

CallTracking

Инструкция

Версия 1

Что такое CallTracking?

На данный момент практически все компании которые продвигают себя в интернете используют Google AdWords, Яндекс Директ, сервисы e-mail рассылки и другие сервисы с возможностью платного и бесплатного продвижения. Для того чтоб оценить эффективность каждого рекламного интернет канала, используются сервисы аналитики, самыми популярными являются Google Analytics и Яндекс Метрика. но возникает вопрос в том, как понять какое количество потребителей(клиентов) по определенному слову перешли на сайт и совершили звонок? Для этого компания Phonet разработала сервис Call Tracking, который анализирует источник перехода и UTM метки, связывает их с уникальным номером телефона на сайте и подсчитывает количество звонков на такой номер. UTM метки это параметры которые добавляются к URL адресу страницы на Вашем сайте для предоставления дополнительной информации о переходе.

Начало работы с CallTracking

Создание дополнения для сайта

Создайте дополнение CallTracking для Вашего сайта, выполнив шаги:

1. Войдите в личный кабинет Phonet с правами администратора;
2. Перейдите в раздел главного меню “Настройка” (Рис. 1, отметка 1)→”Интеграция” (Рис. 1, отметка 2) в блоке Виджеты для сайта, кликните добавить CallTracker (Рис. 1, отметка 3);

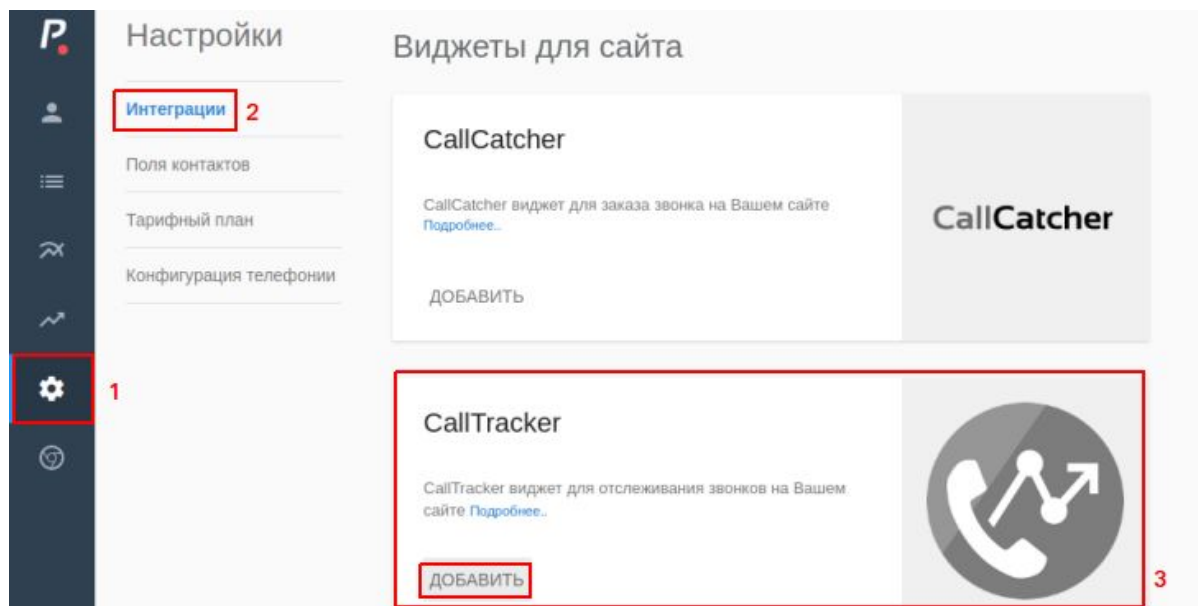
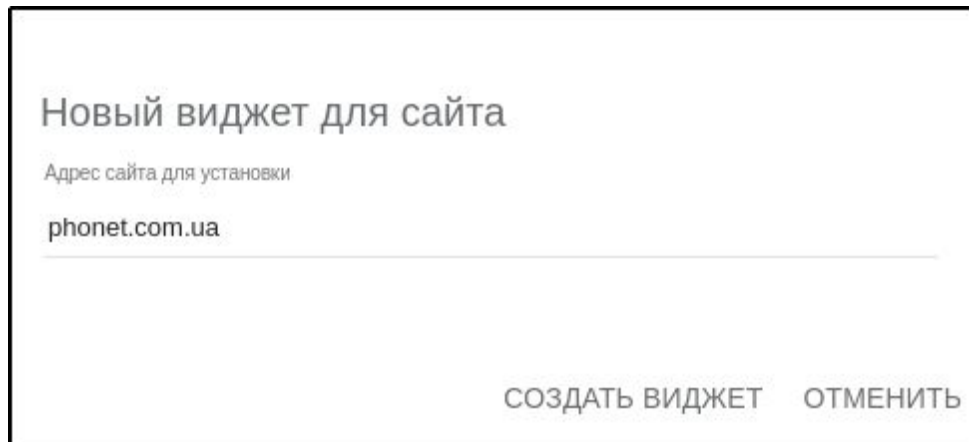


