

Презентация Онлайн-школа

Данная презентация представляет собой глубокий анализ результатов рекламных кампаний с целью выявления ключевых показателей эффективности и выработки рекомендаций по оптимизации. Мы рассмотрим окупаемость каналов, эффективность отдельных рекламных каналов, время конверсии лидов, влияние рекламных кампаний на органический трафик, а также выделим другие ценные инсайты из собранных данных.



Определение окупаемых каналов

Рассчёты cpi, cpl, cppu, roi

| visit_date | utm_source | utm_medium | utm_campaign | SUM(cpi) | SUM(cpl) | SUM(cppu) | SUM(roi) |
|------------|------------|------------|-------------------------------|----------|----------|-----------|----------|
| 2023-06-01 | yandex | cpc | base - professions - retarget | 38 | 38 | 151 | 88.7k |
| 2023-06-01 | vk | cpc | prof - python | 29 | 51 | 405 | 17.4k |
| 2023-06-01 | vk | cpc | freemium - frontend | 40 | 73 | 632 | 10.5k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | freemium | 210 | 217 | 866 | 7.5k |
| 2023-06-01 | vk | cpc | prof - java | 61 | 135 | 1.56k | 7.3k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | base - python | 404 | 447 | 1.79k | 3.7k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | prof - professions - brand | 371 | 371 | 1.61k | 3.1k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | dod - php | 1.49k | 1.49k | 5.96k | 2.4k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | prof - data - analytics | 720 | 720 | 5.04k | 2k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | prof - python | 533 | 541 | 4.72k | 1.7k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | prof - frontend | 733 | 783 | 4.76k | 1.7k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | base - frontend | 452 | 463 | 6.02k | 1.3k |
| 2023-06-01 | yandex | cpc | prof - java | 602 | 602 | 7.37k | 800 |

Рекламные каналы

На основе анализа данных мы выявили несколько рекламных каналов, которые демонстрируют положительную окупаемость инвестиций. К ним относятся:

- Реклама в Яндекс
- Реклама в ВКонтакте

Окупаемость

Эти каналы демонстрируют высокую конверсию и ROI, но значительно высокая конверсия ROI у Яндекса, что позволяет нам рекомендовать дальнейшие инвестиции в их развитие и оптимизацию.

Рекомендации по оптимизации рекламных каналов

Каналы привлечения пользователей по месяцам

| start_month | utm_source | utm_medium | utm_campaign | visitors_count |
|-------------|------------|------------|-------------------------|----------------|
| June | yandex | cpc | freemium | 4187 |
| June | yandex | cpc | prof - python | 3133 |
| June | yandex | cpc | prof - frontend | 2806 |
| June | vk | cpc | prof - python | 2493 |
| June | vk | cpc | freemium - frontend | 2380 |
| June | yandex | cpc | prof - java | 2316 |
| June | vk | cpc | prof - java | 2178 |
| June | vk | cpc | prof - data - analytics | 1837 |

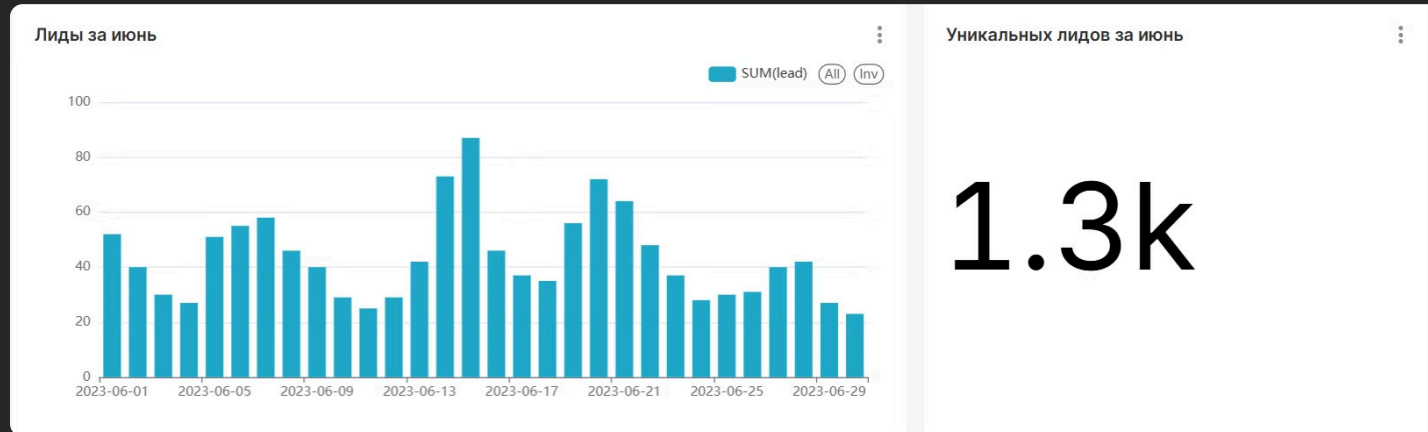
Улучшение существующих каналов

Рекламные кампании во ВКонтакте показывают положительную динамику, но есть потенциал для улучшения. Необходимо оптимизировать таргетинг, тестировать новые креативы и улучшать рекламные материалы.

