

# Трекинг на сайте

Версия 8.0



Эта документация предоставляется с ограничениями на использование и защищена законами об интеллектуальной собственности. За исключением случаев, прямо разрешенных в вашем лицензионном соглашении или разрешенных законом, вы не можете использовать, копировать, воспроизводить, переводить, транслировать, изменять, лицензировать, передавать, распространять, демонстрировать, выполнять, публиковать или отображать любую часть в любой форме или посредством любые значения. Обратный инжиниринг, дизассемблирование или декомпиляция этой документации, если это не требуется по закону для взаимодействия, запрещены.

Информация, содержащаяся в данном документе, может быть изменена без предварительного уведомления и не может гарантировать отсутствие ошибок. Если вы обнаружите какие-либо ошибки, сообщите нам о них в письменной форме.

# Содержание

<b>Трекинг событий сайта</b>	<b>4</b>
Трекинговый код	5
Файлы cookie	5
<b>Настроить трекинг событий сайта</b>	<b>6</b>
Шаг 1. Включить функциональность трекинга	6
Шаг 2. Настроить в Creatio список отслеживаемых страниц	6
Шаг 3. Настроить трекинг пользовательских событий сайта	7
Шаг 4. Встроить трекинговый код на ваш сайт	9
<b>Трекинг источников лидов</b>	<b>11</b>
Работа трекинга источников лидов	11
Использование cookie-файлов в трекинге источников лидов	12
Использование UTM-меток	13
Правила определения источников лидов с примерами	13
<b>Настроить трекинг источников лидов</b>	<b>18</b>
Настроить UTM-метки	18
Добавить канал лида	18
Добавить источник лида	19
Добавить сайт-источник	19
Встроить скрипт для отслеживания cookies на ваш сайт	20

# Трекинг событий сайта

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

**Важно.** Начиная с версии Creatio 8.0 Atlas функциональность трекинга событий сайта будет отключена. В качестве альтернативы можно использовать сервис аналитики Matomo. Данные из Matomo импортируются в Creatio при помощи приложения Marketplace: [Matomo connector for Creatio](#). Подробнее о работе с данными, полученными из Matomo, читайте в статье [Отслеживание поведения контакта на сайте](#).

Персонализируйте коммуникации с клиентом, основываясь на его интересах и предпочтениях. Функциональность трекинга событий сайта позволит дополнить профиль клиента информацией о тех действиях, которые он совершил на вашем сайте. Вы можете настроить отслеживание посещения страниц вашего сайта, а также перечень событий, которые необходимо на них отслеживать, например, добавление товаров в корзину, оформление заказа и т. п.

Все действия, которые клиент совершил на вашем сайте, отобразятся на вкладке [ *События сайта* ] страницы лида, созданного после регистрации клиента на сайте. Для каждого из событий можно посмотреть подробную информацию. Для этого нажмите на кнопку в правой части записи события. А на вкладке [ *События сайта* ] страницы контакта отобразятся события сайта, связанные со всеми лидами данного контакта.

Рис. 1 – События сайта на странице лида

<span>&lt;</span> <span>ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ</span> <span>ДАННЫЕ О ПОТРЕБНОСТИ</span> <span>ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЛИДА</span> <span>ХРОНОЛОГИЯ</span> <span><u>СОБЫТИЯ САЙТА</u></span> <span>&gt;</span>					
Время и дата	Тип события	Название	Содержание	Стоимость	
15.08.2020, 14:10:00	page-load	Главная страница	<a href="https://example.com">https://example.com</a>	0	▼
15.08.2020, 14:11:00	page-load	Смартфоны	<a href="https://example.com/smartphones">https://example.com/smartphones</a>	0	▼
15.08.2020, 14:12:00	page-load	Ноутбуки	<a href="https://example.com/laptops">https://example.com/laptops</a>	0	▼
15.08.2020, 14:13:00	search	Поиск	Gigabook model	0	▼
15.08.2020, 14:14:00	view_item	Laptop Gigabook model 100	В разделе	0	▼
15.08.2020, 14:15:00	view_item	Laptop Gigabook model 200	В разделе	0	▼
15.08.2020, 14:16:00	view_item	Laptop Gigabook model 300	В разделе	0	▼
15.08.2020, 14:17:00	add_to_basket	Laptop Gigabook model 200	В разделе	850	▼
15.08.2020, 14:18:00	page-load	Корзина товаров	<a href="https://example.com/cart">https://example.com/cart</a>	0	▼

Чтобы включить отслеживание всех действий, которые клиенты совершали на вашем сайте, необходимо выполнить ряд предварительных настроек в Creatio и на стороне вашего сайта.

## Трекинговый код

Трекинговый код генерируется при настройке отслеживания событий сайта в Creatio и помещается в исходный HTML-код на каждой странице вашего сайта. Вы можете сформировать следующие виды трекингового кода:

- **Базовый** — позволяет отслеживать посещение страниц сайта.
- **Код отслеживания событий** — позволяет отслеживать события сайта с заданными пользователем параметрами. Например, заполнение определенного поля на странице, нажатие кнопки, просмотр видео. Код отслеживания событий используется только вместе с базовым трекинговым кодом.

