

Вечный цикл: веб-аналитика, разработка,
повышение конверсии, рост прибыли

Как организовать процесс?



ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ

03 ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ

Дмитрий Карпушин

Руководитель группы веб-аналитики



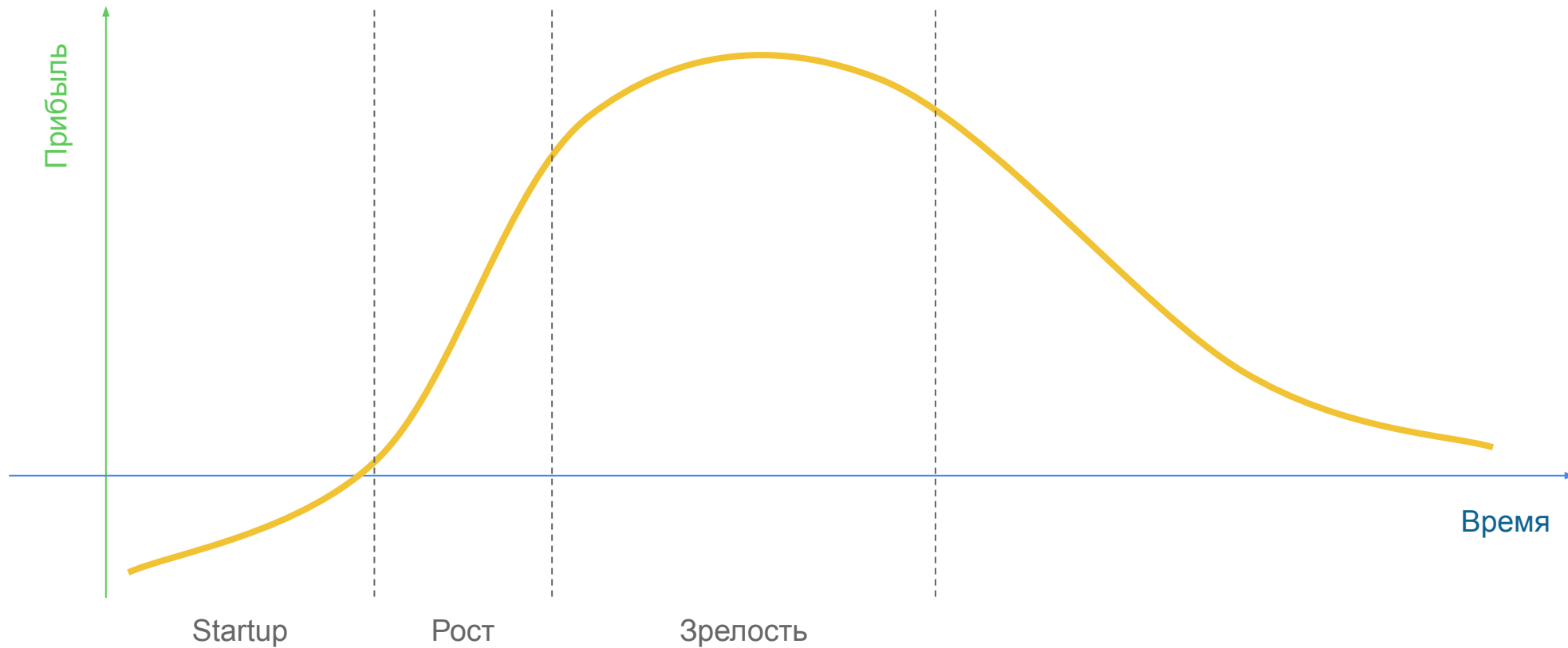
- Занимаюсь веб-аналитикой с 2015 года
- Преподавал курсы по веб-аналитике на GeekBrains
- Развивал веб-аналитику на стороне агентств, а также в [работа.ру](#) и [REG.RU](#)
- Публикуюсь на тематических площадках SEOnews.ru, Cossa
- Развиваю веб-аналитику в [banki.ru](#)

