
Онлайн-школа

— проект —

Основные метрики

Show

All

entries

visit_date	utm_source	utm_medium	utm_campaign	cpu	cpl	cppu	roi
2023-06-01	yandex	cpc	freemium	210.23300970873785	216.54	866.16	7542.052276715619
2023-06-01	yandex	cpc	prof-frontend	732.5384615384615	782.7123287671233	4761.5	1749.9072421155797
2023-06-01	yandex	cpc	prof-python	532.6774193548387	541.4098360655738	4718	1756.7068370374855
2023-06-01	yandex	cpc	base-python	404	447.2857142857143	1789.142857142857	3700.870328968381
2023-06-01	vk	cpc	prof-python	28.56338028169014	50.7	405.6	17432.741617357
2023-06-01	vk	cpc	freemium-frontend	39.5	73.48837209302326	632	10598.82911392405
2023-06-01	yandex	cpc	prof-java	601.8367346938776	601.8367346938776	7372.5	865.038996269922
2023-06-01	yandex	cpc	base-frontend	451.525	463.1025641025641	6020.333333333333	1386.7116992414594
2023-06-01	vk	cpc	prof-java	61.07843137254902	135.43478260869566	1557.5	7371.139646869985
2023-06-01	yandex	cpc	prof-data-analytics	720.4285714285714	720.4285714285714	5043	2083.858814197898

1

2

3

4

5

В данной таблице представлены даты, каналы, тип рекламной кампании, название рекламной кампании и основные метрики:

cpu - cost per user

cpl - cost per lead, cppu - Cost Per Paying User

roi - return on investments

По столбцу roi мы можем определить эффективность канала продаж. Если он больше 100, значит вероятнее всего компания работает в плюс.

Средняя посещаемость по дням в июне



В среднем сайт посетило за июнь 28 человек в день.

Больше всего посетителей было 11.06.

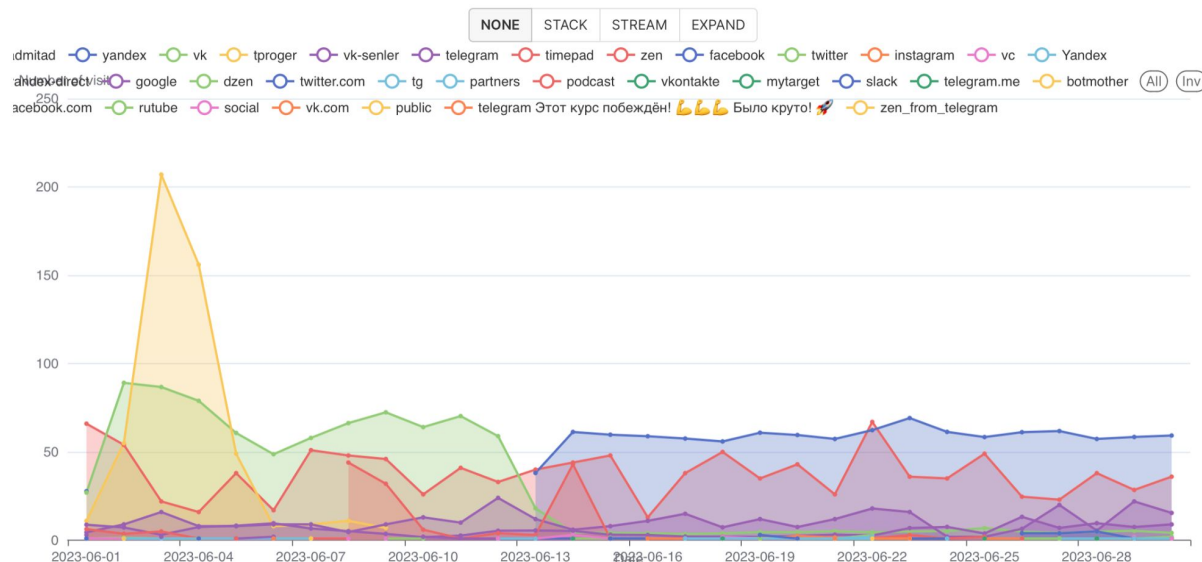
Меньше всего 21.06

После 12 июня посещаемость снизилась и стала ниже среднего за месяц.

