

# CallTracking настройка

## Полное руководство

Версия 1.1

# 1. Что такое CallTracking?

Компании продвигают себя в интернете используя Google Ads, Яндекс.Директ, сервисы e-mail рассылки и другие. Для того чтоб оценить эффективность каждого рекламного интернет канала, используют сервисы аналитики, самыми популярными являются Google Analytics и Яндекс.Метрика. Но как понять какое количество посетителей (клиентов) по определенному слову перешли на сайт и совершили звонок? Для решения этой задачи, компания Phonet разработала сервис Call Tracking, который анализирует источник перехода и UTM метки, связывает их с уникальным номером телефона на сайте и подсчитывает количество звонков на такой номер.

## 2. Начало работы с CallTracking

### 2.1. Создание виджета для сайта

Создайте виджета CallTracking для сайта, выполнив шаги:

1. Войдите в личный кабинет Phonet с правами администратора;
2. Перейдите в раздел главного меню "Настройка" (Рис. 1, отметка 1) - "Интеграция" (Рис. 1, отметка 2), в блоке Виджеты для сайта, кликните добавить CallTracker (Рис. 1, отметка 3);
3. В всплывшем окне (Рис. 2) укажите название сайта, после чего нажмите кнопку "СОЗДАТЬ ВИДЖЕТ";

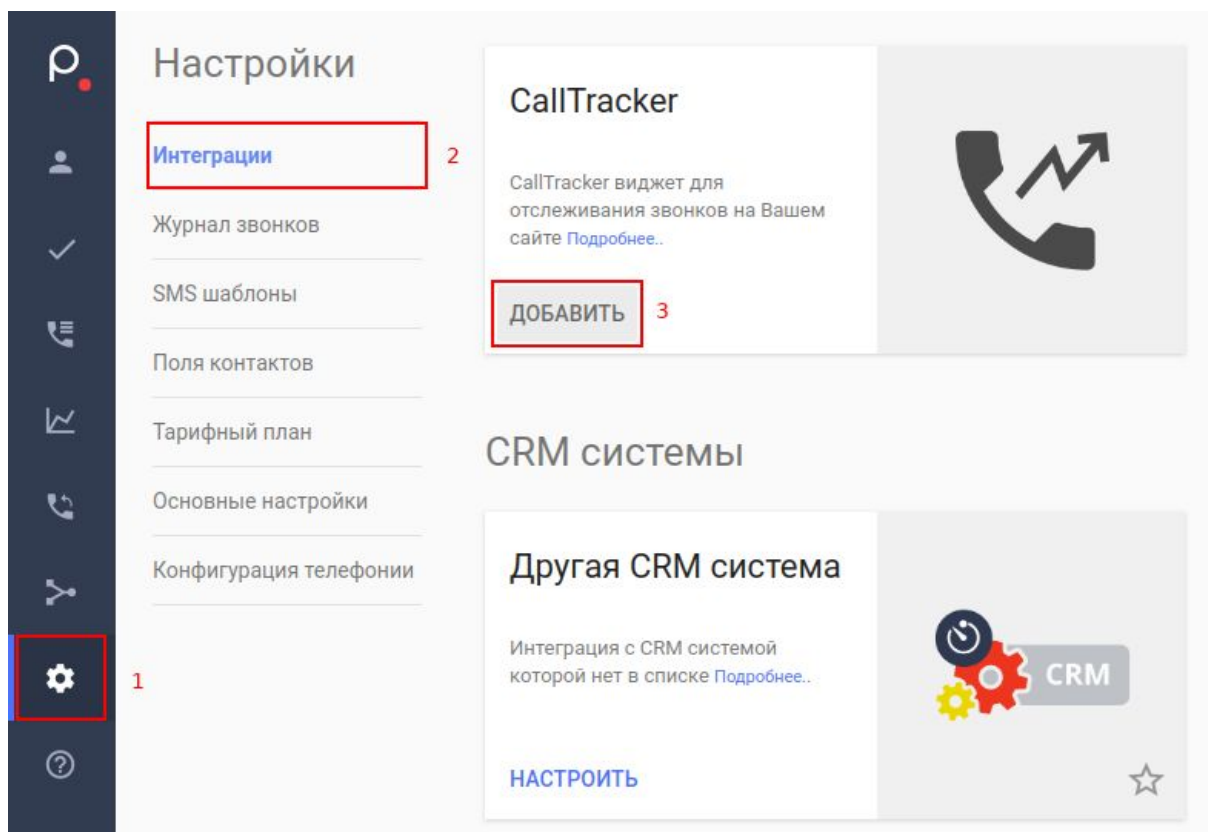
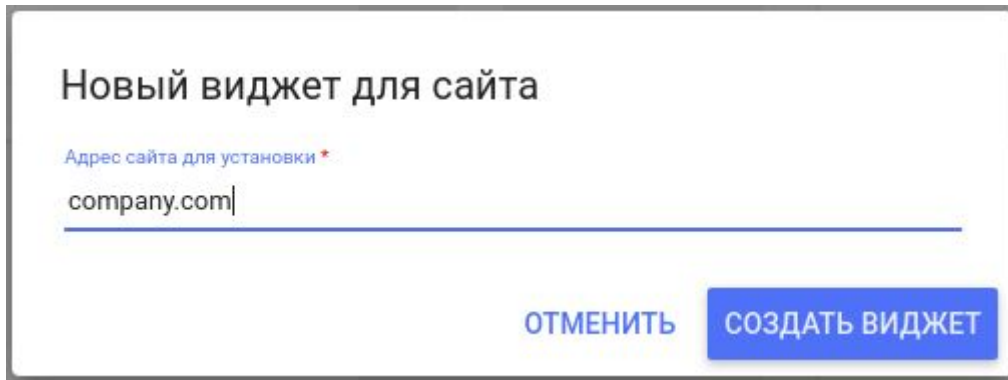


