

# Мобильные метрики – необходимый компонент маркетинговой стратегии

Ноябрь 2012

Рыбалко Алексей  
Кварта Технологии



# План

- Определение проблем;
- Мобильные метрики - часть системы взаимодействия с клиентами (eCRM);
- Устранение разделения данных по метрикам на контейнеры;
- Мобильные метрики:
  - Этапы становления и развития в компании;
  - Что следует измерять?
- Оптимизация мобильных ресурсов.

# Исследования по теме



## Июнь 2011

- Более 50% опрошенных маркетологов считают мобильные метрики ключевой частью рекламной стратегии;
- 35% заявили об увеличении бюджетов на мобильную рекламу более чем на 50%;
- 60% считают рынок смартфонов приоритетным;
- 31% активно разрабатывают ПО для планшетов;
- 69% главной проблемой указали отсутствие стандартов на метрики/методы измерений.



## Август 2012

- Реклама на мобильных сайтах и устройствах имеет высокий коэффициент переходов (42% и 37% соответственно);
- Более 50% переходов с мобильных устройств по рекламным баннерам ведут на адаптированные сайты

# Исследования по теме



eMarketer™



Leading the Marketing Community

FORRESTER®

## ROI of Existing Mobile Marketing Campaigns According to Companies in North America, April 2011 % of respondents

Exceeded expectations



Performed as expected



Performed worse than expected



Far below expectations



Haven't measured it



Don't know



*Note: among respondents that currently have or plan to have a mobile marketing strategy; numbers may not add up to 100% due to rounding  
Source: King Fish Media, "Mobile Marketing: Plans, Trends and Measurability" sponsored by HubSpot, Junta42 and Maxymiser, May 17, 2011*