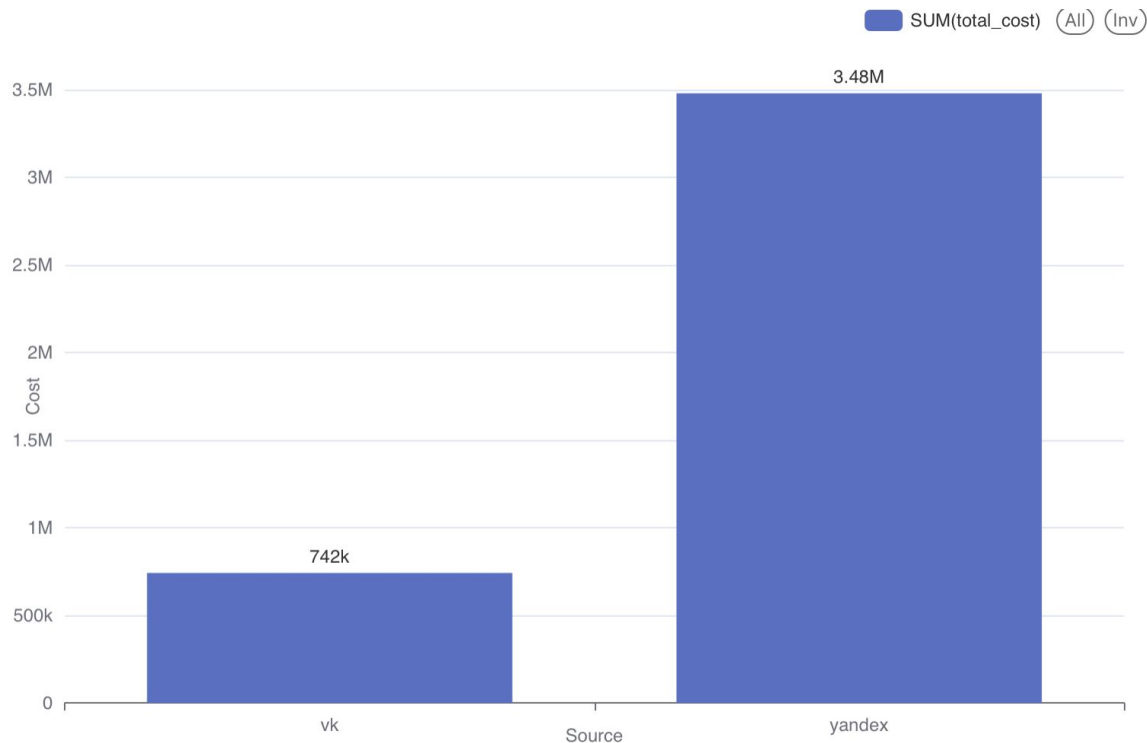
Посетители приведенные с других каналов

В начале месяца больше всего в среднем (207) пришло людей с tproger, однако потом этот канал почти перестал приводить пользователей.

Также, в первую половину месяца vk стабильно приводило около 60 пользователей. А в конце месяца yandex привлекал такое же количество людей до конца месяца.



