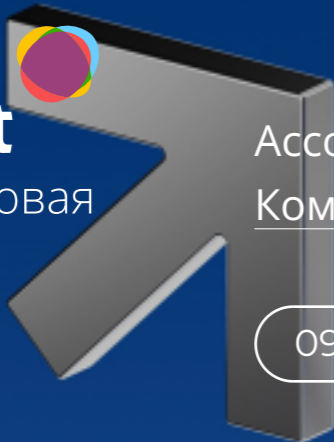


Techart

Маркетинговая
группа



Ассоциация практиков цифровизации
Комитет по маркетингу



Программа непрерывного
образования Edu.Techart

09.04.2026

Аналитическая зрелость: от счетчиков веб- аналитики до BI систем

1999 — 2026

techart.ru

| promo.techart.ru

| deassn.ru

Регистраций: 95 (компаний – 73), в т.ч.:

— топов: 56

— новых слушателей: 32.6%

— постоянных (4+) слушателей программы: 32

— с вопросами и обратной связью: 7



Ключевые компетенции «Текарт»

Маркетинговая стратегия, аналитика, прогнозирование, дизайн, веб-разработка, продвижение и реклама

Маркетинговый консалтинг

Бизнес-аналитика

Дизайн и брендинг

Веб-разработка

Продвижение и реклама

Фото и видео

Копирайтинг

26

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

20 000

выполненных проектов

160

сотрудников в штате

39 000+

клиентов, и партнеров в экосистеме «Текарт»

4 место

консалтинг в области маркетинга и PR» (RAEX)

3 место

полносервисные диджитал-агентства (Рейтинга Рунета)

ТОП 100

в рейтинге работодателей Headhunter*

* среди компаний до 250 сотрудников



Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т.д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Организационное развитие

Отраслевой трек

3

года работы

8 500+

участников из 2 000 компаний

37

спикеров

550

пользователей [платформы](#)

План вебинара

1. Вводный доклад

- Аналитика как компонент цифровой зрелости компании.
- Модели аналитической зрелости.
- Пример простой оценки по аналитическим возможностям.
- Архитектура современной аналитики.
- Типовые ошибки и барьеры.

2. Выступления экспертов

Данные, информация, аналитика



Презентация по теме:

16.03.2023 [Цифровизация данных маркетинговой аналитики](#)

Данные в компании — десятки источников

Привлечение

- Рекламные кабинеты (Яндекс.Директ, VK Ads, Telegram и пр.)
- SEO
- Биржи для работы с инфлюенсерами.
- SERM
- ...

Коммуникации

- Телефония / коллтрекинг
- Почта
- Мессенджеры
- Чат-боты
- ...

Операционные данные

- Склад
- Логистика
- Закупки
- Сервисная служба
- ...

Поведение

- Яндекс.Метрика
- Пиксели рекламных систем
- Веб-формы
- Виджеты на сайте
- ...

Продажи

- CRM
- Excel-таблицы
- 1С
- Чат-боты
- ...

Рыночная аналитика

- Отраслевые отчёты
- Конкурентный анализ
- Мониторинг цен
- ...

Типовые проблемы

◆ Данные разрознены

CRM, Яндекс.Метрика, рекламные кабинеты — цифры не совпадают → по одной кампании 3 разных результата.

47% маркетологов называют разрозненность данных главной проблемой аналитики¹.

◆ Маркетинг и продажи по-разному измеряют результаты

«200 лидов» vs «20 нормальных» → нет единой оценки эффективности.

39% испытывают трудности из-за того, что команды используют разные инструменты².

◆ Нет единого источника правды

Данные в отчётах не совпадают → руководство не понимает, каким цифрам верить.

Только 9% опрошенных доверяет своим данным³.

◆ Ручная сборка отчётов

Excel + выгрузки + «подчистить руками» → в данных появляются ошибки.

◆ Решения принимаются интуитивно

«Кажется, этот канал работает лучше» → нет точной связи маркетинга и выручки.

