

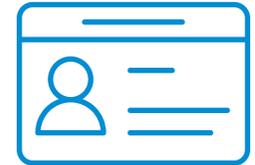
# Автоматизированная отчетность на основе Microsoft Power BI

Кейс производителя бытовой химии

[techart.ru](https://techart.ru) | [promo.techart.ru](https://promo.techart.ru)

# Данные о заказчике

- Российская компания.
- Производит химические средства для массового потребления и промышленного использования.
- Реализация по всей РФ происходит через дистрибьюторов и федеральные торговые сети.
- Продукция выпускается под 5 брендами.
- Для каждого бренда создан отдельный сайт с информацией о продукции, сертификатами, полезной информацией и адресами дилеров.
- Нет возможности заказа на сайтах.



# Маркетинговые активности

- Медийные и контекстные кампании (Яндекс.Директ, Google Ads).
- Таргетированная реклама (VK, MyTarget).
- Ведение сообществ в социальных сетях (VK, Яндекс.Дзен, Telegram).
- Работа с инфлюенсерами (Youtube).
- Размещение на тематических ресурсах.
- Мониторинг конкурентов.

**Рекламные кампании планируются на горизонте в один месяц.**



# КРІ и отчетность



Формат отчета: таблица, обновляемая 1 раз в месяц + ad hoc (отчеты по запросу)

**Под каждый формат размещения — отдельная вкладка со своим набором показателей:**

- для медийки рассчитываем стоимость за тысячу показов (CPM, cost per mile);
- для контекстной рекламы — стоимость клика (CPC, cost per click);
- для групп в соцсетях — показатель вовлеченности (ER, engagement rate);
- охват для инфлюенсеров и т.д.

**Проблемы:**

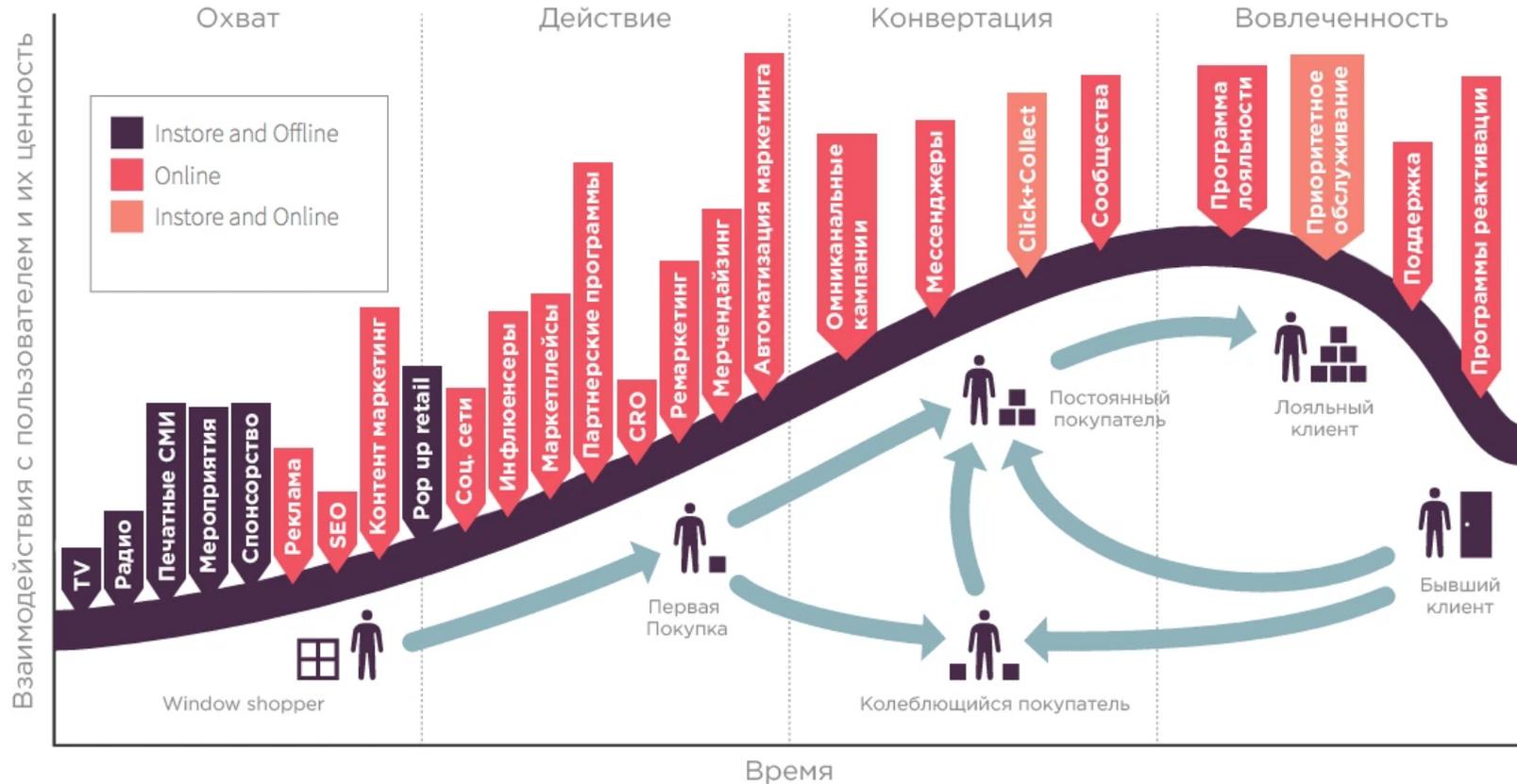
- Ручной сбор данных отнимает много времени.
- Иногда возникают ошибки, связанные с человеческим фактором.
- К внешнему виду отчета надо «привыкнуть» — на первый взгляд выглядит сложно.
- Новые срезы данных требуют дополнительного времени на сбор.
- Невозможно оценить влияние усилий департамента маркетинга на продажи.