Рис. 1 Виджеты для сайта

3. В всплывшем окне (Рис. 2) укажите название сайта, после чего нажмите кнопку “СОЗДАТЬ ВИДЖЕТ”;



Новый виджет для сайта

Адрес сайта для установки

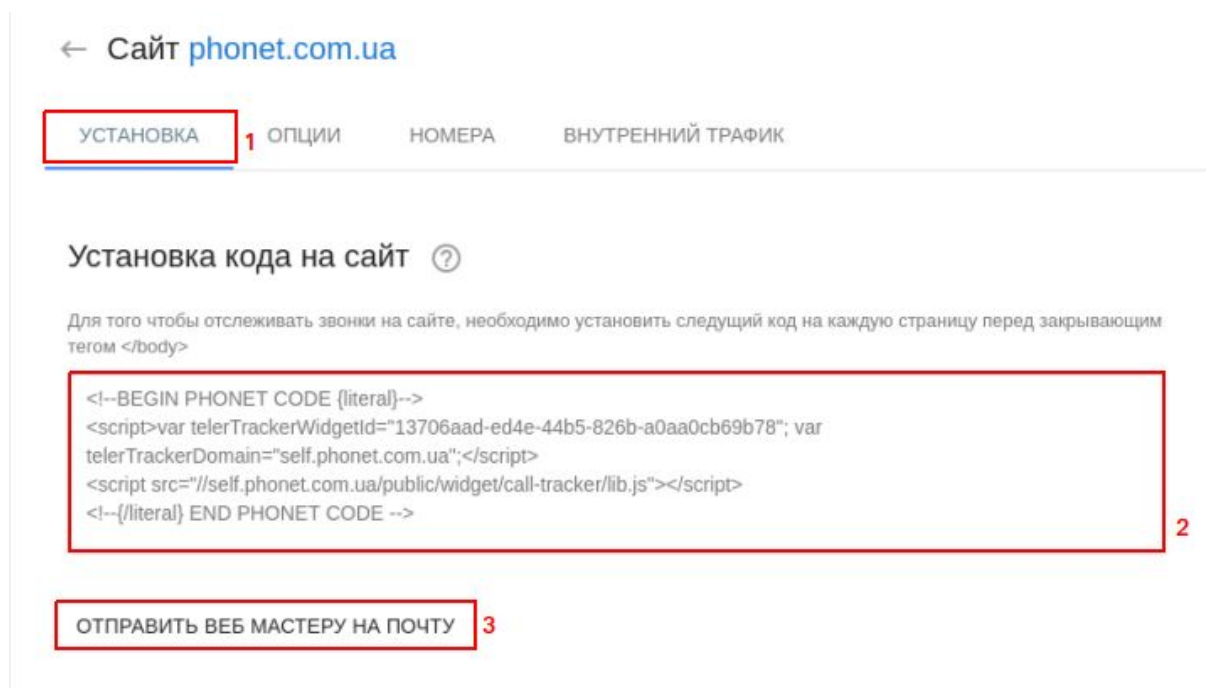
phonet.com.ua

СОЗДАТЬ ВИДЖЕТ ОТМЕНИТЬ

Рис. 2 Создание виджета CallTracker

Установка кода на сайт

После того как был создан виджет, на странице браузера представится настройки самого Call Tracking-а. В первой вкладке под название “Установка” (Рис. 3, отметка 1), необходимо скопировать код (Рис. 3, отметка 2) и вставить в код сайта перед закрывающим тегом `</body>`, или нажать кнопку “ОТПРАВИТЬ ВЕБ МАСТЕРУ НА ПОЧТУ” (Рис. 3, отметка 3), после чего указать электронный адрес разработчика сайта и нажать “ОТПРАВИТЬ”.



← Сайт phonet.com.ua

УСТАНОВКА 1 ОПЦИИ НОМЕРА ВНУТРЕННИЙ ТРАФИК

Установка кода на сайт ?

Для того чтобы отслеживать звонки на сайте, необходимо установить следующий код на каждую страницу перед закрывающим тегом `</body>`

```
<!--BEGIN PHONET CODE (literal)-->  