Рис. 2 – Примеры трекинговых кодов

### Трекинговый код

#### Базовый код трекинга

Важно

Базовый код трекинга для данного ресурса необходимо разместить на всех страницах сайта.

[Подробнее по настройке базового кода трекинга](#)

```
( function (w, d, s, t, r) {
var root = (w['creatioTracking'] = w['creatioTracking'] || {}), v = (root['v'] = root['v'] || {});
v['hst'] = s; v['tnt'] = t; v['res'] = r; var se = d.createElement('script'), he = d.getElementsByTagName('he');
se.async = true; se.src = "https://webtracking-v01.bpmonline.com/JS/" + tc; he.appendChild(se); }
)(window, document, 'https://tracking-receiver.creatio.com:31390', '551ae04b-554c-46f3-9979-b2700b10a802', 'f
```

КОПИРОВАТЬ В БУФЕР ОБМЕНА

#### Код отслеживания событий

Тип события \*

click

Название события

Переход по ссылке

Содержание события

Переход на страницу продукта

Стоимость события

25.75

```
creatioTracking.registerEvent('click', {
  name: 'Переход по ссылке',
  value: 'Переход на страницу продукта',
  cost: 25.75
});
```

КОПИРОВАТЬ В БУФЕР ОБМЕНА

Трекинговый код запускается при переходе потенциального клиента на ваш сайт и выполнении тех действий, для которых вы предварительно настроили отслеживание. Например, при нажатии кнопки добавления товара в корзину, переходе по ссылке на страницу мероприятия или добавлении товара в список желаний. При выполненной настройке лендингов в Creatio отобразятся действия (события сайта), которые клиент совершил до заполнения формы лендинга, а также те, которые он совершит в дальнейшем. Перечень таких событий отображается в истории созданного лида и связанного с ним контакта.

## Файлы cookie

Трекинговый код формирует cookie-файл [ *BpmTrackingId* ], который сохраняет уникальный

идентификатор браузера клиента. Благодаря этому Creatio получает информацию о событиях сайта клиента — как тех, которые были выполнены после регистрации клиента на вашем сайте путем заполнения формы лендинга, так и те действия, которые клиент выполнял до регистрации, даже если между этими событиями прошел значительный промежуток времени.

Если клиент так и не заполнил форму лендинга, то данные о его действиях сохраняются в сервисе трекинга, но в Creatio не отобразятся. Это связано с тем, что до заполнения формы лендинга невозможно установить связь между клиентом, лидом и событиями сайта. При создании лида значение cookie из трекингового кода передается в лид (в колонку “BPMSessionId”). В дальнейшем Creatio будет автоматически запрашивать в сервисе трекинга данные обо всех действиях лида, выполненных в этом браузере. Если в дальнейшем клиент очистил cookies или зашел на ваш сайт с другого браузера, то для него будет сформирован новый уникальный идентификатор, а данные о событиях сайта будут переданы в Creatio после регистрации лида.

# Настроить трекинг событий сайта

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

**Важно.** Начиная с версии Creatio 8.0 Atlas функциональность трекинга событий сайта будет отключена. В качестве альтернативы можно использовать сервис аналитики Matomo. Данные из Matomo импортируются в Creatio при помощи приложения Marketplace: [Matomo connector for Creatio](#). Подробнее о работе с данными, полученными из Matomo, читайте в статье [Отслеживание поведения контакта на сайте](#).

Для работы функциональности трекинга в Creatio вам необходимо на сайте, с которого вы хотите получать данные, иметь настроенную и зарегистрированную в Creatio посадочную страницу. Подробно о создании и настройке лендингов в Creatio читайте в статье [Настроить лендинг — общая последовательность шагов](#).

## Шаг 1. Включить функциональность трекинга

Для включения в вашем приложении Creatio функциональности трекинга событий сайта обратитесь в службу технической поддержки. Обратите внимание, что в приложениях, развернутых on-site, должна быть настроена возможность подключения к внешнему облачному сервису.

После включения функциональности убедитесь, что в вашем приложении заполнены системные настройки “Адрес Identity сервера” (код “IdentityServerUrl”), “Идентификатор приложения для Identity сервера” (код “IdentityServerClientId”) и “Секретный ключ для Identity сервера” (код “IdentityServerClientSecret”). Если данные системные настройки не заполнены, то обратитесь в службу поддержки Creatio.

