

Project - 1. Анализ бизнес-модели. E-commerce

Menu	
Source	Обложка. Резюме проекта
user_log	Данные о действиях пользователей на сайте
users	Данные о привлечении пользователей
user_log (purchase)	отдельно таблица данных для первой покупки
user_log (visit)	отдельно таблица данных для первого визита
Retention rate	Возвращаемость клиентов по недельным когортам, % (дата отнесения к когорте - дата первой покупки)
Metrics	Показатели юнит-экономики для каждой недельной когорты (дата отнесения к когорте - дата первого визита)
ROI	ROI рекламы Три самых эффективных источника продвижения Три самых эффективных города
Results	Кратко сводка

medvedeva.n.box@yandex.ru

Клиент
Интернет-магазин продажа эко-товаров для дома г. Новосибирск
Запрос
Масштабирование и выход в другие регионы



Медведева Наталья
8 (999) 924-02-18
DARP-1014

Project - 1. Results

Results

1. Стоимость привлечение одного нового пользователя:

350 руб в среднем уходит на привлечение одного пользователя

1. Наибольшее число пользователей и клиентов пришло из когорт 6, 5 и 2 в первую неделю жизни когорты.
2. Наибольшую выручка под конец периода снижается в 3 раза.
3. Аналогично снижается ROI и прибыль на пользователя

2. Сколько новых клиентов превращаются в постоянных

Средняя возвращаемость клиентов 10% Половина новых клиентов уходит в первую неделю после совершения покупки.
Выручка поступает по большей части от новых клиентов, покупательская активность затихает на 2й неделе жизни когорты и к 8й неделе сводится к минимуму.
Рекомендуется пересмотреть маркетинговую политику и выставить акцент на удержание уже пришедших клиентов.

3. Три самых эффективных источника продвижения в метрике ROI :

seo	39%
cpc_adwords	38%
cpc_direct	31%

4. Три самых эффективных города в метрике ROI :

Москва	45%
СПБ	41%
Екатеринбург	33%

5. Прибыльность компания в разных регионах присутствия

Екатеринбург	198 554	руб.	СПБ	319 881	руб.
Москва	338 340	руб.	Владимир	133 356	руб.
Орел	82 000	руб.	Волгоград	197 548	руб.

6. Определить, окупаются ли затраты на рекламу

$\Sigma \text{ROMI} = 303,1\%$

Затраты на рекламу окупаются (исходя из тех данных, которые были предоставлены в проекте)

суммарно расходы на рекламу (Acq costs) = 1 271 996 Р / Выручка = 5 126 934 Р

пропорционально на каждый рубль вложений приходится 4 рубля выручки

Project - 1. Retention rate

Предварительные
итоги по сводным
таблицам Cohort
purchase

Когортный анализ возвращаемости клиентов. Сформирован по целевому действию - дате первой покупки.

Средняя возвращаемость клиентов 10% Половина новых клиентов уходит в первую неделю после совершения покупки.

Выручка поступает по большей части от новых клиентов, покупательская активность затихает на 2й неделе жизни когорты и к 8й неделе сводится к минимуму.

Рекомендуется пересмотреть маркетинговую политику и выставить акцент на удержание уже пришедших клиентов.

0 - всего количество уникальных пользователей в когорте

1-2....8 - количество новых пользователей

Users/Clients	LT purchase								
Cohort purchase	0	1	2	3	4	5	6	7	8
1 cohort (1 -7 march 2020)	227	40	23	10	10	10	8	4	4
2 cohort (8 - 14 march 2020)	328	57	35	29	26	17	17	8	
3 cohort (15 - 21 march 2020)	238	42	23	22	15	14	13		
4 cohort (22 - 28 march 2020)	273	43	44	22	23	16			
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	334	46	38	37	19				
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	359	72	47	27					
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	223	56	31						
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	278	46							
9 cohort (25 - 3 may 2020)	237								
Итого	2497	402	241	147	93	57	38	12	4