Рис. 1 Добавить виджет CallTracker



Новый виджет для сайта

Адрес сайта для установки \*

company.com|

ОТМЕНИТЬ СОЗДАТЬ ВИДЖЕТ

The image shows a web form titled "Новый виджет для сайта" (New widget for site). Below the title is a label "Адрес сайта для установки \*" (Site address for installation) followed by a text input field containing "company.com|". At the bottom right of the form are two buttons: "ОТМЕНИТЬ" (Cancel) and "СОЗДАТЬ ВИДЖЕТ" (Create widget).

Рис. 2 Создать виджет CallTracker

## 2.2. Установка кода на сайт

После создания виджета, браузер переадресует Вас в настройки виджета. Во вкладке с названием “Установка” (Рис. 3, отметка 1) скопируйте код (Рис. 3, отметка 2) и установите его на страницы сайта. Код можно установить:

- добавив тег в Google Tag Manager;
- непосредственно в верстку HTML страницы.

Детали по установке, смотрите в описании ниже. Если за установку кода, ответственен другой сотрудник, воспользуйтесь кнопкой “ОТПРАВИТЬ ВЕБ МАСТЕРУ НА ПОЧТУ” (Рис. 3, отметка 3).

← Сайт [company.com](#)

**УСТАНОВКА**    ОПЦИИ    НОМЕРА    ВНУТРЕННИЙ ТРАФИК

### Установка кода на сайт

Установите код на каждую страницу перед закрывающим тегом `</body>`. Если на сайте установлен Google Tag Manager, добавьте код в тег "Пользовательский HTML", в качестве триггера активации установите значение "Все страницы".

```
<!--BEGIN CALLTRACKER CODE {literal}-->  
<script>var telerTrackerWidgetId="81afe5cf-96de-47ee-9aad-2fc23b0474e5"; var telerTrackerDomain="demo.phonet.com.ua";</script>  
<script src="//demo.phonet.com.ua/public/widget/call-tracker/lib.js"></script>  
<!--{/literal} END CALLTRACKER CODE -->
```

Спустя несколько дней (рекомендуемый период — неделя), в разделе "Номера" будет показано количество номеров рекомендуемое для работы CallTracking. После получения этой информации, добавьте номера.

**ОТПРАВИТЬ ВЕБ МАСТЕРУ НА ПОЧТУ**

Рис. 3 Установка CallTracker

### 2.2.1. На сайте установлен Google Tag Manager

Добавьте код виджета в разделе “Теги”, создав новый тег. Тип тега: “Пользовательский HTML”. Триггер активации тега: “Все страницы” (All pages). Пример конфигурации представлен на рисунке ниже.