## Шаг 2. Настроить в Creatio список отслеживаемых страниц


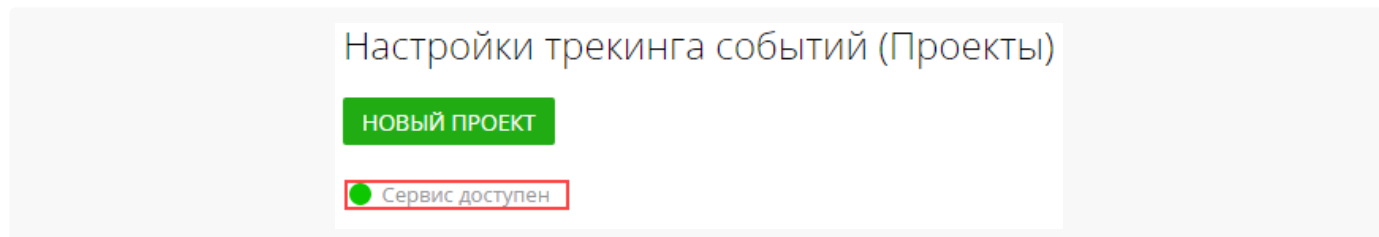
1. Перейдите в **дизайнер системы**, например, по кнопке  в правом верхнем углу приложения. В группе “Импорт и интеграции” перейдите по ссылке “Настройка сервиса трекинга событий”.
2. На открывшейся странице **проверьте доступность** сервиса трекинга. Если сервис недоступен, то обратитесь в службу поддержки Creatio.

Рис. 1 — Индикатор доступности сервиса трекинга событий сайта



3. Нажмите кнопку [ *Новый проект* ].
4. На открывшейся странице:
  - Введите **название** проекта, например, “Просмотр продуктов на сайте”.
  - При необходимости, введите **описание** проекта.
  - Укажите **ответственного**.
5. Примените изменения. Только после этого вы сможете добавить ресурсы трекинга — страницы, для которых необходимо отслеживать события сайта.
6. Откройте сохраненный проект.
7. В области [ *Ресурсы трекинга* ] нажмите **+**.
8. На открывшейся странице заполните:
  - [ *Название* ] — название ресурса, например, “Сайт мероприятия для СНГ”.
  - [ *ID (URL для web-сайтов)* ] — адрес ресурса, для которого необходимо отслеживать события, например, [www.my-company.com](http://www.my-company.com).
9. Для того чтобы события данного ресурса отслеживались и передавались в Creatio, установите для ресурса признак [ *Активный* ].
10. Нажмите кнопку [ *Применить* ]. После этого для ресурса будет сгенерирован **базовый трекинговый код**, который после добавления в HTML-код страницы сайта позволит отслеживать ее посещение пользователями. [Подробнее >>>](#)

При необходимости вы можете настроить отслеживание любых событий сайта. [Подробнее >>>](#)

Повторите п. 7–10, чтобы добавить в проект ресурсы для каждого сайта, на котором необходимо отслеживать события.

**На заметку.** Ресурсы, для которых больше нет необходимости отслеживать события, например, устаревшие посадочные страницы, можно удалить из интерфейса приложения, но не из базы данных, так как они используются в истории событий сайта клиентов.

## Шаг 3. Настроить трекинг пользовательских событий сайта

Вы можете настроить для страниц вашего сайта трекинг не только просмотров, но и любых

пользовательских событий, например, переходов по ссылкам, заполнения формы обратной связи, проигрывания видео и т. п. Для этого вам необходимо продумать перечень событий, которые вы хотите отслеживать, сформировать для них коды отслеживания и добавить эти коды к элементам страниц сайта (ссылкам, кнопкам, формам и т. д.).

Чтобы сгенерировать коды отслеживания пользовательских событий:

1. Откройте страницу ресурса.
2. В области [ *Код отслеживания событий* ] заполните:
  - [ *Тип события* ] — действие клиента, которое необходимо отслеживать. Например, переход по ссылке (click), заполнение полей формы (fill\_field), оформление заказа (start\_checkout) и т. п.
  - [ *Название события* ] — значение, которое отобразится в списке событий сайта на странице лида или контакта. Например, “Переход по ссылке” или “Добавление товара в корзину”.
  - [ *Содержание события* ] — фактическое описание действия, совершаемого клиентом на сайте. Например, “Переход на посадочную страницу” или “Начало оформления заказа”.
  - [ *Стоимость события* ] — число, определяющее значимость данного действия пользователя. Значение в поле может быть как целым, так и дробным.
3. Скопируйте полученный код и разместите его в HTML-коде на страницах вашего сайта, на которых должно отслеживаться данное действие. [Подробнее >>>](#)  
 Обратите внимание, что код отслеживания пользовательских событий, в отличие от базового кода трекинга, в системе не сохраняется. Если вы не планируете использовать его сразу, то сохраните в HTML-коде страницы или текстовом редакторе.
4. Сгенерируйте коды отслеживания для всех пользовательских событий, которые необходимо отслеживать на данном ресурсе.

Рис. 2 — Пример сгенерированных трекинговых кодов



ТРЕКИНГОВЫЙ КОД

Базовый код трекинга

Важно

Базовый код трекинга для данного ресурса необходимо разместить на всех страницах сайта.

