



Безденежных Николай

Проект 2
Анализ эффективности
маркетинговых каналов

Анализ ROI и окупаемости
маркетинговых каналов за июнь 2023

Введение - что мы анализируем и зачем?

Цель исследования:

Оценить эффективность рекламных кампаний и определить оптимальное распределение маркетингового бюджета для максимизации ROI и прибыли компании.

Что входит в анализ:

Метрики эффективности:

- ROI (возврат инвестиций) по каждому каналу и кампании
- Конверсия: визит → лид → покупка
- Стоимость привлечения клиента (CAC)
- Выручка и окупаемость затрат

Атрибуция:

- Модель Last Paid Click (последний платный клик)
- Анализ пути клиента от первого касания до покупки

Источник данных:

База данных **marketingdb**

Данный анализ поможет определить самые эффективные каналы продвижения, оптимизировать рекламный бюджет, увеличить ROI маркетинговых активностей и принимать обоснованные решения на основе данных

Общие показатели:

KPI - Всего визитов

⋮

Всего визитов

606

Всего лидов

Всего лидов

493

Всего покупок

Всего покупок

79

Общие затраты

Общие затраты

201,215.00

Общая выручка

Общая выручка

6,174,603.00

ROI

ROI %

2,968.7

Ссылка на дашборд:

https://ac7001a6.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/11/?native_filters_key=V1toNq1Lsso

Топ-5 самых прибыльных кампаний

Кампания	Канал	Затраты	Выручка	ROI
Freemium	Yandex	21 654 ₽	1 654 810 ₽	76x 🚀
Prof Frontend	Yandex	57 138 ₽	1 057 000 ₽	18.5x 💰
Prof Python	Yandex	33 026 ₽	613 196 ₽	18.6x 💰
Base Python	Yandex	12 524 ₽	476 021 ₽	38x 🚀
Prof Python	VK	2 028 ₽	355 564 ₽	175x 🔥

Вывод: VK при минимальных вложениях дает феноменальную отдачу!



Какие кампании требуют корректировки?

Hexlet Blog (VK Social)

- Выручка: 84 000 ₽
- Лидов: всего 1
- Конверсия: 100% (но масштаб микроскопический)

Рекомендация: Масштабировать или отключить

Base-professions Retarget

- Затраты: 151 ₽ (минимальные)
- Выручка: 134 100 ₽

Рекомендация: Увеличить бюджет!
Работает отлично

DOD PHP

- ROI: 25x (хорошо, но можно лучше)
- Мало лидов (4)

Рекомендация: Протестировать другие креативы

Конверсия по воронке

От клика до покупки:

Кампания	Визиты → Лиды	Лиды → Покупки	Общая конверсия
Freemium	100/132 = 76%	25/100 = 25%	19% ★
Prof Frontend	73/97 = 75%	12/73 = 16%	12%
Base Python	28/37 = 76%	7/28 = 25%	19% ★
Prof Python (VK)	40/99 = 40%	5/40 = 13%	5%

Выводы:

- Freemium и Base Python — лучшая конверсия (19%)
- VK привлекает много трафика, но конверсия ниже

Рекомендация: Улучшить посадочные страницы для VK

Итоговые рекомендации:

Немедленно (эта неделя):

- ✓ Увеличить бюджет VK Prof Python в 5-10 раз
- ✓ Добавить бюджет на Base-professions Retarget
- ✓ Протестировать новые креативы для DOD PHP

В течение месяца:

4. 🔧 Оптимизировать посадочные страницы Prof Frontend
5. 🔧 А/В тесты для VK кампаний (повысить конверсию)
6. 📊 Настроить сквозную аналитику

Долгосрочно:

7. 📈 Запустить похожие кампании на другие профессии
8. 🎯 Ретаргетинг на всех, кто не купил
9. 🔄 Автоматизация ставок на основе ROI



Ссылка на
дашборд