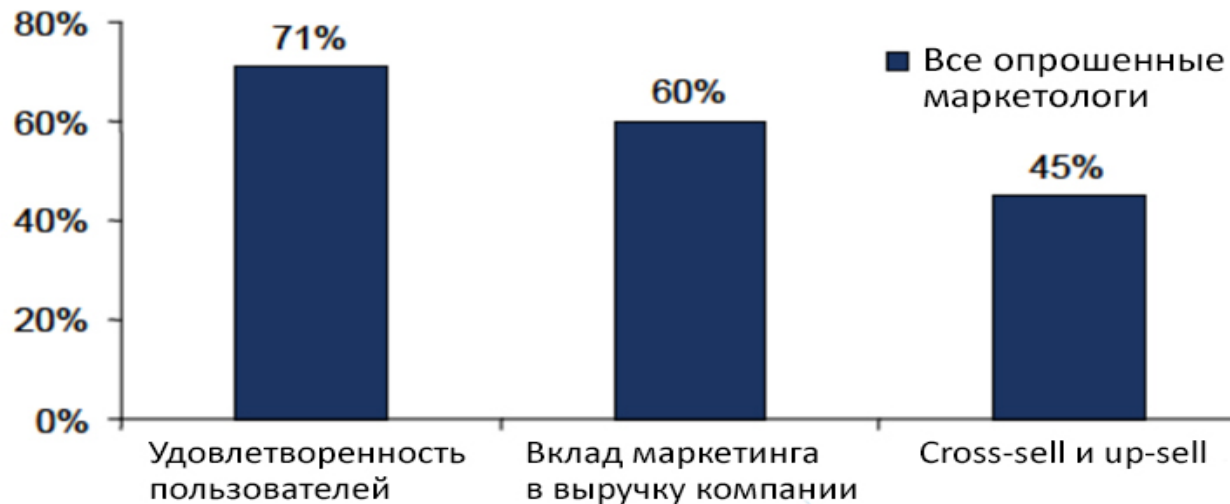
128080

www.eMarketer.com

# Исследования по теме

Aberdeen Group  
A Harte-Hanks Company

## Ключевые метрики



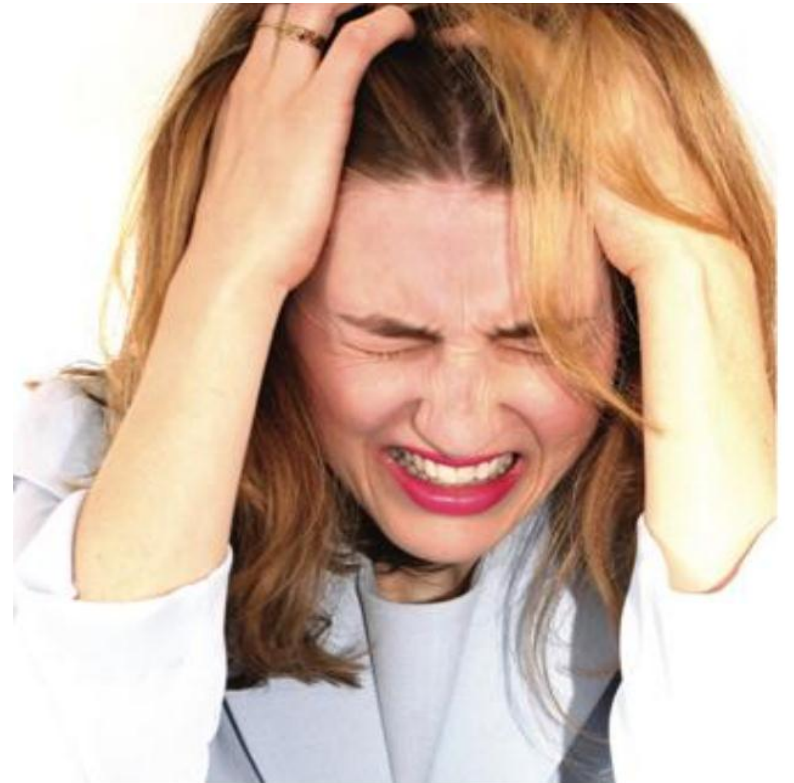
# На дворе - 1999 год?

« Я не знаю, что такое  
~~мобильное приложение~~  
~~вебсайт~~, но я точно знаю,  
что мне это нужно »



# Одна из основных проблем

До **38%** пользователей  
не удовлетворены  
клиентскими  
мобильными  
приложениями ... \*