Users, %	LT purchase									
Cohort purchase	0	1	2	3	4	5	6	7	8	Итого
6% 1 cohort (1 -7 march 2020)	100%	18%	10%	4%	4%	4%	4%	2%	2%	100%
8% 2 cohort (8 - 14 march 2020)	100%	17%	11%	9%	8%	5%	5%	2%		100%
9% 3 cohort (15 - 21 march 2020)	100%	18%	10%	9%	6%	6%	5%			100%
11% 4 cohort (22 - 28 march 2020)	100%	16%	16%	8%	8%	6%				100%
10% 5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	100%	14%	11%	11%	6%					100%
14% 6 cohort (5 - 11 apr 2020)	100%	20%	13%	8%						100%
20% 7 cohort (12 - 18 apr 2020)	100%	25%	14%							100%
17% 8 cohort (19 - 25 apr 2020)	100%	17%								100%
0 9 cohort (25 - 3 may 2020)	100%									100%
10% Итого	100%	16%	10%	6%	4%	2%	2%	0%	0%	100%

0 - всего количество уникальных заказов в когорте

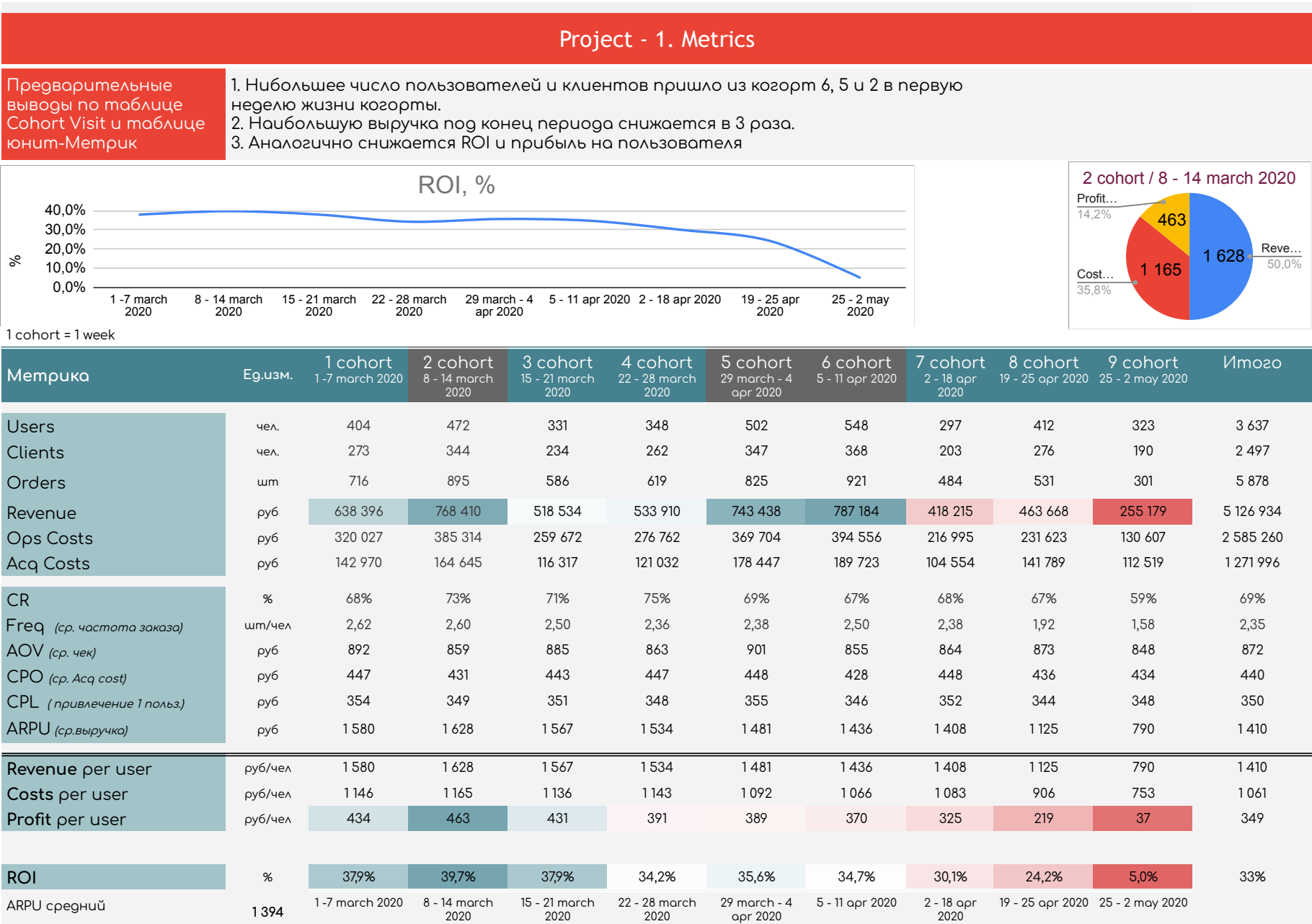
1-2....8 - количество новых заказов

Ordrs	LT purchase								
Cohort purchase	0	1	2	3	4	5	6	7	8
1 cohort (1 -7 march 2020)	389	63	39	16	13	17	14	6	6
2 cohort (8 - 14 march 2020)	562	86	54	41	37	32	26	11	
3 cohort (15 - 21 march 2020)	406	58	32	33	22	21	18		
4 cohort (22 - 28 march 2020)	442	55	67	32	37	24			
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	573	77	63	58	29				
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	687	103	77	43					
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	435	90	43						
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	486	66							
9 cohort (25 - 3 may 2020)	389								
Итого	4 369	598	375	223	138	94	58	17	6

Orders %	LT purchase									
Cohort purchase	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 cohort (1 -7 march 2020)	69%	11%	7%	3%	2%	3%	2%	1%	1%	4%
