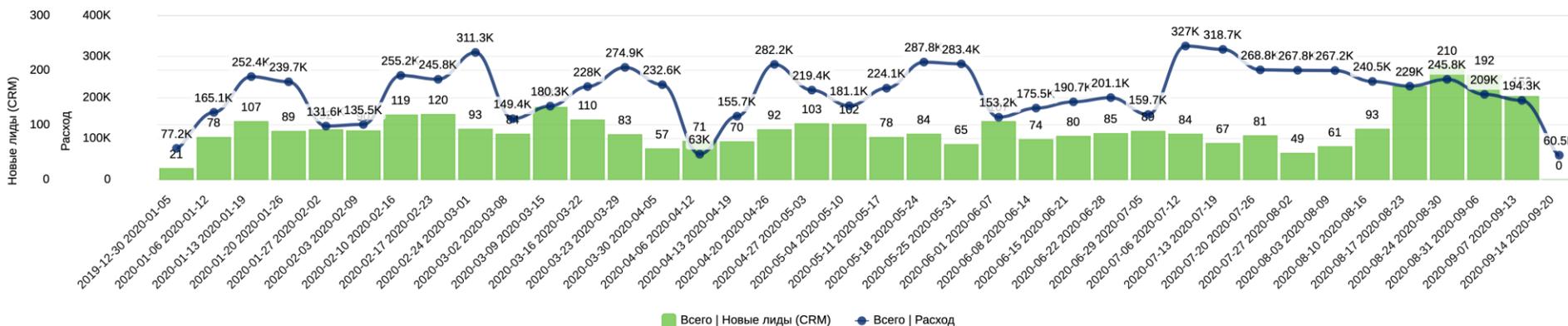
тип рк +

🔄 📄 📌 🖨️ 👁️ ⋮ эт. 1 г. ▾

Показы по сетевым кампаниям



Общий расход на маркетинг и количество новых лидов



Атрибуция Фактические данные ▾

🔍 📄 📌 🖨️ ⚙️

Новый отчет

тип РК (путь) +

эт. 1 г. ▾

Атрибуция Фактические данные

Включить ▾
Тип РК (путь) ▾
Содержит ▾

×
+

Применить
Отмена

Тип РК (путь)	Новые лиды (CRM)
тип РК (путь) +	414 % от общего количества: 11.7 % (3 536)
<input type="checkbox"/> [сеть]x1.4	108
<input type="checkbox"/> [другое]x13.5 → [сеть]x1.5 → [другое]x8.5	17
<input type="checkbox"/> [другое]x1.9 → [сеть]x1.6	16
<input type="checkbox"/> [сеть]x3.2 → [другое]x1.3 → [сеть]x2.8	14
<input type="checkbox"/> [поиск]x1.4 → [сеть]x1.6	12
<input type="checkbox"/> [сеть]x1.7 → [другое]x1.8	11
<input type="checkbox"/> [поиск]x1.5 → [другое]x1.7 → [сеть]x2	7
<input type="checkbox"/> [поиск]x7 → [ретаргетинг] → [поиск]x82 → [другое]x29 → [сеть]x2 → [другое] → [сеть]x3 → [другое] → [сеть] → [другое]x5 Подробнее	6
<input type="checkbox"/> [другое]x9.9 → [сеть]x1.1 → [другое]x6.7 → [поиск] → [другое]x7.3	6
<input type="checkbox"/> [сеть]x1.7 → [ретаргетинг]x1.7	5
<input type="checkbox"/> [ретаргетинг]x1.6 → [сеть]x1.6	5
<input type="checkbox"/> [поиск]x1.6 → [сеть]x1.2 → [поиск]x2.9 → [другое]x1.7	5
<input type="checkbox"/> [сеть]x1.9 → [поиск]x1.5 → [сеть]x2.1	4
<input type="checkbox"/> [сеть]x1.5 → [поиск]x1.4	4
<input type="checkbox"/> [поиск]x3.1 → [другое]x2.5 → [поиск]x1.9 → [сеть]x2.1	4
<input type="checkbox"/> [другое]x3 → [поиск]x2 → [другое]x10 → [сеть] → [другое] → [сеть] → [другое]x5 → [сеть]x1.5 → [другое]x5.5 → [сеть] Подробнее	4
<input type="checkbox"/> [другое]x2 → [поиск] → [другое]x2 → [поиск]x2 → [другое] → [поиск]x2 → [другое]x2 → [поиск]x44 → [другое]x23 → [поиск]x27 Подробнее	4
<input type="checkbox"/> [ретаргетинг]x4 → [другое] → [сеть] → [ретаргетинг]x3 → [поиск] → [другое]x9 → [ретаргетинг]x2 → [сеть] → [ретаргетинг]	3
<input type="checkbox"/> [ретаргетинг]x3 → [поиск]x2 → [ретаргетинг]x2 → [другое]x2 → [ретаргетинг]x3 → [другое]x10.5 →	2

