

КУРС ПО СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКЕ С НУЛЯ



Урок пятый.
CRM система и сквозная аналитика

D'SKUL

О чем будем говорить

1. Проблема прерванной воронки
2. Повторение: CRM и СА, как они связаны и почему мы тут про это говорим.
3. Ключевые этапы воронки, зачем они нужны и как они влияют на СА (неразобранное, дисквалификация)
4. Немного о телефонии и CRM

Проблема прерванной воронки

1. Звонок от клиента. Но заказ оформляет менеджер от своего компа (в CMS), а не в карточке клиента в CRM. Нет связки с сессией клиента.
2. Клиент отправил заказ через корзину, но товара не оказалось. Вместо того, чтобы править заказ в CRM системе, старый заказ удаляется и создается новый, без лида (возможно в карточке клиента).

Ключевые проблемы

Сквозная аналитика не может брать данные из CRM поскольку нужна связка с сессией пользователя!

Именно поэтому СА должна первой получать данные о лиде. Часто это сделать невозможно.

- нет API у стороннего сервиса
- блокировка JS счетчика
- старые браузеры
- iframe виджеты

Правильная воронка



Не стоит автоматически создавать сделку по поступившему лиду. Иначе в аналитике всегда будет 100% конверсия из лида в сделку и стоимость сделки будет всегда равна стоимости лида (грязного).

Всегда только 1 воронка на 1 проект.

Частный случай

Воронка по умолчанию

Лиды (amoCRM)



Этап сделок по умолчанию

неразобранное (наше)



- ☐ Отложенная интеграция(1 мин)
- ☒ Создавать контакт после исходящего звонка
- ☒ Создавать задачу после исходящего звонка
- ☐ Создавать автоматически сделку по обращению
- ☒ Показывать оповещение о звонках/формах/коллбеках
- ☐ Проверять постоянных клиентов
- ☐ Оповещать о постоянных клиентах в интерфейсе

Этапы сделок

Первое обращение
(+лид)

Неразобранное
(лид)

Дисквалификация
(-лид/-сделка)

Отказ
(лид/+1
отрицательно
закрытая сделка)

Продажа
(лид/+1
положительно
закрытая сделка)

Не стоит удалять контакты клиентов.

Если будет удален лид или сделка, то они остаются в сквозной аналитике

В Б24 не стоит использовать этапы лида, потому что нужно работать в этапах сделки.

Можно подтягивать данные без сессий, но это данные без сессий поступающие в соответствующий раздел аналитики. Пример, Авито чат - данные будут без сессий, но можно будет сделать расход по данному каналу.

Аналитика не должна заморачиваться тем, чтобы понять какие каналы из сторонней CRM куда определять. Либо это путь через таблицы соответствия.

Все этапы

неразобранное (наше)

квалификация

начали говорить

Демо проведено

Дожимаем

на подключение

подключено

Дисквалификация

Продажа

Отказ

Этапы успешных сделок

Этапы отказных сделок

Можно назначить несколько этапов успешными, хоть это и не правильно!

Этап дисквалифицированных лидов

Этап верификации сделок

Менеджер по умолчанию

Тип распределения лидов по сотрудникам

Менеджеру по умолчанию

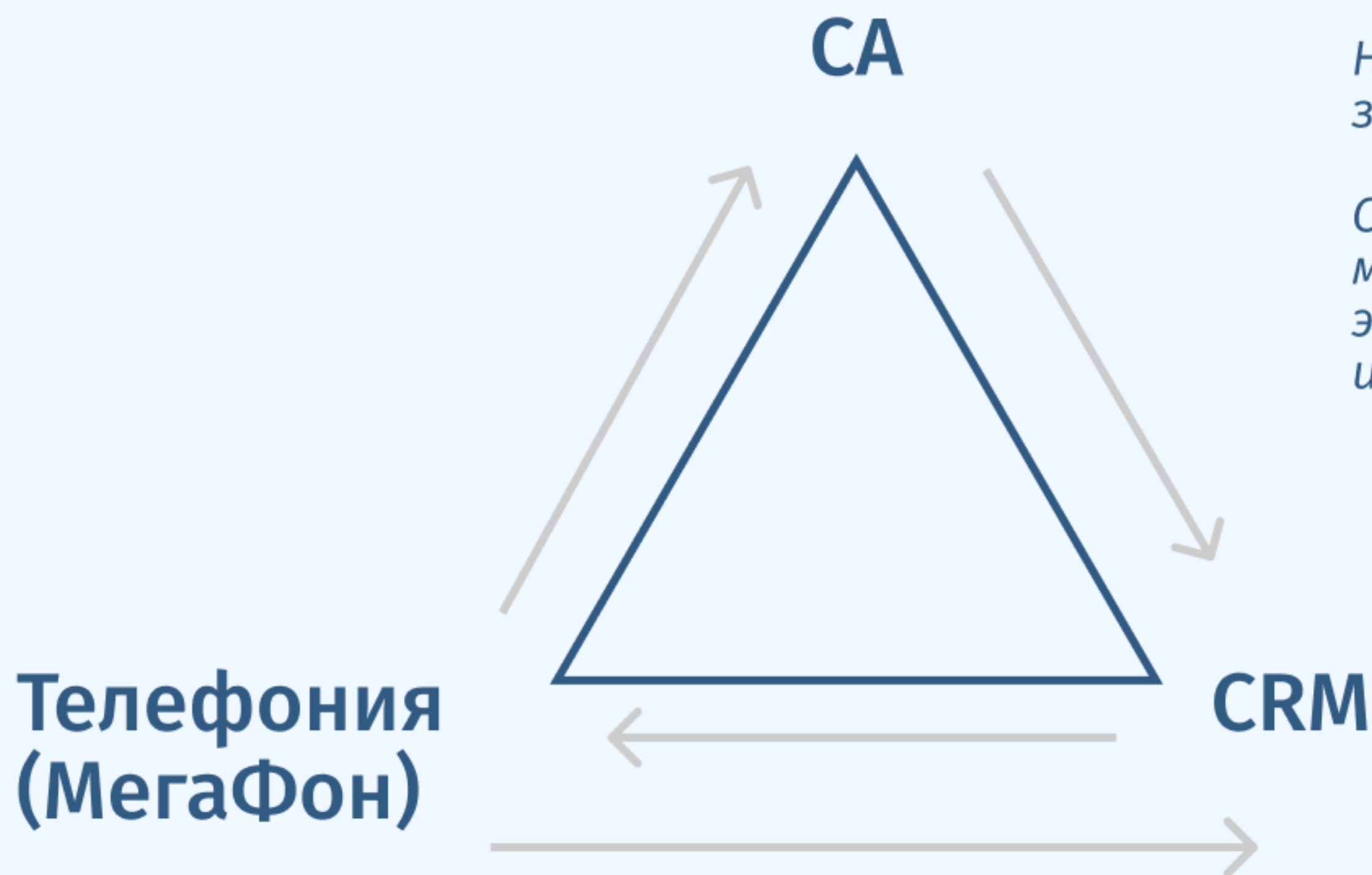
✓ Сохранить

Как работают интеграции

Исключение: с RetailCRM у нас 5 минутная задержка в получении события “продажа”.

На отправку в Retail задержка 2 мин.

С Б24 и Амо может быть 1 минутная задержка, но это на усмотрение интегратора.



Что работать не будет точно

Упрощенная версия Б24, поскольку мы работаем только с сущностью “сделка”.

По AmoCRM - нужен минимально расширенный тариф.