

приоритет2030[^]
лидерами становятся



**ЦИФРОВОЙ
МАРКЕТИНГ**

АНАЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Анализ поведения потребителей в цифровой экономике:
методы и инструменты

МУХУТДИНОВ ФАРИТ МИДЕХАТОВИЧ

Специалист по digital-маркетингу



Содержание курса



- 1. Анализ поведения потребителей в цифровой экономике: методы и инструменты**
Теоретическое занятие
- 2. Построение Customer Journey Map на примере конкретного товара**
Практическое занятие
- 3. Инструменты веб-аналитики: Яндекс Метрика и Google Analytics. Оценка эффективности рекламных кампаний**
Теоретическое занятие
- 4. Создание и настройка счетчика в Яндекс Метрика. Оценка эффективности рекламных кампаний**
Практическое занятие

Как построить Customer Journey Map



1. Составить портрет потребителя;
2. Определить этапы, которые проходит потребитель во время взаимодействия с продуктом;
3. Определить цели потребителя на каждом из этапов;
4. Определить барьеры, которые могут возникнуть у потребителя при переходе на следующий этап;
5. Разработать решения, которые помогут закрыть потребности потребителя на каждом из этапов.

Инструменты построения Customer Journey Map



[Ссылка на портрет потребителя и Customer Journey Map](#)

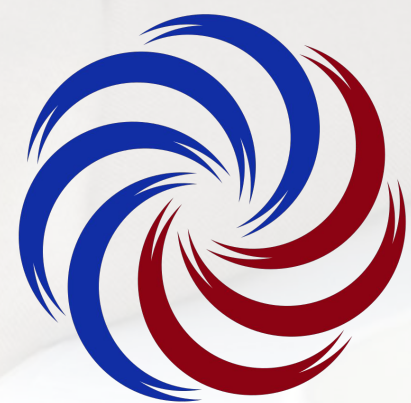
1. Инструменты для составления портрета потребителя:
 - [Яндекс Метрика](#);
 - [Пример отчета о численности населения по полу и возрасту](#);
 - [Пример отчета о семьях и детях](#);
 - [Пример отчета о уровне дохода населения](#);
 - [Пример отчета о наличии образования](#);
 - [Пример отчета о наличии автомобиля](#).

Инструменты построения Customer Journey Map



2. Инструменты для определения этапов:

- [Яндекс Метрика](#);
- [LiveDune](#);
- [Битрикс24](#).



Спасибо за внимание