



Чек-лист

Подготовка к автоматизации отчётности

Если вы хотите автоматизировать отчётность, но не знаете с чего начать - предлагаем ознакомиться с чек-листом, который используют в работе специалисты K50.

Шаг за шагом следуя инструкции, вы сможете избежать типичных ошибок и грамотно настроить автоматизацию отчётности.

Чек-лист предназначен для руководителей performance-направлений, отделов маркетинга и аналитики.

Шаг 1 - Стандарты

Стандарт названий РК

Стандарт в названиях рекламных кампаний позволяет строить отчёты в нужных срезах: Регион (обобщённое значение для всех площадок), Тип продукта, Площадка и т.д.

Динамические параметры в UTM-метках

Например, наличие таких параметров в Директе, как *{campaign_id}* или *{phrase_id}* помогут свести данные в отчётах на уровне рекламных кампаний и/или фраз

Сервис авторазметки

Позволяет снизить влияние человеческого фактора при разметке рекламных кампаний

Шаг 2 - Визуализация, согласование

Уточнить удобный формат отчётности для клиента

Влияет на выбор системы работы с данными: Excel / Дашборды в BI-системах / PDF

Согласовать шаблон отчёта перед автоматизацией и сборкой

Согласовать автоматическую отправку отчёта на электронную почту в нужное время в нужном формате

Предусмотреть возможность просматривать отчёт на смартфоне (если это необходимо).

Шаг 3 - Данные

Написать список источников данных для автоматизации отчётности

Например:

Рекламные системы:

- Яндекс.Директ
- Google Ads
- Facebook

Система аналитики:

- Google Analytics

Колтрекинг:

- K50:Трекер

CRM:

- AmoCRM

Выписать список полей для каждого источника данных, которые должны быть в итоговом отчёте

Например:

- | | | | |
|---------------------|--------------|-----------|--------------------|
| • Дата | • CampaignID | • Клики | • Транзакции из GA |
| • Источник | • Регион | • Показы | • Покупки из CRM |
| • Название кампании | • Устройство | • Расходы | • Звонки |

Определить поля, с помощью которых будут связываться данные

Например: Дата / Источник / CampaignID

Подготовить данные для авторизации

Собрать все логины, пароли и идентификаторы аккаунтов, которые будут использоваться при загрузке данных, а также ссылки на внешние файлы.

Выбрать способ загрузки данных

Импорт в Google Analytics / Скрипты / Платные сервисы

Выбрать, где будут храниться данные

На стороне сервиса / У вас или клиента в БД / На локальном компьютере

Выбрать способ преобработки данных (очистка, объединение)

На стороне сервиса / Скрипты / С помощью BI

Шаг 4 - Визуализация, реализация

Выбрать BI-систему (При условии, что клиенту нужны дашборды)

На что ориентироваться при выборе?

- Наличие коннекторов к нужным системам
- Удобство обработки и визуализации данных
- Возможность быстро поделиться отчётом с клиентом

Создать отчёт по согласованному на втором шаге шаблону

Настроить автоматическое обновление данных

Полезные видеоматериалы:

▷ [Вебинар об автоматизации отчётности](#)

Больше вебинаров и видеоинструкций на [YouTube-канале K50](#)