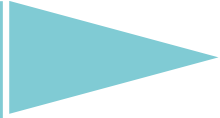


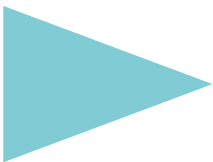
# *INVITRO*

## **Тонкости учета офлайн продаж при выстраивании сквозной аналитики**



## **В программе доклада:**

- Как настроить сбор данных о пользователях на всех этапах воронки
- Как присвоить ценность источникам и действиям пользователя в воронке
- Как использовать полученные данные в маркетинге
- Бонус: SEO-аналитика в BigQuery

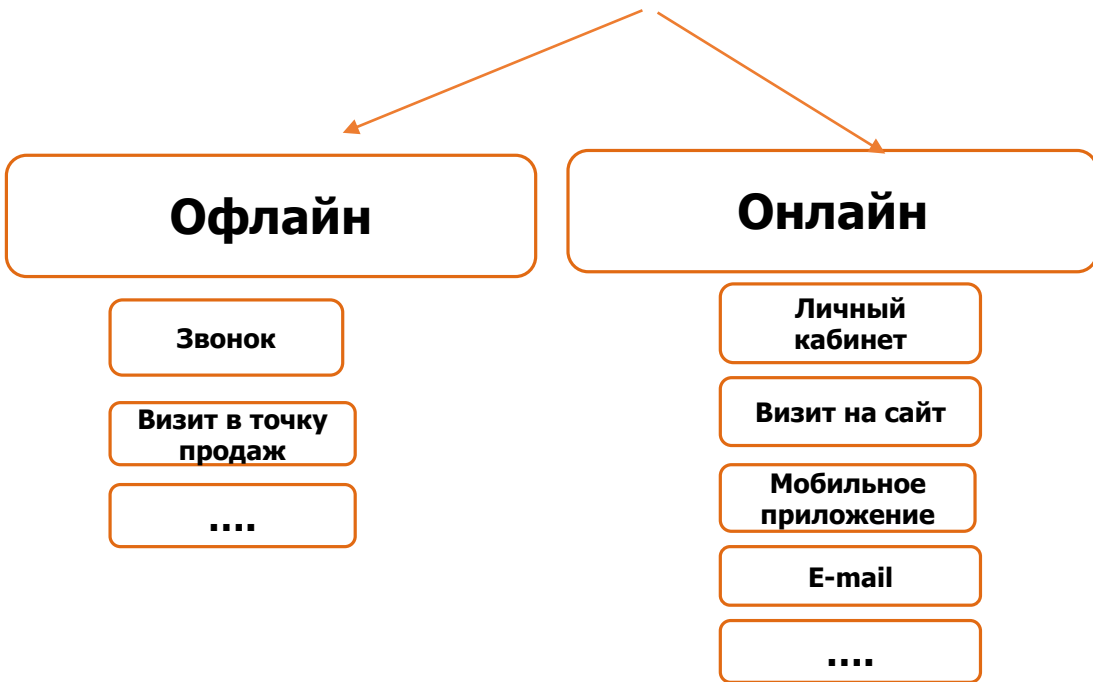


- 1. Как настроить сбор данных о пользователях на всех этапах воронки

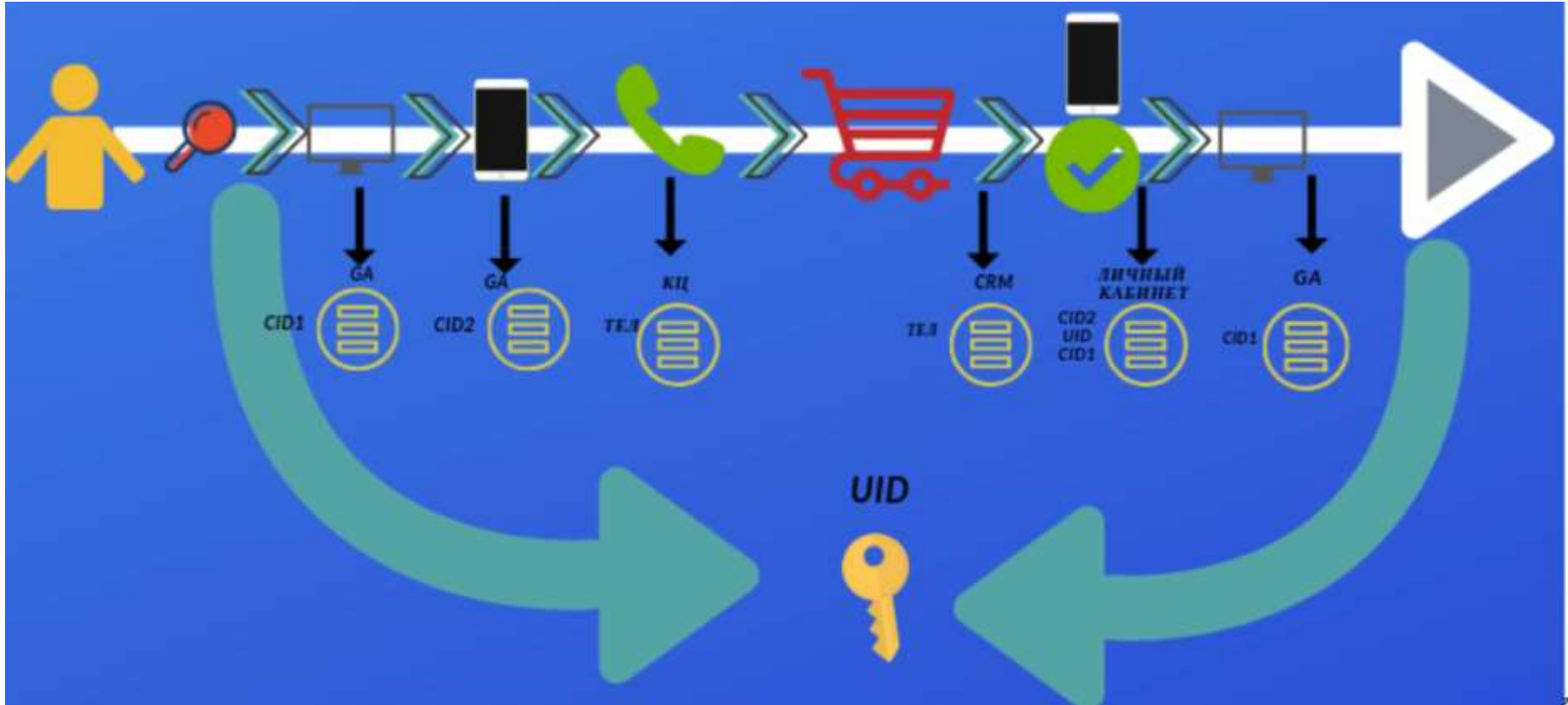
#### Типичные проблемы крупных офлайн ритейлеров при сборе данных:

- Неавторизованные пользователи;
- Кросс-девайс;
- Низкий % микроконверсий;
- Дорогой колл-трекинг;
- Разрозненные данные о рекламных кампаниях;
- Сложность интеграций (множество КЦ, сроки принятия решений и тд.)