ВАЖНО ЗНАТЬ

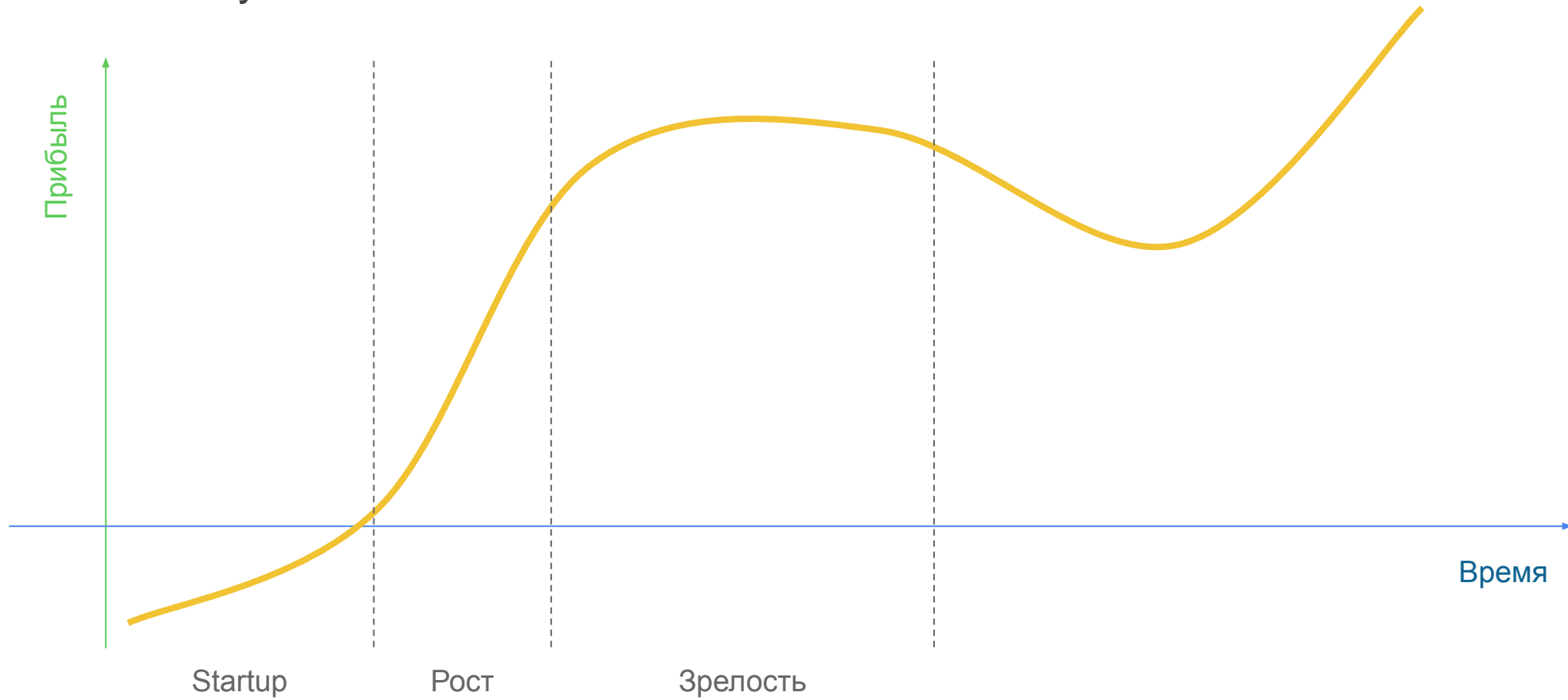
05 ВАЖНО ЗНАТЬ

- Не всем нужна веб-аналитика

- Не всем нужна веб-аналитика



- Не всем нужна веб-аналитика



08 ВАЖНО ЗНАТЬ

- Не всем нужна веб-аналитика
- Аналитика работает на данных, чем их больше, тем лучше

09 ВАЖНО ЗНАТЬ

- Не всем нужна веб-аналитика
- Аналитика работает на данных, чем их больше, тем лучше
- Большинство источников данных - условно-бесплатные

