

# UTM-метки

Привет, ботмейкеры! 🤖

Не только маркетологи, но и все, кто хочет анализировать входящий трафик в своих ботов, сегодня будут рады новому функционалу - мы внедрили UTM-метки.

## Что это такое

UTM-метки - это специализированный параметр в URL, используемый маркетологами для отслеживания рекламных кампаний в сети Интернет.

## Для кого и зачем

Если вы рекламируете своего бота через разные каналы (например, контекстную рекламу, таргетинг в Instagram, Вк, или размещаете баннеры на сайтах), UTM-метки помогут вам отследить, сколько подписчиков вам даёт тот или иной канал.

Это поможет вам:

- Определить источники трафика в бот;
- Собрать статистику отдельно по каждому рекламному каналу;
- Вычислить, из какого канала поступают более дешёвые подписчики, чтобы в дальнейшем перераспределить бюджет в пользу более эффективных каналов.

UTM-метки представлены не совсем в привычном формате, а в упрощённом по нескольким причинам:

- мы улучшаем механизмы анализа пользователей и их действий в ботах, что со временем будет отражено в ЛК, а для этого необходимо всю информацию хранить в каждом боте индивидуально;
- UTM-метки будут работать не только на анализ источников трафика;
- вся логика лежит в боте, а не на таких сервисах, как Facebook Pixel, Yandex Metrika и прочие;

- Telegram не позволяет при переходе по ссылке извлекать такие данные о пользователе, как:
  - геолокация
  - возраст
  - пол
  - любую информацию об устройстве
  - и так далее.

## Как это работает

Все очень просто:

- перед тем, как запустить рекламу, создайте ссылку на бота с UTM-меткой на платформе Botmaker;
- укажите эту ссылку в качестве URL в рекламном объявлении;
- платформа Botmaker начнёт собирать информацию по входящему трафику с данного URL.

## Формат ссылки с UTM-меткой

[https://t.me/<bot\\_username>?start=utm\\_<utm>](https://t.me/<bot_username>?start=utm_<utm>)

где:

- <bot\_username>- имя вашего бота;
- <utm>- источник трафика (метка).

С помощью наших UTM-меток вы сможете:

- получать информацию о том, из какого маркетингового канала приходят пользователи в чат-бот;
- автоматически формировать группы пользователей в разрезе каждого источника для дальнейшей работы с ними в чат-боте;
- анализировать трафик в разрезе каждого отдельного канала;
- отключать неэффективные каналы привлечения и, наоборот, разгонять более эффективные.

## Список всех меток

Вы сможете создавать, удалять метки и видеть весь список меток, которые были созданы в боте.

**Метки**  
Список всех UTM-меток созданных в боте

Активность	Название	Метка	Дата создания	Пользователей
<input checked="" type="checkbox"/>	Facebook	facebook	26.07.2020	0
<input checked="" type="checkbox"/>	VK 10.10.2020	vk	26.07.2020	0
<input checked="" type="checkbox"/>	История в Инстаграм	instagram_story	26.07.2020	0
<input checked="" type="checkbox"/>	Пост в Instagram от 10.10.2020	instagram_post_10_10_2020	26.07.2020	0

*img1*

## Редактирование метки

### Название

Название метки не является обязательным, но может помочь вам быстрее понимать, к какой рекламной кампании относится метка или какое у неё назначение. Более подробно вы можете описать это в блоке “Комментарий”.

**Название**

Вы можете задать любое название для метки для более удобного поиска или понимания её назначения

Обязательное поле

Например, реклама в Instagram 10.10.2020  
Пост в Instagram от 10.10.2020

Длина названия: 30/50

*img2*

## Метка

Метка - это то, что будет “зашито” непосредственно в ссылке, которую вы будете размещать в социальных сетях, на сайтах и иных площадках, привлекая трафик в чат-бот.

### Метка

Код метки, который будет установлен в ссылку на вашего бота

Обязательное поле

Метка должна быть уникальной для каждого бота

Например, instagram

**instagram\_post\_10\_10\_2020**

Метка может содержать только строчные символы латинского алфавита (a-z), цифры (0-9) и нижнее подчеркивание (\_)

Длина метки: 25/60

*img3*

## Комментарий

Мы постарались упростить формат ссылки, но добавили поле “Комментарий”, в котором можно кратко описать суть метки, её назначение и где она будет применяться.

