

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

В результате интеграции Google Analytics Премиум и BigQuery сервис Skyscanner может увеличить эффективность работы и получать больше полезных данных



Skyscanner – ведущая система веб-поиска информации об авиарейсах, гостиницах и прокате автомобилей по всему миру, основанная в 2003 году. Используя сайты и мобильные приложения, связанные с компанией, более 40 млн человек ежемесячно находят лучшие предложения от транспортных компаний и отелей.

Маркетологи Skyscanner хотели получать более подробное представление о поведении клиентов, чем позволяли стандартные отчеты, созданные с помощью Google Analytics Премиум и даже специальных API. “Эти инструменты подходят для общего анализа и стандартных маркетинговых отчетов, но нам были нужны более подробные сведения, которые помогли бы нам улучшить наши продукты,” – говорит Марк Шилтон (Mark Shilton), ведущий аналитик отдела по обработке данных.

Например, специалисты компании хотели создать подробные когорты клиентов и изучить, как они работают со Skyscanner на протяжении определенного периода времени. Кроме того, представителям разных отделов компании было интересно, как

“Когда мы настроили экспорт данных из Google Analytics Премиум в BigQuery, этот источник данных приобрел ключевое значение, поскольку теперь мы можем своевременно получать точные сведения.”

Задачи

- Получать более подробные сведения о поведении потребителей.
- Проводить быстрые и эффективные исследования.
- Оптимизировать продукты компании.

Стратегия

- Интеграция Google Analytics Премиум и BigQuery.
- Сочетание указанных выше сервисов с другими инструментами, например Tableau и Python.
- Проведение одиночных исследований и создание ежедневных сводок.

Результаты

- Ускорение рабочих процессов.
- Более быстрое получение расширенных сведений.
- Увеличение коэффициента конверсии на мобильных устройствах на 30–40% за последние полгода.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

применяются те функции сервиса, за которые они отвечают. Для этого им важно было узнать не только об общем коэффициенте конверсии, но и о том, какая доля от общего числа клиентов пользуется той или иной функцией. Помимо этого, представители Skyscanner хотели получить сведения о конкретных странах, различных устройствах и маркетинговых каналах.

Создание плана для подготовки точной статистики

Чтобы решить существующие задачи, специалисты Skyscanner интегрировали Google Analytics Премиум с BigQuery. В результате компания смогла приступить к проведению подробных исследований в своей отрасли. Например, теперь аналитики и инженеры с помощью когортного анализа узнают, как часто клиенты повторно используют Skyscanner и какие каналы наиболее эффективны на этапе поиска, покупки продукта и т. д. “Благодаря этому виду анализа мы лучше понимаем результаты своей маркетинговой деятельности и можем принимать более обоснованные решения о дальнейшей стратегии и расходах,” – говорит Марк.

По его словам, сочетание BigQuery и других инструментов (например, Tableau и Python) также позволяет проводить анализ быстрее и эффективнее, чем раньше. “Раньше приходилось прикладывать немало усилий, чтобы получить полный отчет по нужным сегментам пользователей из Google Analytics Премиум на панели инструментов Tableau. Сейчас достаточно составить заявку и создать связь в Tableau. Данные будут автоматически обновляться каждый день, и просматривать их сможет любой сотрудник компании”.

Ещё одно важное преимущество работы с сочетанием инструментов – возможность гибко контролировать расходы. “Нам постоянно нужны агрегированные и сегментированные данные, но при этом мы должны учитывать, сколько нам будет стоить несколько раз запрашивать весь набор данных BigQuery из-за одних и тех же сведений, – поясняет Марк. – Чтобы сократить эти расходы, мы используем скрипты Python. Они позволяют автоматически преобразовывать агрегации в небольшие таблицы, запрашивать которые дешевле”.

О компании

- Ведущая система поиска информации об авиарейсах, гостиницах и прокате автомобилей.
- Компания основана в 2003 г.
- www.skyscanner.net

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Доступ ко всем нужным данным и отличные перспективы

Благодаря интеграции Google Analytics Премиум и BigQuery сотрудники Skyscanner могут представлять необработанные данные в том виде, который позволит лучше понимать поведение потребителей. “Мы использовали BigQuery для проведения различных анализов – от однократных исследований до ежедневного сбора данных, – говорит Марк. – Всякий раз нам требовалось меньше усилий и времени, чтобы получить нужные данные. Это особенно важно для бизнеса в Интернете. Теперь аналитики могут не настраивать один или несколько полных отчетов с помощью API, а создать заявку в BigQuery и сразу же получить нужные сведения”.

“Благодаря BigQuery мы также смогли независимо оценить результаты нашей маркетинговой деятельности и изменения сайта, – добавляет Марк. – Создавая заявки по коэффициенту конверсии на различных страницах, мы можем точнее сегментировать трафик и различать посетителей из разных источников: конкретных маркетинговых кампаний, клиентов из разных сегментов аудитории или пользователей новых функций. Эти возможности помогли нам увеличить общий коэффициент конверсии на своих сайтах. В частности, на ресурсах для мобильных устройств этот показатель за последние полгода вырос на 30–40%”.

В ближайшем будущем Skyscanner планирует на основе получаемых данных сегментировать и группировать пользователей для машинного анализа. При стандартных методах создания отчетов решить эту задачу было бы невозможно.

Что такое Google Analytics

Google Analytics позволяет компаниям всесторонне оценивать свои интернет-ресурсы, их аудиторию и эффективность маркетинга. С помощью этого гибкого, удобного и производительного инструмента маркетологи могут подбирать оптимальные сообщения и каналы. Современные средства для атрибуции конверсий и проведения тестов позволяют любым компаниям улучшать свои продукты и максимально эффективно реализовывать стратегии цифрового маркетинга. Дополнительные сведения представлены на сайте google.com/analytics.