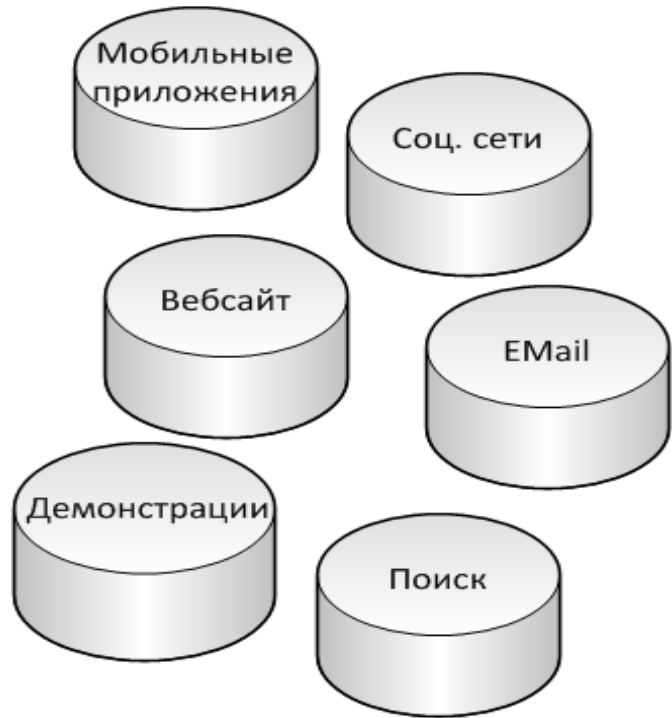


\* Источник: EffectiveUI

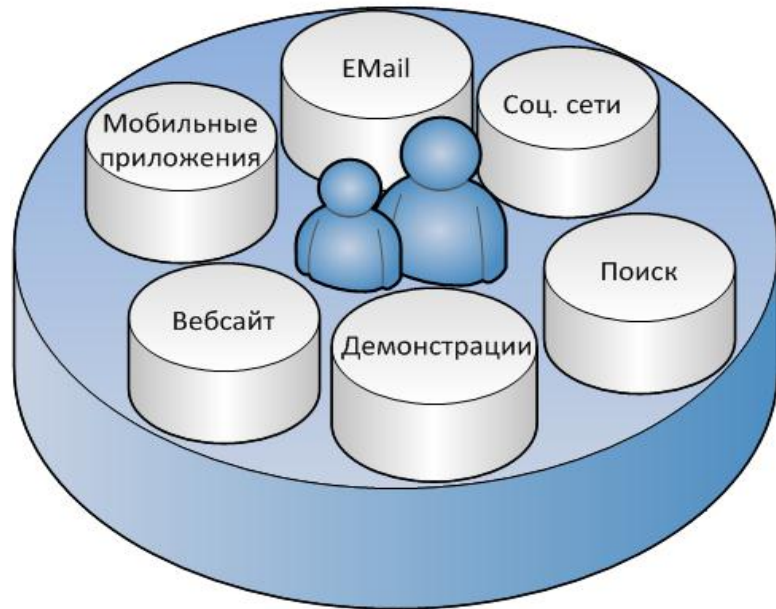


# Подходы к работе с метриками

Каналы данных / хранилища данных



Централизованный взгляд на пользователя

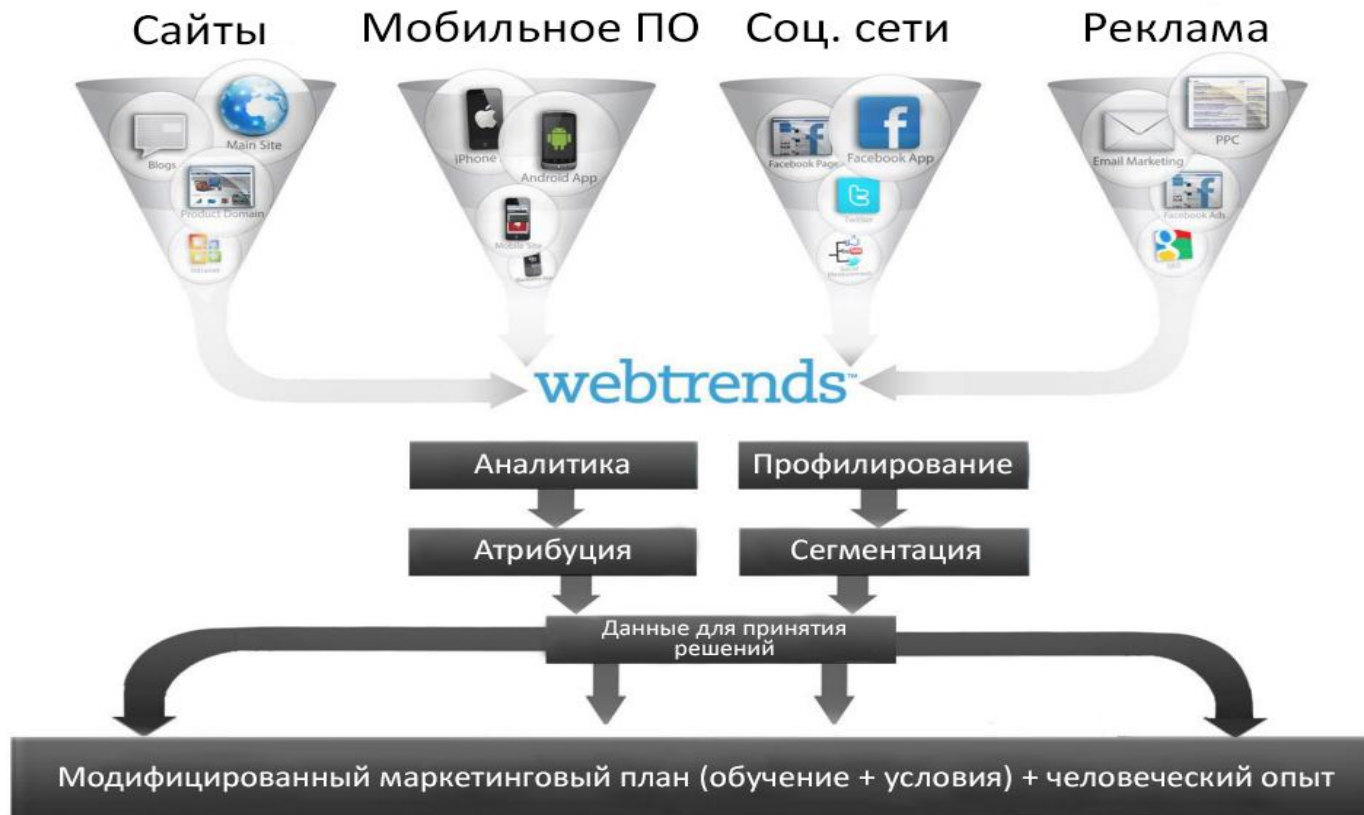




# Сведение каналов данных



# Сведение каналов данных



# Сведение каналов данных



# Проблемы мобильных метрик

- Большое число устройств/платформ для отслеживания;
- Данные мобильных метрик раздроблены;
- Нет поддержки тэгов и cookies;
- Необходимы схемы для online/offline;
- Отсутствие стандартов на скорость работы в индустрии;
- Ряд решений аналитики концентрированы на веб особенностях;