¹ <https://www.amraandelma.com/silo-marketing-statistics/>

² <https://sopro.io/resources/blog/sales-marketing-alignment-statistics/>

³ <https://www.techradar.com/pro/fragmented-data-is-causing-businesses-huge-issues-especially-when-it-comes-to-ai>

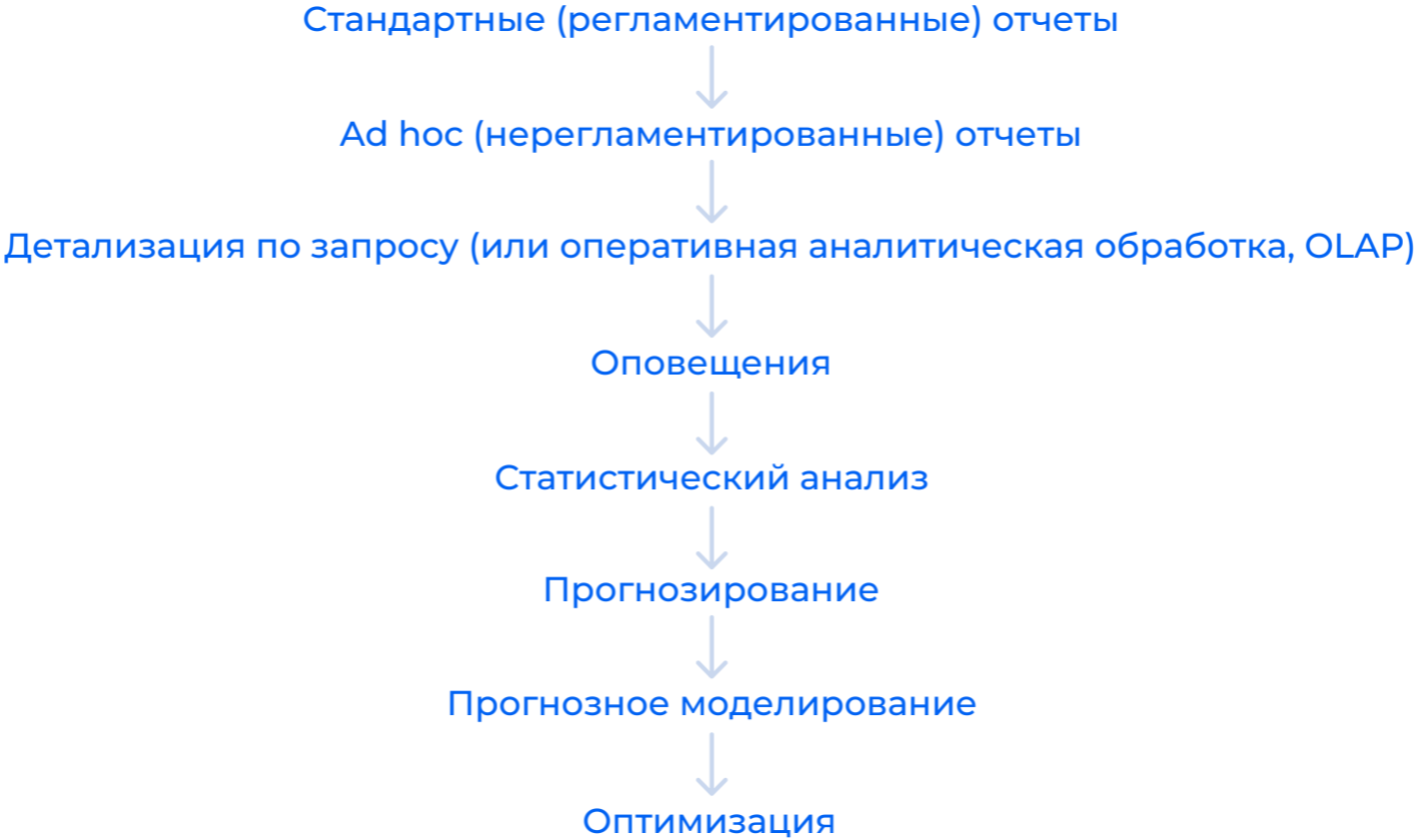
Оценка аналитической зрелости: фреймворки

