



Created By
Anastasia Andreeva

ОКУПАЮЩИЕСЯ КАНАЛЫ

Каналы с ROI больше 100%

1. yandex (cpc)

- Кампания: base-professions-retarget, ROI: 4928.12%
- Кампания: dod-php, ROI: 2419.37%
- Кампания: base-frontend, ROI: 562.56%
- Кампания: freemium, ROI: 423.25%
- Кампания: base-python, ROI: 354.16%
- Кампания: prof-data-analytics, ROI: 108.91%
- Кампания: prof-professions-brand, ROI: 97.78%
- Кампания: dod-professions, ROI: 8.96%

2. vk (cpc)

- Кампания: freemium-frontend, ROI: 329.24%
- Кампания: prof-python, ROI: 144.63%
- Кампания: prof-java, ROI: 75.30%

Рекомендуется увеличить бюджет на успешные кампании для максимизации прибыли.

РАБОТА НАД РЕКЛАМНЫМИ КОМПАНИЯМИ

roi	utm_source	utm_medium	utm_campaign
4928.121484814398	yandex	cpc	base-professions-retarget
2419.3661971830984	yandex	cpc	dod-php
562.5582944703531	yandex	cpc	base-frontend
423.25346082579193	yandex	cpc	freemium
354.157841509722	yandex	cpc	base-python
329.2408872186179	vk	cpc	freemium-frontend
144.62944106558055	vk	cpc	prof-python
108.91371771646448	yandex	cpc	prof-data-analytics
97.7759546730589	yandex	cpc	prof-professions-brand
75.30224394947159	vk	cpc	prof-java
8.961978611167162	yandex	cpc	dod-professions
0	Yandex	cpc	67652027
0	Yandex	cpc	73043444
0	Yandex	cpc	74431025
0	Yandex	cpc	77386453

- **Yandex (cpc):**
 - **base-professions-retarget (ROI: 4928.12)**
 - **dod-php (ROI: 2419.37)**
 - **base-frontend (ROI: 562.56)**
 - **freemium (ROI: 423.25)**
 - **base-python (ROI: 354.16)**
 - **prof-data-analytics (ROI: 108.91)**
 - **prof-professions-brand (ROI: 97.78)**
 - **dod-professions (ROI: 8.96)**

• VK (cpc):

- **freemium-frontend (ROI: 329.24)**
- **prof-python (ROI: 144.63)**
- **prof-java (ROI: 75.30)**

Следующие компании показывают хорошие результаты, продолжайте финансировать и развивать

РАБОТА НАД РЕКЛАМНЫМИ КОМПАНИЯМИ

roi	utm_source	utm_medium	utm_campaign
0	yandex-direct	cpc	68583881
0	yandex-direct	cpc	70989018
0	yandex-direct	cpc	71522986
0	yandex-direct	cpc	85838400
-10.107046604010907	yandex	cpc	prof-frontend
-23.455079497636355	yandex	cpc	prof-python
-54.470480764462046	yandex	cpc	prof-java
-57.6958330395544	yandex	cpc	base-java
-76.91603053435114	vk	cpc	base-python
-97.589095292554	vk	cpc	freemium-python
-100	yandex	cpc	dod-python-java
-100	yandex	cpc	dod-qa
-100	vk	cpc	freemium-java
-100	yandex	cpc	dod-java
-100	yandex	cpc	dod-frontend
-100	yandex	cpc	prof-professions-retarget
-100	vk	cpc	prof-frontend
-100	vk	cpm	prof-data-analytics
-100	vk	cpc	prof-data-analytics

1. Отключение рекламных каналов. Каналы с негативным ROI:

- Yandex (cpc):
- prof-frontend, prof-python, prof-java, base-java, dod-python-java, dod-qa, dod-java, dod-frontend, prof-professions-retarget
- VK (cpc и cpm):
- base-python, freemium-python, freemium-java, prof-frontend, prof-data-analytics

Эти компании показывают значительные потери. Возможно, стоит рассмотреть отключение этих каналов.

