

[На главную страницу my-wifi.online](#)

WiFi радар для отслеживания поведения посетителей и рекламы

19 АВГУСТА 2019 | В СТАТЬЯХ

Аналитика WiFi может быть самым мощным и наиболее действенным источником бизнес-аналитики, появившимся на сцене с тех пор, как компьютеры впервые начали обрабатывать демографические данные посетителей.

Инструменты аналитики WiFi превращают терабайты необработанных данных в мощную информацию для принятия решений.

Используя [WiFi радар](#), компании могут узнать своих посетителей: они могут узнать интересы клиентов и как они ведут себя, находясь в помещении.

Эта актуальная информация может повысить эффективность бизнеса, помогая менеджерам увидеть, как различные локации складываются друг с другом, а также находить и внедрять лучшие практики, которые можно уверенно переносить на другие сайты.

Например, с помощью инструментов аналитики WiFi розничные продавцы могут оптимизировать размещение товаров, расположение магазинов, распределение персонала или часы работы.



Что WiFi-аналитика может рассказать руководителю о посетителях?

ШАГ 1: определите поведение посетителей

Даже если они не подключены, все устройства с поддержкой WiFi передают эхо-запросы для обнаружения и подключения к доступным сетям WiFi.

WiFi радары пассивно прослушивают эхо-сигналы, посылаемые мобильными устройствами.

Необработанные данные, собранные через вайфай радары обрабатываются и превращаются в аналитику местоположения WiFi, которая позволяет предприятиям измерять проходящий трафик и анализировать поведение посетителей.

При правильном использовании инструмент анализа WiFi может предоставить почти в режиме реального времени ответы на вопросы, например, сколько человек посещает местоположение? Сколько человек проходят мимо, но не заходят? Сколько уникальных посетителей? Сколько клиентов было за определенный период? Как часто они возвращаются? Сколько времени они проводят в точке продаж?

Аналитика местоположения WiFi также может документировать, как посетители ведут себя внутри здания (например торгового центра). Можно также определить где они проводят большую часть своего времени? Какие области вызывают наибольший интерес? Есть ли особая схема движения, которой обычно следуют посетители?

ШАГ 2: Узнайте, кто ваши клиенты

После сбора базы данных потенциальных клиентов ее можно выгрузить в системы контекстной рекламы Яндекс.Аудитории и myTarget. Выгрузка доступна в личном кабинете MY BEACON.

После выгрузки собранные данные объединяются с анонимными данными которые хранятся в Яндекс и Mail.ru, чтобы предоставить предприятиям аналитику и возможность таргетированной рекламы. Для бизнеса было бы крайне полезно иметь посетителей с разбивкой по полу, возрасту и городам присутствия, особенно когда речь идет о проведении более сегментированных маркетинговых кампаний. Обладая этими знаниями, компании могут создавать рекламные кампании, которые соответствуют уникальным предпочтениям посетителей. Именно такие возможности и предоставляет система Яндекс.Аудитории и myTarget.

ШАГ 3. Запустите таргетированную рекламу

Прямо из личного кабинета MY BEACON в один клик возможна выгрузка аудиторий в систему контекстной рекламы. После выгрузки можно получить подробную информацию о клиентах.

Сегмент «10079875»

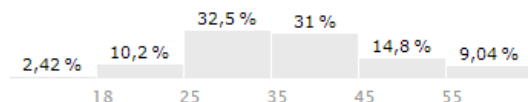
Основное Города и устройства Интересы и категории

28 550 охват

53,4 % мужчины

46,6 % женщины

Возраст



Схожесть пользователей: **выше среднего**

Чем выше схожесть пользователей в сегменте по характеристикам и поведению, тем лучше он подходит для создания сегмента похожих пользователей.

Статистика по сайту и целям Метрики

Настройте статистику, чтобы узнать процент пользователей в сегменте, которые были на сайте или достигли целей Метрики за последние 90 дней.

