Title: Коллтрекинг: как повышать продажи с помощью сквозной аналитики

Descriprtion: Коллтрекинг – виды, возможности, принцип работы. Преимущества технологии. Как выбрать сервис коллтрекинга.

Отследить эффективность рекламных объявлений и работы отдела продаж намного проще, когда есть система коллтрекинга. Она позволяет выделить лучшие каналы трафика и избавиться от убыточных. Разберёмся, как повысить конверсии воронки продаж с помощью технологии calltracking и выбрать сервис отслеживания звонков с учётом особенностей вашего бизнеса.

Что такое коллтрекинг

Calltracking – в переводе «отслеживание звонков». Технология мониторинга рекламных источников входящих звонков.

Пример:

Посетитель сайта находит номер телефона и звонит менеджеру. Другой потенциальный клиент видит рекламный баннер и набирает номер, пока стоит в пробке. Когда эти люди видят один и тот же номер телефона, аналитику сложно понять, какой рекламный канал принес больше качественных лидов. Для точной статистики каждому рекламному источнику присваивают отдельный номер.

Для чего коллтрекинг нужен бизнесу

Чтобы отслеживать точное количество заявок с сайта, социальных сетей, билбордов, баннеров, email-рассылок. Сравнение качества лидов с затратами на каждый вид рекламы позволяет маркетологу выбирать наиболее эффективные каналы и рационально распределять бюджет.

Количество звонков в компании в 2020 году не сократилось, несмотря на возросшую популярность онлайн-консультантов и мессенджеров. В сфере B2B заявки по телефону составляют 80% от всех обращений.

Звонки – один из основных каналов коммуникации для бизнеса.

Пример:

Вы разместили рекламу в интернете и офлайн. За баннеры и билборды платите ежемесячно, за переходы на сайт или страницу в соцсетях – по количеству кликов. Потенциальные клиенты начинают звонить по номерам и делать заказы. Однако вы не можете точно определить, какая именно реклама привела каждого из них.

Чтобы проверить источники заявок, вы подключаете коллтрекинг. У вас появляется подробная статистика – по ГЕО, типу трафика, времени звонка, рекламному источнику. Аналитика даёт понять:

- по каким номерам нужно перезвонить;
- какие разговоры стоит прослушать для коррекции скрипта продаж;
- какие источники трафика окупаются быстрее, а какие – в долгосрочной перспективе.

Основное преимущество использования технологии calltracking – возможность точно анализировать и улучшать модель телефонных продаж.

Как работает коллтрекинг

В зависимости от задач бизнеса, рекламных источников и бюджета, выберите подходящий вид коллтрекинга.

Статический коллтрекинг

Сервис считает количество звонков на каждый номер. Подходит для звонков с внешних площадок – досок объявлений, газет и листовок, офлайн-каналов. Для каждого источника компания арендует отдельный телефонный номер. Поступающие на него звонки система записывает в соответствующий раздел отчёта.

Динамический коллтрекинг

Система привязывает звонки к выбранным словам из рекламных кабинетов, таких как Яндекс.Директ и Google Ads. Для этого менеджер по рекламе устанавливает код на сайт. Отдельные номера для разных страниц появляются автоматически.

Принцип работы динамического коллтрекинга:

- Посетитель заходит на сайт по объявлению или партнерской ссылке.

- Система динамический выдаёт ему уникальный номер телефона вместо основного номера компании, с учётом источника перехода.
- Сервис коллтрекинга отслеживает, по какому ключевому слову пользователь нашёл ваш сайт или рекламное объявление.

Этот вид коллтрекинга более дорогой в сравнении со статическим – нужно закупить больше номеров. Однако вы точно знаете, откуда пришёл клиент и что он искал.

Динамическая система отслеживания заявок подходит для компаний, получающих основной поток лидов через собственный сайт.

