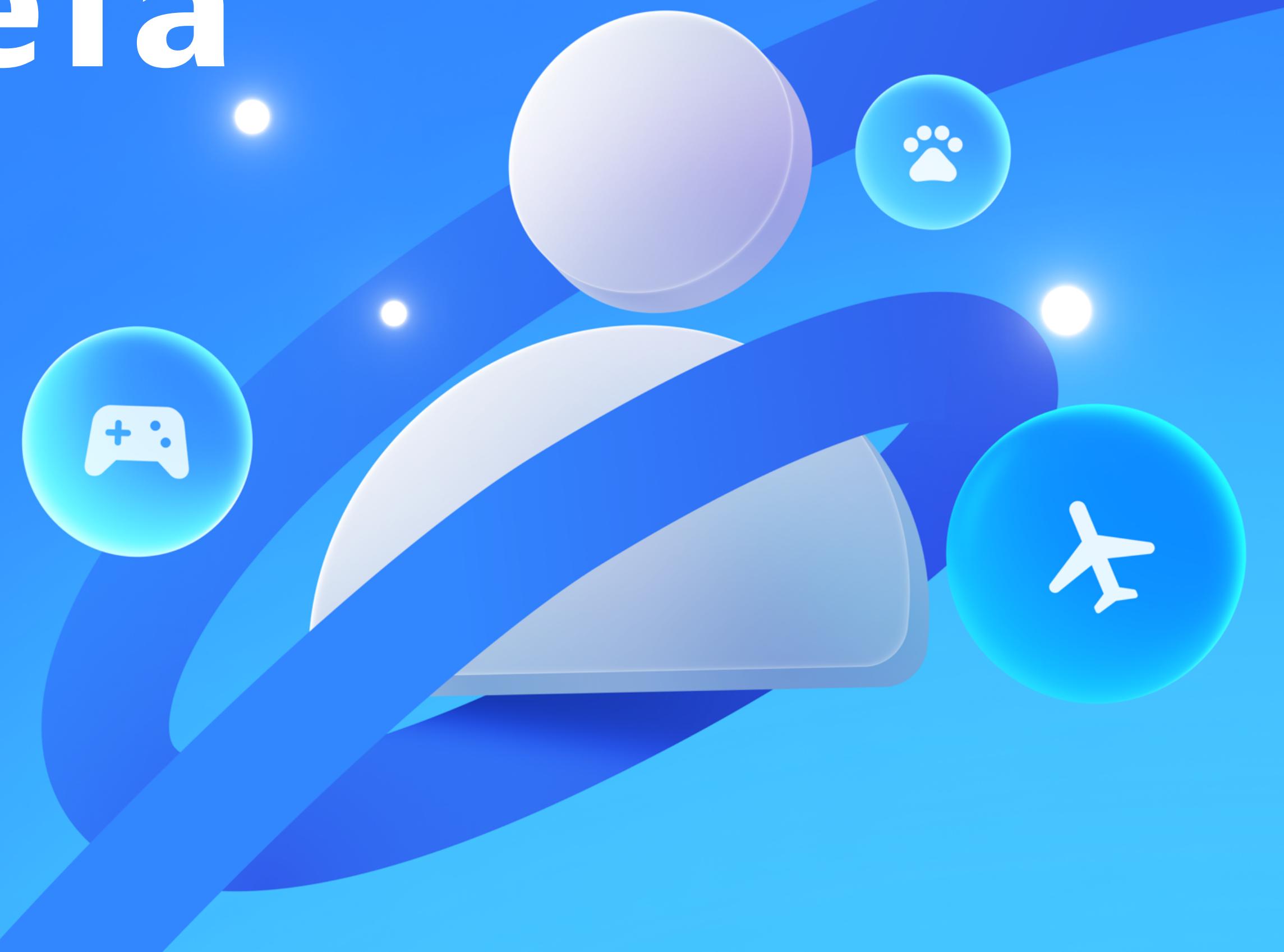


Создание единого портрета пользователя

или связь онлайн и офлайна

Павел Мрыкин

Руководитель направления клиентского опыта



Онлайн-оффлайн-связь

Взаимодействие между онлайн- и оффлайн-миром
бизнеса

Единый профиль пользователя

Это история касаний клиента с компанией через все доступные способы коммуникации:

Онлайн-рекламу



Сайт



Приложение



Мессенджеры



Письма
на электронную почту



Звонки на прямой
номер в обход сервиса
коллтрекинга



Оффлайн-носители
(листовки, визиты,
 билборды, радио)



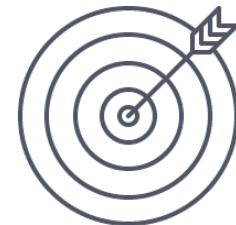
Оффлайн-точки
(магазин, шоурум,
 ресторан, офис
 продаж, клиника)



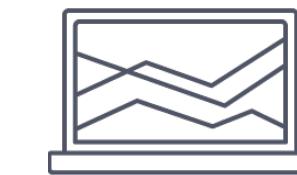
и другие способы

Преимущества связи онлайн и офлайна для бизнеса?

