



Инструменты сквозной аналитики и
автоматизации рекламы в одном месте

Обзор системы

info@alytics.ru

тел.: +7 495 215-23-57

www.alytics.ru

Alytics — это



Alytics — это инструменты сквозной аналитики и автоматизации рекламы в одном месте.



Система сквозной аналитики в едином окне собирает данные по затратам на рекламные каналы, продажам из CRM, звонкам из системы колтрекинга, целям и транзакциям из Яндекс Метрики и показывает, сколько денег тратит и приносит каждый рекламный канал.



Система включает 3 модуля: Сквозная аналитика, Автоматизация контекстной рекламы, Полнофункциональный колтрекинг. Каждый из модулей системы позволяет оптимизировать продажи и автоматизировать рутинный труд при ведении рекламной кампании.

Alytics выбирают все!

icontext OMNI
DIGITAL
MARKETING
PERFORMANCE BASED

iProspect 

 **риалвеб**

adventum. 

KASSIR  **RU**

 **Ростелеком**

 **ЭЛЬДОРАДО**

 **BOSCH**
Разработано для жизни

PUDRA

 **artics**
internet solutions

NETPEAK
интернет-маркетинг для бизнеса

Regi  **stratura**
DIGITAL AGENCY

Hoff!

**MAD
ROBOTS
RU**

 **флорист.ру**
Ты всегда рядом

Tefal

AD LABS
рекламное агентство

e-promo [®]
Поставщик клиентов

GROHE

OLYMPUS

Отзывы об Alytics



Мы выбрали Alytics после большого сравнительного анализа существующих систем на рынке. Возможности системы значительно превышали возможности конкурентов. Мы выбрали Alytics, за качественный подход к требованиям клиентов и партнеров. Сотрудничество с Alytics на первом этапе позволило значительно оптимизировать наши бюджеты и эффективно сократить CPO



Дмитрий Дворецкий

Hoff, Директор по электронной коммерции



Alytics привлекает нас, прежде всего, возможностью отслеживать и оптимизировать кампании одновременно на Яндексe и на Google. Сотрудничая с платформой, мы получаем не только первоклассную поддержку, но и новые функции, необходимые нашему агентству



Тимофей Путинцев

iConText, Директор по развитию



Автоматизация сбора аналитики и управление ставками от конечной эффективности позволило нам в разы увеличить трафик с одновременным ростом окупаемости маркетинговых вложений



Ольга Ивашина

Price.Ru, Директор по маркетингу



Работать с системой Alytics действительно удобно. Она позволяет оптимизировать многие трудоемкие процессы и высвобождает время для воплощения в жизнь новых идей. А это значит, что мы можем двигаться вперед и развивать наших клиентов.



Надежда Мерещенко

Генеральный директор Adventum



Alytics в одном инструменте дает маркетологу ВОЗМОЖНОСТИ

- ➔ **Оперативно получать точную статистику**
Alytics позволяет не тратить время на сведение отчетов — статистика доступна в режиме 24/7.
- ➔ **Находить и отключать неэффективную рекламу**
Система помогает оптимизировать эффективность вложений в рекламу и такие показатели, как CPA, ROI, ROAS, DPP, выручка и прибыль.
- ➔ **Строить мультиканальную аналитику**
В Alytics продвинутый модуль мультиканальной аналитики — 7 моделей атрибуции: Последнее взаимодействие, Равномерное распределение, U-share и др., а также возможность создавать свои модели.
- ➔ **Автоматизировать управление контекстной рекламой**
Автоматизировать ежедневные процессы и исключить рутину. Лучшая автоматизация контекстной рекламы: 6 способов управления ставками, товарная генерация, чистка площадок РСЯ, двусторонняя интеграция с Яндекс Директ и Google Ads и многое другое.

Преимущества Alytics

Высокая точность данных сквозной аналитики

Alytics — единственная система сквозной аналитики, которая не использует собственный счетчик, а строит аналитику на основе данных счетчика Яндекс Метрика. Это гарантирует высокую точность данных

Подключение любой CRM-системы

1. Мы быстро подключаем популярные CRM-системы: amoCRM, Битрикс24, Мегаплан, retailCRM и др.;
2. Любую CRM-систему с API мы можем подключить по брифу, где будут учтены ваши маркетинговые задачи и особенности использования CRM-системы.

Преимущества Alytics

Собственный колтрекинг

В системе уже есть колтрекинг – не нужно тратить время на его интеграцию со сквозной аналитикой.

Он с высокой точностью фиксирует звонки и передает по ним аналитику без потери данных. Колтрекинг Alytics легко интегрируется с любой CRM-системой.

Оперативная техподдержка

С первого дня за вами закрепляется персональный менеджер, который будет помогать и консультировать.

Персональное обучение

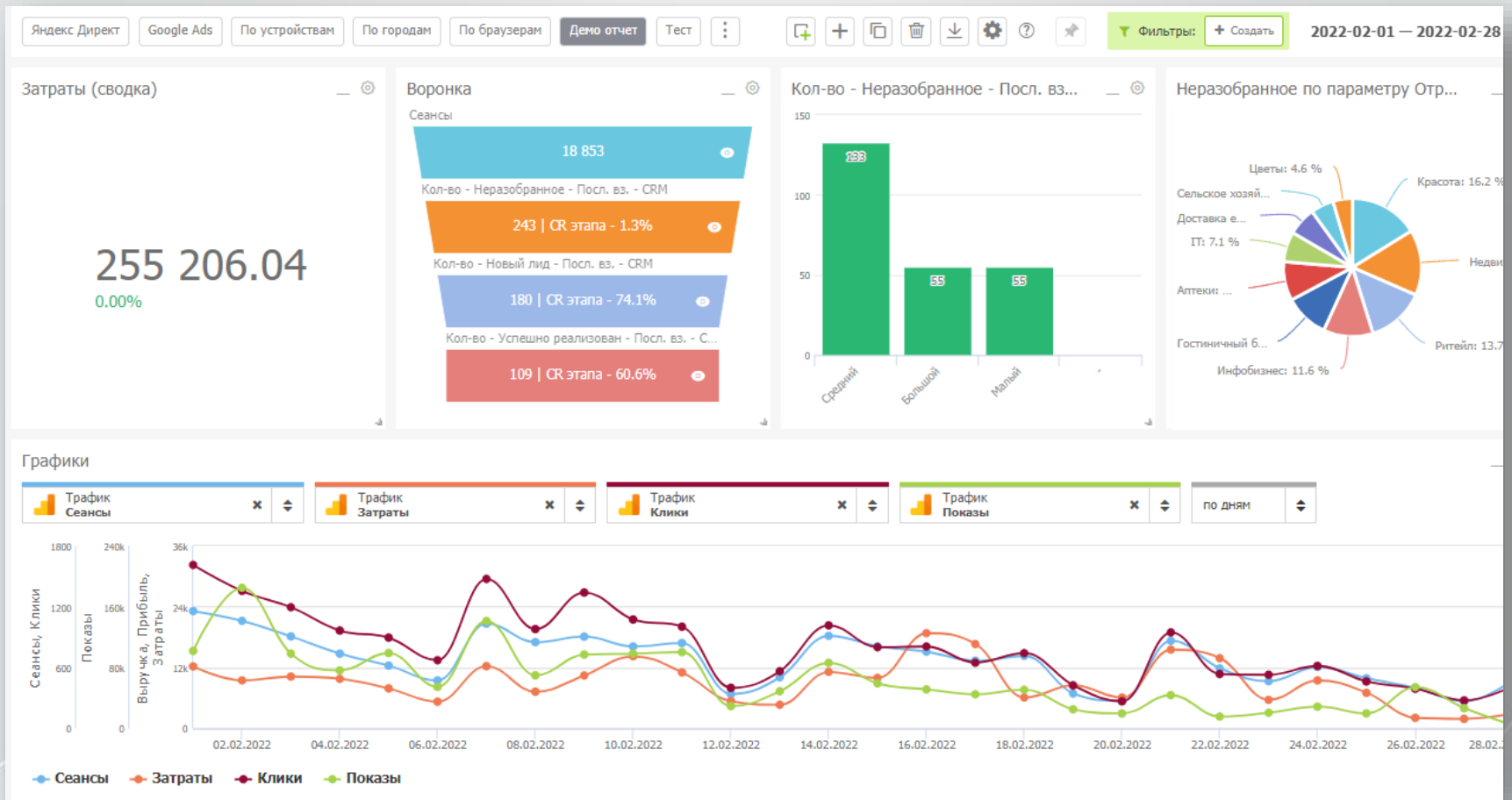
Мы бесплатно проведем обучение по работе с системой для ваших менеджеров по видеосвязи