Комбинированный

Сочетание статического и динамического коллтрекинга. Для понятных каналов, вроде наружной рекламы, маркетолог выбирает статический коллтрекинг. Для значимых источников переходов, по которым нужна детальная статистика, использует динамический.

Коллтрекинг через промокод

Это ручной способ отслеживания заявок. Подходит для тех, кто хочет использовать основной номер компании. Клиент называет оператору промокод, который нашёл в объявлении, email-письме или на странице захвата.

Коллтрекинг через скрытие номера

На сайте указана часть номера и посетитель кликает по нему, чтобы открыть полностью. Владелец бизнеса или маркетолог знает источники переходов, с которых кликали по номеру, но звонки и продажи не отражены в системе.

Подходит для бизнесов с ограниченным рекламным бюджетом.

Сколько нужно номеров и почему их может не хватать

Динамический трекинг позволяет выдавать каждому посетителю уникальный номер. Если с сайта набрали номер 10 человек, то нужно минимум 10 номеров. Если будет 10 номеров и 20 посетителей одноврменно позвонят в компанию, у половины из них не получится определить источник перехода.

Сценарии использования коллтрекинга:

1. Номеров хватает. Номеров больше, чем посетителей на сайте. Статистика сформирована точно.

2. Номеров не хватает. Пользователей больше, чем номеров, поэтому несколько людей получили одинаковый статический номер. Звонки отображены в системе, но источник неправильный.

Для точной статистики всегда нужно иметь запас номеров – их должно быть больше, чем одновременных посетителей на сайте. Оптимальный запас – 20% сверх количества пользователей онлайн.

Как выбрать подходящий сервис коллтрекинга – критерии

Критерии отбора системы коллтркинга:

1. Стоимость подписки. Крупные компании предлагают больше возможностей и тарифов – вы сэкономите и получите необходимый функционал.

2. Тестовый период. Оцените сервис в действии в течение 3-7 дней и только потом решайте, стоит ли заказывать услугу отслеживания звонков.

3. Наличие динамического коллтрекинга. Не во всех сервисах есть такая услуга.

4. Удобство и скорость интеграции системы в действующую CRM. Многим владельцам бизнеса и маркетологам важно самостоятельно контролировать работу сервиса.

5. География охвата. Актуальное требование для бизнесов, получающих заявки из разных регионов.

6. Запись и прослушивание разговоров. Незаменимая функция, позволяющая отслеживать потребности аудитории оценивать работу менеджеров.

7. Интеграция с внешними сервисами. Удобно отслеживать статистику в Яндекс.Метрике и Google Analytics.

Попробуйте сервис по внедрению сквозной аналитики и коллтрекинга Calltouch. Преимущества решения:

Точность данных по всем заявкам с сайта

Отслеживайте ключевые слова, по которым пользователи ищут ваш продукт. Повышайте эффективность рекламы и будьте ближе к потенциальным клиентам.

Запись звонков и удобный плеер для прослушивания разговоров

Оптимизируйте работу продажников и улучшайте скрипты.

Поддержка голосового приветствия и прозвона клиентов

Виджеты социальных сетей VK и Facebook позволяю автоматически звонить клиентам, заполнившим форму с номером телефона. Звонок сначала направляется оператору, а затем клиенту.

Тегирование звонков и отслеживание пути клиента

Создавайте теги для звонков вручную или автоматически. Указывайте разделы, чтобы получить точные отчёты. Отследите весь путь касаний клиента с вашей воронкой продаж.

Бесплатная интеграция с внешними сервисами и CRM

Настройте работу сервиса с Яндекс.Директ, Google Ads AmoCRM и 1С за 5 минут.

Сервис коллтрекинга Calltouch позволяет добавлять региональные номера, 8800 или свои телефоны.

Выводы

Прежде чем выбрать сервис коллтрекинга, оцените работу существующей модели телефонных продаж. Оцените бюджет и нынешнюю стоимость привлечения клиентов. При правильных выводах calltracking позволяет оптимизировать рекламные затраты и облегчить работу менеджеров.