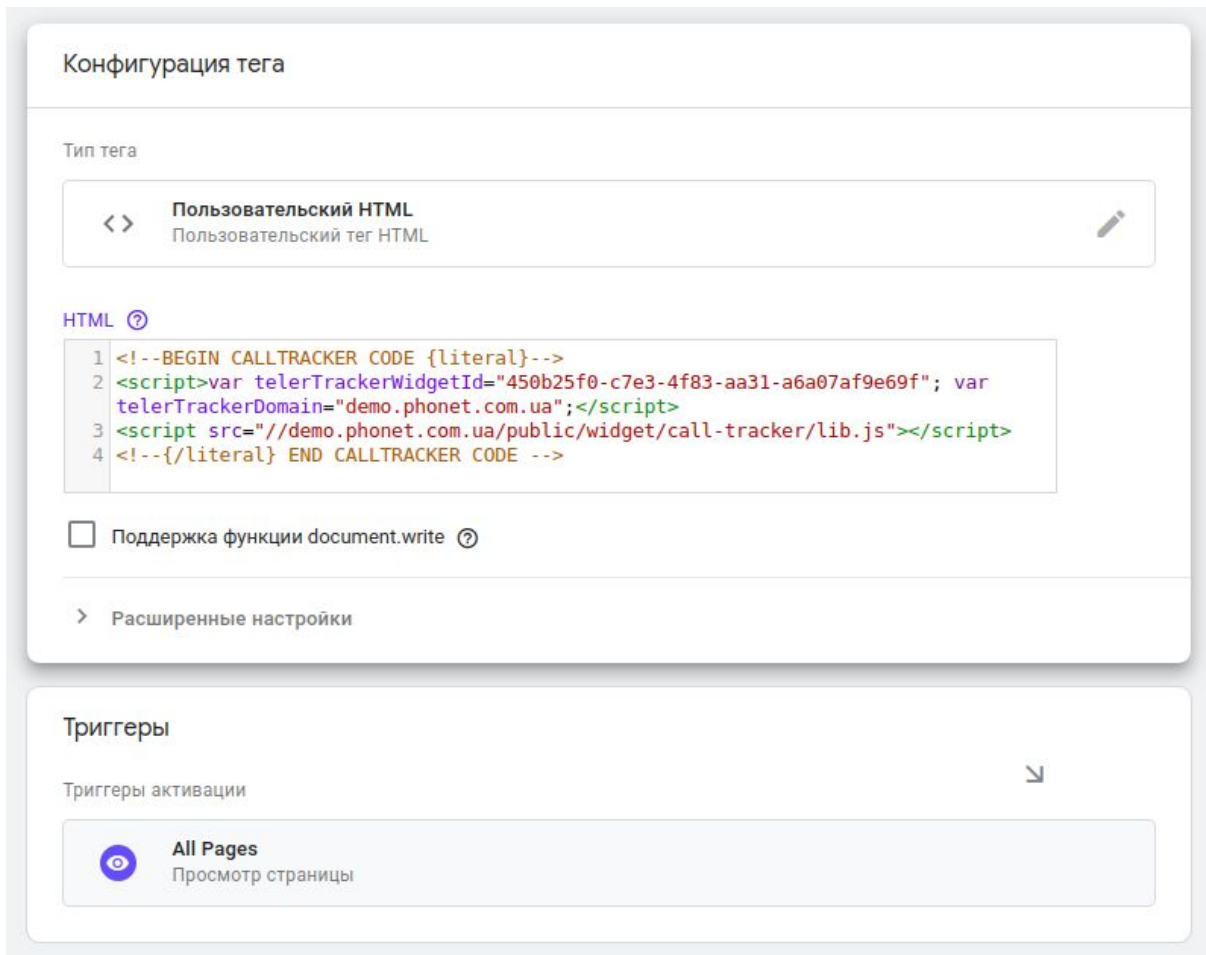


Рис. 4 Добавляем код виджета с помощью Google Tag Manager

## 2.2.2. Сайт без Google Tag Manager

Установите код на страницы сайта перед закрывающим тегом `</body>`, пример конфигурации представлен на рисунке ниже.

```
...
<!--BEGIN CALLTRACKER CODE {literal}-->
<script>var telerTrackerWidgetId="81afe5cf-96de-47ee-9aad-2fc23b0474e5"; var
telerTrackerDomain="demo.phonet.com.ua";</script>
<script src="//demo.phonet.com.ua/public/widget/call-tracker/lib.js"></script>
<!--{/literal} END CALLTRACKER CODE -->
</body>
</html>
```

Рис. 5 Добавляем код виджета в HTML код страницы

## 2.3. Настройка номеров для подмены в Phonet

Перейдите на вкладку “Номера” (Рис. 5, отметка 1), в настройках виджета. Нажмите кнопку “+” (Рис. 5, отметка 2), во всплывающем окне в поле “Номер” (Рис. 5, отметка 3) выберите номер телефона для подмены или введите его вручную, затем нажмите “ДОБАВИТЬ НОМЕР” (Рис. 5, отметка 4). Добавить можно телефонные номера которые подключены к Виртуальной АТС и некоторые телефонные номера с которых настроена переадресация на один из номеров подключенных к Виртуальной АТС. Номера для которых поддерживается трекинг через переадресацию:

- Kyivstar с условием переадресации на городской номер от Kyivstar;
- lifecell с условием переадресации на городской номер от lifecell;

Возможность добавления номеров других операторов работающих по переадресации, уточняйте у тех. поддержки компании Phonet.

**Внимание.** До момента добавления номеров в CallTracking у Вас на сайте уже есть номера по умолчанию. Не добавляйте эти номера в список для подмены. Если нарушить это правило, CallTracking не будет работать корректно. Также, запрещено добавлять один номер в разные CallTracking виджеты.

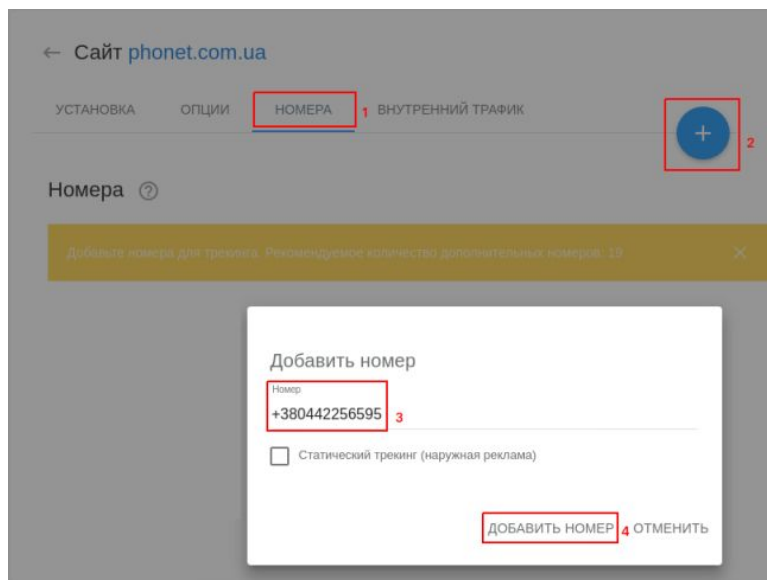


Рис. 6 Добавление номера для подмены

После добавления номера, настройте параметры подмены номера на сайте, кликнув на иконку “Редактировать” в строке с добавленным номером.