[Подробнее по настройке базового кода трекинга](#)

```
( function (w, d, s, t, r) {
var root = (w['creatioTracking'] || {}), v = (root['v'] = root['v'] || {});
v['hst'] = s; v['tnt'] = t; v['res'] = r; var se = d.createElement('script'), he = d.getElementsByTagName('he
se.async = true; se.src = "https://webtracking-v01.bpmonline.com/JS/" + tc; he.appendChild(se); }
)(window, document, 'https://tracking-receiver.creatio.com:31390', '551ae04b-554c-46f3-9979-b2700b10a802', 'f
```

КОПИРОВАТЬ В БУФЕР ОБМЕНА

Код отслеживания событий

Тип события \*

click

Название события

Переход по ссылке

Содержание события

Переход на страницу продукта

Стоимость события

25.75

```
creatioTracking.registerEvent('click', {
name: 'Переход по ссылке',
value: 'Переход на страницу продукта',
cost: 25.75
});
```

КОПИРОВАТЬ В БУФЕР ОБМЕНА

## Шаг 4. Встроить трекинговый код на ваш сайт

Чтобы использовать функциональность трекинга событий сайта, необходимо разместить базовый трекинговый код в разметке каждой страницы вашего сайта, а коды отслеживания событий — только в тех страницах, где будут происходить данные события.

**Важно.** Добавление трекингового кода выполняется администратором вашего веб-сайта. Для размещения кода необходимо иметь доступ к исходному HTML-коду вашего сайта и право на размещение HTML-кода в разметке.

### Встроить базовый трекинговый код

На странице ресурса скопируйте базовый трекинговый код и разместите его в HTML-код на каждой странице вашего сайта. Вы можете расположить код в любом месте HTML-разметки до закрывающего тега в конце страницы `</body>`. Если код будет размещен только на некоторых страницах веб-сайта, то Creatio не сможет узнать обо всех переходах потенциальных клиентов на ваш сайт.

Трекинговый код, который размещается на сайте, использует скрипт, находящийся в облаке Creatio. Это означает, что когда пользователь заходит на страницу вашего сайта, браузер пользователя обращается к сервису трекинга Creatio за актуальной версией скрипта, и с его использованием создает cookie-файлы. Чтобы браузер мог обратиться к сервису трекинга, необходимо добавить в HTML-код всех страниц, вместе с базовым трекинговым кодом вызов скрипта:

```
```html <script src="https://webtracking-v01.bpmonline.com/JS/track-cookies.js"></script>
```

© 2022 Terrasoft. Все права защищены.

Этот код можно скопировать в Creatio на странице лендинга, связанного с ресурсом, на котором вы настраиваете трекинг.

## Встроить код отслеживания событий

Разместите трекинговые коды пользовательских событий в HTML-код тех страниц, где необходимо отслеживать эти события. В отличие от базового трекингового кода, коды для отслеживания пользовательских событий необходимо связывать с определенными элементами веб-страницы, например, полями формы, кнопками, гиперссылками. Это можно сделать непосредственно в коде элемента или при помощи JavaScript.

Например, для отслеживания нажатия кнопки, добавьте трекинговый код непосредственно в элемент HTML:

```
<button onclick="creatioTracking.registerEvent('click',
    {
        name: 'Нажатие кнопки',
        value: 'Отправка сообщения через форму обратной связи',
        cost: 25.5
    })">
<!--etc-->
```

Или добавьте трекинговый код в HTML-код страницы, а в элемент — скрипт вызова кода:

```
```html
<script type="text/javascript">

    function bar() {
        /*
        * etc
        */
        creatioTracking.registerEvent('click',
        {
            name: 'Нажатие кнопки',
            value: 'Отправка сообщения через форму обратной связи',
            cost: 25.5
        });
    }

</script>
<!--etc-->
<button onclick="foo()">
<!--etc-->
<button onclick="bar()">
```

```
<!--etc-->
...
```

После выполнения персональных настроек трекинга событий сайта в Creatio будет доступна история действий клиента. Результаты трекинга вы сможете просмотреть на вкладке [ *История* ] страницы лида и связанного с ним контакта.

## Трекинг источников лидов

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Отслеживайте и анализируйте каналы и источники, в которых были сгенерированы лиды. Анализируйте эффективность каналов лидогенерации, определяйте наиболее перспективные для вашего бизнеса каналы и развивайте их.

Данные, полученные с помощью трекингового кода, отображаются на странице лида в группе полей [ *Привлечение лида* ]. В результате трекинга источников лидов вы получите следующую информацию о потенциальном клиенте.

Страница лида с информацией о канале и источнике его привлечения

<div> <span>&lt;</span> <span>ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ</span> <span>ДАННЫЕ О ПОТРЕБНОСТИ</span> <span><u>ИСТОРИЯ</u></span> <span>ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ</span> <span>ЛЕНТА</span> <span>&gt;</span> </div>			
<div> <div> <span>▼</span> События сайта </div> <div> <span>▲</span> Привлечение лида </div> </div>			
Канал	Веб: бесплатный поиск		Сайт перехода
Источник	Яндекс	Лендинг	Демо-версия marketing
Как зарегистрирован	Лендинг	Кампания	Конференция "Дни CRM"
		Рассылка	Программа конференции "Дни CRM"

- Канал привлечения лида. В поле [Канал] отображается тип ресурса, по которому получен лид: "Социальные сети", "Поисковая реклама" или "Прямой трафик".
- Источник привлечения лида. В поле [Источник] отображается название конкретного ресурса, например, "Twitter".
- Доменное имя сайта, с которого пользователь совершил переход по ссылке на ваш сайт. Отображается в поле [Сайт перехода]. Например, "facebook.com".
- Название лендинга, на котором потенциальный клиент заполнил форму. Отображается в поле [Лендинг].
- Название маркетинговой рассылки, из которой пользователь перешел на ваш сайт, а также кампании, в которую включена рассылка. Отображаются в полях [Рассылка] и [Кампания] соответственно. Это поле доступно только в Marketing Creatio.

