

УДК 338

ВОЗМОЖНОСТИ КОЛЛТРЕКИНГА В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

Дегтярева Л.В.

к.т.н., доцент, доцент,

Московский городской педагогический университет,

Москва, Россия

Левин Ф.В.

магистрант,

Московский городской педагогический университет,

Москва, Россия

Аннотация:

Актуальность статьи диктуется тем, что сегодня как никогда растет потребность в качественной, глубокой аналитике рекламных кампаний для оптимизации расходов в борьбе за клиента и увеличения эффективности бизнеса. Полнота решения этой задачи зависит от оперативности и правильности выбора сервиса коллтрекинга. В статье представлен сравнительный мини – обзор основных представителей сервиса коллтрекинга, что позволит маркетологам сократить время при его выборе для конкретного проекта.

Ключевые слова: Коллтрекинг, сервисы коллтрекинга, интернет-маркетинг, рекламная кампания, аналитика.

POSSIBILITIES FOR COLLECTING IN INTERNET MARKETING

Degtyareva L.V.

Ph.D., associate professor, associate professor,

Moscow City Pedagogical University,

Moscow, Russia

Levin F.V.

master student,

Moscow City Pedagogical University,

Moscow, Russia

Abstract:

The relevance of the article is dictated by the fact that today more than ever the need for high-quality, in-depth analytics of advertising campaigns to optimize costs in the struggle for the client and increase business efficiency is growing. The completeness of this task depends on the promptness and correctness of the choice of the call tracking service. The article presents a comparative mini-review of the main representatives of the call-tracking service, which will allow market managers to reduce the time when choosing it for a specific project.

Keywords: Call tracking, call tracking services, internet marketing, advertising campaign, analytics.

«На сегодняшний день почти каждый бизнес, занимающийся продажами, продвигается через поисковые системы» [1, С.47] и конкуренция за клиента в интернете все нарастает. Вместе с ней растет значение качественной, глубокой аналитики всех видов продвижения и рекламных кампаний. Аналитика это тот инструмент, который помогает увеличить поток клиентов и повышает прибыль в разы без дополнительных вложений в рекламу.

Номер телефона, указанный на сайте, – это один из самых быстрых путей от рекламы к продаже. Статистика говорит, что телефонный разговор работает на 30% эффективней, чем заполнение формы в онлайн. В среднем 70% всех обращений (по сегментам B2C и B2B) осуществляются по телефону. Не контролировать этот поток сегодня не допустимо. Коллтрекинг нужен для того, чтобы извлекать из бизнеса максимум эффективности и прибыли,

чтобы оценивать качество работы операторов, успевать обслуживать всех клиентов и точно знать, какая реклама сработала.

Коллтрекинг — это инструмент для отслеживания телефонных звонков и оценки рентабельности рекламных каналов. Он позволяет оценить эффективность рекламной кампании вплоть до конкретного объявления или поискового запроса, а также следить за качеством работы call-центра.

Анализируя данные по телефонным звонкам, можно узнать значительно больше, чем просто количество позвонивших вам клиентов.

История отслеживать источники звонков началась с Track ID и насчитывает уже более 10 лет. Это технология, которая закрепляла за каждым посетителем сайта определенный номер, соответствующий его пользовательской сессии, например, код корзины или заказа. Номер сообщался посетителем в разговоре по телефону оператору, тем самым маркетологи фиксировали работу рекламных каналов.

Невероятно полезный для бизнеса сервис начал набирать обороты в РФ лет 6 назад, однако по-настоящему популярным и востребованным он стал лишь приблизительно в 2014 году. Связано это, прежде всего, с тем, что компании начали считать затраты на рекламу и искать способы экономии бюджетов и повышения эффективности их распределения.

Сейчас, в основном, коллтрекинг существует в трех видах:

- статический;
- динамический;
- комбинированный.

При статическом коллтрекинге телефонные номера закрепляются за каждым рекламным каналом: отдельному источнику трафика — отдельный номер телефона. Когда человек видит рекламу и звонит по указанному номеру телефона, в систему аналитики поступает информация о том, с какого рекламного канала пришла конверсия. Такой вид коллтрекинга подходит для отслеживания эффективности не только онлайн, но и офлайн-рекламы. Однако

для небольших компаний такой объем обойдется очень дорого, а для крупных не даст необходимой детализации.