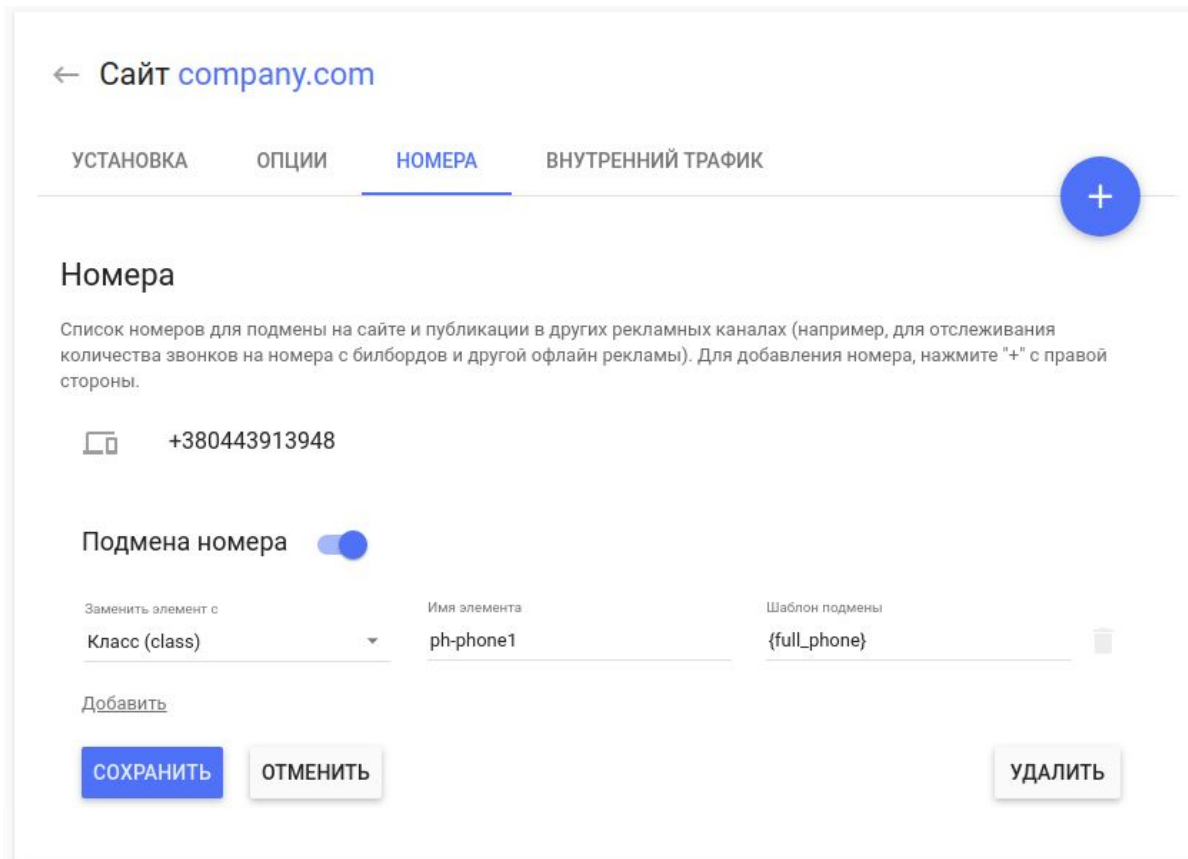


Рис. 7 Настройка подмены номера



При добавлении номера, установите значения таких полей:

**Заменить элемент с** - на основании какого атрибута, будет происходить замена номера на сайте. Возможные значения:

- Класс (class) - атрибут class;
- Идентификатор (id) - атрибут id.

**Значение** - значение атрибута который указан в предыдущем пункте;

**Шаблон подмены** - правила форматирования номера который динамически подменяется на сайте. Например, чтобы на сайте номер отображался в формате +38 (099) 111 11 11, используйте правило +38 ({code}) {phone\_space}.

Таблица 1. Макросы подмены номеров и примеры синтаксиса

Макрос	Примеры значений	Описание
{full_phone}	+38 (099) 303-43-00, +7 (495) 234-23-32	Полный номер телефона
{code}	099, 495	Код страны начиная с 8-го по 10-ый символы включительно.
{phone}	303-43-30, 234-23-32	Номер телефона начиная с 1-го по 7 символ включительно. После 2-ой и 4-ой цифры, размещены дефисы.
{phone_short}	3034330, 2342332	Номер телефона начиная с 1-го по 7 символ включительно. В номере должны отсутствовать дефисы и пробелы.
{phone_space}	303 43 30, 234 23 32	Номер телефона начиная с 1-го по 7 символ включительно. После 2-ой и 4-ой цифры, размещены пробелы.

**Внимание.** Рекомендуем вам указывать именно макрос, а не выданный номер в явном виде. При подключении новых номеров в поля блока автоматически подставляются ранее введенные параметры замены, и при использовании макросов вам не придется редактировать эти параметры вручную.

Основные кнопки которые используются на форме:

“Сохранить” - сохраняет настройки;

“Отменить” - отменяет не сохраненные изменения в правилах для номера и закрывает раздел редактора;

“Удалить” - удаляет номер с трекинга.