Цепи с сетью и дорогами лидами

кампания (utm_campaign)... +

et. 1 г. v

Атрибуция Фактические данные

Search, Filter, Check, Settings icons

Включить v	Цена нового лида v	Больше v	15000 x
Включить v	Кампания (utm_campaign) (путь) v	Содержит v	rsya x +

Применить Отмена

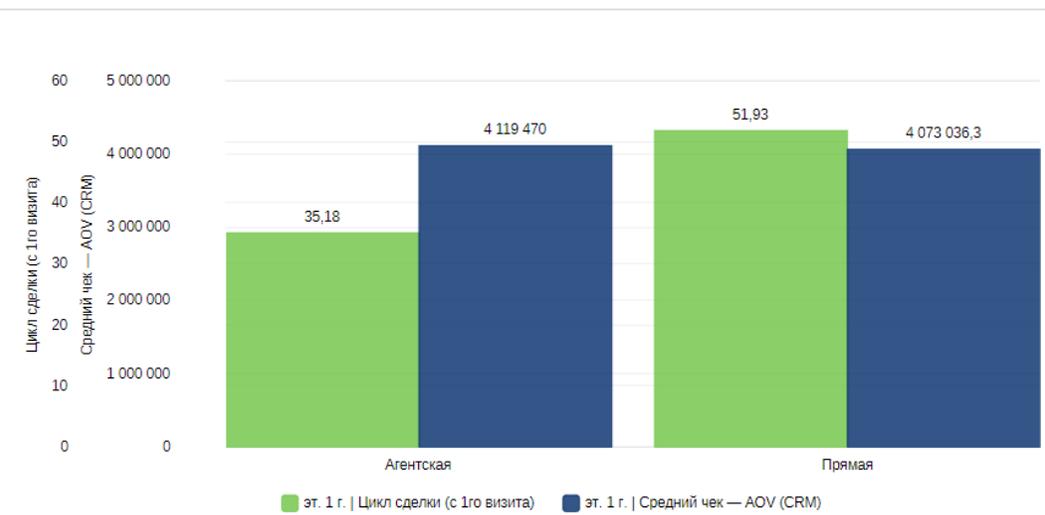
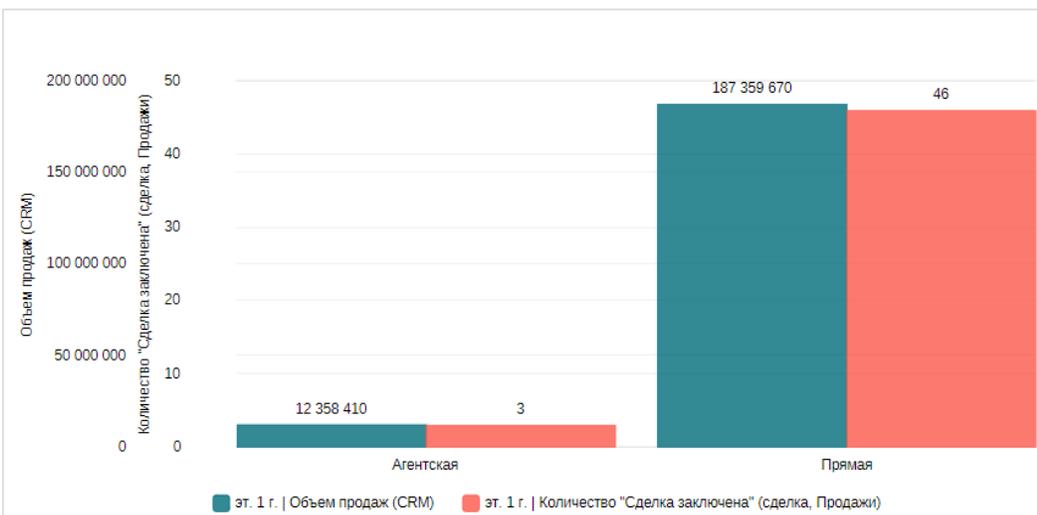
Кампания (utm_campaign) (путь)	Расход	Новые лиды (CRM)	Цена нового лида
кампания (utm_campaign)... +	305 916 ₺ % от общего количества: 4.8 % (6 362 277 ₺)	14 % от общего количества: 0.39 % (3 537)	21 851,14 % от общего количества: 1,214.77 % (1 798,78)
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	74 701	4	18 675,25
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	53 937	3	17 979
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	32 456	2	16 228
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	15 408	1	15 408
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	22 163	1	22 163
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	16 668	1	16 668
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	39 986	1	39 986
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	15 744	1	15 744
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	15 247	0	15 247
[utm_source=google&utm_medium=ppc&utm_campaign=...]	19 606	0	19 606

<input checked="" type="checkbox"/>	Источники	Сеансы	Пользователи	Показы	Клики	Расход	Новые эффе звонки
-------------------------------------	-----------	--------	--------------	--------	-------	--------	----------------------

ИСТОЧНИКИ

источник / канал x +

<input type="checkbox"/>	+ Прямой заход	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ Яндекс.Директ	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ google реклама	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ [blurred]	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ Циан	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ Посетители без рекла мной кампании	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ Новострой	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ ДомКлик [domclick.ru]	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ Вконтакте	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ sms рассылка	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ SEO	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ [blurred]	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ [blurred]	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ Off-line - Щиты	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ [blurred]	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000
<input type="checkbox"/>	+ Avito	1000	1000	1000000	100000	100000000	1000



Название диаграммы:
 Тип: Столбчатая
 Время: Все данные
✕ Удалить диаграмму

x [Все данные] y Объем продаж (CRM) z Количество "Сделка заключен...