# Требования к системе отчетности

- Сведение данных из всех источников «на одну страницу», унификация метрик.
- Поддержка срезов по дате, бренду, продукту, типу канала, каналу и формату размещения.
- Контроль достижения поставленных KPI по рекламным активностям («план-факт»).
- Связь маркетинговых показателей с данными по частотности упоминания бренда и продуктов (Wordstat).
- Ежедневное автоматическое обновление.

# Путь клиента в B2B

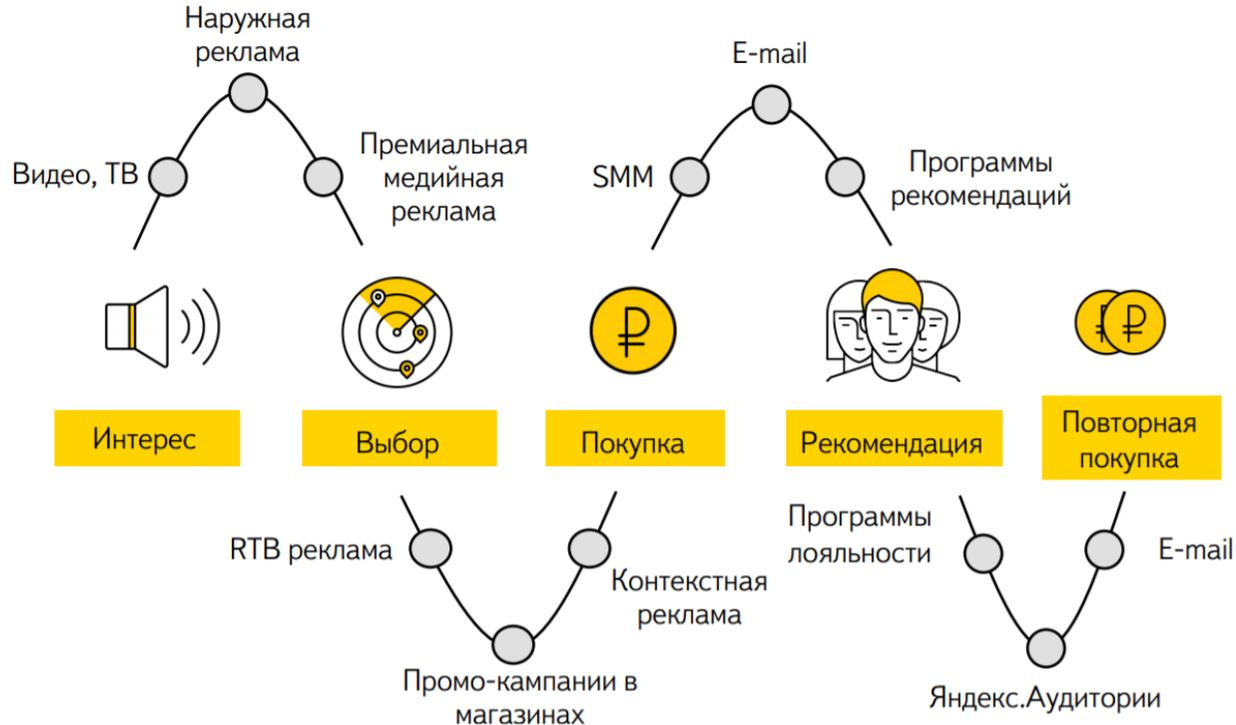
## Жизненный цикл клиента



По данным исследований процесс выбора сегодня может затягиваться на 200 и даже 2000 «касаний».

# Путь клиента в B2B

«Касание» — любое взаимодействие аудитории с компанией: показ объявления, просмотр карточки в Яндекс.Справочнике или 2GIS, посещение сайта, отправка форм обратной связи, звонки, заказы и многое другое.



# Метрики измерения эффективности

**Медийная реклама** → стоимость за тысячу показов (CPM, cost per mile), охват, частота показов...

**Контекстная реклама** → средняя стоимость клика (CPC, cost per click), клики, конверсии...