1. DMMA (Data Management Maturity Assessment) — 5-балльная шкала оценки зрелости по 11 направлениям



Оценка аналитической зрелости: фреймворки

2. Классификация Дэвиса (SAS)



Оценка аналитической зрелости: фреймворки

- Модель цифровой зрелости от Google и Boston Consulting Group (BCG)
- Модель цифровой зрелости "Делойта"
- Индекс цифрового ускорения (DAI) BCG



BCG's DAI Assesses 4 Building Blocks



Оценка аналитической зрелости: фреймворки

Этап	Инструменты	Данные	Решения
Веб-аналитика	Яндекс. Метрика, рекламные кабинеты и пр.	Преимущественно трафик — сколько пришло, откуда, что делали на сайте.	«С Директа больше кликов, увеличим бюджет на него.»
Отслеживание продаж	Битрикс24, 1С:CRM, RetailCRM и др. CRM системы.	Лиды, сделки и «воронка продаж».	«Усилим отдел продаж / Улучшим обработку.»
Сквозная аналитика	Roistat, Smart Data Hub, UIS и пр.	Эффективность каналов с привязкой к деньгам — CPL, CAC, ROMI.	«Отключаем убыточные каналы, перераспределяем бюджет на более эффективные.»
Business Intelligence	BI-системы: Visiology, Loginom, Power BI и пр. Хранилища данных, ETL-инструменты и пр.	Бизнес целиком — маркетинг + продажи + экономика.	«Понимаем юнит-экономику и управляем прибылью.»

Источники данных

- CRM/ERP
- Склад
- Логистика
- Маркетинг
- Аналитика
- Финансы
- Поддержка
- Программы лояльности



Яндекс Маршрутизация



Яндекс Директ

Презентация по теме:

26.09.2024 [Сбор маркетинговых данных из множества источников](#)

Хранилище данных

Хранилище данных (КХД, DWH) служит для централизации и консолидации больших объемов данных из различных источников.

Данные содержатся внутри хранилища в его едином внутреннем формате и оттуда передаются бизнес-пользователям (в отчеты, дашборды и пр.)



Презентация по теме:

10.07.2025 [Современные корпоративные хранилища данных. Концепции \(warehouses, lakes\), решения \(базы, платформы\), процессы](#)

Визуализация данных

Дашборды — интерактивные панели, агрегирующие информацию из нескольких источников, отображающие её при помощи различных визуализаций (таблицы, графики). Обновляются автоматически по заданному расписанию.

«Интерфейс» между данными и пользователем.