## Работа трекинга источников лидов

1. При каждом переходе потенциального клиента на ваш сайт благодаря трекинговому коду в cookie-файлы записываются две ссылки:
  - URL сайта, с которого был осуществлен переход (реферер, *referrer*);
  - Ссылка перехода, содержащая трекинговые параметры (например, UTM-метки).
2. При заполнении формы потенциальным клиентом на посадочной странице вашего сайта информация об URL перехода и реферере попадает в Creatio. Система анализирует данные ссылки и определяет канал привлечения и сайт-источник перехода.
3. Результат анализа ссылок указывается на странице лида, полученного в Creatio автоматически в результате заполнения пользователем формы лендинга. На основании URL перехода Creatio также связывает лиды, попавшие на сайт после перехода из рассылок, с соответствующими рассылками в Creatio. Аналогичным образом может быть установлена связь лида с кампанией.

## Использование cookie-файлов в трекинге источников лидов

При трекинге источников лидов формируется два cookie-файла, в которые записываются следующие данные:

- Cookie-файл [*BpmRef*] сохраняет доменное имя сайта, с которого пользователь перешел на ваш веб-сайт (реферер). Ссылка на сайт перехода отображается на странице лида в поле [Сайт перехода] на вкладке [История].
- Cookie-файл [*BpmHref*] сохраняет ссылку, по которой лид пришел на ваш веб-сайт. URL перехода может содержать трекинговые параметры (например, UTM-метки), благодаря которым трекинг определяет канал привлечения лида, например:  
[http://www.creatio.com?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=c1](http://www.creatio.com?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=c1)  
 Ссылка перехода хранится в системной колонке базы данных [*BpmHref*] и недоступна в интерфейсе приложения.

## Определение внешнего, внутреннего и прямого трафика

Для внешних переходов по ссылке на ваш веб-сайт и внутренних переходов по сайту работают следующие правила записи данных в cookie-файлы [ *BpmRef* ] и [ *BpmHref* ], независимо от исходных значений в cookie-файлах:

- Каждый внешний переход из нового источника ведет к перезаписи реферера и ссылки перехода в соответствующих cookie.
- Внутренние переходы по страницам вашего веб-сайта не приводят к перезаписи данных ни в одном cookie.

При прямом переходе на ваш веб-сайт в cookie-файл [ *BpmHref* ] записывается прямая ссылка на страницу вашего веб-сайта, а значение реферера остается пустым. Это происходит вне зависимости от того, какой источник перехода указывался при предыдущем посещении веб-сайта.

Таким образом, система учитывает только последний источник и ссылку перехода пользователя на ваш веб-сайт.

## Использование UTM-меток

В Creatio UTM-метки используются при проведении email-рассылок. Такие метки позволяют получать дополнительную информацию об источниках лидов и анализировать эффективность email-рассылки и кампании, в рамках которой такая рассылка была проведена. UTM-метки — это переменные, которые добавляются во все URL в email-рассылке. Метки размещаются друг за другом в конце каждого URL и отделяются друг от друга символом “&”.

Для определения источников лидов используются такие UTM-метки:

- Метка **utm\_medium** определяет канал источника лида — тип ресурса, с помощью которого был привлечен лид, например, поисковую систему, социальную сеть и т.д.
- Метка **utm\_source** определяет конкретный информационный ресурс, с которого поступил лид, например, социальная сеть Facebook, Google и т.д.
- Метка **utm\_campaign** определяет кампанию, в рамках которой проводилась рассылка. Если рассылка была проведена не в рамках кампании Creatio, то в названии метки можно указать, например, тему рассылки.
- Метка **utm\_term** обозначает ключевое слово в кампании и используется в основном для поисковой рекламы.
- Метка **utm\_content** применяется, чтобы различать схожий контент или ссылки в одном и том же письме. Например, если в одном email-сообщении содержатся две ссылки с призывом к действию, то с помощью параметра utm\_content им можно присвоить разные значения и провести сплит-тестирование.

## Правила определения источников лидов с примерами

### Определение канала и источника лида с помощью трекинга

Creatio анализирует посещения вашего сайта каждым потенциальным клиентом и определяет источники получения лидов с помощью трекингового кода и лендингов. Результаты трекинга можно получить на странице лида, полученного в Creatio из вашего лендинга. Для этого используются поля [Канал] и [Источник] на вкладке [История]. В поле [Канал] отображается тип трафика, по которому получен лид, например, “Социальные сети”, а в поле [Источник] — конкретная рекламная система, например, “Twitter”. Получить показатели эффективности того или иного источника и канала привлечения лидов можно с помощью аналитики в разделе [Лиды].

