



Alfa-Track
Marketing Tracking Platform

ТРЕКИНГ ПЛАТФОРМА

ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГА



увеличение количества
новых клиентов



сквозная аналитика на базе
Google Analytics
и Яндекс.Метрика



снижение стоимости
привлечения клиентов



ОБРАЩЕНИЕ SEO

“

Рынок интернет-рекламы России растёт в среднем на 16% ежегодно, об этом говорят исследования Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) и ассоциации IAB Russia. Рынок растёт, однако вместе с ним и конкуренция. Один рубль, инвестированный в эффективную рекламу - повысит конкурентоспособность товара или услуг и принесёт прибыли больше, чем тысяча, вложенных в неэффективную рекламу.

Реальность такова - более половины рекламного бюджета тратится на кампании, которые никогда не приносили клиентов и прибыль. Минимизация неэффективных расходов, например, на 10%, позволит удешевить конверсию в среднем на 30-60%. Понимание того, какие каналы приносят прибыль, а какие - убыточны, позволит не только удешевить конверсию, но и повысить количество клиентов, как следствие и прибыль.

”

Alfa-Track – маркетинговая трекинг платформа, которая решает вопросы отслеживания обращений в компанию. Наша специализация - сфера B2B, где большая часть заявок поступает на электронную почту или через форму обратной связи. Благодаря нашему сервису вы сможете анализировать данные в разрезе каждого клиента, оценивать рентабельность вложений как в онлайн-продвижение, так и в офлайн-рекламу.

За счет измерения и анализа маркетинга с помощью Alfa-Track вам удастся оптимизировать бюджет, а также использовать подробную информацию об эффективности источников обращений с целью привлечения новых клиентов.

Чтобы реклама была эффективной, не обязательно тратить много средств, важно понимать что эффективно работает, а что нет.

**Присоединяйтесь к нам,
снижайте маркетинговые
расходы и привлекайте
больше клиентов!**

♦ маркетинговая трекинг платформа

alfa-track.com





ЧТО МЕШАЕТ ВАМ РАЗВИВАТЬ МАРКЕТИНГ?

Ключевые проблемы в сфере B2B – недостаточное количество новых клиентов и высокая стоимость их привлечения. Причина – отсутствие инструментов измерения эффективности. Google Analytics и Яндекс.Метрика предоставляют информацию о всех посещениях, однако нет представления, кто из посетителей стал клиентом.

Высокая стоимость привлечения

Работу отдела продаж сложно контролировать. От заявки до звонка менеджера проходит слишком много времени.

Мало новых клиентов

Google Analytics и Яндекс.Метрика не отображают статистику по обращениям в разрезе клиентов. Источники писем, звонков, заявок и обращений с офлайн-рекламы неизвестны.

Большие расходы на рекламу

Не имея представления какие рекламные каналы, объявления и поисковые запросы действительно приводят новых клиентов, маркетологи «сливают» бюджет.

КАКОЕ РЕШЕНИЕ ПРЕДЛАГАЕМ МЫ?

ALFA-TRACK – ЭТО ИНСТРУМЕНТ, КОТОРЫЙ ОТОБРАЖАЕТ ПУТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТА ВПЛОТЬ ДО КЛЮЧЕВОГО СЛОВА, КОТОРОЕ ЧЕЛОВЕК ВВЕЛ В ПОИСК, ПРЕЖДЕ ЧЕМ ПОПАСТЬ НА САЙТ. ЕСЛИ КЛИЕНТ ОБРАЩАЕТСЯ В ОФЛАЙН-РЕЖИМЕ, СЕРВИС ТАКЖЕ ПОКАЖЕТ ИСТОЧНИК.

