

Новый способ загрузки офлайн-конверсий в Метрику с использованием PurchaseID

Изучаем нюансы работы с новым инструментом.

В Яндекс Метрике достаточно долгое время присутствует возможность загрузки данных о конверсиях, которые происходят вне визитов на сайте, что позволяет более полно анализировать воронку продаж. Не так давно Яндекс добавил новые функции, например, теперь можно отправлять данные о покупках с использованием идентификатора заказа — PurchaseID.

Автор: Артём Кузьмин, веб-аналитик 2 категории, icontext.



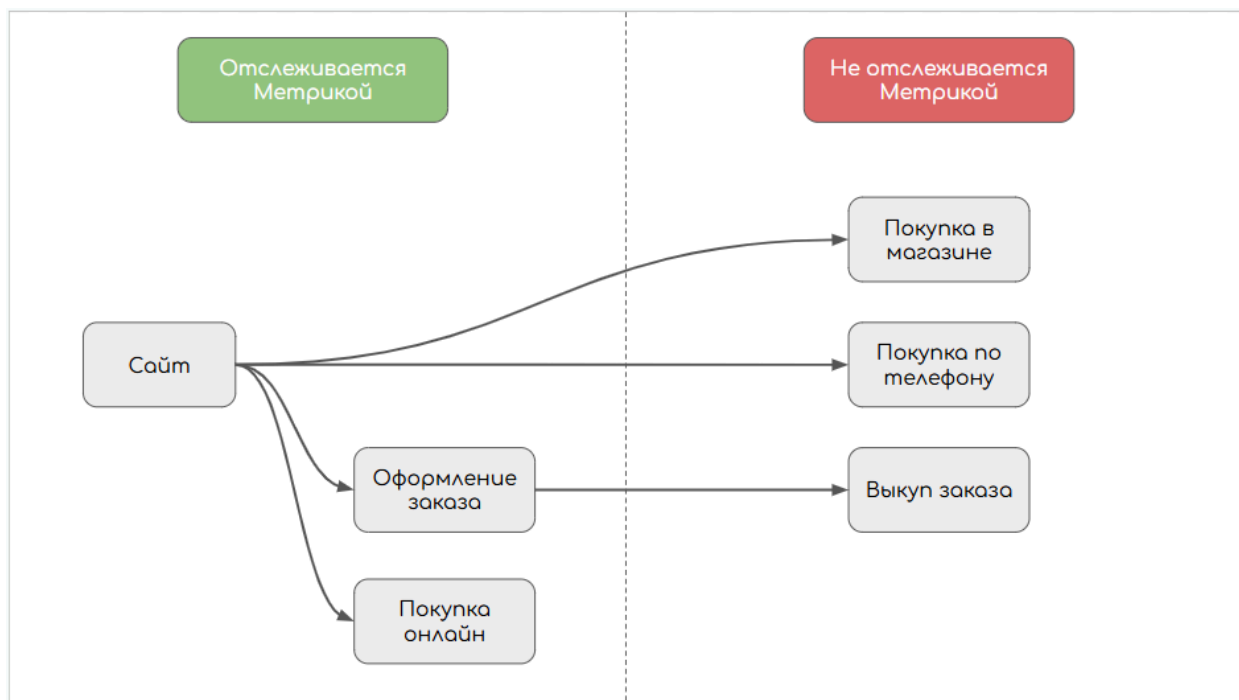
В этой статье разберём ключевые моменты отслеживания офлайн-конверсий, а также поговорим о нововведениях, в том числе разберём новый способ загрузки офлайн-данных с идентификатором покупки.

Отслеживание офлайн-данных

С помощью Метрики бизнес собирает информацию о том, как пользователи взаимодействуют с веб-сайтом. Особенно важно отслеживать ключевые

действия, или конверсии, показатели по которым прямо отражают успешность бизнеса.

Этого достаточно, если воронка продаж ограничивается сайтом, но чаще всего есть и другие варианты оформления заказа: через телефон, в физическом магазине, заказ с отложенной оплатой (например, при получении, если речь идёт о доставке). Все эти способы не связаны с историей визитов клиента, а потому такие заказы по умолчанию мы не увидим в Метрике и не сможем учесть в стратегиях Директа.