- Ограничение отслеживаемых платформой параметров;
- Возможность импорта/экспорта данных с платформы аналитики;
- Часто ограниченные возможности по монетизации событий.

# Стадии зрелости



**Внедрение,**  
количество скачиваний



**Использование**  
и **вовлечение**



**Эффективность и**  
**оптимизация**

# Шкала зрелости

- **Принятие**

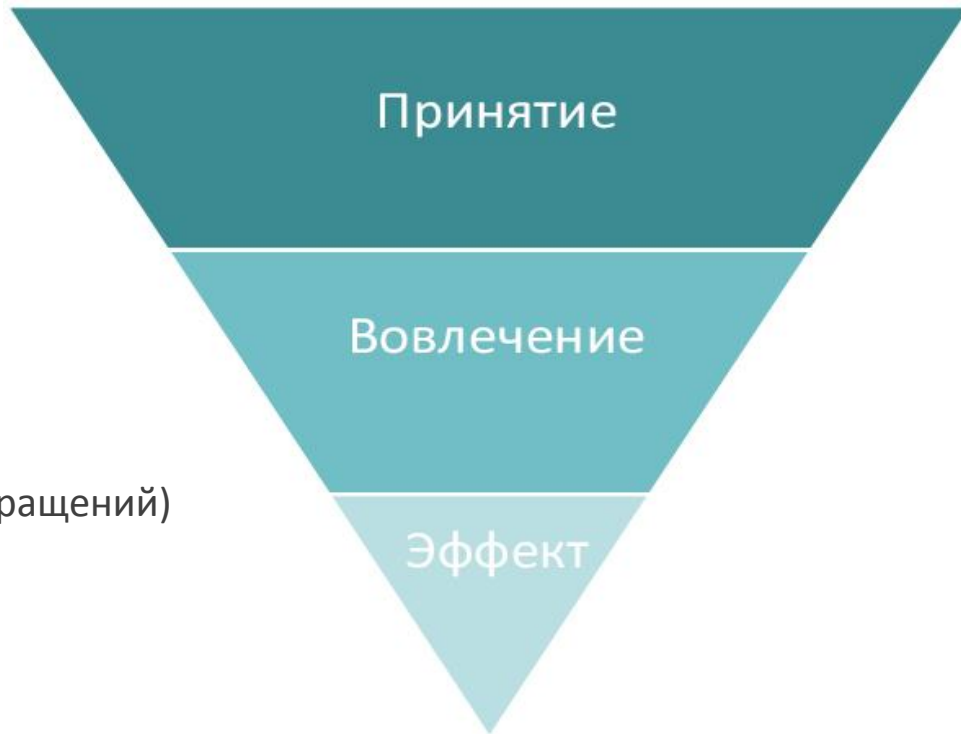
- Скачивания приложений
- Посещения веб сайта
- Использование ПО (% от скачиваний)
- SMS подписка

- **Вовлечение**

- Частота (визит/пользователь)
- Глубина (события/пользователи)
- Процент сохранения клиентов (% возвратений)
- Отклик на рассылки

