



Онлайн школа



169т

Уникальных посетителей

233т

Посещений

1.3т

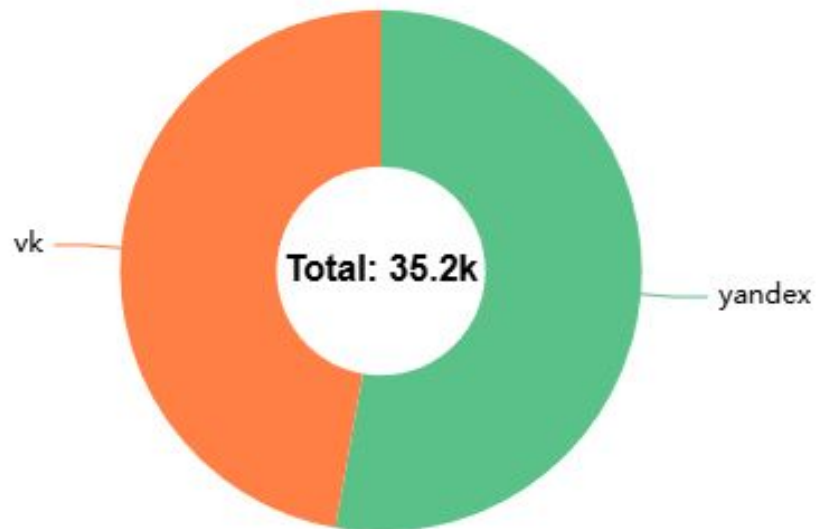
Лидов



Воронка продаж

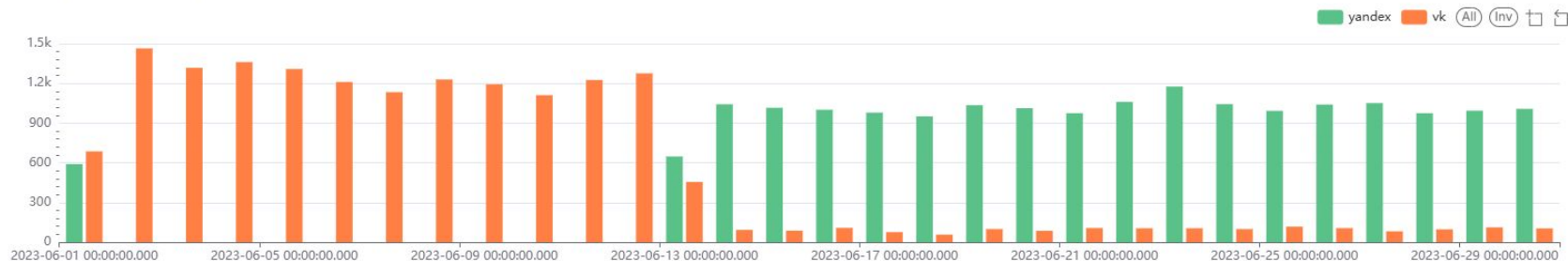


Конверсия из визита в лид, по модели last-paid-click составила **1.83%**,
при этом конверсия из лида в покупку составила **11.76%**.

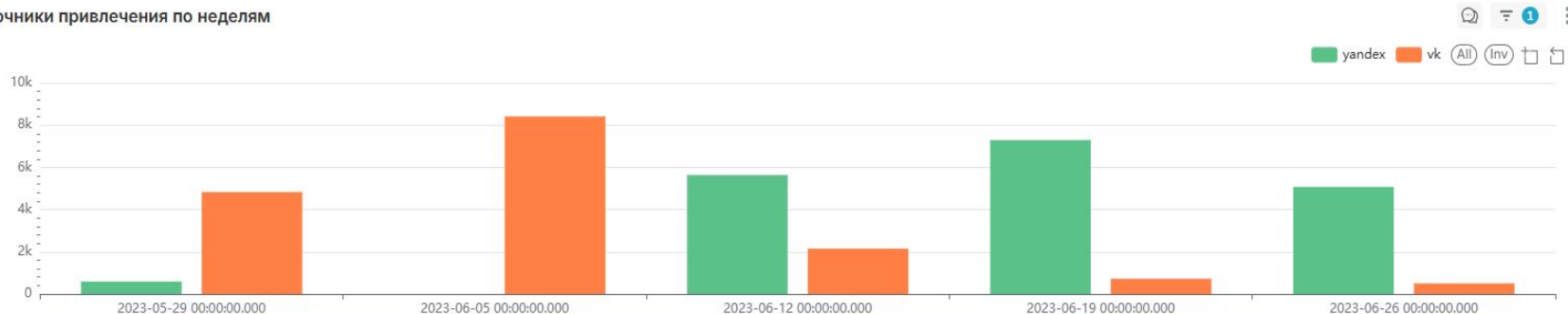


Если рассматривать платные каналы посещения, то **yandex** привёл **больше посетителей** за июнь, чем vk.