- Экономия вложений в маркетинг за счет отключения неэффективных каналов привлечения клиентов
- Оптимизация контекстной рекламы благодаря перераспределению бюджета с учетом эффективности разных кампаний, объявлений и ключевых слов
- Увеличение количества клиентов с помощью концентрации на рабочих маркетинговых кампаниях, объявлениях, поисковых запросах и площадках
- Оценка работы менеджеров по продажам благодаря измерению количества успешных сделок и упущенных клиентов, среднего времени ответа, продолжительности переписки и т. д.
- Увеличение конверсии сайта благодаря анализу рабочих конверсионных путей клиентов

ВОЗМОЖНОСТИ ALFA-TRACK

1

Email-трекинг

Показ рекламного источника письма по конкретному клиенту, вплоть до ключевого слова

2

Call-трекинг

Позволяет отслеживать источники звонков и собирать информацию по каждому позвонившему клиенту

3

Трекинг форм

Отображение всей информации о клиенте, обратившемся через форму на сайте. Бесплатная настройка.

4

Офлайн-трекинг

Демонстрация эффективности наружной рекламы, в том числе визиток, билбордов, презентаций

5

Модули GTM

Галерея пользовательских скриптов для Google Tag Manager позволит настроить отслеживание целей на вашем сайте, а также повысить его конверсию

6

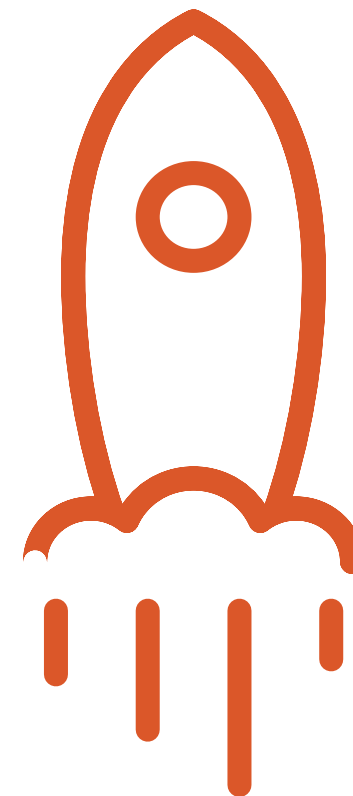
Модуль оценки качества отдела продаж

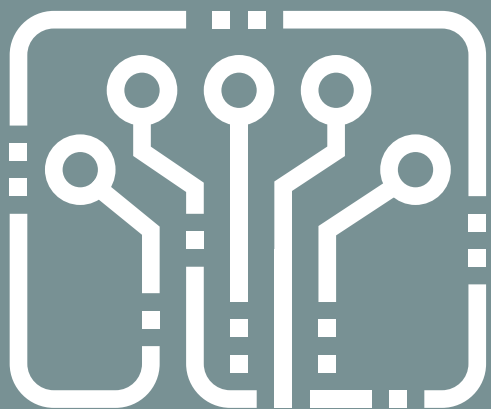
Мониторинг количества новых упущенных лидов, скорости ответов на клиентские заявки и среднего времени, выделенного на одного клиента в разрезе каждого менеджера

7

Автоматический импорт расходов

Данные по расходом рекламы в Яндекс.Директ, Google Ads, Facebook Ads и «ВКонтакте» импортируются в Google Analytics и Яндекс. Метрику





НАШИ ТЕХНОЛОГИИ

В 2017 году мы разработали уникальную технологию подмены email адресов на сайте, которая обеспечивает 98% точность данных и не имеет аналогов на рынке. «Alias» лежит в основе одного из видов динамического email-трекинга Alfa-Track.

Незаметная подмена адресов положительно воспринимается посетителями сайта, не влияет на показатель конверсии и обеспечивает полноту данных.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

В почтовом сервисе создаем адрес («alias»), например, zakaz1@company.ru для почтового ящика zakaz@company.ru

Все письма, отправленные на zakaz1@company.ru, приходят на основной почтовый ящик zakaz@company.ru

Каждому посетителю скрипт Alfa-Track выделяет уникальный «alias». Для этого, предварительно загружаем список подменных адресов в личный кабинет.

Alfa-Track анализирует почтовый ящик, определяет рекламный источник и отправляет информацию в любую систему

ПОЧЕМУ ВЫБИРАЮТ ИМЕННО НАС?