2 cohort (8 - 14 march 2020)	66%	10%	6%	5%	4%	4%	3%	1%		5%
3 cohort (15 - 21 march 2020)	69%	10%	5%	6%	4%	4%	3%			5%
4 cohort (22 - 28 march 2020)	67%	8%	10%	5%	6%	4%				7%
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	72%	10%	8%	7%	4%					7%
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	75%	11%	8%	5%						8%
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	77%	16%	8%							12%
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	88%	12%								12%
9 cohort (25 - 3 may 2020)	100%									0%
Итого	74%	10%	6%	4%	2%	2%	1%	0%	0%	7%

Project - 1. Retention rate										
0 - общая выручка в когорте 1-2.....8 - выручка по новым заказам каждой недели										
Revenue	LT purchase									
Cohort purchase	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 cohort (1 -7 march 2020)	340 693	59 857	33 920	13 661	11 012	14 108	12 551	4 014	5 633	
2 cohort (8 - 14 march 2020)	489 480	71 425	44 436	34 675	33 212	30 204	24 921	9 993		
3 cohort (15 - 21 march 2020)	340 445	54 563	29 420	36 079	18 811	17 155	20 829			
4 cohort (22 - 28 march 2020)	378 999	42 993	57 321	27 565	30 144	22 824				
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	502 693	70 371	57 369	45 984	28 801					
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	592 319	102 289	71 018	41 146						
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	369 106	87 496	38 902							
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	420 118	55 534								
9 cohort (25 - 3 may 2020)	332 845									
Итого	3 766 698	544 528	332 386	199 110	121 980	84 291	58 301	14 007	5 633	