Сквозная аналитика

Интерактивные BI-Дэшборды

Дэшборды отображают и визуализируют нужные вам ключевые показатели сквозной аналитики в виде красивых графиков, диаграмм и воронок. В одном проекте вы можете создать до 50 различных отчетов: по различным источникам, по городам, по устройствам и тд

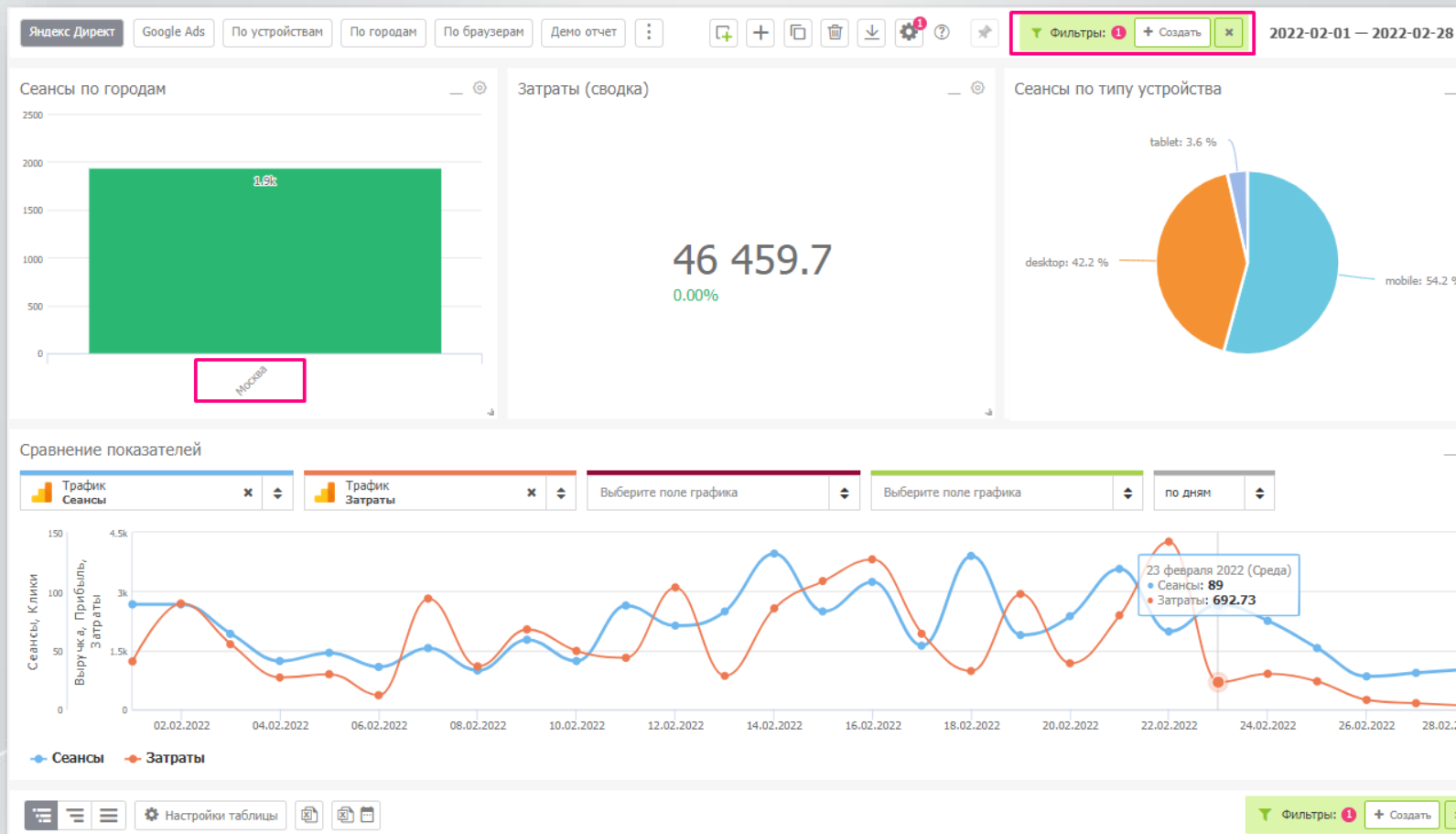


Интерактивные VI-Дэшборды

Отчет интерактивен. Кликнув на сегмент на любом графике, создается фильтр, по которому статистика во всех графиках и таблицах автоматически фильтруется. Также вы можете создать предустановленный фильтр, который не будет сбрасываться

Подробное видео по работе с отчетами — по ссылке

<https://www.youtube.com/watch?v=i7wtSaCB7Uw>



Более 20 показателей для эффективного управления рекламой



Трафик

Показы, Клики, Сеансы, CTR, Затраты, Цена клика



Звонки

Звонки, Уникальные звонки, Тегированные звонки, Конверсия, Цена звонка (CPA)



Цели и корзины

Количество, Конверсия, Цена цели (CPA)



Продажи из CRM

Количество, Конверсия, CPO, Выручка, Прибыль, ROI, ROAS, DPP



Вовлеченность

Отказы, Длительность сеансов, % новых сеансов, среднее количество просмотренных страниц



