

Кейс



Елена Иванова

Основатель и руководитель
франшизы и сети
образовательных центров
«Полиглотики» и «Футуриум»

Анализирую четыре категории метрик

Сфера деятельности:
образовательные услуги.

1. Показатели сайтов и образовательной платформы

Я отслеживаю:

- трафик – общее количество посещений. Источники – органический поиск, контекстная реклама, соцсети;
- поведенческие факторы – среднее время на сайте, глубина просмотра, процент отказов;
- конверсии – доля посетителей, которые оставляют заявки, пишут в мессенджеры или звонят.

Эти метрики позволяют мне понять, насколько эффективны наши маркетинговые кампании, насколько хорошо работает сайт как канал привлечения клиентов и франшизополучателей.

Также слежу за показателями роста подписчиков и аудитории в соцсетях, их вовлеченность – «В Контакте», Telegram, Rutube, Youtube. Снижение вовлеченности воспринимаю как сигнал, что пора что-то менять.

2. Показатели по франшизе

Конверсия по заявкам с сайта и страниц франшизы показывает эффективность наших маркетинговых мероприятий и привлекательность предложения для потенциальных франчайзи. Если конверсия со страницы франшизы падает, тестируем новый дизайн или текст. Этот показатель я регулярно контролирую через отчеты CRM-системы, в которой фиксируются все лиды и заявки.

Также я обращаю внимание на количество лидов, заявок, полученных с различных каталогов франшиз, их качество и конверсию в реальные сделки. Это помогает корректировать стратегию присутствия на разных площадках и оптимизировать затраты на рекламу.

3. Узнаваемость бренда

Чтобы оценить, насколько бренд заметен на рынке, в «Яндекс.Вордстат» я отслеживаю:

- частотность ключевых запросов, например «франшиза детского центра», «Полиглотики»;
- динамику упоминаний бренда в соцсетях, СМ И и в рейтингах.

Эти данные дают мне общую картину по популярности запросов, связанных с нашим брендом и отраслью, и принимаю решение, нужно ли корректировать маркетинговую стратегию.

4. Финансовые показатели

Здесь я смотрю выручку, рентабельность, а также показатели удовлетворенности клиентов и франчайзи, их операционные показатели. Эти данные мы собираем в рамках управленческих отчетов. При анализе я задаю себе вопросы:

- где мы можем сделать еще один шаг вперед?
- какие новые возможности скрываются за этими цифрами?
- как мы можем стать еще лучше для тех, кто нам доверяет?

Контроль за всеми этими метриками позволяет мне оперативно реагировать на изменения, выявлять тренды, искать новые возможности для роста и развития бренда.