Revenue %	LT purchase									
Cohort purchase	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 cohort (1 -7 march 2020)	69%	12%	7%	3%	2%	3%	3%	1%	1%	4%
2 cohort (8 - 14 march 2020)	66%	10%	6%	5%	4%	4%	3%	1%		5%
3 cohort (15 - 21 march 2020)	66%	11%	6%	7%	4%	3%	4%			6%
4 cohort (22 - 28 march 2020)	68%	8%	10%	5%	5%	4%				6%
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	71%	10%	8%	7%	4%					7%
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	73%	13%	9%	5%						9%
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	74%	18%	8%							13%
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	88%	12%								12%
9 cohort (25 - 3 may 2020)	100%									0%
Итого	73%	11%	6%	4%	2%	2%	1%	0%	0%	7%



Project - 1. Metrics

Cohort visit	Revenue	Ops Costs	Acq Costs	Users	Clients	Orders	Σ Затраты	Σ Прибыль	Прибыль / Выручка, %	ROI
1 cohort (1 -7 march 2020)	638 396	320 027	142 970	404	273	716	462 997	175 399	27%	38%
2 cohort (8 - 14 march 2020)	768 410	385 314	164 645	472	344	895	549 959	218 451	28%	40%
3 cohort (15 - 21 march 2020)	518 534	259 672	116 317	331	234	586	375 989	142 546	27%	38%
4 cohort (22 - 28 march 2020)	533 910	276 762	121 032	348	262	619	397 794	136 116	25%	34%
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	743 438	369 704	178 447	502	347	825	548 151	195 287	26%	36%
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	787 184	394 556	189 723	548	368	921	584 279	202 905	26%	35%
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	418 215	216 995	104 554	297	203	484	321 549	96 666	23%	30%
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	463 668	231 623	141 789	412	276	531	373 412	90 256	19%	24%
9 cohort (25 - 3 may 2020)	255 179	130 607	112 519	323	190	301	243 126	12 053	5%	5%
Итого	p.5 126 934	p.2 585 260	p.1 271 996	3 637	2 497	5 878	3 857 256	1 269 678	23%	31%

Project - 1. Metrics Tables

Величина затрат на привлечение пользователей (Acq costs) по 9ти когортам.
Затраты на привлечение приходятся на начальный период жизни когорты

Acq Costs Cohort visit	LT visit								
	0	1	2	3	4	5	6	7	8
1 cohort (1 -7 march 2020)	142 970	0	0	0	0	0	0	0	0
2 cohort (8 - 14 march 2020)	164 645	0	0	0	0	0	0	0	
3 cohort (15 - 21 march 2020)	116 317	0	0	0	0	0	0		
4 cohort (22 - 28 march 2020)	121 032	0	0	0	0	0			
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	178 447	0	0	0	0				
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	189 723	0	0	0					
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	104 554	0	0						
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	141 789	0							
9 cohort (25 - 3 may 2020)	112 519	0							
Итого	п.1 271 996	п.0	п.0	п.0	п.0	п.0	п.0	п.0	п.0

Количество уникальных пользователей (users), чел.

Users Cohort visit	LT visit									Итого
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 cohort (1 -7 march 2020)	404	123	70	46	35	32	28	28	20	404
2 cohort (8 - 14 march 2020)	472	145	83	54	42	38	34	23		472
3 cohort (15 - 21 march 2020)	331	108	60	45	32	30	27			331
4 cohort (22 - 28 march 2020)	348	97	66	41	36	28				348
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	502	132	83	65	47					502
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	548	167	106	73						548
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	297	99	58							297
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	412	116								412
9 cohort (25 - 3 may 2020)	323	1								323
Итого	3637	988	526	324	192	128	89	51	20	3637

количество уникальных клиентов (clients), чел.

Clients Cohort visit	LT visit									Итого
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 cohort (1 -7 march 2020)	240	62	45	23	19	21	15	11	11	273
2 cohort (8 - 14 march 2020)	308	80	51	33	27	23	26	11		344
3 cohort (15 - 21 march 2020)	204	61	31	28	22	13	16			234
4 cohort (22 - 28 march 2020)	241	51	45	20	22	19				262
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	310	68	49	43	27					347
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	329	102	66	46						368
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	184	59	33							203
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	253	72								276
9 cohort (25 - 3 may 2020)	190	1								190
Итого	2259	556	320	193	117	76	57	22	11	2497

количество уникальных заказов (orders), шт.