- **Эффективность**

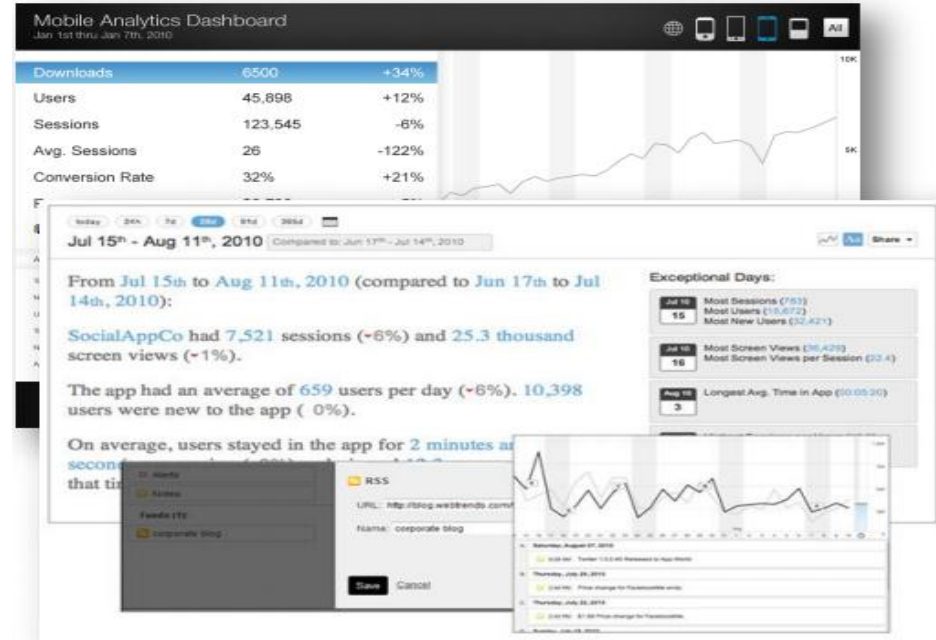
- Целевые конверсии
- События высокой ценности





# Планирование мобильных метрик

- Начинать заранее
- Вовлекать всех заинтересованных
- Определить формат и распространение
- Определить все способы измерений всех событий
- Фокус на критичных метриках
- Понимание существующего мобильного обмена данными с вебсайтом



# SMS/MMS метрики

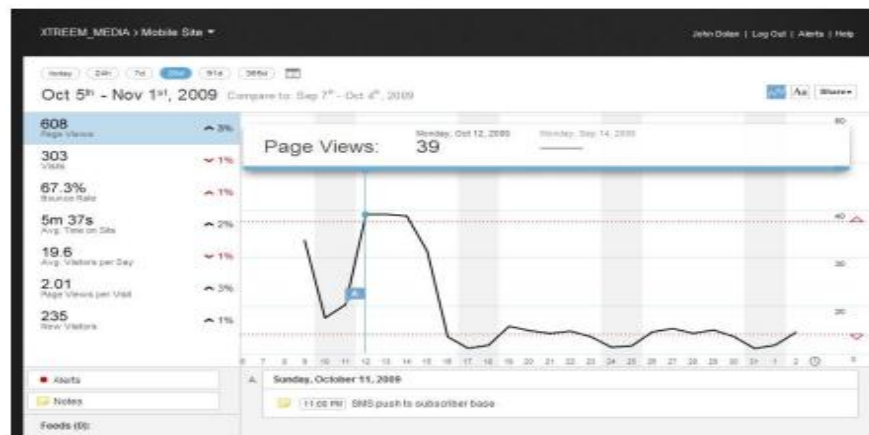
- **Timestamp:** дата и время доставки сообщения
- **MSISDN:** номер телефона участвующего пользователя
- **Operator:** несущий канал оператора, с привязкой к телефонному #
- **Prefix:** ключевое слово, привязанное к кампании
- **Short Code:** код, по которому работает кампания
- **Price Point:** цена, привязанная к каждому сообщению
- **MT Count:** количество переданных сообщений
- **Request:** текст сообщения от мобильного устройства
- **Response:** текст ответа сервера
- **Message State:** итоговый статус сообщения (доставлено, отправлено на обработку и т.д.)



SMS аналитика

# Мобильный вебсайт

- Понимание трендов мобильного трафика к сайту, состав устройств
- Решение должно измерять трафик со всех устройств, а не только смартфонов
- Оптимизировать сайт под категорию мобильных пользователей, приоритезация ресурсов, усиление конверсий



