# Сквозная аналитика Calltouch: реагируйте с высокой точностью

Чтобы продавать, нужно рекламировать. Рекламировать потребуется не только продукты, но и компанию. В сложное экономическое время все желают сократись издержки путём максимальной эффективности труда. Осуществить то без должного программного обеспечения крайне сложно. Благо есть программные продукты Calltouch, которые позволяют это сделать.

## Решение проблем с маркетингом

Чтобы не тратить много человеко-часов на сбор и обработку данных, следует прибегнуть к максимальной автоматизации. Компания Calltouch первопроходец в некоторых области сбора информации и их обработки. Специалисты предоставляют компаниям качественные программные продукты, которые позволяют заменить большое количество специалистов и осуществить сбор сложной информации. Аналитические материалы требуются для принятия решений.

[Метод сквозной аналитики](https://www.calltouch.ru/product/skvoznaya-analitika/) – это основной инструмент, который получается на выходе работы программы Calltouch. Ведь для правильной работы требуется получить релевантную информацию с большого количества источников информации. Сбор происходит в автоматическом режиме. Благо система легко масштабируется за счёт интеграции

Возможности, которые предоставляет сквозная аналитика Calltouch:

1. Единый интерфейс обращений. Данный способ позволяет получать данный об эффективности работы всех источников рекламы компании. Сведения о рекламе поступают из всех источников коммуникации, будь то телефон, заявление или даже чат.
2. Сбор данных без трудностей. Система имеет интеграцию с поисковыми сервисами Яндекс.Директ и Google. Adwords, что помогает оценивать эффективность, вплоть до ключевого слова. Неработающие фразы, таким образом, могут быть отсеяны за ненадобностью.
3. Сопровождение продажи по каждому этапу. Чтобы полностью понимать картину по продаваемым продуктам или услугам, следует провести интеграцию Calltouch с CRM-системой. На выходе будут доступны данные по каждому ключевому слову.

По результатам работы Коллтач можно будет сфокусировать усилия компании на тех рекламных источниках, которые не просто приводят клиента, а повышают продажи. Собирать информацию в дальнейшем не потребуется, ведь всё будет работать в автоматическом режиме. Для специалистов компании станут доступны после внедрения больше 30 показателей для анализа, которые можно отфильтровать по своему усмотрению. В том числе предусмотрена возможность индивидуальных отчётов. Выбрать можно только те показатели, которые требуются в данный момент для решения проблем.

# Качественный скачок в анализировании эффективности рекламы – сквозная аналитика

На данный момент кампании проводят активные рекламные компании своих продуктов или услуг. И даже начали считать эффективность рекламных акций. Но кто проверял релевантность этих сведений? Будет ли эффективной реклама, если для подсчёта берутся лишь 3-4 позиции, а всех их от 2-х десятков?

## Подробности сквозной аналитики

Да, не все каналы анализа рекламы будут подходить всем. Тут требуется делать выборку, в зависимости от сферы деятельности и рынка. Однако, в большинстве случаев, для анализа эффективности рекламы не специалисты не берут в расчет даже те каналы, которые подходят. Что мешает это сделать? А мешает отсутствие инструмента, который бы позволил проанализировать эффективность вложений в рекламную деятельность.

Примерно треть клиентов оформляют заказ во время первого посещения сайта. Точное количеств таких клиентов установить сложно простыми методами. Ведь перед покупкой клиент зачастую заходит на сайт несколько раз, знакомясь с продукцией. И переходы такого типа случаются при помощи контекстной рекламы. Но до сих пор большая часть компаний ведёт подсчёт переходом по так называемому методу последнего захода. Называют его – LastClickWins.

## Передовые методы для повышения качества анализа

На сегодняшний день существует более точный способ анализа рекламы. Он основывается на следующих показателях:

* Данные о продажах.
* Отслеживание полного пути клиента по этапам продажи.

Так способ анализа называется сквозной аналитикой. Теперь специалисты могут получить всю информацию о продажах, и какой путь для этого проделал клиент. То есть, видна цепочка действий, которую можно укоротить. Ведь иные инструменты не могут дать такой информации. По старинке компании считают количество:

* Показов.
* Кликов.
* Звонков.

[Сквозная аналитика](https://www.calltouch.ru/product/skvoznaya-analitika/) – это сформированный отчёт, который учитывает все показатели действия клиента, начиная от первого рекламного клика и оканчивая сделкой. А также учитываются повторные продажи.