**Сообщества в социальных сетях** → показатель вовлеченности (ER, engagement rate), подписки/отписки, отправка сообщений через личку...

**Таргетированная реклама** → средняя стоимость клика, охват, вступления в группу...

**Работа с инфлюенсерами** → стоимость за тысячу показов, охват, переходы на сайты...

**Размещение на отраслевых ресурсах** → показы, клики, стоимость...



# «Касания» и «взаимодействия» с брендом

## «Касания»

показы объявлений

просмотры прероллов

просмотры постов

## «Взаимодействия»

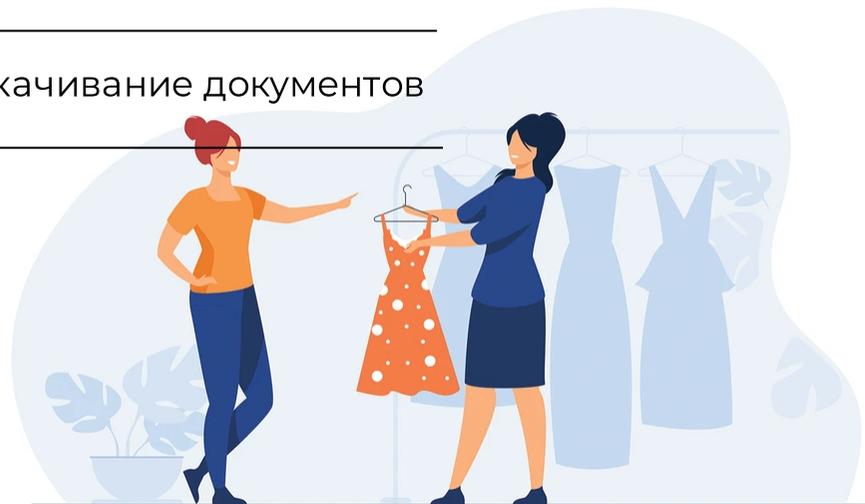
клики по объявлениям

переходы на сайты

активность в соц. сетях

отправки форм на сайте

скачивание документов



# «Касания» и «взаимодействия» с брендом

## «Касания»

показы объявлений ~ **0,3**

просмотры прероллов ~ **0,7**

просмотры постов ~ **0,2**

## «Взаимодействия»

клики по объявлениям ~ **10**

переходы на сайты ~ **10**

активность в соц. сетях ~ **7-15**

отправки форм на сайте ~ **20**

скачивание документов ~ **20**

# Разметка ссылок

Пример ссылки из Яндекс Директ:

[www.our-company.ru/product-one](http://www.our-company.ru/product-one)

?utm\_source=YaDirect

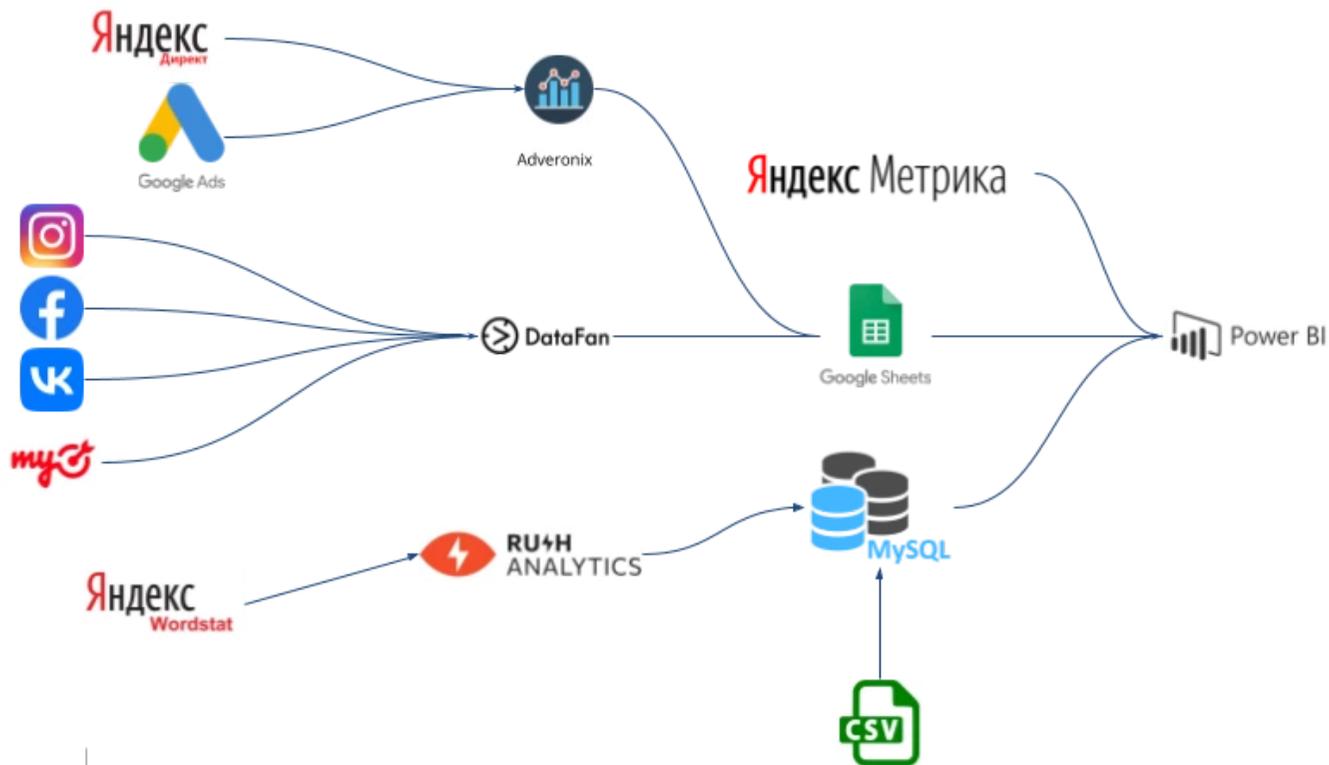
&utm\_medium=cpc

&utm\_campaign=Бренд\_Продукт\_РСЯ\_Общие

&...