010 ВАЖНО ЗНАТЬ

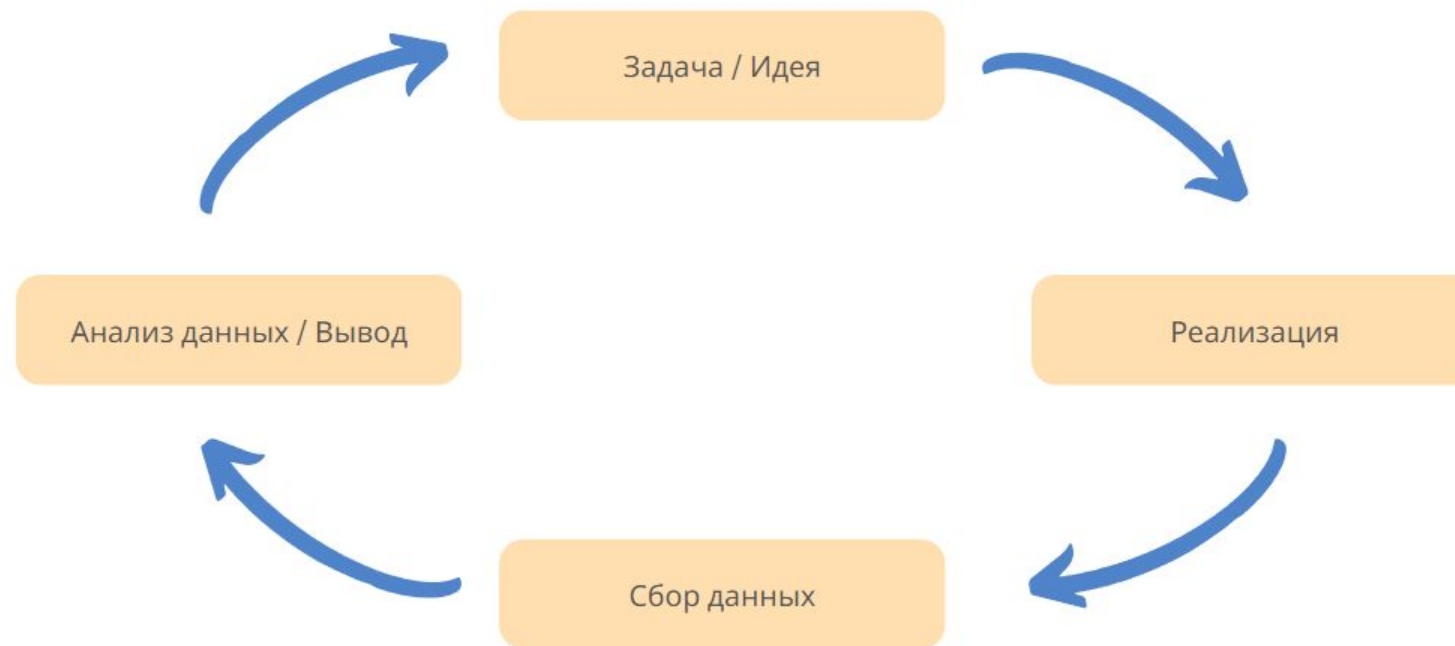
- Не всем нужна веб-аналитика
- Аналитика работает на данных, чем их больше, тем лучше
- Большинство источников данных - условно-бесплатные
- Повышение аналитической культуры компании повышает устойчивость бизнеса

011 ВАЖНО ЗНАТЬ

- Не всем нужна веб-аналитика
- Аналитика работает на данных, чем их больше, тем лучше
- Большинство источников данных - условно-бесплатные
- Повышение аналитической культуры компании повышает устойчивость бизнеса
- **Веб-аналитика - это процесс**

012 ВАЖНО ЗНАТЬ

- Веб-аналитика - это процесс



КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

014 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)