Orders Cohort visit	LT visit									Итого
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 cohort (1 -7 march 2020)	394	94	77	33	24	36	28	14	16	716
2 cohort (8 - 14 march 2020)	501	126	82	47	42	40	42	15		895
3 cohort (15 - 21 march 2020)	335	87	43	42	31	24	24			586
4 cohort (22 - 28 march 2020)	377	69	67	34	42	30				619
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	504	113	93	68	47					825
6 cohort (5 - 11 apr 2020)	579	175	100	67						921
7 cohort (12 - 18 apr 2020)	331	103	50							484
8 cohort (19 - 25 apr 2020)	417	114								531
9 cohort (25 - 3 may 2020)	300	1								301
Итого	3738	882	512	291	186	130	94	29	16	5878

Project - 1. ROI

NB! ROI ▼ 32,9%

ROI (Return on Investment, возврат инвестиций) — это коэффициент рентабельности инвестиций — окупаемость вложений

[Формула ROI здесь!](#)

$$ROI = \frac{\sum Retention - \sum Ops costs - \sum Acq costs}{\sum (Ops costs + Acq costs)}$$
$$\sum ROI = 32,9\%$$

NB! ROI рекламы ▼ 303,1%

ROMI (Return on Marketing Investment) — коэффициент возврата маркетинговых инвестиций.

[Формула ROMI здесь!](#)

$$ROMI = \frac{\sum Retention - \sum Acq costs}{\sum Acq costs}$$
$$\sum ROMI = 303,1\%$$

NB! LVT ▼

region	Revenue	Ops Costs	Acq Costs
ekb	805 361	407 198	199 609
moscow	1 088 384	539 904	210 140
orel	604 999	303 900	219 099
spb	1 096 029	555 538	220 610
vladimir	686 190	349 672	203 162
volgograd	845 971	429 047	219 376
Итого	5 126 934,00	2 585 260	1 271 996,00

region	Σ Выручка	Σ Затраты	Σ Прибыль	ROI
ekb	805 361	606 807	198 554	32,72%
moscow	1 088 384	750 044	338 340	45,11%
orel	604 999	522 999	82 000	15,68%
spb	1 096 029	776 148	319 881	41,21%
vladimir	686 190	552 834	133 356	24,12%
volgograd	845 971	648 423	197 548	30,47%
Итого	5 126 934	3 857 256	1 269 678	

source	Revenue	Ops Costs	Acq Costs
cpc_adwords	1 400 176	702 768	314 664
cpc_direct	1 155 488	585 568	299 529
seo	1 566 113	793 492	329 547
smm	1 005 157	503 432	328 256
Итого	5 126 934	2 585 260	1 271 996

source	Σ Выручка	Σ Затраты	ROI	ROMI
cpc_adwords	1 400 176	1 017 432	37,62%	345%
cpc_direct	1 155 488	885 097	30,55%	286%
seo	1 566 113	1 123 039	39,45%	375%
smm	1 005 157	831 688	20,86%	206%
Итого	5 126 934	3 857 256		

35 775	NB! Date		p.5 126 934	p.2 585 260	users	users	p.1 271 996,00
uid	Date	event_type	Revenue	Ops Costs	source	region	Acq Costs
1	01.03.2020	visit			seo	vladimir	p.321,00
1	01.03.2020	purchase	p.1 649	p.1 072	seo	vladimir	
1	02.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	02.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	02.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	03.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	04.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	05.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	07.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	08.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	10.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	11.03.2020	visit			seo	vladimir	
1	19.03.2020	visit			seo	vladimir	
2	04.03.2020	visit			cpc_direct	vladimir	p.228,00
2	04.03.2020	purchase	p.125	p.66	cpc_direct	vladimir	
3	05.03.2020	visit			smm	vladimir	p.436,00
3	05.03.2020	visit			smm	vladimir	
3	06.03.2020	visit			smm	vladimir	
3	07.03.2020	visit			smm	vladimir	
4	02.03.2020	visit			smm	vladimir	p.464,00
4	02.03.2020	purchase	p.653	p.346	smm	vladimir	
4	03.03.2020	visit			smm	vladimir	

