

КУРС ПО СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКЕ С НУЛЯ



Урок Второй.
Технические требования к СА

D'SKUL

О чем мы сегодня поговорим?

- Ключевые стыки инфраструктуры, в которых “все ломается”.
- Компетенции, необходимые для настройки и интеграции СА и подходы к построению СА

Важные термины

CMS - система управления сайтом (например, тильда, вордпресс и тп).

JS, php - языки программирования.

SIP - протокол обмена данными, по которому работает телефония.

Узкие места инфраструктуры сквозной аналитики

- Сайт
- Телефония
- CRM
- Интеграции с рекламными системами
- Интеграции с виджетами (квизы, онлайн чаты, мессенджеры, проч)

1. Технические сложности. Сайт.

- ✓ Селекторы кнопок, селекторы полей телефона
- ✓ Стили CMS, перезапись данных
- ✓ “родные” не поддающиеся настройке редеркты с форм

Ключевые причины всех проблем с сайтом

1. Несогласованность действий разработки, маркетинга и продаж.
2. Бесплатная/дешевая CMS-конструктор, которая не позволяет править код сайта

Как лечить?

✓ Привести в порядок селекторы: у всех форм, которые нужно подтягивать в СА, у них должен быть общий селектор или разные, но постоянные

Создайте таблицу Google или excel, где выпишите все формы с сайта с указанием страницы формы, а также ее селектора и ID

✓ Если ваша CMS перезапишет все селекторы при любой правке сайта, смените CMS

✓ Организовать процессы таким образом, чтобы тот, кто отвечает за СА узнавал о любой правке сайта и имел возможность проверить, не оборвались ли селекторы

✓ Такую же работу в отношении селектора стоит провести с полями, где указан номер телефона.

2. Технические сложности. Телефония

У вашей ВАТС нет SIP

У вашей телефонии нет возможности бесшовно подключить номера к коллтрекингу

Сложности на уровне SIP-устройств

Проблема последней мили. Вы принимаете звонки на городские/мобильные номера, и идет разрыв соединения на уровне вашего оператора.

Пример, SIP регистрация не поднимается

Пример, SIP URI только на IP адрес, а не домен

Как можно принимать звонки?



Что делать, чтобы проблем не было?

- ✓ Использовать внутреннюю телефонию системы или интегрировать продвинутую с точки зрения Sip телефонию с открытой политикой коннекта с системами.

Например, у Прайм Гейт есть своя ВАТС + сильные интеграции с ВАТС Мегафон, Дом.ru, Гравител и другими.

- ✓ Принимать звонки на SIP. Внутри CRM или на SIP клиенте в PC или в SIP клиенте от Telegram

- ✓ Исключить личные мобильные или аналоговые стационарные номера из коммуникаций

Кейс: SIPNET - предлагал только подключаться по SIP регистрации и не хотел использовать бесплатный метод через SIP URI. Около месяца мы пытались согласовать, в конечном итоге клиент взял наши телефонные номера.


3. Технические сложности. CRM

- ✓ Самописные или коробочные CRM без webhook и адекватной техподдержкой
- ✓ Некорректные процессы использования CRM. Не используются воронки, удаляются контакты, лиды заносятся вручную в обход СА, работа идет с контактом, а не с лидом и проч.
- ✓ Отсутствие внутренней экспертизы по работе в выбранной CRM.
- ✓ Лиды в CRM поступают в обход СА.
- ✓ Лиды в CRM поступают одновременно из 2х систем (телефония и мы).

Кейс: мы сделали специально задержку создания лида в RetailCRM. У клиента данные в корзину поступают из 1С. Мы не могли ее исключить.

3. Технические сложности. CRM

Ключевые причины всех проблем с CRM

1. Все побежали, и я побежал. Выбор CRM без адаптации под свои процессы.
 2. Нежелание подключать интегратора, экономия, при отсутствии внутренней экспертизы
 3. Несогласованная смена паролей от аккаунта CRM, под которым подключена интеграция
 4. Попытки подключить интеграции под аккаунтами, у которых недостаточно прав для этого
- *У клиента сделка с точки зрения маркетинга закрывается на этапе, когда поступили средства. Но именно этап “продажа” ставится только тогда, когда ремонт в квартире сделан, а отдел контроля качества связался с клиентом и подтвердил, что все хорошо. Это все на уровне Амо.*
 - *Клиент не заводит сделки до конца дня. В конце дня, он удаляет из “неразобранного” все лиды, которые не купили, а оставляет только те, которые купили. В итоге, у нас нет отказных сделок, и 100% лидов закрывается 100% продажами. При этом % конверсии из клика в лид тоже очень сильно варьируется.*
 -
- 

4. Технические сложности. Интеграции

- ✓ Постоянная смена паролей и агентств
- ✓ Если интеграция строится через Я.Метрику или Google Analytics, в соответствующие аккаунты не дан доступ к рекламной системе
- ✓ Не прописаны UTM метки
- ✓ Интеграции настроены не по инструкции

5. Технические сложности. Интеграции с виджетами

Если вы используете сторонние сервисы, интеграция с ними должна быть построена таким образом, чтобы вы видели источники обращений. Т.е. даже если человек написал во внешний чат, например, живосайт, в аналитику должен передаваться хук, в котором будет указана сессия, и далее задача СА сматчить сессию и собственные данные, чтобы положить их в историю пользователя, а вы на выходе увидели, что человек, который написал в чат, был на сайте несколько раз с таких-то источников.

Какие компетенции нужны для самостоятельной настройки СА?



Какие компетенции нужны для самостоятельной настройки СА?

Технические:

- знать, что такое селекторы и ID, где их взять, как их менять/не менять. Или уметь ставить соответствующую задачу;
- уметь ставить код на сайт;
- базовые навыки работы с Я.Метрикой, GA, особенно, блоком целей;
- понимать, как работает SIP телефония и как организовать на своей стороне прием звонков;
- понимать принципы работы CRM и уметь пользоваться своей CRM (настраивать вывод данных, уметь разделять зоны СА и CRM)

Какие компетенции нужны для самостоятельной настройки СА?

Управленческие/организационные:

- умение формировать ТЗ;
- умение описывать бизнес-процессы и визуализировать их (с целью постановки ТЗ);
- умение вовремя делегировать :)

Если все технические моменты, о которых мы с вами говорили, для вас темный лес, обратитесь к интегратору! После этого курса вы сможете конкретно поставить ему задачи и проконтролировать.

Вопросы?)

Домашнее задание

1. Взять прошлое задание и дообогатить его технической базой (раздел телефония). Написать, как вы будете менять бизнес-процессы с приемом звонков и будете ли.
2. Проверить все доступы от рекламных систем, метрики, аналитикса. Соединить метрику и директ, аналитикс и эдвордс.
3. Выписывать собственные компетенции и определиться, достаточно ли их для настройки СА