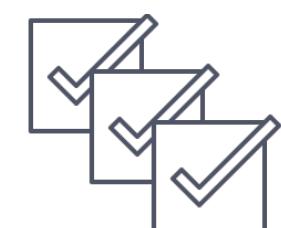
Возможность предоставлять более персонализированные предложения для клиентов



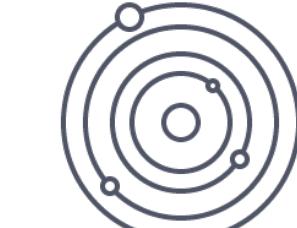
Полноценная оценка эффективности рекламных источников трафика

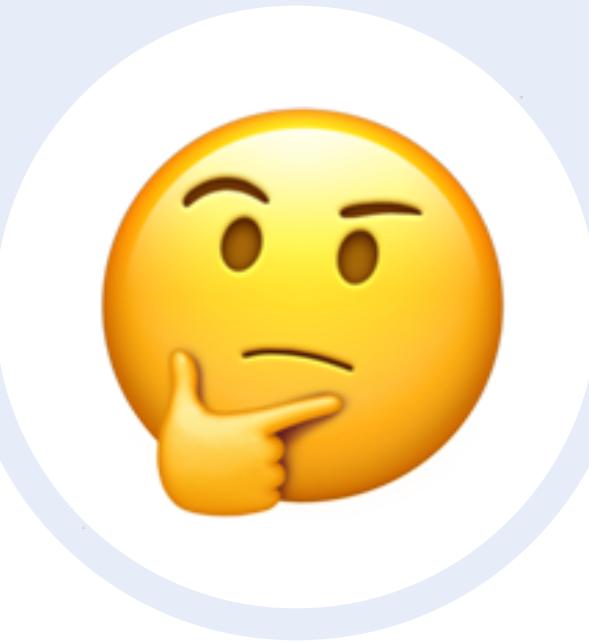


Дополнительные данные для автоматических стратегий

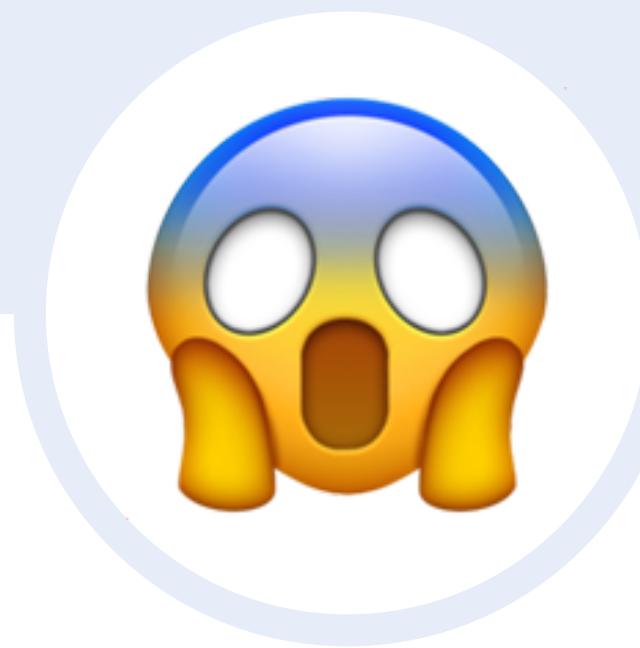


Детализированная аналитика по повторным оплатам в разрезе каждого клиента





Какой идеальный подход к связи онлайн и офлайна?

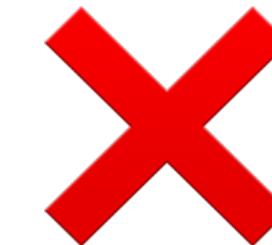


ЕГО НЕ СУЩЕСТВУЕТ

Невозможно идентифицировать 100% пользователей в оффлайне



Если клиент несколько раз посещает один и тот же сайт и ничего не покупает, то система аналитики узнает его по cookie при следующем посещении сайта.



Если же клиент приходит в оффлайне три раза в магазин — то никто не знает, что клиент приходил, т.к. нет никакого идентификатора.

Как работает связка между онлайн и офлайном?

Для этого используются все возможные идентификаторы:

Идентификаторы пользователя



- UserID
- SessionID
- Social ID
- Telegram ID

Идентификаторы устройства



- ClientID
- Device ID
- MAC-адрес

А точнее сбор, накопление и сопоставление ЭТИХ иДентификаторов

```
{  
  "User": {  
    "UserID": "7856",  
    "SessionID": "232421437",  
    "SocialID": "semenov92",  
    "TelegramID": "2246262262"  
  },  
  "Device": {  
    "ClientID": "sjdnf932",  
    "DeviceID": "aiwe391",  
    "MAC-address": "12:34:56:78:90:ab",  
    "IP-address": "192.168.1.1"  
  },  
  "Contact": {  
    "Phone": "+7 (909) 123-45-67",  
    "Email": "semenov92@mail.ru"  
  },  
  "LoyaltyProgram": {  
    "CardNumber": "987654321"  
  },  
  "PersonallInfo": {  
    "FirstName": "Сергей Семёнов",  
    "LastName": "Иванов",  
    "Gender": "male",  
    "Birthday": "29.01.1992"  
  },  
  "Location": {  
    "Country": "Россия",  
    "City": "Москва",  
    "Address": "ул. Тверская, д. 1"  
  }  
}
```

Сбор портрета аудитории для дальнейшего использования

CRM



Системы
аналитики



CDP

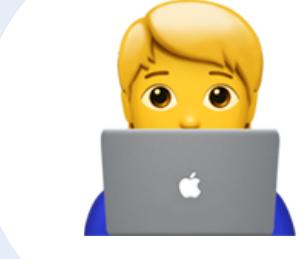


Как происходит связь?