При динамическом коллтрекинге телефонные номера закрепляются не за рекламными каналами, а за каждым единовременным пользователем сайта: если на него одновременно зайдут много человек, все они увидят разные телефоны. Коллтрекинг закрепляет за ним конкретный номер на все время, пока человек находится на сайте, и небольшое время после закрытия вкладки. При этом фиксируются канал и источник перехода, ключевые слова и особенности поведения пользователя на сайте. Динамический коллтрекинг фиксирует звонки и разделяет их на уникальные и повторные, с возможностью определить временной интервал для повторных посещений. Если клиент вам однажды позвонил, но этот звонок не закончился сделкой, и, например, через неделю он позвонил снова, система зафиксирует, что этот пользователь уже звонил и, покажет какое время назад это произошло. Благодаря тому, что все разговоры записываются, можно оценить работу менеджеров, принимающих звонки, и проанализировать поведение потенциальных клиентов.

Это помогает проводить глубокую аналитику эффективности каналов и инструментов привлечения трафика, помогает понять портрет потенциального клиента и запросы, по которым он обращается. Остается только сравнить стоимость привлечения пользователя из разных источников и, исходя из этих данных, оптимизировать рекламу. Такой вид коллтрекинга можно использовать только для онлайн-рекламы.

При комбинированном коллтрекинге предполагается одновременное использование статического и динамического коллтрекинга. Он используется, когда для части рекламных каналов достаточно общих данных об источнике, а для других важен глубокий анализ. К примеру, динамический коллтрекинг может использоваться для контекстной рекламы, а статический — для офлайн-кампании.

Коллтрекинг позволяет получить глубокую экспертизу и аналитику в виде следующих данных:

- определение страниц сайта, которые непонятны потребителям;
- понимание, какова ценность каждого телефонного звонка для бизнеса;
- анализ эффективности рекламных каналов;
- понимание, как эффективно распределить рекламный бюджет;
- конверсия в звонки по платформам (с каких платформ пришли звонки и какова конверсия в обращения);
- конверсия в звонки по дням недели;
- конверсия в звонки по браузерам (с каких браузеров поступили звонки и сколько из них целевых);
- возможность прослушивать звонки и контролировать качество работы персонала,
- возможность повысить качество обслуживания клиентов;
- совершенствование прогноза поведения пользователей с точностью до покупки.

Как работает коллтрекинг.

Современные телефонные сети принадлежат различным операторам, не всегда предоставляющим возможность получить информацию по каждому звонку. Поэтому услуги коллтрекинга предоставляют специализированные компании. Сам процесс выглядит следующим образом:

1. создается виртуальная телефонная станция с пулом номеров под конкретного заказчика;
2. на все эти номера ставится переадресация на реальные телефоны заказчика;
3. для каждого анализируемого рекламного канала дается свой виртуальный номер;

4. виртуальная телефонная станция интегрируется во внутреннюю клиентскую систему учета продаж;
5. все или часть телефонных разговоров записываются;
6. собирается и анализируется статистика работы всей системы.

Так как используется виртуальная станция, количество номеров телефонов может быть очень большим. Есть возможность отследить любое количество рекламных стратегий и площадок, клиентов.

Критерии выбора сервиса коллтрекинга для конкретного проекта зависят от индивидуальных характеристик самого проекта, задач, которые решает маркетолог, доступных финансовых ресурсов, но прежде всего, следует опираться на набор универсальных параметров, которые позволяют объективно оценить и сравнить системы отслеживания звонков.

