**Промежуточная контрольная работа по блоку специализация**

**Описание бизнес кейса**

Автодилер Премиум Авто хочет проанализировать эффективность маркетинговых кампаний в интернете.

Так как у самой компании не хватает компетенций для такого анализа, то она наняла консалтинговую IT компанию, которая должна помочь ему в этом проекте.

В ходе пресейла консультанты договорились с клиентом, что сделают пилотный проект на основании ограниченных данных за 1,5 месяца и по двум маркам: BMW и Mercedes.

Если результаты пилотного проекта устроят заказчика, то будет заключен полноценный контракт на внедрение проекта, который будет позволять отслеживать эффективность маркетинга на постоянно основе.

В рамках пилотного проекта, мы решили объединить данные из Google analytics и CRM системы, для того, чтобы посмотреть какие кампании приводят не только к заявкам, но и к продажам.

Наши коллеги внедрили Client ID, который пробрасывается из web аналитики в CRM, данные были накоплены за несколько месяцев и параллельно были созданы коннекторы к Google analytics и CRM.

Текущая наша задача заключается в том, чтобы забрать данные из систем, объединить их, вывести недостающие данные и на их основе выдать клиенту дашборд, который ответить на его вопросы.

**Описание датасета и инструментария:**

\* Данные из 2 систем

\* 2 рабочие таблицы

\* 1 справочник

\* 1 источник внешний из интернета

Проект можно выполнить по-разному, поэтому вы можете сами выбирать инструмент, в котором выполняете задание: Excel, Power BI или Python.

Однако вы должны использовать все три инструмента на разных этапах работы.

**Подготовка данных**

1. Ссылка на данные

2. Выделите в Маркетинговых данных признак марки и модели автомобиля

3. Загрузите данные по курсам валют на дату с сайта ЦБ РФ

4. Объедините все 4 получившиеся таблицы

5. Добавьте недостающие показатели в Справочник: Итоговую стоимость в рублях и маржу в рублях

6. Добавьте недостающие данные: цепочки касаний, сумма конверсий по цепочкам, признак конверсии по цепочкам, сумма касаний для каждой цепочки и соответственно каждого пользователя.

**Аналитика**

Рассчитайте следующие показатели:

\* Из каких регионов больше всего заявок

\* Какой средний процент отказов (Bounce)

\* С каких устройств чаще заходят на сайты

\* Какие источники наиболее конвертируемые

\* Рассчитайте ROMI (при расчете придумайте методологию расчета средней стоимость проданного автомобиля)

\* Посчитайте выручку в рублях только по долларовым позициям

\* Определите, какой источник трафика наиболее выгоден для компании по текущим данным

\* Ответьте на вопрос: каких показателей не хватает, чтобы посчитать чистую прибыль?

\* Сделать прогноз до конца февраля по количеству конверсий на каждый день

\* Какая будет выручка за первый квартал, если средняя стоимость авто останется неизменной, а продажи будут пропорциональны текущим данным?

**Визуализация**

Настройте цветовую тему и оформите дашборд, который содержит следующую информацию:

\* Цепочки касаний с дополнительными полезными характеристиками и с раскраской в зависимости от того, была ли продажа у цепочки

\* Карту продаж по регионам и городам

\* Матрицу с воронкой продаж по каждой модели и марке

\* Количество продаж по источникам трафика с линией отсечки в 230

\* Декомпозицию продаж по источникам трафика (Source, Medium, Keyword, Campaign)

\* Продажи за каждый день с раскраской по выполнению целевых показателей (их выберете сами)

\* Фильтр по количеству касаний и признаку конверсии + любые другие полезные фильтры, которые посчитаете нужным (от 5 до 7 фильтров всего)

\* Среднее количество касаний в цепочке