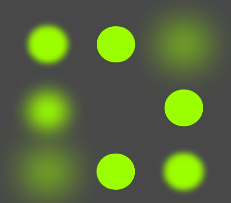


Аналитика в e-commerce-сегменте

Андрей Зайко
Руководитель отдела аналитики Adventum

18.01.2018



Что такое Аналитика?

Аналитика – процесс сбора и анализа данных предприятия, целью которого является контроль эффективности текущей работы предприятия и поиск методов повышения эффективности в будущем.



Цели аналитики

Аналитика

Контроль эффективности
текущей работы



1. Стандартизированные дашборды по основным метрикам.
2. Стандартизированные отчеты.



Цели аналитики

Аналитика

Контроль эффективности
текущей работы

1. Стандартизированные дашборды по основным метрикам.
2. Стандартизированные отчеты.

Поиск методов повышения
эффективности в будущем

1. Анализ текущих и исторических данных эффективности предприятия во всех доступных срезах с применением автоматизированных средств или навыков и опыта Аналитика



Контроль эффективности текущей работы



Путь пользователя



Путь пользователя



- Основные характеристики привлекаемых пользователей (наши таргетинги)
- Поведение пользователей до сайта (взаимодействие с рекламными материалами)
- Метрики стоимости рекламы



Путь пользователя



- Основные характеристики привлекаемых пользователей (наши таргетинги)
- Поведение пользователей до сайта (взаимодействие с рекламными материалами)
- Метрики стоимости рекламы

- Поведение посетителей на сайте (движение по воронке продаж)
- Реальные характеристики заказавших пользователей



Путь пользователя



- Основные характеристики привлекаемых пользователей (наши таргетинги)
- Поведение пользователей до сайта (взаимодействие с рекламными материалами)
- Метрики стоимости рекламы

- Поведение посетителей на сайте (движение по воронке продаж)
- Реальные характеристики заказавших пользователей

- Изменение статусов заказа
- Допродажи
- Качество работы поставщиков
- Качество работы курьеров
- Качество работы внутренних служб (колл-центр, склад и т.д.)



Путь пользователя



- Основные характеристики привлекаемых пользователей (наши таргетинги)
- Поведение пользователей до сайта (взаимодействие с рекламными материалами)
- Метрики стоимости рекламы

- Поведение посетителей на сайте (движение по воронке продаж)
- Реальные характеристики заказавших пользователей

- Изменение статусов заказа
- Допродажи
- Качество работы поставщиков
- Качество работы курьеров
- Качество работы внутренних служб (колл-центр, склад и т.д.)

- Количество и сумма повторных продаж
- Доля повторных продаж
- LTV по клиентам

Инструменты для аналитика



- Рекламные системы (Яндекс Директ, Google Adwords, MyTarget и т.д.)



Инструменты для аналитика



- Рекламные системы (Яндекс Директ, Google Adwords, MyTarget и т.д.)

- Системы веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс Метрика и др.) с настроенным модулем электронной торговли



Инструменты для аналитика



- Рекламные системы (Яндекс Директ, Google Adwords, MyTarget и т.д.)

- Системы веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс Метрика и др.) с настроенным модулем электронной торговли

- CRM система
- ПО склада
- Внутреннее ПО



Инструменты для аналитика



- Рекламные системы (Яндекс Директ, Google Adwords, MyTarget и т.д.)

- Системы веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс Метрика и др.) с настроенным модулем электронной торговли

- CRM система
- ПО склада
- Внутреннее ПО

- CRM система



Инструменты для аналитика



- Рекламные системы (Яндекс Директ, Google Adwords, MyTarget и т.д.)