**Василий заходит
на сайт с рекламы
в Яндекс Директе**

Система веб-аналитики
фиксирует sessionId, clientId



Авторизуется

Система фиксирует UserId

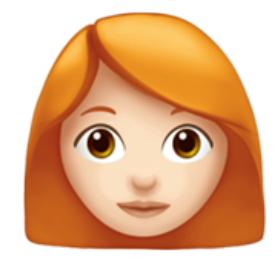


Оставляет заказ

Система фиксирует номер
телефона, email, карту
лояльности

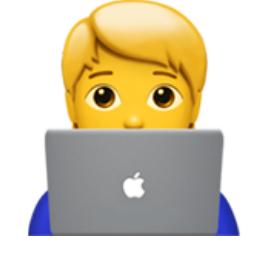
- Так как всё это произошло в рамках посещения сайта —
все данные связались в один профиль

Представим другую ситуацию



Екатерина заходит
на сайт с рекламы в
социальной сети

Система веб-аналитики
фиксирует sessionId, clientId



Заходит на страницу
контакты, выбирает
магазин



Уходит с сайта
и отправляется
за покупкой
в онлайн магазин

Альтернативные истории развития событий

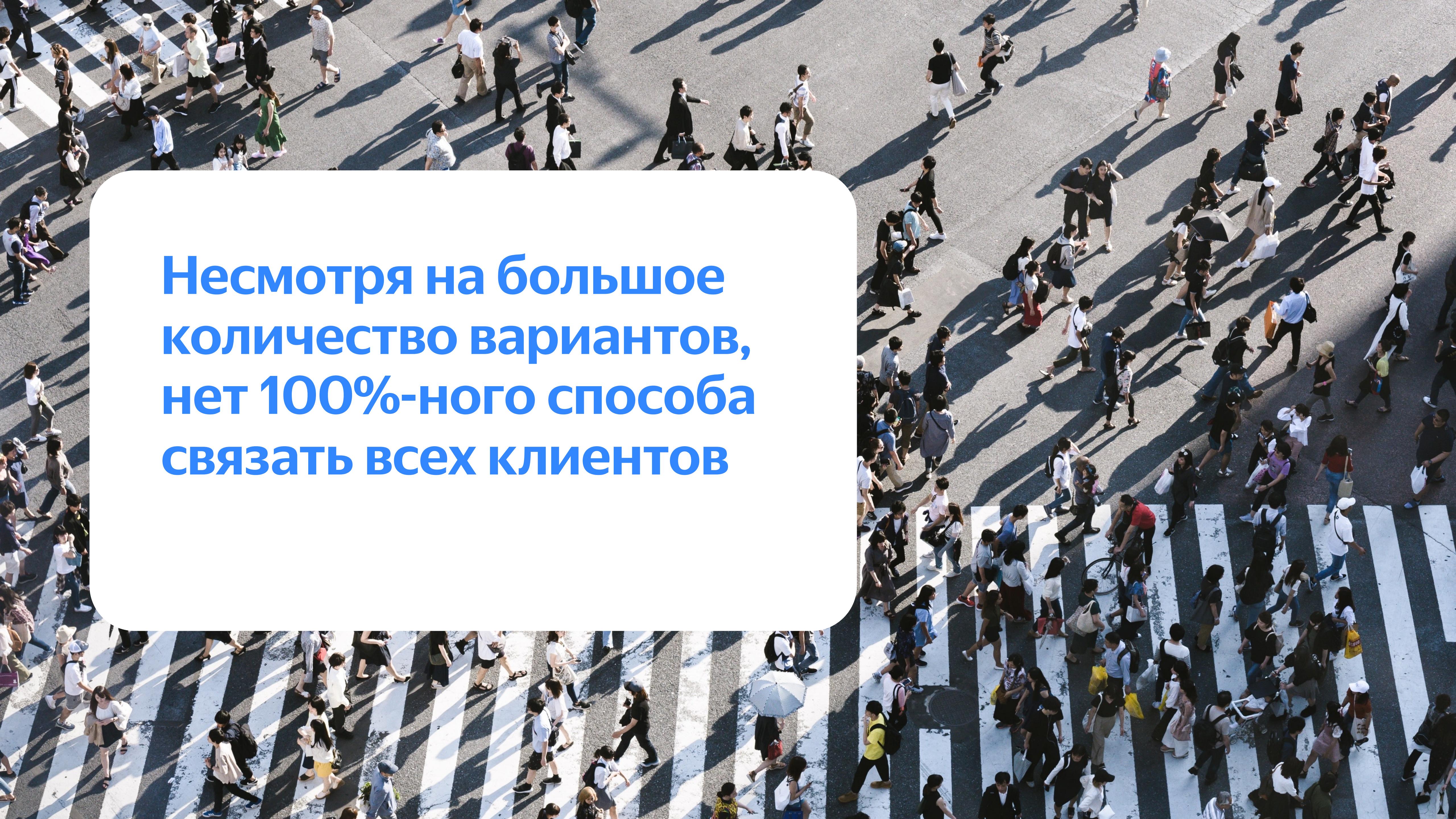
Клиент перешёл на сайт
и для общения выбрал
мессенджер