Этими параметрами могут быть:

- *Стоимость подписки.* Это важный критерий выбора сервиса. Лидеры рынка предлагают подписчикам несколько тарифных планов с разными функциональными возможностями.
- *Тестовый период.* Бесплатный пробный период помогает потребителям оценить сервис до покупки платной подписки.
- *Наличие динамического коллтрекинга.* Эта функция позволяет качественно анализировать эффективность каналов, а не только фиксировать количество звонков.
- *География охвата.* Важный критерий для международных компаний и локальных игроков. Сервис коллтрекинга должен работать в регионах, которые охватывает бизнес.
- *Простота и скорость интеграции и настройки системы коллтрекинга.* В идеале маркетолог должен иметь возможность настраивать систему самостоятельно без помощи технических специалистов.

- *Запись и прослушивание разговоров.* Эта функция нужна для качественного анализа рекламных каналов. Запись помогает оценивать качество лидов, выявлять закономерности и определять потребности пользователей в разрезе каналов. Также записи нужны для оценки работы персонала.
- *Интеграция с внешними сервисами.* Коллтрекинг удобно использовать вместе с системами аналитики «Метрика» и «Analytics». Так же расширяет возможности маркетолога интеграция системы отслеживания звонков с кабинетом рекламодателя в AdWords и «Директе», а также в агрегаторах контекстной рекламы. Удобно, если коллтрекинг связан с CRM.
- *Тегирование звонков.* С помощью этой функции звонкам можно присвоить теги в зависимости от результатов разговора или действий пользователя. Это повышает эффективность аналитики.
- *Подмена номера с учетом геолокации.* Актуально для больших компаний, которые работают с клиентами из разных регионов и стран. С помощью этой функции система показывает пользователям номера с кодом их региона.
- *Время резервирования номера.* Закрепление присвоенного пользователю номера на время сессии и несколько минут после ее завершения повышает точность аналитики. С помощью этой функции система связывает звонки с пользователем, даже если он позвонил после того, как закрыл вкладку браузера с сайтом.

В настоящий момент на рынке можно выделить зарекомендовавшие себя следующие сервисы маркетинговой аналитики:

- Calltoch - это сервис сквозной аналитики, коллтрекинга и управления рекламой. Позволяет собирать, анализировать и визуализировать любые данные для повышения эффективности маркетинга, продаж и бизнес-процессов компании;

- CoMagic - сервис сквозной аналитики. Компания создает софт для маркетологов и руководителей компаний, помогающий понять, какой рекламный источник приводит покупающих клиентов;
- Alloka отслеживает источники обращений в компанию: входящие звонки, формы на сайте, онлайн-консультант, callback-сервисы;
- Callibri – это инструмент для маркетологов и предпринимателей, включающий в себя аналитику входящих звонков, формы на сайте, онлайн-консультант и callback-сервисы;
- Quon calltracking – это статистика всех звонков и обращений с сайта;
- CallTracking – подсчет и аналитика звонков с рекламы;
- Ringostat – это отслеживание звонков для специалистов по маркетингу и продажам, официальный партнер Google Analytics;
- Primegate – это сквозная аналитика от клика до продажи, дает возможность оптимизировать бизнес на основе данных;
- Платформа K50 — это комплекс бизнес - инструментов для увеличения эффективности контекстной рекламы в рамках заданных KPI.

Далее в таблице 1 приведены мини-обзоры и сравнение перечисленных сервисов, что может позволить маркетологам значительно сократить время при выборе оптимального варианта коллтрекинга. Успех на рынке обеспечен тем, кто контролирует ситуацию. И продвижение в Интернете — часть этого ежедневного контроля. Вот почему так важно анализировать эффективность собственных рекламных стратегий в онлайн-среде.