weekNº	Cohort name
10	1 cohort (1 -7 march 2020)
11	2 cohort (8 - 14 march 2020)
12	3 cohort (15 - 21 march 2020)
13	4 cohort (22 - 28 march 2020)
14	5 cohort (29 march - 4 apr 2020)
15	6 cohort (5 - 11 apr 2020)
16	7 cohort (12 - 18 apr 2020)
17	8 cohort (19 - 25 apr 2020)
18	9 cohort (25 - 3 may 2020)

3910		3637	p.1 366 501,00		user_log (visit)		0,67						user_log (visit)	
uid	/uid/	source	region	Acq Costs	First visit date	Week visit	Cohort visit	LT visit	week№	Cohort name	uid	First visit date	uid	LT visit
1	1_00	seo	vladimir	p.321,00	01.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	2	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	1	01.03.2020	1	2
2	2_00	cpc_direct	vladimir	p.228,00	04.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0	11	2 cohort (8 - 14 march 2020)	2	04.03.2020	2	0
3	3_00	smm	vladimir	p.436,00	05.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0	12	3 cohort (15 - 21 march 2020)	3	05.03.2020	3	0
4	4_00	smm	vladimir	p.464,00	02.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0	13	4 cohort (22 - 28 march 2020)	4	02.03.2020	4	0
5	5_00	cpc_direct	ekb	p.269,00	01.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	5	14	5 cohort (29 march - 4 apr 2020)	5	01.03.2020	5	5
6		smm	moscow	p.414,00	-	-	-	-	15	6 cohort (5 - 11 apr 2020)	8	02.03.2020	8	0
7		cpc_adwords	moscow	p.258,00	-	-	-	-	16	7 cohort (12 - 18 apr 2020)	9	01.03.2020	9	0
8	8_00	smm	vladimir	p.392,00	02.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0	17	8 cohort (19 - 25 apr 2020)	10	03.03.2020	10	0
9	9_00	seo	ekb	p.241,00	01.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0	18	9 cohort (25 - 3 may 2020)	11	01.03.2020	11	2
10	10_00	smm	moscow	p.337,00	03.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0			12	02.03.2020	12	0
11	11_00	smm	moscow	p.416,00	01.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	2			13	04.03.2020	13	7
12	12_00	smm	ekb	p.202,00	02.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0			14	03.03.2020	14	0
13	13_00	seo	volgograd	p.437,00	04.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	7			15	01.03.2020	15	0
14	14_00	cpc_adwords	ekb	p.280,00	03.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0			16	03.03.2020	16	2
15	15_00	cpc_adwords	volgograd	p.414,00	01.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0			17	02.03.2020	17	0
16	16_00	cpc_direct	ekb	p.224,00	03.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	2			18	03.03.2020	18	4
17	17_00	cpc_direct	vladimir	p.397,00	02.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0			19	02.03.2020	19	1
18	18_00	smm	spb	p.332,00	03.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	4			20	01.03.2020	20	1
19	19_00	seo	spb	p.222,00	02.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	1			22	01.03.2020	22	0
20	20_00	seo	vladimir	p.278,00	01.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	1			23	04.03.2020	23	0
21		seo	spb	p.435,00	-	-	-	-			24	09.03.2020	24	1
22	22_00	smm	volgograd	p.380,00	01.03.2020	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	0			25	02.03.2020	25	1

