

Запит на розрахунок інвестицій у побудову Звітів в Power BI

	Питання	Відповідь
	Обов'язкові запитання. Без них неможлива підготовка комерційної пропозиції	
1	Які показники хочете відстежувати і яка їх цінність для вас?	Продажі в грн Націнка в грн Націнка в % Кількість замовлень, шт Середній заказ, грн Доля в грн Доля в замовленнях Доля в націнці грн По Закладам По брендам По Каналам збуту (Заклад, агрегатор, Власна доставка) рік до року Місяць по місяця минулого року Динаміка помісячно, рік до року, Кількість нових клієнтів (щоб рахувати LTV)

2	Вкажіть всі домени сайтів вашого бізнесу	
3	З яких систем хочете агрегувати дані? (GA4, Google Ads, Meta Ads, CRM система, ERP система, таблиці Excel з даними або ще щось)	GA4, Google Ads, Meta Ads, Binotel, GMB, Console google, App мясторія) ERP (syurve - по апи або файлами)
4	Де зберігаються підсумкові дані по викупам або Sales Qualified Leads?	syurve - зберігає всі данні по фактичному продажу Налаштовуємо вивантаження даних у хмару Як оперативні дані щодня так і для ішні за потреби в ексель.csv чи інші
5	Чи є приклади Звітів та які дані в них потрібно бачити?	Графічно немає В екселі досить багато різних показників Поточні, накоплені, динаміка, - так план факт в оперативному звіті Також окремо маю канали збуту Доставка - ділю на два окремих блока 1. Агрегатор 2. Власна доставка Але і ці групи теж діляться на підгрупи продажу 1. Агрегатор (Глово, Болт, Локо) 2. Власна доставка (Доставка курьером, Самовивіз) 2. Ця група ще ділиться на канали залучення 2.1 Сайти (Мясторія, МитБар, Апп (ios, android) чат бот 2.2 Вони мають свої канали продажу (органіка, реклама смм тощо)

		2.3 Телефон (можу відстежувати поки дзвінки) Тут зрозуміло що кожний канал (продажі, ліди, середнє замовлення, % конверсії, динаміка показників)
	Інші дані, необхідні для підготовки пропозиції	
6	Яку модель атрибуції ви використовуєте: Модель атрибуції за останнім непрямим кліком (Last Non-Direct Click) Модель атрибуції за останнім платним кліком (Last Paid Click) Перша взаємодія (First click) Остання взаємодія (Last click) Лінійна модель (Linear model) Funnel Based Ланцюги Маркова Вектор Шеплі (Analytics 360) Data Driven (GA4)	Навіть не знаю що відповісти
7	Чи є опис вашої нестандартної моделі атрибуції?	
8	Чи потрібно в дашбордах порівняння за різними моделями атрибуції?	
9	Хто буде використовувати звіти (посади)?	Я як керівник Digital продажу та Власник разом з директором по маркетингу

10	Який контекст використання звітів (дорогою з телефону, з ноутбука на роботі, з телевізора на зустрічі)?	Оперативний тобто виконання плану.факту поточного місяця + прогноз та динаміку по закладам та каналам - це мобільна версія на 80% Всі інший тільки Десктоп
11	Для яких цілей буде використовуватися аналітичне рішення?	
12	Чи є в штаті програміст, який виконує завдання, пов'язані з отриманням і обробкою бізнесових даних (1С, бази даних)?	
13	Чи є мобільний додаток?	Так
14	Чи є колтрекінг?	Ні не використовуємо але для різних закладів намагаємось використовувати різні номери щоб бачити кількість дзвінків
15	Яка CRM (чи є в планах її підключення)? Чи є Арі?	Зараз є Битрикс - але вона не використовується як керування клієнтами
16	Показники в динаміці та їх візуалізація:	Необхідно відмітити необхідні
	ROAS	+
	ROI, ROMI	+
	CAC (customer acquisition cost, вартість залучення одного нового клієнта)	+
	LTV	+
	ARPU (середній дохід від одного клієнта)	+
	Конверсія в продажі (=реалізовані замовлення)	+
	Конверсія з лідів в замовлення	-

	Конверсія в ліди	+
	Прибуток	+
	Реальні продажі=дохід без ПДВ	не використовуємо ПДВ в звітах
	CPL (cost per lead, вартість залучення ліда)	
	CPO (cost per order, вартість залучення замовлення)	+
	Середній чек	+
	Кількість реалізованих замовлень	+
	Кількість підтверджених замовлень	+
	Кількість отриманих замовлень (не підтверджені)	- але булоб цікаво бачити де невиконуємо замовлення або кількість таких замовлень які не виконали
	Кількість лідів (лід=заповнена форма на сайті/посадковій сторінці)	-
	Дзвінки	+
	Витрати на рекламу	+
	CPC	+
	CTR	+
	Кліки=переходи	+
	Сеанси	+
	Покази	+
	Географія трафіку	- Не сильно бачу в цьому ми це Київ покищо
	Джерела та канали трафіку	+
	Інші показники, які?	
	Додатково	

17.	Побажання та очікування щодо наповнення комерційної пропозиції по побудові звітності в ВІ системі	Десь бачити в оперативному (тенденції чи нетипові ситуації)
18.	Будь-яка додаткова інформація, для підготовки релевантної пропозиції	