Для решения этой проблемы Метрика предлагает возможность загрузить данные о действиях, которые клиенты совершают вне сайта. Такое обогащение данных поможет решить сразу несколько задач, например:

Настроить стратегии в Директе с оптимизацией на офлайн-конверсии:

Цель рекламы

Выберите, какой результат хотите получить — больше переходов по объявлениям или достижений целевых действий. Например, звонков или заявок

Цель рекламы

Максимум целевых действий ▾

Цена целевого действия

Фиксированная ▾

Счетчики Яндекс Метрики

Счётчик отслеживает действия пользователей на сайте и помогает найти людей, которым интересны ваши товары и услуги.

66 целей ✕

Целевые действия

Добавьте важные для бизнеса действия и укажите, сколько готовы платить за каждое из них.

Деньги спишутся за действия, которые вы выбрали. Например, за звонки или покупки

Цель

Цена за достижение цели ?

Выкуп заказа (офлайн)

2 500

₽

✕

Добавить

Построить сквозную аналитику, связав офлайн-данные с онлайн-историей клиентов на вашем сайте:

Группировки		Метрики			
Источник трафика (детально), Тип площадки		Конверсия	Достижения цели	Целевые визиты	Доход по цели
☐ Итого и средние		0,4 %	24	23	310 510,5
+ ☒ Яндекс: Директ		0,4 %	24	23	310 510,5

Собрать сегменты пользователей, достигших целевых действий офлайн.

Также можно использовать технологию поиска похожих пользователей look-alike.

Принимать решения на основе полных данных (количество реальных сделок и доходов).

Классифицировать заявки, чтобы отделить неоплаченные заказы от реальных покупок. Это поможет точно определить эффективность рекламных каналов

Повысить точность данных. Передавая офлайн-конверсии, мы можем минимизировать расхождения между Метрикой и CRM (или другой системой учёта продаж).

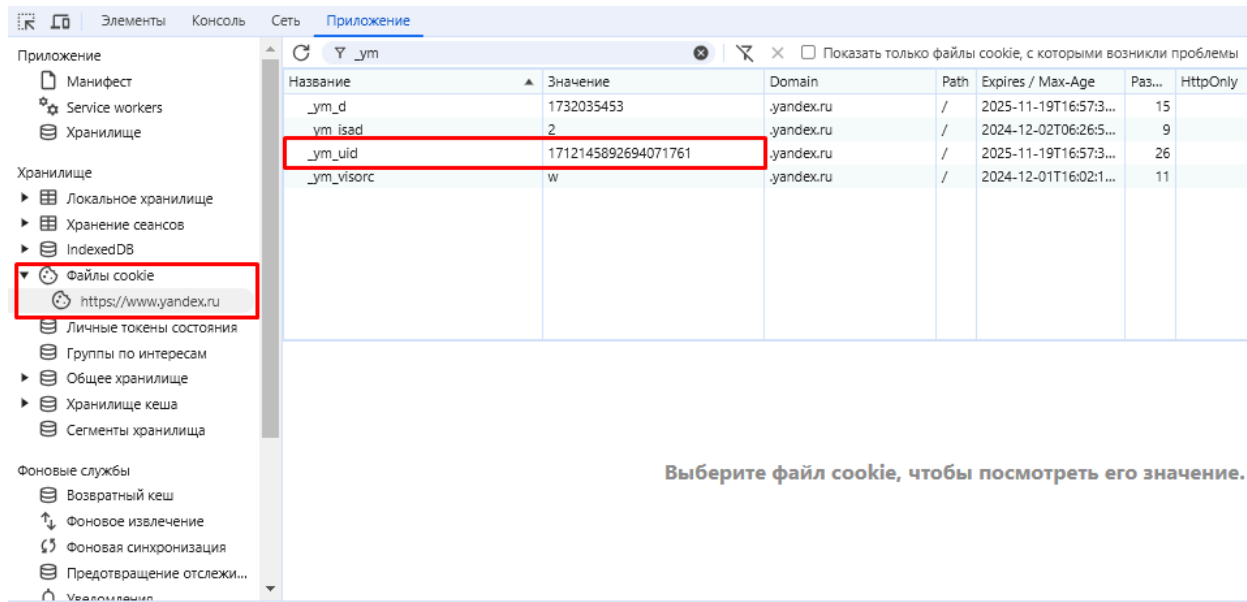
Как связать офлайн-данные с визитами Метрики

При отправке в Метрику информации об офлайн-конверсиях, обязательно передавать **хотя бы один** из доступных идентификаторов, по которым будет происходить связка данных.

Использовать можно следующие идентификаторы:

ClientID

Этот идентификатор Метрика присваивает каждому уникальному посетителю сайта. Значение идентификатора хранится в cookie (_ym_uid), поэтому после очистки кук и кэша браузера в начале следующего визита посетителю будет присвоен новый идентификатор.



