

**Как «небольшие» проблемы с данными
на сайте могуткратно сократить ваш доход**

Диагностика и чек-лист по исправлению





Тимофей Шиколенков

Предприниматель, IT-маркетолог

Первый IT-маркетолог. С 1997г. в e-commerce. В 2001г. основал интернет-магазин цифровой электроники, который вошел в TOP-100 российского екома.

Автор первого бестселлера на русском языке об интернет торговле.

Создатель уникальных практических методик digital-маркетинга и лидогенерации. Участвовал в создании и развитии известных на рынке IT-инструментов и сервисов для автоматизации маркетинга.



Немного истории: Когда-то давным-давно...

Онлайн-реклама была сама по себе,
а сайты – сами по себе.
Веб-аналитика только зарождалась...

Со временем рекламные системы
всё больше нуждались в данных для
автоматизации рекламы,
оптимизации и аналитики. Появились
товарные фиды и «пиксели»

В ДАННЫЙ МОМЕНТ КАЖДАЯ РЕКЛАМНАЯ СИСТЕМА ИМЕЕТ СВОЙ ПИКСЕЛЬ

И какое-то время для внедрения каждого пикселя требовался
ПРОГРАММИСТ



«Всеобщее счастье»

Десять лет назад...

Google представил рынку Tag Manager.
Появилась возможность управлять
«пикселями» (тегами) **без программиста**

Вместе с GTM пришёл универсальный
способ получать данные с сайта для
управления ими и отправки в
«пиксели» – dataLayer



Кто «виноват» и что делать

Подразумевалось, что управлять тег-менеджером будут маркетологи...

А вот кто и как должен правильно и грамотно сформировать dataLayer – «не договорились»

- Маркетологи плохо понимают айтишную тему (переменные, массивы, объекты, что это и зачем);
- Программисты не в курсе, чем отличается номер sku от артикула или id товара, да и вообще они просто выполняют ТЗ;



В ИТОГЕ ДИАЛОГ ПРИМЕРНО ТАКОЙ



**Мне нужно просмотры
в Яндекс и VK
передавать и корзины**



**Ничего в этом не
понимаю, но всё
настроил!**

Ситуация

**Угадайте, какая доля клиентов
приходят в агентства с правильно
настроенным dataLayer?**



0% компаний

приходит с **правильно**
настроенным dataLayer-ом

**При этом бизнес недоволен
своей рекламой!**

Зачастую, бизнес не может её
прозрачно посчитать.

И не только из-за dataLayer-а...

Что такое dataLayer и из чего состоит «гигиенический минимум»

По-«научному» – объект.

По-простому – контейнер с данными для каждой страницы сайта

- Тип страницы (категория, контент, товар, корзина, оформление заказа и тд);
- Для просмотра товара – идентификатор товара, название, цена, категория, параметры;
- При добавлении в корзину – всё то же самое;
- При просмотре корзины и оформлении заказа – список товаров, их идентификаторы и цены;





Кто наши «друзья»?

Как НЕПРОГРАММИСТУ разобраться в этом и понять, есть ли проблема и где она

- Консоль браузера (вызывается по F12);
- Слово «dataLayer» набранное в Консоли;
- Отладка Яндекс Метрики:
Неофициальное расширение Yandex.Metrica Inspector
Официальный метод: добавление в URL: `?_ym_debug=1`
- Режим отладки GTM (кажется сложным, но нет);
- Adswerve Data Layer Inspector+ (для продвинутых);