Таблица 1. Сравнительные мини – обзоры сервисов коллтрекинга

Мини – обзоры для сравнения	Сервисы коллтрекинга								
	Calltoch	CoMagick	Alloka	Callibri	Quon calltracking	CallTracking	Ringostat	Primegate	K-50
Минимальный тариф	2 500 с номерами клиента	3 000 + номера	от 990	от 500 руб.	от 1500 за 3 номера 499	от 2 400	от 3500 (номера включены)	от 1300 + номера	3650 руб. с номерами сервиса 2800 руб. с номерами клиента
Географический охват	Свыше 60 городов, 40 стран	38 городов	30+ городов, Россия, Казахстан, Израиль	100 городов	17 городов	Россия, 100 городов	Свыше 60 городов в России, все города Украины, основные города Казахстана, свыше 50 стран мира	Россия - свыше 60 городов, крупные города Казахстана, 70 стран мира	Более 60 городов России и 30 стран мира
Время, на которое номер закрепляется за пользователем	Время нахождения пользователя на сайте + динамически настраиваемое время после	Клиент может выбрать любое время закрепления (ВЗ) номера (обычно от 10 до 15 минут),	7 минут и более	Время нахождения пользователя на сайте. Для	5-10 минут	По умолчанию: динамическое время исходя из активности пользователей	Умная сессия - закрепление номера за пользователем,	Гибридные сессии - время нахождения на сайте + автоматически настраиваемое время после	Время сеанса пользователя + динамически настраиваемое

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

	закрытия вкладки. Если на сайте нет новых пользователей, номер не открепляется	указав суточную посещаемость сайта для определения нужного числа номеров. По истечении ВЗ, номер будет заменен на общий (звонок будет определен до источника), только если не будет хватать свободных номеров для новых пользователей.		статического колтрекинга время хранения сессии после ухода с сайта устанавливается клиентом		я и времени нахождения на сайте. По истечении времени закрепления номер будет заменен на отказной (звонок будет определен до источника). Дополнительно: можно настроить фиксированное время закрепления.	исходя из его активности и времени нахождения на сайте + запасной временной фрейм.	прекращения активности. Склеивание сессий при открытии вкладки через некоторое время.	мое время после закрытия вкладки. Если на сайте нет новых пользователей, номер не открепляется
Лицензированный оператор связи	Да	Да	Нет	Нет	Нет	Да	Нет	Нет	Да
Возможность подключения своих номеров	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Использование номеров сторонних операторов связи	Да	Нет	Да	Да	Нет	Да	Да	Да	Да

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Возможность автоматического тегирования звонков в зависимости от голосового меню и нажатий клавиш оператором	Да	Да	Да	Нет	Нет	Да	Да	Да	Да + автоматическое тегирование на основе разговора во время звонка
Стоимость выделения дополнительного номера в рамках посещаемости при высокой погрешности	Бесплатно	450 руб. при увеличении % охвата, но не погрешности	Бесплатно	от 500 руб.	от 500 руб.	от 600 руб.	300-600 руб. в зависимости от первоначального тарифа	150 руб.	от 350 рублей
Возможность сохранения номеров после отключения	Да	Да	Да	Да	По запросу	Да	Да	Да	2 недели
Сбор онлайн-обращений (заявок с сайта и прочих конверсий)	Да	Да	Возможно подключение сторонних сервисов	Да	Да	Да	Нет	Да	Да

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Управление подключение м и отключением номеров внутри личного кабинета	Через поддержку	Да	Через поддержку	Да	Через поддержку	Подключени е - через поддержку. Управление и отключение - через ЛК или поддержку на выбор	Да - если номера собственн ые	Через личный кабинет	Через поддержку
							Через поддержк у - если номера арендован ы на сервисе		
Наличие профессионал ьных аналитически х отчетов для специалиста по контекстной рекламе	Да	Да	Нет	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Отчет по отложенным обращениям	Да	Да	Нет	Нет	Да	Нет	Да	Да	Да
Возможность забора целей из Яндекс.Метри ки	Да	Да	Нет	Нет	Да (а также Google Analytics)	Нет	Нет	Нет	Нет
Наличие внутренней CRM	Да	Да	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Да	Да
Интеграции	АmoCRM,	АmoCRM,	АmoС	АmoCR	Bitrix24	АmoCRM	АmoCRM	АmoCRM,	С любой