Чтобы получить значение ClientID для последующей передачи в CRM (или другую систему), можно использовать метод [getClientID](#):

```
var client_id;  
ym('XXXXXXX', 'getClientID', function(clientID) { client_id = clientID; });  
return client_id;
```

Конверсии будут добавлены к тому визиту, который им предшествовал.

UserID

Этот идентификатор владелец сайта самостоятельно задаёт для каждого уникального посетителя.

Конверсии будут добавлены к тому визиту, который им предшествовал.

Важно: UserID нельзя использовать для передачи данных из CRM.

yclid

Данный идентификатор присваивается Яндекс Директом при клике по рекламному объявлению Директа. Если вас интересуют только данные по рекламе Яндекса, можно использовать yclid для передачи офлайн-конверсий.

Конверсии будут привязаны к визиту, источником которого является рекламное объявление, привязанное к значению uclid.

Важно: uclid нельзя использовать для передачи данных из CRM.

PurchaseID

Идентификатор покупки электронной коммерции. Имеет смысл использовать этот идентификатор, если на вашем сайте уже настроена [отправка событий Ecommerce](#), и при смене статуса заказа в вашей системе учёта вы хотите дополнять данные о покупке в Метрике.

Такой способ передачи конверсий позволяет повысить точность данных в случае, если передать ClientID нет возможности. Также нужно учитывать, что Метрика не всегда сможет правильно определить пользователя по номеру телефона или email.

При передаче PurchaseID конверсии будут привязаны к визиту, в рамках которого произошла покупка электронной коммерции с переданным идентификатором.

Важно: purchase_id нельзя использовать для передачи данных из CRM и данных о звонках.

Как передать данные

Офлайн-конверсии можно передавать в Метрику несколькими способами:

- 1) Вручную в веб-интерфейсе Метрики.
- 2) Программно с помощью API Метрики.
- 3) С помощью сервиса по настройке интеграций Albato.

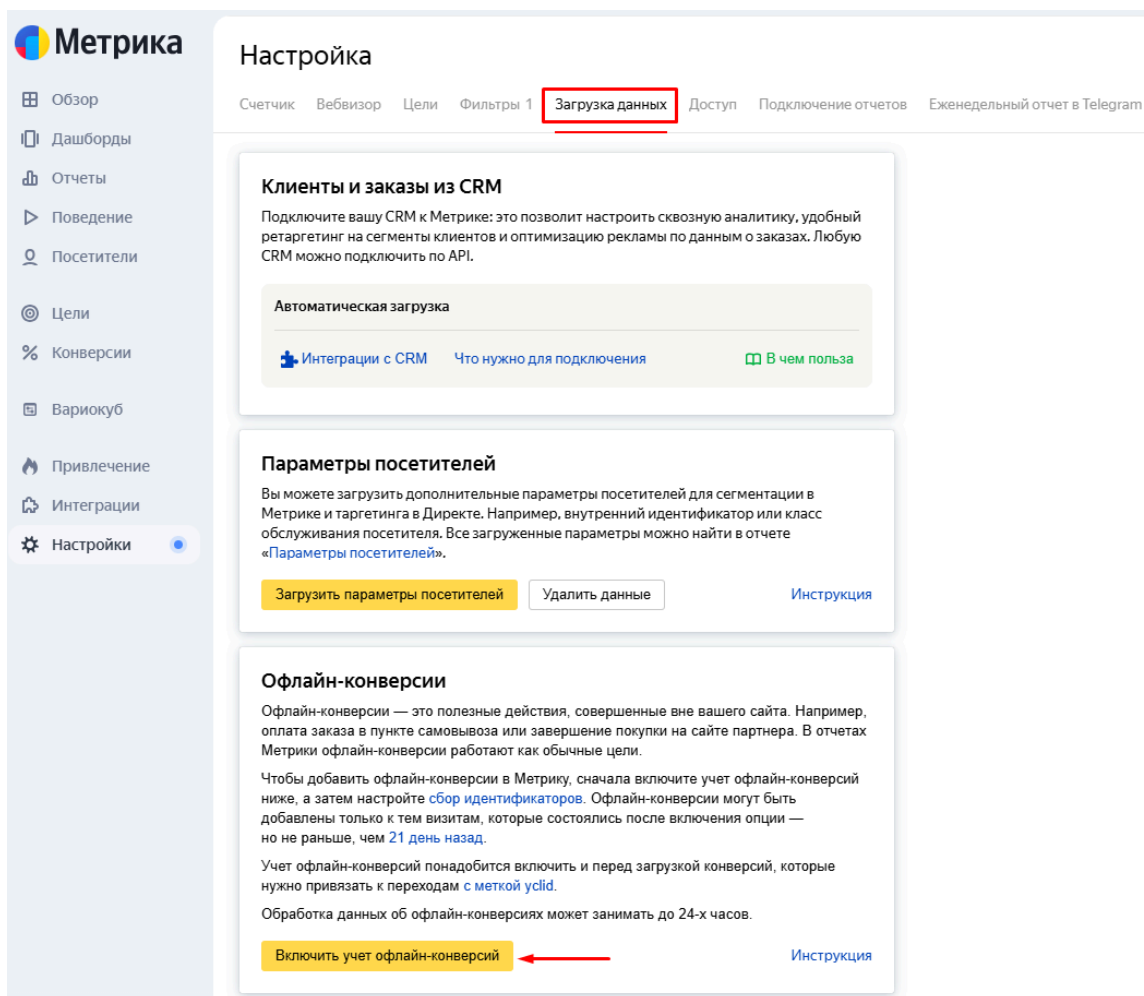
Рассмотрим подробнее первые два.