<script>var telerTrackerWidgetId="13706aad-ed4e-44b5-826b-a0aa0cb69b78"; var  
telerTrackerDomain="self.phonet.com.ua";</script>  
<script src="//self.phonet.com.ua/public/widget/call-tracker/lib.js"></script>  
<!--(literal) END PHONET CODE -->
```

ОТПРАВИТЬ ВЕБ МАСТЕРУ НА ПОЧТУ 3

Рис. 3 Настройки CallTracker

Добавление номеров для подмены

Для того чтобы добавить номера для подмены необходимо проделать следующие шаги:

1. Войти в личный кабинет Phonet с правами администратора, перейти в раздел главного меню “Настройка” (Рис. 1, отметка 1), далее в разделе “Интеграции” (Рис. 1, отметка 2), найти добавленный блок колл-трекинга и нажать “Настроить” (Рис. 1, отметка 3);

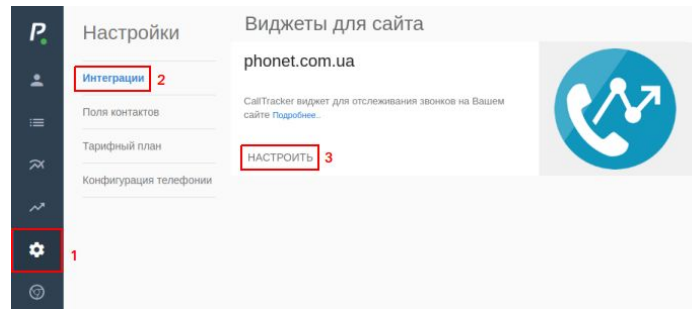


Рис. 1 Виджеты для сайта

2. В представленных настройках call-tracker-a, перейти на вкладку “НОМЕРА” (Рис. 2, отметка 1), далее нажать иконку “+” (Рис. 2, отметка 2), в всплывшем окне в поле “Номер” (Рис. 2, отметка 3) выбрать номер телефона который хотим добавить для подмены и нажать кнопку “ДОБАВИТЬ НОМЕР” (Рис. 2, отметка 4).