Клиент позвонил
на статический номер
визитки в Яндекс Директе

Клиент обратился
с классифайда

Клиент позвонил
на прямой номер
компании

И т. д.



Несмотря на большое количество вариантов, нет 100%-ного способа связать всех клиентов

Каждый этап по порядку

Яндекс Директ

Мои кампании Создать кампанию Инструменты Рекомендации Библиотека

Кампании 1 > Группы > Объявления

Ставки и условия показа: Фразы Фильтры фидов Ретаргетинг и аудитории

Действия последние 30 дней Активные группы Поиск и фильтрация по группам

ТИП	НАЗВАНИЕ	СТАТУС	КАМПАНИЯ	РАСХОД, ₽	КОНВЕРСИИ
Итого				0	
	Черновик	Шоколад - Сети	Nº 47717091	0,00	

Действия

- Редактировать
- Копировать
- Отправить на модерацию
- Удалить

Как собирать необходимые идентификаторы в онлайне



```
ym('XXXXXX', 'getClientID', function(clientID) {  
  <тело функции>  
});
```



```
window.ct('calltracking_params',  
'mod_id').ctClientId
```



Пример кодов

```
> 01:40:47.737 ум(12606739, 'getClientID', function(clientID) {  
    console.log(clientID)  
});  
01:40:47.739 16124251751002782152
```



Пример отчёта по клиентам

Посетители и клиенты Как использовать

Посетители Клиенты

Быстрые сегменты

Любые сайты

Больше одного визита

Новые посетители за 7 дней

Мобильные посетители

Приходили по рекламе

Посетителей в отчете: 100% ▼



Люди, у которых



с визитами, в которых



Посетитель

кли

ивность

Всего визитов

Общее время на
сайте

Цели

Характеристики

ClientID



25.05.2023

09.06.2023 01:38:04

3

0:38



Пример отчёта по клиентам

Посетители и клиенты Как использовать

Посетители Клиенты

Быстрые сегменты Любой сайт Больше одного визита Новые посетители за 7 дней Мобильные посетители Приходили по рекламе

Посетителей в отчете: 100%



Люди, у которых



с визитами, в которых



Посетитель	Идентичность	Всего визитов	Общее время на сайт	Цели	Количество звонков
 25.05.2023 09.06.2023 01:38:04	клиент Характеристики ClientID 16124251751002782152	1	0:00		0
 09.06.2023 09.06.2023 01:36:50		1	0:00		0
 09.06.2023 09.06.2023 01:35:45		1	0:15	1	0



Пример отчёта по клиентам

Посетители и клиенты [Как использовать](#)

Посетители Клиенты

Быстрые сегменты Любой сайт Больше одного визита Новые посетители за 7 дней Мобильные посетители Приходили по рекламе

Посетителей в отчете: 100% Люди, у которых ClientID: 16124251751002782152 с визитами, в которых

Посетитель	Первый визит	Последний визит	Активность	Всего визитов	Общее время на сайте	Цели	Количество звонков
26.04.2022 29.07.2022 15:45:36	2	1:30	1	0			
10.06.2021 10.06.2021 12:49:51	1	10:32	1	0			
02.12.2020 17.05.2021 17:03:59	75	3:15:35	7	0			



Добавьте комментарий 

ClientID  16124251751002782152

Всего визитов  75

Общее время на сайте  3:15:35

Активность 

Цели  Количество звонков
 7 0

Первый источник трафика  Внутренние переходы 

Первый визит  02.12.2020

Последний визит  17.05.2021 17:03:59

Регион  Россия  Москва

Операционная система (детально)  macOS Catalina (и последующие)

Тип устройства  ПК

17 мая 2021

Визит в 17:03:59  1  Прямые заходы 3 стр. 29:17 

- Страница входа <https://calltouch.ru/>
- Достигнута цель 60sec
- Просмотр <https://my.calltouch.ru/user/login>
- Просмотр <https://my.calltouch.ru/user/login>

13 мая 2021

Визит в 12:08:28  Внутренние переходы 3 стр. 19:04 

- Страница входа <https://my.calltouch.ru/user/login>
- Просмотр <https://my.calltouch.ru/user/login>
- Просмотр <https://my.calltouch.ru/user/login>

12 мая 2021

Визит в 13:09:21  1  Google, результаты поиска 1 стр. 1:00 

- Страница входа <https://calltouch.ru/utm-generator/>
- Достигнута цель 60sec

11 мая 2021

Визит в 13:00:25  1  Прямые заходы 2 стр. 4:31 

- Страница входа <https://calltouch.ru/>
- Достигнута цель 60sec
- Просмотр <https://my.calltouch.ru/user/login>

