

# Маркетинговая аналитика онлайн школы

Автор - Строганов Михаил



## Окупаемость каналов (Yandex)

source	medium	campaign	visitors	cost	lead	purchases	revenue	CPU	CPL	CPPU	ROI
yandex	cpc	base-professions-retarget	4	151	4	1	134100.0	37.8	37.8	151.0	887.1
yandex	cpc	freemium	103	21654	100	25	1654810.0	210.2	216.5	866.2	75.4
yandex	cpc	base-python	31	12524	28	7	476021.0	404.0	447.3	1789.1	37.0
yandex	cpc	prof-professions-brand	13	4818	13	3	154287.0	370.6	370.6	1606.0	31.0
yandex	cpc	dod-php	4	5964	4	1	150255.0	1491.0	1491.0	5964.0	24.2
yandex	cpc	prof-data-analytics	14	10086	14	2	220264.0	720.4	720.4	5043.0	20.8
yandex	cpc	prof-python	62	33026	61	7	613196.0	532.7	541.4	4718.0	17.6
yandex	cpc	prof-frontend	78	57138	73	12	1057000.0	732.5	782.7	4761.5	17.5
yandex	cpc	base-frontend	40	18061	39	3	268515.0	451.5	463.1	6020.3	13.9
yandex	cpc	prof-java	49	29490	49	4	284590.0	601.8	601.8	7372.5	8.7
yandex	cpc	base-java	20	19252	20	1	48000.0	962.6	962.6	19252.0	1.5
yandex	cpc	dod-professions	6	0	6	1	37800.0	0.0	0.0	0.0	0.0

В целом по Yandex все каналы отработал положительно. Мы не наблюдаем отрицательный ROI и достаточное кол-во каналов отработало на уровне выше 20%.

Тем не менее, имеет смысл обратить внимание на кампанию base-professions-retarget - она явно недополучила бюджет, а кампания prof-java наоборот получила слишком много



## Окупаемость каналов (VK)

source	medium	campaign	visitors	cost	lead	purchases	revenue	CPU	CPL	CPPU	ROI
vk	cpc	prof-python	71	2028	40	5	355564.0	28.6	50.7	405.6	174.3
vk	cpc	freemium-frontend	80	3160	43	5	338083.0	39.5	73.5	632.0	106.0
vk	cpc	prof-java	51	3115	23	2	232726.0	61.1	135.4	1557.5	73.7
vk	cpc	base-python	58	2537	36	1	9072.0	43.7	70.5	2537.0	2.6
vk	cpc	freemium-python	44	980	25	1	1560.0	22.3	39.2	980.0	0.6
vk	social	hexlet-blog	3	0	1	1	84000.0	0.0	0.0	0.0	0.0
vk	cpc	prof-frontend	17	0	7	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
vk	cpc	prof-data-analytics	49	1072	30	0	0.0	21.9	35.7	0.0	-1.0
vk	cpc	freemium-java	42	487	24	0	0.0	11.6	20.3	0.0	-1.0
vk	cpm	prof-data-analytics	10	385	6	0	0.0	38.5	64.2	0.0	-1.0

Хотя в ВК существенно меньше кампаний, которые отработали положительно, есть 3 кампании, которые имеет смысл протестировать на большем бюджете:

- 1) prof-python
- 2) freemium-frontend
- 3) prof-java



## Сравнение каналов

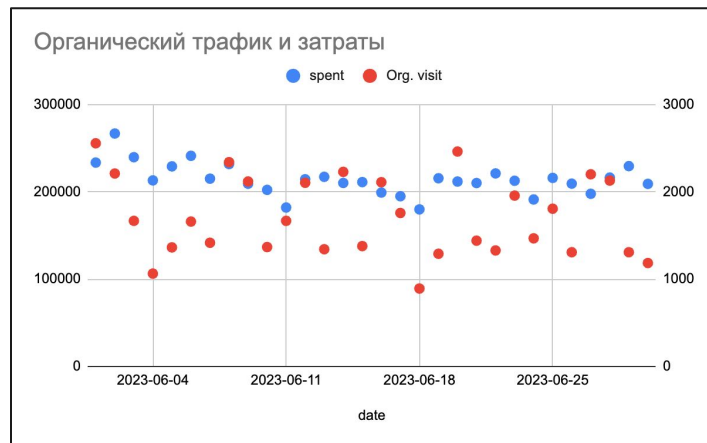
Метрики	vk	yandex
cost	13764	212164
visitors	425	424
leads	235	411
purchases	15	67
revenue	1021005	5098838
CPU	32.39	500.39
CPL	58.57	516.21
CPPU	917.60	3166.63
ROI	73.18	23.03

За счет существенно более высокого бюджета, Yandex существенно опережает VK по абсолютным показателям, но сильно проигрывает в относительных. По CPU, CPL, CPPU и ROI VK значительно опережает Yandex. ROI VK в 3 раза выше ROI Yandex, что является важнейшим сигналом о том, что имеет смысл перераспределить бюджет в сторону VK.

# Корреляция платных каналов и органики

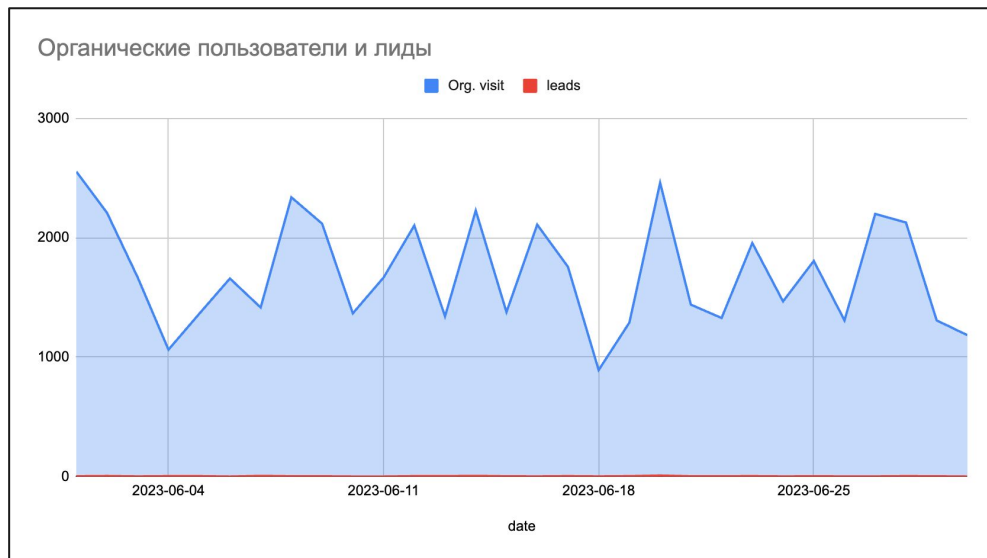


Сильной корреляции между кол-вом затраченных средств мы не видим, что может указывать на высокую долю органического трафика.



Точно также мы не видим какой-либо корреляции между затраченными деньгами и органическим трафиком.

# Органический трафик



На графике кол-во лидов по органическому трафику отмечена едва заметной красной линией. В среднем она составляет 0.13%. При этом, канал генерирует в среднем 1703 пользователя в день. Вместе с этим, конверсия платного трафика (которая выше 50%), указывает на то, что тратить время на органические лиды не имеет смысла.