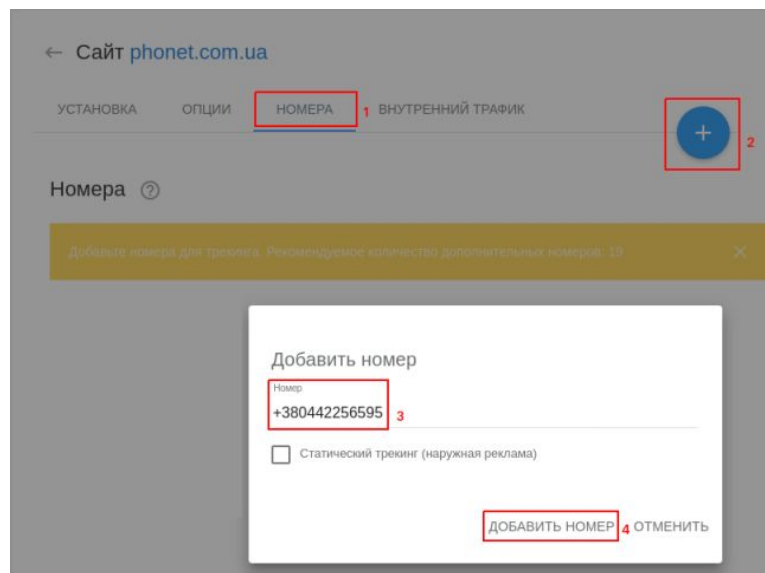


Рис. 2 Добавление номера для подмены

Примечание: Чтобы была возможность добавлять номера в CallTracking, они изначально должны быть подключены к виртуальной АТС Phonet.

Настройка подмены номеров для динамического трекинга

Параметры подмены для каждого номера, настраиваются на странице после нажатия на иконку “Редактировать” в строке с нужным номером.

При добавлении номера поля для замены устанавливаются в значения по умолчанию:

```
Заменяемый элемент="Класс (class)";
Имя элемента="ph-phone";
Шаблон замены="{full_phone}".
```

В поле Текст замены укажите формат отображения номера подмены на сайте, используя макросы подстановки. Например, чтобы выданный номер на сайте отображался в формате +38 (099) 111 11 11, используйте макрос +38 ({code}) {phone_space}.

Таблица 1. Макросы подмены номеров и примеры синтаксиса

Макрос	Примеры значений	Описание
{full_phone}	+38 (099) 303-43-00, +7 (495)	Полный номер телефона

	234-23-32	
{code}	099, 495	Код страны начиная с 8-го по 10-ый символы включительно.
{phone}	303-43-30, 234-23-32	Номер телефона начиная с 1-го по 7 символ включительно. После 2-ой и 4-ой цифры, размещены дефисы.
{phone_short}	3034330, 2342332	Номер телефона начиная с 1-го по 7 символ включительно. В номере должны отсутствовать дефисы и пробелы.
{phone_space}	303 43 30, 234 23 32	Номер телефона начиная с 1-го по 7 символ включительно. После 2-ой и 4-ой цифры, размещены пробелы.

Внимание!

Рекомендуем вам указывать именно макрос, а не выданный номер в явном виде. При подключении новых номеров в поля блока автоматически подставляются ранее введенные параметры замены, и при использовании макросов вам не придется редактировать эти параметры вручную.

Основные кнопки которые используются на форме:

“Сохранить” - сохраняет настройки;

“Отменить” - отменяет не сохраненные изменения в правилах для номера и закрывает раздел редактора;

“Удалить” - удаляет номер с трекинга.

Для того чтоб CallTracking предоставлял исчерпывающую информацию о переходах, необходимо использовать ссылки, с рекламных материалов, на Ваши страницы с UTM метками (параметрами).

Фильтрация внутреннего трафика

UTM метки

Типов UTM меток достаточно много, мы же постараемся выделить самые основные и рассмотреть их в контексте работы CallTracking. И того, можно выделить такие основные UTM метки:

utm_source — источник компании, который используется для для идентификации поисковой системы, электронной рассылки или другого источника.

Примеры: utm_source=google, utm_source=yandex, utm_source=promo_email;

utm_medium — канал компании, который используется для идентификации канала, например электронной рассылки или кампаний с оплатой за клики.