ОТКРЫВАЕМ НАШ САЙТ И НАЖИМАЕМ

F12

armos-market.ru/catalog/pruzhinnye_matrasy/matras_armos_balance_hard/?ym_debug=1

ARMOS
Товары для сна

Москва Перезвонить мне

Каталог товаров

Избранное

Главная > Каталог > Матрасы > Пружинные матрасы > Матрас ARMOS Balance Hard

Характеристики

22 см
Высота

140 кг
Нагрузка

3 года
Гарантия

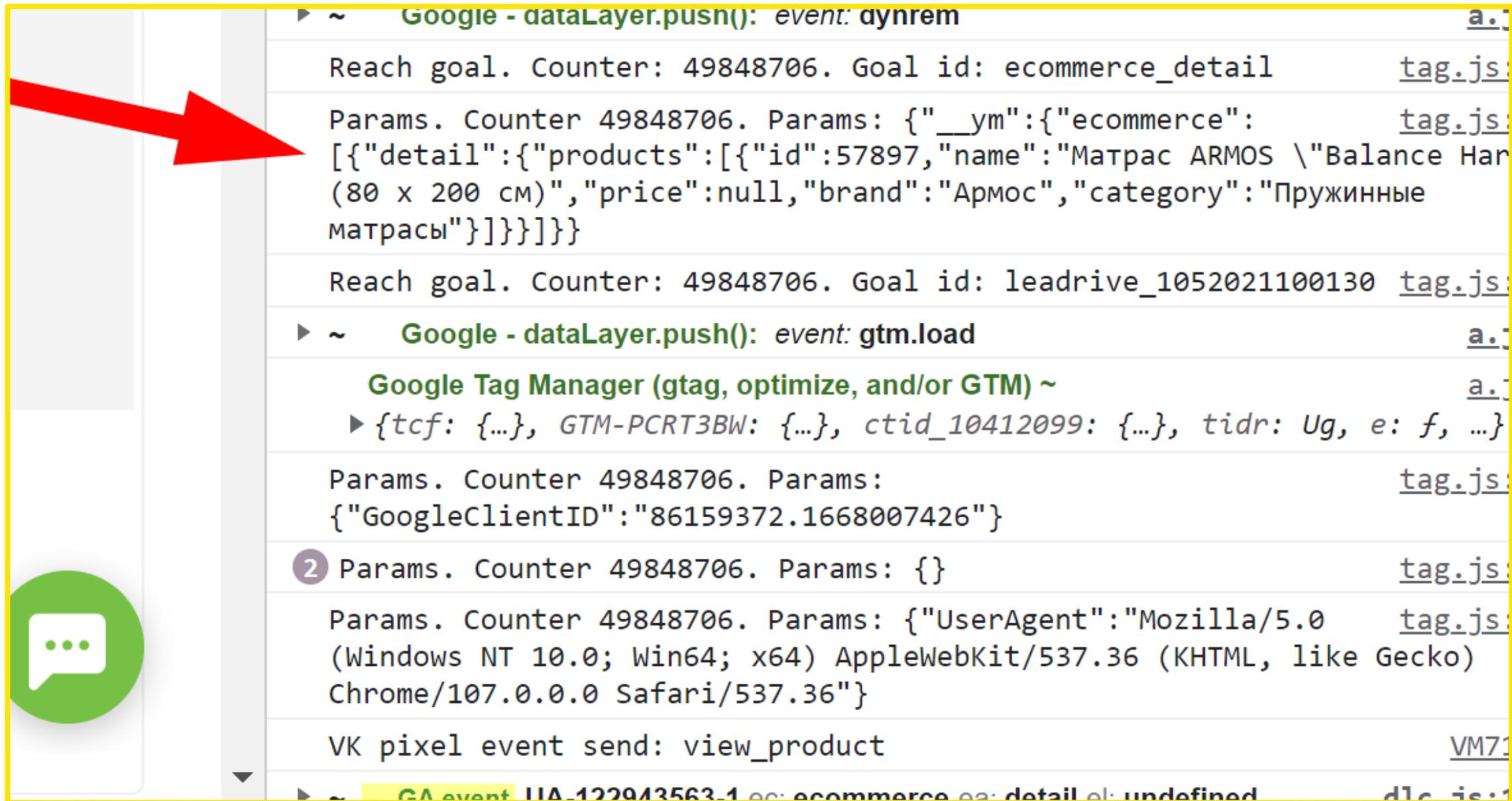
Console

Filter

logs.