Все виды трекинга

Динамический (каждый посетитель = уникальный e-mail/телефон), Статический (один источник = один e-mail/телефон), Оффлайн (уникальные контактные данные на рекламных носителях)



Точная статистика

Alfa-Track отличается от других сервисов трекинга достоверностью данных – 98%



Сравнение показателей

В нашем сервисе данные из Google Analytics и Яндекс.Метрика можно увидеть в одном интерфейсе. Страница «Лиды» отображает всех лидов и детальную информацию о клиентах.



Расчет KPI

Сервис рассчитывает ключевые показатели маркетинга: CR, CPA, CPL, CAC, CPO, ROMI, LTV. Предусмотрена настройка целей и отслеживание их достижений.



Бесплатное подключение

Вы можете подключить отслеживания веб-форм, любых почтовых сервисов и телефонии, даже если они находятся на сервере вашей компании



Формирование отчетов

Автоматическое создание отчетов по кампаниям и по новым клиентам, отправка уведомлений в Telegram, Slack или email



Решение для агентств

В рамках партнерской программы предлагаем агентский тип аккаунта, что позволяет зарабатывать до 30% с клиентских платежей.



Реферальная программа

Рекомендуйте Alfa-Track и получайте процент от оплаты каждого клиента, обратившегося к нам по промо-коду или ссылке



Информационная поддержка

Консультируем по вопросам настройки Google Analytics и Яндекс.Метрики. При необходимости предоставляем необходимую информацию для внешней интеграций.



Бесплатный пробный период

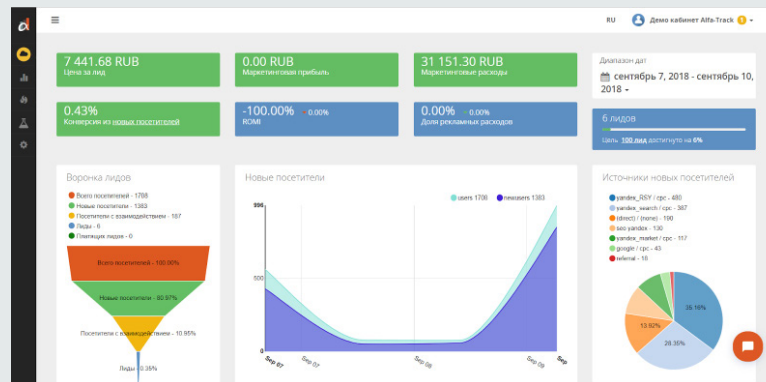
14 дней бесплатного тестового периода. Доступна демо-версия личного кабинета и бесплатная консультация.

АНАЛИТИКА В ЛИЧНОМ КАБИНЕТЕ

Наглядный формат отчетов позволяет в любой момент отслеживать изменения и своевременно корректировать работу маркетинга.

В ГРАФИКАХ И ТАБЛИЦАХ
ВЫВОДЯТСЯ КЛЮЧЕВЫЕ
ПОКАЗАТЕЛИ МАРКЕТИНГА:

- Количество новых посетителей
- Количество лидов
- Стоимость лида
- Маркетинговая прибыль и расходы
- ROMI



Дашборд показывает текущее положение дел. Можно оценить динамику привлечения, конверсию, а также расходы и доходы маркетинга.

The 'Лиды' (Leads) table displays the following columns: ALFATRACK ID, ИМЯ (Name), EMAIL/ТЕЛЕФОН (Email/Phone), CLIENT ID, ДАТА (Date), ИСТОЧНИК (UTM_SOURCE), ТИП ТРАФИКА (UTM_MEDIUM), КАМПАНИЯ (UTM_CAMPAIGN), КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО (UTM_TERM), and СОЦ. СЕТЬ (Social Network).