Российские решения



Open-source



Зарубежные решения

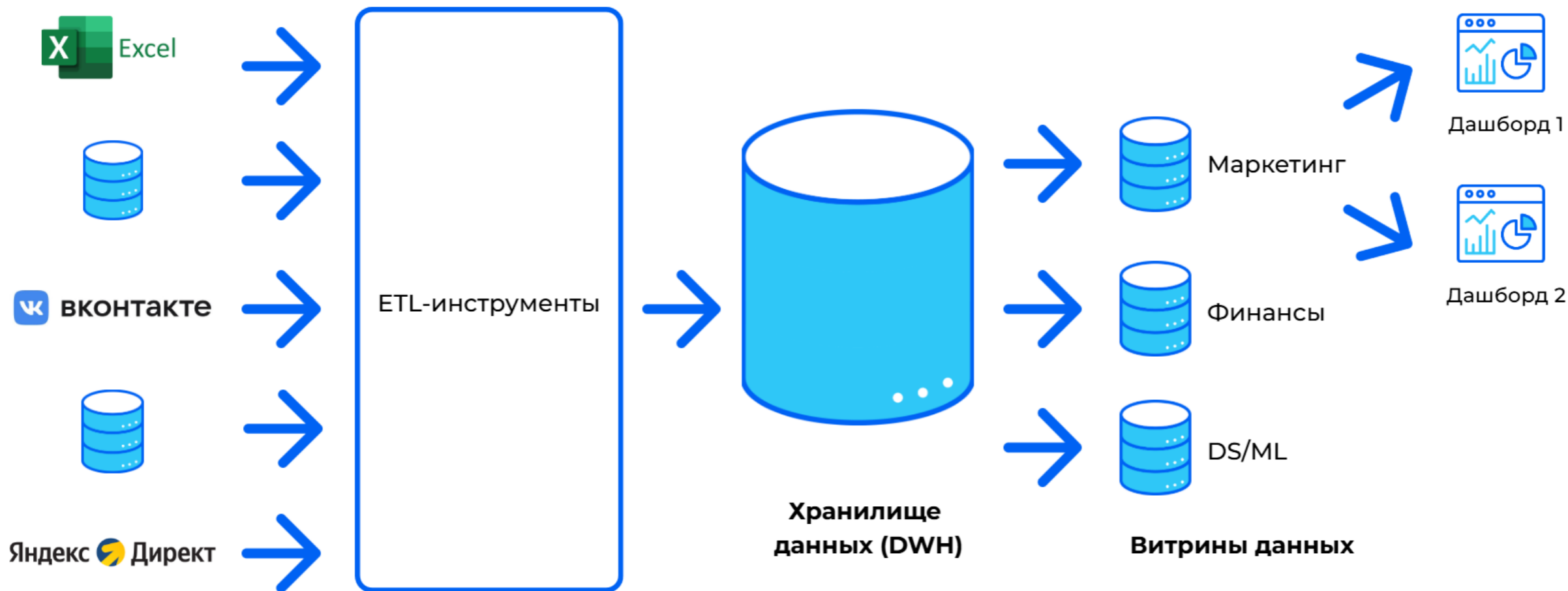


Презентация по теме:

11.09.2025 [Как создавать дашборды, которые используются бизнесом: фреймворк и примеры](#)