[Настроить](#)

Сегмент «10079875»

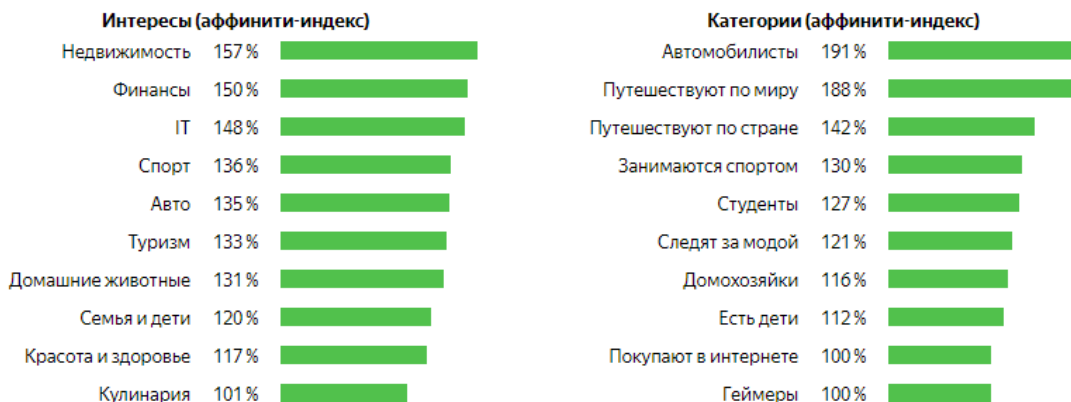
Основное Города и устройства Интересы и категории

Города проживания

Екатеринбург	87,4 %	<div style="width: 87.4%;"></div>
Москва	1,31 %	<div style="width: 1.31%;"></div>
Верхняя Пышма	0,67 %	<div style="width: 0.67%;"></div>
Берёзовский	0,57 %	<div style="width: 0.57%;"></div>
Уфа	0,57 %	<div style="width: 0.57%;"></div>
Новоуральск	0,46 %	<div style="width: 0.46%;"></div>
Санкт-Петербург	0,41 %	<div style="width: 0.41%;"></div>
Нижний Тагил	0,4 %	<div style="width: 0.4%;"></div>
Пермь	0,38 %	<div style="width: 0.38%;"></div>
Краснодар	0,38 %	<div style="width: 0.38%;"></div>

Устройства

Смартфоны	67,7 %	<div style="width: 67.7%;"></div>
ПК	30,6 %	<div style="width: 30.6%;"></div>
Планшеты	1,68 %	<div style="width: 1.68%;"></div>



Также можно оценить эффективность рекламной кампании оценив, какое количество из проходящих клиентов перешли по рекламе на ваш сайт:

Сегмент «VK-fest 2 дня»

7 259 охват
46,8 % мужчины
53,2 % женщины

Возраст



Схожесть пользователей: средняя

Чем выше схожесть пользователей в сегменте по характеристикам и поведению, тем лучше он подходит для создания сегмента похожих пользователей.

Статистика по сайту и целям Метрики



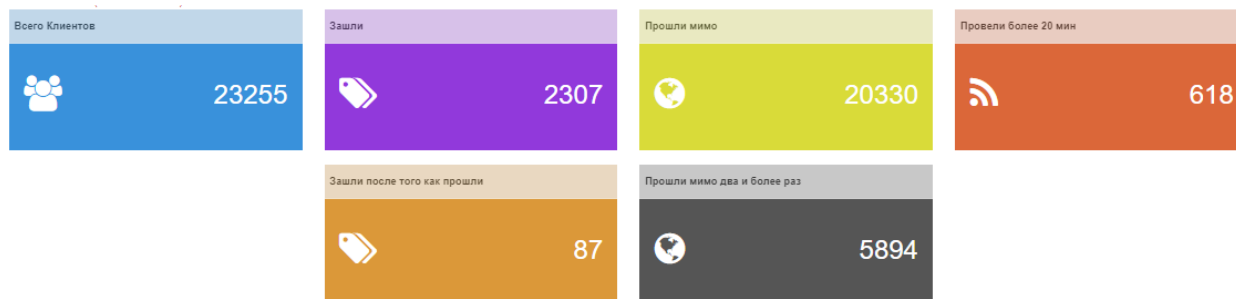
7 %

Процент пользователей в сегменте, которые были на сайте или достигли целей за последние 90 дней.

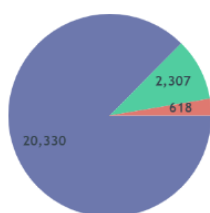
Подсчет посетителей на базе WiFi

Есть несколько различных методов подсчета клиентов: видео счетчик, подсчет вручную и подсчет WiFi. Подсчет WiFi как правило более точный, чем подсчет видео. Ручной подсчет считается ненадежным из-за человеческих ошибок.

Также WiFi-радар поможет ответить на сложные вопросы, такие как: Сколько покупателей входит в каждый магазин? Когда покупатели чаще всего совершают покупки? В каком отделе больше всего клиентов?



Конверсия клиентов



● Прошли мимо ● Зашли в магазин ● Провели более 20 мин

[На главную страницу my-wifi.online](http://my-wifi.online)