## 2.4. Добавление классов на страницу

Для завершения настройки CallTracking, добавьте класс ph-phone1 в html тег который включает номер телефона. Тег с номером телефона, должен включать номер по умолчанию, запрещено удалять номер по умолчанию или добавлять номер по умолчанию в список номеров для динамического CallTracking.

Например:

```
<span class="ph-phone1">  
  +38 (044) 224-65-95  
</span>
```

Если на сайте необходимо заменить связку номеров (например городской, мобильный Vodafone, мобильный Life), добавьте класс с индексом для каждого следующего номера. Для второго номера: ph-phone2 (мобильный Vodafone), для третьего: ph-phone3 (мобильный Life) и т.д.

```
<span class="ph-phone1">  
  +38 (044) 224-65-95  
</span>  
<span class="ph-phone2">  
  +38 (099) 384-72-64  
</span>  
<span class="ph-phone3">  
  +38 (093) 000-00-00  
</span>
```

После внесения правок на сайте, перейдите на страницу сайта и проверьте что при открытии сайта Вам будут показаны номера для подмены. Если Вы столкнулись с трудностями, пройдите шаги данной инструкции повторно или обратитесь в тех. поддержку компании Phonet.

## 3. Настройка UTM меток

Для того чтоб CallTracking предоставлял исчерпывающую информацию о переходах, необходимо использовать ссылки, с рекламных материалов, на Ваши страницы с UTM метками (параметрами запроса).

Типов UTM меток достаточно много, мы же постараемся выделить самые основные и рассмотреть их в контексте работы CallTracking. И того, можно выделить такие основные UTM метки:

**utm\_source** — источник компании, который используется для для идентификации поисковой системы, электронной рассылки или другого источника.

Примеры: utm\_source=google, utm\_source=yandex, utm\_source=promo\_email;

**utm\_medium** — канал компании, который используется для идентификации канала, например электронной рассылки или кампаний с оплатой за клики.

Примеры: utm\_medium=срс, utm\_medium=email, utm\_medium=banner;

**utm\_term** — ключевое слово кампани, который используется соответственно, чтобы указать ключевые слова для этого объявления.

Пример: utm\_term=Виртуальная\_АТС+Колл\_Трекинг;

**utm\_content** — содержание кампании, в основном используется, чтобы различать объявления, или ссылки, ведущее на один URL адрес.

Примеры: utm\_content=logolink или utm\_content=textlink;

**utm\_campaign** — название кампании, который используется для анализа ключевых слов.

Пример: utm\_campaign=весенняя\_распродажа;

**utm\_nooverride** — запрет на перезапись UTM метки. Для установки запрета на перезапись utm метки, данный параметр необходимо установить как utm\_nooverride=1. Как пример данную метку можно использовать, когда потребитель переходит на сайт не через оплаченный поиск, а например через E-mail для подтверждения заказа, или же для подтверждения авторизации. Таким образом данные по его предыдущим utm меткам, не перезаписываются. Если же в момент перехода предыдущих UTM меток сохранено не было, будут установлены текущие метки.

## 3.1. Настройка UTM меток в Google Ads

UTM метки прописываются в URL адресе объявления в настройках Google Ads.

Для того чтобы прописать UTM метки в объявлении необходимо проделать следующие шаги:

1. Войти в аккаунт Google Adword;
2. Перейти в кампанию для ее редактирования, затем перейти на вкладку объявления (Рис. 8, отметка 1);
3. Выбрать необходимое объявление (Рис. 8, отметка 2) и нажать для редактирования иконку в виде карандаша;
4. В редакторе объявления в первом поле указан адрес сайта (Рис. 9, отметка 1), прописываем в конце адреса UTM параметры. Параметры прописываются по всем правилам написания параметров для запросов, в конце ссылки на страницу прописывается знак "?", а между параметрами символ "&", например: `phonet.com.ua/call-tracking.html?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=виртуальная_атс+колл_трекинг&utm_campaign=Phonet_CallTracking;`
5. Нажать кнопку "Сохранить".

Все кампании >  
Кампания: Phonet CallTracking

● Включено Тип: Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть – Стандартный Изменить Бюджет: 100,00 грн./день Изменить

Группы объявлений Настройки **Объявления** Ключевые слова Расширения объявлений Быстрая статистика

Все объявления, кроме удаленных Сегментировать Фильтр Столбцы

Клики по сравнению с Отсутствует В день

1

0 воскресенье, 2 октября 2...

+ ОБЪЯВЛЕНИЕ Изменить Автоматизация Дополнительные действия... Ярлыки

	Объявление	Группа объявлений	Статус ?	Ярлыки ?	% показов ?	Тип кампании ?
<input type="checkbox"/>	Call Tracking Качественно и недорого phonet.com.ua/call-tracking Недорогой Call Tracking. Подмена номеров. Телефония и Call...	Phonet call tracking	Одобрено	--	0,00%	Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть

2

Рис.8 Список объявлений Кампании в Google Ads

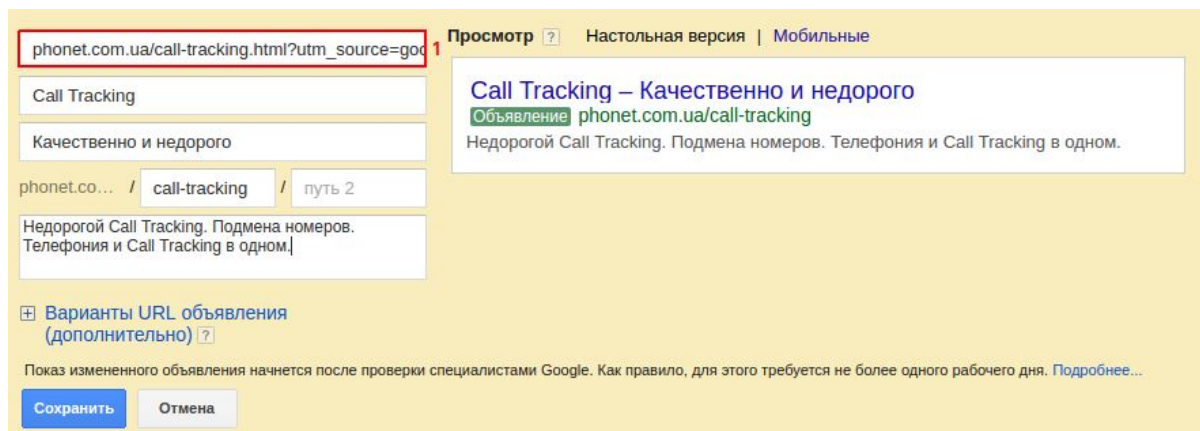


Рис. 9 Редактор объявлений в Google Ads

UTM метки прописываются во всех объявлениях по которым необходимо получать детальную статистику.

### 3.1.1. Параметры ValueTrack в Google Ads

Для упрощения работы, можно использовать параметры ValueTrack. По сути данные параметры являются текстом, заключенным в фигурные скобки. Они используются для того чтоб не прописывать значение каждого из параметров в объявлении, вместо реальных значений используются параметры URL ValueTrack. Например, вместо того чтоб прописывать каждое ключевое слово для каждого объявления, например `utm_keyword=виртуальная атс`, можно прописать `utm_keyword={keyword}`. При клике по рекламному объявлению, всю работу, по установке реальных значения, выполнит Google Ads. Более подробно ознакомиться с данной возможностью Google Ads, можно перейдя по ссылке: <https://support.google.com/adwords/answer/2375447?hl=ru>.

Ниже представлено несколько ValueTrack параметров для UTM меток, которые могут быть указаны в Google Ads для автоматической подстановки.

Распространенные ValueTrack параметры:

- {lpurl}** – это конечный URL, который вы прописываете в строке URL самих объявлений;
- {campaignid}** – идентификатор кампании;
- {keyword}** – ключевое слово по которому осуществлялся поиск;
- {network}** – тип площадки на которой произошел клик по рекламе. Это была поисковая система или сайт контекстно медийной сети;
- {utm\_placement}** – домен сайта, где произошел клик по рекламе;
- {device}** – тип устройства с которого был переход, а именно это был мобильный телефон(m), планшет(t), или компьютер;
- {devicemodel}** – марка и модель устройства с которого был осуществлен переход;

**{target}** – в какой категории размещено объявления;  
**{adtype}** – тип рекламного объявления, а данный атрибут прописывается только в кампания где прописан {target} и имеет следующие значения: товарное объявление(pla) и расширение «дополнительная информация о товаре»(pe).

Для того чтобы автоматически проставить UTM метки для всех объявлений, необходимо проделать следующие шаги:

1. Войти в Google Ads;
2. Перейти к списку объявлений одной из Кампаний (Рис. 3, отметка 1);
3. Отметить все объявления, после чего нажать "Изменить"->"Изменить варианты URL..." (Рис. 3, отметка 2);
4. На открывшемся дополнительном меню настроек, в поле "Шаблон отслеживания" (Рис. 4, отметка 1) необходимо прописать UTM метки с внутренними параметрами, например:  
`{|url}?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term={keyword}&utm_campaign=gl-search;`
5. Далее нажать кнопку "Внести изменения".