29 апреля 2021

Визит в 17:43:27  Внутренние переходы 1 стр. 0:26 

- Страница входа <https://my.calltouch.ru/user/login>



Пример кодов

```
> 01:41:50.012 window.ct('calltracking_params', '8e87d68b').ctClientId
< 01:41:50.023 '10000002893968701'
```



Пример отчёта по клиентам

Calltouch calltouch calltouch.ru

0 ₽ pmrykin@calltouch.net

Отчеты Настройки Интеграции Продукты Обратная связь Менеджер Обучение Оповещения

Журнал клиентов

Звонки Заявки Все лиды Сделки Клиенты Чаты

Всего клиентов	1 705	Средний LTV клиента	64 555 ₽
Со сделками	1 002	Среднее время до первой сделки, дни	6
С лидами	1 384	Среднее количество сделок одного клиента	5
Без сделок и лидов	2	Средняя длина цепочки, касаний	49
Вернувшиеся	367	Средняя продолжительность касаний, дни	402

Дата первого и последнего касания	Клиент	Сессии	Заявки	Звонки	Сделки	История касаний
08.06.2023 Четверг	Kalay_Makalay	1				cpc facebook
	+7 (701) 666-xx-xx					
	0 д					
08.06.2023	Дмитрий	1	referral blog.calltouch.ru	referral blog.calltouch.ru		
	+7 (925) 918-xx-xx					
	0 д					
08.06.2023	Антонина	1	cpc facebook	cpc facebook		
	+7 (964) 192-xx-xx					
	0 д					
08.06.2023	AGAR MODA	1	cpc facebook			

Dan

Телефон +7 (911) 925-xx-xx
Почта d.l.a@xx.x
ID клиента 200000003148802979
Дата и время первого касания 06.10.2020 20:01:21
Дата и время последнего касания 08.06.2023 18:25:49
Продолжительность касаний 974
Кол-во касаний всего 7
Кол-во касаний до первой сделки 1
Выручка с клиента (LTV) 0 ₽

Добавить тег

Предыдущий клиент Следующий клиент

Комментарии (0)

История касаний

7 Заявка 08.06.23 18:25:49

Мужчина Книга 23 способа сделать маркетинг лучше

Источник blog.calltouch.ru
Канал referral
Кампания Социальная инженерия в маркетинг...
Объявление book-23-sposoba
Фраза pravaya_kolonka
IP 176.59.16.101

Предыдущая страница 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ... 35



Пример отчёта по клиентам

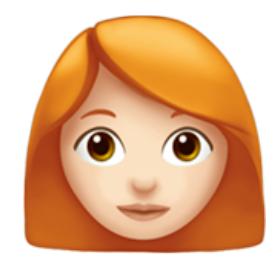
1 Сделка		06.10.20 20:01:21	➡
Источник создания сделки	API		
Внешний ID сделки	29849500		
Название сделки	—		
Воронка	Мероприятия		
Статус	Мероприятия: Закрыто и не реализ...		
Выручка	—		
Маржинальность	—		
Менеджер	Testing test		
Дата создания сделки	06.10.20 20:01:21		
Дата обновления сделки	17.03.21 01:23:33		
Источник	—		
Канал	—		
Кампания	—		
Объявление	—		
Фраза	—		
Комментарий к сделке	—		

3 Заявка		20.04.23 09:25:18	➡
Мужчина	Книга 23 способа сделать маркетинг лучше		
Источник	telegram		
Канал	cpc		
Кампания	book-23-sposoba_followers		
Объявление	<не заполнено>		
Фраза	<не заполнено>		
IP	176.59.17.133		
Страница входа	https://www.calltouch.ru/book-23...		
Страница заявки	https://www.calltouch.ru/book-23...		
RequestID	8915289		
SessionID	1980094328		
GA cid	1245631890.1681971875		
ЯМ ID	1681971876942937034		
2 Посещение		20.04.23 09:24:37	➡
Источник	telegram		
Канал	cpc		
Кампания	book-23-sposoba_followers		
Объявление	<не заполнено>		
Фраза	<не заполнено>		
IP	176.59.17.133		
Страница входа	https://www.calltouch.ru/book-23...		
SessionID	1980094328		
GA cid	1245631890.1681971875		
ЯМ ID	1681971876942937034		

5 Посещение		04.05.23 09:41:30	➡
Источник	telegram		
Канал	cpc		
Кампания	book-23-sposoba_followers		
Объявление	<не заполнено>		
Фраза	<не заполнено>		
IP	176.59.17.153		
Страница входа	https://www.calltouch.ru/book-23...		
SessionID	1985850563		
GA cid	1245631890.1681971875		
ЯМ ID	1681971876942937034		
4 Посещение		20.04.23 18:33:45	➡
Источник	telegram		
Канал	cpc		
Кампания	book-23-sposoba_followers		
Объявление	<не заполнено>		
Фраза	<не заполнено>		
IP	176.59.2.177		
Страница входа	https://www.calltouch.ru/book-23...		
SessionID	1980336050		
GA cid	1245631890.1681971875		
ЯМ ID	1681971876942937034		