Примеры: utm_medium=cpc, utm_medium=email, utm_medium=banner;

utm_term — ключевое слово кампани, который используется соответственно, чтобы указать ключевые слова для этого объявления.

Пример: utm_term=Виртуальная_АТС+Колл_Трекинг;

utm_content — содержание кампании, в основном используется, чтобы различать объявления, или ссылки, ведущее на один URL адрес.

Примеры: utm_content=logolink или utm_content=textlink;

utm_campaign — название кампании, который используется для анализа ключевых слов.

Пример: utm_campaign=весенняя_распродажа;

utm_nooverride — запрет на перезапись UTM метки. Для установки запрета на перезапись utm метки, данный параметр необходимо установить как utm_nooverride=1. Как пример данную метку можно использовать, когда потребитель переходит на сайт не через оплаченный поиск, а например через E-mail для подтверждения заказа, или же для подтверждения авторизации. Таким образом данные по его предыдущим utm меткам, не перезаписываются. Если же в момент перехода предыдущих UTM меток сохранено не было, будут установлены текущие метки.

Настройка UTM меток в Google AdWords

UTM метки прописываются в URL адресе объявления в настройках Google Adwords.

Для того чтобы прописать UTM метки в объявлении необходимо проделать следующие шаги:

1. Войти в аккаунт Google Adword;
2. Перейти в кампанию для ее редактирования, затем перейти на вкладку объявления (Рис. 1, отметка 1);
3. Выбрать необходимое объявление (Рис. 1, отметка 2) и нажать для редактирования иконку в виде карандаша;
4. В редакторе объявления в первом поле указан адрес сайта (Рис. 2. отметка 4. 1), прописываем в конце адреса UTM параметры. Параметры прописываются по всем правилам написания параметров для запросов, в конце ссылки на страницу прописывается знак "?", а между параметрами символ "&", например: `phonet.com.ua/call-tracking.html?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=виртуальная_атс+колл_трекинг&utm_campaign=Phonet_CallTracking;`
5. Нажать кнопку "Сохранить".

Все кампании >
Кампания: Phonet CallTracking

● Включено Тип: Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть – Стандартный Изменить Бюджет: 100,00 грн./день Изменить

Группы объявлений Настройки **Объявления** 1 Ключевые слова Расширения объявлений Быстрая статистика

Все объявления, кроме удаленных ▾ Сегментировать ▾ Фильтр ▾ Столбцы ▾ [↶] [↷] [↓]

Клики ▾ по сравнению с Отсутствует ▾ В день ▾

1

0 воскресенье, 2 октября 2...

+ ОБЪЯВЛЕНИЕ Изменить ▾ Автоматизация ▾ Дополнительные действия... ▾ Ярлыки ▾

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Объявление	Группа объявлений	Статус ?	Ярлыки ?	% показов ?	Тип кампании ?
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Call Tracking Качественно и недорого phonet.com.ua/call-tracking Недорогой Call Tracking. Подмена номеров. Телефония и Call...	Phonet call tracking	Одобрено	--	0,00%	Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть

Рис. 1 Список объявлений Кампании в Google Adwors

phonet.com.ua/call-tracking.html?utm_source=google 1 Просмотр ? Настольная версия | Мобильные

Call Tracking

Качественно и недорого

phonet.co... / call-tracking / путь 2

Недорогой Call Tracking. Подмена номеров. Телефония и Call Tracking в одном.

Варианты URL объявления (дополнительно) ?

Показ измененного объявления начнется после проверки специалистами Google. Как правило, для этого требуется не более одного рабочего дня. Подробнее...

Сохранить Отмена

Рис. 2 Редактор объявлений в Google Adwords

UTM метки прописываются во всех объявлениях по которым необходимо получить детальную статистику.