Загрузка данных в веб-интерфейсе

Предположим, в счётчик ранее не загружались офлайн-данные, но сбор идентификаторов пользователей уже настроен. Тогда порядок действий будет следующий:

Включение опции «Учёт офлайн-конверсий»

Переходим в настройки счётчика, раздел **Загрузка данных**, находим блок **Офлайн-конверсии** и кликаем по кнопке «Включить учёт офлайн-конверсий»:



Настройка целей

Для каждого офлайн-действия, достижение которого мы хотим видеть в Метрике, в разделе **Цели** создаём новую цель типа Javascript-событие. Идентификаторы целей нужно будет передавать в файле с данными об офлайн-конверсиях.

Цели

Цели позволяют отслеживать важные события на сайте: клики на кнопки, просмотры определенных страниц, скачивание файлов, отправку форм и многие другие. На одном счетчике может быть до 200 целей — автоцели не учитываются.

☒ Разрешить в рекламных кампаниях оптимизацию по целям без задержки

Добавить цель Автоматические цели Избранные цели

Название цели

1 ☆ ! Заказ подтверждён

Добавить цель

Название*
Заказ оплачен

☐ Избранная цель

Тип условия*

Количество просмотров Посещение страниц **JavaScript-событие**

Продолжительность визита Составная цель Клик по номеру телефона Клик по email

Отправка формы Переход в мессенджер Скачивание файлов Поиск по сайту

Клик по кнопке Переход в соц. сеть Возвращение из платежной системы

Позволяет отследить нажатие на кнопку, заполнение формы и другие события на сайте. Такая же цель понадобится и для передачи офлайн-конверсий. [Подробнее](#), [Диагностика проблем](#).

Идентификатор цели: совпадает order_paid

Код цели для сайта
ym(99094995,'reachGoal','order_paid')

Скопировать код

Доход RUB

Добавить цель Отмена

Подготовка CSV-файла

В файле должны обязательно присутствовать следующие поля:

- ClientID/UserID/yclid/PurchaseID — идентификатор посетителя сайта или идентификатор клика по рекламному объявлению, или идентификатор покупки.
- Target — идентификатор соответствующей цели в Метрике.
- DateTime — время в формате [Unix Time Stamp](#), в которое произошла конверсия.

Важно: при переводе времени в этот формат нужно учитывать часовой пояс.

Ещё 2 поля необязательны к заполнению. Они позволяют передать в Метрику ценность конверсии в денежном выражении:

- Price — доход по офлайн-конверсии.
- Currency — код валюты в формате [ISO 4217](#).

Пример содержимого CSV-файла:

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	ClientId,Target,DateTime,Price,Currency							
2	133591247640966458,GOAL1,1481718166,123.45,RUB							
3	133591247640966458,GOAL2,1481718142,678.90,RUB							
4	133591247640966458,GOAL3,1481718066,123.45,RUB							
5	579124169844706072,GOAL3,1481718116,678.90,RUB							
6	148059425477661429,GOAL2,1481718126,123.45,RUB							
7	148059425477661429,GOAL3,1481714026,678.90,RUB							
8								
9								
10								

Загрузка CSV-файла

В настройках счётчика переходим в раздел **Загрузка данных** -> находим блок **Офлайн-конверсии** -> нажимаем кнопку «Загрузить офлайн-конверсии» -> выбираем нужный идентификатор -> выбираем сформированный CSV-файл -> нажимаем кнопку «Загрузить данные»:

Метрика Настройка

Счетчик Вебвизор Цели Фильтры 2 **Загрузка данных** Доступ 154 Подключение отчетов Ежедневный отчет в Telegram

Клиенты и заказы из CRM

Подключите вашу CRM к Метрике: это позволит настроить сквозную аналитику, удобный ретаргетинг на сегменты клиентов и оптимизацию рекламы по данным о заказах. Любую CRM можно подключить по API.