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

со сторонними CRM	МойСклад, RetailCRM, Bitrix24	1С:CRM, Bitrix24	RM, Bitrix24	М				Bitrix24	CRM системой и однокнопочная с АМОсrm, RetailCRM
Наличие интеграций с системами оптимизации контекста	Собственная система, K50, Alytics, AdTrack, Marilyn, Origami, Adlens	Alytics, R-broker, K50, Origami, Adlens	Alytics	Нет	Собственная система QUON context	Origami, Alytics, Marin Software	K50, Alytics	Внутренняя, K50	С любой (по запросу) и однокнопочная с K50
Наличие альтернативных виджетов связи, интеграция с callback, онлайн-чатами, click2call	Собственный callback, click2call, глубокая интеграция с Callbackhunter, возможность подключения любых виджетов клиента (онлайн-чаты, колбеки и пр.)	Собственные инструменты системы коммуникации CoMagic: онлайн-консультант, лидогенератор, сайтфон (обратный звонок) + интеграция со сторонними по API реализована	Carrot Quest	Собственный виджет callback	Скоро будет собственный виджет callback	Нет	Собственный видеж callback	Собственный виджет callback, собственный онлайн-чат, click2call	Свой callback, click2call, интеграция со сторонними сервисами по запросу
Интеграция с внешними системами агрегации	По API	По API	По API	По API	По API	По API	Owox BI, остальное по API и webhooks	По API / WebHooks	Сервисы K50, Google Analytics, Яндекс.Мет

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

данных/другими внешними веб-приложениями									рика, Callback интегрирован с Facebook
Интеграция с системами управления рекламой (автоматический импорт расходов и рекламных кампаний)	Яндекс.Директ, Google Adwords	Яндекс.Директ, Google Adwords	Яндекс.Директ	Нет	Яндекс.Директ	Яндекс.Директ	Нет	Своя система управления Яндекс.Директ	Через К50 Статистику
Виртуальная АТС	Настройка сценариев через поддержку	Да	Нет	Да	Нет	Настройка сценариев через поддержку	Да. Самостоятельная настройка схем переадресации в интерфейсе	Самостоятельная настройка сценариев в личном кабинете	Есть базовый функционал (несколько сценариев переадресации, черный список, выделение sip-линий), остальное по запросу через поддержку

<p>Интересные функции</p>	<p>- Самые функциональные отчеты для специалиста по контекстной рекламе, учитывающие любые типы обращений (звонки, заявки), данные из систем контекстной рекламы и CRM-систем; - Множество интеграций для построения сквозной аналитики и управления рекламой; - Автоматическое тегирование нажатиями клавиш;</p>	<p>- Полный учет экономических показателей не только по звонкам, но и по всем каналам и видам обращений; - Интерактивная обработка входящих вызовов; - Голосовое уведомление о рекламном источнике звонка; - Тегирование звонков в режиме real-time; - Возможность оценки работы операторов после разговора; - Отчеты с широкими возможностями по настройке</p>	<p>Feedback-окно После звонка</p>	<p>- All Tracking мессенджер (стильный, красивый, удобный); - Подключение своих номеров к сервису; - Вся документация доступна в личном кабинете, не нужно ждать выставление счетов и закрывающих</p>	<p>- Полный отчет по всем обращениям с автоматическим подтягиванием данных, расчетом конверсии и стоимости лида; - Наличие информации о позвонившем посетителе (ФИО, фото) и ссылка на профиль в ВК. - Возможность сравнения разных периодов (сравнение показывается в количественном и</p>	<p>- Разные типы уникальных метрик звонков: уникальные за все время, уникальные за период, целевые звонки; - Три способа тегирования звонков: автоматическое, полуавтоматическое и ручное; - Работа сервиса по SIP-телефонии; - Гео-отчет, показывающий регион звонка; - Переадресация по времени для</p>	<p>- Несколько типов уникальных метрик звонков: уникальные, уникальные-целевые и первые целевые звонки; - Интеграция с Owox BI - платформой для работы с несемплированными и данными Google Analytics, Google Big Query; - Три способа</p>	<p>- В любой тариф включены коллбек модуль, полноценная облачная телефония (SIP), биддер яндекс директ + UTM компоновщик, eCRM система; триггерные email рассылки, триггерный онлайн чат, подробные отчеты по трафику, сбор данных из форм. - Расширенный функционал в любом тарифе: отображение города звонка; отображение точки входа (страница входа для</p>	<p>- Настраиваемая модель атрибуции в интерфейсе - Предустановленные дашборды - Отдельный вид ротации, который позволяет экономить на статических номера - Интеграция с инструментами лидогенерации (facebook/doubleclick)</p>
---------------------------	---	---	-----------------------------------	---	---	---	--	--	--

