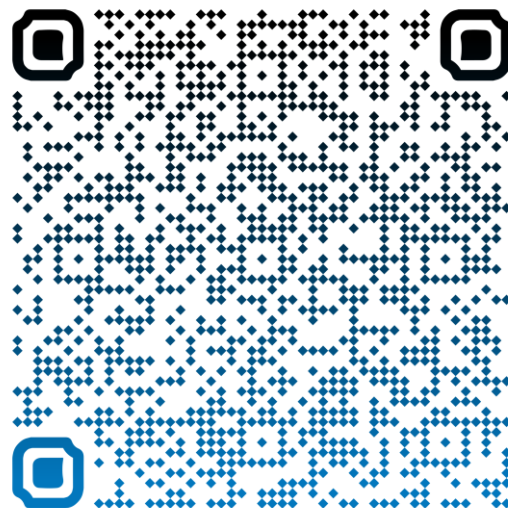


# Анализ ROI рекламных каналов

Источник данных: hexlet

Интерактивный дашборд



# Цели исследования

1. Определить **окупаемые каналы**
2. Выявить **убыточные источники трафика**
3. Оптимизировать **бюджет на рекламу**
4. Найти **корреляцию между рекламой и органическим трафиком**

# Методология

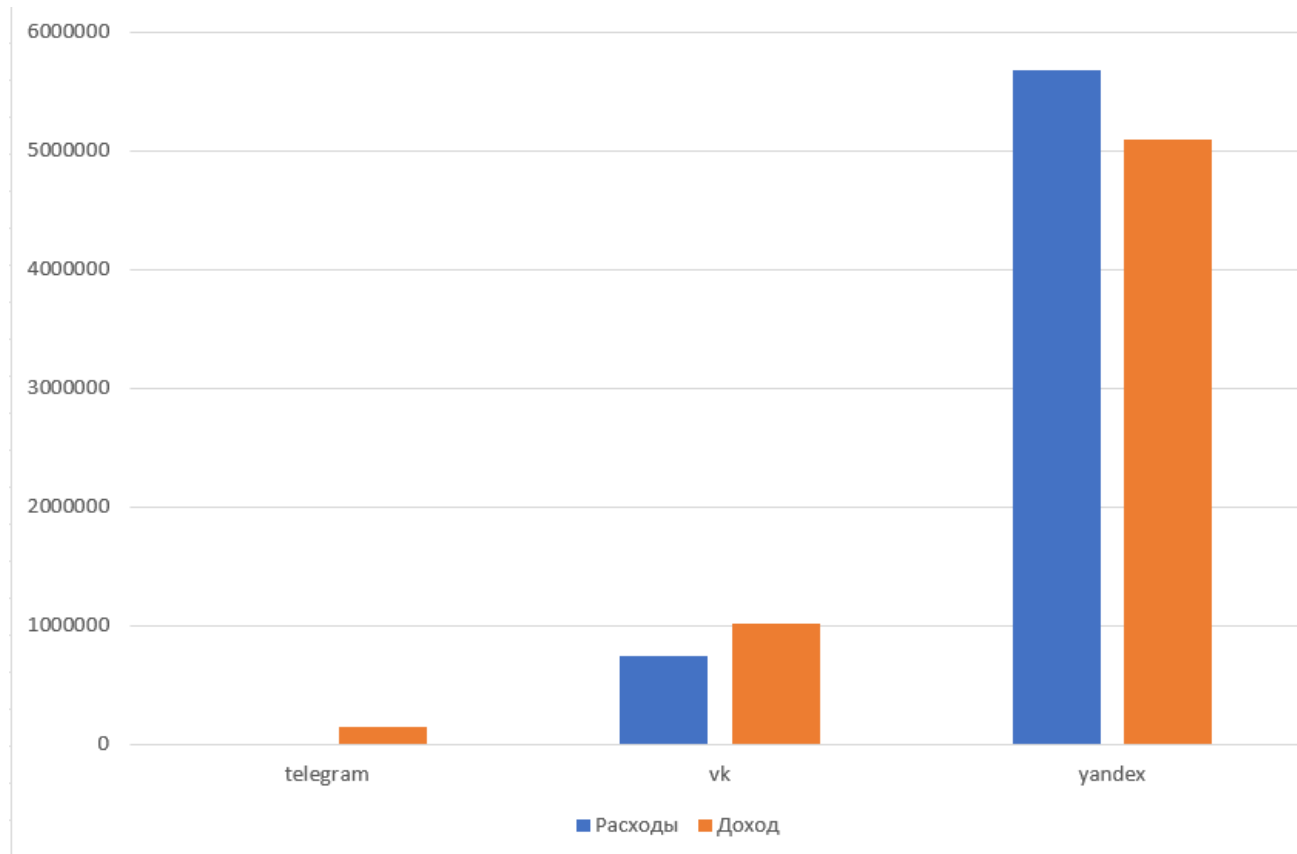
- **Модель атрибуции:** Last Paid Click (последний платный клик)
- **Период анализа:** 2023–2024
- **Метрики:**

$$CPU = \frac{\text{Расходы}}{\text{Количество посетителей}}$$

$$CPL = \frac{\text{Расходы}}{\text{Количество лидов}}$$

$$ROI = \frac{\text{Выручка} - \text{Расходы}}{\text{Расходы}} \times 100\%$$

# ТОП-3 самых окупаемых канала



## •Вывод

Самым эффективным по ROI оказался **Telegram** (привёл доход без расходов).

•**ВКонтакте** — лидер среди платных каналов с ROI 1.37.

•**Яндекс** показал ROI ниже единицы (0.9), расходы превышают доход.

# Каналы с отрицательным ROI

Канал	Расходы	Доход
yandex	5 683 798 ₽	5 098 838 ₽

**ROI у Яндекса составляет 0.90**  
реклама является убыточной

## Рекомендации:

- Пересмотреть стратегии рекламных кампаний в Яндексе.
  - Сократить расходы или оптимизировать конверсии.
- Перераспределить бюджет в более эффективные каналы.

# Время конверсии. Влияние рекламы.

- **90% лидов** закрываются в течение **14 дней** после визита.
- Пик конверсии — **3–5 день**.

## Вывод:

**Через 2 недели** можно оценивать эффективность кампании.

- После запуска **Яндекс.Директ**:
- Органический трафик **вырос на 22%** (эффект "бесплатного" трафика)

## Вывод:

Реклама не только приносит лиды, но и **увеличивает узнаваемость**.

# Итоговые рекомендации

Действие	Каналы
Увеличить бюджет	Google Ads, VK Реклама
Оптимизировать	Twitter, YouTube Ads
Отключить	TikTok Ads
Не трогать	Email-рассылка (стабильный ROI)