



Елена Пикунцова, Дзен Мобайл

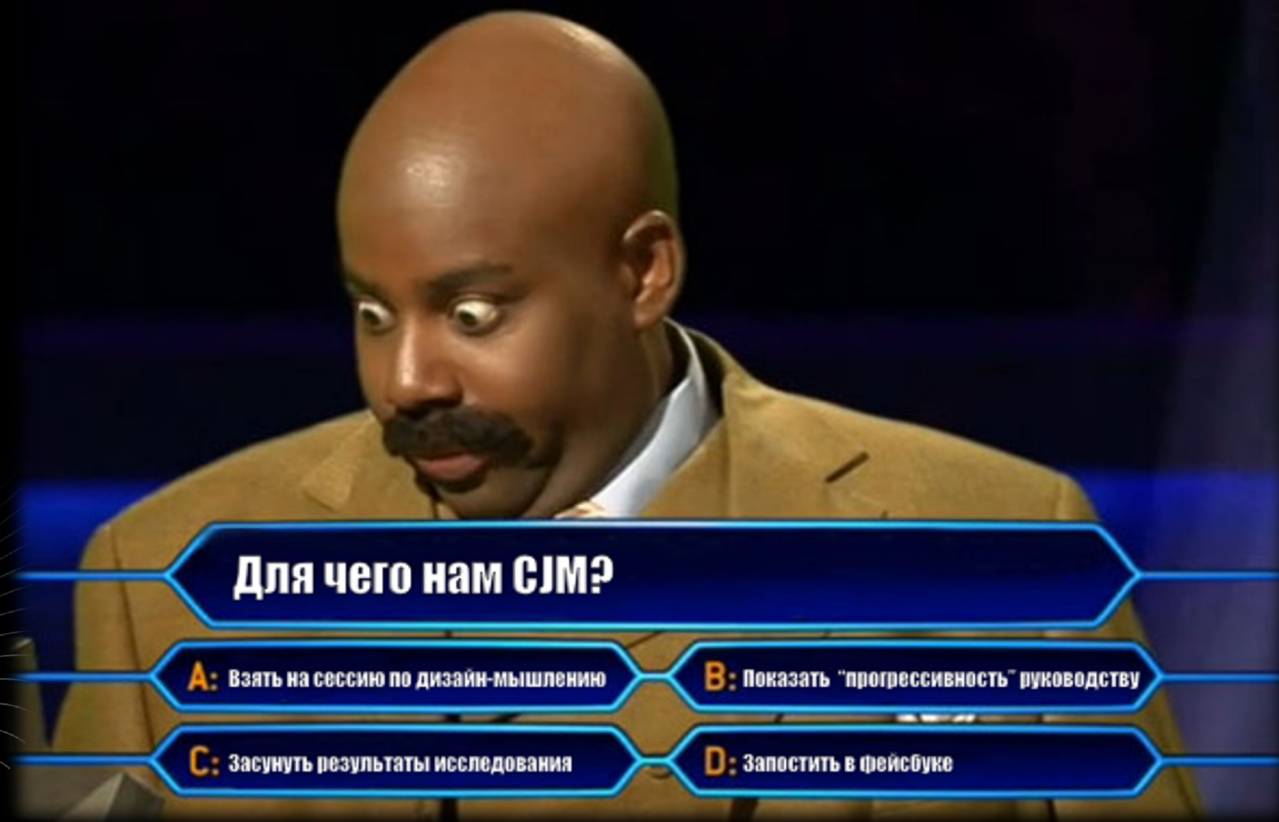
Про мобильную аналитику в кулуарах



ММР: ВЫБОР ЗДОРОВОГО КЛИЕНТА ИЛИ ЧТО ВООБЩЕ ОСТАЛОСЬ?

			Appmetrica	Appsflyer	Adjust	Mytracker
Ресурсы	Networks working by tracking link or s2s	Unity	да	да	да	да
		Ironsource	нет	да	да	да
		Applovin	нет	да	да	да
		Moloco	нет	да	да	да
		Vungle	да	да	да	да
		Другие крупные DSP	нет	да	да	да
		CPI сети	кастомная интеграция/костыли	да	кастомная интеграция/костыли	кастомная интеграция/костыли
		S2S события	да	да	да	да
Базовые функции		SKAD network	да, но ограничен функционал	да	да	да, но ограничен функционал
		Impressions tracking	нет	да	да	да
		RAW data	да	да	да	да
		Cohorts	да	да	да	да
		Deeplinks	да	да	да	да
		Smartlinks	да, но ограничен функционал	да	да	да
		Api reports	да	да	да	да
		Отправка неатрибуцированных постбеков	не умеет определять OS	да	да	да
Дополнительные функции		Антифрод	нет	да	да	да
		Cross device	нет	да	да	да
		LTV предикт	нет	нет	нет	да
		Кастомные дэшборды	нет	да	да	да
		Соц дем данные для РФ	да	нет	нет	да
		Возможность отслеживать пересечение пользователей	нет	да	нет	нет
		Ad Cost (расход с площадок)	нет	да	да	да
		Ad Revenue (доходы с площадок)	нет	да	да	да
		Uninstall tracking (трекинг удаления)	нет	да	да	нет





Для чего нам СЛМ?

A: Взять на сессию по дизайн-мышлению

B: Показать "прогрессивность" руководству

C: Засунуть результаты исследования

D: Запостить в фрейсбуке

* А ты помнишь, как зовут этих богатырей? Напиши их имена.



АТРОС Муромец,

ПОРТОС Попович,

АРАМИС Никитич.

Что надо надо анализировать	На что надо забить
Все виды CR %	Клики
Взаимоповторяющиеся обратные диаграммы и графики	Инсталлы
Объемы событий, привязанных к CRM	Дублирование событий
Аналитику Retention	Показатели антифрода
LTV	На красоту*

* Ответ настоящего маркетолога!

Что нужно сделать	Шаги по настройке мобильной аналитики и ее правильному использованию
Разработка	Выбор системы аналитики, Интеграция SDK
До стора	Анализ всех событий, Составление карты, Имплементация событий, Проверки всех событий в MMP, Проверка CJM
Планирование	Соответствие всех данных в аналитике данным с площадок (постатрибуция, условия атрибуции, работа с фродом)
Во время закупки	Тестирование всех площадок по событиям и пути пользователя, Правильность ссылок, Настройка атрибуционной модели, Работа атрибуционной модели, Получение всех постбеков всеми площадками, Анализ качества трафика по всей воронке событий
Анализ данных	Анализ фрода (не только автомат, но и ручная модель) Анализ органики и ее динамики Анализ Retention и данных по покупкам и возвратам Общие параметры эффективности площадки

Спасибо!

Елена Пикунова

Создатель и Генеральный директор

Агентство Дзен Мобайл

ТГ: @Pikunova

Email: Pikunova@zenmobile.ru