## Трекаем действия пользователей после покупки



## Оmnikanальность



## Настраиваем USERID

1

Настроить  
USERID в  
GA

- Использование Custom Dimensions и метод Set user id

2

Настроить  
сбор и  
передачу  
USERID из  
GA в BQ

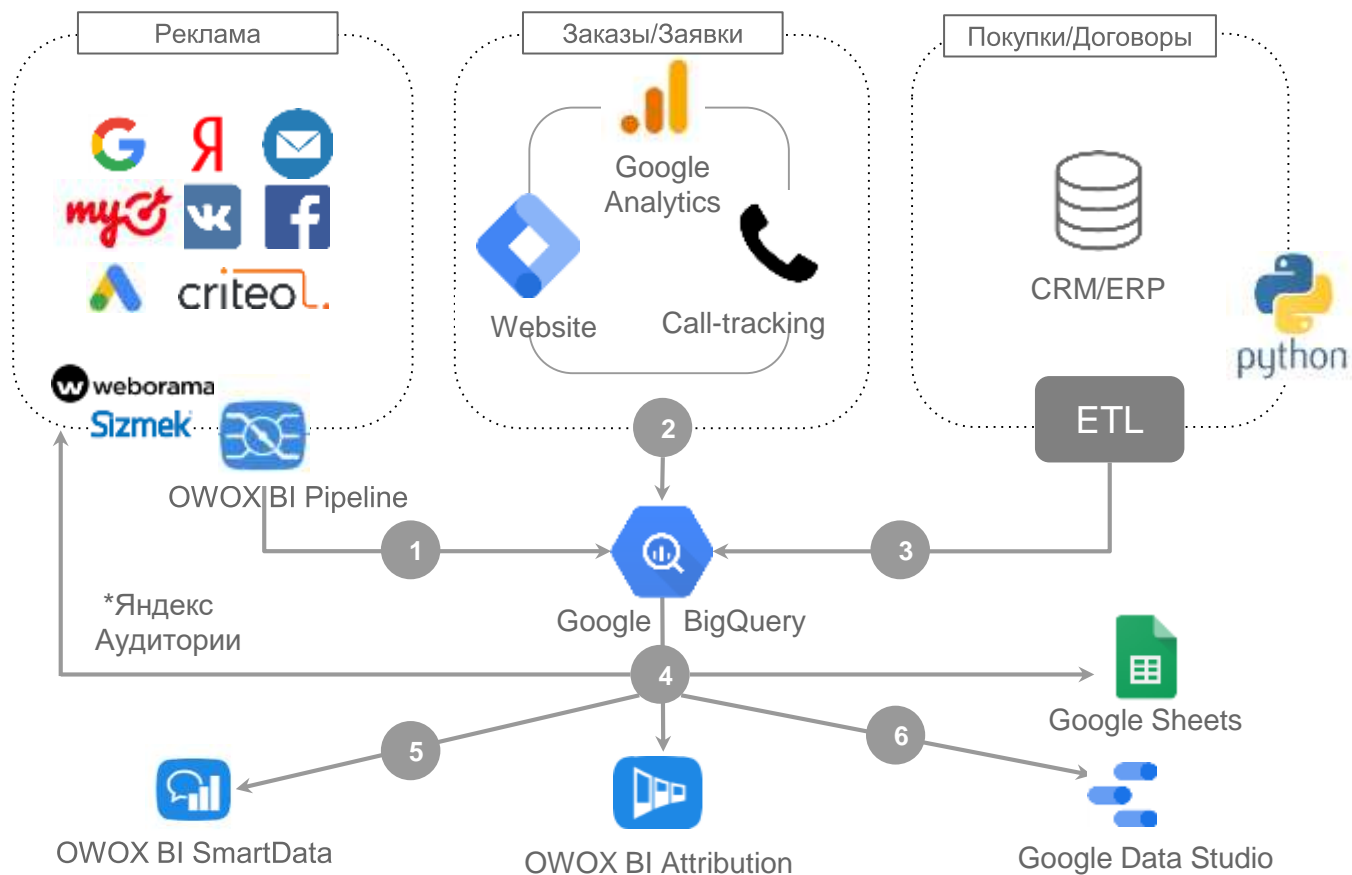
- Ретроспективное обновление данных

3

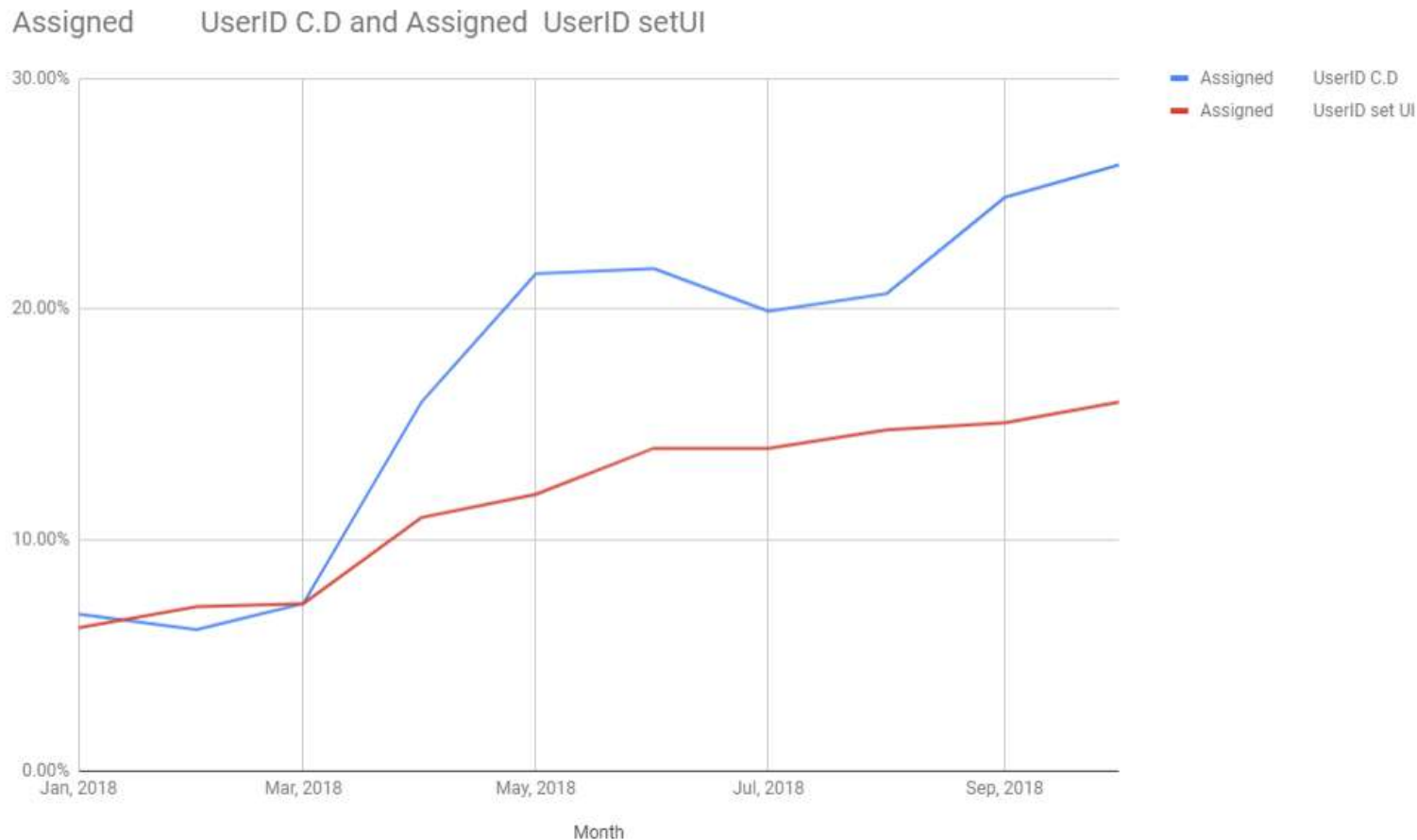
Регулярное  
обогащение  
данных

- Необходимо учитывать кросс-девайс
- Настройка потоков из OWOX BI в Датасеты GA
- ClientID- пользовательский параметр для настройки связей по ключу