XTREEM\_MEDIA - Mobile Site - Pages

John Dolan | Log Out | Alerts | Help

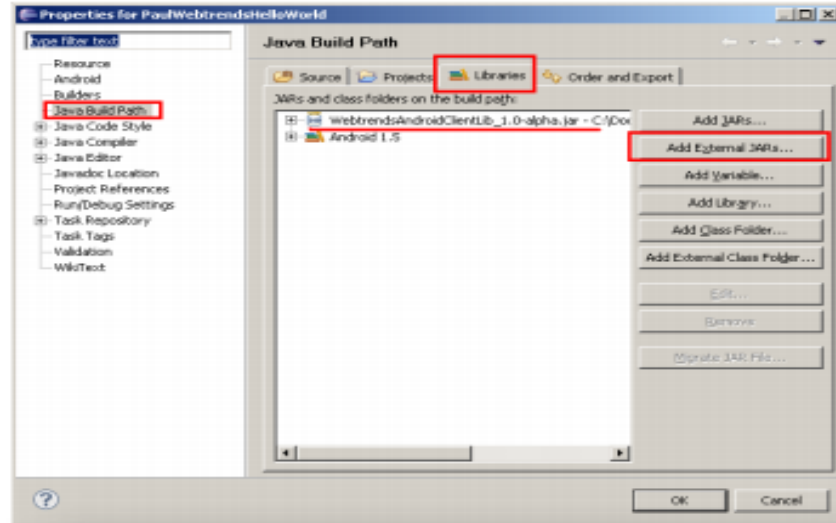
Oct 5<sup>th</sup> - Nov 1<sup>st</sup>, 2009 Compare to: Sep 7<sup>th</sup> - Oct 4<sup>th</sup>, 2009

Show 25 entries

Page	Visits	Value	Average Time Vis
http://m.xtreemedia.com/home	6,574	10,528	229
http://m.xtreemedia.com/products	2,815	5,961	88
http://m.xtreemedia.com/about	1,315	3,398	31
http://m.xtreemedia.com/info	821	1,883	33
http://m.xtreemedia.com/services	930	1,352	28
http://m.xtreemedia.com/info/contact	398	875	29
http://m.xtreemedia.com/about/team	361	415	158
http://m.xtreemedia.com/products/packages	280	875	42
http://m.xtreemedia.com/products/packages/full	277	573	31
http://m.xtreemedia.com/services/full	254	454	182
http://m.xtreemedia.com/about/location	245	388	77

# Внедрение SDK в приложение

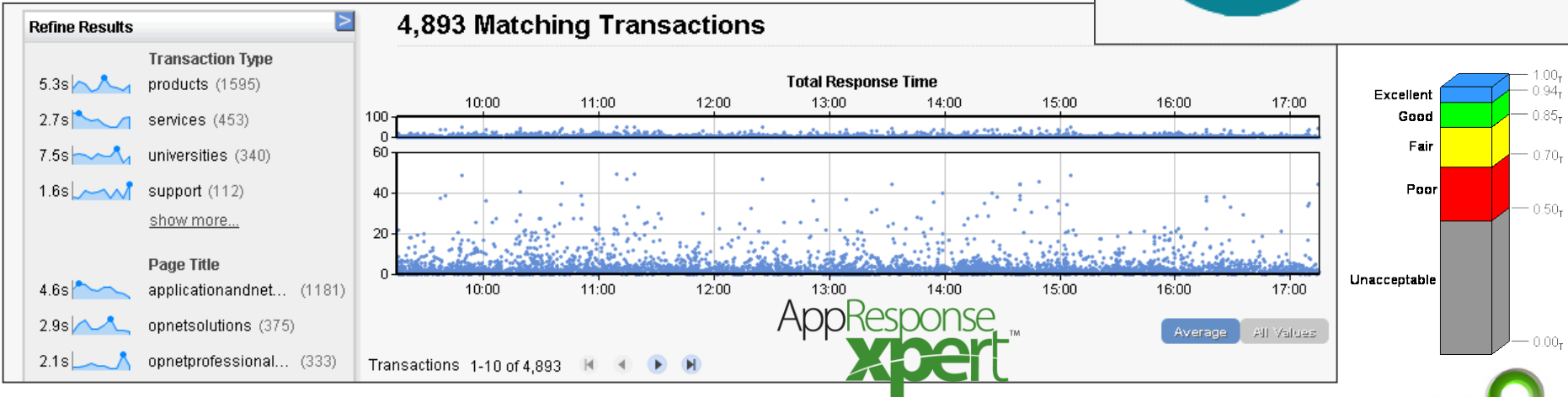
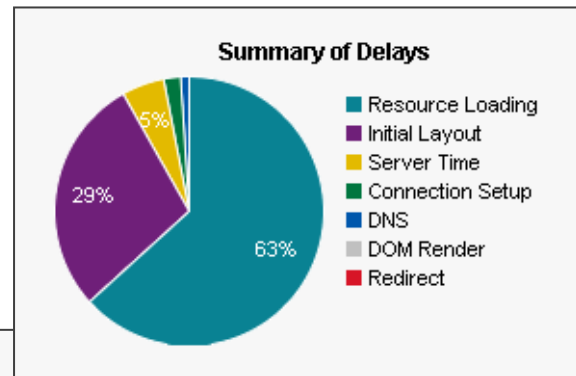
- Интеграция системы отслеживания в приложение
- Создание стандартных и настраиваемых событий
- Решение должно позволять авто-запись в кэш для захвата offline-данных
- Отслеживание действий клиентов, и уклонения от действий