Атрибуция: Фактические данные

03. Формы оплаты

форма оплаты (сделка, п... +

🔄 📊 ⬇️ 📄 👁️ ⋮ эт. 1 г. ▾

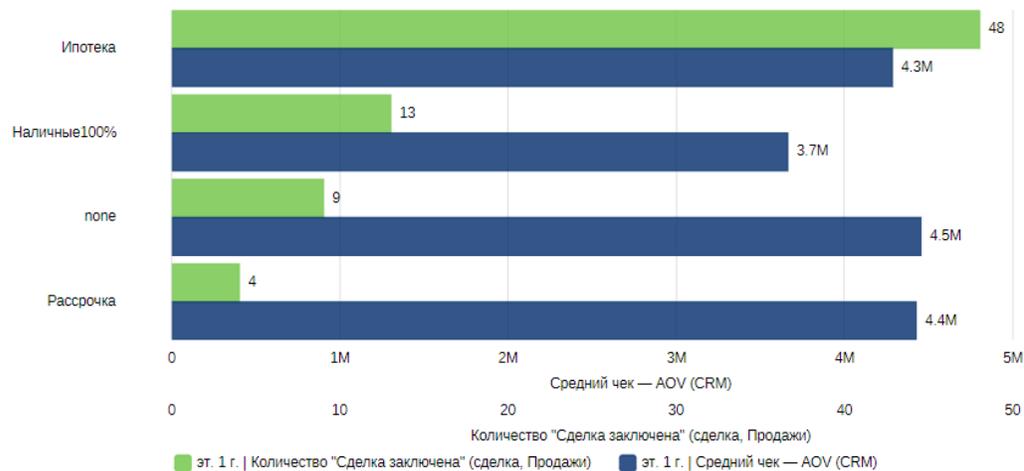
Рассрочка
Объем продаж (CRM): 17.7M
Средний чек — AOV (CRM): 4.4M