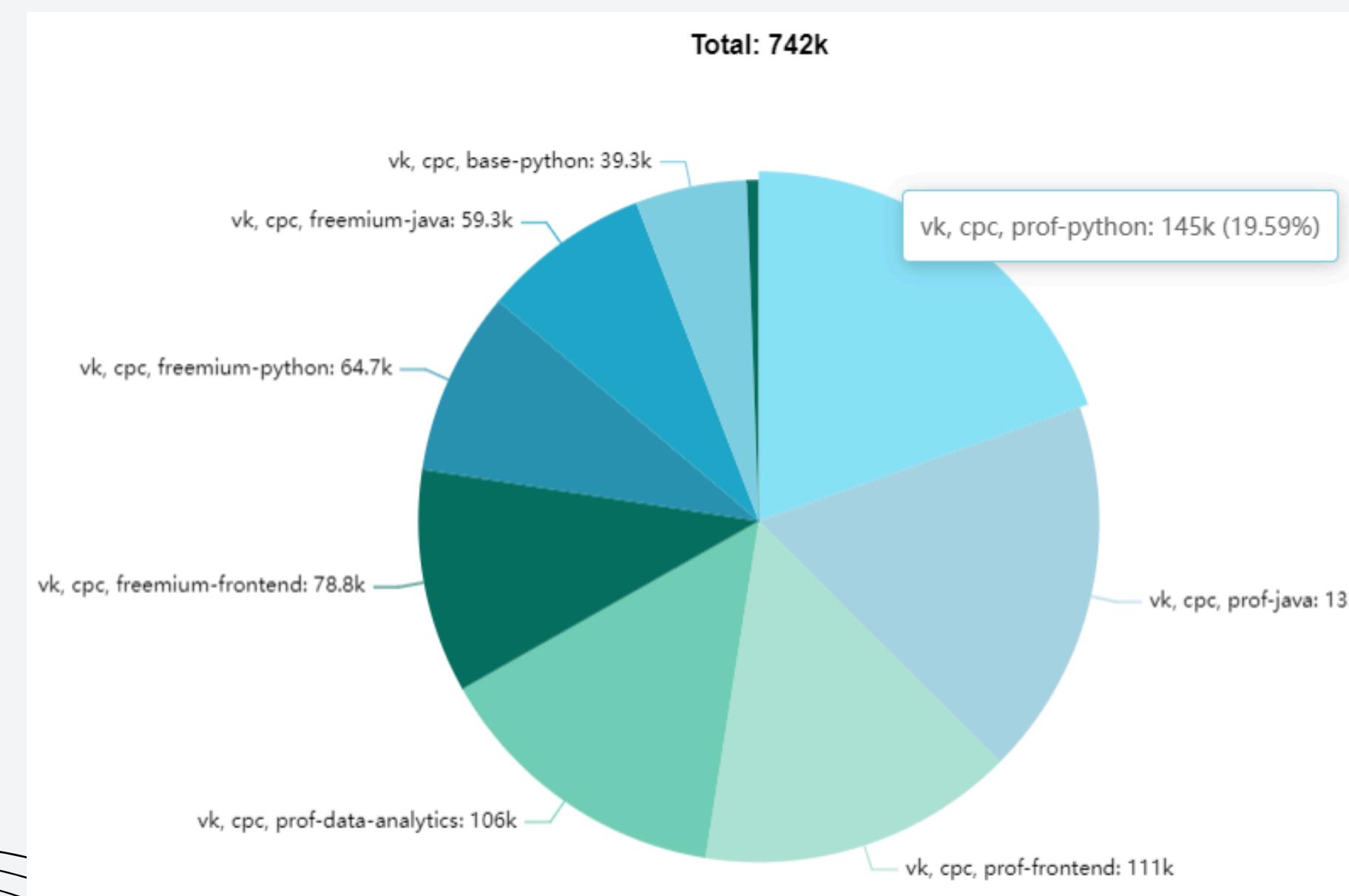
2. Работы по улучшению рекламных каналов. Каналы с нулевым ROI:

- Yandex (cpc и cpm)
- VK (cpc и cpm)

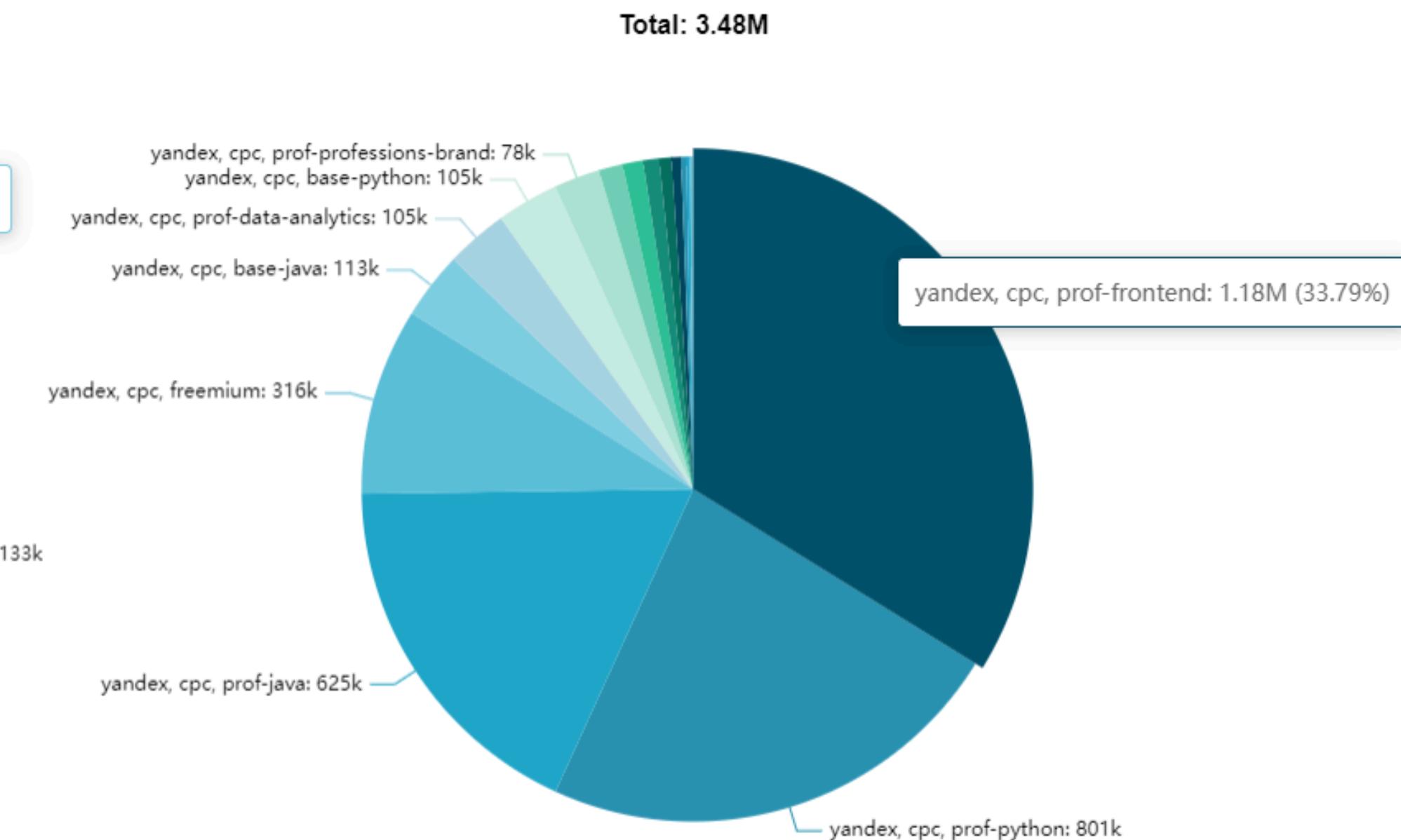
Рекомендуется провести дополнительный анализ компаний с нулевым ROI, чтобы выяснить причины низкой эффективности.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТА ПО РЕКЛАМНЫМ КОМПАНИЯМ

