



Google Tag Manager для eCommerce



практика маркетинга
Гаркунов.ру



Об эксперте

- 16 лет опыта работы в продажах и маркетинге. Прошел полный путь от менеджера по работе с клиентами и до директора по маркетингу и продажам..
- 13 лет опыта работы в интернет-индустрии (Headhunter, Работа.ру, Mail.Ru, Миксмаркет (ГК AdLabs), Аудиомания).
- Спикер и ведущий секций крупнейших отраслевых конференций (<http://runet-id.com/29188>): РИФ+КИБ, Russian Internet Week, Russian Affiliate Days, Russian Affiliate Congress and Expo и т.д. В 2012 году организовал конференцию Russian Affiliate Days.
- Бизнес-консультант и преподаватель по интернет-маркетингу и онлайн продажам.
- Эксперт Института Развития Интернета.
- Член Гильдии маркетологов.



практика маркетинга
Гаркунов.ру

Гаркунов.ру

Персональный блог по интернет-маркетингу и онлайн продажам.

<http://garkunov.ru/education/> - вебинары и курсы по интернет-маркетингу.

<http://garkunov.ru/subscribe/> - подписка на рассылку интересных публикаций.



практика маркетинга
Гаркунов.ру



Что такое Tag Management?



1001 тег эффективности рекламы...





Виды тегов

- Веб-аналитика:
 - Google Analytics.
 - Яндекс.Метрика.
- Отслеживание конверсий/анализ CPO:
 - Google Adwords.
 - CPA системы.
- Ремаркетинг:
 - Контекстная и таргетированная реклама.
 - CPA системы: CityAds, Actionpay, Admitad и т.д.
- Другие теги.



Зачем нужен Tag Management?

- Оптимизация кода страниц и их загрузки.
- Гибкость выполнения тегов в зависимости выбранных условий.
- Удобный и понятный интерфейс для управления тегами.
- Многопользовательский доступ и управление правами доступа в сервисах.*
- История изменений и возможность отказа в предыдущим версиям.*
- И другие дополнительные функции.

* - зависит от используемого Tag Management сервиса.



Что такое Google Tag Manager

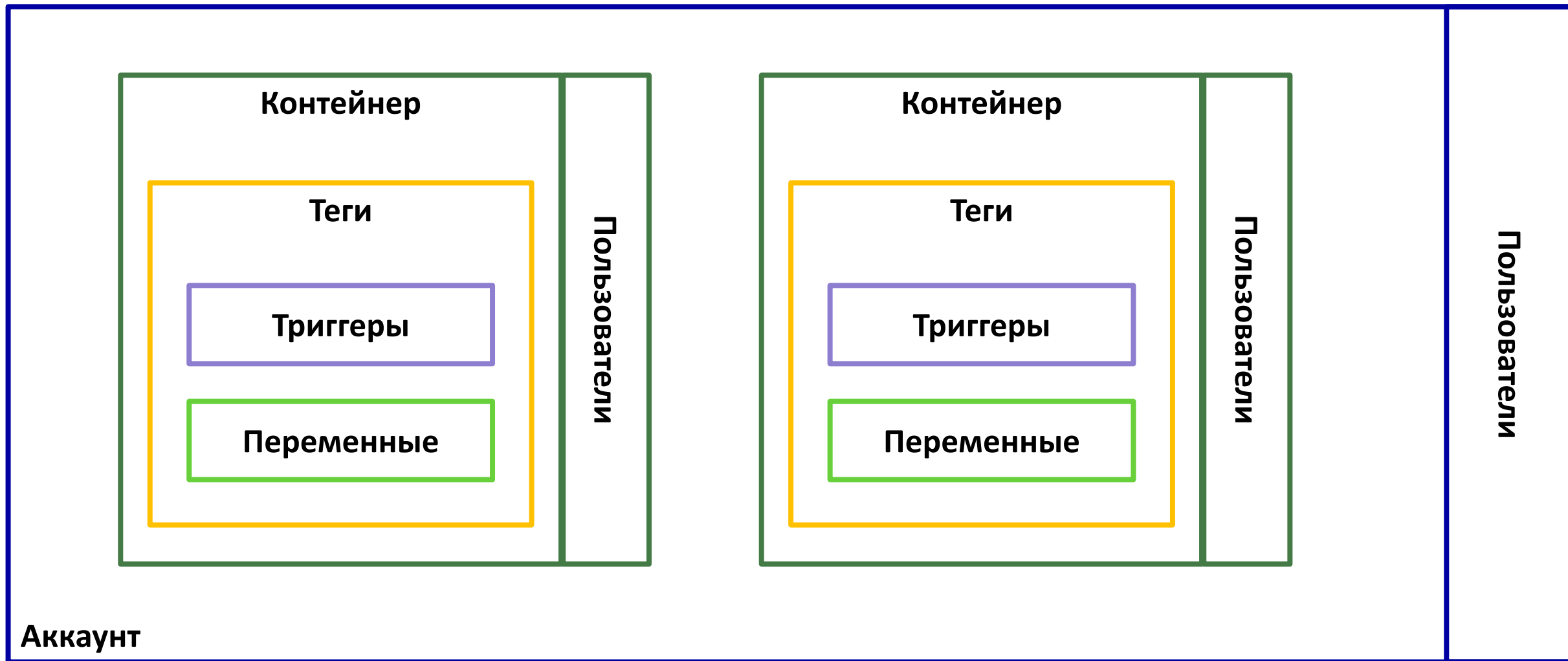


Возможности Google Tag Manager?