Специальные показатели

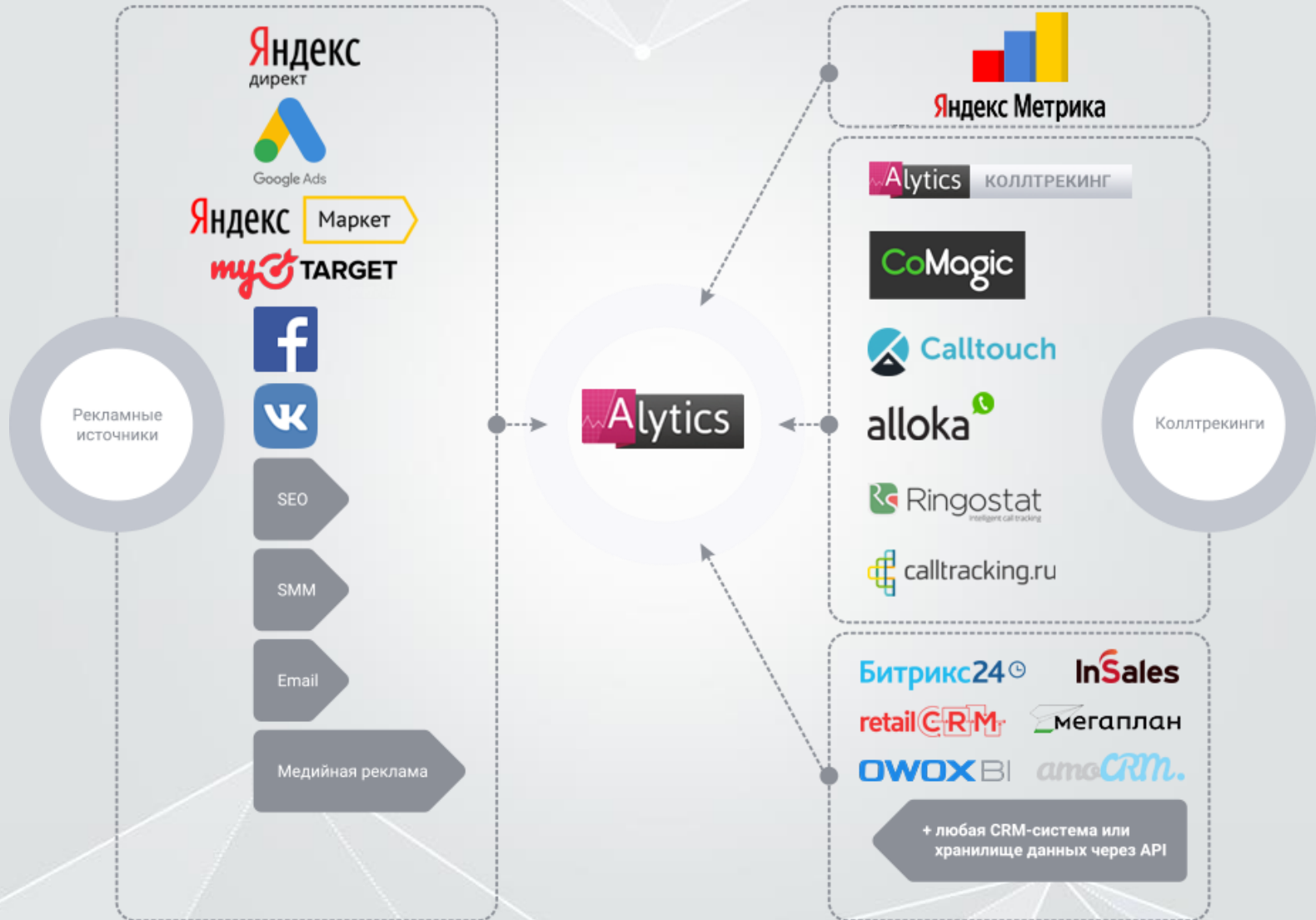
Ассоциированные конверсии и LTV

+ десятки параметров для группировки данных: дата (час, день недели, месяц и др), источник (вплоть до ключевой фразы), устройства, страница входа, поля из CRM (ответственный менеджер, канал коммуникации и др) и так далее

Сквозная аналитика вплоть до ключевой фразы и места размещения

Параметры сеансов													Трафик				Запрос_Онлайн-заявка			Успешно реализован					
Группа источника, Источник / канал, К...													Показы	Клики	Сеансы ↓	CTR, %	Цена клика	Затраты Настроить	Кол-во	CPA	CR, %	Кол-во	CPA	CR, %	Выручка
Итого													1 746 395	22 386	18 853	1.28	11.4	255 206.04	174	1 466.7	0.78	<u>109</u>	2 341.34	0.49	186 540.78
Контекстная реклама													1 409 490	9 752	6 225	0.69	23.35	227 745.99	65	3 503.78	0.67	<u>31</u>	7 346.64	0.32	51 737.19
Яндекс Директ													1 398 953	9 388	5 457	0.67	19.02	178 562.24	52	3 433.89	0.55	<u>23</u>	7 763.58	0.24	35 399.13
Alytics_Интересы_Новая_К... id: 68111320 * Яндекс Директ													127 815	3 683	1 400	2.88	3.14	11 548.19	5	2 309.64	0.14	<u>2</u>	5 774.1	0.05	2 428.33
Alytics_Интересы_Новая_К... id: 68111302 * Яндекс Директ													121 435	3 471	1 143	2.86	4.93	17 124.17	2	8 562.08	0.06	<u>1</u>	17 124.17	0.03	1 280.19
Alytics_none_Бренд_Поиск_... id: 45885698 * Яндекс Директ													196	77	445	39.29	80.62	6 207.72	6	1 034.62	7.79	<u>3</u>	2 069.24	3.9	4 226.99
Официальный сайт ALY... Сквозная и мультиканальная аналитика, автоматизация рекламы... https://www.alytics.ru/?utm_source=... id: 8679207763 * id кампании: 458...													158	60	333	37.97	84.06	5 043.85	5	1 008.77	8.33	<u>3</u>	1 681.28	5	4 226.99
Официальный сайт ALY... Сквозная и мультиканальная аналитика, автоматизация рекламы... https://www.alytics.ru/?utm_source=... id: 8679207765 * id кампании: 458...													38	17	112	44.74	68.46	1 163.87	1	1 163.87	5.88	-	-	-	-
Alytics_Интересы_Новая_К... id: 68111315 * Яндекс Директ													696 465	464	359	0.07	11.94	5 537.84	-	-	-	<u>1</u>	5 537.84	0.22	1 438.65
Alytics_Сквозная аналитика... id: 45830967 * Яндекс Директ													36 040	357	318	0.99	14.53	5 187.24	5	1 037.45	1.4	<u>3</u>	1 729.08	0.84	5 942.25
Alytics_Сквозная аналитика... id: 48051154 * Яндекс Директ													37 309	282	298	0.76	18.9	5 330.29	8	666.29	2.84	<u>5</u>	1 066.06	1.77	7 150.16
Alytics_Сквозная аналитика... id: 45830694 * Яндекс Директ													2 359	59	280	2.5	136.34	8 043.82	5	1 608.76	8.47	<u>2</u>	4 021.91	3.39	3 394.38
Alytics_none_Бренд_Поиск_... id: 45830314 * Яндекс Директ													238	69	221	28.99	102.57	7 077.27	-	-	-	<u>1</u>	7 077.27	1.45	1 139.8
Alytics_Сквозная аналитика... id: 48147428 * Яндекс Директ													24 566	205	172	0.83	14.52	2 976.86	8	372.11	3.9	<u>3</u>	992.29	1.46	4 157.49