none
Объем продаж (CRM): 40.1M
Средний чек — AOV (CRM): 4.5M

Наличные100%
Объем продаж (CRM): 47.6M
Средний чек — AOV (CRM): 3.7M

Ипотека
Объем продаж (CRM): 205.5M
Средний чек — AOV (CRM): 4.3M

■ Ипотека 66.1% ■ Наличные100% 15.3% ■ none 12.9% ■ Рассрочка 5.7%



Атрибуция

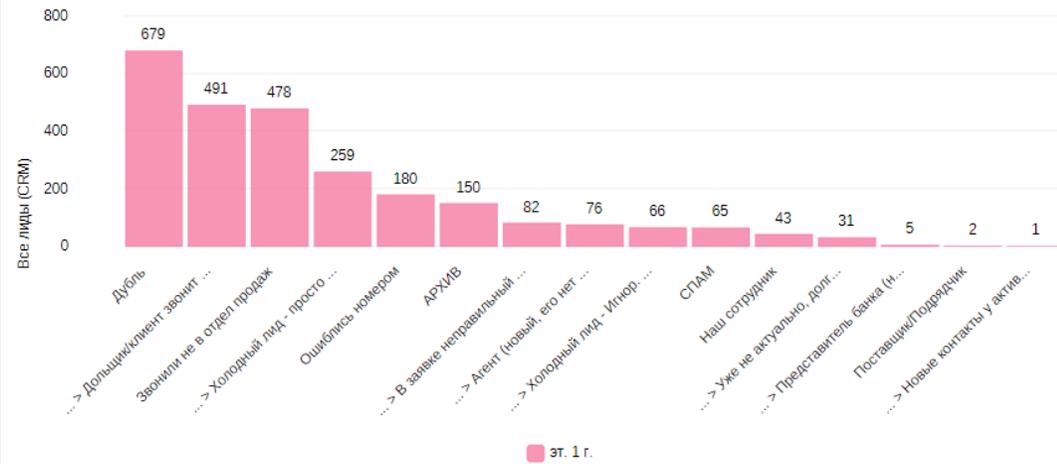
🔍 📄 ✓ ⚙️

08. Причины отказа

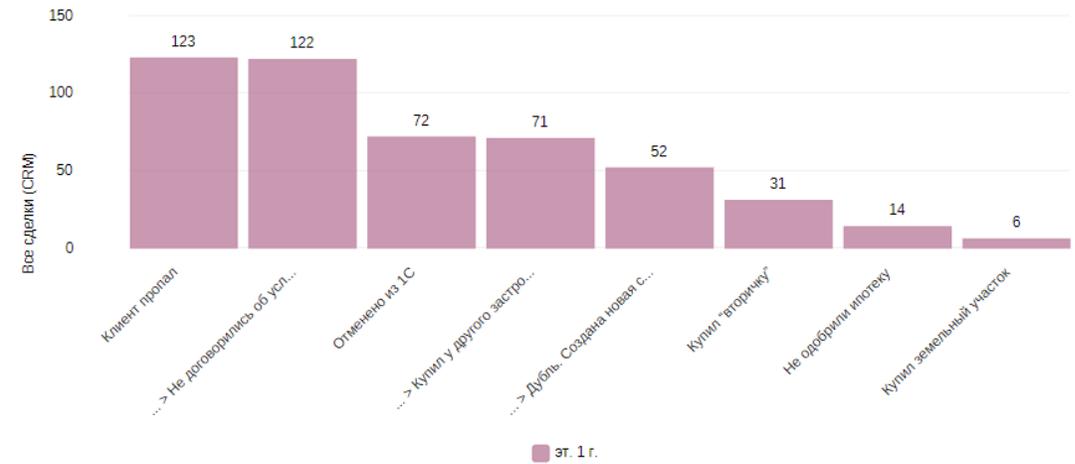
причина отказа (сгм) +

🔄 📊 ⬇️ 📷 👁️ ⋮ эт. 1 г. ▾

Причина отказа по лидам



Причина отказа по сделкам



525_AM_K_Выявление забракованных качественных лидов

ссылка на сделку в црм (+)

эп. 1 г.

Атрибуция

Фактические данные

<input type="checkbox"/>	Ссылка на сделку в ЦРМ (CRM)	Новые лиды (CRM)
<input type="checkbox"/>	ссылка на сделку в црм (...)	396
	статус сделки (crm) (путь) (+)	% от общего количества: 11.19 % (3 536)
<input checked="" type="checkbox"/>	/lead/details/83748/	1
	[none]x2 → [Новое обращение] → [none] → [Новое обращение] → [none] → [Новое обращение]x2 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид]x6 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид] Подробнее	6
<input checked="" type="checkbox"/>	/lead/details/83002/	1
	[none]x2 → [Новое обращение] → [none] → [Новое обращение] → [none] → [Новое обращение]x2 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид]x6 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид] Подробнее	6
<input checked="" type="checkbox"/>	/lead/details/82934/	1
	[none] → [Качественный лид (сделка)] → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Согласование показа] → [none] → [Некачественный лид]	2
<input checked="" type="checkbox"/>	/lead/details/82842/	1
	[none] → [Качественный лид (сделка)] → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Согласование показа] → [none] → [Некачественный лид]	2
<input checked="" type="checkbox"/>	/lead/details/82802/	1
	[none] → [Новое обращение] → [none] → [Новое обращение] → [Квалификация лида]x3 → [Качественный лид (сделка)] → [Квалификация лида]x2 → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Некачественный лид] → [Согласование показа]	2
<input checked="" type="checkbox"/>	/lead/details/82800/	1
	[none] → [Новое обращение] → [none] → [Новое обращение] → [Квалификация лида]x3 → [Качественный лид (сделка)] → [Квалификация лида]x2 → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Некачественный лид] → [Согласование показа]	2
<input checked="" type="checkbox"/>	/lead/details/82784/	1
	[none] → [Новое обращение] → [Квалификация лида]x4 → [Качественный лид (сделка)] → [Квалификация лида] → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Качественный лид (сделка)] → [none] → [Новое обращение] → [Некачественный лид] Подробнее	2
<input checked="" type="checkbox"/>	/lead/details/82740/	1

525_AM_K_Выявление забракованных качественных лидов

ссылка на сделку в црм (...)

эп. 1 г.

Атрибуция Фактические данные

Ссылка на сделку в CRM (CRM)	Менеджер	Статус сделки (CRM) (путь)	Новые лиды (CRM)
------------------------------	----------	----------------------------	------------------

ссылка на сделку в црм (...)

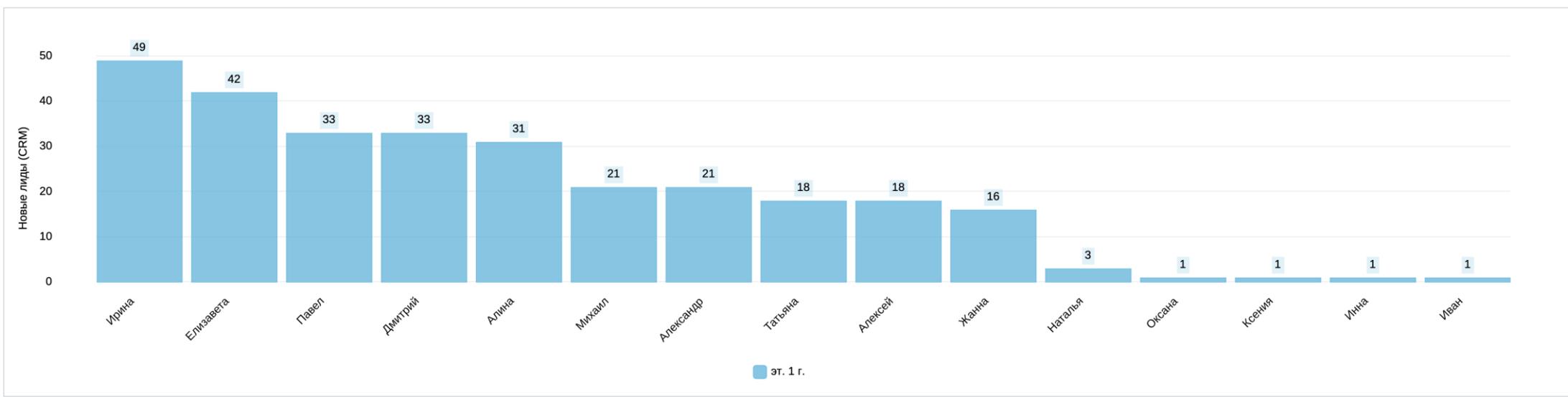
396
% от общего количества: 11.19 % (3 537)