Параметры ValueTrack в Google AdWords

Для упрощения работы, можно использовать параметры ValueTrack. По сути данные параметры являются текстом, заключенным в фигурные скобки. Они используются для того чтоб не прописывать значение каждого из параметров в объявлении, вместо реальных значений используются параметры URL ValueTrack. Например, вместо того чтоб прописывать каждое ключевое слово для каждого объявления, например `utm_keyword=виртуальная атс`,

можно прописать `utm_keyword={keyword}`. При клике по рекламному объявлению, всю работу, по установке реальных значения, выполнит Google AdWords. Более подробно ознакомиться с данной возможностью Google Adwords, можно перейдя по ссылке: <https://support.google.com/adwords/answer/2375447?hl=ru>.

Ниже представлено несколько ValueTrack параметров для UTM меток, которые могут быть указаны в Google Adwords для автоматической подстановки.

Распространенные ValueTrack параметры:

{lpurl} — это конечный URL, который вы прописываете в строке URL самих объявлений;

{campaignid} — идентификатор кампании;

{keyword} — ключевое слово по которому осуществлялся поиск;

{network} – тип площадки на которой произошел клик по рекламе. Это была поисковая система или сайт контекстно медийной сети;

{utm_placement} – домен сайта, где произошел клик по рекламе;

{device} — тип устройства с которого был переход, а именно это был мобильный телефон(м), планшет(t), или компьютер;

{devicemodel} — марка и модель устройства с которого был осуществлен переход;

{target} — в какой категории размещено объявления;

{adtype} — тип рекламного объявления, а данный атрибут прописывается только в кампания где прописан {target} и имеет следующие значения: товарное объявление(pla) и расширение «дополнительная информация о товаре»(pe).

Для того чтобы автоматически проставить UTM метки для всех объявлений, необходимо проделать следующие шаги:

1. Войти в Google AdWords;
2. Перейти к списку объявлений одной из Кампаний (Рис. 3, отметка 1);
3. Отметить все объявления, после чего нажать "Изменить"->"Изменить варианты URL..." (Рис. 3, отметка 2);
4. На открывшемся дополнительном меню настроек, в поле "Шаблон отслеживания" (Рис. 4, отметка 1) необходимо прописать UTM метки с внутренними параметрами, например: `{lpurl}?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term={keyword}&utm_campaign=gl-search`;
5. Далее нажать кнопку "Внести изменения".

Все кампании >

Кампания: Phonet CallTracking

● Включено Тип: Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть – Стандартный Изменить Бюджет: 100,00 грн./день Изд

Группы объявлений Настройки **Объявления** 1 Ключевые слова Расширения объявлений Быстрая статистика

Все объявления, кроме удаленных ▾ Сегментировать ▾ Фильтр ▾ Столбцы ▾ [↶] [↷] [↓]

■ Клики ▾ по сравнению с Отсутствует ▾ В день ▾



+ ОБЪЯВЛЕНИЕ		Изменить ▾	Автоматизация ▾	Дополнительные действия...	Ярлыки ▾	
✓	●	Объяв	Группа объявлений	Статус ?	Ярлыки ?	% показов ?
✓	●	Call t Качес phone Узнай	Phonet call tracking	Отклонено ?	--	--
✓	●	Call t Качес phone Недоп и Call	Phonet call tracking	Одобрено	--	--
Итого						
Итого						

- Включить
- || Приостановить
- ✕ Удалить
- Изменить объявления...
- Обновление целевых URL...
- Изменить варианты URL...** 2
- Копировать Ctrl-C
- Вставить... Ctrl-V
- Скачать таблицу...
- Загрузить таблицу...
- Недавние массовые изменения

Рис. 3 Список объявлений Кампании

Все кампании >

Кампания: Phonet CallTracking

● Включено Тип: Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть – Стандартный Изменить Бюджет: 100,00 грн./день

Группы объявлений Настройки **Объявления** Ключевые слова Расширения объявлений Быстрая статистика

Все объявления, кроме удаленных ▾ Сегментировать ▾ Фильтр ▾ Столбцы ▾ [↵] [↓] ▾

Клики ▾ по сравнению с Отсутствует ▾ В день ▾

воскресенье, 2 октября 2...