Сохранение эффективных каналов

Реклама в Яндекс демонстрирует отличные результаты и должна оставаться приоритетом. Необходимо продолжать оптимизировать ее, тестируя новые форматы и форматы креативов, а также работая над улучшением таргетинга.

Анализ времени конверсии лидов



1

Количество лидов

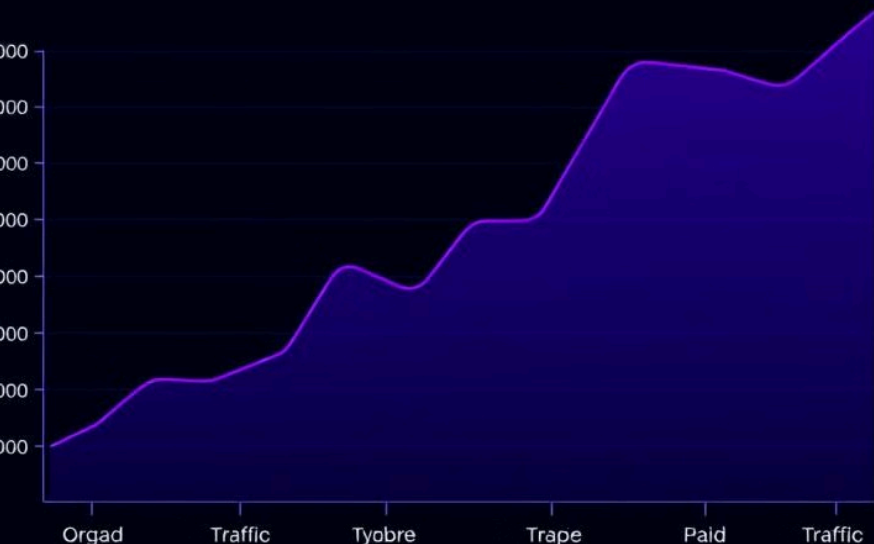
В сумме количество уникальных лидов 1.3k, большой прирост был в неделю с 2023-06-13 по 2023-06-17

2

Оформление заказа

90% лидов оформляют заказ в течение 11 дней после получения коммерческого предложения.

Website Traffic Traffic



Влияние рекламных кампаний на органический трафик

1

Положительная корреляция

Анализ данных показал, что запуск рекламных кампаний оказывает положительное влияние на органический трафик.

2

Рост узнаваемости

Рекламные кампании увеличивают узнаваемость бренда и повышают интерес к компании, что приводит к естественному росту органического трафика.

3

Трафик

При запуске рекламной компании органика начала очень хорошо расти, доходит до 10k посетителей в день

Количество пользователей

Количество уникальных пользователей

213k

Каналы привлечения пользователей по дням

| start_day | utm_source | utm_medium | utm_campaign | SUM(visitors_count) |
|------------|------------|------------|--------------|---------------------|
| 2023-06-24 | yandex | cpc | freemium | 263 |
| 2023-06-23 | yandex | cpc | freemium | 255 |
| 2023-06-22 | yandex | cpc | freemium | 251 |
| 2023-06-26 | yandex | cpc | freemium | 251 |
| 2023-06-20 | yandex | cpc | freemium | 242 |
| 2023-06-02 | vk | cpc | prof-python | 240 |
| 2023-06-19 | yandex | cpc | freemium | 239 |
| 2023-06-28 | yandex | cpc | freemium | 239 |
| 2023-06-15 | yandex | cpc | freemium | 238 |
| 2023-06-27 | yandex | cpc | freemium | 238 |