Каналы привлечения по дням



Источники привлечения по неделям



Однако, стоит отметить, что vk показал себя стабильнее в разрезе недель и дней. Например, из yandex не было посетителей во второй неделе июня, в то время, как vk приводил посетителей на протяжении всей рекламной кампании.



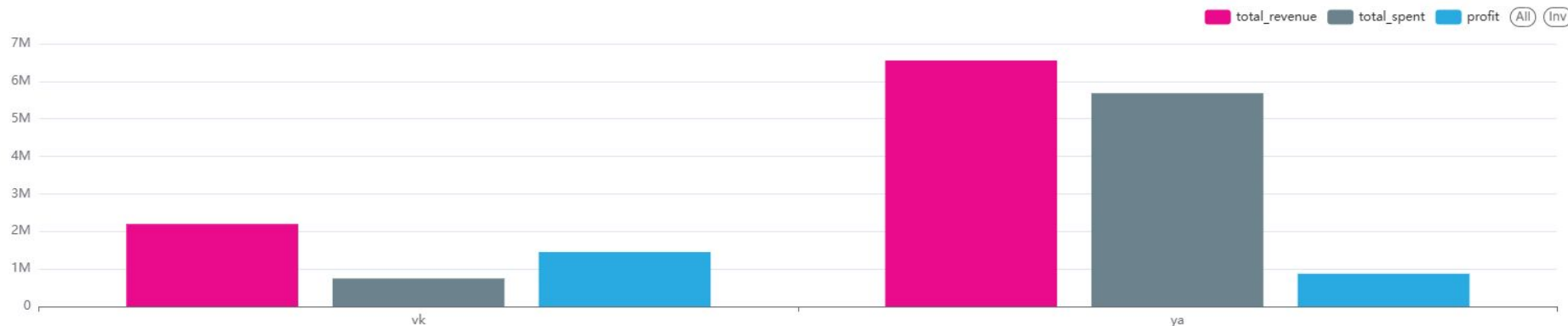
CPU: 188.65
CPL: 8073.17
CPPU: 51933.39



CPU: 47.54
CPL: 2991.72
CPPU: 49463.13

Рассматривая основные метрики, стоит отметить, что стоимость привлечения посетителя гораздо выше у yandex, чем у vk (**в 4 раза**). Тоже самое можно сказать и про привлечение лидов. Однако, стоимость совершения покупки отличаются незначительно.

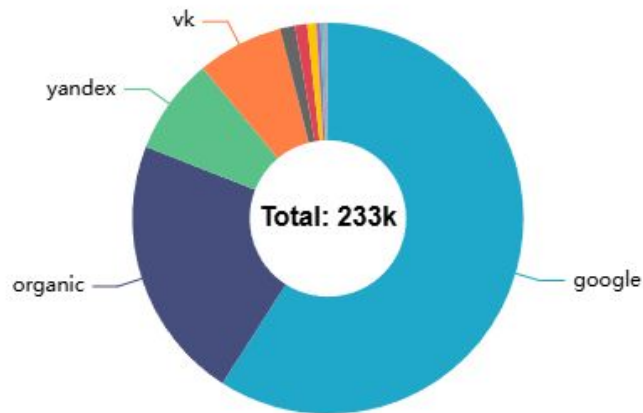
Окупаемость платных каналов привлечения



Несмотря на меньшую прибыль и высокие расходы, с точки зрения ROI, **yandex** показывает лучший показатель в **46.54%**, при **37.61%** у **vk**.
При этом, **оба канала окупались**.

Каналы привлечения посетителей за июнь


google organic yandex vk admitad telegram bing.com 1/8 All Inv



Если рассматривать, все каналы привлечения, то наибольшее число посетителей являются **органикой** или пришли из **google**. И только 3 и 4 месте находятся **vk** и **yandex**, соответственно.

Рекомендации:

- Исходя из низкой конверсии из визита в лид, стоит рассмотреть гипотезу, что для рекламной кампании неточно определена целевая аудитория.
- Необходимо оптимизировать издержки по источнику **yandex**.
- Стоит также пересмотреть время и дни показа рекламы в **yandex**, так как это может быть причиной нестабильного потока посетителей.
- Стоит обратить внимание на источник **google**, так как он привёл наибольшее количество посетителей.



**Подробнее с отчетом
можно ознакомиться по
[ссылке](#)**