Автоматическая загрузка

Интеграции с CRM Что нужно для подключения

Параметры посетителей

Вы можете загрузить дополнительные параметры посетителей для сегментации Метрики и таргетинга в Директе. Например, внутренний идентификатор или обслуживания посетителя. Все загруженные параметры можно найти в отчете «Параметры посетителей».

Загрузить параметры посетителей Удалить данные

Офлайн-конверсии

Офлайн-конверсии — это полезные действия, совершенные вне вашего сайта: оплата заказа в пункте самовывоза или завершение покупки на сайте партнера. В отчетах Метрики офлайн-конверсии работают как обычные цели.

Чтобы добавить офлайн-конверсии в Метрику, сначала включите учет офлайн-конверсий ниже, а затем настройте сбор идентификаторов. Офлайн-конверсии могут быть добавлены только к тем визитам, которые состоялись после включения опции — но не раньше, чем 21 день назад.

Учет офлайн-конверсий понадобится включить и перед загрузкой конверсий, которые нужно привязать к переходам с меткой yclid.

Обработка данных об офлайн-конверсиях может занимать до 24-х часов.

Офлайн-конверсии могут быть привязаны к визитам, состоявшимся после 19:55 10.11.2024 GMT +03:00

Загрузить офлайн-конверсии Инструкция

Загрузка офлайн-конверсий

Загрузите файл .CSV с конверсиями в соответствии с шаблоном. Размер файла: не более 1ГБ, кодировка: UTF-8.

Тип привязки ClientID UserID yclid

Файл **Выбор файла** offline-conversions.csv

Комментарий

Загрузить данные Отмена

На скриншоте выше в списке идентификаторов нет PurchaseID, так как интерфейс ещё не обновлён (на 01.12.2024). Несмотря на это, PurchaseID уже можно использовать (идентификатору PurchaseID посвящён [отдельный подраздел](#)).

Стоит заметить, что выбор типа привязки в интерфейсе Метрики на самом деле ни на что не влияет. Важны следующие моменты:

1. Значение каждого идентификатора должно соответствовать его названию (если поле называется "ClientID", должен передаваться именно ClientID пользователя)
2. Значение идентификатора можно оставить пустым, если при передаче используются [сразу несколько идентификаторов](#).

Загрузка данных через API Метрики

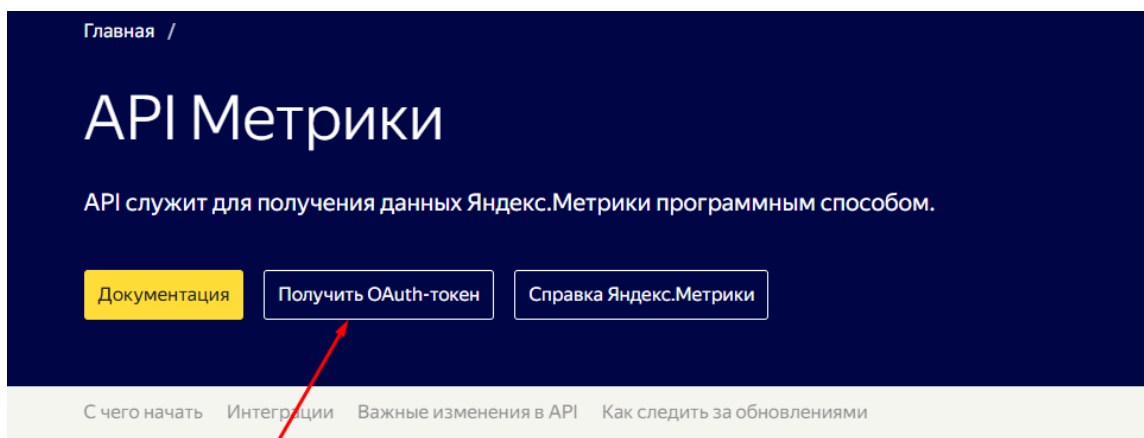
Способ идеально подходит для автоматизации процесса передачи данных об офлайн-конверсиях. Для загрузки данных нужно:

[Получить авторизационный токен API](#)

Важно: полученный токен будет использоваться при каждой передаче данных.