Полная автоматизация аналитики



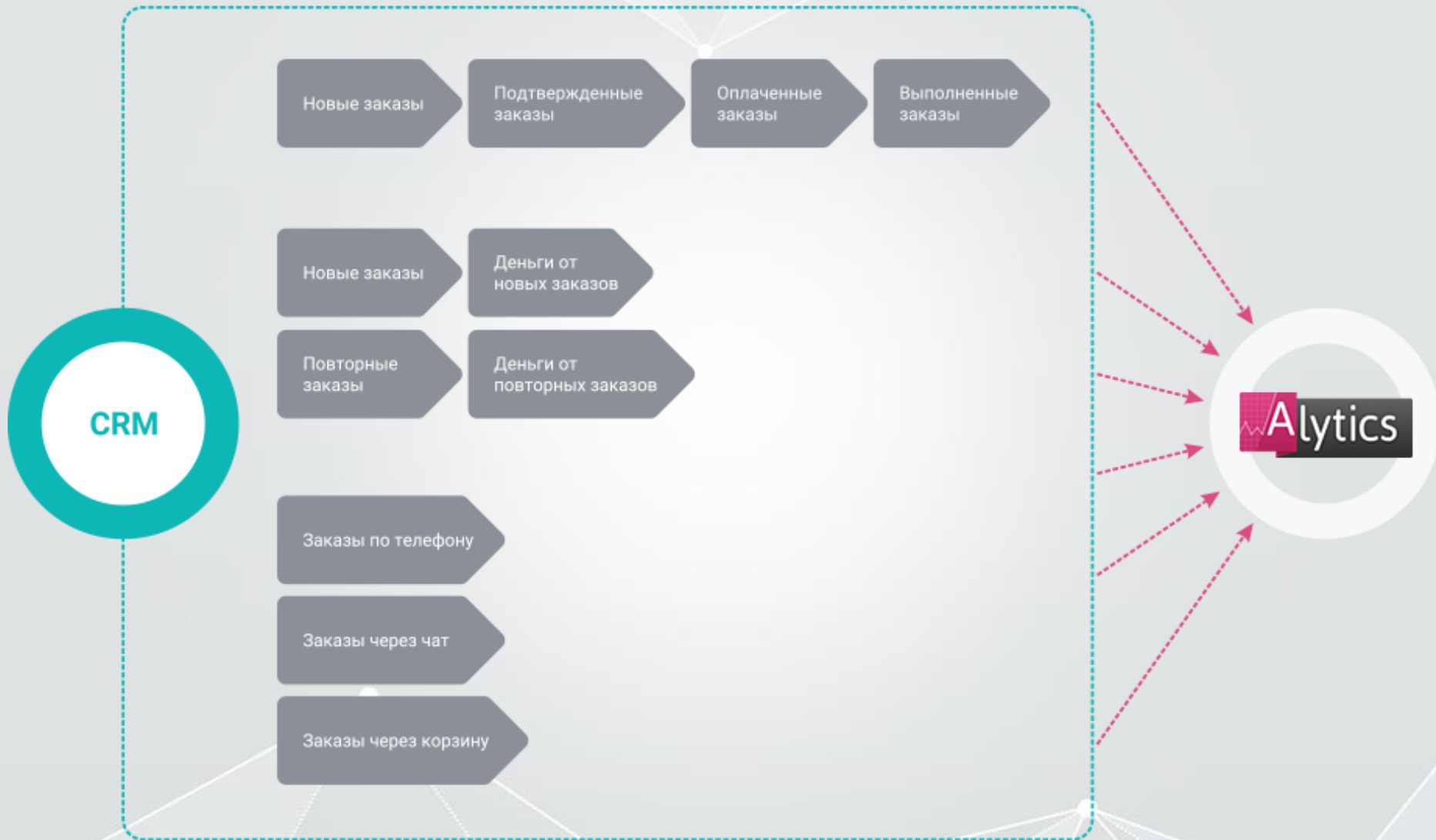
Легкий старт

Alytics не требуется устанавливать никаких дополнительных счетчиков — мы используем счетчик Яндекс Метрика.

Специальные опции для маркетологов

- Выгрузка отчетов в Excel
- Выгрузка отчетов в Word
- Выгрузка отчетов в PDF
- Экспорт затрат в Google Analytics
- Экспорт в данных в Google Big Query и Google Data Studio
- + API для экспорта данных куда угодно

Подтягивание любых этапов воронки продаж из CRM



Множество интеграций

Alytics интегрирован со всеми популярными CRM-системами, коллтрекингами, хранилищами данных, онлайн-чатами, виджетами обратного звонка и т.д.

Наши специалисты проведут интеграцию с любой необходимой вам системой, у которой есть API.

Битрикс24[Ⓞ]

amoCRM.

retail CRM

Мегаплан

InSales

1С-БИТРИКС

OWOX BI

Google BigQuery

alloka

jivosite

МойСклад[®]
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДОСТУПНА!

Ringostat
Intelligent call tracking

SMARTCALLBACK

mindbox

CALLBACK
HUNTER

CALLTOUCH

competera

CoMagic

calltracking

Мультиканальная аналитика

Зачастую перед покупкой пользователь заходит несколько раз на ваш сайт с разных каналов — с контекстной рекламы, с органического поиска, рекламы в соцсетях, брендовых запросов и т.д.

Для эффективного управления рекламным бюджетом важно правильно учитывать вклад каждого источника в привлечение продажи. Это очень важно и напрямую связано с выбранной моделью атрибуции — правилом распределения конверсии между источниками цепочки посещений.

В зависимости от выбранной модели атрибуции меняется информация об окупаемости рекламных каналов.

Пользователи Alytics могут самостоятельно выбирать модели атрибуции. И даже модифицировать имеющиеся.

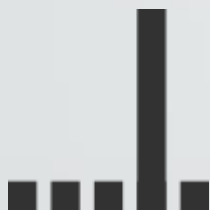
Модели атрибуции в Alytics

Согласно выбранной модели атрибуции конверсия распределяется между источниками взаимодействия, в зависимости от позиции источника в последовательности.



Последнее взаимодействие / Last click.

В цепочке взаимодействия с сайтом конверсия отдается последнему источнику взаимодействия, в том числе, если последний источник был прямым заходом.



Последнее не прямое взаимодействие / Last non direct click.

Конверсия отдается последнему не прямому заходу на сайт.



Первое взаимодействие / First click.

Конверсия полностью присваивается первому каналу в цепочке взаимодействия с сайтом.

Модели атрибуции в Alytics

Линейная модель.



Конверсии распределяются в равных долях по всем источникам в цепочке взаимодействия с сайтом.

Атрибуция с привязкой к позиции / U-shape.



Первый и последний канал в цепочке взаимодействия получают по 40% конверсии, оставшиеся 20% конверсии равномерно распределяются между остальными каналами цепочки.

Линейная модель с учетом давности взаимодействий



Конверсия распределяется по всем источникам с линейным ростом ценности с первого по последний в цепочке взаимодействий. Чем ближе к дате конверсии находился канал, тем выше его ценность.

Модели атрибуции в Alytics

Инвертированная линейная модель с учетом давности взаимодействий



Конверсия распределяется по всем источникам с линейным падением ценности с первого по последний источники в цепочке взаимодействий. Первый канал в цепочке принимается за более значимый и получает наибольшую ценность.

Ассоциированные конверсии

Позволяют оценивать эффективность каждого канала в цепочке.

Конверсия не распределяется между источниками, как в случае с моделями атрибуции, а целиком присваивается каждому каналу.



Вспомогательное взаимодействие.

100% конверсии присваивается каждому каналу в цепочке, кроме последнего.

Атрибуция доступна для всех целей:

1. Цели Яндекс Метрики
2. Транзакции Яндекс Метрики
3. Звонки из систем колтрекинга
4. Продажи и сделки из CRM

Создавайте собственные модели атрибуции

Вы можете выбрать любую системную модель и поменять в ней следующие параметры:

- Изменить ретроспективное окно — период, за который рассматривается цепочка посещений сайта пользователем перед конверсией — от 1 до 360 дней.
- Исключить любые рекламные источники. Исключенные источники не будут учитываться в цепочке взаимодействий.

Контроль KPI

Вы можете контролировать достижение планируемых показателей рекламы (KPI).

Устанавливайте в системе желаемые уровни KPI: Бюджет, Планируемый трафик, количество продаж или целей, ROI, ROAS, DPP, CPA, значения по показам, выручке, прибыли. Это помогает играючи следить за выполнением KPI, оперативно реагировать на изменения и грамотно распределять бюджеты.

Вносите планируемые показатели в excel-файл и загружайте его в Alytics

Или вводите вручную в панели редактирования плана

ЗАГРУЗИТЬ ПОКАЗАТЕЛИ ИЗ EXCEL [Скачать образец файла](#) ?

Рекламная система	Статус	Трафик						Оплатил						
		Показы	Клики	Сеансы	CTR, %	Цена клика	Затраты	Кол-во	CPA	Выручка	Прибыль	ROI, %	ROAS, %	DPP, %
Итого		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yandex Direct	●	0	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Google Adwords	●	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yandex Market	●	-	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0

СОХРАНИТЬ **ОТМЕНИТЬ**

Контроль КРІ

Отслеживайте выполняемость плановых показателей в таблице.

Статистика отображается за заданный период.

Зеленым цветом отображаются позитивные отклонения, красным — негативные.