Для анализа источников, по которым лиды приходят на ваш сайт, Creatio использует следующую информацию:

- UTM-метки: “utm\_medium” (канал лида) и “utm\_source” (источник лида);
- Уникальные идентификаторы переходов из поисковых систем Yandex и Google, которые добавляются автоматически (“gclid” и “yclid”). Например, если вы разместили рекламу в этих поисковых системах.
- Сайт-источник (реферер), по ссылке из которого к вам пришел клиент.

При анализе ссылки перехода и сайта-источника используются значения справочников [Каналы лида], [Источники лида] и [URL источника лида].

**На заметку.** Если в вашей компании уже сформированы устоявшиеся правила трекинга — классификация каналов, источников, набор используемых меток, то рекомендуем дополнить

наполнение вышеуказанных справочников.

Ниже приведены правила, на основании которых Creatio определяет канал и источник лида.

### Правила распознавания канала лида

Правила указаны в порядке приоритета, т.е., если выполняется правило 1, то правила 2 — 5 не проверяются и т.д.

Правило распознавания канала	Пример
1. Метка <code>utm_medium</code>	
<p>Если в ссылке перехода получено значение метки “<code>utm_medium</code>”, то канал заполняется значением, соответствующим этой метке (1).</p>	<p>Например, получена ссылка перехода “<code>http://site.com/page?utm_medium=social</code>”. В этом случае канал будет заполнен значением “Социальные сети”.</p>
2. Метка <code>utm_source</code>	
<p>Если в ссылке перехода получено значение метки “<code>utm_source</code>”, то канал заполняется значением по умолчанию для найденного источника (2).</p>	<p>Например, получена ссылка перехода “<code>http://site.com/page?utm_source=creatio</code>”, т.е., клиентом был выполнен переход по ссылке из email-рассылки Creatio. В этом случае канал будет заполнен значением “Email”.</p>
3. Id перехода из Google AdWords/ Яндекс. Директ	
<p>Если в ссылке перехода получено значение перехода из Google (“<code>gclid</code>”) или из Yandex (“<code>yclid</code>”), то указывается канал “Поисковая реклама”.</p>	<p>Например, если получена ссылка перехода “<code>http://site.com/?gclid=123xyz</code>” или “<code>http://site.com/?yclid=123456</code>”.</p>
4. Реферер	
<p>Если в ссылке перехода не получены значения UTM-меток, то анализируется сайт-источник (реферер). При этом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Если найденный реферер содержится в справочнике [URL источника] (при поиске учитываются и поддомены сайтов-источников), то канал заполняется значением, которое соответствует адресу сайта (4);</li> <li>• Если найденный реферер не содержится в справочнике [URL источника], то канал заполняется значением “Переход с другого сайта”.</li> </ul>	<p>Например, получен реферер “<code>mobile.twitter.com</code>”. В этом случае источник будет заполнен значением “Twitter”, а канал — значением “Социальные сети”.</p>
5. Прямой трафик	
<p>Если в ссылке перехода не получены значения UTM-меток и не определен реферер, то канал заполняется значением “Прямой трафик”.</p>	

## Правила распознавания источника лида

Правила указаны в порядке приоритета, т.е., если выполняется правило 1, то правила 2 — 5 не проверяются и т.д.

Правило распознавания источника	Пример
1. Метка <code>utm_source</code>	
Если в ссылке перехода получено значение метки <code>"utm_source"</code> , то источник лида заполняется значением, соответствующим этой метке (3).	Например, получена ссылка перехода <code>"http://site.com/page?utm_medium=social&amp;utm_source=linkedin"</code> . В этом случае источник будет заполнен значением <code>"LinkedIn"</code> .
2. Метка <code>utm_medium</code>	
Если в ссылке перехода получено значение метки <code>"utm_medium"</code> , то источник лида заполняется значением <code>"Другой источник"</code> .	Например, если получена ссылка перехода <code>"http://site.com/page?utm_medium=social"</code> .
3. Id перехода из Google AdWords/ Яндекс. Директ	
Если в ссылке перехода получено значение перехода из Google ( <code>"gclid"</code> ) или из Yandex ( <code>"yclid"</code> ), то указывается источник <code>"Google AdWords"</code> или <code>"Яндекс. Директ"</code> соответственно.	Например, если получена ссылка перехода <code>"site.com/?gclid=123xyz"</code> , то источник будет заполнен значением <code>"Google AdWords"</code> .
4. Реферер	
<p>Если в ссылке перехода не получены значения UTM-меток, то анализируется сайт-источник (реферер). При этом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Если найденный адрес сайта-источника содержится в справочнике [URL источника] (при поиске учитываются и поддомены сайтов-источников), то источник лида заполняется значением, которое соответствует адресу сайта (4);</li> <li>Если найденный реферер не содержится в справочнике [URL источника], то источник лида заполняется значением <code>"Другой сайт"</code>.</li> </ul>	Например, если получен адрес сайта-источника <code>"mobile.twitter.com"</code> , то источник лида будет заполнен значением <code>"Twitter"</code> .
5. Нет источника	
Если в ссылке перехода не получены значения UTM-меток и не определен реферер, то источник лида не указывается.	