Изменение вариантов URL (выбрано объявлений: 2)

Действие Задать варианты URL ▾

Шаблон отслеживания Задать значение ▾ `{url}?utm_source=google&utm_medium=1`

Специальный параметр Добавить параметры ▾ { _ <Без изменений> } = <Без изменений>

+ Добавить

Внести изменения Просмотреть изменения Отмена

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Объявление	Группа объявлений	Статус [?]	Ярлыки [?]	% показов [?]
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Call Tracking Качественно и недорого phonet.com.ua/call-tracking Недорогой Call Tracking. Подмена номеров. Телефония и Call Tracking в одном.	Phonet call tracking	Одобрено	--	--

Рис. 4 Шаблон отслеживания

P.S. В примерах указаны распространенные UTM метки и ValueTrack параметры, но Вы также можете использовать дополнительные UTM метки, которые не указаны в данной инструкции.

Настройка UTM меток в Яндекс Директ

UTM метки прописываются в URL адресе объявлений, в настройках Яндекс Директ. Для того чтобы прописать UTM метки в объявлении, выполните следующие шаги:

1. Войдите в аккаунт Яндекс Директ;
2. Перейдите в раздел "Мои кампании" (Рис. 1, отметка 1), затем в необходимую кампанию (Рис. 1, отметка 2);

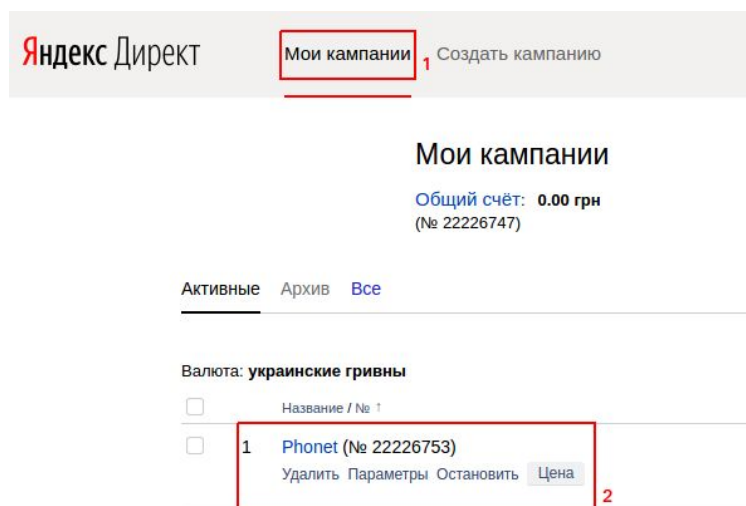


Рис. 1 Кампании в Яндекс Директ

3. Выберите определенную группу объявлений (Рис. 2, отметка 1) и нажмите "Редактировать группу" (Рис. 2, отметка 2);

The screenshot displays the Phonet campaign management interface. At the top, the campaign name is "Кампания «Phonet» № 22226753". Key details include the start date "Начало: 16.10.2016" and "Кликов: -". The strategy is set to "Ручное управление ставками" (Manual bid management) and the site monitoring is "выключен" (disabled). A yellow box highlights the "Добавить группу объявлений" (Add ad group) button.

On the left, there are options to "Изменить параметры" (Change parameters), "Виртуальные визитки" (Virtual business cards), and "Выгрузка в XLS/XLSX" (Export to XLS/XLSX). Below these are campaign-wide settings: "Цены для всей кампании" (Prices for the entire campaign), "Единый набор минус-слов" (Single set of negative keywords), "Поиск объявлений" (Search for ads), and "Метки" (Tags).

The main area shows a list of ad groups under the heading "Установить цену клика для всех фраз на странице" (Set the cost per click for all phrases on the page). A dropdown menu is set to "входа в гарантию" (guaranteed entry) with a maximum bid of "80.00 грн".