# Схема реализации



# Сводные данные по всем источникам

## Techart | Общая сводка по маркетинговым активностям

186 408 002  
Показы

1 076 534  
Визиты

19 608 449,30 ₽  
Общий расход

1,17 ₽  
Цена действия



Выберите год:

2022

Выберите месяц:

Множественный выбор

Бренд

Все

Канал

Все

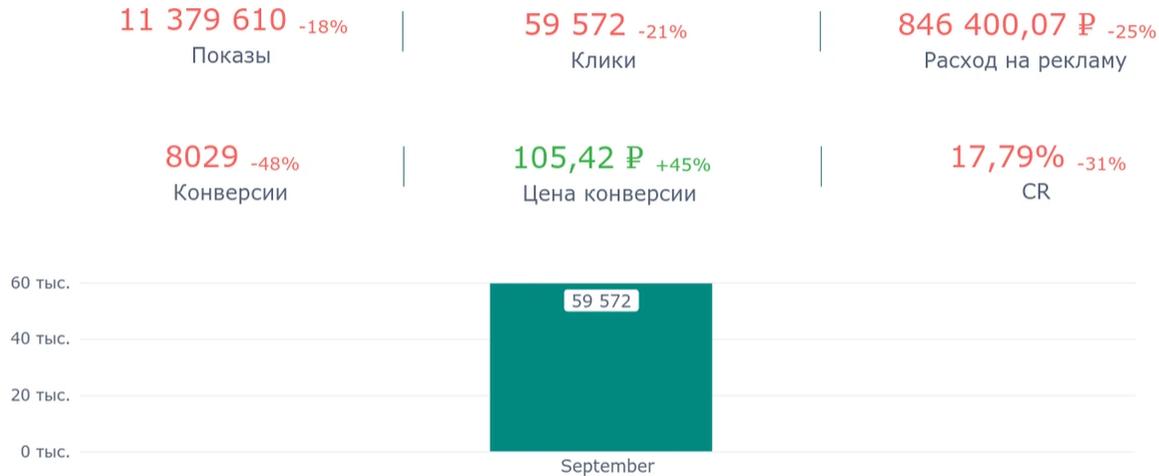
Формат размещения

Все

Тип канала	Показы	Клики	Просмотры	Вовлеченность в соц. сетях	Визиты	Глубина	Отказы	Взаимодействия с компанией	Цена взаимодействия	Расход на рекламу	Общий бюджет	Оплата услуг
<b>Соц. сети, органика</b>	21 314 882	12 273	559 291	562514	8 196	1,91	32,49%	1 544 894,00	2,08 ₽	962 605,00 ₽	3 218 747,00 ₽	2 256 142,00 ₽
<b>Системы контекстной рекламы</b>	133 445 924	759 774			637 458	1,33	27,19%	11 063 610,10	1,12 ₽	10 854 582,37 ₽	12 389 849,03 ₽	1 535 266,67 ₽
Google Ads	1 472 733	9 332			6 546	1,22	49,28%	14 680,20	17,38 ₽	153 798,21 ₽	255 171,54 ₽	101 373,33 ₽
Яндекс Директ	131 973 191	750 442			630 912	1,33	26,54%	11 048 929,90	1,10 ₽	10 700 784,16 ₽	12 134 677,49 ₽	1 433 893,33 ₽
<b>Соц. сети, реклама</b>	31 164 196	135 818			68 758	1,36	36,09%	3 289 896,50	1,07 ₽	2 853 479,93 ₽	3 516 853,26 ₽	663 373,33 ₽
<b>Сторонние сообщества и блоги</b>	483 000	0							-	483 000,00 ₽	483 000,00 ₽	
<b>Всего</b>	<b>186 408 002</b>	<b>907 865</b>	<b>559 291</b>	<b>562514</b>	<b>1 076 534</b>	<b>1,81</b>	<b>24,88%</b>	<b>16 695 829,...</b>	<b>1,17 ₽</b>	<b>15 153 667,30 ₽</b>	<b>19 608 449,30 ₽</b>	<b>4 454 782,00 ₽</b>

# Данные по платным каналам

## Techart | Рекламная деятельность



Выберите период

01.09.2022 — 30.09.2022

Сравнение с:

02.08.2022 — 31.08.2022

Бренд

Все

Направление

- Промышленность  
 Частники

Формат размещения

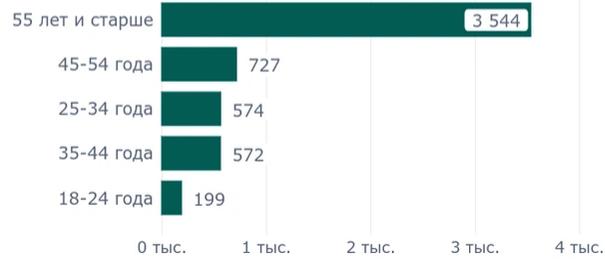
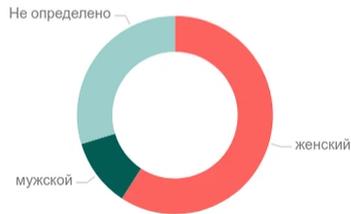
Все

Формат размещения	Клики	Показы	Расход на рекламу	CPC	CTR	Визиты	Глубина просмотра	Отказы	Конверсии	Цена конверсии	CR	Оплата услуг	Общий бюджет
Медийная реклама	45 808	9 496 346	621 950,80 ₺	13,58	0,48%	41 469	1,45	26,40%	8 023	77,52 ₺	19,35%	79 600,00 ₺	701 550,80 ₺
Видео реклама	4 463	1 675 277	105 012,62 ₺	23,53	0,27%	3 638	1,17	53,69%	6 17 502,10 ₺	0,16%	20 000,00 ₺	125 012,62 ₺	
Поисковая реклама	9 301	207 987	119 436,65 ₺	12,84	4,47%	24	1,25	2,94%	0	-	0,00%	30 000,00 ₺	149 436,65 ₺

# Данные по размещению в социальных сетях

## Techart | Маркетинговые активности в социальных сетях

### Демография



Выберите год: 2022

Выберите месяц: Множественный выбор

Направление:  
 Промышленность  
 Частники

Бренд: Все

Канал: Все

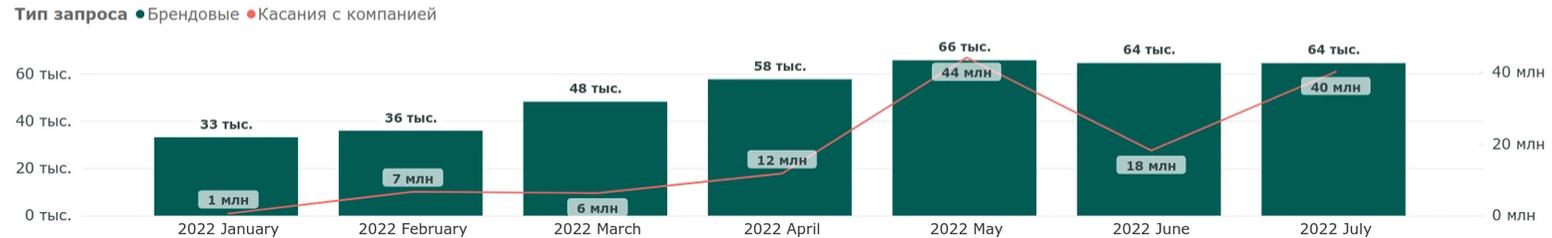
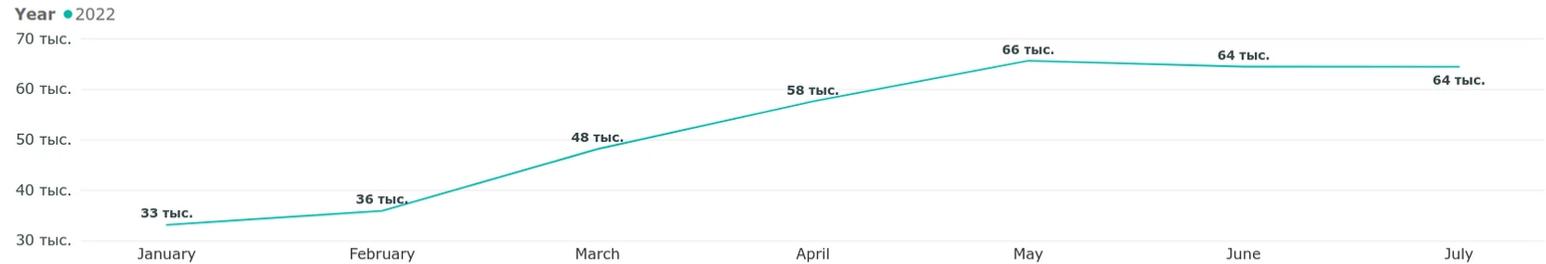
Ссылка на пост	Изображение в посте	Полный охват	Органический охват	Рекламный охват	Лайки	Репосты	Комментарии	ER
<a href="https://vk.co...">https://vk.co...</a>		34436	1135	32666	23	5	30	0,17%
<a href="https://vk.co...">https://vk.co...</a>		34401	5618	26264	35	25	7	0,19%
<a href="https://vk.co...">https://vk.co...</a>		33794	2641	29402	15	2	2	0,06%