Создание связи с помощью QR-кодов и NFC-визиток

Представим другую ситуацию



Екатерина заходит на сайт с рекламы в социальной сети

Система веб-аналитики фиксирует sessionId, clientId

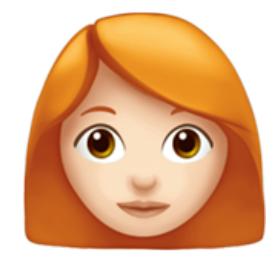


Заходит на страницу «Контакты», выбирает магазин



Уходит с сайта и отправляется за покупкой в онлайн-магазин

Представим другую ситуацию



Екатерина заходит на сайт с рекламы в социальной сети

Система веб-аналитики фиксирует sessionId, clientId



Заходит на страницу «Контакты», выбирает магазин

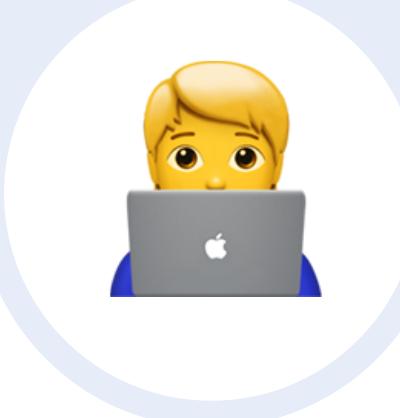


Уходит с сайта и отправляется за покупкой в онлайн-магазин

Представим другую ситуацию

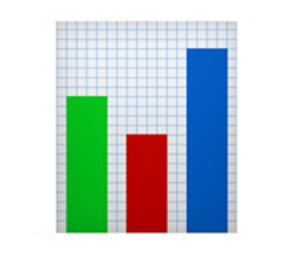


Екатерине предлагают
расширенную гарантию
при регистрации
по QR-коду



Она открывает сайт

Система аналитики
узнаёт её по cookie



Данные отправляются

В системе аналитики
фиксируется онлайн-визит

Способы мотивации перехода клиента

По QR-коду в салоне продаж, в оффлайн-точке продаж,
для увеличения количества собранных идентификаторов

01

Технические возможности

Организация бесплатного Wi-Fi в магазине, который можно получить только после сканирования QR-кода. Также можно дать доступ к эксклюзивным скидкам, доступным только при сканировании QR-кода.

02

Предоставление эксклюзивной информации

Предоставление эксклюзивной сводки об акциях, новинках или специальных предложениях только для тех, кто зарегистрировался через сканирование QR-кода.

03

Игры и бонусы

Создание игр, опросов и конкурсов, в которых можно получить бонусы или скидки, принимая участие и сканируя QR-код.

04

Предоставление подарков

Поощрять клиентов, сканирующих QR-код, с помощью специальных подарков или бесплатных аксессуаров, которые можно получить только через QR-код.

05

Удобство и простота

Сделать сканирование QR-кода максимально простым и удобным, чтобы клиенты не испытывали неудобств, пока пользуются ими.

Пара слов об NFC



Связь WhatsApp с источником трафика

Используем сообщение-шаблон, которое
должен отправить клиент. В шаблон вшилт
sessionId клиента.

Связь WhatsApp с источником трафика

Бизнес-аккаунт

Текстовое сообщение

Номер телефона

79257167643

Ссылка для копирования

→ <https://wa.me/79257167643?text=Сообщение...> 

Введите номер в формате 79001231122, без скобок и тире

Текстовое сообщение 

Сообщение отправлено с сайта `{site}`.
Отправьте ваш номер заявки `{sessionId}`
менеджеру.

Динамические параметры 

`{site}` - название сайта, с которого совершили переход
`{sessionId}` - уникальный идентификатор сессии Calltouch
`{ctClientId}` - уникальный идентификатор клиента

Продукт BigData

Представление продукта BigData
для анализа данных

Как может выглядеть путь клиента при выборе товара

Шаг 1



Переходит на сайт
с рекламы
[Яндекс Директа](#)

Шаг 2



Заходит на страницу
контактов и отправляется
в магазин

Шаг 3



Приезжает в магазин,
выбирает подходящий
диван и покупает его

Шаг 4



Как может выглядеть путь клиента при выборе товара

Шаг 1



Переходит на сайт с рекламы Яндекс Директа

Шаг 2



Заходит на страницу контактов и отправляется в магазин

Шаг 3



Приезжает в магазин, выбирает подходящий диван и покупает его

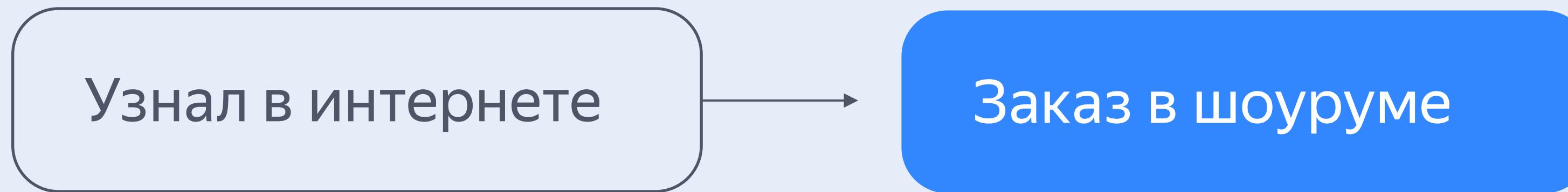
Шаг 4



В CRM-систему отправляется источник трафика [Заказ в шоурум](#)