## Примечания

- (1) — соответствие значения метки “utm\_medium” каналу в Creatio определяется в справочнике [Каналы лида]. Возможные значения UTM-меток для каждого канала содержатся на вкладке [Код канала лида] страницы справочника.
- (2) — канал по умолчанию для источника лида определяется в справочнике [Источники лида].
- (3) — соответствие значения метки “utm\_source” источнику в Creatio определяется в справочнике [Источники лида]. Возможные значения UTM-меток для каждого источника содержатся на вкладке [Код источника лида] страницы справочника.
- (4) — соответствие источника адресу сайта определяется в справочнике [URL источника].

## Определение кампании и рассылки с помощью трекинга

Вы можете оценивать эффективность ваших рассылок и кампаний с помощью трекинга лидов, полученных из лендингов. Анализируя ссылки перехода, Creatio определяет рассылку и кампанию, по ссылкам из которых клиент выполнил переход на целевую страницу вашего сайта, а после — заполнил форму лендинга.

Узнать рассылку и кампанию по каждому лиду можно на странице лида. Для этого используются поля [Рассылка] и [Кампания] группы полей [Привлечение лида] на вкладке [История]. Сводную информацию по эффективности рассылок и кампаний вы сможете получить, используя аналитику в разделах [Лиды] и [Кампании].

Кампания определяется по соответствию значения метки “utm\_campaign” в ссылке перехода и на странице кампании. Если по значению метки “utm\_campaign” будет найдено несколько кампаний, то на странице лида будет указана последняя из них (по дате создания).

Рассылка определяется по уникальному идентификатору email-рассылки в ссылке перехода (“bulk\_email\_rid”).

## Настроить определение кампании и рассылки с помощью трекинга

Для того чтобы отслеживать **кампании**, на вкладке [Свойства] страницы кампании введите значение метки “utm\_campaign”.

Для того чтобы отслеживать **рассылки** и связанные с ними кампании, на вкладке [Параметры] страницы рассылки:

1. Установите признак [Использовать UTM-метки];
2. Укажите метки: “utm\_source”, “utm\_campaign”, “utm\_medium”, дополнительно — “utm\_content” и “utm\_term”;
3. Внесите список доменов, для которых будет формироваться ссылка перехода с использованием введенных меток.

Помимо UTM-меток ссылка перехода из рассылки будет содержать уникальный идентификатор email-рассылки (“bulk\_email\_rid”). Его значение генерируется в Creatio автоматически и добавляется ко всем ссылкам перехода в письме. Уникальный идентификатор каждой рассылки хранится в системной колонке [Rid].

Например, на странице рассылки указаны:

- [utm\_source] — “creatio”;
- [utm\_campaign] — “crm\_day”;
- [utm\_medium] — “email”;

- [utm\_content] — “active\_users”;
- в списке доменов содержится сайт “http://www.terrasoft.ua/event-crm”.

В этом случае ссылка перехода из рассылки на страницу сайта будет выглядеть так:

“http://www.terrasoft.ua/event-crm/?

utm\_source=creatio&utm\_medium=email&utm\_campaign=crm\_day&utm\_content=active\_users”&bulk\_email\_rid=17.

# Настроить трекинг источников лидов

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**




## Настроить UTM-метки

Если вы уже используете инструменты web-аналитики (например, Google Analytics), скорее всего, у вас уже есть свои устоявшиеся правила трекинга: классификация каналов, источников, набор используемых UTM-меток. В таком случае рекомендуем вам сохранить в Creatio все используемые адреса сайтов и значения UTM-меток. Для этого используются следующие справочники:

- [Каналы лида] — содержит список всех типов ресурсов, по которым получен лид, например, “Социальные сети”, “Поисковая реклама” или “Email”. На вкладке [Код канала лида] страницы справочника содержатся значения меток “utm\_medium”, которым соответствует данный канал. Например, для канала “Медийная реклама” — значения “display”, “cpm”, “banner”. При определении канала будут анализироваться именно эти значения.
- [Источники лида] — содержит перечень конкретных названий ресурсов, с которых получен переход, например, “Twitter”, “Google” или “Creatio marketing”. На вкладке [Код источника лида] страницы справочника содержатся значения меток “utm\_source”, которым соответствует данный источник. Например, для источника “Facebook” — значения “facebook”, “facebook.com”, “fb”, “fb.com”. При определении источника будут анализироваться именно эти значения. Здесь также настраивается канал, который по умолчанию соответствует данному источнику. Например, для источника “Facebook” — канал “Социальные сети”, а для “Google AdWords” — канал “Поисковая реклама”.
- [URL источника лида] — список сайтов-источников (рефереров), которые распознаются в Creatio. Здесь также настраивается источник, который по умолчанию соответствует рефереру. Например, в справочнике содержатся по умолчанию такие URL: “facebook.com” (источник “Facebook”), “twitter.com” (источник “Twitter”), “linkedin.com” (источник “LinkedIn”) и т.п.