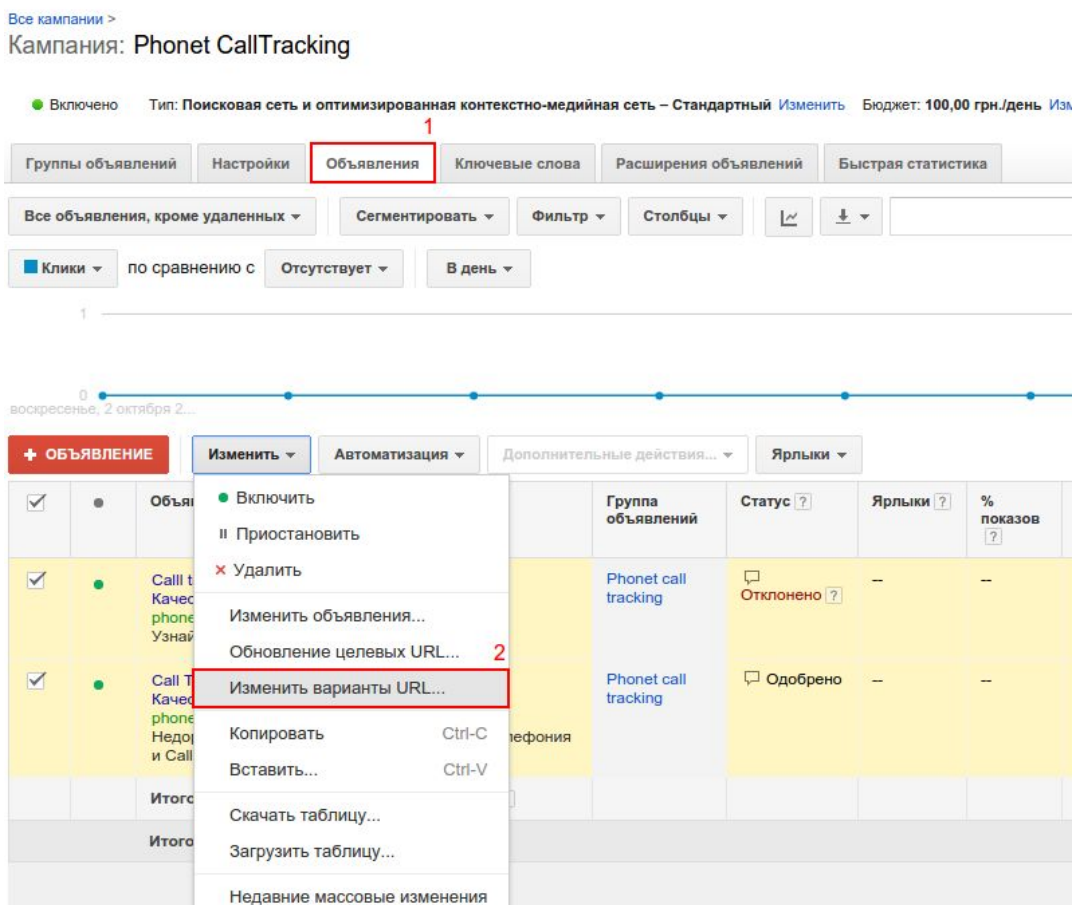


Рис. 10 Список объявлений Кампании

[Все кампании >](#)

Кампания: Phonet CallTracking

● Включено Тип: Поисковая сеть и оптимизированная контекстно-медийная сеть – Стандартный [Изменить](#) Бюджет: 100,00 грн./день [V](#)

Группы объявлений | Настройки | **Объявления** | Ключевые слова | Расширения объявлений | Быстрая статистика

Все объявления, кроме удаленных ▾ | Сегментировать ▾ | Фильтр ▾ | Столбцы ▾ | | ▾ |

■ Клики ▾ | по сравнению с **Отсутствует** ▾ | В день ▾



Изменение вариантов URL (выбрано объявлений: 2)

Действие

Шаблон отслеживания  `{[url]?utm_source=google&utm_medium=1`

Специальный параметр  `{ _ <Без изменений> } = <Без изменений>`

[+ Добавить](#)

<input checked="" type="checkbox"/>	●	Объявление	Группа объявлений	Статус <a href="#">?</a>	Ярлыки <a href="#">?</a>	% показов <a href="#">?</a>
<input checked="" type="checkbox"/>	●	Call Tracking Качественно и недорого <a href="http://phonet.com.ua/call-tracking">phonet.com.ua/call-tracking</a> Недорогой Call Tracking. Подмена номеров. Телефония и Call Tracking в одном.	Phonet call tracking	Одобрено	--	--

Рис. 11 Шаблон отслеживания

P.S. В примерах указаны распространенные UTM метки и ValueTrack параметры, но Вы также можете использовать дополнительные UTM метки, которые не указаны в данной инструкции.

## 3.2. Настройка UTM меток в Яндекс Директ

UTM метки прописываются в URL адресе объявлений, в настройках Яндекс Директ.

Для того чтобы прописать UTM метки в объявлении, выполните следующие шаги:

1. Войдите в аккаунт Яндекс Директ;
2. Перейдите в раздел "Мои кампании" (Рис. 12, отметка 1), затем в необходимую кампанию (Рис. 12, отметка 2);

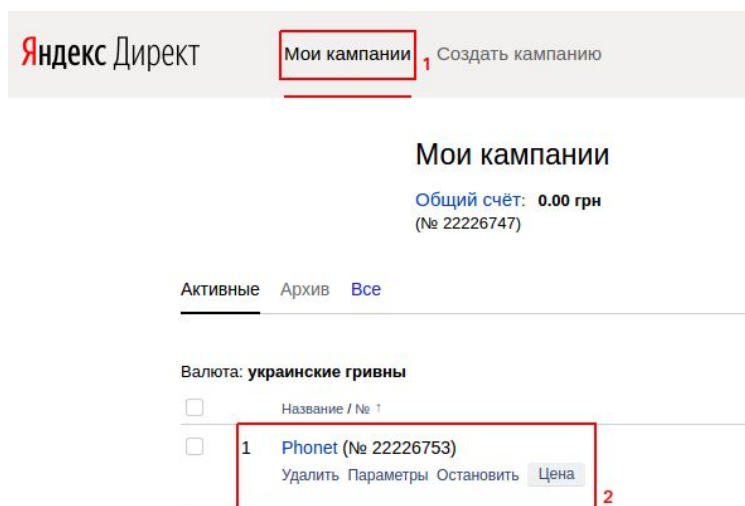


Рис. 12 Кампании в Яндекс Директ

3. Выберите определенную группу объявлений (Рис. 13, отметка 1) и нажмите "Редактировать группу" (Рис. 13, отметка 2);



The screenshot displays the Phonet campaign management interface. At the top, the campaign is identified as «Phonet» № 22226753, starting on 16.10.2016. Key settings include a manual bidding strategy and a disabled site monitoring. A sidebar on the left offers options to change parameters, virtual visits, and download data. Below this, campaign-wide settings like pricing and negative keywords are listed. A central button allows adding new ad groups. A filter bar shows 1 active group. A section for setting a click price for all phrases on the page is set to 80.00 UAH. The main area shows a list of ad groups, with one group highlighted in a red box. This group, named 'Call Tracking', has 1 ad and is pending moderation. A red box highlights the 'Edit group...' button, and a red '1' points to the URL field in the ad details.

