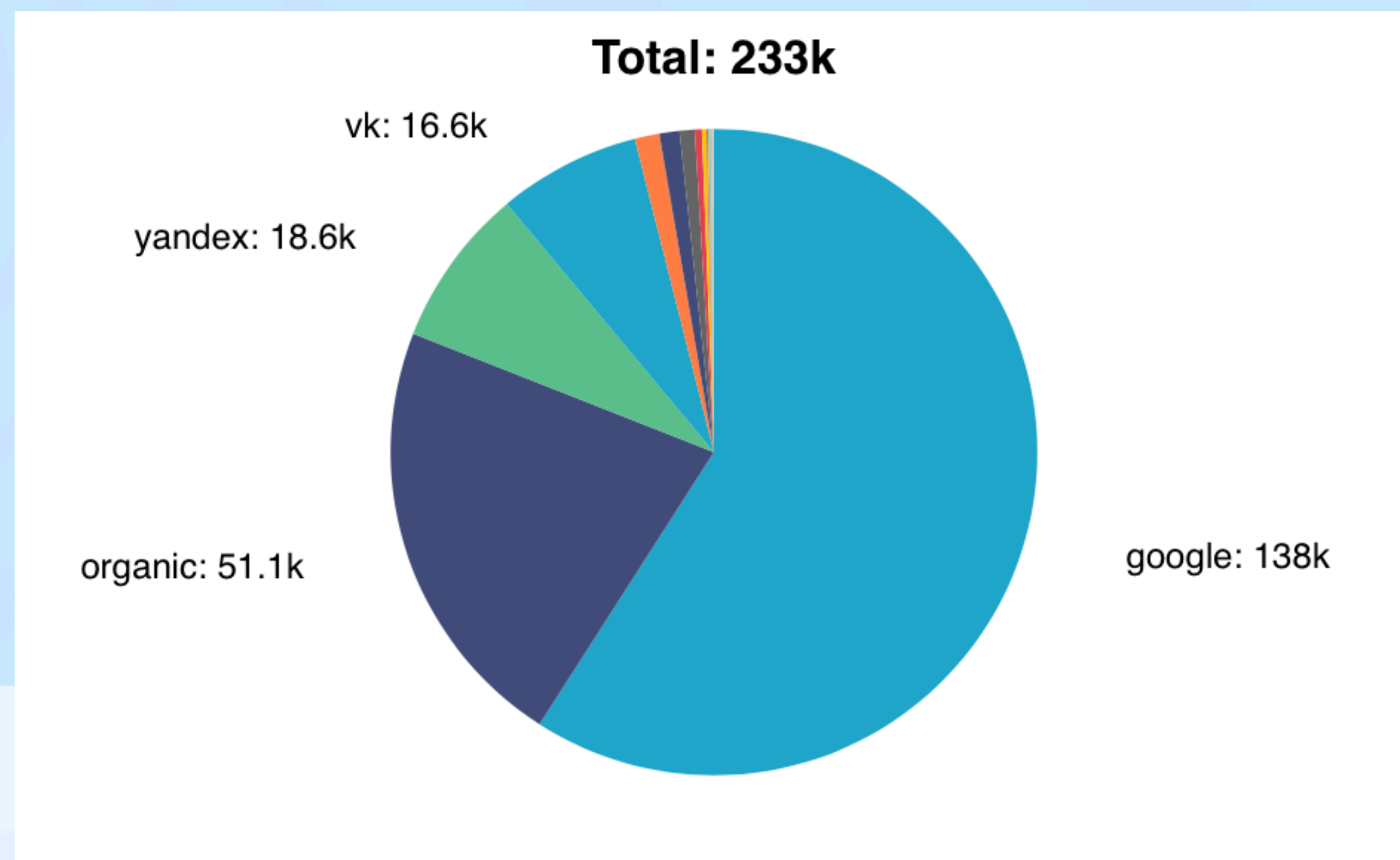


# Hexlet-Project #2

Online-school - June 2023

Elena Volkova

# Пользователи (посетители)



Суммарное количество визитов за месяц 233 тысяч их топ-3 источника:

- Google - 138 тысяч
- Organic (все остальные, т.е. не прямые и не рекламные, ссылки с поисковых сервисов) - 51 тысяч
- Yandex - более 18 тысяч

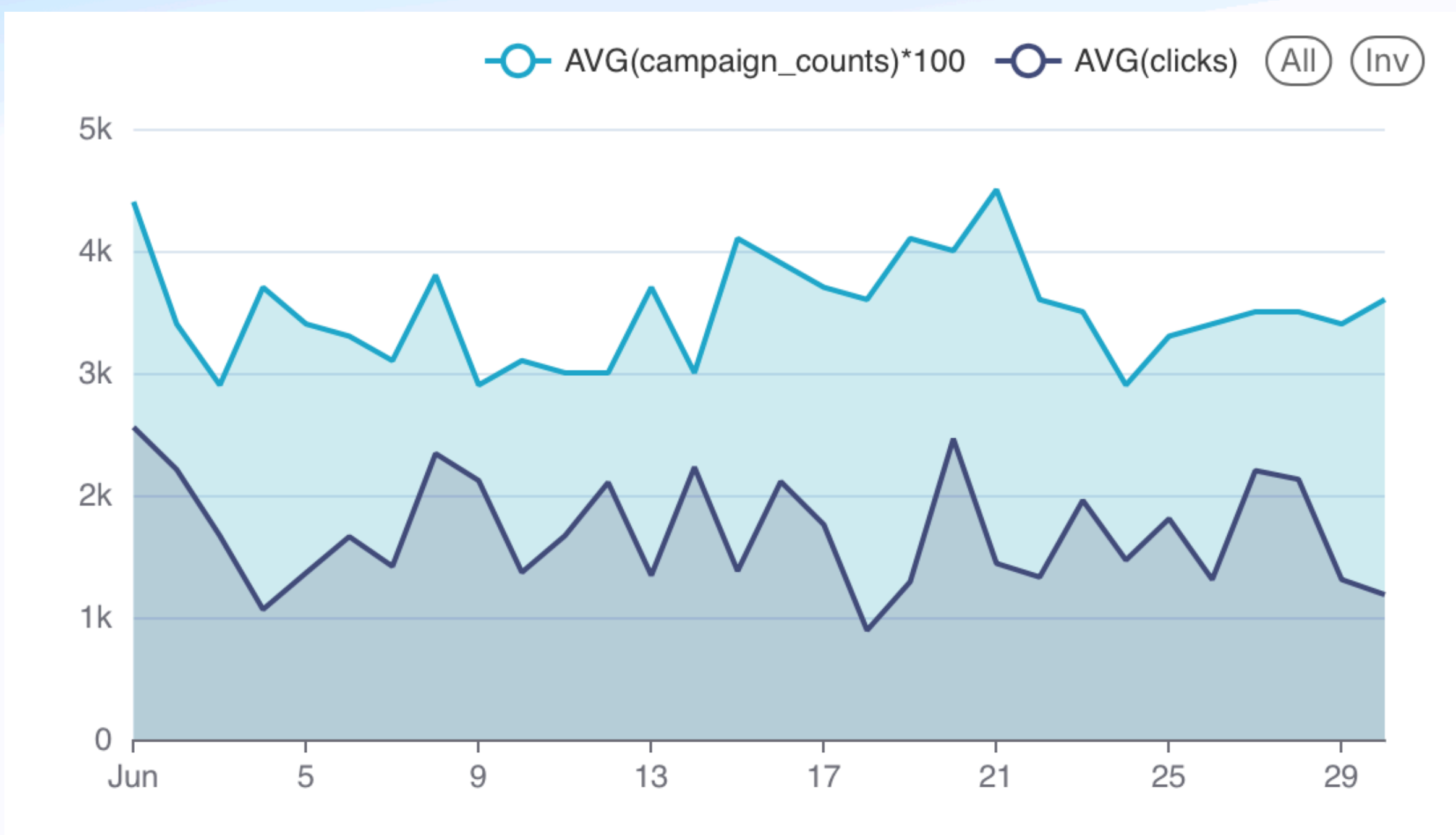
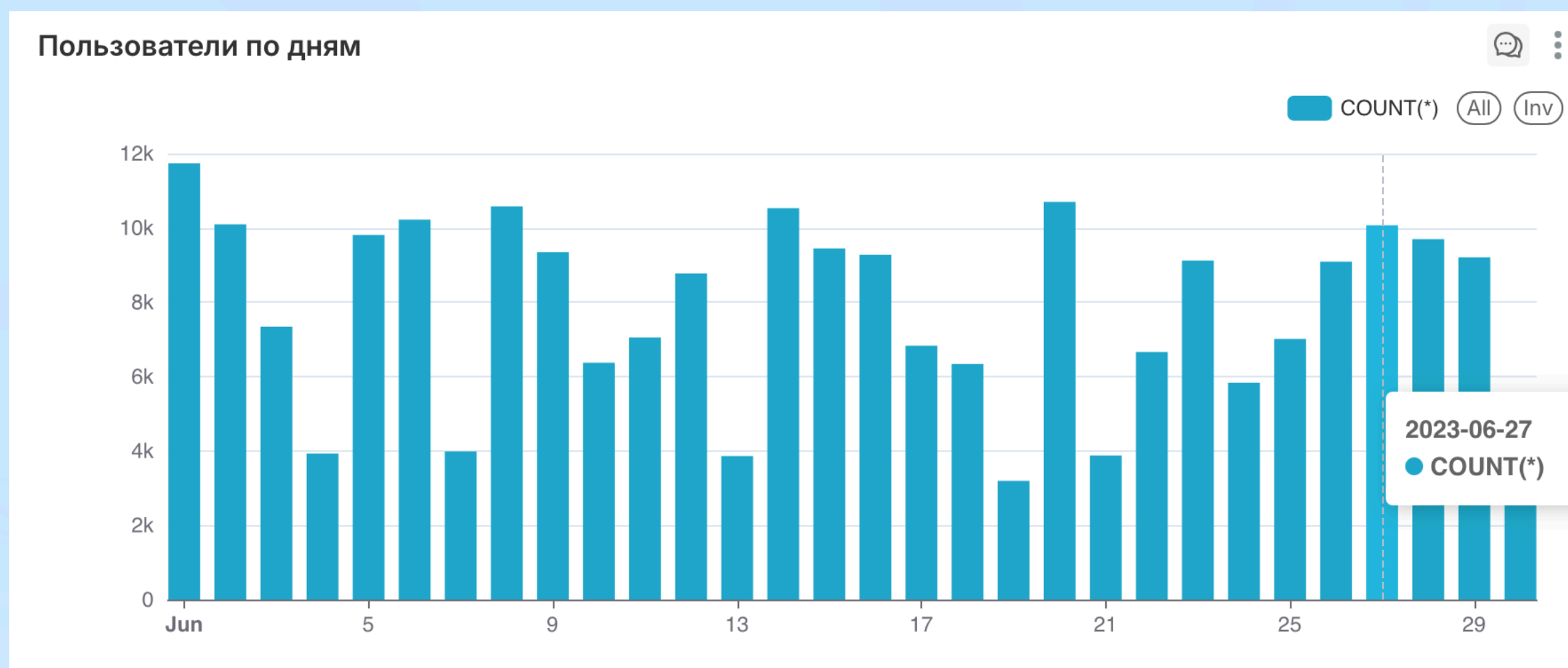
*По ссылке возможно ознакомиться с более детальной статистикой посещения сайта (например, по неделям) и посмотреть количество пользователей в разрезе каналов привлечения, кампаний и т.д.*