<input type="checkbox"/>	Елизавета	[поле]x2 → [Новое обращение] → [поле] → [Новое обращение] → [поле] → [Новое обращение]x2 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид]x6 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид] Подробнее	1
<input type="checkbox"/>	Михаил	[поле]x2 → [Новое обращение] → [поле] → [Новое обращение] → [поле] → [Новое обращение]x2 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид]x6 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид] Подробнее	1
<input type="checkbox"/>	Ирина	[поле] → [Качественный лид (сделка)] → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Согласование показа] → [поле] → [Некачественный лид]	1
<input type="checkbox"/>	Жанна	[поле] → [Качественный лид (сделка)] → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Согласование показа] → [поле] → [Некачественный лид]	1
<input type="checkbox"/>	Михаил	[поле] → [Новое обращение] → [поле] → [Новое обращение] → [Квалификация лида]x3 → [Качественный лид (сделка)] → [Квалификация лида]x2 → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Некачественный лид] → [Согласование показа]	1
<input type="checkbox"/>	Елизавета	[поле] → [Новое обращение] → [поле] → [Новое обращение] → [Квалификация лида]x3 → [Качественный лид (сделка)] → [Квалификация лида]x2 → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Некачественный лид] → [Согласование показа]	1
<input type="checkbox"/>	Елизавета	[поле] → [Новое обращение] → [Квалификация лида]x4 → [Качественный лид (сделка)] → [Квалификация лида] → [Качественный лид (сконвертирован)] → [поле] → [Новое обращение] → [Некачественный лид] Подробнее	1
<input type="checkbox"/>	Елизавета	[поле]x2 → [Новое обращение]x2 → [Квалификация лида]x3 → [Качественный лид (сделка)] → [Квалификация лида] → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Согласование показа]x2 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид]	1
<input type="checkbox"/>	Ирина	[поле]x2 → [Новое обращение]x2 → [Квалификация лида]x3 → [Качественный лид (сделка)] → [Квалификация лида] → [Качественный лид (сконвертирован)] → [Согласование показа]x2 → [Квалификация лида] → [Некачественный лид]	1