На странице [API Метрики](#) нажимаем кнопку «Получить OAuth-токен»:

И на следующей странице создаём приложение (под приложением можно понимать наш веб-сайт):



Яндекс ID

Мои приложения

Создать приложение

Документация

Про Яндекс ID

Задать вопрос

Справка и помощь

© 2001-2024, Яндекс

Общие данные

Название вашего сервиса

Иконка сервиса (не более 1МБ)

Платформы приложения

Доступ к данным

Почта для связи

Создать приложение

Например, Яндекс

Прикрепить иконку

Выберите хотя бы одну платформу

Веб-сервисы

iOS-приложение

Android-приложение

Чтобы добавить доступ, укажите его название

Название доступа

Укажите почту компании или свою. Будем оповещать об изменениях во внешней авторизации

Ivanov@yandex.ru

Нажимая на кнопку, вы соглашаетесь с Условиями использования сервиса «API авторизации через Яндекс ID»

Инструкцию по получению токена можно посмотреть в [Справке Яндекса](#).

Настроить цели

Этот шаг описан в [предыдущем разделе](#).

Подготовить CSV-файл

Этот шаг описан в [предыдущем разделе](#)

Передать данные

Данные необходимо передавать с помощью http POST-запроса к адресу `https://api-metrika.yandex.net/management/v1/counter/{counterId}/offline_conversions/upload` (где counterId — это номер счётчика Метрики)

Во входных данных нужно указать OAuth-токен и номер счётчика.

Примеры запросов на языках PHP и Python можно посмотреть в [Справке Яндекса](#).

В ответе на запрос среди прочего будет содержаться идентификатор загрузки данных:

Responses

200 OK

OK

Body

▼ application/json

```
{
  "uploading": {
    "id": 0,
    "create_time": "2022-12-29T18:02:01Z",
    "source_quantity": 0,
    "line_quantity": 0,
    "comment": "string",
    "client_id_type": "USER_ID",
    "status": "string",
    "goal_not_found_quantity": 0,
    "user_not_found_quantity": 0
  }
}
```

Идентификатор можно использовать для проверки статуса загрузки, подробнее об этом в следующем разделе.

Отслеживание статуса загрузки данных

Статус загрузки можно посмотреть в настройках счётчика, в самом низу раздела **Загрузка данных**:

 Метрика		Последние действия		
Обзор	Дашборды	Отчеты	Поведение	Посетители
Цели	Конверсии	Вариокуб	Привлечение	Интеграции
Настройки				
Тип данных	Действие	Статус	Комментарий	
Конверсии 10:34	Загрузка 543 448 строк	Выполнено Привязано 486253 строки из 543448	30.11.2024	
Конверсии 30 ноя	Загрузка 576 512 строк	Выполнено Привязано 536855 строк из 576512	29.11.2024	
Конверсии 29 ноя	Загрузка 602 661 строка	Выполнено Привязано 572762 строки из 602661	28.11.2024	
Конверсии 28 ноя	Загрузка 624 448 строк	Выполнено Привязана 593481 строка из 624448	27.11.2024	
Конверсии 27 ноя	Загрузка 587 028 строк	Выполнено Привязано 558303 строки из 587028	26.11.2024	
Конверсии 26 ноя	Загрузка 548 499 строк	Выполнено Привязано 521574 строки из 548499	25.11.2024	
Конверсии 25 ноя	Загрузка 492 041 строка	Выполнено Привязано 471799 строк из 492041	24.11.2024	
Конверсии 24 ноя	Загрузка 485 873 строки	Выполнено Привязано 465483 строки из 485873	23.11.2024	
Конверсии 23 ноя	Загрузка 500 327 строк	Выполнено Привязано 478395 строк из 500327	22.11.2024	
Конверсии 22 ноя	Загрузка 508 161 строка	Выполнено Привязано 484460 строк из 508161	21.11.2024	
Конверсии 21 ноя	Загрузка 608 611 строк	Выполнено Привязано 581722 строки из 608611	20.11.2024	

Если же вы отправили данные с помощью API, проверить статус можно с помощью идентификатора загрузки (идентификатор приходит в [ответ на запрос](#), в котором вы передаёте офлайн-данные в Метрику). Для получения статуса нужно отправить http GET-запрос к адресу https://api-metrika.yandex.net/management/v1/counter/{counterId}/offline_conversions/uploading/{id} (где counterId — это номер счётчика Метрики, а id — идентификатор загрузки данных).