ALFATRACK ID	ИМЯ	EMAIL/ТЕЛЕФОН	CLIENT ID	ДАТА	ИСТОЧНИК (UTM_SOURCE)	ТИП ТРАФИКА (UTM_MEDIUM)	КАМПАНИЯ (UTM_CAMPAIGN)	КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО (UTM_TERM)	СОЦ. СЕТЬ
zaks070@company.com	marketing@alfa-track.com	client8@company.com	180830377 1536567391	15/09/2018	google	cpc	[?] Штатные задания - общие (Москва)	«Штатные задания»	fbot s
zaks428@company.com	marketing@alfa-track.com	client5@company.com	1955348977 1536561423	15/09/2018	google	cpc	[?] Задания ключевые - вид клика (РФ)	«Задания с ограниченными показателями»	fbot s
zaks440@company.com	marketing@alfa-track.com	client8@company.com	1479448777 1536557168	15/09/2018	yandex_search	cpc	yandex_cpc_kapen_obratnyy_pripodnimeniya_f1_posit_333307048	Классы: обратные, финансовые	fbot s
zaks350@company.com	marketing@alfa-track.com	client8@company.com	51879996 1536317942	15/09/2018	yandex_RSY	cpc	yandex_cpc_kapen_obratnyy_pripodnimeniya_f1_posit_333307048	Классы: балансировочный, общий	fbot s
zaks012@company.com	marketing@alfa-track.com	client2@company.com	276819270 1536232002	15/09/2018	yandex_RSY	cpc	yandex_cpc_kapen_obratnyy_f1_posit_33330998	Классы: обратные, DV 50	fbot s
zaks077@company.com	marketing@alfa-track.com	client1@company.com	3047056197 1536238807	15/09/2018	direct	(none)	(not set)	(not set)	fbot s

В таблице «Лиды» зафиксированы рекламные источники и другая подробная информация по каждому привлеченному клиенту

The 'Аналитическая таблица' (Analytical Table) displays the following columns: АГЕНТСТВО (Agency), ТИП ТРАФИКА (UTM_MEDIUM), ИМЯ ИСТОЧНИКА (Source Name), КАМПАНИЯ (UTM_CAMPAIGN), ВЕЩЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ (Visitors), CTR, ВЕЩЕ ЛАДОВ (Leads), ОЦЕНКА ЛАДА (Lead Score), РАСХОДЫ (Expenses), and CPL (Cost per lead).

АГЕНТСТВО	ТИП ТРАФИКА (UTM_MEDIUM)	ИМЯ ИСТОЧНИКА	КАМПАНИЯ (UTM_CAMPAIGN)	ВЕЩЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ	CTR	ВЕЩЕ ЛАДОВ	ОЦЕНКА ЛАДА	РАСХОДЫ	CPL
demopaf-track.com	(none)	(direct)	(not set)	193	82.38 %	159	159	90 ₽	
	cpc	google	[?] Задания ключевые - вид клика (Москва)	2				154 ₽	75.000 ₽
			[?] Задания ключевые - вид клика (РФ)	3	66.67 %	2	2	128 ₽	
			[?] Задания ключевые - транзитивные (РФ)	4				245 ₽	
			[?] Задания дисковые - тип управления (РФ)	2				39 ₽	
			[?] Классы балансировочные - артикул V8 (РФ)	8				143 ₽	
			[?] Классы обратные - конструкции (РФ)	2				61 ₽	
			[?] Классы обратные - тип присоединения (РФ)	4				78 ₽	
			[?] Фильмы сетчатые - общие (РФ)	3				200 ₽	
			[?] Штатные задания - общие (РФ)	6				462.000 ₽	0.16 %
			Другие [x]	18	5.56 %	1	1	1 760.000 ₽	586.670 ₽
			Итого	154	5.56 %	3	3	1 760.000 ₽	586.670 ₽

Аналитическая таблица отображает расходы и результаты работы каждой рекламной кампании

ALFA-TRACK – ЭТО УДОБНО

Интегрируйте Alfa-Track с другими сервисами и получайте максимально подробную информацию по каждому клиенту в любой системе



СИСТЕМЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ

Передача информации о достижении конверсионных целей, событий, транзакций и расходов



CRM СИСТЕМЫ

Создание/обновление карточки каждого нового клиента/сделки/компании, импорт детальной информации о лидах



ИСХОДЯЩИЕ ВЕБ-ХУКИ И API

Передача информации в «сыром» виде по заданному вами адресу и наличие безопасного API