525_AM_K_Выявление забракованных качественных лидов

менеджер +

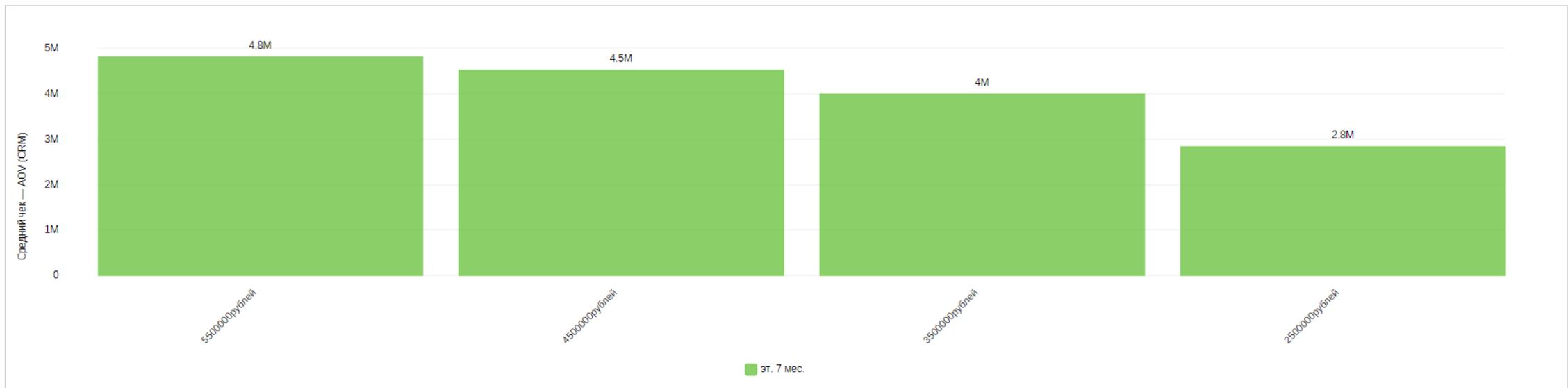
🔄 📊 ⬇️ 📷 👁️ ⋮ эт. 1 г. ▾



622_АПЗС_НК_Желаемый бюджет покупки VS средний чек

год/месяц лида (crm) × год/месяц сделки (crm) × +

Refresh, Grid, Download, Print, Eye, More, эт. 7 мес. ▾



Атрибуция: Фактические данные ▾

Search, Filter, Checkmark, Settings

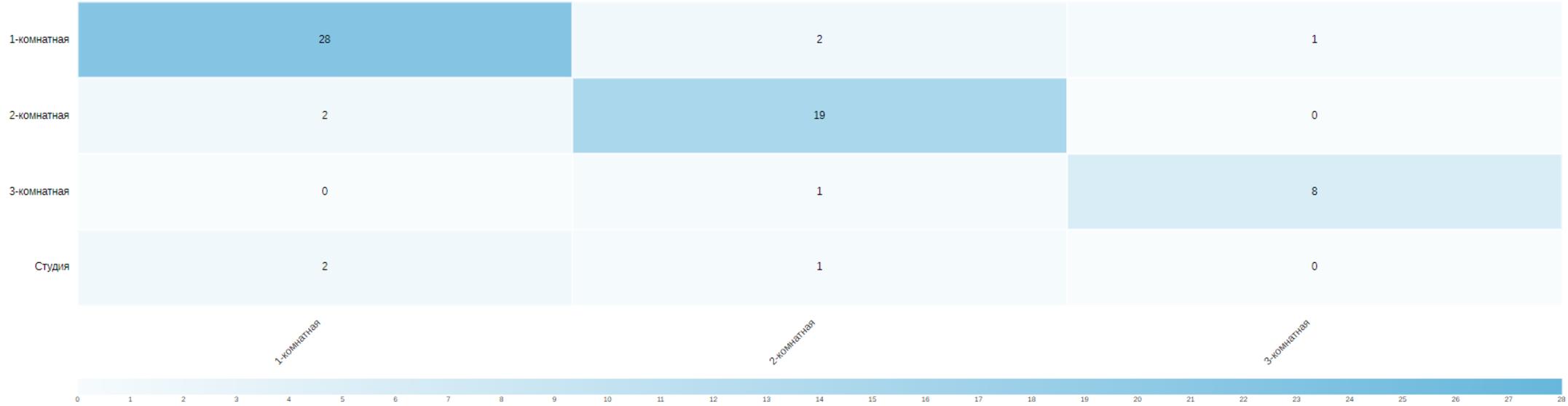
Желаемая цена (CRM)	Средний чек — AOV (CRM)
<p>желаемая цена (crm) (пов...)</p> <p>менеджер × ссылка на сделку в црм... × +</p>	<p>4 289 857,65 ₺</p> <p>Средний показатель для представления: 4 257 381,09 ₺ (0.76 %)</p>
<p>5500000рублей</p>	4 817 296,67
<p>4500000рублей</p>	4 520 650
<p>3500000рублей</p>	3 998 416,67
<p>2500000рублей</p>	2 840 640

621_АПЗС_НК_Желаемая комнатность VS покупка

год/месяц лида (crm) × год/месяц сделки (crm) × +

🔄 📄 📥 📷 👁️ ⋮ эт. 7 мес. ▾

Желаемая комнатность по вертикали и фактическая по горизонтали



Атрибуция: Фактические данные ▾

🔍 📄 ✓ ⚙️

Желаемая комнатность (CRM)	Количество "Сделка заключена" (сделка, Продажи)
желаемая комнатность (с... комнатность (сделка, п... × +	64 % от общего количества: 100 % (64)
+ 1-комнатная	31
+ 2-комнатная	21
+ 3-комнатная	9
+ Студия	3



