

Онлайн-школа

Анализ дашборда, выводы и рекомендации



План анализа

С помощью собранного дашборда можно ответить на вопросы:

1. Окупаются ли платные каналы привлечения (Yandex, Vk)?
2. Какие каналы обходятся дороже, какие из них стоит переработать, убрать или пересмотреть условия? Какие из них отлично выполняют свою работу?
3. Оценить процент конверсии из посетителя в лида и лида в покупателя.
4. Оценить стоимость размещения рекламы по каналам Yandex и Vk в динамике.

1. Окупаются ли каналы привлечения уа и vk.

Сводная таблица по каналам показывает то, что каждый из каналов окупается с огромным процентом ROI.

Metric	utm_source	vk			yandex									
	utm_medium	cpc			cpc									
	utm_campaign	freemium-frontend	prof-java	prof-python	base-frontend	base-professions-retarget	base-python	dod-php	freemium	prof-data-analytics	prof-frontend	prof-java	prof-professions-brand	prof-python
SUM(total_cost) / SUM(visitor_count)		39.5	61.08	28.56	451.52	37.75	404	1.49k	210.23	720.43	732.54	601.84	370.62	532.68
SUM(total_cost) / SUM(leads_count)		73.49	135.43	50.7	463.1	37.75	447.29	1.49k	216.54	720.43	782.71	601.84	370.62	541.41
SUM(total_cost) / SUM(purchase_count)		632	1.56k	405.6	6.02k	151	1.79k	5.96k	866.16	5.04k	4.76k	7.37k	1.61k	4.72k
SUM(revenue - total_cost) / SUM(total_cost) * 100		10.6k	7.37k	17.4k	1.39k	88.7k	3.7k	2.42k	7.54k	2.08k	1.75k	865.04	3.1k	1.76k