# Оптимизация ресурсов – SaaS услуга

## Анализ данных:

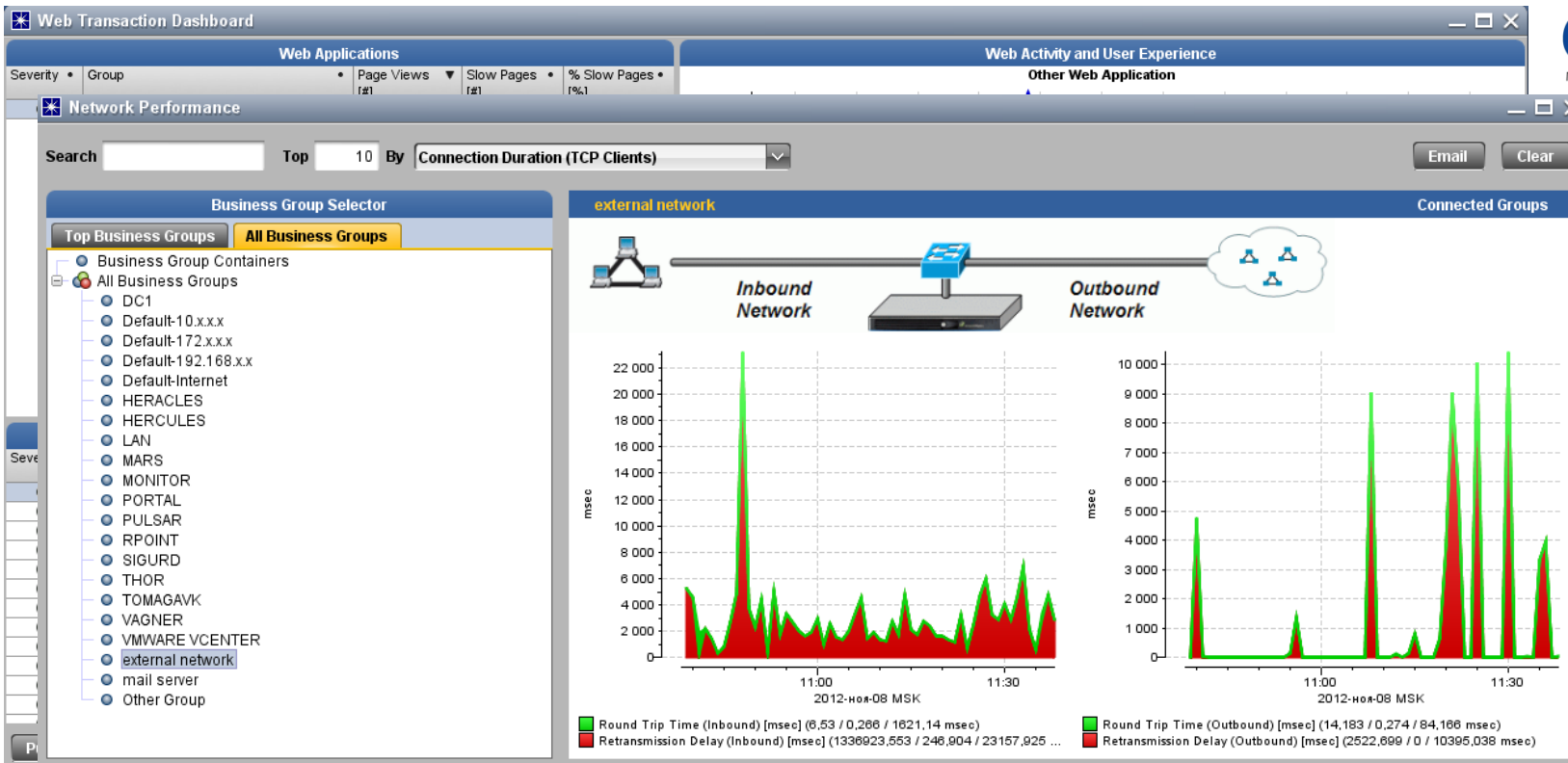
- Производительность платформы, географии
- Разбор задержек во время
- Установка пороговых значений и оценка их превышений
- Работа с Большими Данными – выявление корреляций