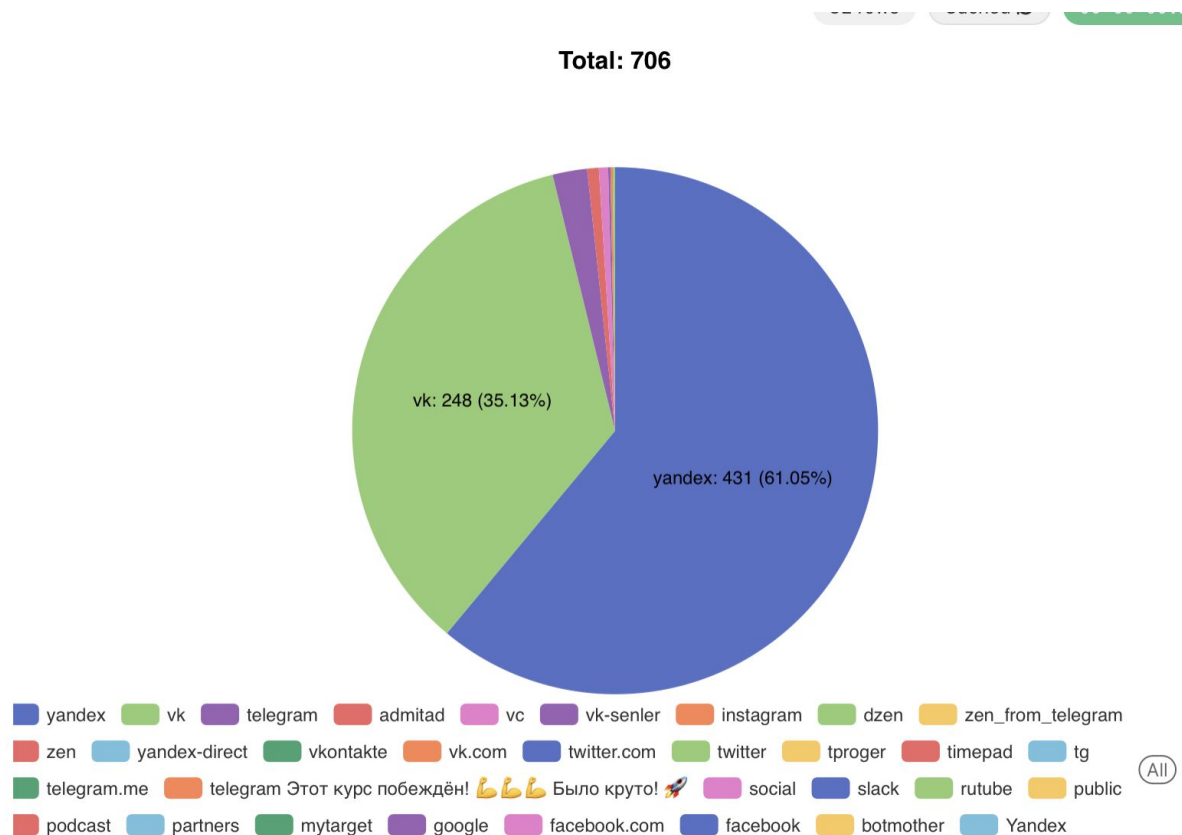
Затраты на каналы



Данные о затратах на каналы были даны только для двух: vk и yandex.

Больше всего было потрачено на yandex(3.48 М), почти в 5 раз больше, чем на vk.

Количество приведенных лидов

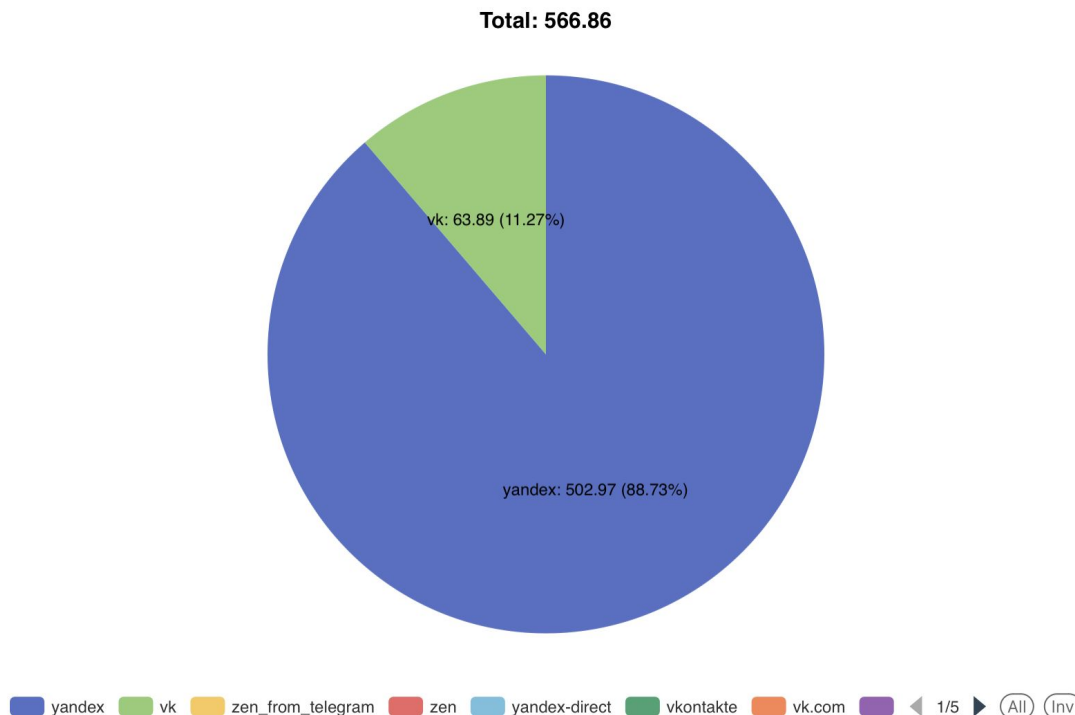


Наибольшее количество лидов пришло от yandex и vk. Вместе они составляют больше 95% (679) пользователей. Остальные каналы привлекают совсем маленькую долю лидов. Вероятнее всего, связано это с затратами на рекламную кампанию, т.к. на vk и yandex выделен немалый бюджет, в отличие от остальных.