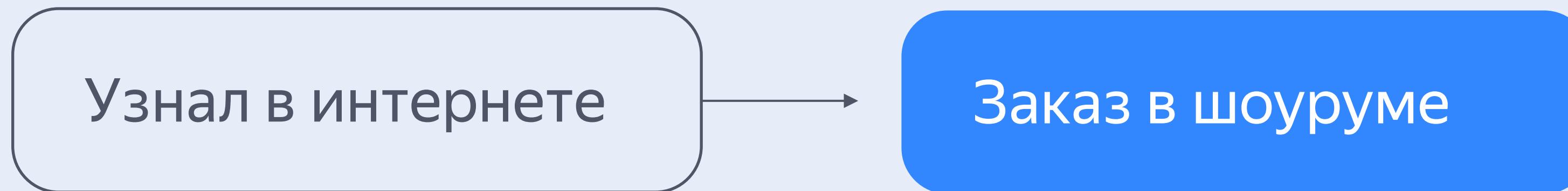


Так выглядит путь клиента из нашего примера без внешних данных

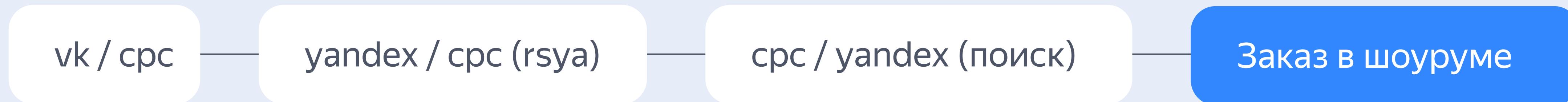


- ✖ Меньше данных для оптимизации рекламы
- ✖ Неизвестно, какие источники трафика приводят онлайн-аудиторию
- ✖ Стоимость привлечения выше, чем на самом деле

Так выглядит путь клиента из нашего примера без внешних данных



Мы предлагаем узнать о нём больше:



Как это работает?

1

Загрузите базу клиентов (с неизвестным источником трафика)

2

Big-data получает цифровой след пользователя

3

Присвоение источника по модели атрибуции

4

Получение дополнительной информации (СJM) аудитории

База клиентов может загружаться вручную в ЛК, а также можно создавать сделки/заявки с указанием номеров, чтобы исключить ручную работу