# Наложение на спрос

## Techart | Влияние популярности брендов на маркетинговые показатели

Выберите год: 
 Выберите месяц: 
 Бренд:

### Динамика брендового спроса



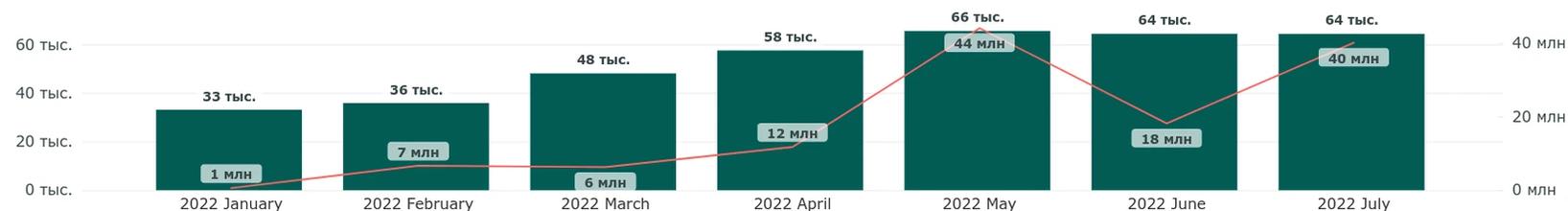
## Techart | Влияние популярности брендов на маркетинговые показатели

Выберите год:  Выберите месяц:  Бренд:

### Динамика брендового спроса



### Тип запроса ● Брендовые ● Касания с компанией



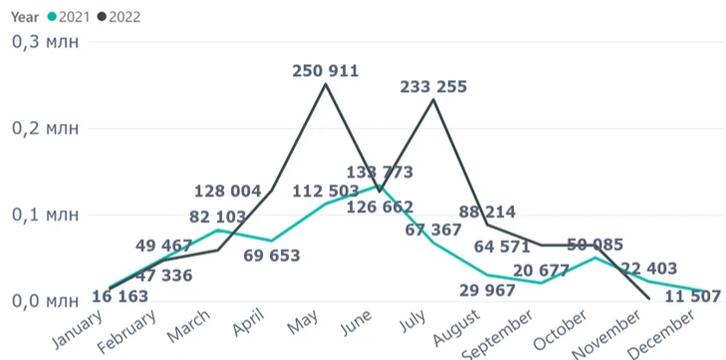
# SEO и конкуренты

## Techart | Посещаемость сайтов компании и конкурентов

Выберите год:  | Выберите месяц:  | Бренд:  | Тип канала:  | Компания:

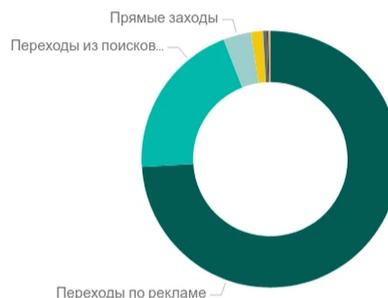
64 571 -27% Визиты | 23,66% +21% Показатель отказов | 1,78 0% Страниц/сеанс | 8 817 -47% Конверсии | 39 650 Визиты (конкуренты)