015 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

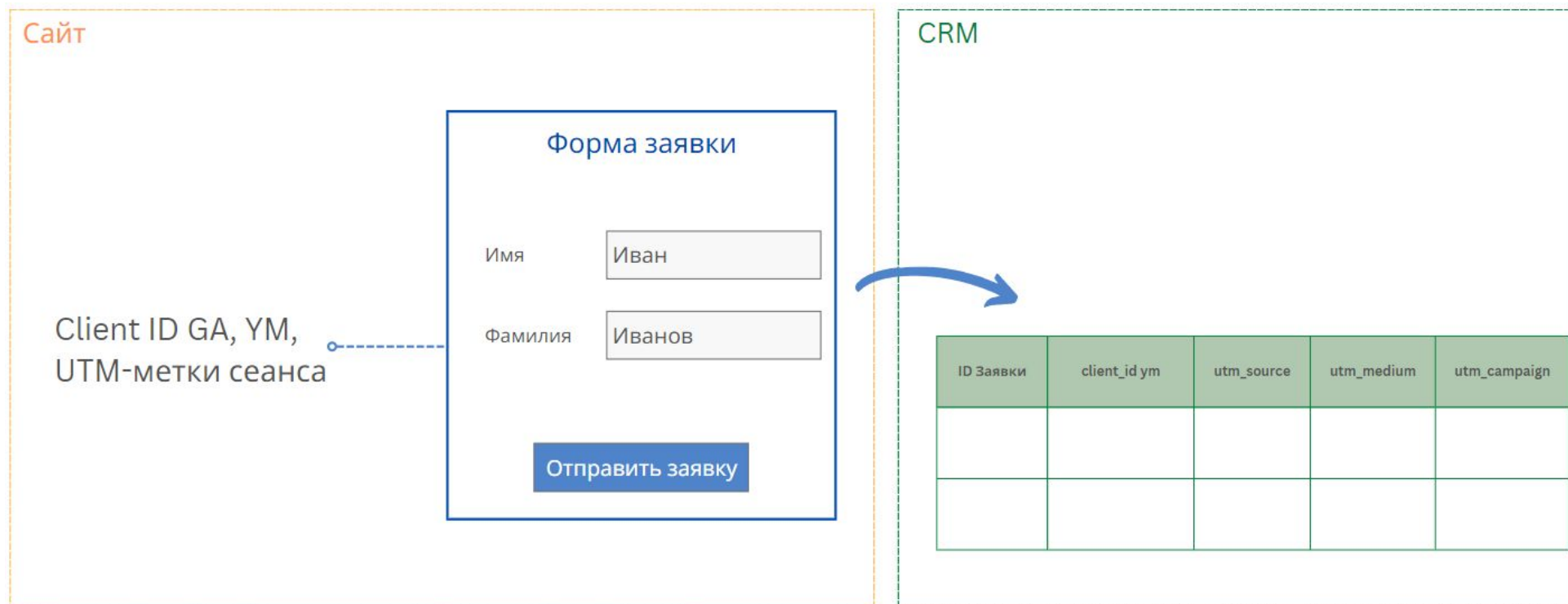
- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий

016 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий
- Передавайте CID из счетчиков в CRM и UID из CRM в счетчики (если есть)

017 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий
- Передавайте CID из счетчиков в CRM и UID из CRM в счетчики (если есть)



018 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий
- Передавайте CID из счетчиков в CRM и UID из CRM в счетчики (если есть)
- **Формируйте единый источник данных (web + crm) до выручки**

019 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий
- Передавайте CID из счетчиков в CRM и UID из CRM в счетчики (если есть)
- Формируйте единый источник данных (web + crm) до выручки
- Закрывайте боли бизнеса через аналитику

020 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий
- Передавайте CID из счетчиков в CRM и UID из CRM в счетчики (если есть)
- Формируйте единый источник данных (web + crm) до выручки
- Закрывайте боли бизнеса через аналитику
- Движемся итерационно (сила маленьких шагов)

021 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий
- Передавайте CID из счетчиков в CRM и UID из CRM в счетчики (если есть)
- Формируйте единый источник данных (web + crm) до выручки
- Закрывайте боли бизнеса через аналитику
- Движемся итерационно (сила маленьких шагов)
- Проводите презентацию полученных отчетов и их возможностей для бизнеса

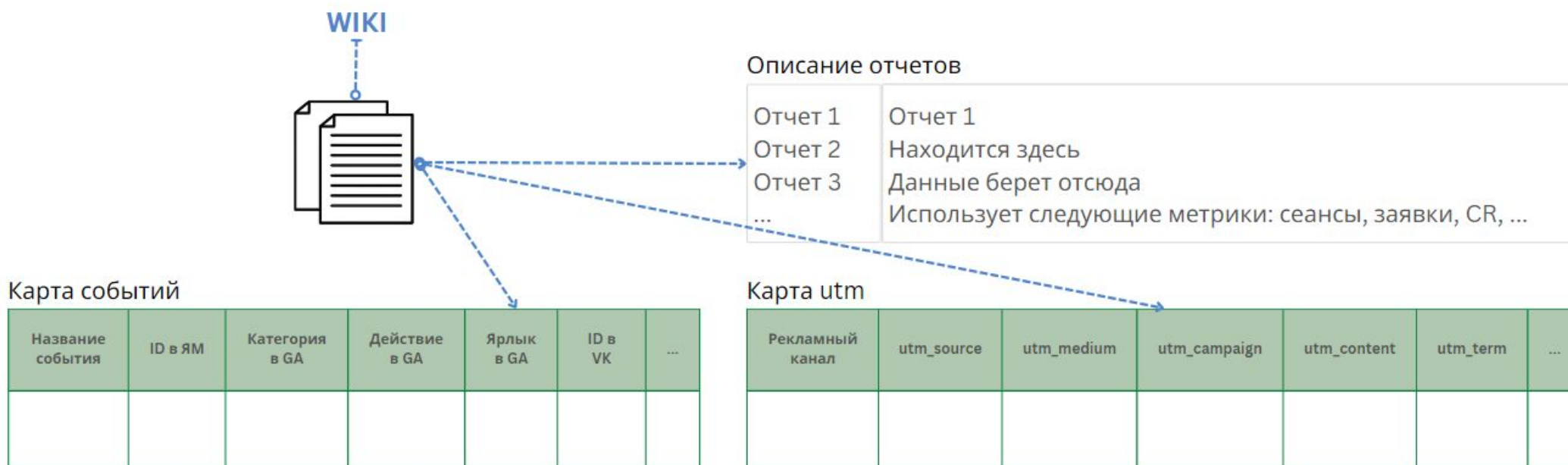
022 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий
- Передавайте CID из счетчиков в CRM и UID из CRM в счетчики (если есть)
- Формируйте единый источник данных (web + crm) до выручки
- Закрывайте боли бизнеса через аналитику
- Движемся итерационно (сила маленьких шагов)
- Проводите презентацию полученных отчетов и их возможностей для бизнеса
- Автоматически проверяйте корректность сбора данных (api, python)