Что дальше? Применение собранные данные о клиентах

Использование
аналитики
для оптимизации



Анализ конверсии
и оценка ROI



Интеграция
онлайн-покупок
и офлайн-получения



Развитие клиентской
базы данных



Оптимизация
взаимодействия
в мессенджерах



Интеграция
лояльности
и вознаграждений



Оценка
покупательского
пути



Развитие каналов
коммуникации



Преимущества и ограничения технологий



Советы

01

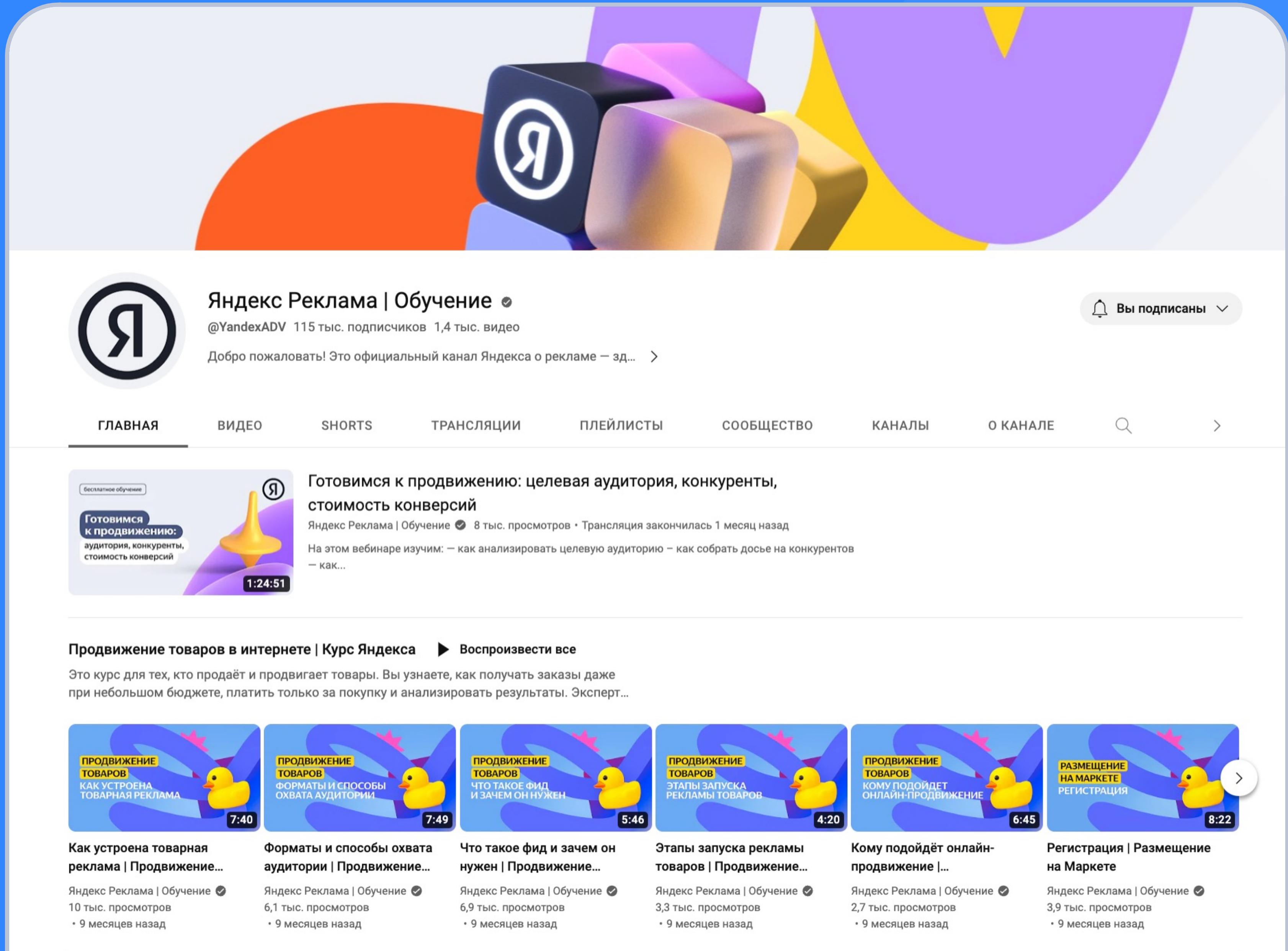
Используйте
максимум способов
сбора данных
(законных)

02

Проверяйте
качество этих
данных

03

Используйте
собранные
данные в работе



Яндекс Реклама | Обучение

115 тыс. подписчиков 1,4 тыс. видео

Добро пожаловать! Это официальный канал Яндекса о рекламе – зд...

ГЛАВНАЯ ВИДЕО SHORTS ТРАНСЛЯЦИИ ПЛЕЙЛИСТЫ СООБЩЕСТВО КАНАЛЫ О КАНАЛЕ

Готовимся к продвижению: целевая аудитория, конкуренты, стоимость конверсий

Яндекс Реклама | Обучение 8 тыс. просмотров • Трансляция закончилась 1 месяц назад

На этом вебинаре изучим: – как анализировать целевую аудиторию – как собрать досье на конкурентов – как...

1:24:51

Продвижение товаров в интернете | Курс Яндекса

Воспроизвести все

Это курс для тех, кто продаёт и продвигает товары. Вы узнаете, как получать заказы даже при небольшом бюджете, платить только за покупку и анализировать результаты. Эксперт...

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ | КАК УСТРОЕНА ТОВАРНАЯ РЕКЛАМА | 7:40

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ | ФОРМАТЫ И СПОСОБЫ ОХВАТА АУДИТОРИИ | 7:49

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ | ЧТО ТАКОЕ ФИД И ЗАЧЕМ ОН НУЖЕН | 5:46

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ | ЭТАПЫ ЗАПУСКА РЕКЛАМЫ ТОВАРОВ | 4:20

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ | КОМУ ПОДОЙДЁТ ОНЛАЙН-ПРОДВИЖЕНИЕ | 6:45

РАЗМЕЩЕНИЕ НА МАРКЕТЕ | РЕГИСТРАЦИЯ | 8:22

Как устроена товарная реклама | Продвижение...

Форматы и способы охвата аудитории | Продвижение...

Что такое фид и зачем он нужен | Продвижение...

Этапы запуска рекламы товаров | Продвижение...

Кому подойдёт онлайн-продвижение |...

Регистрация | Размещение на Маркете

Яндекс Реклама | Обучение 10 тыс. просмотров • 9 месяцев назад

Яндекс Реклама | Обучение 6,1 тыс. просмотров • 9 месяцев назад

Яндекс Реклама | Обучение 6,9 тыс. просмотров • 9 месяцев назад

Яндекс Реклама | Обучение 3,3 тыс. просмотров • 9 месяцев назад

Яндекс Реклама | Обучение 2,7 тыс. просмотров • 9 месяцев назад

Яндекс Реклама | Обучение 3,9 тыс. просмотров • 9 месяцев назад

Курс Яндекса про Директ | Старт

Воспроизвести все

Учитесь настраивать рекламные кампании у экспертов Яндекса. Базовый курс поможет

Подписывайтесь
на канал

Спасибо!
Остались вопросы?



Павел Мрыкин
Руководитель направления
клиентского опыта

Поделитесь своим
впечатлением
об эфире по ссылке