

Курс «Сквозная аналитика» (2021)

learn.osipenkov.ru/end-to-end



Вы освоите практические приемы настройки CRM-системы и инструментов веб-аналитики для отслеживания пути клиента от клика по рекламе до его повторных продаж, а также создадите отчет, который позволит принимать верные решения и увеличить прибыль компании.

Краткая информация по курсу:

- **Старт** – в любое время, из любой точки мира;
- **Обучение** – онлайн, уроки в записи;
- **Количество занятий** – 21 + бонусный блок (примеры внедрения сквозной аналитики из моего личного опыта, а также подробные разборы преимуществ и недостатков готовых решений сервисов сквозной аналитики, которые существуют на рынке);
- **Дополнительно:** доступ в закрытый Telegram-канал для слушателей курса;
- **Продолжительность одного занятия** – 2.5 часа;
- **Длительность обучения** – 90 дней;
- **Проект** – обучение будет проводиться на вашем или моем проекте. Если вы не имеете проекта, я могу вам его предоставить. Однако не забывайте, что настройка сквозной аналитики очень индивидуальна, требует времени, командной работы и дополнительных финансовых затрат. Вы сможете выполнить некоторые задания из курса на моих тестовых проектах. Однако блоки, связанные с внедрением CRM-системы, объединением данных и некоторые задания из других тем, будут для вас практически невыполнимы в силу ограниченности данных и ресурсов. Поэтому проект для обучения желательно иметь свой;
- **Площадка для обучения** – GetCourse (у каждого слушателя свой личный кабинет), все доступы к занятиям (видео), презентации, дополнительные материалы, чек-листы будут доступны вам в течение всего времени, даже после окончания курса;
- **Проверка домашних заданий** – да, проверяю лично я (Яков Осипенков);
- **Домашнее задание** – после каждого урока, **курсовая работа** – после каждого блока. В конце обучения – **дипломная работа**;
- **Последовательное открытие уроков** – занятия открываются последовательно, то есть каждый следующий урок будет открыт после сдачи домашнего задания предыдущего урока;
- **Сертификат об окончании и рекомендации по трудоустройству** – только для тех, кто сдаст все домашние задания, курсовые работы и итоговую дипломную работу;
- **Автор курса** – Яков Осипенков (osipenkov.ru);
- **Курс с обновлениями** – я буду дополнять материалы актуальной информации в случае, если она устарела или изменилась.

Дополнительно рекомендую ознакомиться с [договором оферты](#) и [условиями прохождения онлайн-курса](#).



Блок №1. Введение

Занятие №1. Веб-аналитика vs Сквозная аналитика

- История возникновения счетчиков веб-аналитики
- Роль веб-аналитики в онлайн-бизнесе
- Две модели аналитики
- Что такое сквозная аналитика?
- «Классическая» и сквозная аналитика. В чем разница?

Занятие №2. Введение в сквозную аналитику

- Профессия «Веб-аналитик». Кто он?
- Схема работы сквозной аналитики
- Для каких бизнесов (проектов) подходит?
- Кто внедряет сквозную аналитику?
- Инструменты сквозной аналитики
- Основные проблемы, связанные с внедрением
- Почему так мало материалов по сквозной аналитике в сети?

Занятие №3. Подготовительные работы

- Персонализация
- Защита персональных данных
- Основные термины веб-аналитики и сквозной аналитики
- Этапы внедрения сквозной аналитики
- Создание собственной модели данных

Занятие №4. Юнит-экономика

- Что такое юнит-экономика?
- Метрики, которые необходимы в расчете (CPL, CPO, CAC, LTV, DPP, ROMI)
- Постоянные издержки
- Переменные издержки
- Примеры расчетов

После завершения блока - курсовая работа

Блок №2. Веб-аналитика

Занятие №5. Счетчики веб-аналитики

- Типы счетчиков
- Принципы работы счетчиков веб-аналитики
- Как Google Analytics и Яндекс.Метрика считают пользователей? (файлы cookie, Client ID)
- Кросс-платформенное отслеживание (User ID)
- Структура аккаунта Google Tag Manager, Яндекс.Метрики и Universal Analytics/GA4