МАРКЕТОЛОГ

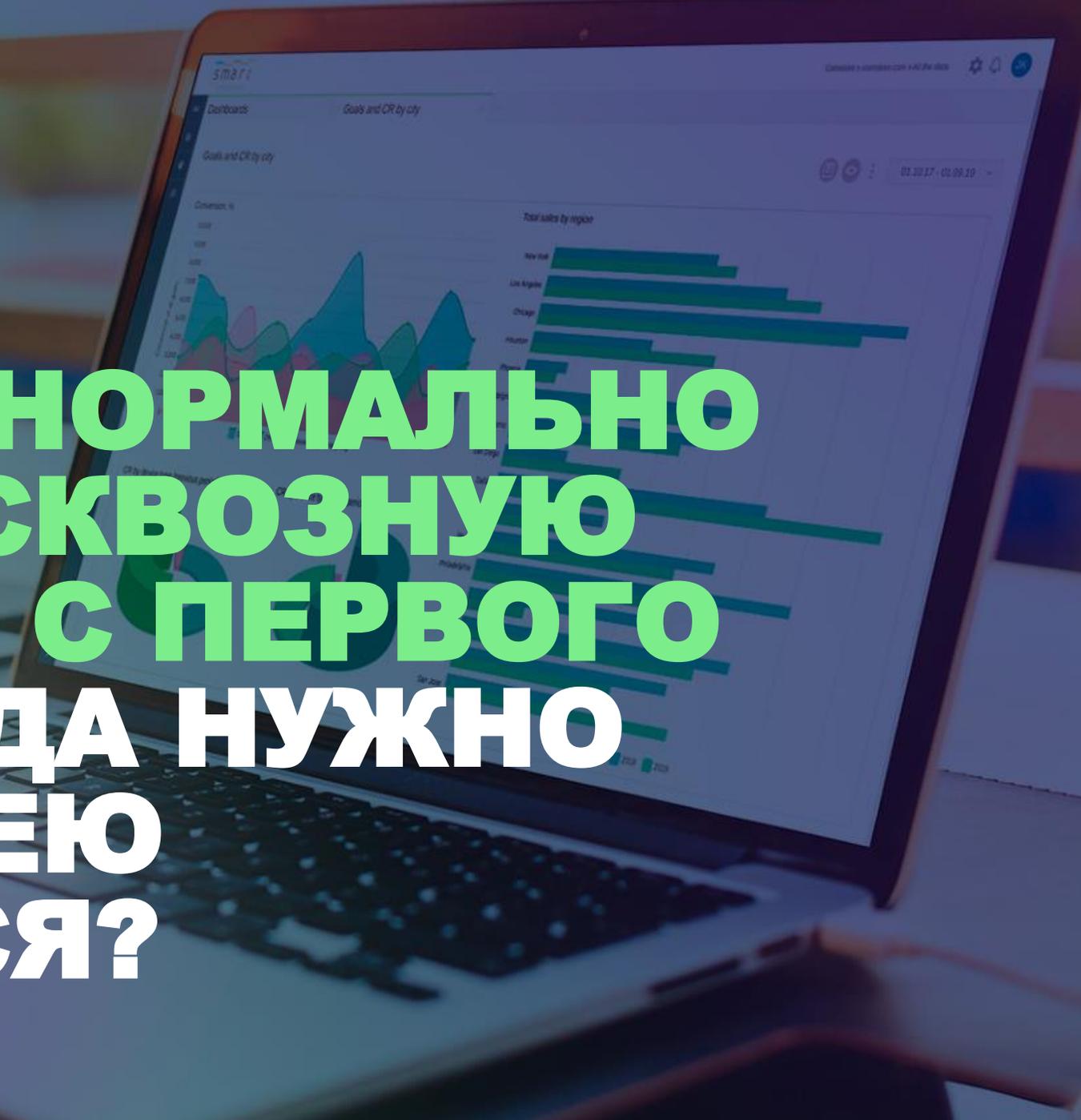
- Должны быть развязаны руки
- Не должен заниматься сведением отчетности из разных отделов
- Должен заниматься «творческим» процессом

ОКУПАЕТСЯ ЛИ СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА?

1. Да. Но не мгновенно и только при условии грамотного построения и грамотной работы с данными на вашей стороне.
2. Сквозная аналитика – это must have. Пока у многих она не выстроена, это ваше конкурентное преимущество. Когда она будет почти у всех, ее отсутствие будет огромным ударом по возможностям роста и конкурентоспособности.