Да, на сегодняшний день почти все компании ведут статистику:

* Кликов рекламных объявлений.
* Показов своей рекламы на различных ресурсах.
* Количества звонков и их успешность.

Но, ровным счётом, эти показатели ничего не говорят. Будет известно лишь, что определённое количество людей увидело рекламу или перешло по ней. А также будет известно количество совершивших звонок и % сделок по звонкам. Но к чему вся эта информация? Как с ней развиваться?

Метод сквозной аналитики строится на когортном анализе. Именно он позволяет проследить действия посетителя от первого касания по всей воронке продаж.

# Виджет для обратного звонка: схема работы

Посетив сайт, часто клиент не решается на обратный звонок просто не может найти номер. Для решения таких ситуаций есть виджет Calltouch Callback. Он автоматически появляется на экране и пользователю остаётся лишь нажать кнопку вызова, предварительно написав свой номер телефона. Виджет автоматически позвонит в компанию и соединит с оператором.

## Своевременный звонок

Виджет звонка обладает уникальными свойствами, поскольку индивидуален для каждого посетителя. Он опирается на следующие показатели:

1. Статистика сайта.
2. Сфера деятельности компании.

Такой поход позволяет не мешать тем клиентам, которые делают звонок самостоятельно. На виджете присутствует кнопка, которая позволяет осуществить вызов в любой момент, по любому вопросу, независимо от времени нахождения на сайте.

Положительные стороны Calltouch для компаний:

* Простая настройка и подключение в один клик.
* Привлекательный внешний вид.
* Создание окна на основе шаблона или индивидуально, в соответствии со стилем компании.
* Окно автоматически подстраивается под любое устройство.
* Гибкость настроек.
* Возможность временного таргетинга.
* Ручная кнопка для звонка в компанию.
* Виджет Calltouch предоставляет для специалиста личный кабинет с подробной статистикой.
* Внешний вид по вашему усмотрению

Для того, чтобы виджет не выделялся своим несуразным видом на сайте компании, предусмотрена возможность созданию любого дизайна. Для этого есть следующие инструменты:

* Загрузка логотипа компании.
* Изменение подложки или фона.
* Использование дополнительной палитры и иллюстраций.
* Возможность написания отдельных текстов для мотивации звонка.

Дополнительные настойки для продуктивной работы:

* Центр распределения звонков по отделам, офисам и даже городам.
* Формирование графика работы виджета, создание переадресации.
* Уведомления об обратных звонках на электронный ящик или посредством sms.
* Чёрный список нежелательных клиентов.
* Для отдельных страниц сайта отдельные условия работы виджета.

[Виджет Calltouch](https://www.calltouch.ru/product/callback/) предоставляет возможность гибкого использования для специалистов. С ним тестирование рекламных сайтов принесёт удовольствие, поскольку можно установить разный график использования, а также разные условия для отдельных страниц сайта. Индивидуальные настройки позволят сэкономить время и разгрузят страницу, дав ей лёгкость. В виджете всё сделано для эффективной работы веб-мастера, чтобы он экономил время, а отдача от него была максимально высокой для компании.

# Выявление источников рекламы для звонков клиентов при помощи коллтрекинга

Чтобы эффективно продвигать компанию или её продукты, требуется знать те места, откуда клиенты приходят. Для этого существует инструмент под названием коллтрекинг.

## Виды коллтрекинга

Выделяют 2 вида работы данной системы:

* Динамическая.
* Статическая.

Динамическая работа коллтрекинга – это технология, при которой используется подмена и показ определенных номеров на сайте для клиентов. Каждый посетитель будет видеть уникальный телефонный номер, который автоматически формируется программой. Он позволит внести посетитель в статистический учёт. Номер формируется с данными об источнике перехода и посещении. Специалист получит полную информацию о клиенте:

* Источник перехода на сайт.
* Браузер клиента и даже его устройство.
* Были ли раньше звонки в компанию.

Отслеживание клиента проводится динамической системой в точности до поисковой фразы или конкретного объявления контекстной рекламы.

Статическая система работает по принципу привязки номера телефона к конкретному рекламному объявлению. Данная система предпочтительная, чтобы отслеживать оффлайн источники информации о компании:

* Билборды.
* Выставки и конференции.
* Визитки и буклеты.

Отдельные сегменты рекламы, которые не требуют отдельной статистики – социальные сети к примеру.

