



Урок	На какие вопросы ответим?	Чему научитесь?
<b>Блок 1. Инструменты веб-аналитики</b>		
<b>Веб-аналитика и диджитал-стратегия</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Веб-аналитика: ценность, цель и задачи.</li> <li>• Путь от стратегии и медиаплана к прибыли бизнеса. Задачи веб-аналитики на каждом этапе.</li> </ul>	Поймёте, как этот курс поможет эффективно принимать решения и распределять бюджет
<b>Системы веб-аналитики</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Основные сервисы. Яндекс Метрика, Google Analytics, GTM. Отличия и сходства, ограничения.</li> <li>• Принципы сбора данных. Основные метрики.</li> <li>• Написание ТЗ разработчикам.</li> <li>• Уровни прав доступа, структура аккаунтов.</li> <li>• Манипуляция данными: как проверить и избежать.</li> </ul>	Правильно настроите системы Яндекс.Метрику, Google Analytics, GTM.
<b>Аудит настроек целей</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Метрики, показатели, KPI и цели.</li> <li>• Определение нужных целей веб-аналитики.</li> <li>• Макроконверсии и микроконверсии.</li> <li>• Аудит настроек. Разбор текущей ситуации, поиск ошибок.</li> <li>• Написание ТЗ для настройки целей</li> </ul>	Составите список базовых целей для вашего проекта. Напишите ТЗ для их настройки.
<b>Трафик. Источники трафика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализ трафика сайта по источникам</li> <li>• Обзор дефолтных отчетов. Добавление своих источников трафика. UTM-метки, авторазметки.</li> <li>• Интерпретация отчетов по источникам трафика.</li> </ul>	Проведете аудит источников трафика сайта, найдете ошибки в настройках и исправите их.

<b>Анализ аудиторий</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Типы аудиторий. Соцдем, устройства, активность на сайте.</li> <li>• Проверка гипотез о портрете клиента с помощью отчетов по аудиториям.</li> <li>• Точки роста для бизнеса на основе анализа аудиторий.</li> </ul>	Сформируете список гипотез и предложений по аудиториям для доработки своих рекламных кампаний.
<b>Анализ поведенческих факторов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Аналитика поведения на основе метрик.</li> <li>• Дефолтные отчеты.</li> <li>• Формирование гипотез для улучшения конверсии.</li> </ul>	Сформируете список гипотез для улучшения конверсии.
<b>Сегментирование, построение отчетов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сегментация трафика по параметрам: привлечение, поведение, результат.</li> <li>• Построение кастомных отчетов в интерфейсах GA, ЯМ.</li> </ul>	Построите кастомные отчеты под свои нужды в Метрике и Google Analytics. Модифицируете базовые отчеты с помощью фильтров.
<b>E-commerce</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Типы e-commerce в системах аналитики.</li> <li>• Определение нужного типа и настроек.</li> <li>• Создание ТЗ для аналитика и разработчика.</li> <li>• Разбор и решение типовых проблем.</li> </ul>	Выберете подходящий тип настройки екоммерс. Напишете ТЗ на внедрение. Создадите кастомный отчет.
<b>Модели атрибуции и многоканальные последовательности</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Модели атрибуции в системах аналитики.</li> <li>• Способы посмотреть отчеты с нестандартной моделью атрибуции.</li> <li>• Ассоциированные конверсии.</li> <li>• Сложные пользовательские пути.</li> </ul>	Сделаете разбор взаимосвязей каналов трафика. Построите отчеты по ассоциированным конверсиям, многоканальным последовательностям. Оцените вклад каждого канала в результат.
	<b>Вебинар по инструментам веб-аналитики. Разбор кейсов, вопросы.</b>	

## Блок 2. Юнит-экономика и сквозная аналитика

<b>Финансовые модели в аналитике</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Юнит-экономика. Выбор и расчёт ключевых метрик. CPA, ARPU, ROMI, DPP, LTV.</li> <li>• Сегментация: RFM и когортный анализ.</li> <li>• Расчет экономики и финансовых показателей для своего проекта.</li> </ul>	Сделаете просчёт финансовых показателей под задачи бизнеса. Рассчитаете предельные маркетинговые показатели.
<b>Сквозная аналитика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Способы дополнить данные веб-аналитики.</li> <li>• Внедрение колтрекинга.</li> <li>• Импорт расходов в системы аналитики.</li> <li>• Интеграция с CRM</li> <li>• Пример разработки схемы для внедрения сквозной аналитики.</li> </ul>	Поймете, какую систему сквозной аналитики выбрать для своего бизнеса. Напишете ТЗ на внедрение колтрекинга. Сделаете первый шаг к внедрению — опишете схему связи данных.
	<b>Вебинар по внедрению сквозной аналитики</b>	

## Блок 3. Интерпретация данных и принятие решений

<b>Работа с данными. Анализ платного трафика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Методология анализа данных. Сезонность, тренды, наложение активностей.</li> <li>• Оценка результатов и поиск точек роста по каналам: — Органический трафик (SEO)</li> </ul>	Оцените результаты платного трафика, найдете проблемы и точки роста.
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Контекстная и таргетированная реклама</li> <li>— Ремаркетинг</li> <li>● Многоканальные последовательности в оценке результатов.</li> <li>● Выявление аномалий и решение проблем.</li> </ul>	
<b>Работа с данными. Анализ PR-каналов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Как измерить результаты PR</li> <li>● Качественные и количественные показатели для каналов: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Публикации в СМИ</li> <li>— SMM</li> <li>— Инфлюенс-маркетинг</li> <li>— Офлайн-мероприятия</li> </ul> </li> </ul>	Разберетесь, как можно измерять результаты PR. Составите систему оценки результатов коммуникаций для своего проекта.
<b>А/Б-тестирование</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Принципы А/Б-тестирования. Достоверность, статистическая значимость.</li> <li>● Как поставить гипотезу. Проверка гипотезы.</li> <li>● Возможности Google Optimize. Запуск своего теста.</li> </ul>	Запустите А/Б-тест на своем проекте с помощью Google Optimize.
<b>BI-системы. Визуализация данных и отчетность</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Возможности PowerBI и Data Studio.</li> <li>● Основные этапы внедрения.</li> <li>● Структура отчетов: что отобразить и как.</li> <li>● Типы дашбордов и их назначение.</li> <li>● Создание простого отчёта в Data Studio на основе данных из Google Analytics.</li> </ul>	Построите визуализированный отчет по выбранным метрикам.
<b>Распределение бюджета и планирование на основе данных</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Алгоритмы и методы принятия решений. Взаимодействие с командой или подрядчиком.</li> <li>● Работа с эффективными каналами: оптимизация, масштабирование.</li> <li>● Работа с убыточными каналами. Порядок тестирования, остановка.</li> <li>● Составление стратегии работы с каналами продвижения на основе данных.</li> </ul>	Примете решения, которые дадут прирост KPI и экономию рекламных бюджетов. Составите стратегию работы с каналами продвижения на основе данных.
	<b>Вебинар. Внедрение data-driven культуры в компании</b>	

Рассказываем про школу, все курсы, преподавателей и многое другое — на нашем [сайте](#)

Анонсируем свежие курсы, делимся полезными материалами и инфографикой — в нашем [телеграм-канале](#)

Ответим на любые вопросы, подберем онлайн-курс или составим офлайн-программу под ваш запрос — [school@nimax.ru](mailto:school@nimax.ru)