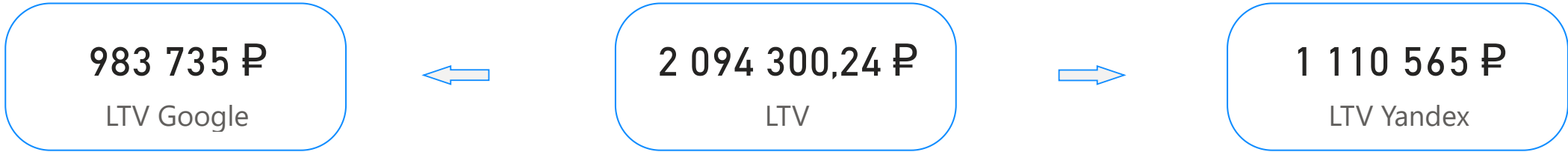


Анализ эффективности каналов привлечения клиентов в игру Splash of Plans

Количественной оценкой эффективности каналов привлечения клиентов выбрана метрика LTV. В данном случае как суммарная прибыль от пользователей за первые 30 дней после даты первой транзакции.



Эффективные рекламные кампании

кампания	LTV
rus_search_brand-discount-15	646 263,11 ₺
rus_search_brand-discount-10	446 046,55 ₺
rus_search_gen-flow-discount-10-night	276 927,92 ₺
ukr_search_brand-discount-15	130 430,26 ₺
ukr_search_brand-discount-10	83 603,02 ₺
rus_search_brand-discount-20-10	76 415,66 ₺
rus_search_gen-phones-discount-10	71 577,44 ₺
kaz_search_gen-discount-15	58 485,90 ₺
bel_search_gen-phones	50 403,89 ₺
rus_search_competitors-new-phones	48 673,21 ₺

Неэффективные рекламные кампании

кампания	LTV
ukr_search_gen-discount-15	-107 852,11 ₺
rus_search_gen-vlozhenye-zaprosy-phones-discount-15	-92 633,48 ₺
rus_search_gen-phones-discount-10-night	-37 463,12 ₺
rus_search_gen-phones-discount-15-test	-17 518,11 ₺
rus_search_gen-vlozhenye-zaprosy-discount-10-night	-8 990,15 ₺
rus_search_gen-phones-discount-15	-4 636,54 ₺
ukr_search_gen-discount-15-night	-4 346,62 ₺
rus_search_gen-phones-no-conversions	-2 651,51 ₺
ukr_search_gen-vlozhenye-zaprosy-phones-discount-15	-841,05 ₺

Для отслеживания на графике динамики изменения LTV по дням для отдельной рекламной кампании следует выбрать интересующий источник и название кампании в выпадающем меню ниже. Дополнительно можно выбрать срез по региону показа рекламы. Так как анализируются только платные каналы размещения рекламы (CPC), то срез по типу источника неинформативен и не используется в отчёте.

Источник

Все

Название рекламной кампании

Все

Регион показа

Все

Динамика изменения LTV по дням