- ~ Google dataLayer - set a.js:6
- ~ Google - dataLayer.push(): event: gtm.js a.js:6
- ~ Google - dataLayer.push(): event: gtm.dom a.js:6
- ~ Google - dataLayer.push(): event: setSiteType a.js:6
- PageView. Counter 49848706. URL: https://armos-market.ru/catalog/pruzhinnye_matrasy/matras_armos_balance_hard/?ym_debug=1. Referrer:
- Form goal. Counter 49848706. Init. tag.js:118
- ~ GA pageview - UA-122943563-1 cid: 86159372.1668007426 dlc.js:1982
- ~ Google - dataLayer.push(): event: eCommerce a.js:6
- ~ Google - dataLayer.push(): event: crto_productpage a.js:6
- ~ Google - dataLayer.push(): Object - Expand for details a.js:6
- ~ Google - dataLayer.push(): event: dynrem a.js:6
- Reach goal. Counter: 49848706. Goal id: ecommerce_detail tag.js:118
- Params. Counter 49848706. Params: {"__ym":{"ecommerce":[{"detail":{"products":[{"id":57897,"name":"Матрас ARMOS \\"Balance Hard\\" (80 x 200 см)","price":null,"brand":"Армос","category":"Пружинные матрасы"}]}]}} tag.js:118
- Reach goal. Counter: 49848706. Goal id: leadrive_1052021100130 tag.js:118
- ~ Google - dataLayer.push(): event: gtm.load a.js:6
- Google Tag Manager (gtag, optimize, and/or GTM) ~ a.js:6

Вот так в Метрику улетают данные о товаре
если мы добавим в URL *?ym_debug=1*



```
~ Google - dataLayer.push(): event: dynrem a.7
Reach goal. Counter: 49848706. Goal id: ecommerce_detail tag.js:
Params. Counter 49848706. Params: {"__ym":{"ecommerce": tag.js:
[{"detail":{"products":[{"id":57897,"name":"Матрас ARMOS \ "Balance Har
(80 x 200 см)", "price":null, "brand":"Армос", "category":"Пружинные
матрасы"}]}]}]}
Reach goal. Counter: 49848706. Goal id: leadrive_1052021100130 tag.js:
~ Google - dataLayer.push(): event: gtm.load a.7
Google Tag Manager (gtag, optimize, and/or GTM) ~ a.7
{tcf: {...}, GTM-PCRT3BW: {...}, ctid_10412099: {...}, tidr: Ug, e: f, ...}
Params. Counter 49848706. Params: tag.js:
{"GoogleClientID":"86159372.1668007426"}
2 Params. Counter 49848706. Params: {} tag.js:
Params. Counter 49848706. Params: {"UserAgent":"Mozilla/5.0 tag.js:
(Windows NT 10.0; Win64; x64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko)
Chrome/107.0.0.0 Safari/537.36"}
VK pixel event send: view_product VM71
GA event UA-122943563-1 ec: ecommerce ea: detail el: undefined dl: is:1
```

★ ★ Артикул: 5483/5040
Производитель: Farmina VetLife



Увеличить

Скидка 10%

Размер породы: Для крупных пород, Для малых пород, Для средних пород

Класс корма: Лечебный

Белки (min): 16%

Жиры (min): 18%

Вес / Объем

2 кг

12 кг

Количество:

1
↑
↓

2 123 руб.
1 911 руб.

выгода 212 руб. или 10%

🕒

Последняя покупка
11 ч. назад
Егор из г.Химки

+57 руб. на бонусную карту



Доставка в 📍
Выберите город

Рассчитать стоимость доставки

Yandex.Metrica Inspector ☕ Buy me a coffee ? ☰

1. <https://holistic-shop.ru/products/korm-farm...> 🗑️

1.1. Pageview 31200356 +

1.2. Ecommerce - Detail 31200356 -

PRODUCTS: A </>

- ▣ PRODUCT 1/1
 - ID: 5483/5040
 - Name: Сухой корм FARMINA VET LIFE Hepatic для собак диета при заболеваниях печени
 - Variant: -
 - Price: 1911
 - Quantity: -
 - Category: FARMINA Vet Life/Скидки и акции/Акции для собак/Лечебные и профилактические/Сухие и влажные корма
 - Brand: Farmina VetLife
 - Coupon: -
 - Position: -

