

Задание 3 Дать клиенту рекомендации по дальнейшей работе с рекламными каналами на основе данных:

Источник трафика	Охват	Количество переходов	Стоимость общая	Количество лидов
Яндекс	72,109	2,401	351	84
Google	83,085	2,490	349	85
Вконтакте	64,800	2,081	291	60

Анализ данных и рекомендации:

Источник трафика	Конверсия охвата в переходы	Стоимость перехода	Конверсия переходов в лиды	Стоимость лида
Яндекс	3.3%	0.15	3.5%	4.18
Google	3.0%	0.14	3.4%	4.11
Вконтакте	3.2%	0.14	2.9%	4.85

У Яндекса наилучшая конверсия и по переходам, и по лидам, у Google в % к охвату переходов меньше, но в абсолютных цифрах - больше, итоговая конверсия в лиды почти такая же, а стоимость и перехода, и лида чуть ниже. Рекомендую увеличить рекламный бюджет на Яндекс и Google. Можно также попробовать на какой-то небольшой период монополизировать трафик в этих сетях.

По Вконтакте также неплохая конверсия в переходы, но относительно низкая - в лиды, и стоимость лида самая высокая. Однако сами по себе показатели достаточно хорошие. Есть смысл продолжать рекламную кампанию до выгорания креатива, после чего попробовать изменить формат и/или контент размещаемой рекламы.