Сравнивайте **план** с **фактом** и контролируйте **отклонение** от плана

ЭКСПОРТ ОТЧЕТА BETA КОНТРОЛЬ КРІ

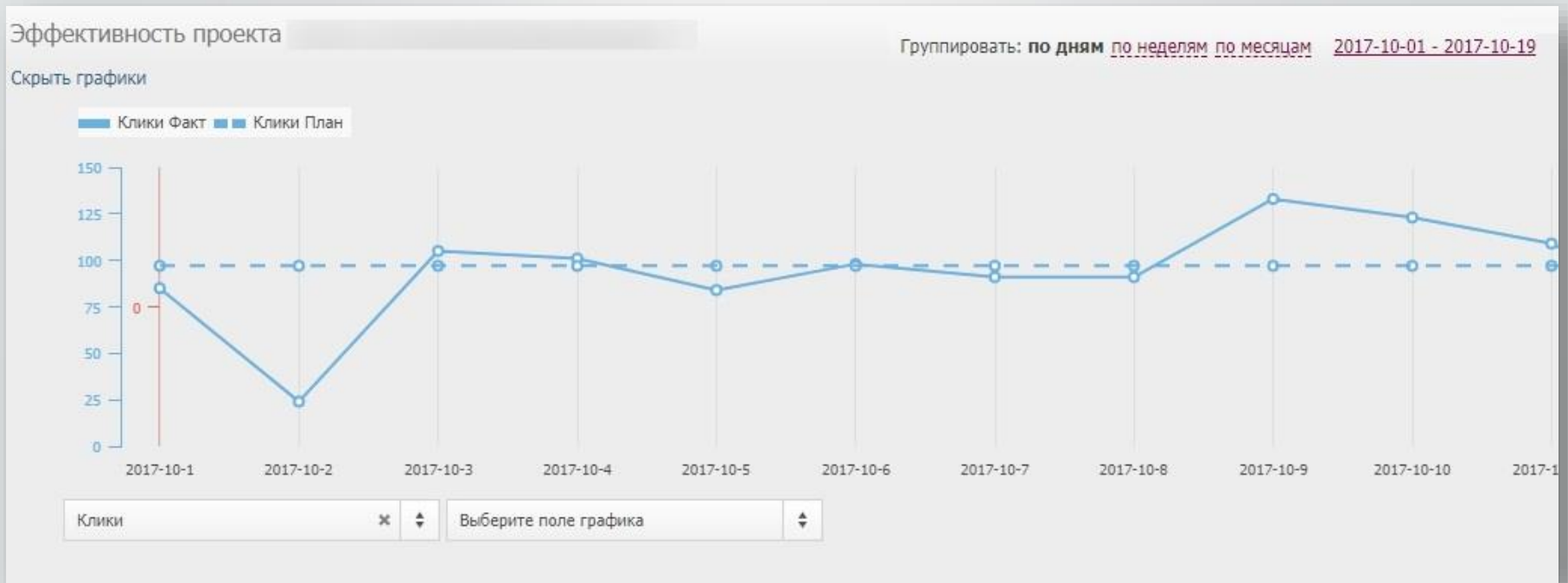
План КРІ: «тест». Период: 2018-01-01 - 2018-01-25

Рекламная система	Статус	Трафик								
		Показы: Факт на вчера	Клики: План	Клики: План по вчера	Клики: Факт на вчера	Клики: Выполняемость, %	Клики: Отклонение, %	Сеансы: Факт на вчера	CTR, %: Факт на вчера	Затраты: Факт на вчера
Итого		2 337 744	1 000	1 000	56 390	5 639	5 539	88 826	2.41	245 292.7
Yandex Direct	●	2 189 044	1 000	1 000	41 218	4 121.8	4 021.8	69 130	1.88	194 839.7
Google Adwords	●	148 700	0	0	15 172	0	∞	19 696	10.2	50 453
Yandex Market	●	-	0	0	0	0	∞	0	-	0

Контроль КРІ

Также есть возможность вывести успеваемость по плану на график.
Раскройте график, выберите нужный показатель.

Фактическое значение будет отображаться сплошной чертой, плановое — пунктирной.



Почему сквозная аналитика от Alytics – это круто

- Система сама сводит статистику из разных источников: Яндекс Директ, Google Ads, Яндекс Метрика, колтрекинг, CRM, социальные сети, виджеты и т.д. Доступ к статистике всегда под рукой в режиме 24/7;
- Мгновенный доступ к отчетам по CPA, ROI, ROAS и DPP за любой период на любом уровне;
- Быстрое внедрение системы, не требующее установки счетчиков сомнительной точности. Мы используем счетчик Яндекс Метрика, с которым работает подавляющее большинство российских компаний;
- Продвинутый модуль мультиканальной аналитики — 7 моделей атрибуции: Последнее взаимодействие, Равномерное распределение, U-share и др., а также возможность создавать свои модели атрибуции;
- Интеграция с сервисами, которые вы привыкли использовать в работе;
- Подтягивание любых этапов воронки продаж из CRM.



Автоматизация контекстной рекламы

Готовая двусторонняя интеграция с Яндекс Директ и Google Ads



Аналитика контекстной рекламы до уровня ключевых фраз

Кампании	Группы	Фразы и таргетинги	Объявления	Площадки BETA						
Параметры Фраз и Таргетингов		Трафик		Продажи из Google...						
<input type="checkbox"/>	Фразы и таргетинги	Клики	Цена клика	Затраты ↓	Кол-во	CPA	Выручка	Прибыль	ROI, %	DRP, %
	Итого Ⓢ	165 432	5.26	870 932.3	2 102	414.34	6 501 518	1 950 455.4	123.95	13.4
<input type="checkbox"/>	fissman ● <u>минус слова</u> id: 19931263	3 154	5.73	18 081.8	55	328.76	147 911	44 373.3	145.4	12.22
<input type="checkbox"/>	● Условия ремаркетинга id: 19919277	601	23.06	13 859.6	11	1 259.96	26 215	7 864.5	-43.26	52.87
<input type="checkbox"/>	терка для капусты ● <u>минус слова</u> id: 19920627	2 887	4.64	13 401.9	29	462.13	111 198	33 359.4	148.92	12.05
<input type="checkbox"/>	все для выпечки ● <u>минус слова</u> id: 19925793	1 517	6.43	9 756.8	59	165.37	135 521	40 656.3	316.7	7.2
<input type="checkbox"/>	fissman ● <u>минус слова</u> id: 19920416	2 337	3.96	9 262.7	46	201.36	118 571	35 571.3	284.03	7.81
<input type="checkbox"/>	fissman ● <u>минус слова</u> id: 19920122	1 626	5.21	8 475.1	9	941.68	17 036	5 110.8	-39.7	49.75

Чистка площадок РСЯ

Группы			Фразы и таргетинги			Объявления			Площадки		
									ДЕТАЛИЗАЦИЯ		
									BETA		
Площадки Яндекс Директ				Трафик							
Статус	Название площадки	Тип площадки	Показы	Клики	Сеансы	CTR, %	Цена клика	Затраты ↓			
<input type="checkbox"/>	Итого		28 512	37	38	0.13	17.14	634.35			
<input type="checkbox"/>	Итого		28 512	37	38	0.13	17.14	634.35			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/> Включить показы										
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> Отключить показы										
<input type="checkbox"/>	www.yandex.ru	Тематическая	148	5	2	3.38	21.09	105.45			
<input type="checkbox"/>	ru.yandex.mail	Тематическая	236	2	4	0.85	30.3	60.59			
<input type="checkbox"/>	com.avito.android	Тематическая	219	2	2	0.91	24.33	48.66			
<input type="checkbox"/>	onliner.by	Тематическая	109	2	0	1.83	21.06	42.11			
<input type="checkbox"/>	echo.msk.ru	Тематическая	36	1	1	2.78	35.19	35.19			
<input type="checkbox"/>	ru.ideast.championat	Тематическая	56	1	0	1.79	31.11	31.11			
<input type="checkbox"/>	livejournal.com	Тематическая	237	1	0	0.42	29.25	29.25			
<input type="checkbox"/>	m.news.rambler.ru	Тематическая	33	1	0	3.03	28.72	28.72			
<input type="checkbox"/>	dsp.yandex.ru	Тематическая	254	1	1	0.39	26.57	26.57			

4 способа управления ставками

1. Управление ставками прямо из отчетов сквозной аналитики. Удобно тем, что в одном окне вы видите эффективность объявлений и фраз, и в этом же окне можете менять ставки;
2. Автоматические правила изменения ставок;
3. Биддер: удержание охвата от рекомендованной, списываемой цены клика или их разницы.
4. Массовое внесение ставок в Excel.