35 775		NB! Date		p.5 126 934,00		p.2 585 259,99		users		users		p.1 271 996,00	
uid	Date	event_type	Revenue	Ops Costs	source	region	Acq Costs	First purchase date	LT purchase	First week№	Cohort purchase	First week№	Cohort name
1	01.03.2020	visit			1_00	seo	p.321,00	01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)	10	1 cohort (1 -7 march 2020)
1	01.03.2020	purchase	p.1 649,00	p.1 071,85	1_00	seo		01.03.2020	0	10	1 cohort (1 -7 march 2020)	11	2 cohort (8 - 14 march 2020)
1	02.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)	12	3 cohort (15 - 21 march 2020)
1	02.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)	13	4 cohort (22 - 28 march 2020)
1	02.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)	14	5 cohort (29 march - 4 apr 2020)
1	03.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)	15	6 cohort (5 - 11 apr 2020)
1	04.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)	16	7 cohort (12 - 18 apr 2020)
1	05.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)	17	8 cohort (19 - 25 apr 2020)
1	07.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)	18	9 cohort (25 - 3 may 2020)
1	08.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)		
1	10.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)		
1	11.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)		
1	19.03.2020	visit			1_00	seo		01.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)		
2	04.03.2020	visit			2_00	cpc_direct	p.228,00	04.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)		
2	04.03.2020	purchase	p.125,00	p.66,25	2_00	cpc_direct		04.03.2020	0	10	1 cohort (1 -7 march 2020)		
3	05.03.2020	visit			3_00	smm	p.436,00	-		-	-		
3	05.03.2020	visit			3_00	smm		-		-	-		
3	06.03.2020	visit			3_00	smm		-		-	-		
3	07.03.2020	visit			3_00	smm		-		-	-		
4	02.03.2020	visit			4_00	smm	p.464,00	02.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)		
4	02.03.2020	purchase	p.653,00	p.346,09	4_00	smm		02.03.2020	0	10	1 cohort (1 -7 march 2020)		
4	03.03.2020	visit			4_00	smm		02.03.2020		10	1 cohort (1 -7 march 2020)		

35 775 NB! Date p.5 126 934,00 p.2 585 259,99 users users p.1 271 996,00									started sunday					
uid	uid	Date	event_type	Revenue	Ops Costs	source	region	Acq Costs	First visit date	LT visit	Cohort visit	Week visit	weekNº	Cohort name
1	1	01.03.2020	visit			seo	vladimir	p.321,00	01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	10	1 cohort (1 -7 march 2020)
1	1	01.03.2020	purchase	p.1 649,00	p.1 071,85	seo	vladimir		01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	11	2 cohort (8 - 14 march 2020)
1	1	02.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	12	3 cohort (15 - 21 march 2020)
1	1	02.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	13	4 cohort (22 - 28 march 2020)
1	1	02.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	14	5 cohort (29 march - 4 apr 2020)
1	1	03.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	15	6 cohort (5 - 11 apr 2020)
1	1	04.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	16	7 cohort (12 - 18 apr 2020)
1	1	05.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	17	8 cohort (19 - 25 apr 2020)
1	1	07.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10	18	9 cohort (25 - 3 may 2020)
1	1	08.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	1	cohort (1 -7 march 2020	10		
1	1	10.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	1	cohort (1 -7 march 2020	10		
1	1	11.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	1	cohort (1 -7 march 2020	10		
1	1	19.03.2020	visit			seo	vladimir		01.03.2020	2	cohort (1 -7 march 2020	10		
2	2	04.03.2020	visit			cpc_direct	vladimir	p.228,00	04.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		
2	2	04.03.2020	purchase	p.125,00	p.66,25	cpc_direct	vladimir		04.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		
3	3	05.03.2020	visit			smm	vladimir	p.436,00	05.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		
3	3	05.03.2020	visit			smm	vladimir		05.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		
3	3	06.03.2020	visit			smm	vladimir		05.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		
3	3	07.03.2020	visit			smm	vladimir		05.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		
4	4	02.03.2020	visit			smm	vladimir	p.464,00	02.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		
4	4	02.03.2020	purchase	p.653,00	p.346,09	smm	vladimir		02.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		
4	4	03.03.2020	visit			smm	vladimir		02.03.2020	0	cohort (1 -7 march 2020	10		

