

## АНАЛИЗ РЫНКА КОЛЛТРЕКИНГ-ПЛАТФОРМ

**Хан А.С.** (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики г. Санкт-Петербург)

**Научный руководитель – к.э.н., доцент, Торосян Е.К.** (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики г. Санкт-Петербург)

### **Аннотация.**

В докладе проведен анализ основных коллтрекинг-платформ. Автором были выделены ключевые критерии выбора коллтрекинг-платформы. Сервисы исследовались в зависимости от финансовых возможностей, специфики и задач компании, которая ставит перед собой цель оптимизацию рекламного бюджета за счет внедрения аналитических систем.

### **Введение.**

Коллтрекинг — это технология, позволяющая отслеживать телефонные звонки и оценивать качество работы колл-центра компании. Коллтрекинг-платформы – инструмент, который используя данную технологию, позволяет определить эффективность работы каждого рекламного канала и правильно расставить приоритеты при составлении рекламного бюджета. К концу 2020 года на российском рынке насчитывается более десятков сервисов, предоставляющих технологию коллтрекинг. При выборе коллтрекинг-платформы нужно исходить из особенностей деятельности компании, поставленных задач и финансовых возможностей.

### **Основная часть.**

Компания при выборе коллтрекинг-платформы должна обращать внимание на следующие моменты:

- наличие динамического и статического коллтрекинга;
- наличие записи разговоров и кластеризации обращений;
- наличие интеграций с различными инструментами (CRM, веб-аналитика, BI, телефония и др.);
- возможность подключения виджетов (чат, заявки, обратный звонок);
- возможность анализировать маркетинговую деятельность в кабинете коллтрекинг-платформы в режиме онлайн;
- поддержка разработчиков и предоставление консультаций по настройке сервиса.

Необходимо рассмотреть основные коллтрекинг-платформы на российском рынке:

- Целевой звонок от Яндекс – инструмент, предоставляющий технологию коллтрекинга, который интегрирован с системой веб-аналитики Яндекс.Метрика. Главное преимущество состоит в простоте установки. Главными недостатками являются отсутствие динамического коллтрекинга и отсутствие подробной декомпозиции аналитики.
- Коллтрекинг от Google ADS – бесплатный инструмент Google. Позволяет отслеживать: звонки по объявлениям, по номеру телефона на сайте, клики по номеру телефона на мобильном сайте. Отслеживает только рекламную деятельность в продуктах Google.
- Comagic – аналитическая SaaS платформа с поддержкой технологии коллтрекинга. Есть возможность подключения тестового периода. Данная платформа предоставляет возможность подключения виртуальной АТС, что ее выделяет среди других схожих сервисов.
- Calltouch – сервис предоставляет возможность подключения сквозной аналитики, различных виджетов (обратный звонок, сбор заявок, автоматический прозвон

клиентов, мультикнопка и др.). Команда данного сервиса публикуют различные актуальные материалы по цифровизации маркетинга.

- Ringostat – международный сервис коллтрекинга, телефонии и сквозной аналитики. Есть возможность подключения тестового периода. Сервис анализирует объем трафика на сайте и количество номеров в пуле и на основе анализа дает рекомендации по оптимальному числу номеров, чтобы статистика была точной и не давала сбоев.
- Callibri – сервис мультитрекинга (звонки, заявки, email). Присутствует автоматическая классификация звонков. Основной недостаток состоит в том, что номер телефона закрепляется за пользователем только на момент сессии, что может сказаться на точности аналитики.
- Roistat – система полноценной сквозной аналитики. Сервис делает упор на комплексных мероприятиях, чтобы закрыть различные потребности клиентов. Сервис пользуется популярностью в бизнес-сообществах. Первичная настройка данного сервиса может занять продолжительное время, так как присутствует много различного функционала.

### **Выводы.**

На текущий момент на российском рынке присутствует несколько коллтрекинг-платформ, предоставляющих разный функционал. Каждая компания перед подключением коллтрекинг-платформы должна определиться с задачами, которые необходимо закрыть с помощью этого инструмента а после этого обратиться в тот сервис, который специализируется на решениях задач конкретной компании. Основные лидеры в области коллтрекинга и сквозной аналитики постоянно общаются с бизнес-сообществом и модернизируют свой продукт после получения обратной связи.

Хан А.С. (автор)

Подпись

Торосян Е.К. (научный руководитель)

Подпись