Наша UTM-метка заменит такие параметры, как `utm_medium`, `utm_campaign` и `utm_term`. По сути, останется только параметр `utm_source`, который позволит определить источник трафика в чат-бот.

## Комментарий

Комментарий, описание рекламной кампании, где используется или любая иная информация на ваше усмотрение

Не обязательное поле

Пост в Instagram в профиле <username>  
Дата/время начала: 10:10 10.10.2020  
Ответственный (instagram): <username>  
Цель: 10.000 пользователей  
Цель (продажи): 100  
Цель (выручка): 100.000 рублей

Длина комментария: 191 / 1000

*img4*

### **Добавление в группу**

Активировав данную опцию, все пользователи, перешедшие в бот по метке, будут автоматически попадать в заранее подготовленную группу. Это упростит вам работу с пользователями, например, если вы в разных рекламных каналах используете разные офферы. Далее по сформированным группам можно будет запускать рассылки с учетом тех офферов, через которые пользователи перешли в вашего бота.

## Добавление в группу

Автоматически добавлять всех пользователей в группу, когда они перешли в бота по данной метке

Не обязательное поле

Активировать опцию



Свой бизнес



[Перейти к редактированию групп](#)

*img5*

### Ссылки на бота

В данном блоке для вас уже будут готовы ссылки с меткой, которые можно использоваться, просто скопировав их, нажав на соответствующую кнопку.

## Ссылки на бота

Здесь представлено список подтвержденных нами сервисов перенаправления. Вы можете использовать любую из этих ссылок и вставлять их в рекламные кампании, социальных сетях и тд

[https://t.me/botmaker?  
start=utm\\_instagram\\_post\\_10\\_10\\_2020](https://t.me/botmaker?start=utm_instagram_post_10_10_2020)

Скопировать

[https://tg.botmaker.co/botmaker?  
start=utm\\_instagram\\_post\\_10\\_10\\_2020](https://tg.botmaker.co/botmaker?start=utm_instagram_post_10_10_2020)

Скопировать

Вы также можете использовать сервисы сокращения ссылок, такие как [bit.ly](#), [cutt.ly](#) и прочие

*img6*

*Мы рекомендуем использовать только те ссылки, которые указаны в блоке “Сервисы перенаправления” непосредственно на странице редактирования метки.*

### **Иные сервисы перенаправления**

Помимо заранее подготовленных ссылок, вы можете использовать и любые другие сервисы перенаправления, если вам это важно.

## Иные сервиса перенаправления

Вы можете использовать так же любой другой сервис перенаправления на своё усмотрение, придерживаясь формата ссылки представленной ниже

```
<domain>/botmaker?  
start=utm_instagram_post_10_10_2020
```

**<domain>** - домен, ответственный за перенаправление, например, <https://t.me> или <https://my-redirect-service.com>

Внимание! Мы рекомендуем использовать только сервисы, подтверждённые нами и представленные в блоке "*Ссылки на бота*". Помните, что мы не несём ответственность за работоспособность сторонних сервисов и перехода по иным ссылкам в бот.

*img7*

*Обратите внимание, что мы не будем нести ответственность за работоспособность таких сервисов и корректность перенаправления пользователей в бот.*

## Аналитика метки

При помощи аналитики метки можно получить список всех пользователей, которые перешли в бот при помощи данной метки, а также краткую сводку о том, когда и сколько пользователей воспользовалось меткой для входа в бот.

Это может быть полезно, если вы, например, воспользовались услугами блоггера, и вам важно понимать, кто конкретно и сколько пользователей зашло в бот через его рекламу.