# Оптимизация ресурсов – локальный анализ

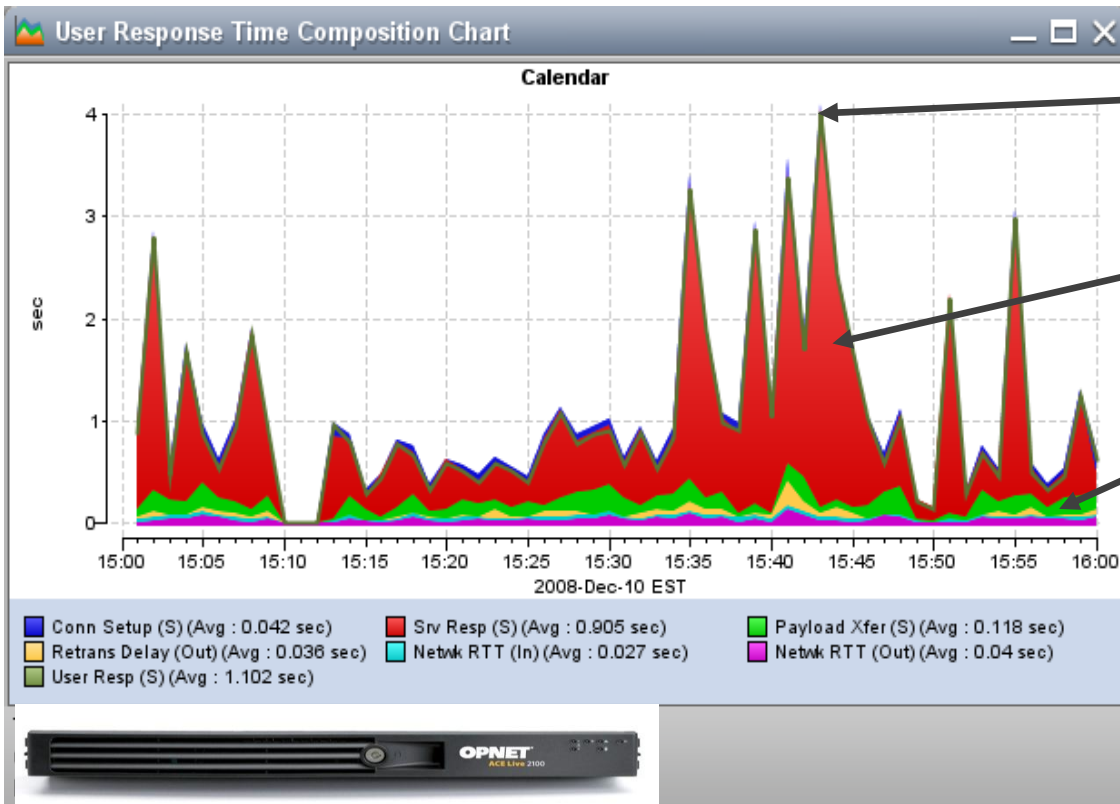
**OPNET**<sup>®</sup>  
Making Networks and Applications Perform<sup>®</sup>

AppResponse  
**xpert**<sup>™</sup>





# Оптимизация ресурсов – локальный анализ



Время отклика на стороне пользователя мобильного приложения

Красным выделена задержка на сервере

Зеленый, фиолетовый, желтый – задержки в сети

**OPNET**  
Making Networks and Applications Perform®

AppResponse  
**xpert**

# Достижение успеха

- **Построение стратегии измерений**, отражающей достижение конкретных целей;
- **Согласование** с партнерами и командами для обеспечения потока необходимой статистики;
- Использование данных для **выявления возможностей оптимизации** мобильных приложений;
- **Принятие канала мобильных метрик** как составной части eCRM, а не отдельно стоящей системы;
- **Оптимизация** ресурсов, улучшение взаимодействия с мобильным контентом – драйвер лояльности пользователей.

# Вопросы

Рыбалко Алексей  
[ar@quarta.ru](mailto:ar@quarta.ru)



webtrends™