## Объединение данных



## Повысили знание об аудитории





## Повысили знание об аудитории

Процент отслеживания пациентов

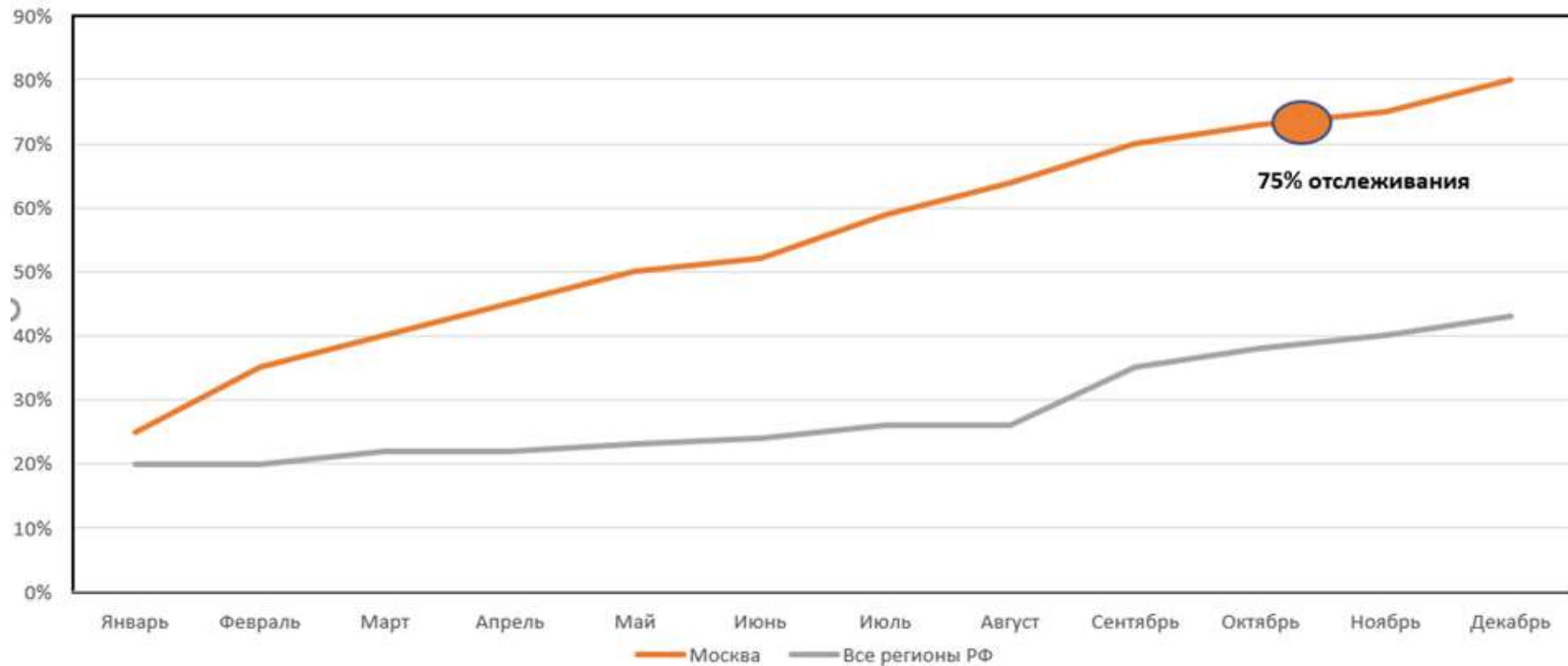
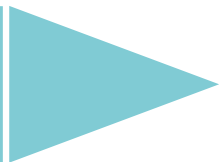


Table Details: ROPO\_funnel

Schema	Details	Preview	
orderDate	TIMESTAMP	NULLABLE	Дата заказа
type	STRING	NULLABLE	Тип заказа
PatientID	STRING	NULLABLE	ID пациента
OrderID	STRING	NULLABLE	ID заказа
conversion_interval	INTEGER	NULLABLE	Конверсионный интервал
source	STRING	NULLABLE	Источник
medium	STRING	NULLABLE	Канал
campaign	STRING	NULLABLE	Кампания
content	STRING	NULLABLE	utm_content
term	STRING	NULLABLE	Ключевое слово
device	STRING	NULLABLE	Тип устройства
ga_region	STRING	NULLABLE	Регион (GA)
user_type	STRING	NULLABLE	Тип пользователя - Новый, вернувшийся
City	STRING	NULLABLE	Город продажи
Region	STRING	NULLABLE	Регион продажи
PropertyType	STRING	NULLABLE	Тип собственности
OfficeID	STRING	NULLABLE	ID офиса
revenue	INTEGER	NULLABLE	Выручка
product_id	STRING	NULLABLE	ID продукта
product_price	INTEGER	NULLABLE	Стоимость продукта со скидкой
ProductName	STRING	NULLABLE	Название продукта
ProductShortName	STRING	NULLABLE	Краткое название продукта
Product_Art	STRING	NULLABLE	Артикул
ProductType	STRING	NULLABLE	Тип продукта
R_group	INTEGER	NULLABLE	Сегмент R
F_group	INTEGER	NULLABLE	Сегмент F
M_group	INTEGER	NULLABLE	Сегмент M

## Результаты объединения. Создание View (Юзер-карта)

- Подробная информация о костях и сегментах в единой таблице
- Построение отчетности в любых срезах без ограничения по параметрам
- Возможность автоматизировать через AppScript
- Экономия используемых ресурсов с помощью настройки партиционирования



- 2. Как присвоить ценность источникам и действиям пользователя в воронке

**Типичные проблемы крупных офлайн ритейлеров при распределении ценности:**

- Стандартные модели атрибуции не работают;
- Системы сквозной аналитики из коробки не подходят;
- GA И Метрика не подходят;
- Нелинейная воронка;
- Сложность оценки реального вклада каждой микроконверсии в продажу

## Атрибуция. Причины выбора модели Funnel Based

**Учитывать  
каждую  
сессию**

**Взаимное  
влияние  
каналов**

**Доля кросс-девайс**

**Сырые  
данные**

**Кастомные настройки**

## Подготовка данных о транзакциях для расчета атрибуции

### Сформированная таблица с заказами в Big Query

user_id	CID	UID	transaction_id	product_id
1198645566.1522713864	↖	↘	F65A1814-36CF-11E8-FC9A-08606ED86D67	D0044866-70C8-40F3-9BF7-E6C4DA451F08
917ED59B-9039-4451-B9BE-0CDE18DFEAFB			7CA42304-3FAD-11E8-1FD7-240A64EE10AE	5E1EEDA3-4A98-48C2-A254-B19719653365
3D605CEF-FCD3-4597-8A2A-35EC688C2717			F928053F-477B-11E8-F05B-1078D28CB050	439681D6-CF4D-41B5-9C46-B7B8BB8C5149
733858FF-09F9-11E7-B53A-F0921CE1A6EE			2052C1E0-411F-11E8-214E-5065F3357F21	A3E00A71-853E-4170-A3BF-14BE1A634201
EBA4E982-384A-4CE9-9E39-8DA73C4680B6			43AEC4AF-3EDA-11E8-37CD-40A8F044B2F4	8B4358D5-C3BF-4984-9B32-F3C4EDDA9CA3
4AA895D8-45F8-11E8-6040-DC4A3E43AB55			FDA045DF-45F7-11E8-C528-DC4A3E43AB55	F7A06E8D-7F8D-4359-BA89-35315389E956
33E2712B-2678-11E8-BE94-40A8F0AB44C3			CC91C5BD-2677-11E8-9FF2-40A8F0AB44C3	FE50C0BE-49EF-4D8F-AE3C-0E2E07DAAD4A
5C43C06B-2E57-11E8-326D-D050999864A0			08A21FE9-2E57-11E8-FC9A-D050999864A0	28C0AA7E-564A-4AFE-A86A-B1BFA5E3A90A
EA79AE32-DBB2-492E-B7AB-1004DBFCB5B9			90DEBCCD-4774-11E8-FE61-ECB1D7304B88	72155D15-7767-4363-9BCB-D5F5052019A1
00B5AAC8-8461-4D30-9624-51B8D9AF214D			C30FF42B-4455-11E8-A973-C46E1F0397C1	5E1EEDA3-4A98-48C2-A254-B19719653365