## Технология работы

Для компании, которая использует систему [коллтрекинг](https://www.calltouch.ru/product/calltracking), выделяется требуемое количество телефонных номеров. Каждый посетитель будет иметь свой уникальный номер. Это даёт возможность безошибочной идентификации каждого клиента, который привязан к звонку.

Для удобства использования и в целях повышения эффективности инструмента, пользователям доступны следующие технологии работы:

1. Freeze Time. Закрепление после завершения сессии. То есть отслуживаются клиенты, которые набрали номер, но ещё не позвонили, закрыв сайт.
2. Запись разговоров. Требуется для прослушивания и дополнительного их анализа, чтобы специалисты колл-центра могли анализировать претензии.
3. Тегирование. Не каждый звонок – это продажа. Следует считать только нужные звонки. При помощи этой функции можно ранжировать звонки.
4. Голосовое меню и приветствие.
5. Возможность всех типов переадресации. Это позволит не упустить ни одного звонка.
6. Голосовая почта и автоответчик.
7. Подключение SIP-телефонии. Интернет позволяет дополнить телефонные звонки множеством полезных функций. К ним относятся: интеграция с разными протоколами, дополнительные сервисы, масштабируемость.
8. Аналитика от звонка до кассы. Интеграция с CMR-системой и API.

Широкие функциональные возможности коллтрекинга дадут импульс к развитию компании и позволят выявлять негативные мелочи в работе с клиентами.

# Коллтрекинг: подробнее о неизвестном

Чтобы эффективнее распоряжаться рекламой, требуется знать, откуда приходят клиенты. Для этого существует технология коллтрекинга. Она позволяет отследить, с какого источника был произведён телефонный звонок. Помимо этого, технология предоставляет большое количество дополнительных возможностей.

Коллтрекинг бывает динамическим и статическим. При динамической технологии телефонный номер подменяется, а каждому посетителю сайта присваивается уникальный номер. Это позволяет отследить с высокой точностью даже отдельные поисковые фразы.

По статической технологии номер телефона привязан к оному определённому источнику рекламы. Она предоставляет простую аналитику, где не требуется получение подробной информации.

Нашу компанию отличают:

* Передовое использование на российском рынке динамической технологии коллтрекинга.
* Использование совершенного алгоритма подмены номеров. Это позволяет добиться минимальной погрешности в данных.

Мы предоставляем клиентам передовые технологии в сфере рекламного конвента, чтобы те использовали её максимально эффективно, экономя средства и силы.

## Немного о программных продуктах

Работая с нами, клиенты получат возможность использовать широкий спектр аналитических инструментов для звонков и рекламы. [Calltouch](https://www.calltouch.ru) отличают:

1. Инновационная аналитика. Отчёты понятны для специалистов и их не следует дополнительно разбирать. При этом отчёты предоставляются на каждом из этапов продаж. Клиенты получают возможность оценить эффективность маркетинговых затрат на каждом их этапов.
2. Источники звонков определяются с погрешностью не более 5%.
3. Контекстная реклама управляется автоматически. Это сводит к минимуму трудозатраты.
4. Распознавание звонов в автоматическом режиме. Распознавание речи позволяет выявить накрученные звонки.
5. Построение отчётов при помощи инструментов визуализации повышает восприимчивость специалистов к сложной информации.

Программные продукты Коллтач реализованы так, чтобы снизить трудозатраты компании и помочь специалистам разораться с большим объёмом данных. При этом сделав правильные выводы из отчётов.

## Практическое использование

Применять программные продукты Коллтач следует в разных областях, которые связаны с продажами и рекламой. Их использование позволит не ломать голову о том, является ли реклама эффективной. Сферы использования продуктов Коллтач:

1. Маркетинг. Позволяет добиться точности рекламы и её эффективности. При этом ведётся строгий учёт звонков, заявок и прочего. Программа предоставляет полную аналитику о рекламе.
2. Контекстная реклама. Баннеры автоматически размещаются на площадках поисковых систем. Есть интеграция и сервисами Яндекса и Google.
3. Продажи. Формирование графика работы колл-центра в зависимости от его загрузки. А также контроль качества работы сотрудников.
4. Стимулирование командной работы. Широкие возможности фильтрации данных для узких специалистов, а также распределение уровней доступа. Отчёты в продукте автоматические и имеют широкий диапазон настроек.