ХРАНЕНИЕ ДАННЫХ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

Сохранение данных в таблицах Google, а также интеграция с Google Data Studio



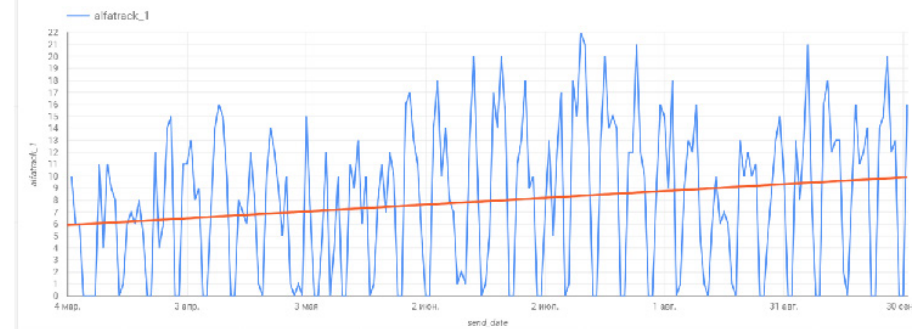
МЕССЕНДЖЕРЫ

Отправка отчетов и уведомлений о новых клиентах с детальной информацией

КЕЙСЫ



ЗА 7 МЕСЯЦЕВ
СНИЗИЛИ СТОИМОСТЬ
ЗАЯВКИ НА 31%
И УВЕЛИЧИЛИ
КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ
НА 140% ДЛЯ КОМПАНИИ
«КОМПЛЕКТ СЕРВИС»



Динамика новых заявок на электронную почту

ДО

ПОСЛЕ

Стоимость обращения

1 980 руб.

1 350 руб.

Количество заявок

4,2 в день

10,1 в день

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ?

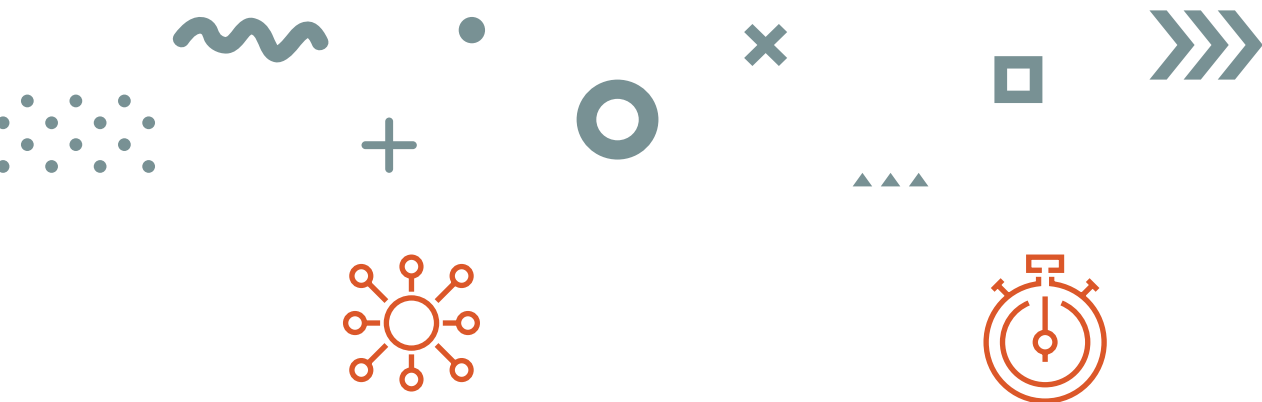
1. ПРОВЕЛИ АНАЛИТИКУ

Во время углубленного исследования выяснили, что **80% обращений в компанию поступает через электронную почту**. Было принято решение подключить сервис email-трекинга Alfa-Track для отслеживания рекламных источников.

Помимо настройки сервиса в Google Analytics внедрили фильтры, выделили основные сегменты, настроили передачу clientId, sessionId и hitId, импортировали расходы из Яндекс.Директ, загрузили шаблоны необходимых отчетов.

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ?

2. ЗАНЯЛИСЬ ПРОДВИЖЕНИЕМ



С нуля разработали семантическое ядро для рекламных кампаний, составив больше **200 объявлений**. Спустя несколько месяцев тестирования расширили **список минус-слов до 1000**.