- Выбрать правильный идентификатор пользователя
- Учитывайте время заказа и время конверсионного окна

## Расчет вероятности для нелинейной воронки

Пример учета вероятности перехода с шага на любой другой шаг



## Пример распределения ценности от транзакции

Enter a transaction ID to find out how its value was attributed to the sessions

F1CE6C7A-437D-11E8-5B1F-

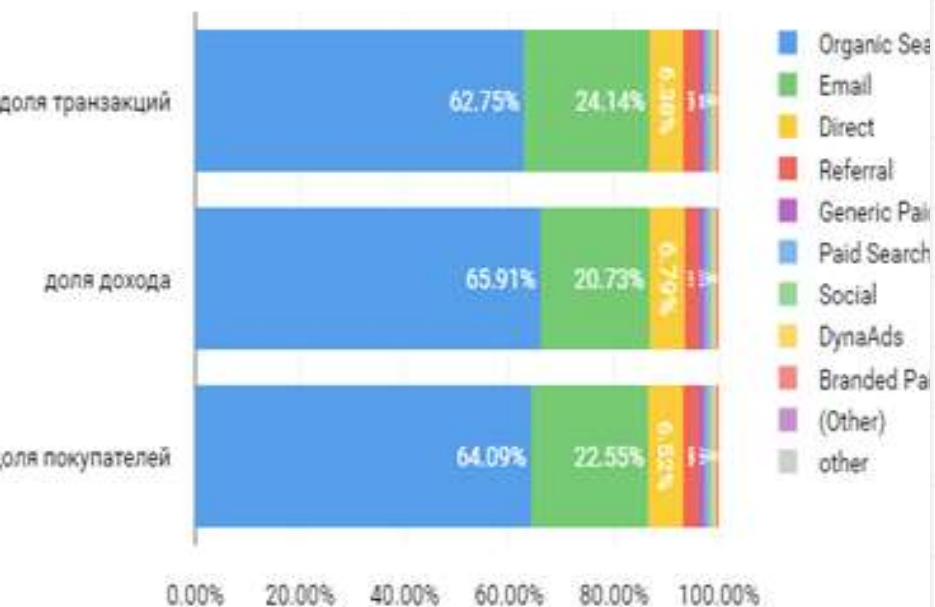
SEARCH



Transaction #F1CE6C7A-437D-11E8-5B1F-006037AA78E1

Session	Source/Medium	Session value	Визит	Поиск по сайту	Посещение страниц каталога	Посещение страниц Горящие акции	Посещение раздела ВНД	Просмотр карточки анализа	Посещение страницы МО	Выбор на 1
<a href="#">Mar 23, 2018 10:53 AM</a>	yandex /organic	17%	4%	6.3%	2.5%	*	*	4.3%	*	
<a href="#">Mar 30, 2018 11:15 PM</a>	google /organic	27.9%	4.7%	*	3%	*	*	5.1%	15.1%	
<a href="#">Apr 5, 2018 8:23 PM</a>	yandex /organic	39.1%	5.5%	8.7%	3.4%	15.6%	*	6%	*	
<a href="#">Apr 19, 2018 6:01 AM</a>	yandex /organic	15.9%	*	*	*	*	*	*	*	

## Пример распределения ценности в моделях атрибуции



	Сумма <b>3.5 млн</b> 78,91% от общего количества (4 467 009,00)	Сумма <b>1.7 млн</b> 100,00% от общего количества (1 661 090,32)	Сумма <b>70 тыс.</b> 7,56% от общего количества (928 976,00)
Organic Search	2 280 324 64,69%	0,00 0,00%	56 359 60,26%
Email	404 645 11,40%	0,00 0,00%	0 0,00%
Direct	347 360 9,83%	0,00 0,00%	6 748 9,61%
Referral	221 976 6,30%	52,77 3,18%	4 010 5,71%
Generic Paid Search	112 465 3,19%	0,00 0,00%	541 0,77%
DynaAds	75 681 2,18%	1 412 117,00 85,01%	792 1,10%
Social	25 941 0,74%	86 452,95 5,20%	559 0,80%
Paid Search	25 877 0,73%	164,63 0,01%	720 1,00%
Branded Paid Search	14 948 0,42%	160 135,98 9,64%	398 0,57%
(Other)	7 749 0,22%	0,00 0,00%	59 0,08%



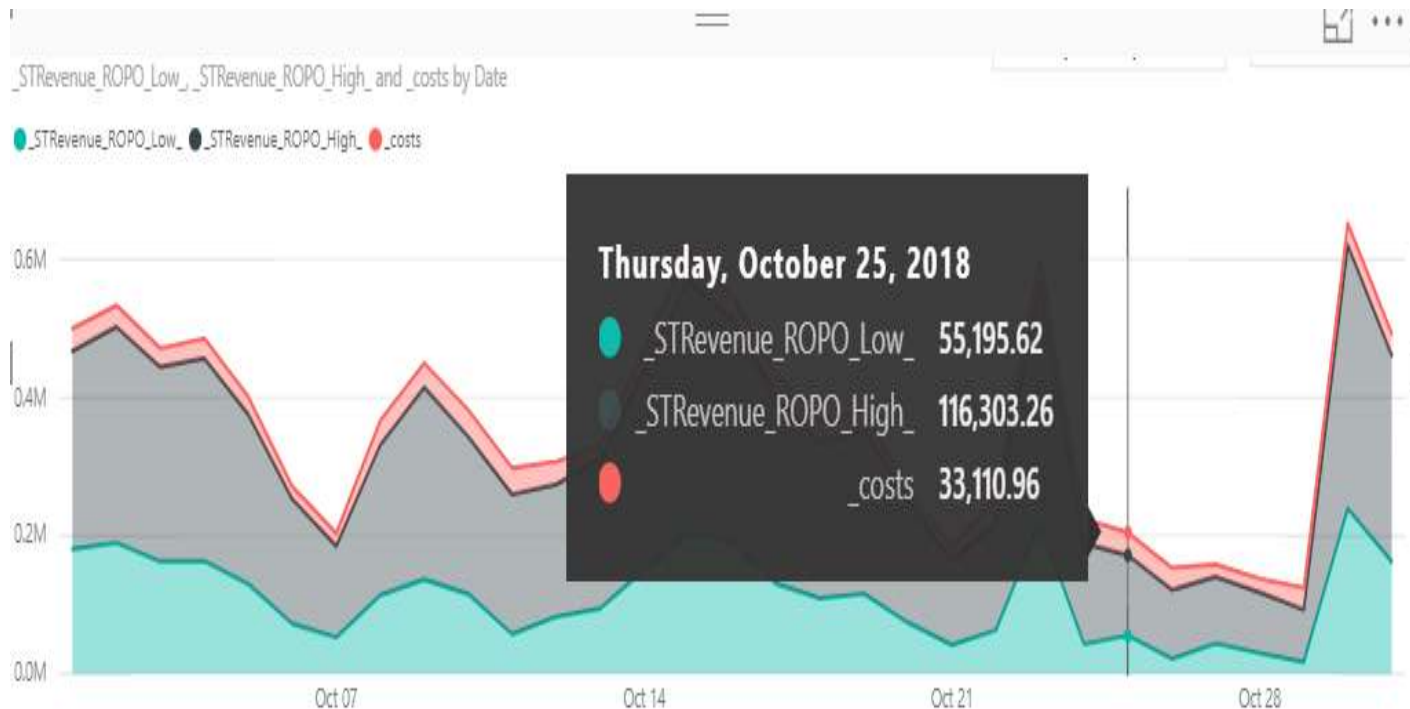
- 3. Как использовать полученные данные в маркетинге