**Ссылка: [https://447196b6.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/10/?native\\_filters\\_key=l41HTLJKmombgBNuyF0uMoMxHnXqxm4P9JGIX-ZIEtbYFzU\\_mcnHT6fkn5tcxnx4](https://447196b6.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/10/?native_filters_key=l41HTLJKmombgBNuyF0uMoMxHnXqxm4P9JGIX-ZIEtbYFzU_mcnHT6fkn5tcxnx4)**

# Пользователи (посетители)

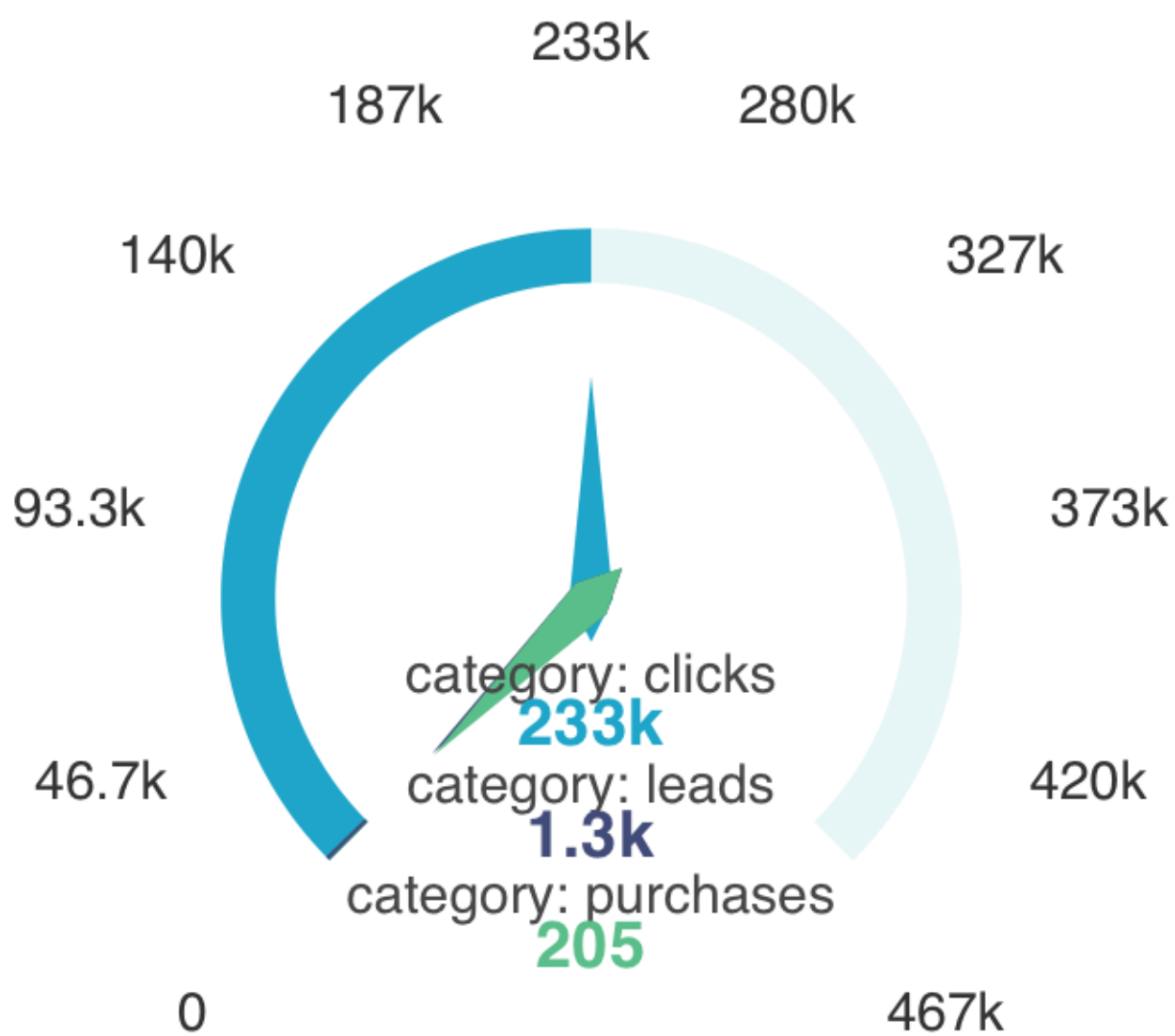
- Первый график - распределение пользователей по дням, оно не равномерное, и нет зависимости от дня недели или начала/конца месяца
- Второй график показывает форму графика распределения organic активности (кликов) и форму графика количества активных рекламных кампаний в этот день (эти данные для наглядности показаны в масштабе x100)