### Перешедшие пользователи

Список всех пользователей, кто воспользовался любой ссылкой, предоставленной вами, имеющей метку instagram

Username	Имя	Дата перехода
durov1	Durov 1	20:01 10.10.2020 (мск)
durov2	Durov 2	20:01 10.10.2020 (мск)
durov3	Durov 3	20:01 10.10.2020 (мск)
durov4	Durov4	20:01 10.10.2020 (мск)
durov5	Durov 5	20:01 10.10.2020 (мск)

### Перешло пользователей

Информация обновляется не в режиме реального времени и может немного отставать от реального или ожидаемого

За сегодня	1
За неделю	2
За месяц	0
За год	5
За всё время	0

*img8*

С помощью меню “Аналитика”, которое есть у каждого боевого бота (доступно на тарифах “Старт” и выше), можно получить файл-выгрузку со всеми пользователями в формате Microsoft Excel 2010.

*Внимание! Вся информация собирается не в режиме реального времени и может обновляться с небольшим запозданием.*

## Условия и ограничения

- UTM-метки доступны только для боевых ботов (на тарифах «Старт» и выше). На бесплатном тарифе модуль закрыт;
- Длина UTM-метки не должна превышать 60 символов. Если метка активна, но не указан её код (например, “facebook”), информация о переходах не будет сохраняться;
- Каждая метка должна быть уникальна для каждого бота, то есть нельзя создавать две метки “facebook”;
- Сбор информации о пользователе происходит независимо от того, есть у него Username или нет. В случаях, когда пользователь перешёл по ссылке с UTM-меткой без указанного Username, в личном кабинете на странице аналитики метки его Username будет отражён как “-” или “Н/Д”. Со временем, когда он задаст Username - он отобразится;

- Для каждого пользователя сохраняется только первый переход и не дублируется при повторном входе. Это значит, что все пользователи на странице аналитики метки или в группе (в случае активации опции “Добавлять в группу”) будут уникальными;
- Метка не собирает в силу ограничений Telegram таких сведений о пользователе, как:
  - геолокация;
  - возраст;
  - пол;
  - любую информацию об устройстве;
  - и так далее.

## Пример

Предположим, что вы продвигаете салон красоты и у вас есть чат-бот, который позволяет записаться на услуги, а также предоставляет необходимую информацию о салоне, ее мастерах и услугах.

Первым делом вы зададитесь вопросом: “Как привлечь подписчиков в бот?”.

Привлечь трафик помогут такие каналы как:

- контекстная реклама Яндекс Директ, Google Ads;
- таргетированная реклама в Instagram, Facebook, Вк, Mytarget;
- трафик с вашего сайта или лендинга;
- партнёрские программы;
- баннерная реклама и др.

Допустим, вы уже запустили рекламу в Яндекс Директ и в Инстаграм. Трафик в бота пошёл. Но понять, сколько конкретно людей пришло с Яндекса, а сколько с Инстаграма - сложно. Здесь как раз и помогут UTM-метки. Благодаря им вы увидите всех пользователей, пришедших в разрезе каждого отдельного рекламного канала. Но самое интересное, что в дальнейшем вы сможете вычислить, из каких каналов подписчики в итоге становятся вашими клиентами.

Так вы перестанете запускать трафик вслепую, начнёте его анализировать и в конечном счетекратно увеличите эффективность рекламы.

## А ещё

- Исправили проблему, которая в некоторых случаях могла приводить к ошибке создания бота;
- Поправили проблему, которая в некоторых случаях могла приводить к ошибке создания SSIT;
- Устранили проблему, которая в некоторых случаях могла приводить к ошибке при редактировании ключевых слов;
- Поправили проблему, которая в некоторых случаях могла приводить к некорректной работе повторной оплаты подписки на чаты (группы и каналы);
- Прочие исправления и улучшения.

*P.S. У нас большие планы на развитие функционала анализа действий и движения пользователей и, если он вам полезен и у вас есть дополнения и идеи - смело пишите нам, мы обязательно рассмотрим все из них.*

---

Если у вас появились предложения по улучшению модуля, пожалуйста, пишите нам, даже если изменение кажется огромным, сложным и нереальным. Нам это очень важно.

Оставить отзыв и рекомендацию можно через сайт или основного нашего бота <https://tg.botmaker.co/botmakercobot>.

Команда Botmaker 🍀❤️

Скачать PDF-документ статьи можно по [ссылке](#)

Последнее редактирование: 28.07.2020