#### Типичные проблемы офлайн:

- Отсутствие гомогенности в данных;
- Невозможность учета ROPO в стандартных системах аналитики;
- Ограничения систем аналитики: сэмлирование, размер выборки, сегментация....

## Работа с достоверными данными

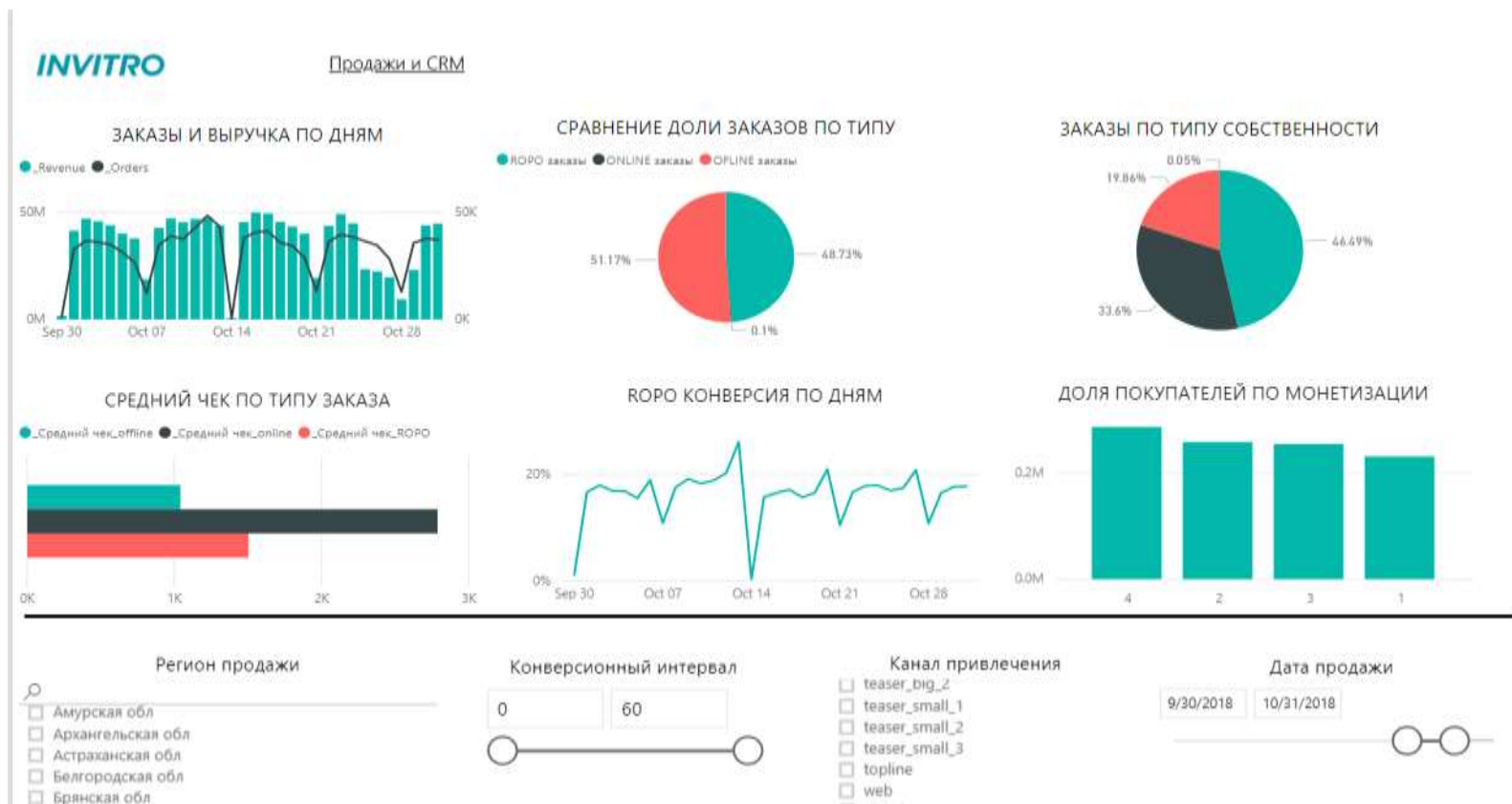
- Полная информация, достаточная для понимания ситуации с маркетинговыми показателями в конкретном сегменте
- Возможность принятия решений на статистически достоверных данных



## Распределение бюджета по регионам, исходя из стат. оценки

Регион	_costs	_ROMI_Факт	_ROMI_Low
Забайкальский край	43,437.15	73.41%	686.44%
Ивановская обл	10,059.98	-57.42%	-91.99%
Иркутская обл	157,131.04	-58.19%	36.77%
Калининградская обл	39,869.42	-70.67%	-58.48%
Калужская обл	25,787.90	-56.01%	-83.75%
Кемеровская обл	28,095.90	-87.52%	-121.06%
Коми Респ	13,852.87	-56.44%	-97.09%
Костромская обл	20,074.07	-9.75%	73.07%
Краснодарский край	531,311.50	-16.74%	174.37%
Красноярский край	159,625.85	-83.48%	-65.08%
Крым Респ	32,434.29	-99.94%	-176.14%
Курская обл	22,505.03	-31.46%	-11.73%
Ленинградская обл	32,446.59	68.53%	266.87%
Липецкая обл	30,875.03	-21.32%	102.54%
Марий Эл Респ	14,847.13	-20.12%	76.42%
Мордовия Респ	13,509.90	-53.55%	-62.39%
Москва	6,562,428.99	-23.69%	25.13%
Московская обл	1,132,898.44	36.32%	178.94%
Нижегородская обл	238,413.59	-74.00%	-28.93%

## Сегментация заказов



## Оптимизация РК. Интеграция с сервисами управления ставками



### Отчеты в Smart Data

Атрибутированный доход по кампаниям в сравнении между моделями атрибуции GA Last Non-Direct Click и Funnel Based (UA\_Streaming) [↗](#)

Атрибутированный доход и ROAS по кампаниям в сравнении между моделями атрибуции GA Last Non-Direct Click и Funnel Based (UA\_Streaming) [↗](#)

Атрибутированный доход и ROAS по кампаниям и типам пользователей в сравнении между моделями атрибуции GA Last Non-Direct Click и Funnel Based (UA\_Streaming) [↗](#)

Ценность шагов воронки в модели атрибуции Funnel Based (UA\_Streaming) по источникам и каналам [↗](#)

Ценность источников и каналов по шагам воронки в модели атрибуции Funnel Based (UA\_Streaming) [↗](#)



### Экспорт данных в сервисы управления ставками

Атрибуция на основе воронки учитывает взаимное влияние кампаний. Поэтому оптимизация ставок на основе её данных позволяет достичь более высоких показателей по всем каналам в комплексе, а не по отдельным кампаниям.