Динамический email-трекинг показал конверсионные ключевые запросы. **Мы запустили отдельные кампании, для которых увеличили бюджет и повысили ставки**. В итоге протестировали и успешно запустили рекламу в КМС и РСЯ с таргетингом по ключевым словам и площадкам.

ОСОБЕННОСТЬ ПРОЕКТА

Для клиента было важным сохранить естественный вид e-mail на сайте, поэтому мы применили технологию подмены «alias». В качестве основных инструментов анализа эффективности всех рекламных кампаний использовали Google Analytics и Яндекс.Метрику, интегрировав сервисы с Alfa-Track



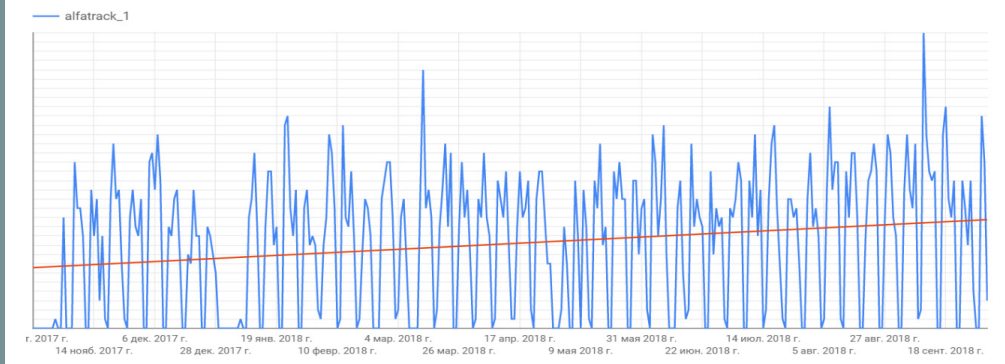
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА



Андрей Шапарский, ведущий аккаунт-менеджер агентства Информула. Клиент: Компания «Комплект Сервис» – российский представитель завода СМО (Испания), производителя специального оборудования для различных инженерных систем и сооружений



УВЕЛИЧИЛИ
КОЛИЧЕСТВО
КЛИЕНТОВ
КОМПАНИИ «ЭНЕРГОПРОФ»
**В ДВА РАЗА
ЗА 10 МЕСЯЦЕВ**



ДО

около 90% обращений поступало на электронную почту, но источники обращений оставались неизвестными.

Положительная динамика
привлечения новых клиентов

до 3% в месяц

ПОСЛЕ

увеличили количество новых клиентов на **104%**. Расходы на рекламу остались неизменными.

Положительная динамика
привлечения новых клиентов

10-12% ежемесячно

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ?

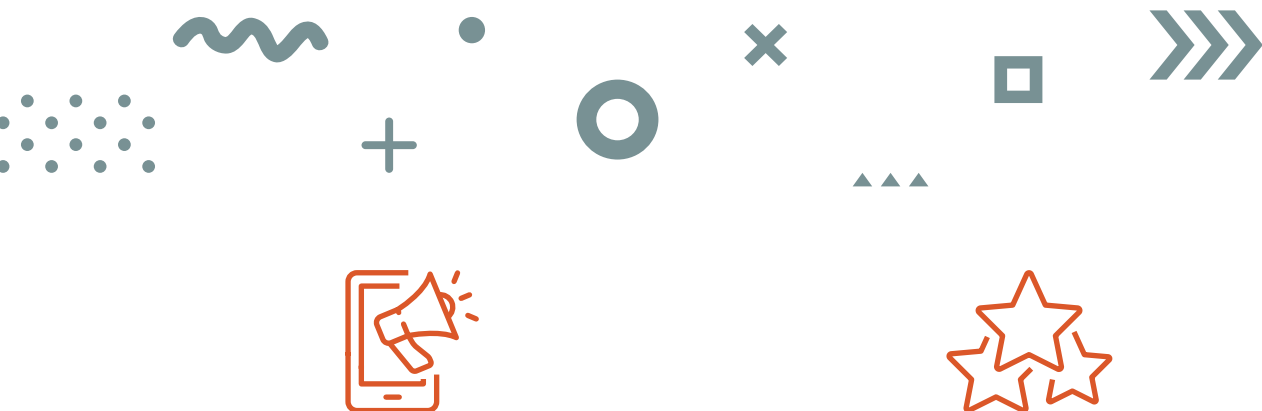
1. ИНТЕГРАЦИИ И СБОР СТАТИСТИКИ

Подключили основной почтовый ящик, принимающий до 90% всех обращений. Установили код подмены путем установки скрипта-контейнера GTM на сайт. Совместно с программистами «Энергопроф»

