



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Матрица Сравнения Инструментов Маркетинговой Аналитики

Подробный гид по выбору систем для оценки ROI и оптимизации маркетинга

Введение: Как пользоваться этой матрицей

Эта матрица создана для того, чтобы помочь вам быстро и эффективно выбрать наиболее подходящие инструменты маркетинговой аналитики. Она охватывает ключевые категории, необходимые для комплексной оценки ROI маркетинга, включая финансовые показатели, клиентскую лояльность, репутацию бренда и стратегическое развитие.

Как использовать:

1. Определите свои потребности: Какой ROI вы хотите измерять в первую очередь (финансовый, клиентский, брендовый, стратегический)? Какие задачи стоят перед вашим маркетингом?
2. Изучите категории: Найдите категории инструментов, которые соответствуют вашим задачам (например, если вам нужно отслеживать звонки, смотрите 'Коллтрекинг').
3. Сравните инструменты: Внутри каждой категории оцените инструменты по ценовому сегменту, специфике бизнеса, ключевым возможностям, преимуществам и недостаткам.
4. Обратите внимание на интеграции: Убедитесь, что выбранные инструменты могут работать вместе, чтобы обеспечить сквозную аналитику.
5. Перейдите по ссылкам: Используйте предоставленные ссылки для более детального изучения и тестирования инструментов.

Помните, что идеального инструмента не существует. Лучшее решение – это комбинация систем, которая наилучшим образом соответствует уникальным потребностям и бюджету вашего бизнеса.

Матрица Сравнения Инструментов Маркетинговой Аналитики

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

Рекомендации по выбору инструментов в зависимости от размера бизнеса

Малый бизнес (до 10 сотрудников)

Начните с бесплатных или бюджетных решений. Яндекс.Метрика или Google Analytics для веб-аналитики. Бесплатный тариф Битрикс24 или AmoCRM для управления клиентами. Testograf для опросов. Ручной сбор данных в Excel для расчета LTV и базового ROMI. По мере роста рассмотрите Unisender для email-маркетинга.

Средний бизнес (10-100 сотрудников)

Инвестируйте в сквозную аналитику. Roistat для комплексного отслеживания ROI. Платные тарифы AmoCRM или Битрикс24 для полноценного управления продажами. Calltouch для коллтрекинга. Unisender для автоматизации маркетинга. Рассмотрите Yandex DataLens для продвинутой визуализации данных.

Крупный бизнес (более 100 сотрудников)

Требуется экосистема интегрированных решений. Полные версии Roistat или аналогичные системы. Кастомизированные CRM-системы. Brand Analytics или YouScan для мониторинга репутации. Корпоративные BI-системы (например, Yandex DataLens или Power BI) для глубокого анализа и прогнозирования. Возможно, потребуется разработка собственных интеграций.

Ваш текущий уровень аналитической зрелости



Начинающий (базовый ROI) Развивающийся (клиентский ROI) Продвинутый (брендовый ROI) Эксперт (стратегический ROI)

Отметьте, где находится ваша компания сейчас, чтобы определить следующие шаги в развитии аналитики.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