1.3. Goal 31200356 +

Если вам комфортнее так – используйте расширение

Посмотреть dataLayer целиком

Прямо в консоли набираем: «dataLayer»

```
> dataLayer
< (17) [{...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...},
  {...}, {...}, {...}, {...}, object_observed: true, push: f]
>
```

> dataLayer

< (17) [{...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, {...}, object_observed: true, push: f] ⓘ

▼ 0:

catCurrentId: "5996"

catCurrentName: "FARMINA Vet Life"

clientType: "guest"

pageType: "product"

prodId: "16538"

prodName: "Сухой корм FARMINA VET LIFE Hepatic для собак диета при з

prodValue: "2123"

▶ [[Prototype]]: Object

▶ 1: {gtm.start: 1668088253080, event: 'gtm.js', gtm.uniqueEventId: 1}

▼ 2:

▼ ecommerce:

▼ detail:

▼ products: Array(1)

▼ 0:

brand: "Farmina VetLife"

category: "FARMINA Vet Life/Скидки и акции/Акции для собак/Ле

id: "5483/5040"

name: "Сухой корм FARMINA VET LIFE Hepatic для собак диета пр

price: 1911

quantity: 0



События на сайте... События?

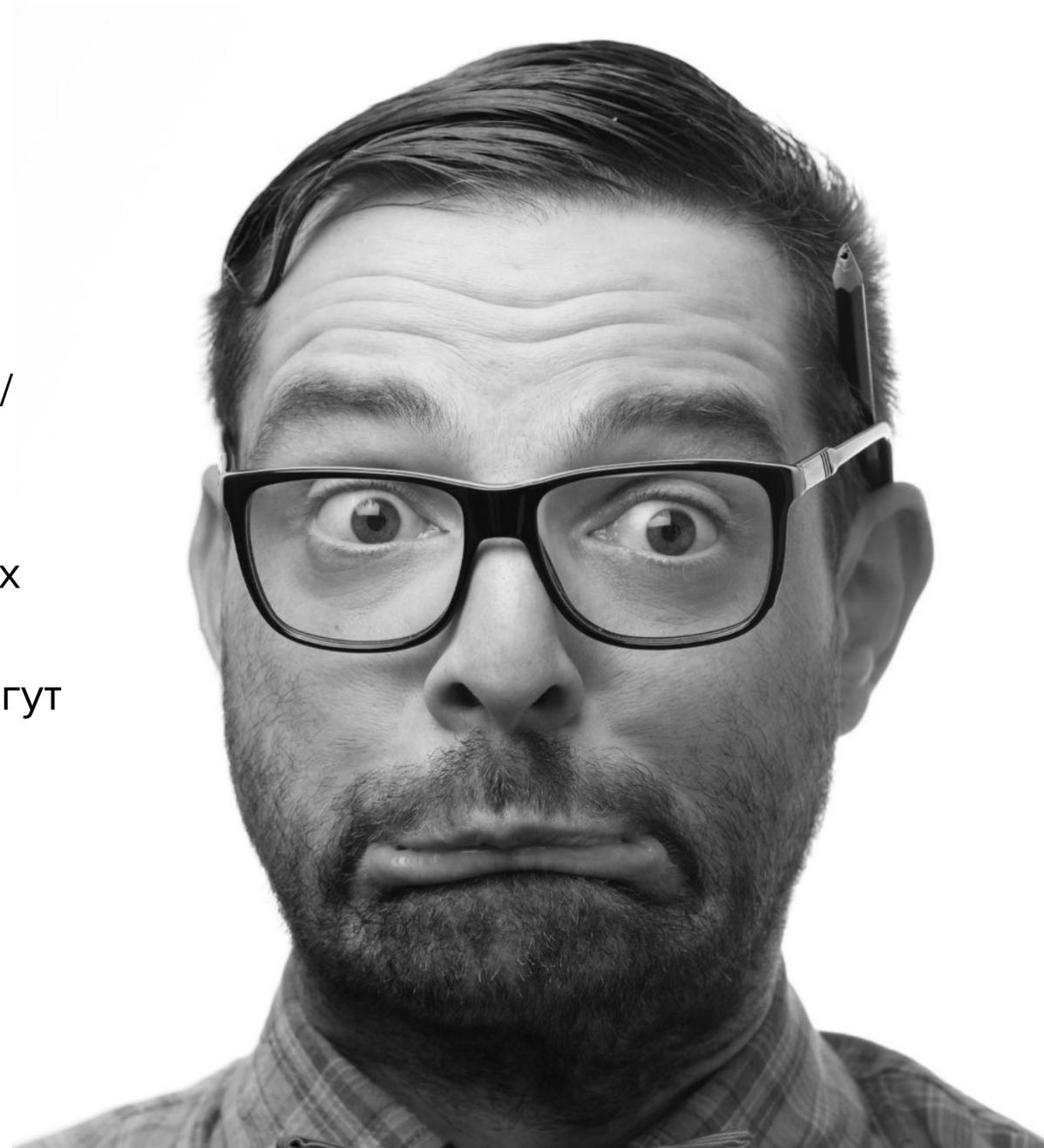
В процессе взаимодействия с сайтом dataLayer может меняться...