разработали собственный формат передачи данных, который удовлетворил существующие доработки CRM. В каждой карточке клиента теперь отображается рекламный источник вплоть до ключевой фразы.

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ?

2. ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА

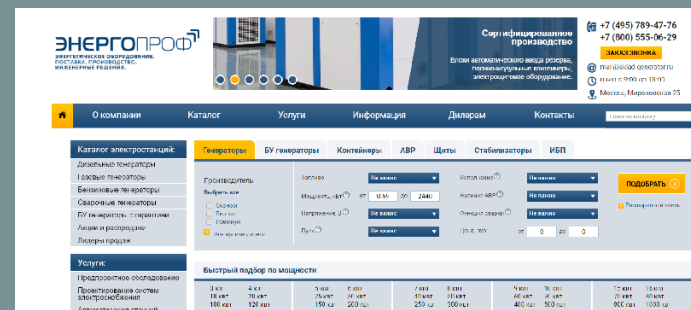


На сэкономленные средства были запущены рекламные кампании Вконтакте, Facebook, my Target, Criteo, Taboola, Google Merchant, Яндекс.Маркет

Увеличили целевой трафик путем повышения цен за клик по наиболее эффективным ключевым запросам, перераспределили бюджет по кампаниям

ОСОБЕННОСТЬ ПРОЕКТА

До начала нашей совместной работы был разработан скрипт статического email-трекинга. Стала доступна общая картина по каналам. Однако статистика по клиентам отсутствовала, как и возможность моделирования атрибуций. В итоге решили проблемы детализации в разрезе рекламной кампании и ключевых слов.



РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА



Директор по маркетингу ГК ЭнергоПроф, Алексей Чирок. Группа компаний ЭнергоПроф – крупнейший поставщик генераторов и ИБП в России.

НАМ ДОВЕРЯЮТ



Холдинг МАСТАК работает на рынке профессионального автослесарного инструмента уже свыше 15 лет



Термо Мир – официальный диллер бытовой и промышленной техники, предназначенной для отопления, водоснабжения и кондиционирования



Таможенная и транспортная логистика, локализация производства в КНР, более 100 клиентов



РСК – завод по производству, продажам и проектированию различных металлоконструкций начиная от сложных строительных проектов, заканчивая простыми крепежными элементами



Компания Альфа-Лаб – первая и лидирующая в России компания в сфере снабжения производств с чистыми помещениями



Пластикам – дизайн и производство POS-материалов, изделий из оргстекла и пластика. Крупнейший производитель в Санкт-Петербурге



CISCO Russia – Официальный поставщик оборудования Cisco в России, мирового лидера в области сетевых технологий



Компания «Комплект Сервис» – это российский представитель завода СМО (Испания), производителя специального оборудования для различных инженерных систем и сооружений



Группа компаний ЭнергоПроф – крупнейший поставщик генераторов и ИБП в России



Компания ИТ-ГРАД является первопроходцем в сфере облачных вычислений и функционального ИТ-аутсорсинга, первый сервис-провайдер VMware в России и СНГ

КАК ПОДКЛЮЧИТЬ?