**МОЖНО ЛИ НОРМАЛЬНО
ВНЕДРИТЬ СКВОЗНУЮ
АНАЛИТИКУ С ПЕРВОГО
РАЗА И КОГДА НУЖНО
НАЧИНАТЬ ЕЮ
ЗАНИМАТЬСЯ?**

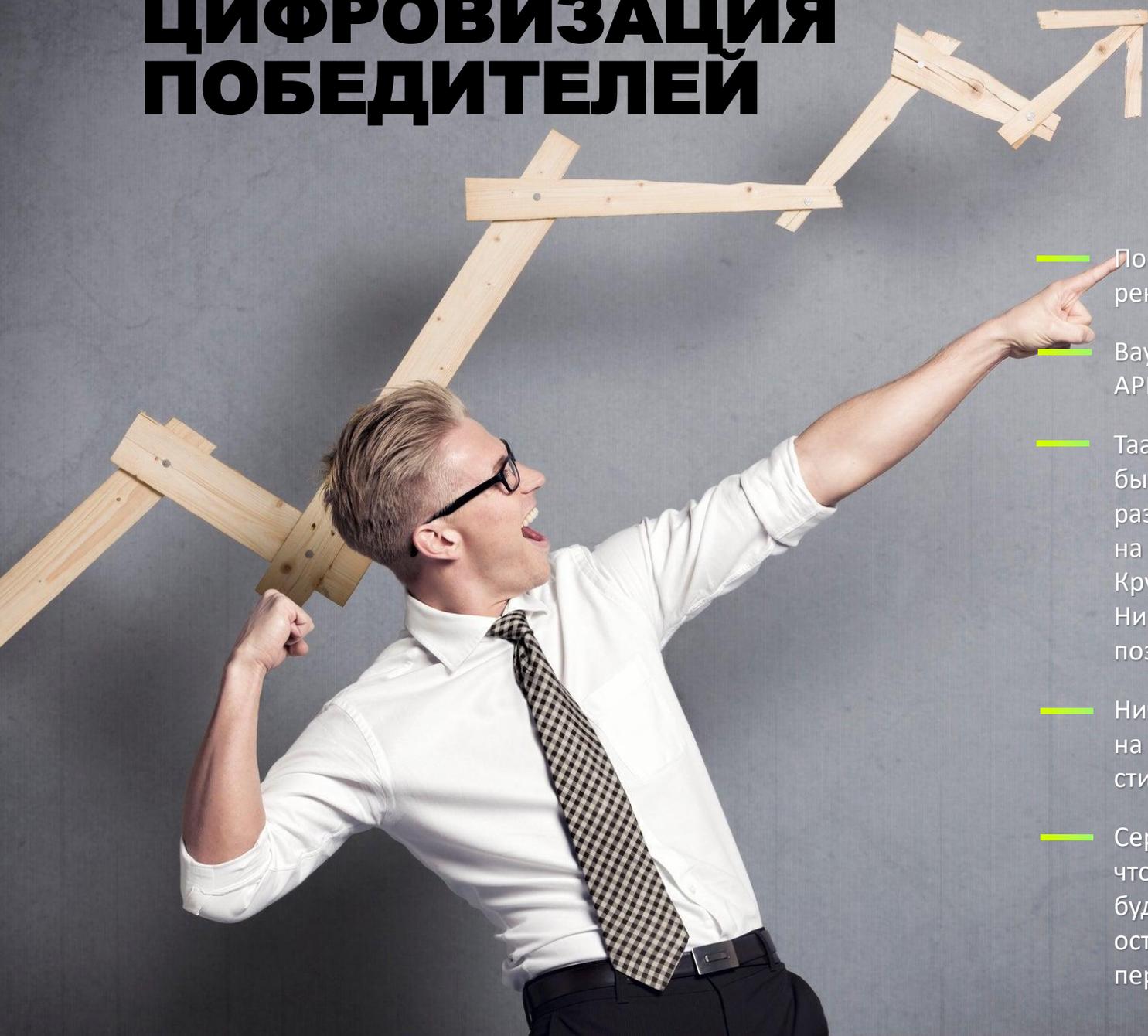




В СОСТАВ СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ ВХОДЯТ

- Рекламные источники
- Сайты и лендинги
- Коллтрекинг
- Виджеты обратного звонка, чаты
- Классифайды
- CRM- и ERP-системы
- Системы финансового учета

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ



- Поставим как мы вот этот виджет на сайт с заманчивой рекламой
- Вау, бесплатный колтрекинг без API! Кто такой вообще этот API? Скорее берем!
- Таак, что тут у нас? CRM-система, которая была разработана бывшим сотрудником компании из нашей отрасли, который разбирается в процессах и знает бизнес изнутри, написанная на основе кастомизированного решения от микрософт? Круто! Надо срочно внедрять! Этот парень знает, что делает! Никто не понимал нас лучше, чем он, когда мы ему позвонили!
- Ничего себе, какой прекрасный инструмент для онлайн-чата на сайте! У него и кнопка «Написать» красная, прямо под наш стиль! Берем!
- Сервис сквозной аналитики, который обещает то же самое, что и все остальные, только в 15 раз дешевле? Крутяк, он будет винешкой на торте нашей цифровизации. Пойду оставлю коммент на VC, что пользователи ***** идиоты, что переплачивают.

ПОДХОДИТЕ К ПРОЦЕССУ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРАВИЛЬНО

Создайте продуманную и современную систему технологических решений, которые дополняют друг друга и упрощают работу компании.

- 01** **Первый шаг** – осознать, к чему нужно прийти и описать бизнес-процессы, выстроить планы автоматизаций.
- 02** **Второй шаг** – произвести аудит уже используемых IT-решений и понять, удовлетворяют ли они задачам дальнейшей цифровизации или их придется сменить.
- 03** **Третий шаг** – понять, чего не хватает в вашей IT-инфраструктуре для того, чтобы она начала выполнять поставленные задачи.
- 04** **Четвертый шаг** – подобрать оптимальный набор конкретных решений, которые будут использоваться для реализации поставленных целей и убедиться в их совместимости.
- 05** **Пятый шаг** – определить последовательность внедрений новых решений таким образом, чтобы в первую очередь реализовать то, что принесет максимальный потенциал.
- 06** **Шестой шаг** – подготовить отделы, которые будут участвовать в работе, чтобы они содействовали, а не мешали процессу из-за непонимания его причин и последствий.

ПОДАРОК:





ДОБИВАЙТЕСЬ БОЛЬШЕГО

С аналитической платформой
Smart Analytics

123112, город Москва, Пресненская набережная, дом
12, помещение 17 комн. Б, эт.22

Тел.: +7 (926) 555 0373

Email: i.kryshtalsky@smartanalytics.io

Сайт: <https://smartanalytics.io/ru/>