- Добавление товара в избранное;
- Добавление товара в корзину;
- Изменение «вариации» товара (объём, размер, цвет и тд);
- На категорийной странице – просмотр товаров;
- Совершение прочих событий, которые мы хотим куда-либо передать;

Ошибка №1

ID товара в dataLayer не совпадает с OFFER ID в товарном фиде

- Вы не можете использовать ретаргетинговые / ремаркетинговые кампании
- Вы не можете привлекать людей, интересовавшихся вашими товарами на сайтах конкурентов
- Любые рекламные кампании на базе фида могут вести себя некорректно



Как проверить, что у вас нет ошибки N°1

1. Открываем товарный фид прямо в браузере
2. Выбираем произвольный товар, открываем в соседней вкладке
3. Сравниваем ID, отправляющийся в Метрику и offer ID

```
239 <sales_promo>доставка с г. возврат с г. в течение 100 дней  
240 </offer>  
241 <offer id="4473225" available="true" instock="1">  
242 <url>https://site.ru/product/1690/4473225/?utm_source=yand  
utm_content=4473225&utm_term=4473225</url>  
243 <currencyId>RUB</currencyId>  
244 <categoryId>4</categoryId>  
245 <adult>>false</adult>
```

Вариации товара

- Если у вас на одной карточке товара присутствует несколько вариантов товаров (вес, объём, количество, размер, цвет, комплект и тд), то при переключении вариации должен формироваться новый dataLayer и, соответственно, выполняться «пиксели» рекламных систем, ведь посетитель увидел по сути новый товар!

Важно:

идентификатор группы (в терминологии товарных фидов) и товара (вариации) – это разные вещи!

Если у них разные цены и названия, то как в фиде, так и на dataLayer-е должен быть соответствующий ID вариации!