*Вывод: даже независимые посещения сайта на самом деле зависят от рекламной активности*



# Воронка продаж

Клики - лиды - продажи



Клики 233 тысячи

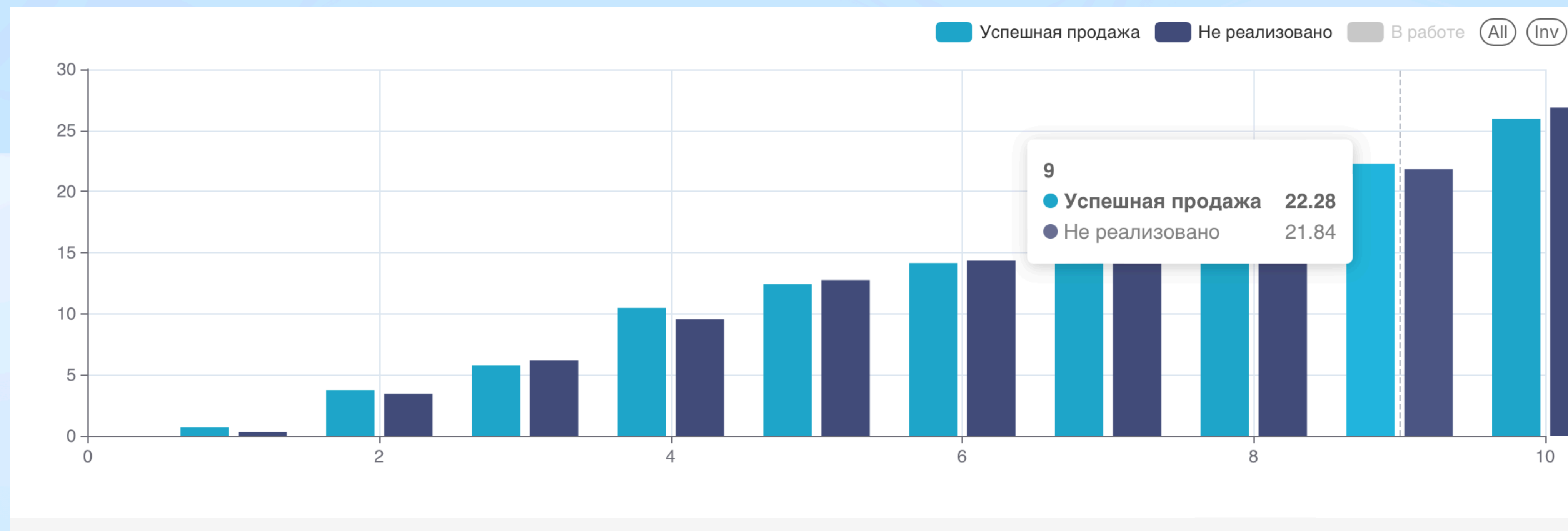
Лиды: 1300

Продажи: 205