Сейчас есть возможность автоматически передавать данные в Google Ads, K50 и Alytics.



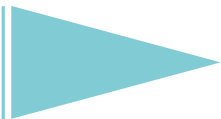
Экспорт данных включен

ВЫБЕРИТЕ ВАШ СЕРВИС ПО УПРАВЛЕНИЮ СТАВКАМИ



**K★50**

**Alytics**



- 4. SEO-аналитика в BigQuery

## SEO-аналитика в BigQuery

### Предпосылки

- Приоритетный источник трафика
- Брендový трафик ~ 90%.
- Высокая доля not set/not provide
- Необходимость учета расходов
- Важность микросегментирования и объединения данных
- Множество источников данных

### Инструменты

- Search Console;
- Яндекс Метрика;
- SEO Tools (Serpstat, etc);
- Таблицы сессионного стриминга GA;
- Семантика по кластерам;
- Фид товаров;

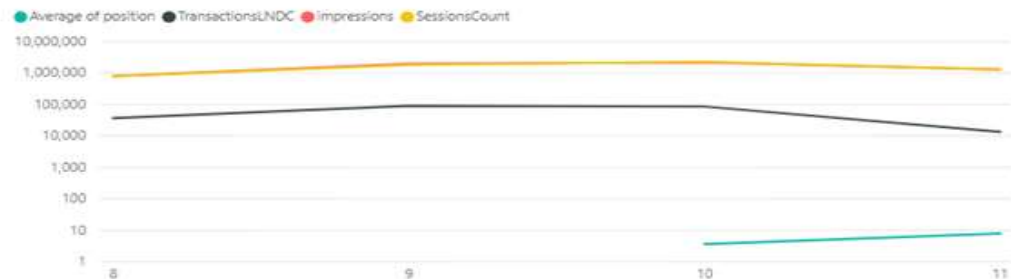
### Задачи

- Сегментировать метрики SEO трафика;
- Найти проблемные сегменты;
- Поиск точек роста;
- Аналитика в контексте рынка

## SEO-аналитика в BigQuery

### Сегментация SEO метрик

Динамика



keyword	session	Average of position seo	Average of position Searchconsole	impressions	Average of ctr	VolumeQuotes	TransactionsLNDC
коагулограмма	671	8.00	6.94	39,853.00	0.03	9357	
общий анализ крови	405	5.88	12.38	21,731.00	0.13	8257	
коагулограмма что это за анализ	2	47.00	20.67	2.00	0.00	4955	
гликированный гемоглобин	721	2.50	5.85	12,646.00	0.09	4736	
анализ мочи по нечиловченко	137	5.50	8.68	10,753.00	0.04	4346	
гомощистин	807	6.50	3.93	12,800.00	0.07	3857	3
клинический анализ крови	568	4.00	23.26	13,976.00	0.03	3767	
цена фолиевой кислоты	0	11.25	10.05	52.00	0.00	3716	
анализ крови алт и аст	2	8.88	8.00	32.00	0.25	2798	
анализы на гормоны щитовидной железы	101	2.75	5.59	876.00	0.10	2659	
щитовидная железа анализы на гормоны	1	1.50	3.66	121.00	0.17	2659	
анализ эгч	196	13.25	3.62	5,706.00	0.11	2251	
анализ аст	19	6.17	6.81	716.00	0.03	1874	
анализ ттг	166	3.25	4.99	2,289.00	0.16	1849	
моча по нечиловченко	36	6.25	8.57	4,447.00	0.06	1836	
онкомаркер са 125	35	5.25	5.78	1,213.00	0.16	1793	
<b>Total</b>	<b>1978516</b>	<b>11.48</b>	<b>19.01</b>	<b>6,284,699.00</b>	<b>0.19</b>		<b>921</b>

#### Поисковая система

- google
- yandex

#### Сегмент

- (Blank)
- ТОП-300

#### Группа анализов

- Гематологические исследования
- Генетические предрасположенности
- Гистеросальпингография
- Гистологические исследования

#### SEO Группа

- (Blank)
- 1277НОГИ
- 25 ОН витамин D
- 3 ой тест на сифилис

#### Подгруппа анализов

- IgE - аллерген-специфические (аллерготесты), смеси, панели, общий IgE
- IgG, аллерген-специфические
- TORCH-инфекции (комплекс)
- Абиотрофия сетчатки