Изменить параметры  
Виртуальные визитки  
Выгрузка в XLS/XLSX

Цены для всей кампании  
Единый набор минус-слов  
Поиск объявлений  
Метки

Начало: 16.10.2016  
Кликов: -

Стратегия ? Ручное управление ставками изменить

Мониторинг сайта ? выключен

Добавить группу объявлений

Все группы 1    Активные    На модерации 1    Отклонённые    Остановленные    Архив

Все группы на странице

Установить цену клика для всех фраз на странице ?

Назначить цену  но не более  грн

Группа 2045286667

Call Tracking 1 объявл. >

№ М-3043059185

**Call Tracking. Недорого**  
Call Tracking. Заказать Call Tracking от Phonet. Всего 40 грн. за номер.  
[phonet.com.ua/call-tracking](http://phonet.com.ua/call-tracking)  
Регионы показа: Украина

**И** Ожидает модерации.

Редактировать группу... 2

Удалить группу

Минус-слова на группу

Метки

Фраза ↑ Проду

call tracking украина

айпи телефония

виртуальная атс -украина

Рис. 13 Группы объявлений кампании

4. В редакторе объявления, в конце значения в поле под названием "Ссылка на сайт" (Рис. 14, отметка 1), установите UTM параметры. Параметры добавляются по всем правилам написания параметров для запросов, в конце ссылки на страницу прописывается знак "?", а между параметрами символ "&". Например:  
phonet.com.ua/call-tracking.html?utm\_source=yandex&utm\_medium=cpc&utm\_term=виртуальная\_атс+колл\_трекинг&utm\_campaign=Phonet\_CallTracking;

### Редактирование группы объявлений

Компания Phonet (№ 22226753)

ГРУППА № 2045286667

Название группы \*

---

ОБЪЯВЛЕНИЕ № M-3043059185

Тип объявления  Текстово-графическое  Графическое

Заголовок \*

Текст объявления \*

Ссылка на сайт \*

Отображаемая ссылка

Дополнения  
Изображения   
Быстрые ссылки   
Уточнения

Адрес и телефон  нет Укажите адрес для показа объявления на Яндекс.Картах

В эту группу можно добавить еще 49 объявлений

Рис. 14 Редактор объявлений в Яндекс Директ

- Для отправки объявления на модерацию, нажмите кнопку "Далее", которая находится в самом низу редактора объявлений.

UTM метки прописываются во всех объявлениях по которым необходимо получать детальную статистику.

### 3.2.1. Настройка UTM меток с динамическими параметрами

Упростить настройку, можно используя динамические параметры Яндекс Директ. Данные параметры являются текстом, заключенным в фигурные скобки. Они используются для того чтоб не прописывать значение каждого из UTM параметров в объявлении, вместо реальных значений используется строка для подмены. Например, вместо того чтоб прописывать `utm_keyword=виртуальная атс`, можно указать `utm_keyword={keyword}`. При клике по рекламному объявлению с такой настройкой, всю работу, по установке реальных значения, выполнит Яндекс Директ. Более подробно ознакомиться с данной возможностью Яндекс Директа, можно перейдя по ссылке <https://yandex.ru/support/direct/statistics/url-tags.xml?lang=ru>.

Ниже представлено несколько динамических параметров для UTM меток, которые могут быть указаны в Яндекс Директ для автоматической подстановки. Распространенные динамические параметры в Яндекс Директ:

**{source\_type}** - тип площадки на которой произошел клик по рекламе. Это была поисковая система, или сайт контекстно медийной сети;

**{source}** – название площадки на которой было размещено объявление;

**{addphrases}** – был ли инициирован этот показ "дополнительными релевантными фразами", принимает значение (yes), если показ объявления был по одной из дополнительных фраз, или (no), если показ объявления был по одной из исходных фраз;

**{position\_type}** – тип объявления, которое показалось на странице поиска Яндекса, может принимать значение (premium) – специальное размещение, (other) – объявления находится внизу страницы поиска и none – блок объявления не размещен на странице поиска;

**{position}** – точная позиция объявления в блоке объявлений на странице поиска, принимает чисельное значение, если значение установлен "0", то объявление было показано не в Яндексе;

**{keyword}** – ключевое слово по которому было показано объявление;

**{campaign\_type}** – тип рекламной кампании.

Для того чтобы установить динамические параметры в UTM метках, нужно проделать все такие же шаги что и со статическими параметрами, но в данном случае, нет необходимости прописывать значения UTM меток индивидуально, так как нужно воспользоваться шаблоном:

`phonet.com.ua/call-tracking.html?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=акция3_1&utm_term={keyword}&utm_position_type={position_type}`