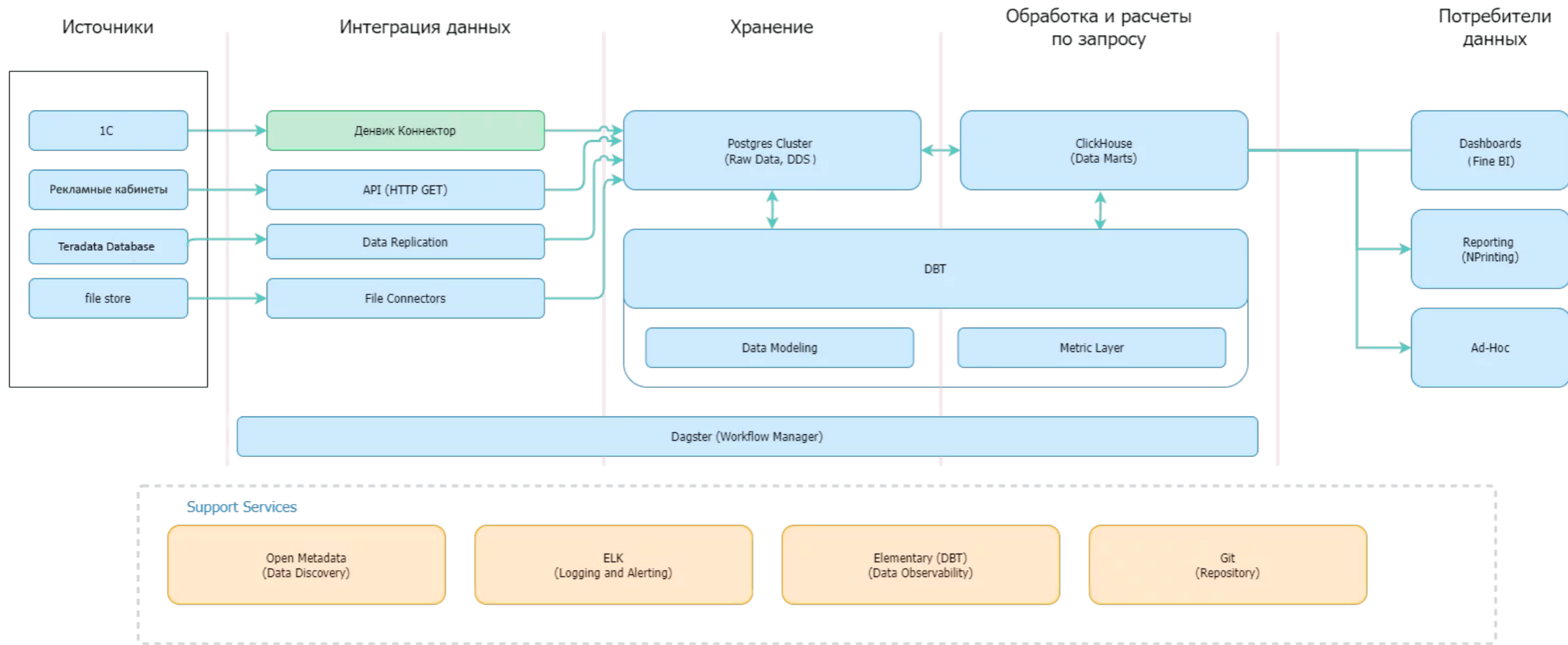
Архитектура аналитического решения

14



Архитектура аналитического решения

15



Типовые ошибки при построении аналитики

1. «Мусор на входе — мусор на выходе».

CRM заполняется бессистемно, сделки висят в одном статусе месяцами, источники не размечаются UTM-метками. В итоге красивые дашборды на основе фейковых данных.

2. Попытка «перепрыгнуть» через ступень.

В компании еще не настроены базовые процессы CRM, но руководство уже заказывает дорогую BI-систему. Огромные бюджеты на разработку BI тратятся впустую, так как нет фундамента (DWH и чистых данных).

3. «Зоопарк показателей»: война отделов.

Маркетинг считает «лиды», продажи — «договоры», а собственник — «деньги в кассе».

У каждого своя правда в Excel. Совещания превращаются в споры о том, чей отчет правильнее, вместо обсуждения стратегии роста.

4. «Аналитика ради аналитики» (Over-reporting).

Создание 50+ графиков, которые никто не смотрит, отсутствие фокуса на ключевых метриках (North Star Metric). Команда тратит время на сбор отчетов, которые не влияют на принятие решений.

5. Отсутствие «владельца данных».

Аналитикой занимаются маркетолог, программист на аутсорсе и финдиректор.

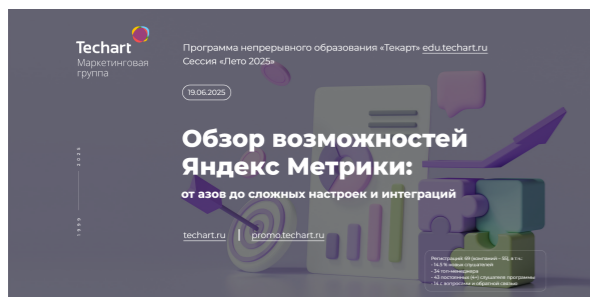
Когда в данных появляются расхождения или коннектор к CRM отключается, никто не знает, как это починить.

Предварительные вопросы

1. Какие изменения в бизнес-процессах и культуре работы с данными Вы видите за последние 2-3 года (в своей компании, в бизнес-среде)?
2. Какие оперативные и стратегические решения принимаются с упором на данные и аналитику? Для каких решений ее не хватает?
3. Какие задачи из области аналитики уже стоят на "повестке дня" и планируются к реализации?
4. Какие данные и из каких источников используются компанией?
5. Есть ли общее хранилище или данные хранятся в разных системах?
6. Какие отчёты или дашборды сейчас реально используются в работе?
7. Какое ПО используется для работы с данными, кроме Excel?
8. Есть ли центр координации работы с данными (аналитика, визуализация)?