### Посещаемость

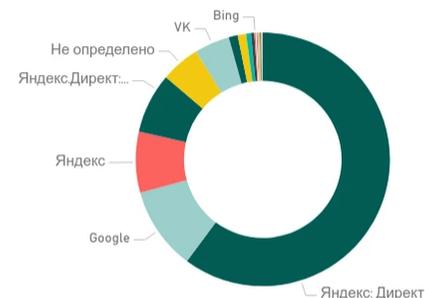


### Каналы и источники

Каналы



Источники

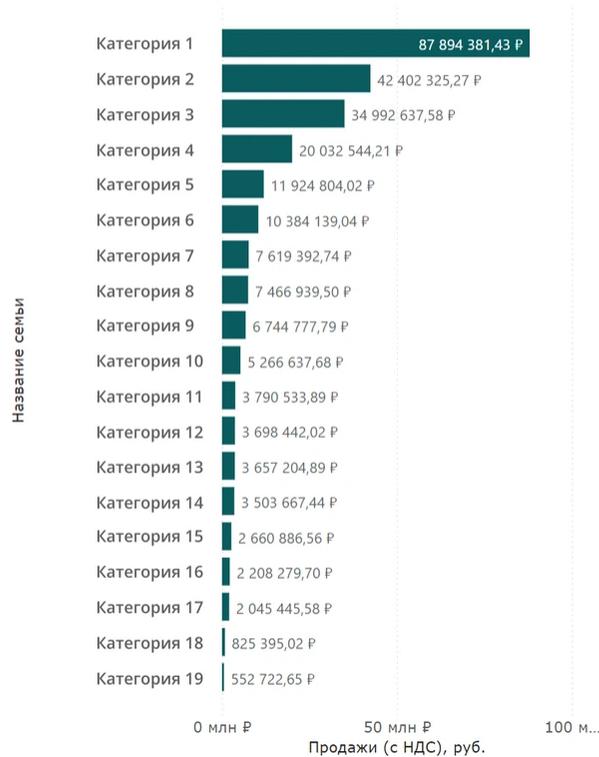


# Продажи в федеральных сетях

Techart | Продажи по поставщикам и категориям в Ашан



## Продажи по категориям



## Продажи по поставщикам



## Период

Множественный выбор

## Поставщик

Поиск

- Выбрать все
- ПОСТАВЩИК 1
- ПОСТАВЩИК 2
- ПОСТАВЩИК 3
- ПОСТАВЩИК 4
- ПОСТАВЩИК 5
- ПОСТАВЩИК 6
- ПОСТАВЩИК 7
- ПОСТАВЩИК 8
- ПОСТАВЩИК 9
- ПОСТАВЩИК 10
- ПОСТАВЩИК 11

## Название семьи

Поиск

- Выбрать все
- Категория 1
- Категория 2
- Категория 3
- Категория 4
- Категория 5
- Категория 6
- Категория 7
- Категория 8
- Категория 9
- Категория 10
- Категория 11
- Категория 12
- Категория 13







Консалтинг, цифровая трансформация,  
интеграция бизнес-процессов, маркетинга и оргразвития



## Андрей Титенко

Зам. директора по маркетингу,  
руководитель практики технологического маркетинга

[titenko@techart.ru](mailto:titenko@techart.ru)

**+7 495 790 75 91**

[promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

[techart.ru](http://techart.ru)

[info@techart.ru](mailto:info@techart.ru)

Аналитика и бизнес-планирование  
[research.techart.ru](http://research.techart.ru)

Интегрированный маркетинг и PR  
[promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

Дизайн-бюро  
[design.techart.ru](http://design.techart.ru)

IT-решения и веб-разработка  
[web.techart.ru](http://web.techart.ru)

Фотоагентство  
[photo.techart.ru](http://photo.techart.ru)

Работа в «Текарт»  
[hr.techart.ru](http://hr.techart.ru)

Университет «Текарт»  
[edu.techart.ru](http://edu.techart.ru)



Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса» [t.me/techart\\_ru](https://t.me/techart_ru)