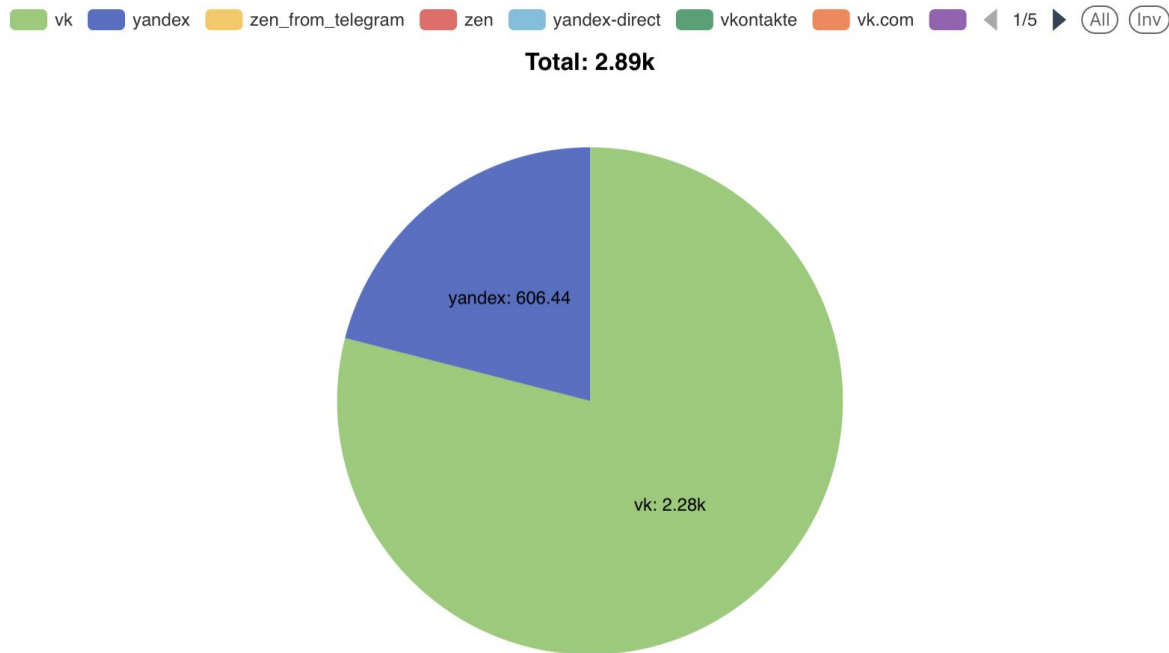
Средний ROI по источнику перехода

Так как расходы известны
были только для vk и yandex,
то и коэффициент
окупаемости можно
рассчитать только по ним.

Средняя окупаемость по
yandex 503, что говорит об
эффективности канала. А вот у
vk roi 64, это говорит о
небольшой эффективности.



Цена привлечения одного потенциального клиента с конкретной рекламной кампании



Цена привлечения лида составляет 2к у vk и 606 у yandex. Разница составляет более чем в 3 раза.

Учитывая хорошую эффективность рекламы yandex, количество приведенных лидов и небольшую стоимость привлечения - она является самым выгодным каналом.

Выводы

- I. Наблюдался значительный пик посещаемости 11 июня, после чего количество посетителей начало снижаться. Это может быть связано с проведением акций или рекламных кампаний в указанный период, привлечших большее количество пользователей.
- II. Высокие затраты на рекламу в канале yandex сопровождались высокой окупаемостью, что указывает на эффективность использования этого канала. С другой стороны, небольшие затраты на vk не привели к столь же высокому уровню окупаемости. Это позволяет определить эффективность вложений в рекламные кампании и их влияние на выручку.
- III. Учитывая данные о стоимости привлечения клиентов, можно отметить, что использование канала yandex является более эффективным с точки зрения экономии средств на привлечение одного клиента. Это важно для оптимизации бюджета и максимизации прибыли.

Ссылка на дашборд

https://ac8b63f7.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/10/?native_filters_key=CxNBEwfnC5d_pT11EQMxbJMFxEoCFKTXBPs8wa5NnhoEfzK7GGa4QW4saVNkmFEZ