#### Сегмент ключевых слов

- Brand
- NotBrand



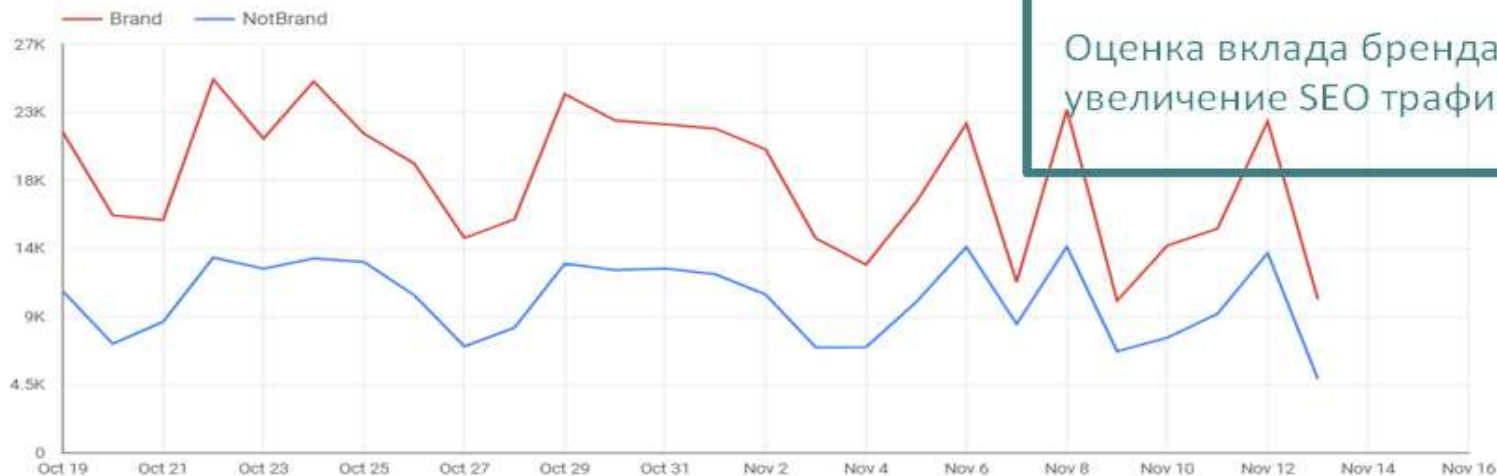


## SEO-аналитика в BigQuery

### Оценка структуры трафика



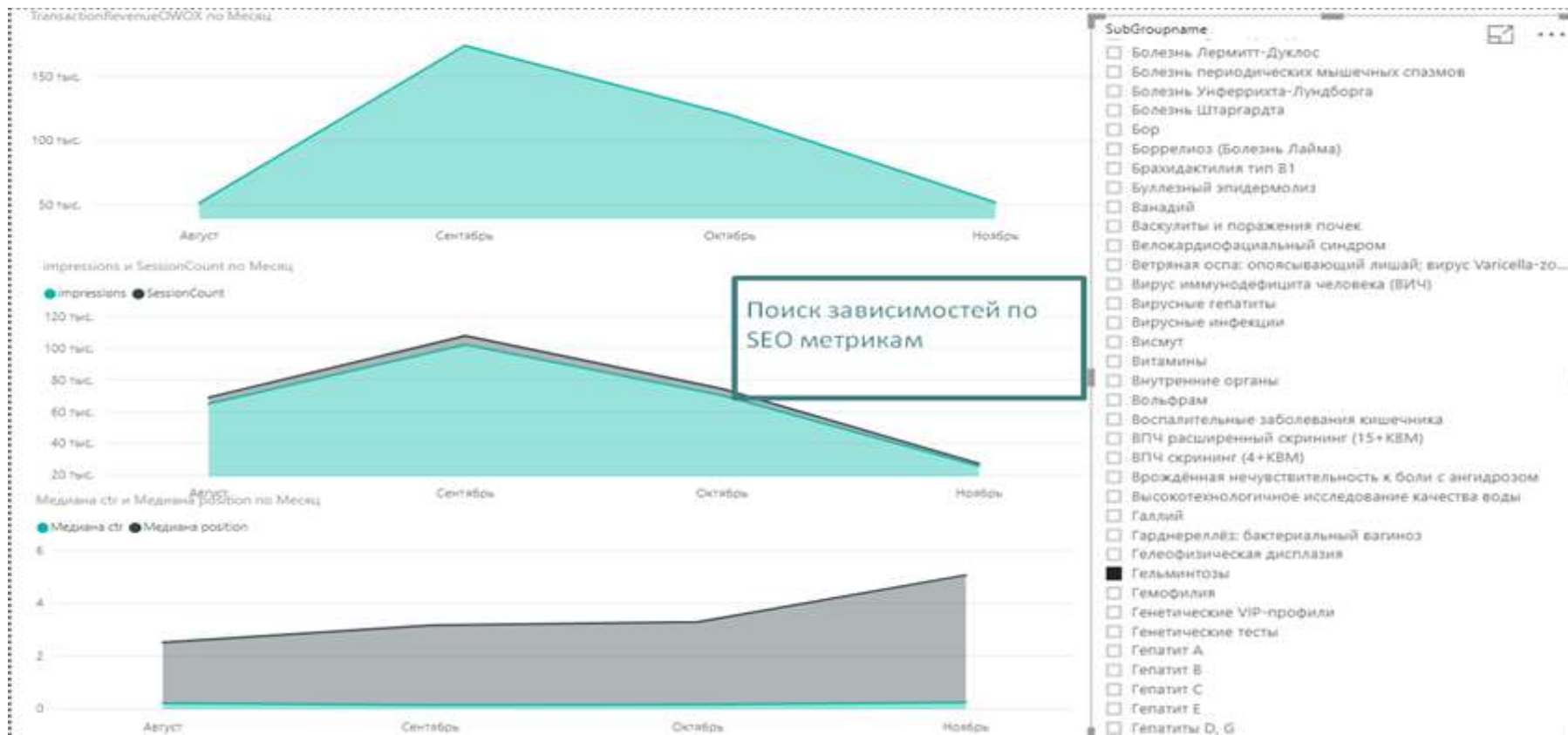
### Sessions divided by Brand



Оценка вклада бренда в увеличение SEO трафика

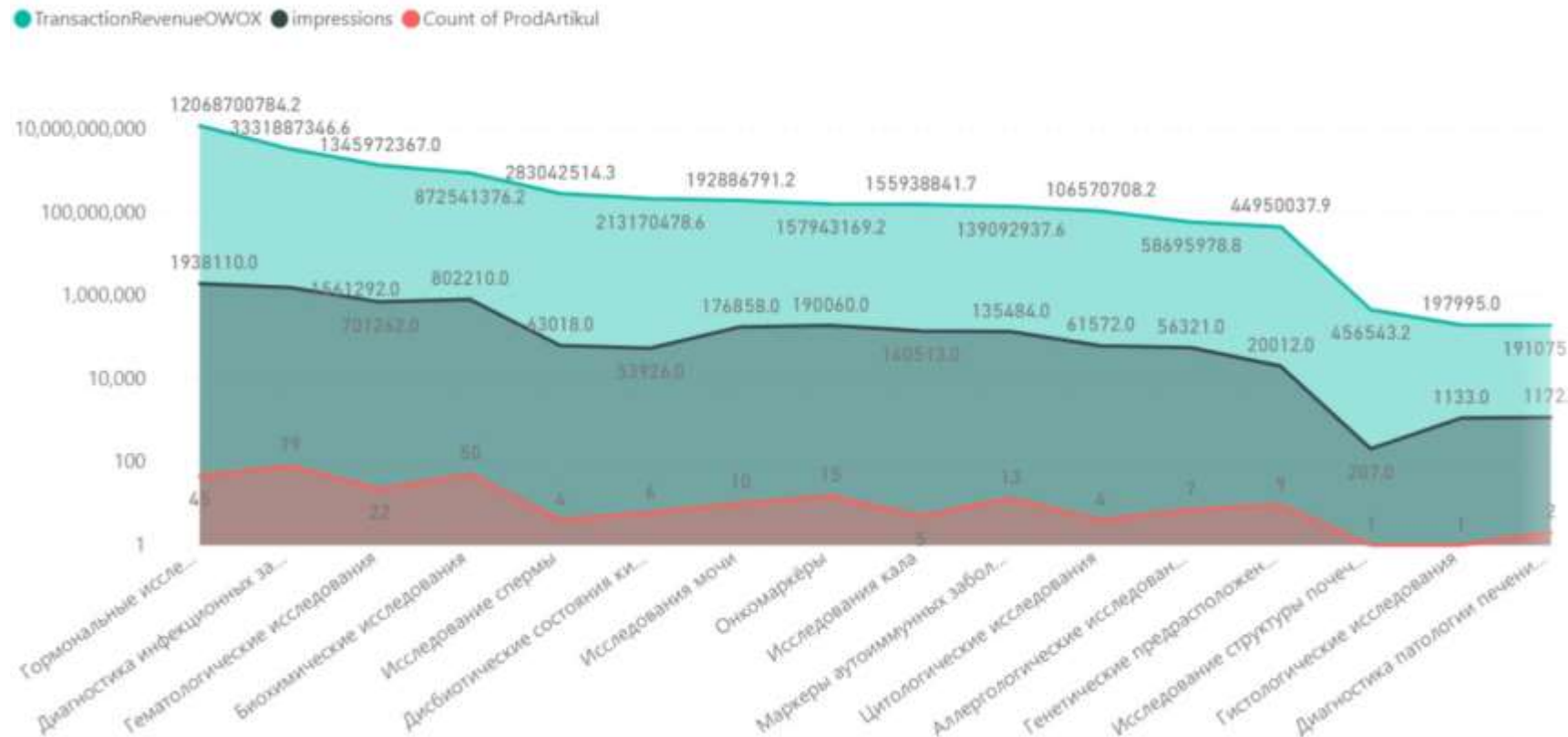
## SEO-аналитика в BigQuery

### Поиск проблемных сегментов



## SEO-аналитика в BigQuery

### Поиск зон роста



## SEO-аналитика в BigQuery

### Анализ в контексте рынка

%GT impressions and %GT SessionCount by Month



#### SubGroupname

- Кальциевые тесты, КРС (отдельные ответы по аллергенам):
- Комплексные панели IgG (отдельные ответы по аллергенам):
- Кожь
- Краснуха
- Лабораторная оценка гипотизарно-надпочечниковой системы
- Лабораторная оценка соматотропной функции гипофиза
- Лабораторная оценка состояния ренин-ангиотензин-альдостероновой с...
- Лабораторная оценка функции щитовидной железы
- Лабораторная оценка эндокринной функции поджелудочной железы и...
- Лекарственный мониторинг
- Липиды
- Лямблиоз
- Маркеры воспаления
- Маркеры функции почек
- Микоплазменная инфекция
- Мониторинг беременности, биохимические маркеры состояния плода
- Нарушения обмена веществ
- Неврологические аутоиммунные заболевания
- Неорганические вещества/электролиты:

## SEO-аналитика в BigQuery

### Расширение семантики

month	10			11		
ProductSubgroup	impressions	Count of keyword_SC	Count of Keyword_SEO	impressions	Count of keyword_SC	Count of Keyword_SEO
Антигеперолипидные антитела	3,023.00	136	10	1,316.00	113	10
Комплексные исследования	3,644.00	115	46	2,011.00	170	108
Шигеллезы и Сальмонеллезы	3,027.00	137		2,022.00	147	
Комплексные панели, IgE (отдельные ответы по аллергенам):	3,141.00	217	22	1,964.00	213	47
Лабораторная оценка состояния ренин-ангиотензин-альдостероновой системы	3,077.00	85	8	1,979.00	84	18
Токсоплазмоз	2,849.00	133	2	1,602.00	122	6
Биогенные амины	3,079.00	170	14	1,589.00	197	51
Стрептококковая инфекция	2,678.00	124	1	1,457.00	102	
Туберкулёз	2,600.00	169	3	1,532.00	137	6
Кардиоспецифичные белки	2,525.00	123	3	1,585.00	115	13
Иммуногенетика	2,329.00	166	23	1,159.00	182	68
Кандидоз	2,922.00	158	3	1,618.00	172	4
Антитела к Helicobacter pylori: иммуноферментный анализ	2,316.00	159	8	1,437.00	175	30
Микоплазменная инфекция	1,701.00	126	3	2,556.00	156	5
Профиль исследований для выявления папилломавирусной инфекции	3,000.00	226	14	1,532.00	275	64

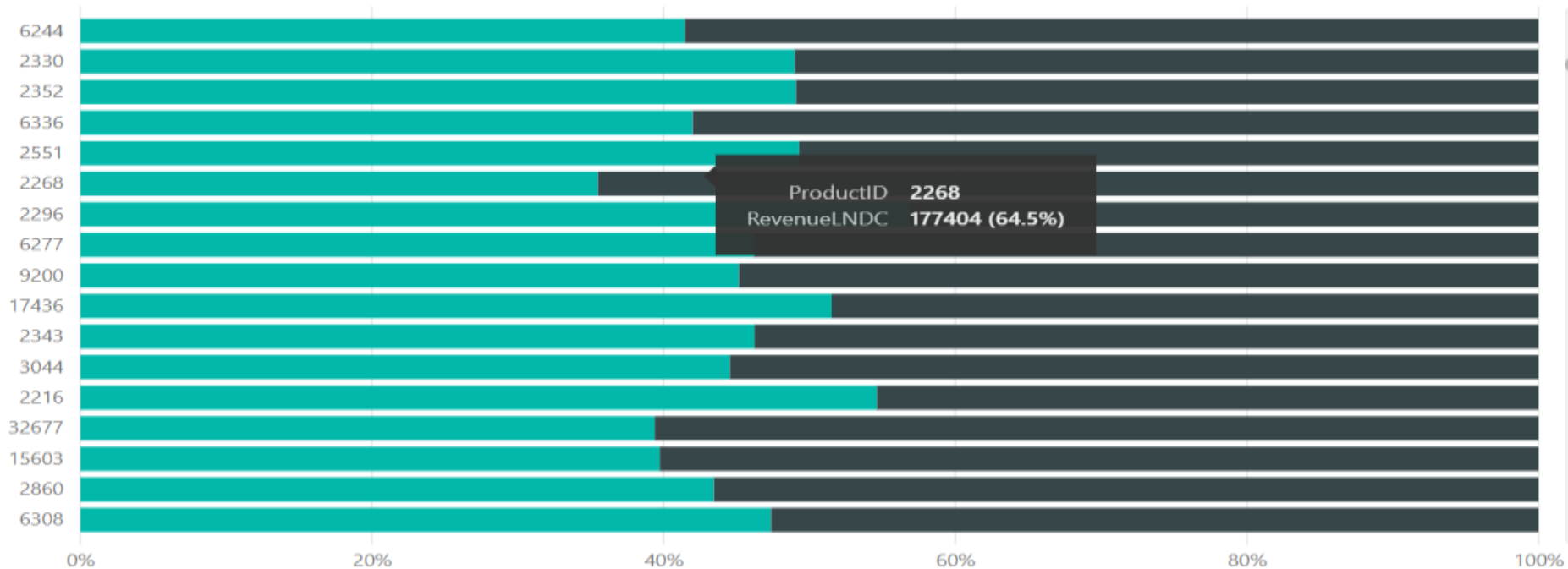
## SEO-аналитика в BigQuery

### Приоритизация SEO семантики

< Back to Report

REVENUEOWOX AND REVENUELNDC BY PRODUCTID

● RevenueOWOX ● RevenueLNDC



ProductID 2268  
RevenueLNDC 177404 (64.5%)

## SEO-аналитика в BigQuery

### Анализ каннибализации ключевых слов

LandingPage	session	keyword	URL	impressions	Average of ctr
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/485/2216/	10	холестерин липп	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/485/2216/	806.00	0.05
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/501/2469/	172	анализ на инсулин	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/501/2469/	796.00	0.22
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/533/2559/	299	анализ кала на углеводы	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/533/2559/	778.00	0.28
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/148/2430/	27	цитологическое исследование	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/148/2430/	766.00	0.15
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/497/2320/	43	адренокортикотропный гормон	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/497/2320/	766.00	0.13
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/1207/2319/	300	спермограмма цена	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/1207/2319/	731.00	0.19
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/1207/2319/	224	сдать спермограмму	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/1207/2319/	730.00	0.27
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/482/2221/	236	гомоцистеин анализ	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/482/2221/	720.00	0.40
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/486/2223/	19	анализ аст	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/486/2223/	716.00	0.03
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/481/2212/	27	анализ на глюкозу	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/481/35542/	711.00	0.05
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/501/2330/	201	анализ фгс	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/501/2330/	704.00	0.42
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/482/2221/	636	анализ на гликированный гемоглобин	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/482/2221/	703.00	0.68
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/156/	5	клинический анализ крови	www.invitro.ru/analizes/profi/913/6776/	699.00	0.01
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/477/	94	днк тест на отцовство	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/477/	673.00	0.15
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/577/2563/	184	гастропанель	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/577/2563/	672.00	0.25
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/629/	72	анализы щитовидной железы	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/629/	652.00	0.19
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/omsk/599/6618/	296	комплексный анализ на паразитов	www.invitro.ru/for-clients/mat/5905/	647.00	0.63
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/481/2214/	547	гликированный гемоглобин инвитро	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/481/2214/	636.00	0.67
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/2574/32484/	228	хромогранин а	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/2574/32484/	627.00	0.35
www.invitro.ru/analizes/for-doctors/510/2338/	89	сколько стоит анализ хгч	www.invitro.ru/analizes/for-doctors/510/2338/	617.00	0.21

**Спасибо  
за внимание!**

[www.invitro.ru](http://www.invitro.ru)

8 (800) 200-363-0