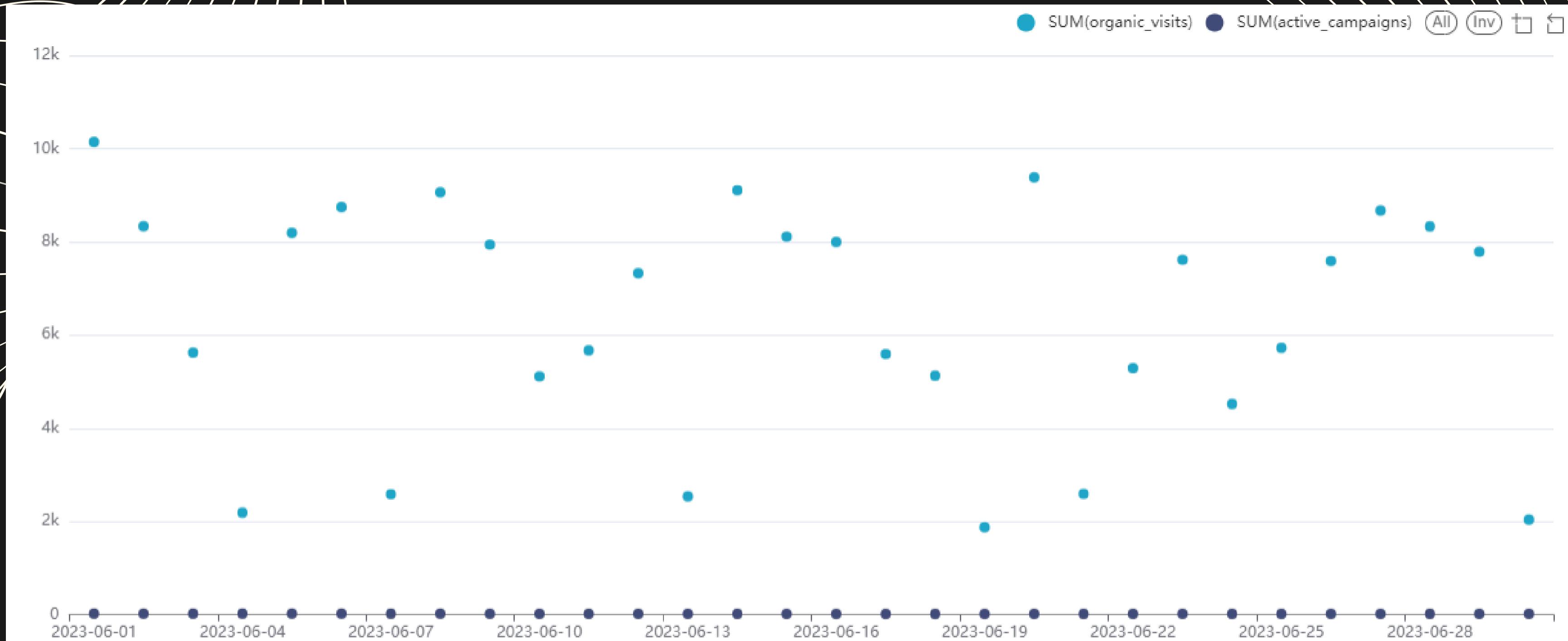
Затраты на рекламу ВК



Затраты на рекламу Яндекс



КОРРЕЛЯЦИЯ



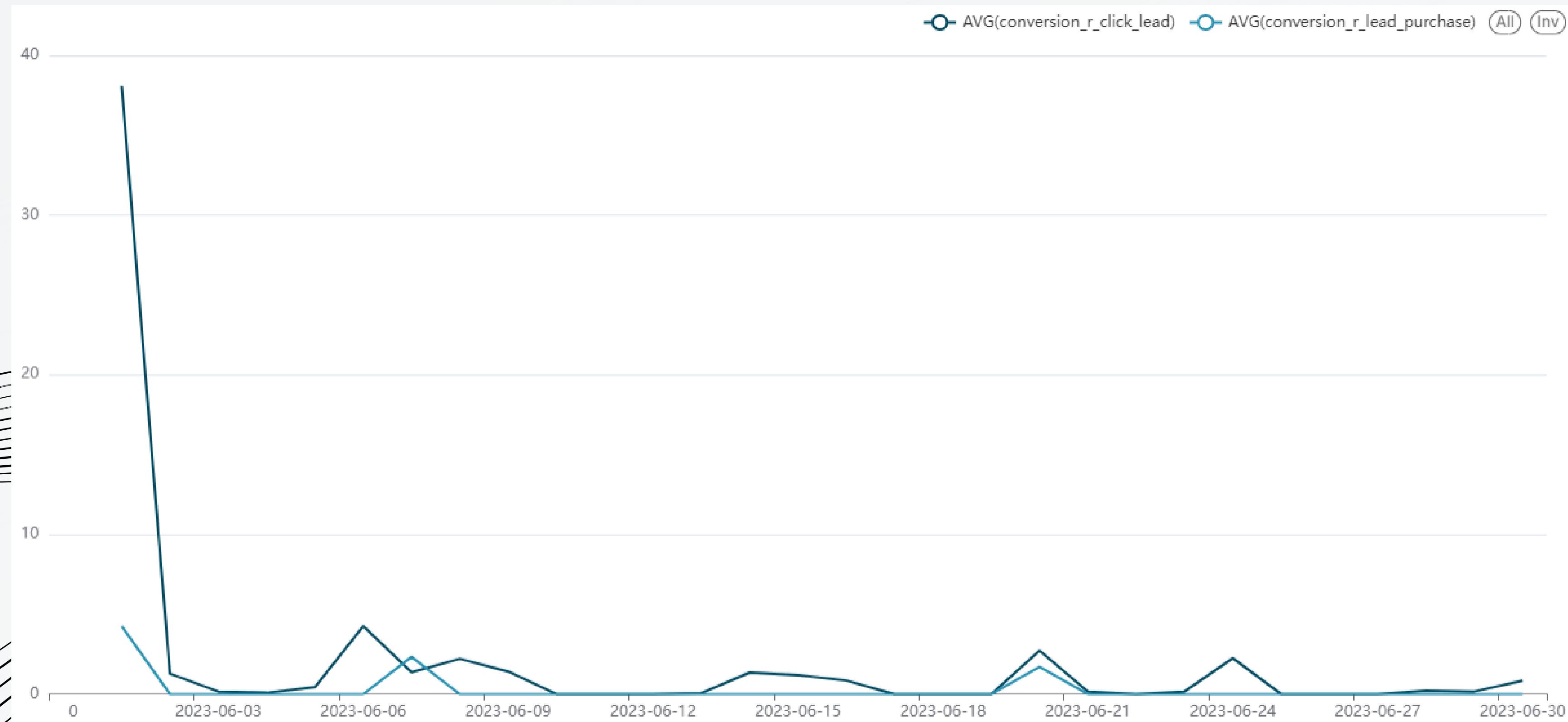
correlation_coefficient
0,2051963335

На графике между количеством органических визитов и активными рекламными кампаниями наблюдается слабая положительная корреляция (коэффициент Пирсона: 0.205). Это указывает на то, что с увеличением активных кампаний органические визиты слегка возрастают, однако связь не значительна

КОНВЕРСИИ

Конверсия "клик в лид": показания колеблются

Конверсия "лид в покупку": Очень мало покупок, что приводит к нулевым ставкам в большинство дней



КОНВЕРСИИ

ПРОВЕРЬТЕ ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА

Иследуйте почему некоторые источники приводят к большему количеству лидов и покупок.