Ответ на запрос будет выглядеть следующим образом:

Responses

200 OK

OK

Body

✓ application/json

```
{
  "uploading": {
    "id": 0,
    "create_time": "2022-12-29T18:02:01Z",
    "source_quantity": 0,
    "line_quantity": 0,
    "comment": "string",
    "client_id_type": "USER_ID",
    "status": "string",
    "goal_not_found_quantity": 0,
    "user_not_found_quantity": 0
  }
}
```

Описание запроса и содержимого ответа на запрос можно посмотреть в [Справке Яндекса](#).

Обновления в работе с офлайн-конверсиями

3 октября 2024 Яндекс представил большое обновление, посвящённое передаче офлайн-данных в Метрику.

Что изменилось:

Обработка данных теперь происходит быстрее

Ранее процесс обработки данных (от момента загрузки файла до появления данных в Метрике) занимал до 24 часов, а иногда и больше. Сейчас же это время сократилось до 1-2 часов

Можно сразу загружать данные за последние 21 день

Ранее при первой загрузке данных включалась опция «Учёт офлайн-конверсий», и нельзя было передать данные о визитах, состоявшихся до этого момента.

Теперь данные можно загружать сразу за последние 21 день — период учёта офлайн-конверсий (если с момента визита прошло более 21-го дня, конверсия не будет привязана к визиту).

Как и раньше, для уже переданных конверсий период, в течение которого можно обновить информацию о них, составляет 90 дней.

Использование сразу нескольких идентификаторов

Теперь для каждой офлайн-конверсии можно указывать сразу несколько идентификаторов: ClientID, UserID, uclid, PurchaseID. Это позволит повысить вероятность успешной атрибуции конверсии к визиту.

Например, CSV-файл может выглядеть так:

	A	B	C	D	E
1	ClientID,UserID,PurchaseID	Target,DateTime,Price,Currency			
2	148059425477661429,,,order_confirmed,1481718166,,				
3	579124169844706072,,,order-123,order_new,1481750432,,				
4	133591247640966458,75483920,order-321,order_paid,1481777123,1000.00,RUB				
5					

В примере указаны все известные идентификаторы для каждой конверсии. Если для каких-то конверсий часть идентификаторов неизвестна, их значения можно оставить пустыми (но один из идентификаторов у конверсии должен присутствовать **обязательно**).

Новый идентификатор для передачи офлайн-конверсий

В Метрике появилась возможность передавать данные об офлайн-конверсиях, используя идентификатор покупки — PurchaseID.

Для использования этого способа на сайте должна быть настроена [отправка событий электронной торговли](#).

В событии `'purchase'` в Метрику передаётся идентификатор покупки:

Покупка

Данные должны отправляться в момент подтверждения заказа.

```
dataLayer.push({
  "ecommerce": {
    "currencyCode": "RUB",
    "purchase": {
      "actionField": {
        "id" : "TRX987"
      },
      "products": [
        {
          "id": "25341",
          "name": "Толстовка Яндекс мужская",
          "price": 1345.26,
          "brand": "Яндекс / Яндекс",
          "category": "Одежда/Мужская одежда/Толстовки и свитшоты",
          "variant": "Оранжевый цвет",
          "quantity": 1,
          "list": "Одежда",
          "position": 1
        },
        {
          "id": "25314",
          "name": "Толстовка Яндекс женская",
          "price": 1543.62,
          "brand": "Яндекс / Яндекс",
          "category": "Одежда/Женская одежда/Толстовки и свитшоты",
          "variant": "Белый цвет",
          "quantity": 3,
          "list": "Толстовки",
          "position": 2
        }
      ]
    }
  }
});
```

Этот идентификатор можно увидеть в Метрике в стандартном отчёте «Содержимое заказов» (параметр «ID покупки»):

ID покупки, Товар в заказе	
Итого и средние	
☐	22626
☐	22628
☐	22620
☐	22632
☐	22618
☒	22621
☒	22622
Картина на холсте MONICA арт.8257064	
☒	22625

Это и есть PurchaseID, который нужно использовать для передачи офлайн-конверсий, связанных с соответствующими покупками.

Кому это может быть полезно?