023 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?

- Заведите вики по веб-аналитике (карта событий, карта utm, описание отчетов)
- Повышайте доверие к веб-аналитике качественной настройкой событий
- Передавайте CID из счетчиков в CRM и UID из CRM в счетчики (если есть)
- Формируйте единый источник данных (web + crm) до выручки
- Закрывайте боли бизнеса через аналитику
- Движемся итерационно (сила маленьких шагов)
- Проводите презентацию полученных отчетов и их возможностей для бизнеса
- Автоматически проверяйте корректность сбора данных (api, python)

024 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПРОЦЕСС?



ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ

026 ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ

- Вы используете только синтетические показатели (цели, длительность сеанса, клики и т.д.) и не используете бизнесовые (выручка, заявки и т.д.)

027 ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ

- Вы используете только синтетические показатели (цели, длительность сеанса, клики и т.д.) и не используете бизнесовые (выручка, заявки и т.д.)
- Вы недостаточно знаете планы развития продукта

028 ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ

- Вы используете только синтетические показатели (цели, длительность сеанса, клики и т.д.) и не используете бизнесовые (выручка, заявки и т.д.)
- Вы недостаточно знаете планы развития продукта
- Вы недостаточно знаете инструменты вокруг веб-аналитики: реклама, маркетинг и т.д.

029 ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ

- Вы используете только синтетические показатели (цели, длительность сеанса, клики и т.д.) и не используете бизнесовые (выручка, заявки и т.д.)
- Вы недостаточно знаете планы развития продукта
- Вы недостаточно знаете инструменты вокруг веб-аналитики: реклама, маркетинг и т.д.
- Ваши отчеты не содержат рекомендации к действию

030 ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ

- Вы используете только синтетические показатели (цели, длительность сеанса, клики и т.д.) и не используете бизнесовые (выручка, заявки и т.д.)
- Вы недостаточно знаете планы развития продукта
- Вы недостаточно знаете инструменты вокруг веб-аналитики: реклама, маркетинг и т.д.
- Ваши отчеты не содержат рекомендации к действию
- Вы используете ЯМ или GA как конечный инструмент сквозной аналитики

031 ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ

- Вы используете только синтетические показатели (цели, длительность сеанса, клики и т.д.) и не используете бизнесовые (выручка, заявки и т.д.)
- Вы недостаточно знаете планы развития продукта
- Вы недостаточно знаете инструменты вокруг веб-аналитики: реклама, маркетинг и т.д.
- Ваши отчеты не содержат рекомендации к действию
- Вы используете ЯМ или GA как конечный инструмент сквозной аналитики
- Вы не используете API, Python, и БД в своей работе

032 ПОПУЛЯРНЫЕ ОШИБКИ

- Вы используете только синтетические показатели (цели, длительность сеанса, клики и т.д.) и не используете бизнесовые (выручка, заявки и т.д.)
- Вы недостаточно знаете планы развития продукта
- Вы недостаточно знаете инструменты вокруг веб-аналитики: реклама, маркетинг и т.д.
- Ваши отчеты не содержат рекомендации к действию
- Вы используете ЯМ или GA как конечный инструмент сквозной аналитики
- Вы не используете API, Python, и БД в своей работе

Спасибо!

Дмитрий Карпушин

@KarpushinD

d.karpushin@banki.ru

Banki.ru