- Системы веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс Метрика и др.) с настроенным модулем электронной торговли

- CRM система
- ПО склада
- Внутреннее ПО

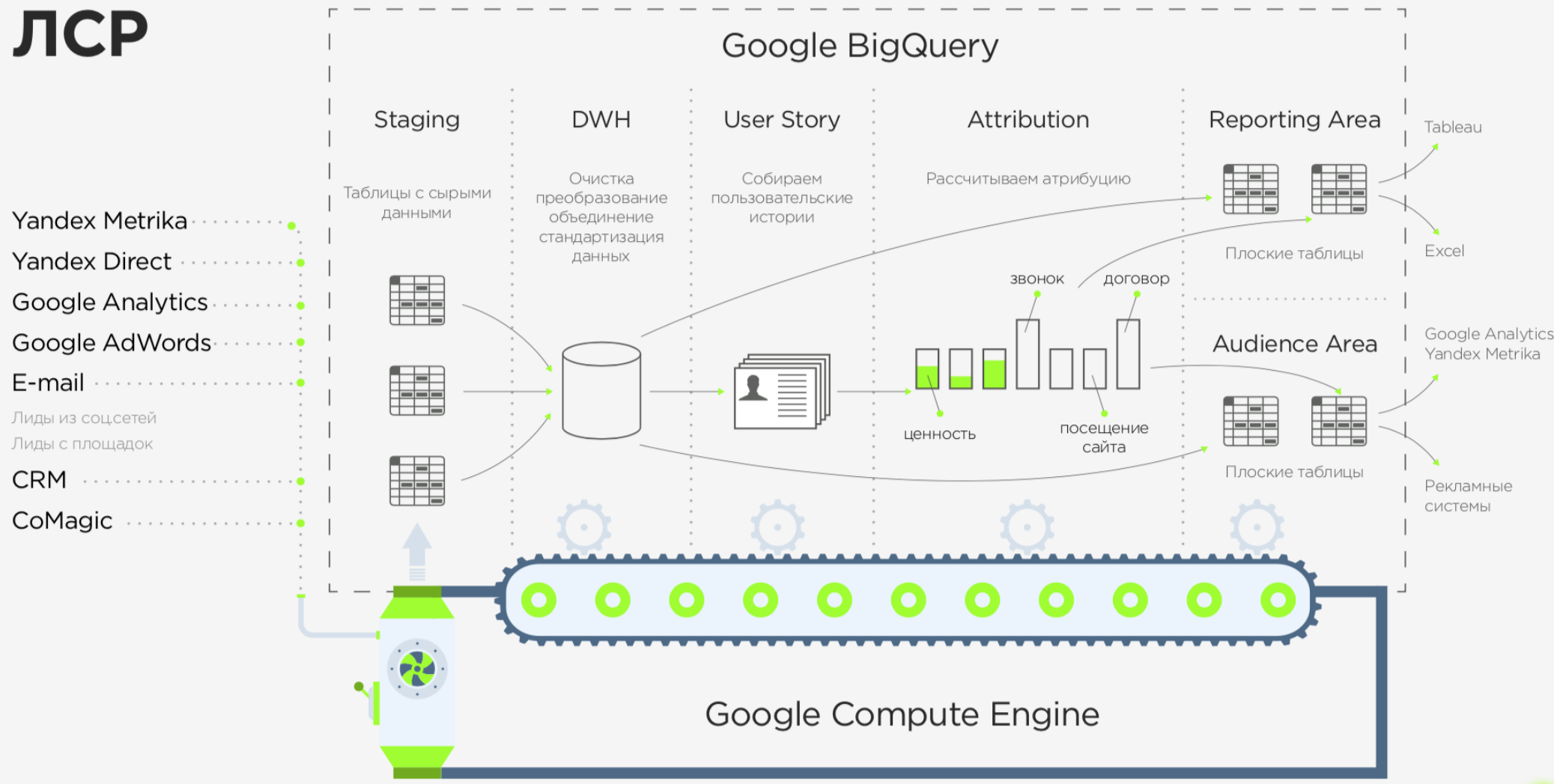
- CRM система

Google BigQuery, Google DataStudio, Excel



Пример реализации

ЛСР



Поиск методов повышения эффективности



Поиск методов повышения эффективности

1. Строим воронку продажи от показа рекламы до повторной продажи или рекомендации
2. Определяем узкие места воронки
3. Детально анализируем каждое место воронки на предмет возможных проблем и генерируем гипотезы по улучшению
4. Внедряем гипотезы, начиная от самой потенциально значимой
5. Возвращаемся к пункту 1



Что получаем в итоге?



Что получаем в итоге?

Успех!



Андрей Зайко

Руководитель отдела аналитики

+7 495 99 88 66 1 ext. 3135

a.zaiko@adventum.ru

adventum.ru

adventum.