# Жизненный цикл лида

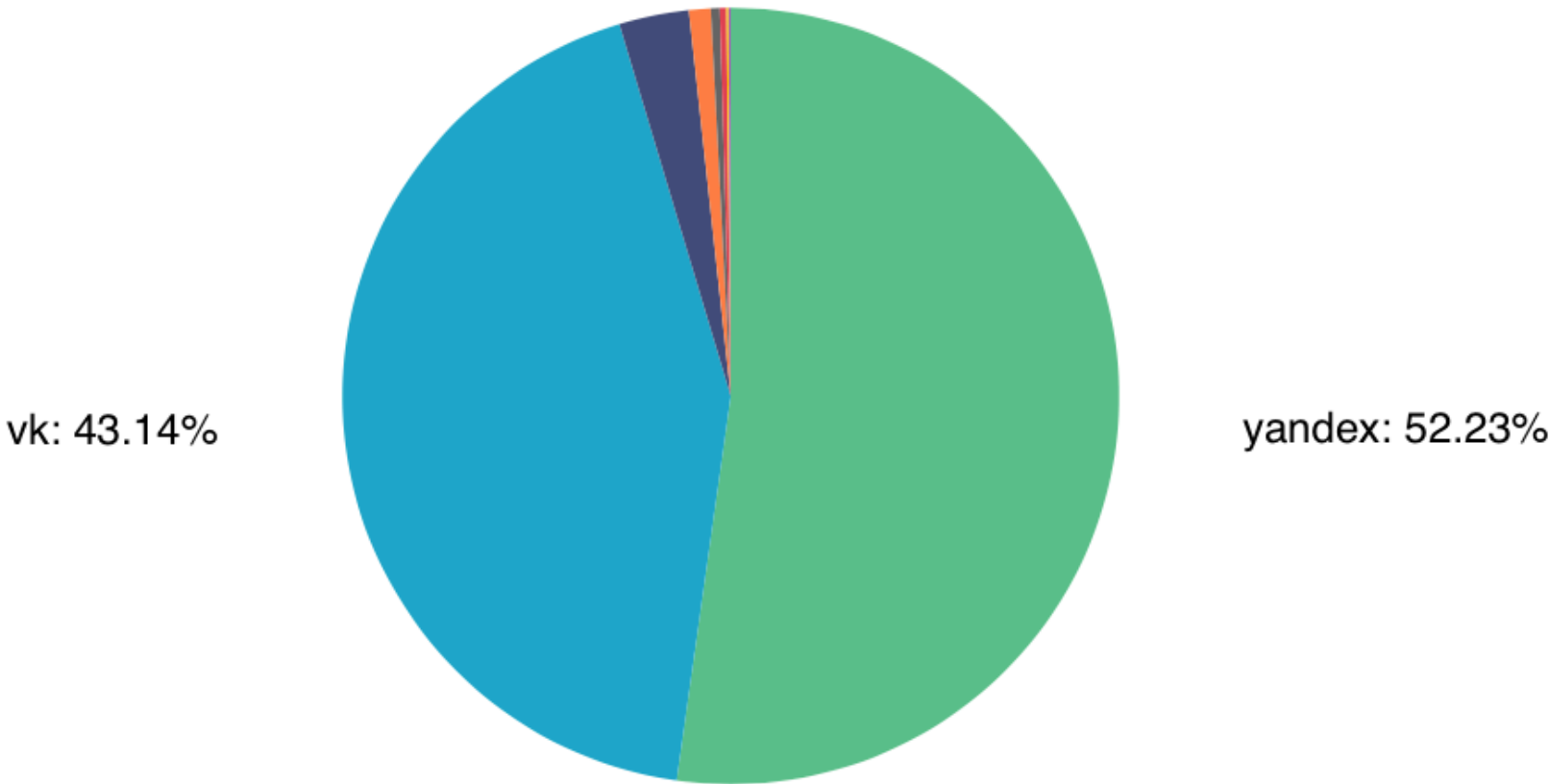
Этот график показывает, сколько времени обычно проходит от клика обычно проходит от перехода по рекламе до завершения лида - примерно 22 дня.