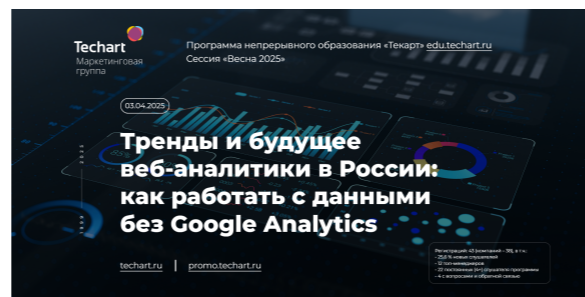
Наши материалы по теме

18



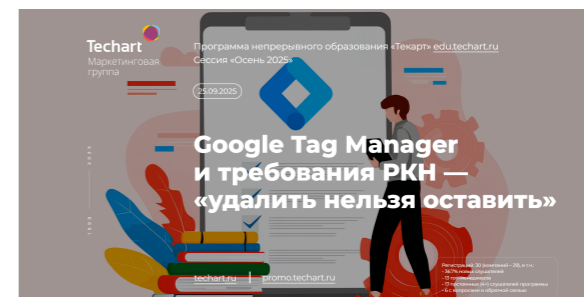
19.06.2025

[Обзор возможностей Яндекс Метрики: от азов до сложных настроек и интеграций](#)



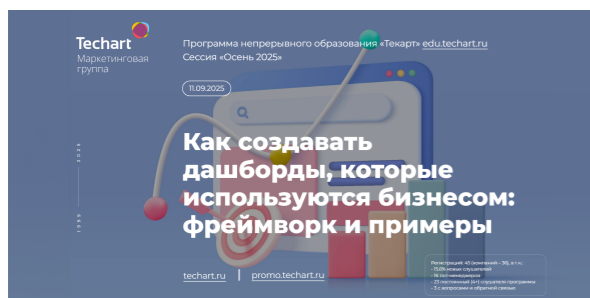
03.04.2025

[Тренды и будущее веб-аналитики в России: как работать с данными без Google Analytics](#)



25.09.2025

[Google Tag Manager и требования РКН — «удалить нельзя оставить»](#)



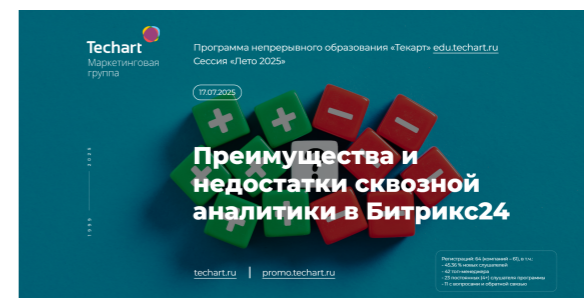
11.09.2025

[Как создавать дашборды, которые используются бизнесом: фреймворк и примеры](#)



10.07.2025

[Современные корпоративные хранилища данных. Концепции \(warehouses, lakes\), решения \(базы, платформы\), процессы](#)



17.07.2025

[Преимущества и недостатки сквозной аналитики в Битрикс24](#)

Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь



Стратегия, аналитика, контент, разработка,
продвижение



Андрей Титенко

Заместитель директора практики
интегрированного маркетинга

titenko@techart.ru

+7 495 790 75 91

Маркетинговая группа «Текарт»

techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR

promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка

web.techart.ru

Дизайн-бюро

design.techart.ru

Креативное агентство

creative.techart.ru

Фотоагентство

photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование

research.techart.ru

Работа в «Текарт»

hr.techart.ru

Образовательная программа

edu.techart.ru

Релевантные услуги «Текарт»:

- [Веб-аналитика](#)
- [Сквозная аналитика](#)
- [Продуктовая аналитика](#)
- [Аудит маркетинговых данных](#)
- [Внедрение BI-систем \(business intelligence\)](#)
- [Управление мастер-данными](#)



TechartPulse

Рабочий пульс:
проекты, кейсы,
публикации



Techart_ru

Системное развитие
бизнеса



Edu_Techart

Непрерывное образование
для руководителей
по маркетингу



Edu_Techart

Непрерывное образование
для руководителей
по маркетингу