- Популярный сервис Tag Management.
- Поддержка крупных рекламных сервисов на основе шаблонов.
- Простая методика глубокой интеграции с сайтом рекламодателя.
- Поддержка JS для реализации сложных алгоритмов интеграции.
- Многопользовательский доступ к системе с определением прав доступа.
- И т.д.



Структура Google Tag Manager





Переменные Google Tag Manager

Переменные GTM = данные о пользователе, странице, источнике трафика и т.д.

Три метода получения данных:

- URL сайта;
- Document Object Model;
- Передача данных через dataLayer.



Основные типы переменных Google Tag Manager

- **Переменная уровня данных** - переменная передаваемая через dataLayer.
- **Переменная автоматического уровня** - переменные, которые GTM собирает автоматически: элемент и история навигации страницы.
- **Переменная JavaScript** - переменные JavaScript в рамках страницы.
- **Пользовательское событие** - переменная "event" для dataLayer.
- **Функция JavaScript** - функция JavaScript для манипулирования с переменными.
- **Таблица поиска** - таблица сопоставления и выдачи нужного значения переменной.
- **URL** - адрес страницы сайта.





Основные виды триггеров Google Tag Manager

- Просмотр страницы разделенный на три этапа
 - "Просмотр страницы" - инициализация загрузки страницы;
 - "Модель DOM готова" - на этом этапе пользователь уже видит страницу полностью;
 - "Окно загружено" - финальный этап загрузки страницы, когда все элементы страницы полностью загружены.
- Пользовательское событие - событие переданное через dataLayer и переменную event.
- Клик - пользовательский клик по любому элементу страницы.
- Отправка формы - клик по кнопке "Отправить" в форме на странице.
- Таймер - таймер для выполнения тегов через определенный временной промежуток.



Пример интеграции Google Tag Manager



Установка код Google Tag Manager

- Код GTM устанавливается после открывающего тега `<body>` и до всех других тегов.
- Данные для GTM передаются через переменную `dataLayer`.
 - Синхронный метод передачи до вызова кода GTM:
`dataLayer = [{ 'pageType': 'product', 'prodId': '12345' }];`
 - Асинхронный метод передачи после вызова кода GTM:
`dataLayer.push = ({ 'pageType': 'product', 'prodId': '12345' });`



Интеграция событий воронки продаж

«Воронка продаж»

- 'pageType': 'home' - главная страница;
- 'pageType': 'category' - категория / листинг товаров;
- 'pageType': 'product' - карточка товара;
- 'event': 'AddToCart' - добавление товара в корзину;
- 'pageType': 'cart' - страница корзины;
- 'pageType': 'home' - страница покупки.

Добавляем JS-код для передачи событий в GTM:

```
dataLayer.push({'event': 'AddToCart'});
```



Передача данных окружения в GTM

- pageType - тип страницы:
 - home - главная страница;
 - category - категория товаров;
 - product - страница товара;
 - cart - страница корзины;
 - purchase - страница оформленного заказа;
 - other - другие страницы.
- catCurrentId - ID текущей категории.
- catParentId - ID родительской категории.
- prodId - ID товара.
- totalValue - общая стоимость товаров (для корзины и покупки).



Настройка Google Tag Manager



Добавляем макросы для данных окружения

Создание нового макроса

Имя макроса

Тип макроса

Переменная уровня данных ▾

Имени переменной уровня данных присваивается значение "value" при выполнении на сайте следующего кода:

```
dataLayer.push({'Data Layer Variable Name': 'value'})
```

Примечание. Переменные уровня данных назначаются для страниц, а не для сеансов.

Имя переменной уровня данных

Версия уровня данных

Версия 1 ▾

Версия 1: точки не несут смысловой нагрузки. Значения с точками в именах, передаваемые на уровень данных, будут интерпретироваться как отдельные переменные с точками в именах. [Подробнее...](#)

Значение по умолчанию

Задать значение по умолчанию:

Чтобы не устанавливать значение по умолчанию, выберите этот вариант и оставьте поле пустым.



Добавляем правила для выполнения тегов

Создание нового правила

Название правила

Page.Cart

Условия

Соответствие правилу засчитывается только в случае выполнения всех перечисленных ниже условий.

{{pageType}} ▾

равно ▾

cart

+



Добавляем требуемые теги

Создание тега

Имя тега

Adwords.Remark

Чтобы потом легко найти этот тег, укажите для него описательное название.

Тип тега

Ремаркетинг AdWords

Идентификатор конверсии

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



Ярлык конверсии необязательно



Как найти идентификатор и ярлык конверсии:

1. Войдите в аккаунт AdWords на странице <https://adwords.google.ru>.
2. Откройте вкладку Кампании.

Активация правил

+ Добавить

Все страницы



Блокирование правил

+ Добавить





Сохраняем контейнер

Опубликовать





Онлайн курс «Ремаркетинг - технология возврата клиентов»



Приглашаю на курс ;)

«Ремаркетинг - технология возврата клиентов» - однодневный практический курс, который позволит изучить возможности ремаркетинга для вашего екоммерс-проекта и сформирует четкий план внедрения ремаркетинга.

Дата проведения: 21 мая (суббота) с 10:00 до 18:00

Формат проведения: онлайн курс / вебинар.

Ссылка для регистрации: <https://mgarkunov.timepad.ru/event/319176/>

Промо-код на 20% скидку для участников РИФ+КИБ 2016

rifocib



Михаил Гаркунов eCommerce механик



mgarkunov@gmail.com



+7 916 714-0866



garkunov.ru



facebook.com/mgarkunov/



linkedin.com/in/mgarkunov/



практика маркетинга
Гаркунов.ру