



О компании Rozetka

- Местоположение: Киев, Украина.
- Ведущий интернет-магазин в Украине.
- Клиент Google Analytics Премиум.
- Веб-сайт: www.rozetka.ua.

О компании OWOX

- Поставщик решений и услуг аналитики для компаний, специализирующихся на электронной и многоканальной торговле.
- Сертифицированный партнер Google Analytics и реселлер Google Analytics Премиум.
- Веб-сайт: www.owox.com.

Цели

- Рекомендовать клиентам релевантные товары.
- Улучшить качество данных путем интеграции информации из существующей системы планирования бизнес-ресурсов.
- Увеличить среднюю стоимость заказа и дохода от клиента после каждой рекламной рассылки.

Подход

- Сбор данных с помощью Диспетчера тегов Google.
- Использование списков сопутствующих товаров из Google Analytics для произведения расчетов.
- Импорт данных о сопутствующих товарах из Google Analytics в BigQuery.
- Добавление данных о взаимодействии с клиентами в BigQuery и их обработка.

Результаты

- Доход от прямого маркетинга увеличился на 18%.
- Средняя стоимость заказа выросла почти на 9%.

Интернет-супермаркет Rozetka увеличил доход от прямого маркетинга на 18% благодаря спискам сопутствующих товаров из Google Analytics

По доле рынка и узнаваемости бренда интернет-магазин Rozetka лидирует в Украине, а в странах СНГ он относится к наиболее часто посещаемым. В его ассортимент входят бытовая техника, электроника, товары для дома, одежда, обувь, ювелирные украшения, а также билеты на самолеты и поезда.

Руководство компании постоянно внедряет новые алгоритмы работы для повышения объема продаж. Как лидер рынка, интернет-магазин обладает обширной клиентской базой, которая дает огромные возможности для получения прибыли от повторных продаж. Благодаря богатому ассортименту и значительному числу посетителей постоянно накапливается большой объем данных о поведении и транзакциях, которые могут служить источником для составления рекламных предложений.

Когда была поставлена задача повысить доход от каждого клиента и увеличить среднюю стоимость заказа, компании потребовалась помощь с систематизацией товаров, мерчандайзингом, составлением предложений и организацией электронной рассылки. При поддержке аналитиков из OWOX была реализована система составления рекламных предложений на основе списков сопутствующих товаров, сгенерированных в Google Analytics. Позже эти данные пригодились для прямого маркетинга в почтовых рассылках.

На первом этапе в Google Analytics был настроен сбор структурированных данных о всех точках взаимодействия покупателей с товарами:

- The на сайте для настольных компьютеров (через Диспетчер тегов Google для веб-сайтов);
- на сайте для мобильных устройств (через Диспетчер тегов Google для веб-сайтов);
- в приложениях (через SDK Диспетчера тегов Google для мобильных приложений);
- в центре обработки звонков (через расширение оператора связи и Диспетчер тегов Google для веб-сайтов).

На втором этапе полученные данные экспортировали из Google Analytics в BigQuery при помощи Core Reporting API версии 3.0. Это повысило качество рекламных предложений:

- предлагаются только товары с подтвержденным статусом наличия;
- товары из неподходящих категорий отсеиваются;
- исключаются товары, купленные пользователями ранее.

О сервисе Google Analytics

- Google Analytics Премиум – это аналитический инструмент, с помощью которого крупные и небольшие компании могут получать подробные данные о своей цифровой аудитории и эффективности маркетинговых усилий. Он позволяет эффективнее проводить рекламные кампании, повышать удовлетворенность клиентов и оптимизировать стратегии электронного маркетинга. Точные инструменты для атрибуции конверсий и экспериментальные функции помогают опытным маркетологам оптимально распределять ресурсы для получения желаемых результатов.

- Дополнительную информацию можно найти на сайте google.com/analytics

На последнем этапе были созданы списки для прямого маркетинга с улучшенными предложениями, полученными благодаря интеграции. В целом доход от прямого маркетинга вырос на 18%, а средняя стоимость заказа – почти на 9%. Добившись положительных результатов в области прямого маркетинга, руководители компании Rozetka решили применить тот же алгоритм для создания блоков с предложениями товаров на своем веб-сайте.

“Мы рассказали о своих бизнес-целях специалистам OWOX, и они помогли нам достичь их, интегрировав нашу систему планирования бизнес-ресурсов с Google Analytics Премиум и BigQuery. Это позволило нам отправлять клиентам больше релевантных предложений, и в результате доход от прямого маркетинга вырос на 18%”.

— Владислав Чечеткин, генеральный директор интернет-супермаркета Rozetka