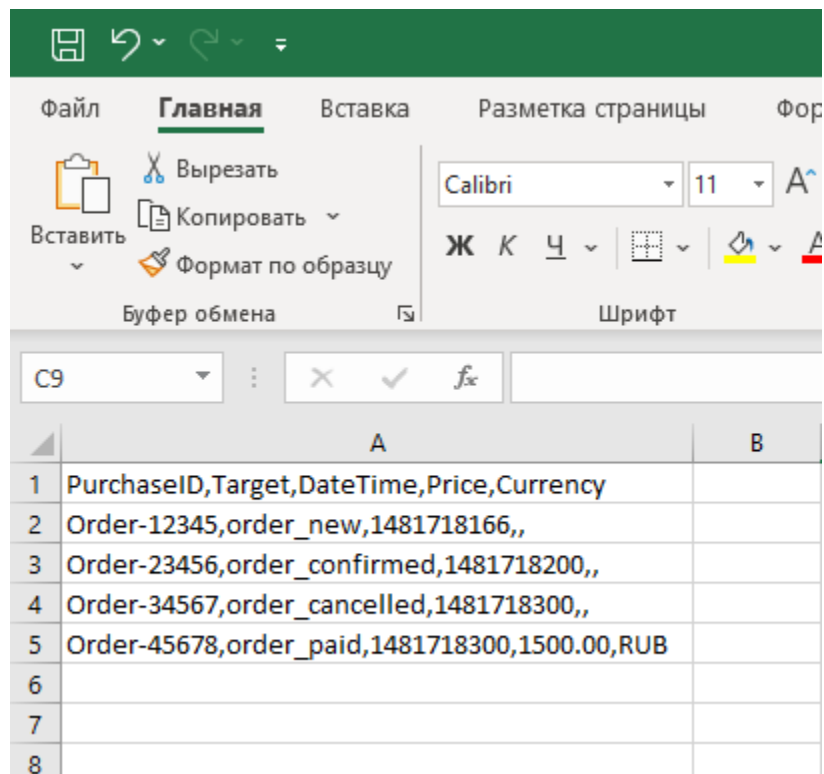
Бизнесу, который имеет дело с покупками или сущностями, которые можно представить в виде покупок/заказов/сделок, переходящими из одного статуса в другой.

Пример: компания занимается b2b-продажами. Заказы проходят несколько стадий:

- 1) После оформления на сайте заказ находится в статусе **Новый**.
- 2) Менеджер связывается с пользователем и подтверждает заказ. Статус меняется на **Подтверждён**.
- 3) Пользователь получает ссылку для оплаты и успешно оплачивает заказ. Статус меняется на **Оплачен**.

Все эти статусы могут быть представлены в Метрике в виде целей типа Javascript-событие. В момент смены статуса заказа в Метрику будет отправляться офлайн-конверсия.

Пример заполненного CSV-файла:



The screenshot shows a spreadsheet application interface. At the top, there is a green header bar with icons for save, undo, redo, and a dropdown arrow. Below this is a ribbon with tabs: 'Файл', 'Главная' (selected), 'Вставка', 'Разметка страницы', and 'Формат'. The 'Главная' tab contains various icons for editing (cut, copy, paste, format) and text formatting (font face, size, bold, italic, underline, text color, background color). Below the ribbon is a formula bar with 'C9' selected. The main area is a grid with columns labeled 'A' and 'B' and rows numbered 1 to 8. The data in column A is as follows:

	A	B
1	PurchaseID,Target,DateTime,Price,Currency	
2	Order-12345,order_new,1481718166,,	
3	Order-23456,order_confirmed,1481718200,,	
4	Order-34567,order_cancelled,1481718300,,	
5	Order-45678,order_paid,1481718300,1500.00,RUB	
6		
7		
8		

В этом примере мы передаём данные о четырёх заказах, у которых сменились статусы. По последнему заказу в файле мы также передаём доход, так как заказ был оплачен клиентом.

Таким образом, в Метрике можно собрать всю воронку, учитывающую статусы, в которые заказы переходят уже после визитов пользователей.

Здесь будет резонно заметить, что эта история очень похожа на передачу данных из CRM. И это, действительно, так. Если бизнес уже работает с CRM-системой, будет проще [настроить передачу данных](#) о статусах сделок без использования PurchaseID. К тому же, для данных из CRM в Метрике есть достаточно удобные отчёты «Клиенты» и «Источники заказов из CRM».

Если же по какой-то причине CRM-система не используется, то передача данных с помощью PurchaseID — возможная альтернатива.

Важно: При передаче офлайн-конверсий с помощью PurchaseID конверсия будет привязана не к последнему визиту пользователя, а к тому визиту, во время которого произошла покупка электронной коммерции.