# Каналы привлечения лидов

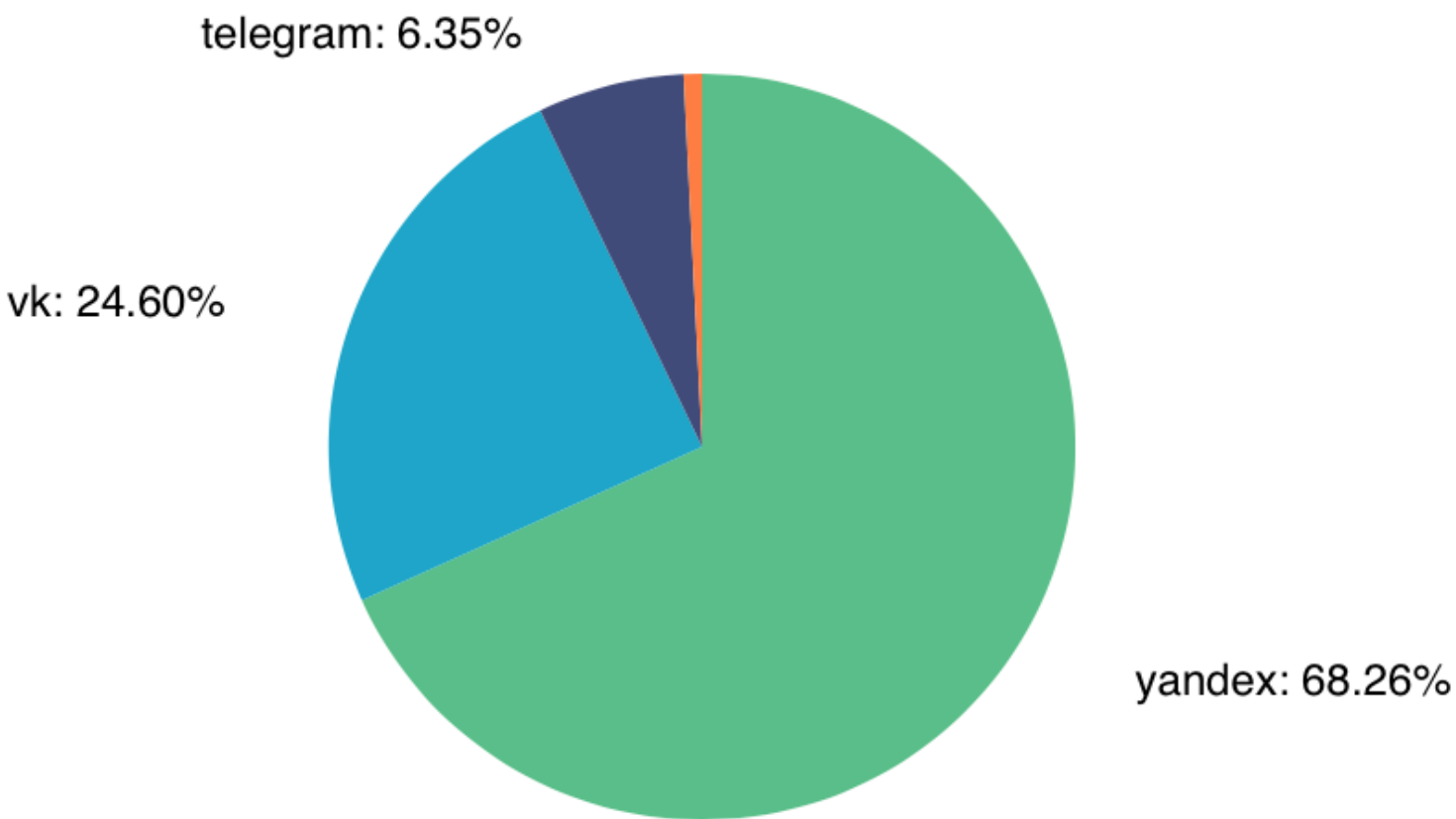
Лиды и каналы (utm - source)

yandex vk telegram admitad vc vk-senler instagram dzen (All) (Inv)



