

# «ГДЕ ДЕНЬГИ»

или маркетинг, который точно заработает

ААARRR - ВОРОНКА

АНАЛИТИКА

КОМАНДА

# Аналитика

# Data Driven-подход

Постройте AAARRR-воронку и измеряйте показатели эффективности ее этапов

Определите узкие места воронки на основе показателей

Смоделируйте динамику показателей при изменении параметров воронки

Устанавливайте KPI для ответственных исходя из целевых значений метрик воронки

**Используйте Excel Solver**



# UNIT-экономика

Это метод экономического моделирования, определяющий прибыльность бизнеса через расчет прибыльности одной транзакции

$$\text{Экономика одной транзакции} = \text{Доходы с одной транзакции} - \text{Расходы на одну транзакцию}$$

Для UNIT-экономики важны

Затраты этапов  
Информирование,  
Привлечение и Активация

Эффективность  
площадок, этапов  
и элементов воронки

Доходность

*Другие метрики воронки вторичны*

$$\begin{array}{l} \text{CPS (Cost Per Sale)} \\ \text{стоимость продажи} \end{array} = \text{Затраты} / \text{Кол-во клиентов, которые купили}$$

**LTV (LifeTime Value)** = Срок жизни клиента × Кол-во покупок × Средний чек  
**жизненная ценность клиента**

**ROMI (Return On Marketing Investment)** =  $\frac{\text{LTV} - \text{Cost Per Sale}}{\text{Cost Per Sale}} \times 100\%$   
**возврат маркетинговых инвестиций**

*Учитывайте в UNIT-экономике и ROMI, что продажа может окупаться не с первой покупки*

# Атрибуция

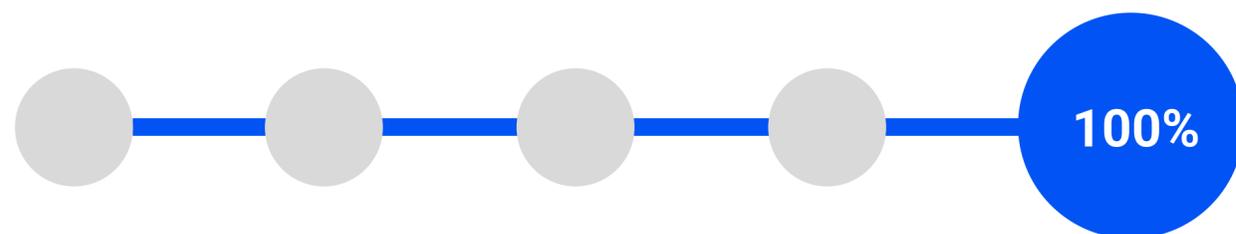
**Атрибуция – определение вклада источников, действий или элементов в финальный результат**

**Атрибутировать – назначить долю ответственности за результат источнику, действию или элементу**

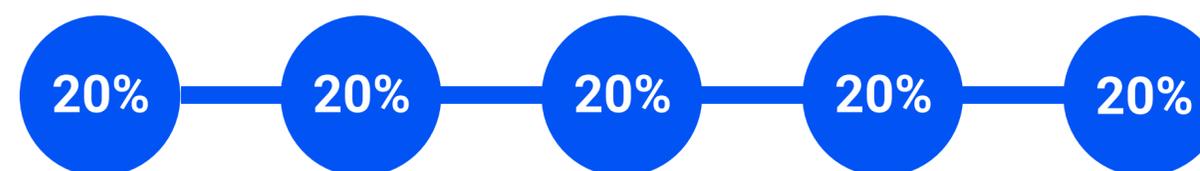
# Модели атрибуции

Это шаблоны распределения ценности конверсии среди точек взаимодействия в пути конверсии

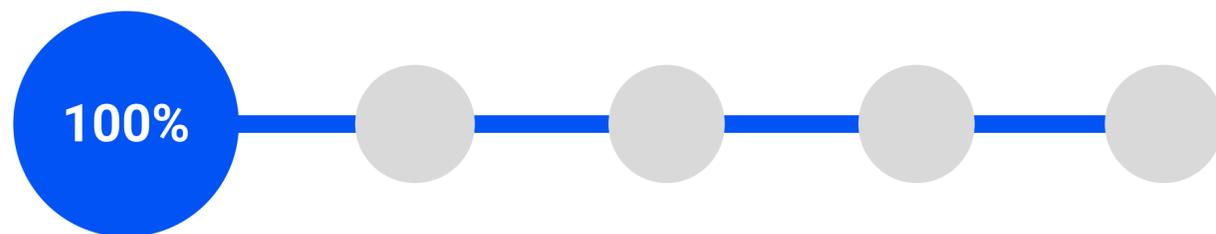
Атрибуция по последнему взаимодействию



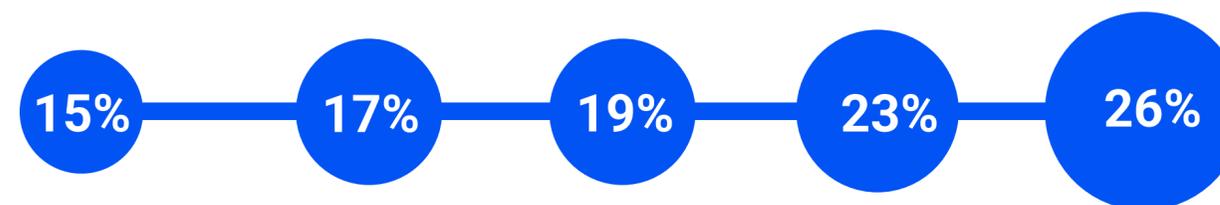
Линейная атрибуция



Атрибуция по первому взаимодействию



Атрибуция «временной спад»



# Потери данных

Не во всех случаях можно атрибутировать данные, так как существует органический прирост

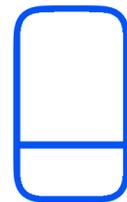
**Поэтому считайте  
средние показатели**

# Инструменты



## Web

Яндекс Метрика  
Google Analytics



## Mobile

AppMetrica  
MyTracker  
Appsflyer



## Offline

Wi-Fi радары  
Call Tracking  
Промо-коды  
QR-коды  
Счетчики посетителей

# До встречи в следующих видео

будет точно интересно