В вышеперечисленных справочниках уже настроены наиболее часто используемые метки и адреса сайтов. Вы можете дополнить их теми значениями, которые используются в вашей компании.

## Добавить канал лида





1. Перейдите в **дизайнер системы** по кнопке  в правом верхнем углу приложения. Из дизайнера системы перейдите по ссылке [Справочники].
2. В группе [Лиды] откройте наполнение справочника [Каналы лида].
3. По кнопке [Добавить канал лида] добавьте новую запись в справочник. В появившейся строке введите название канала, например, “Партнерская программа”, и нажмите кнопку  панели инструментов
4. Откройте страницу созданной записи по кнопке  панели инструментов

5. На вкладке [Код канала лида] нажмите кнопку [Добавить]. На открывшейся странице введите значение метки “utm\_medium”, по которой будет идентифицирован данный канал, например, “affiliate”. Сохраните страницу.  
Аналогично можно добавить другие значения метки “utm\_medium”, по которым будет идентифицирован данный канал.

**На заметку.** Правила, согласно которым определяется канал и источник лида, описаны в статье “Правила определения источников лидов”


В результате новый канал будет сохранен в справочнике. В дальнейшем он будет использоваться для определения канала при трекинге лидов. В данном примере при получении ссылки перехода “http://site.com/page?utm\_medium=affiliate” канал лида заполнится значением “Партнерская программа”.



## Добавить источник лида

1. Перейдите в **дизайнер системы** по кнопке  в правом верхнем углу приложения. Из дизайнера системы перейдите по ссылке [Справочники].
2. Откройте наполнение справочника [Источники лида].
3. По кнопке [Добавить источник лида] добавьте новую запись в справочник. В появившейся строке:
4. Введите название источника, например, “Admitad.com”;
5. Нажмите кнопку  в поле [Канал по умолчанию] и в открывшемся окне выберите один из каналов, например, “Партнерская программа”. Это значение будет использоваться для заполнения канала лида, если в ссылке перехода не будет получено значение метки “utm\_medium”, но будет получено значение метки “utm\_source”.
6. Для сохранения записи нажмите кнопку  панели инструментов.
7. Откройте страницу созданной записи по кнопке  панели инструментов.
8. На вкладке [Код источника лида] нажмите кнопку [Добавить]. На открывшейся странице введите значение метки “utm\_medium”, по которой будет идентифицирован данный канал, например, “admitad”. Сохраните страницу.  
Аналогично можно добавить другие значения метки “utm\_source”, по которым будет идентифицирован данный источник.

В результате новый источник будет сохранен в справочнике. В дальнейшем он будет использоваться для определения канала и источника при трекинге лидов. В данном примере при получении ссылки перехода “http://site.com/page?utm\_source=admitad” источник лида заполнится значением “Admitad.com”, а канал лида — значением “Партнерская программа”.

## Добавить сайт-источник

1. Перейдите в **дизайнер системы** по кнопке  в правом верхнем углу приложения. Из дизайнера системы перейдите по ссылке [Справочники].
2. Откройте наполнение справочника [URL источника лида].
3. Добавьте новую запись в справочник. В появившейся строке:

- a. В поле [URL] введите адрес источника, например, “mysite.com”;
  - b. Нажмите кнопку  в поле [Источник лида] и в открывшемся окне выберите один из источников, например, “Admitad.com”. Это значение будет использоваться для заполнения источника лида, если не будут получены UTM-метки в ссылке перехода, но будет получен реферер.
4. Для сохранения записи нажмите кнопку  панели инструментов.
- Аналогично добавьте другие рефереры, по которым могут быть идентифицированы источники лидов.

В результате новый реферер будет сохранен в справочнике. В дальнейшем он будет использоваться для определения канала и источника при трекинге лидов. В данном примере при получении реферера “http://mysite.com” источник лида заполнится значением “Admitad.com”, а канал лида — значением “Партнерская программа”.

## Встроить скрипт для отслеживания cookies на ваш сайт

Чтобы трекинг источников лидов работал корректно, необходимо разместить специальный фрагмент кода для отслеживания cookies в разметке каждой страницы вашего сайта.

**Важно.** Настройка трекинга источников лидов выполняется администратором вашего веб-сайта. Для размещения кода необходимо иметь доступ к исходному HTML-коду вашего сайта и право на размещение HTML-кода в разметке.

1. Скопируйте следующий фрагмент кода для отслеживания cookies:

```
<script src="https://webtracking-v01.creatio.com/JS/track-cookies.js"></script>
```

2. Разместите его в HTML-код на каждой странице вашего сайта. Вы можете расположить код в любом месте HTML-разметки до закрывающего тега в конце страницы. Если код будет размещен только на некоторых страницах веб-сайта, то Creatio не сможет узнать обо всех ресурсах, с которых потенциальные клиенты перешли на ваш сайт.

После выполнения персональных настроек трекинга источников лидов в Creatio будут доступны канал и источник получения лида. Результаты трекинга вы сможете просмотреть на вкладке [ *История* ] страницы лида и связанного с ним контакта.