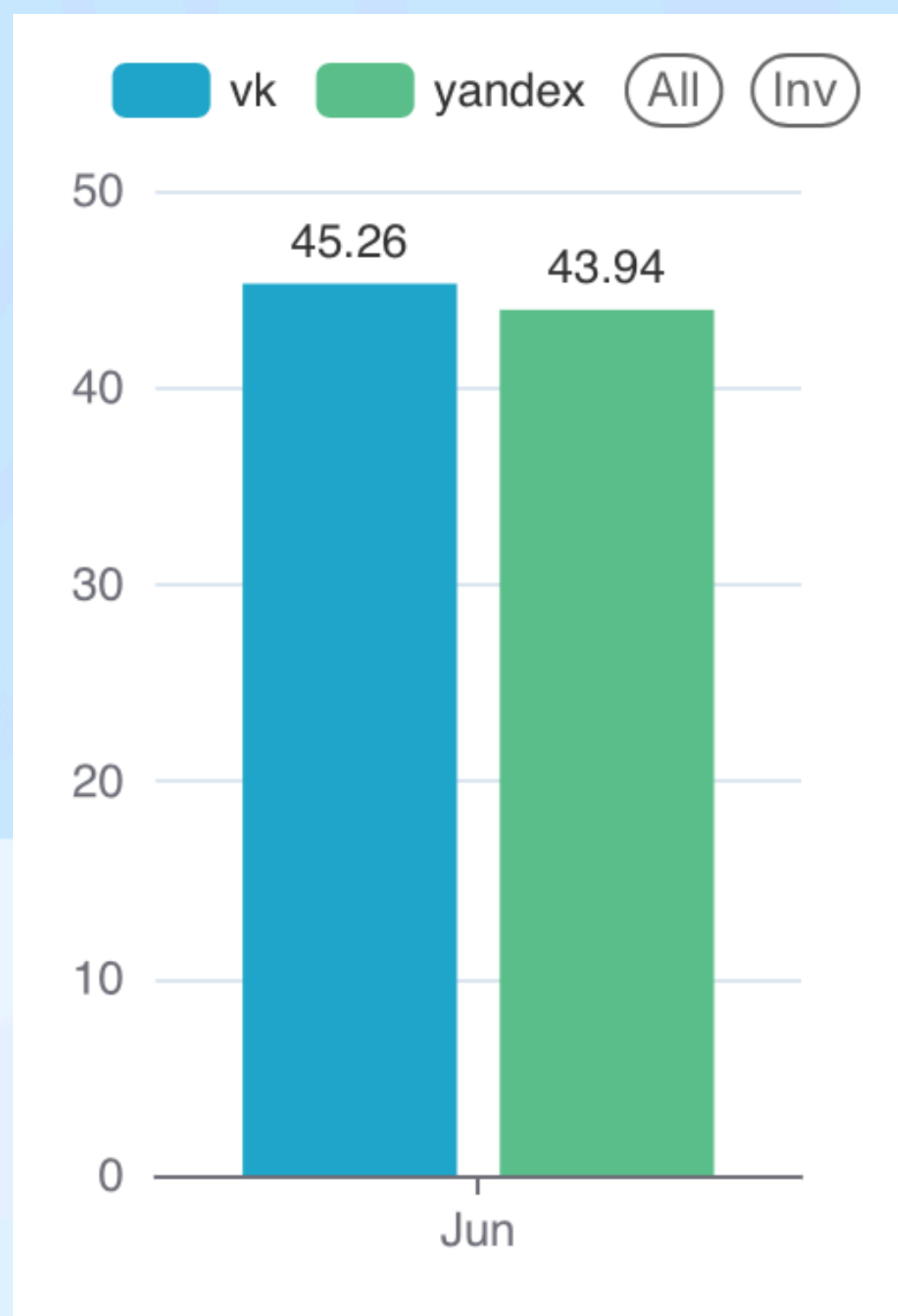
Лиды по каналу (utm - source) только в статусе "успешная продажа"

yandex vk telegram admitad (All) (Inv)



Наибольшее число лидов приходит через рекламу yandex и vk. Однако, если посмотреть, какие каналы доходят до успешной сделки, то видно, что yandex в результате приносит больше продаж (по количеству закрытых сделок).

## Стоимость привлечения пользователя



Дашборд, доступный по ссылке, содержит более детальную информацию о показателе CPU (cost per user):

- под дням
- с указанием medium и campaign

В целом, дашборд можно использовать, как для отслеживания изменений за день, так и для анализа помесечной статистики.

# Финансовые показатели эффективности каналов yandex и vk

utm_source	cpl	cppu	roi
vk	4447.89	109714.5	-79.04
yandex	6495.52	31915.49	-27.93

CPL - cost per lead - стоимость привлечения лида: выше у yandex, чем у vk

CPPU - cost per purchase - стоимость успешной сделки: выше у vk, чем у yandex

ROI - return on investment - к сожалению, отрицательная у обоих каналов, то есть каналы не окупаются.

## Предложения:

- качественно пересмотреть работу с каналом vk, с одной стороны, он всё ещё на втором месте по привлечению продаж, но работа с ним ведётся явно гораздо менее эффективно, чем с yandex
- провести анализ, где можно повысить эффективность канала yandex, чтобы он вышел на окупаемость
- рассмотреть более широкое использование других каналов, которые на данном этапе задействованы меньше