	<p>- Собственный прогнозатор и оптимизатор контекстной рекламы; - Отчеты по эффективности и в зависимости от времени суток и устройств; - Учет отложенных обращений и ассоциированных конверсий.</p>	<p>параметров и степени детализации; - Наглядная визуализация аналитических данных на графиках; - Интеграция с основными рекламными системами и CRM.</p>		<p>документов от менеджеров; - Разные и удобные способы оплаты; - Email трекинг.</p>	<p>процентном соотношении); - Возможность оценивать обращения по разным моделям атрибуции; - Наличие полной истории взаимодействия с сайтом позвонившего пользователя; - Возможность оценки качества лида, качество работы менеджера.</p>	<p>создания сложных связок распределения звонков; - Голосовое уведомление о рекламном источнике звонка; - Связка с платформами и оптимизации контекста в один клик; - Отчеты по эффективности в зависимости от времени суток.</p>	<p>тегирования звонков - автоматическое, полуавтоматическое и ручное; - Возможность работы сервиса в любой стране, где есть SIP телефония; - Локализация интерфейса на 16 языках.</p>	<p>SEO); селективный коллтрекинг (показ номеров по GeoIP привязке); назначение каналов статических номеров для экономии; создание контакта в CRM в момент звонка; отображение повторного звонка; мультиканальная атрибуция (история пользователя); автоматическое открытие карточки клиента у менеджера в CRM при звонке; блокировка динамической подмены по IP.</p>	
--	--	--	--	--	---	---	---	--	--

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

<p>Главные преимущества</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Подтвержденные лидеры рынка; - Самый широкий функционал для практической аналитики и управления рекламой, что подтверждается тем, что большая часть профессионалов по контексту и рекламных агентств выбирает именно Calltouch; - Гарантированная минимальная погрешность; - Отсутствие скрытой погрешности 	<ul style="list-style-type: none"> - Хорошее качество среди российских сервисов отслеживания звонков (рейтинг AdIndex Technologies Index). - CoMagic — не только колтрекинг, это универсальное решение для сквозной аналитики всех каналов обращений клиентов (от расходов на рекламу до доходов с продаж) «два в одном»: он включает в себя как самую аналитическую платформу для сбора статистических 	<ul style="list-style-type: none"> - Низкая цена за динамический колтрекинг; - Быстрый и простой старт; - Бесплатный промопериод; - Отзывчивая техподдержка; - Любые интеграции. 	<ul style="list-style-type: none"> - Перехватчик абсолютных лидов (звонки, заявки с сайта, обратный звонок, чат, онлайн звонок); - Прозрачное ценообразование, никаких дополнительных оплат, все опции включены в абонентскую плату; 	<ul style="list-style-type: none"> - Полный контроль над рекламой и продажами; - Собственная гибридная система ведения контекста, работающая в глубокой интеграции с колтрекингом; - Низкая стоимость за услуги, отсутствие абонентского платежа, отсутствие поминутной тарификации, - Новейший алгоритм работы колтрекинга позволил довести погрешность 	<ul style="list-style-type: none"> - Удобен в интеграции и отчетности среди российских сервисов отслеживания звонков (рейтинг AdIndex Technologies Index); - Функциональное API для кастомных интеграций; - Возможность использования как номеров CallTracking, так и собственных номеров клиента; - Лучшая команда поддержки по версии 	<ul style="list-style-type: none"> - Тесная интеграция с Google Analytics; - Самый настраиваемый журнал звонков для настоящих профессионалов: 30 параметров фильтрации и регулярные выражения, - Callback widget, построенный на инновационной технологии и Big Data, 	<ul style="list-style-type: none"> - Единая система ERP уровня для малого бизнеса; - Продуманные интеллектуальные алгоритмы колтрекинга; - Широкие возможности экономии номеров; - Собственная система аналитики трафика; - Предельно низкие цены на номера; - Техподдержка; - Большой лимит сессий в тарифах; - Data Management Platform: сквозная аналитика от клика до сделки; 	<ul style="list-style-type: none"> - Подробные отчеты, учитывающие любые типы обращений (звонки, заявки), 24 предустановленных отчета, любые кастомные отчеты по 100 метрикам и измерениям; - Это трекер в шаблонах Google Tag Manager, достаточно id счетчика для подключения, первый российский сертифицированный
-----------------------------	--	---	---	--	--	---	--	---	---