ЗАКОНОМЕРНОСТИ

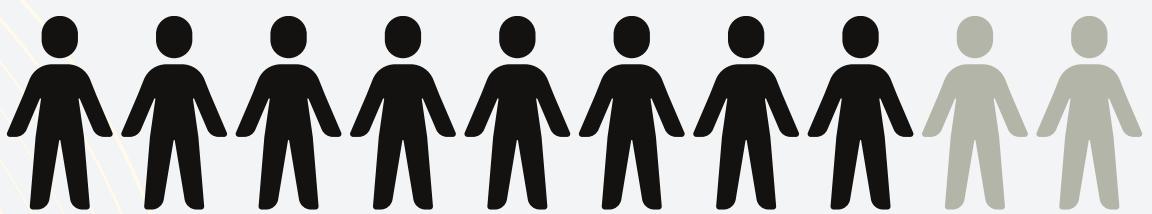
Посмотрите на дни с высоким трафиком, но низкими показателями конверсии, чтобы выявить потенциальные проблемы.



Время, за которое закрывается 90%
всех лидов, созданных в результате
переходов по платной рекламе

days_to_close	total_leads	cumulative_percentage
26	87	93.10344827586206

90%



ИТОГОВЫЙ ВЫВОД И РЕКОМЕНДАЦИИ:

1. В YANDEX И VK ЕСТЬ РЯД КАМПАНИЙ С ВЫСОКИМ ROI. НАИБОЛЕЕ ПРИБЫЛЬНЫЕ ИЗ НИХ – ЭТО BASE-PROFESSIONS-RETARGET И DOD-PHP В YANDEX, А ТАКЖЕ FREEMIUM-FRONTEND В VK. РЕКОМЕНДУЕТСЯ УВЕЛИЧИТЬ БЮДЖЕТ НА ЭТИ КАМПАНИИ ДЛЯ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ.
2. КАМПАНИИ С ROI НИЖЕ 100% ТРЕБУЮТ ПЕРЕСМОТРА. ДЛЯ КАМПАНИЙ С НУЛЕВЫМ ROI РЕКОМЕНДУЕТСЯ ПРОВЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ПРИНЯТЬ МЕРЫ ПО ИХ УЛУЧШЕНИЮ ИЛИ ОТКЛЮЧЕНИЮ, ЧТОБЫ СОКРАТИТЬ УБЫТКИ.
3. НЕКОТОРЫЕ РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ ПРИНОСЯТ УБЫТКИ. ВАЖНО РАССМОТРЕТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ИХ ОТКЛЮЧЕНИЯ ИЛИ ОПТИМИЗАЦИИ.
4. СЛАБАЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ КОРРЕЛЯЦИЯ МЕЖДУ КОЛИЧЕСТВОМ АКТИВНЫХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ И ОРГАНИЧЕСКИМИ ВИЗИТАМИ УКАЗЫВАЕТ НА ТО, ЧТО УВЕЛИЧЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ НЕЗНАЧИТЕЛЬНО ВЛИЯЕТ НА ОРГАНИЧЕСКИЙ ТРАФИК.
5. КОНВЕРСИЯ ИЗ КЛИКОВ В ЛИДЫ И ЛИДОВ В ПОКУПКИ НИЗКАЯ, ЧТО УКАЗЫВАЕТ НА НЕОБХОДИМОСТЬ УЛУЧШЕНИЯ ВОРОНКИ ПРОДАЖ.
6. ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ РАСХОДОВ РЕКОМЕНДУЕТСЯ ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА И ВЫЯВИТЬ ДНИ И ПРИЧИНЫ НИЗКИХ КОНВЕРСИЙ.

ТАКИМ ОБРАЗОМ, ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ОБЩЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ НЕОБХОДИМО СФОКУСИРОВАТЬСЯ НА УСПЕШНЫХ КАМПАНИЯХ, УЛУЧШИТЬ ИЛИ ОТКЛЮЧИТЬ НЕВЫГОДНЫЕ.

**СПАСИБО ЗА
ПРОСМОТР**