35 775 Коротко о том как была собран Date						
uid	/date	day	month	year	date/	Date
256	3/2/20	2	3	2020	2.3.2020	02.03.2020
256	3/4/20	4	3	2020	4.3.2020	04.03.2020
256	3/4/20	4	3	2020	4.3.2020	04.03.2020
268	3/3/20	3	3	2020	3.3.2020	03.03.2020
268	3/1/20	1	3	2020	1.3.2020	01.03.2020
268	3/6/20	6	3	2020	6.3.2020	06.03.2020
268	3/6/20	6	3	2020	6.3.2020	06.03.2020
268	3/5/20	5	3	2020	5.3.2020	05.03.2020
207	3/1/20	1	3	2020	1.3.2020	01.03.2020
207	3/7/20	7	3	2020	7.3.2020	07.03.2020
207	3/5/20	5	3	2020	5.3.2020	05.03.2020
207	3/2/20	2	3	2020	2.3.2020	02.03.2020
207	3/6/20	6	3	2020	6.3.2020	06.03.2020
351	3/5/20	5	3	2020	5.3.2020	05.03.2020
351	3/4/20	4	3	2020	4.3.2020	04.03.2020
351	3/3/20	3	3	2020	3.3.2020	03.03.2020
351	3/6/20	6	3	2020	6.3.2020	06.03.2020
351	3/2/20	2	3	2020	2.3.2020	02.03.2020
351	3/2/20	2	3	2020	2.3.2020	02.03.2020
351	3/7/20	7	3	2020	7.3.2020	07.03.2020
351	3/7/20	7	3	2020	7.3.2020	07.03.2020
351	3/1/20	1	3	2020	1.3.2020	01.03.2020

USERS		End Week№									
Cohort purchase		10	11	12	13	14	15	16	17	18	Итого
1 cohort (1 -7 march 2020)		227	38	29	12	6	13	8	7	5	227
2 cohort (8 - 14 march 2020)			328	62	40	27	27	17	20	10	328
3 cohort (15 - 21 march 2020)				238	46	26	20	14	15	14	238
4 cohort (22 - 28 march 2020)					273	49	41	23	21	20	273
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)						334	55	38	38	28	334
6 cohort (5 - 11 apr 2020)							359	85	50	36	359
7 cohort (12 - 18 apr 2020)								223	59	37	223
8 cohort (19 - 25 apr 2020)									278	59	278
9 cohort (25 - 3 may 2020)										237	237
Итого		227	366	329	371	442	515	408	488	446	2497

USERS %		End Week№									
Cohort purchase		10	11	12	13	14	15	16	17	18	Итого
1 cohort (1 -7 march 2020)		100%	17%	13%	5%	3%	6%	4%	3%	2%	100%
2 cohort (8 - 14 march 2020)			100%	19%	12%	8%	8%	5%	6%	3%	100%
3 cohort (15 - 21 march 2020)				100%	19%	11%	8%	6%	6%	6%	100%
4 cohort (22 - 28 march 2020)					100%	18%	15%	8%	8%	7%	100%
5 cohort (29 march - 4 apr 2020)						100%	16%	11%	11%	8%	100%
6 cohort (5 - 11 apr 2020)							100%	24%	14%	10%	100%
7 cohort (12 - 18 apr 2020)								100%	26%	17%	100%
8 cohort (19 - 25 apr 2020)									100%	21%	100%
9 cohort (25 - 3 may 2020)										100%	100%
Итого		9%	15%	13%	15%	18%	21%	16%	20%	18%	100%