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

	<p>из-за некорректного закрепления номеров; - Удобное ценообразование (цены у всех примерно одинаковы, при этом не надо постоянно докупать номера или платить за переадресацию); - Возможность построения сквозной аналитики от клика до кассы, учитывая любые типы обращений и данные из CRM-систем; - Интеграции</p>	<p>данных по всем источникам конверсии (и в т.ч. колтрекинг), так и собственную линейку инструментов коммуникаций с посетителями сайта (облачная АТС, онлайн-консультант, сайтфон и лидогенератор); - Легко встраивается в пул уже используемых компанией систем по рекламой и обращениям клиентов, становясь «единым окном» для работы с</p>		<p>- Быстрое подключение за 15 минут; - Помощь по настройке.</p>	<p>до менее 1 %; - Может распознавать и анализировать поведение пользователя на сайте: переходы по вкладкам, перемещения по странице, находится ли номер телефона в поле видимости, рядом ли с номером телефона находится мышь, были ли клики в области телефона, как часто мышь наводилась на телефон; - Собственная</p>	<p>рейтинга AdIndex Technologies Index 2015 года; - История посещения позволяет фиксировать переходы по вкладкам, перемещения по странице; - Ценовая доступность: номера из первых рук, т.к. оператор связи; - Надежность; - Собственные сервера и современный датацентр; - Простота внедрения: выполнить пять простых</p>	<p>- Скрипт подмены номеров, адаптируемый под самые смелые решения маркетинговых подмена по региону, подмена по geoIP, подмена номера после целевого действия на сайте и т.п.; - Четкий, персональный подход к рентабельности внедрения call tracking на проекте;</p>	<p>online-offline связывание; CRM ремаркетинг по статусам; выгрузка сегментов пользователей в SSP; -закупка look-alike трафика по CRM статусам; интеграция с локальными БД; обогащение данных из профилей соц. сетей; интеграция с программами лояльности.</p>	<p>поставщик в GTM; - Быстрое и простое подключение; - Возможность подключить свои номера или использовать номера К50; - Плотная интеграция с сервисами К50; - Все услуги в одном месте.</p>
--	--	---	--	--	---	--	---	--	--

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

	<p>со множеством систем и функциональное API для кастомных интеграций; - Возможность использования как номеров Calltouch, так и собственных номеров клиента.</p>	<p>маркетинговым и данными. Сервис интегрируется со всеми рекламными системами (такими, как Яндекс.Метрика, Яндекс.Директ, Google AdWords и Universal Analytics) и любыми CRM-системами по открытому API.</p>			<p>функция - QUON Order: настраивайте цели прямо в личном кабинете, теперь для этого у вас есть полноценный счетчик альтернативной и более точной аналитики.</p>	<p>шагов и начать работу; - Широкое региональное покрытие; - Блокировка подмены по IP для экономии пула номеров.</p>	<p>- Блокировка подмены по IP: не расходуются номера на сотрудников в офисе; - Бесплатный тестовый период на 14 дней.</p>		
--	--	---	--	--	--	--	---	--	--

Библиографический список:

1. Левин Ф.В., Дегтярева Л.В. Как оптимизировать сайт под социальные сети. В сборнике: Студенческая наука: Теоретические и практические результаты исследований бакалавров, магистров и аспирантов Института математики, информатики и естественных наук. Сборник научных трудов. СПб, 2017. С.47-48.
2. <https://habr.com/company/calltouch/blog/291648/> [Электронный ресурс]
3. <https://edison.bz/blog/chto-takoe-kolltreking.html> [Электронный ресурс]

Оригинальность 98%