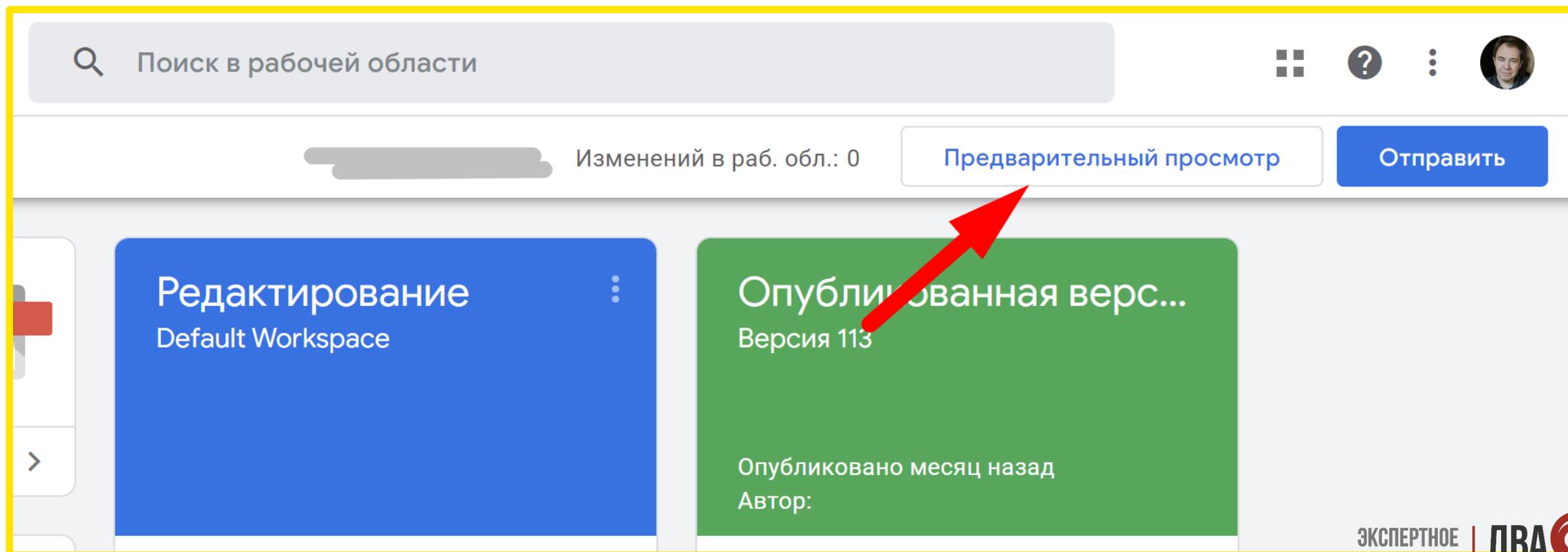
Прочие нюансы и события

- Тип страницы важно передавать на dataLayer, чтобы в GTM понимать, какой «пиксель» рекламной системы вызвать (для разных страниц обычно разные теги или их нюансы);
- Любые события, связанные с оформлением заказа/заявки – формы обратной связи, обратные звонки и прочее – также необходимо передавать как события на dataLayer, чтобы из GTM вызывать соответствующие пиксели;

Типовой сценарий: многие оптимизируются по корзине, типа данных больше, но при этом куча событий идёт мимо корзины или вовсе не регистрируется

GTM: «Предварительный просмотр»

Предварительный просмотр нужен не только для отладки, но и для понимания, какие «пиксели» вызываются при каких условиях и какие данные туда отправляются



Summary

▼ **Компания Техника Здо...**

- 9 Window Loaded
- 8 DOM Ready
- 7 gtm-ee-event
- 6 Message
- 5 Message
- 4 Container Loaded
- 3 Container Loaded**
- 2 Initialization
- 1 Consent Initialization

Output of GTM-WT7MPDW

Previewing: **env-5** >

Tags Variables Data Layer Consent Errors

Tags Fired

Яндекс Метрика Custom HTML - Succeeded	GA Pageview Google Analytics: Universal Analytics - Succeeded	Тэг связывания конверсий Google Ads Conversion Linker - Succeeded	Пиксель ВК Custom HTML - Succeeded
[MT] пиксель + PageView Custom HTML - Succeeded	leadrive_code_scoring_js Custom HTML - Succeeded		

Tags Not Fired

leadrive_10520211001300 Custom HTML	leadrive_1052021100151 Custom HTML	Event order Custom HTML	Leadrive_metrika_params_send Custom HTML	GA Enhanced Ecommerce Google Analytics: Universal Analytics
GA page 404 Google Analytics: Universal Analytics	GA Точный показатель отказов Google Analytics: Universal Analytics	Referer User Code Custom HTML - Paused	Facebook Pixel Custom HTML - Paused	

Спасибо!



OPTI
MIZA
TION

Контакты:

Тим Шиколенков

@shikolenkov

2sensei.ru

leadrive.ru

27heads.com