Управление ставками с помощью биддера

В Alytics встроена функция управления ставками в Яндекс Директе.

Возможно задавать ставки на уровне кампаний, групп объявлений или ключевых слов.

Для управления ставками в Alytics предусмотрено 5 типов биддинга.

Биддинг

Тип биддинга:

Удержание объема трафика (только поиск) ⬆

Номинальная ставка (bid)

Списываемая цена клика (срс)

Удержание объема трафика (только поиск) р.

Удержание объема трафика расширенное (только поиск)

Удержание объема трафика с условием (только поиск)

только для поисковых кампаний. Для РСЯ и ретаргетинговых кампаний данная стратегия работает не полностью, просто ставит указанную Max ставку. Ставки обновляются раз в 15 минут

! Обратите внимание на [ограничения](#) при управлении ставками через Alytics

! Обратите внимание, если в Яндекс Директ выбрана одна из запрещенных стратегий, то биддинг в Alytics не будет работать. Подробный список запрещенных стратегий смотрите на [странице "Помощь"](#)

ПРИМЕНИТЬ **ОТМЕНИТЬ**

Автоматические правила управления ставками, статусами и т.д.

1. Укажите название правила

2. Выберите кампании, на которые будет действовать правило

3. Укажите условие срабатывания правила

4. Выберите тип действий и их опции: изменить ставку, изменить статус, отправить сообщение на e-mail или настроить/изменить биддинг.

5. Укажите когда, в какой день и в какое время правило должно сработать

Автоматические правила

Название правила 0/30 (не более 30 символов)

Выберите кампании, на которые будут действовать правила

Все кампании проекта
 Подключить кампании выборочно

Область применения

Кампании

Условие

⚠ Если вам нужно логическое ИЛИ, то используйте оператор "|". Пример: Купить|Цена|Срочно

за последние дней (не более 999. Текущий день не учитывается. Последний день - вчерашний день)

Включить Название кампании Равно

+ Добавить И

+ Добавить ИЛИ

Действия, не связанные со ставками

[Добавить действие](#)

Действия, связанные со ставками, для элементов, у которых биддинг не настроен BETA

[Настроить биддинг](#)

Действия, связанные со ставками, для элементов с настроенным биддингом BETA

[Добавить действие](#)

Частота выполнения

Правило активно Правило остановлено

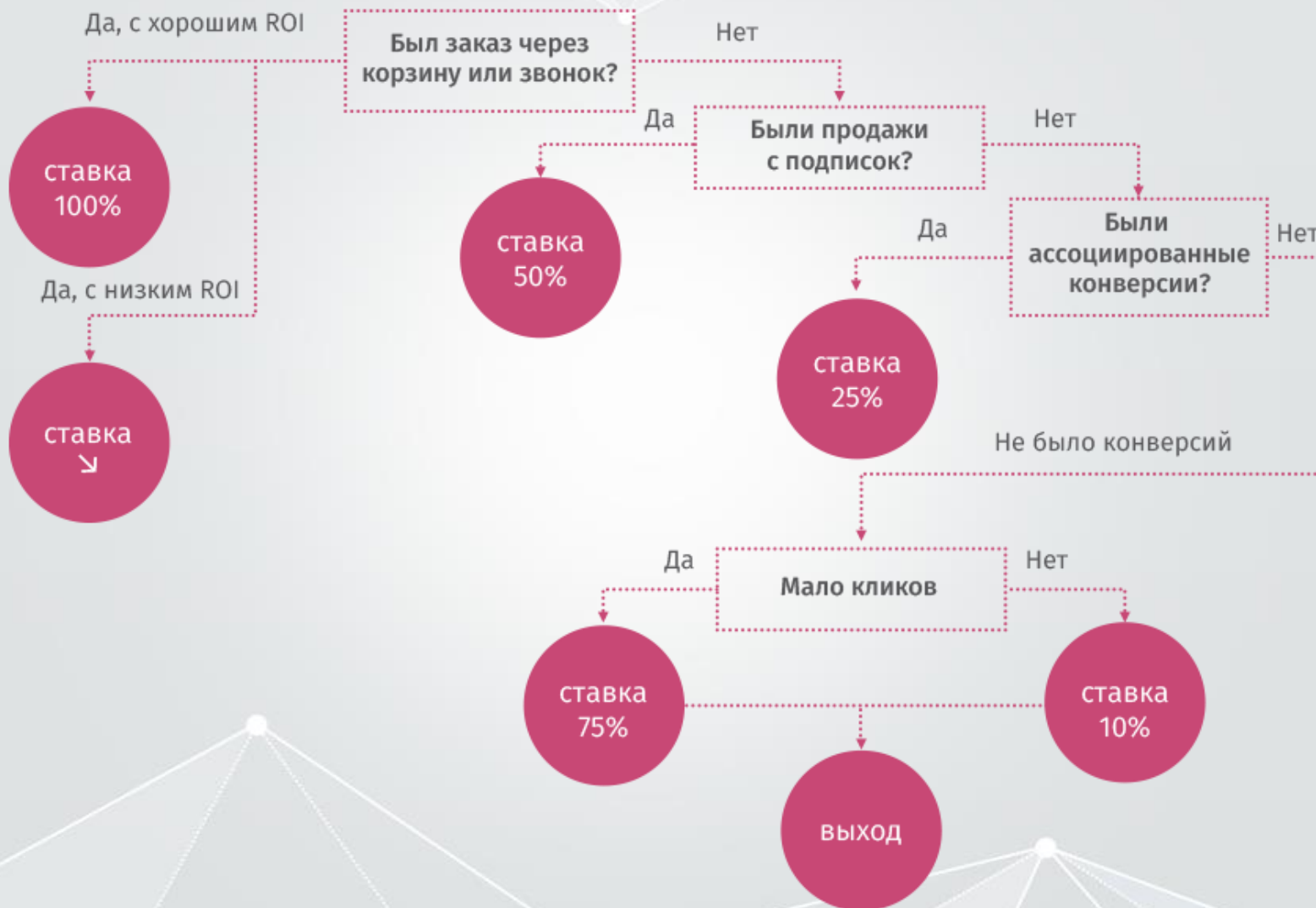
✕ Повторять:

Дата:

В какое время: ⚠ Время московское (MSK)

[Добавить расписание](#)

Пример логики настройки автоматических правил



Защита от «временной проблемы»: проверка объявлений и быстрых ссылок на «битые ссылки» и 404-ошибку для Яндекс Директ и Google Ads

Если система обнаружит «битые ссылки», то сообщит вам об этом, с указанием «сломанных» объявлений.

Также можно настроить опции, которые будут выполняться после проверки (для Яндекс Директа):

- Сообщать о появлении «битых» ссылок;
- Останавливать объявления, если «основная» или одна из быстрых ссылок «битая»;
- Запускать объявления, если по итогам повторной проверки ссылка перестала быть «битой»;
- Присылать отчет с информацией об объявлениях, у которых по итогам повторной проверки ссылка перестала быть «битой».

Генерация товарных объявлений из YML




Задача: Создавать и поддерживать в актуальном состоянии рекламные кампании, завязанные на каталоге товаров. Собирать максимально целевую аудиторию за счет нескольких тысяч низкочастотных запросов.