Подключите каналы связи (e-mail, телефон, формы на сайте, чат)



Зарегистрируйтесь в личном кабинете Alfa-Track



Привяжите Google Analytics и Яндекс.Метрику

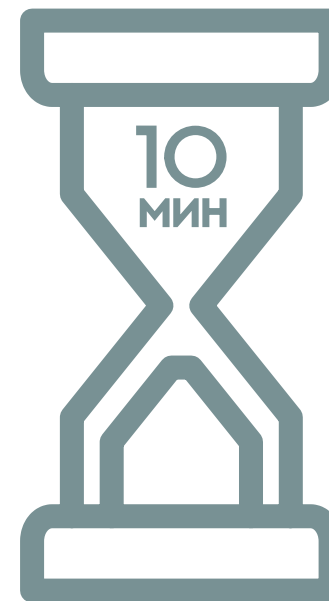


По желанию выполните интеграцию с другими сервисами



Для онлайн-трекинга установите код Google Tag Manager на сайт

Для офлайн-трекинга внедрите изменения на носители рекламы



О КОМПАНИИ

Мы верим в то, что управлять можно только измеряемым. Alfa-Track предоставляет инструменты, которые автоматически измеряют эффективность маркетинга, давая возможность для оптимизации расходов и роста новых клиентов.

ОСНОВАТЕЛИ



Постольский Дмитрий
Руководитель проекта



Тян Игорь
Lead Backend разработчик



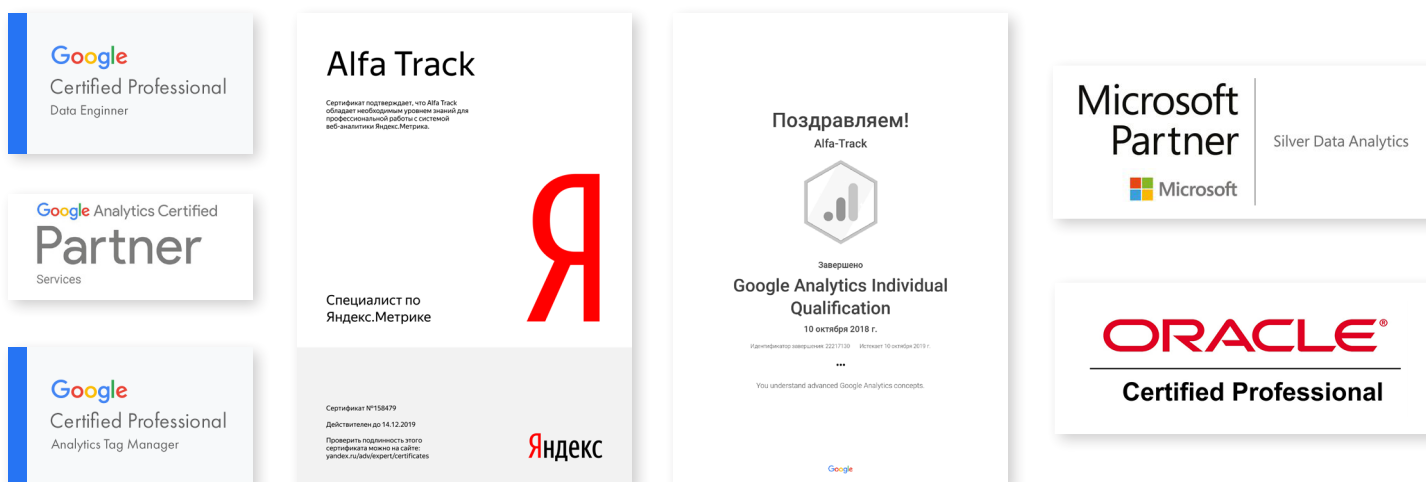
Клеблеев Шевкет
Lead Frontend разработчик



Шевченко Игорь
Руководитель отдела разработки

ALFA-TRACK – ТРЕКИНГ ПЛАТФОРМА №1 В СНГ

Сертифицированный партнер Google, Яндекс, Microsoft и Oracle



6

лет опыта

600

клиентов доверяют

800 000

лидов отслежено



КАК С НАМИ СВЯЗАТЬСЯ?

Телефон: +7 (812) 407-32-67

Skype: alfa-tracking

E-mail

Поддержка: support@alfa-track.com

Офисы

Россия

Санкт-Петербург

Невский проспект 84/86, офис 4

США

Сан-Франциско

410 Таунсенд-стрит, Калифорния 94107

Убедитесь в эффективности Alfa-Track в течение 14-дневного бесплатного периода!