A red box highlights a specific ad group: "Группа 2045286667" with the name "Call Tracking" and "1 объявл." (1 ad). The ad text is "Call Tracking. Недорого" followed by a description and the URL "phonet.com.ua/call-tracking". A status bar indicates "Ожидает модерации." (Waiting for moderation). A red box around the "Редактировать группу..." (Edit group...) button is labeled with a "2". A red "1" is placed above the ad group's name.

Рис. 2 Группы объявлений кампании

4. В редакторе объявления, в конце значения в поле под названием "Ссылка на сайт" (Рис. 3, отметка 1), установите UTM параметры. Параметры добавляются по всем правилам написания параметров для запросов, в конце ссылки на страницу прописывается знак "?", а между параметрами символ "&". Например: `phonet.com.ua/call-tracking.html?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_term=виртуальная_атс+колл_трекинг&utm_campaign=Phonet_CallTracking`;

Редактирование группы объявлений

Кампания Phonet (№ 22226753)

ГРУППА № 2045286667

Название группы *

ОБЪЯВЛЕНИЕ № M-3043059185

Тип объявления Текстово-графическое Графическое

Заголовок * 10

Текст объявления * 3

Ссылка на сайт * 1048 1

Отображаемая ссылка 7

Дополнения

Изображения

Быстрые ссылки

Уточнения

Адрес и телефон нет Укажите адрес для показа объявления на Яндекс.Картах

В эту группу можно добавить еще 49 объявлений

Рис. 3 Редактор объявлений в Яндекс Директ

- Для отправки объявления на модерацию, нажмите кнопку "Далее", которая находится в самом низу редактора объявлений.

UTM метки прописываются во всех объявлениях по которым необходимо получать детальную статистику.

Настройка UTM меток с динамическими параметрами Яндекс Директ

Упростить настройку, можно используя динамические параметры Яндекс Директ. Данные параметры являются текстом, заключенным в фигурные скобки. Они используются для того чтоб не прописывать значение каждого из UTM параметров в объявлении, вместо реальных значений используется строка для подмены. Например, вместо того чтоб прописывать `utm_keyword=виртуальная атс`, можно указать `utm_keyword={keyword}`. При клике по рекламному объявлению с такой настройкой, всю работу, по установке реальных значения, выполнит Яндекс Директ. Более

подробно ознакомиться с данной возможностью Яндекс Директа, можно перейдя по ссылке <https://yandex.ru/support/direct/statistics/url-tags.xml?lang=ru>.

Ниже представлено несколько динамических параметров для UTM меток, которые могут быть указаны в Яндекс Директ для автоматической подстановки.

Распространенные динамические параметры в Яндекс Директ:

{source_type} - тип площадки на которой произошел клик по рекламе. Это была поисковая система, или сайт контекстно медийной сети;

{source} — название площадки на которой было размещено объявление;

{addphrases} — был ли инициирован этот показ "дополнительными релевантными фразами", принимает значение (yes), если показ объявления был по одной из дополнительных фраз, или (no), если показ объявления был по одной из исходных фраз;

{position_type} — тип объявления, которое показалось на странице поиска Яндекса, может принимать значение (premium) — специальное размещение, (other) — объявления находится внизу страницы поиска и pope — блок объявления не размещен на странице поиска;

{position} — точная позиция объявления в блоке объявлений на странице поиска, принимает чисельное значение, если значение установлен "0", то объявление было показано не в Яндексе;

{keyword} — ключевое слово по которому было показано объявление;

{campaign_type} — тип рекламной кампании.

Для того чтобы установить динамические параметры в UTM метках, нужно проделать все такие же шаги что и со статическими параметрами, но в данном случае, нет необходимости прописывать значения UTM меток индивидуально, так как нужно воспользоваться шаблоном:

```
phonet.com.ua/call-tracking.html?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=акция3_1&utm_term={keyword}&utm_position_type={position_type}
```