На основе регулярно обновляемой YML-выгрузки товарных предложений Alytics умеет:

- Генерировать объявления для каждой карточки товара;
- Выключать объявления для тех товаров, которых нет в наличии;
- Возобновлять показ объявления, если товар появился в наличии;
- Актуализировать информацию о товаре в объявлении: например цену, условия доставки или скидку.

Генерация товарных объявлений из YML

На основе каталога товаров в формате YML-файла (файл для Яндекс Маркет) Alytics генерирует объявления, ключевые слова и кампании по заданным шаблонам и правилам.

<code><author> "<name>!"</code>	 <input type="checkbox"/> Связать	<code><author> "<name>!"</code>
Купить книги с доставкой.		Купить книги с доставкой. Цена <code><price></code> рублей.
Цена <code><price></code> рублей.		<code><url></code>
<code><url></code>		

Вариант генерации 1:	<code><name></code>	✕
Вариант генерации 2:	<code><name> <author></code>	✕
Вариант генерации 3:	купить <code><name></code>	✕
Вариант генерации 4:	купить книги недорого	✕



[Анатолий Алексин "Чехарда!"](#)
Купить книги с доставкой. Цена 198 рублей.
[magazin.ru / ↕](#)
Регионы показа: Поволжье



Чехарда
Чехарда Анатолий Алексин
купить Чехарда
купить книги недорого

Почему товарная генерация Alytics – это круто

1. Поддержка Яндекс Директ и Google Ads;
2. Каскад шаблонов объявлений — «от большего к меньшему»;
3. Поддержание объявлений в актуальном состоянии: отключение объявлений для товара, который закончился, создание объявлений для новых товаров;
4. Большой набор фильтров, позволяющих создавать продающие объявления и ключевые фразы;
5. Обновление цен товаров (и других параметров) в объявлениях, в случае их изменений в YML;
6. Поддержка картинок и быстрых ссылок в генерации;
7. Возможность быстро менять шаблоны и делать «откат генерации»;
8. Возможность выборочно публиковать кампании с генерации;
9. Возможность предпросмотра сгенерированных объявлений и ключевых слов;
10. Возможность ручной правки каждого объявления и ключевого слова;
11. Возможность передавать синонимы и любую значимую информацию через тег `<param>`.

Другие полезные инструменты в Alytics

- Запуск/остановка кампаний, объявлений и ключевых фраз из отчетов со сквозной аналитикой (только Яндекс Директ);
- Поддержка мультивалютных интерфейсов в Яндекс Директ;
- К Alytics можно выборочно подключить кампании из Яндекс Директ, Google Ads, Facebook Ads*, MyTarget, Вконтакте, а также магазины из Яндекс Маркета;
- К одному проекту можно подключить сразу несколько профилей Яндекс Директ, Google Ads, Facebook Ads*, MyTarget, Вконтакте и Яндекс Маркет;
- Автоматическая заливка расходов из Яндекс Директ в Google Analytics;
- Вы можете создать центр клиентов (удобно для агентств). К своим проектам вы можете давать доступы сотрудникам с правами администратора, а клиентам — с правами гостя.

*Принадлежит компании Meta, признанной в РФ экстремистской организацией



Колтрекинг

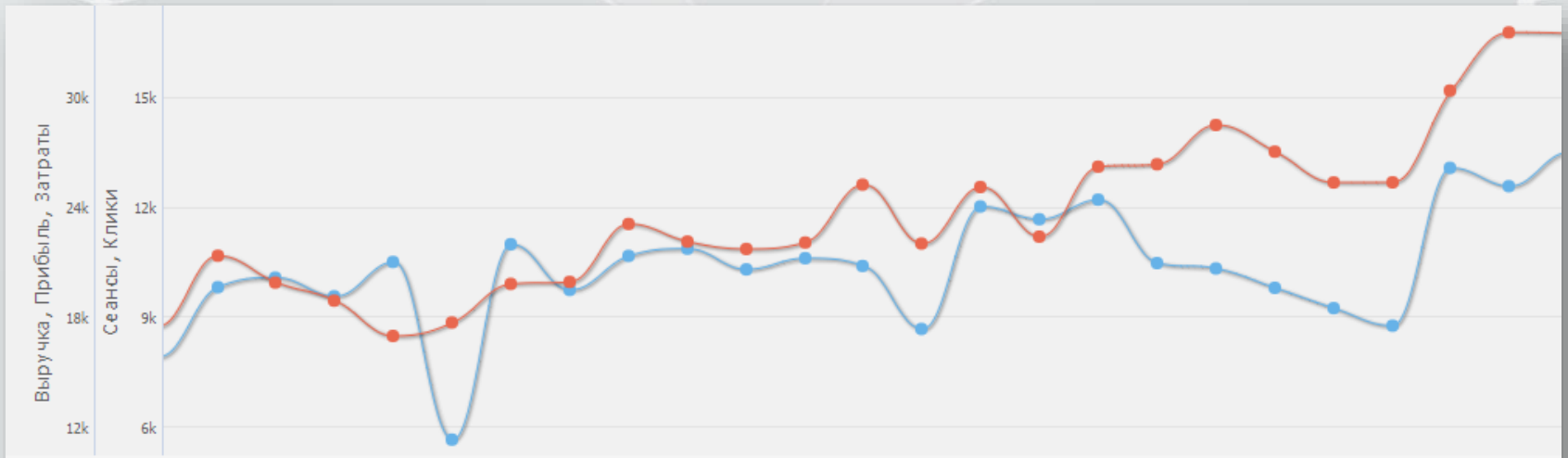
Полнофункциональный колтрекинг для отслеживания источника звонков

Колтрекинг Alytics с высокой точностью фиксирует всю необходимую информацию о звонках. С его помощью вы можете отслеживать источники звонков и анализировать их эффективность.

В колтрекинге Alytics есть всё необходимое:

- Большая номерная емкость: все крупные города России, а также номера 8-800;
- Динамический и статический колтрекинг;
- Ручное и автоматическое тегирование звонков;
- Хранение записей разговоров;
- Передача данных о звонках в Google Analytics и Яндекс Метрику;
- Интеграция с CRM-системами
- Опция «мультирегион».

Подробная аналитика по каждому звонку



Источники трафика	Трафик					Целевой звонок		Звонок в продажи	
	Показы	Клики	CTR, %	Цена клика	Затраты	Кол-во	CPA	Кол-во	CPA
Итого	7 516 ...	497 ...	6.62	2.69	1 336 685	399	3 35...	384	3 480.95
Яндекс Директ	6 643 ...	165 ...	2.49	5.26	870 932	128	6 80...	53	16 432...
Google Adwords	872 543	73 700	8.45	3.78	278 463	113	2 46...	116	2 400.54
Органический поиск Группа. Источников 8	-	29 059	-	0.03	935	0	0	38	0
Прямой трафик Группа. Источников 2	-	50 556	-	0	0	13	0	79	0

2 вида коллтрекинга — в зависимости от задач, которые вы планируете решать с его помощью

Динамический коллтрекинг

позволяет отслеживать с каких ключевых слов из контекстной рекламы приходят звонки.

В зависимости от количества посетителей на сайте выделяется пул телефонных номеров. Каждому посетителю сайта показывается свободный номер из пула, благодаря чему можно понять, какие объявления и фразы приносят звонки.

Статический коллтрекинг

позволяет снизить расходы на коллтрекинг на источниках, по которым не нужна детальная статистика.





Одному рекламному каналу присваивается один телефонный номер.

Подходит для визиток в контекстной рекламе, для отслеживания звонков от статических каналов, для билбордов и другой офлайн рекламы.

Ручное или автоматическое тегирование звонков

Каждый звонок автоматически тегуется по типу звонка: уникальный или повторный. Также система определяет, является звонок целевым или нет.