Каналы привлечения пользователей по неделям

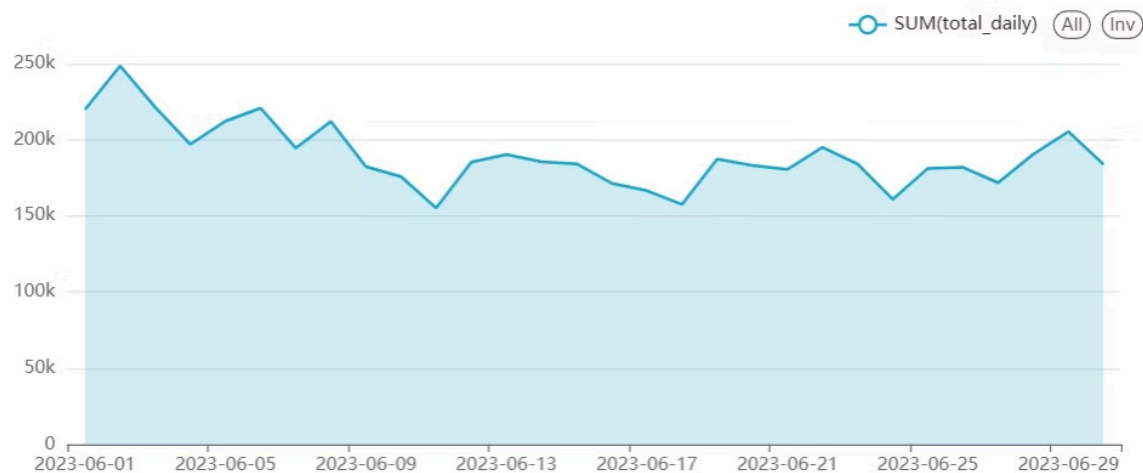
| start_week | COUNT(utm_source) | COUNT(utm_medium) | COUNT(utm_campaign) | SUM(visitors_count) |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| 2023-06-12 00:00:00.000 +0300 | 133 | 133 | 133 | 8.36k |
| 2023-06-19 00:00:00.000 +0300 | 128 | 128 | 127 | 8.6k |
| 2023-06-26 00:00:00.000 +0300 | 114 | 114 | 114 | 6.49k |
| 2023-06-05 00:00:00.000 +0300 | 110 | 110 | 109 | 9.18k |
| 2023-05-29 00:00:00.000 +0300 | 93 | 93 | 93 | 5.94k |

Каналы привлечения пользователей по месяцам

| start_month | utm_source | utm_medium | utm_campaign | visitors_count |
|-------------|------------|------------|---------------------|----------------|
| June | yandex | cpc | freemium | 4187 |
| June | yandex | cpc | prof-python | 3133 |
| June | yandex | cpc | prof-frontend | 2806 |
| June | vk | cpc | prof-python | 2493 |
| June | vk | cpc | freemium-frontend | 2380 |
| June | yandex | cpc | prof-java | 2316 |
| June | vk | cpc | prof-java | 2178 |
| June | vk | cpc | prof-data-analytics | 1837 |

Затраты на каналы

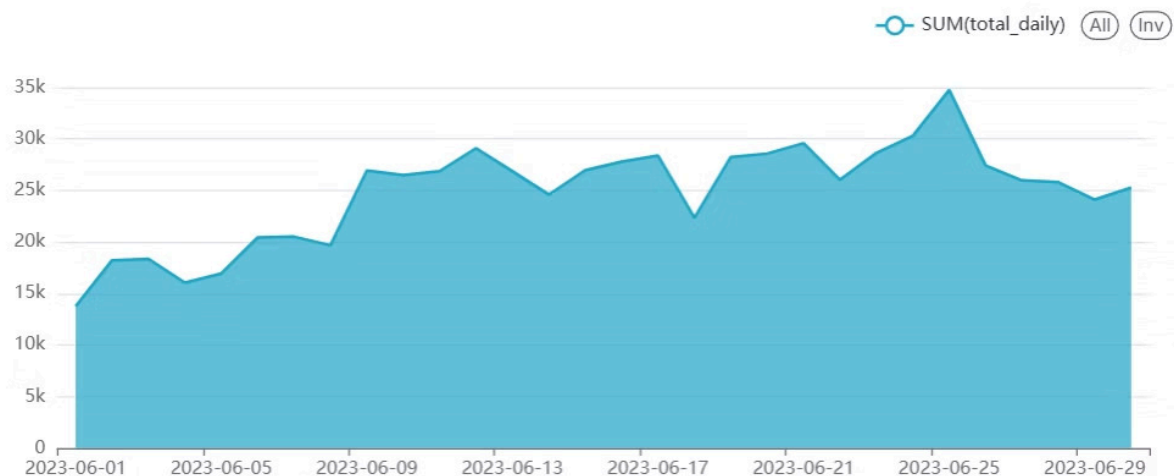
Расходы по яндексу



Сумма расходов по яндексу

5.68M

Расходы по вк



Сумма расходов по вк

745k



Заключение

Проведенный анализ показал, что рекламные кампании компании показывают положительные результаты. Необходимо продолжать оптимизацию существующих каналов, тестировать новые форматы и креативы, а также использовать полученные инсайты для дальнейшего повышения эффективности.

Также можно сказать что затраты по рекламе себя окупают, учитывая количество новых пользователей перешедших по ней.