Занятие №6. Первичная настройка

- Установка Google Tag Manager, Яндекс.Метрики и Universal Analytics/GA4
- Что отслеживать на сайте?
- Примеры отслеживания
- Разметка трафика с помощью UTM-меток
- Чек-лист по настройке Яндекс.Метрики
- Чек-лист по настройке Universal Analytics

Занятие №7. Настройка целей и событий

- Настройка целей
- Отслеживание событий (клики по кнопке, отправка формы, просмотр видео, скроллинг и т.д.)
- Настройка чатов, онлайн-консультантов
- Настройка уникального идентификатора пользователя (Client ID)

Занятие №8. Настройка колтрекинга и e-mail трекинг

- Выбор сервиса (статический или динамический?)
- Настройка колтрекинга
- Отслеживание e-mail писем
- Передача данных в инструменты веб-аналитики

Занятие №9. Настройка e-commerce проектов

- Настройка расширенной электронной торговли (Enhanced Ecommerce)
- Настройка электронной торговли в Google Analytics 4
- Настройка динамического ремаркетинга
- Кросс-платформенное отслеживание (User ID)

После завершения блока - курсовая работа

Блок №3. Внедрение CRM-системы

Занятие №10. Внедрение CRM-системы I

- Для чего нужна CRM?
- Виды CRM
- Какую CRM-систему выбрать?

Занятие №11. Внедрение CRM-системы II

- Офлайн конверсии / Measurement Protocol
- Про API и Webhooks
- Настройка полей, карточек в CRM системе (Client ID, UTM)
- Примеры настройки

Занятие №12. Простая «CRM-система» в Google Таблицах

- Передача обращений в Google Таблицы
- Привязка заявок к статусам сделок
- API Google Analytics / Query Explorer
- Пример отчета по рекламе и модели данных в Power BI

После завершения блока - курсовая работа

Блок №4. Интеграции

Занятие №13. Общие сведения об интеграциях

- Выбор центрального хранилища данных
- Способы объединения данных из разных систем
- Онлайн коннекторы
- Примеры настройки

Занятие №14. Интеграция с Яндекс.Метрикой и Google Analytics

- Импорт расходов в Google Analytics из других рекламных систем
- Учет офлайн-конверсий в Яндекс.Метрике
- Сквозная аналитика в Яндекс.Метрике
- Сквозная аналитика в Universal Analytics
- Примеры настройки

Занятие №15. Интеграция с Google BigQuery

- О Google BigQuery
- Передача данных в Google BigQuery
- Связывание данных Google Analytics 4 с Google BigQuery
- Примеры

Занятие №16. Интеграция с готовыми решениями

- Сервисы сквозной аналитики
- Примеры

После завершения блока - курсовая работа

Блок №5. Визуализация данных

Занятие №17. Визуализация данных в Google Data Studio

- Зачем нужен Google Data Studio?
- Разбор интерфейса
- Совмещение данных (разные источники и коннекторы)
- Построение отчетности

Занятие №18. Визуализация данных в Microsoft Power BI

- BI-системы
- О Microsoft Power BI
- Разбор интерфейса
- Коннекторы для Power BI
- Совмещение данных (разные источники и коннекторы)
- Построение отчетности

После завершения блока - курсовая работа

Блок №6. Работа с данными

Занятие №19. Работа с данными

- Модели атрибуции
- Ассоциированные конверсии
- Атрибуция на основе воронки

- Customer Journey Map

Занятие №20. Сегментация трафика

- Области действия
- Сегменты и аудитории в Universal Analytics
- Сегменты и аудитории в Яндекс.Метрике
- Сегменты и аудитории в Google Analytics 4
- Сегментация в CRM

Занятие 21. Различные виды анализа

- RFM-анализ
- Когортный анализ
- Анализ повторных продаж
- Итоги обучения

После завершения блока - курсовая работа

Блок №7. Примеры внедрения сквозной аналитики

Серия уроков, посвященная примерам внедрения сквозной аналитики из моего личного опыта, а также подробные разборы преимуществ и недостатков готовых решений сервисов сквозной аналитики, которые существуют на рынке.

** Занятия в этом блоке будут в формате видеозаписей, обновляться и открыты после защиты дипломной работы*