Помимо автоматического тегирования колтрекинг Alytics предусматривает ручное тегирование. Вы сами можете добавлять, редактировать и присваивать статусы звонкам.

Регион	Технологии	Обращение	Статус
г. Санкт-Петербург и Ленинградская область	Компьютер Macintosh	<p>[Redacted]</p> <p>Уникальный / Нецелевой</p> <p> </p> <p>Скачать 0:00:12</p> <p>Звонок на номер: [Redacted]</p>	<p>Отвечен</p>
	Компьютер Windows	<p>[Redacted]</p> <p>Уникальный</p> <p>Письмо на email</p>	
Королёв	Компьютер Windows	<p>[Redacted]</p> <p>Повторный / Целевой</p> <p> </p> <p>Скачать 0:06:02</p>	<p>Отвечен</p>

- Отвечен, но не так как нужно
- Хороший
- Целевой звонок в продажи
- В бан!
- Ошиблись

Интеграции колтрекинга Alytics с CRM

Интеграция колтрекинга с CRM позволяет отслеживать, какие звонки приводят к сделкам.

Вы можете воспользоваться готовой интеграцией с CRM или уточнить у менеджера возможность интеграции с вашей CRM-системой.

Готовые интеграции есть с системами:



мегаплан

*amo***CRM.**






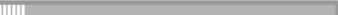
Битрикс24 ⌚

retail CRM




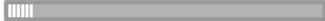


InSales

Просмотр истории звонков

История

Дата и время ↑	Источник	Страница и client ID	Регион	Технологии	Обращение
Итого: 38					
29.11.2022 21:04:47	Source: google Medium: organic Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/ Google Client ID: - Yandex Client ID: -	г. Санкт-Петербург и Ленинградская область	Компьютер Macintosh	<div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; margin-bottom: 5px;"></div> Уникальный / Нецелевой   Скачать 0:00:12 Звонок на номер: <div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; display: inline-block;"></div>
29.11.2022 19:00:29	Source: google Medium: organic Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/contacts/ Google Client ID: 1044732870.1669737543 Yandex Client ID: 1665611328631604746		Компьютер Windows	afonina_dv@mail.ru Уникальный Письмо на email
29.11.2022 10:25:26	Source: (direct) Medium: (none) Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/ Google Client ID: 2008373310.1583320080 Yandex Client ID: 16691031451058654024	Королёв	Компьютер Windows	+7 (9 <div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; display: inline-block;"></div>) Повторный / Целевой   Скачать 0:06:02 Звонок на номер: +7 (4 <div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; display: inline-block;"></div>)
25.11.2022 12:23:20	Source: (direct) Medium: (none) Campaign: - Term: -	Страница: https://alytics.ru/contacts/ Google Client ID: 90031690.1669367596 Yandex Client ID: 1669367596422925023	г. Москва и Московская область	Компьютер Windows	+7 (9 <div style="background-color: black; width: 100px; height: 15px; display: inline-block;"></div>) Уникальный / Целевой   Скачать 0:01:05

Запись, прослушивание и скачивание звонков

История						
Дата и время ↑	Источник	Страница и client ID	Регион	Технологии	Обращение	Статус
Итого: 38						
29.11.2022 21:04:47	Source: google Medium: organic Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/ Google Client ID: - Yandex Client ID: -	г. Санкт-Петербург и Ленинградская область	Компьютер Macintosh	+7 (9[REDACTED]) Уникальный / Целевой   Скачать 0:00:12 Звонок на номер: +7 (4[REDACTED])	Отвечен
29.11.2022 19:00:29	Source: google Medium: organic Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/contacts/? Google Client ID: 1044732870.1669737543 Yandex Client ID: 1665611328631604746		Компьютер Windows	a[REDACTED] Уникальный Письмо на email	Email
29.11.2022 10:25:26	Source: (direct) Medium: (none) Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/ Google Client ID: 2008373310.1583320080 Yandex Client ID: 16691031451058654024	Королёв	Компьютер Windows	+7 (9[REDACTED]) Повторный / Целевой   Скачать 0:06:02 Звонок на номер: +7 (4[REDACTED])	Отвечен
25.11.2022 12:23:20	Source: (direct) Medium: (none) Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/contacts/ Google Client ID: 90031690.1669367596 Yandex Client ID: 1669367596422925023	г. Москва и Московская область	Компьютер Windows	+7 (9[REDACTED]) Уникальный / Целевой   Скачать 0:01:05	Отвечен



Большая номерная ёмкость

Мы предоставляем как городские номера для Москвы, Санкт-Петербурга и более 30 регионов России, так и федеральные номера 8-800, также по запросу доступны иностранные номера.

Опция «мультирегион»

Полезна, если реклама показывается на большое количество городов и есть задача в зависимости от города, в котором находится клиент, показывать ему номер, который соответствует его месту нахождения.

Например, клиенту из Москвы показывать московский номер, клиенту из Волгограда – волгоградский, и так далее. Актуально, если количество таких городов более 25-30.

Вы можете тратить на динамический колтрекинг в 4 раза меньше, благодаря опции «Скрытие номеров»

Используя динамический колтрекинг, вы платите за каждый подменный номер из пула, который видит посетитель вашего сайта. Чем больше трафик на сайт, тем больше номеров нужно.

Для пользователей колтрекинга Alytics мы разработали опцию, которая позволяет ощутимо сэкономить на количестве номеров для динамического колтрекинга – Скрытие номеров. Работает она следующим образом: по умолчанию для посетителя сайта номер телефона частично скрыт специальным значком. Таким образом, посетитель видит лишь часть номера, а чтобы увидеть номер целиком, ему необходимо кликнуть на иконку «показать номер». Это значит, что подменные номера из пула будут расходоваться не на всех посетителей вашего сайта, а только на тех, которые кликнули на «показать номер», а значит заинтересованы вам позвонить.

Опция подключается по желанию через обращение в службу поддержки Alytics.

Email-трекинг

Аналогично системе подмены номеров в динамическом коллтрекинге мы предоставляем возможность отслеживать обращения на электронную почту.

Система показывает каждому посетителю вашего сайта уникальный электронный адрес, благодаря чему вы видите рекламный источник, который привел обращение, и страницу отправки письма.

24.11.2022 16:39:30	Source: google Medium: organic Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/ Google Client ID: 715325909.1669294515 Yandex Client ID: 1669294516612681350	Мобильный Android	info@██████████ Уникальный Письмо на email
24.11.2022 14:15:05	Source: (direct) Medium: (none) Campaign: - Term: - Content: -	Страница: - Google Client ID: - Yandex Client ID: -	Компьютер Other	██████████@██████████ Уникальный Письмо на email
23.11.2022 10:12:50	Source: rostov.semantica.in Medium: referrer Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/agencies/partners/ Google Client ID: 1779891781.1668809628 Yandex Client ID: -	Мобильный Android	info-zakupki@██████████ Уникальный Письмо на email
23.11.2022 09:59:42	Source: rostov.semantica.in Medium: referrer Campaign: - Term: - Content: -	Страница: https://alytics.ru/agencies/partners/ Google Client ID: 408906505.1659937899 Yandex Client ID: -	Мобильный Android	██████████@██████████ Повторный Письмо на email
22.11.2022 15:09:44	Source: (direct) Medium: (none) Campaign: - Term: - Content: -	Страница: - Google Client ID: 1741139565.1657638556 Yandex Client ID: -	Компьютер Other	██████████@██████████.info Повторный Письмо на email



Если у вас есть дополнительные вопросы по возможности,
Свяжитесь с нами:

+7 495 215-23-57

info@alytics.ru

<https://alytics.ru/>



Подписывайтесь на наши аккаунты:

https://t.me/Alytics_ru

<https://vk.com/alytics.drive>

www.facebook.com/alytics