

ЛЕГЕНДА

Вы — маркетинговый аналитик в гейм-студии.

Портфолио студии разнообразно: есть как несомненные хиты, так и игры, которые недавно вышли на рынок и только ищут свою нишу.

Вы взяли проект по исследованию эффективности привлечения новых пользователей в одну из недавно вышедших игр *Splash of Plans*. Это классическая десктопная игра: чтобы в неё играть, её необходимо купить. Также можно совершать покупки внутри игры за реальные деньги.

Игра вышла пару месяцев назад в тестовом режиме на ограниченную аудиторию. Пришла пора оценить, насколько окупаются затраты на маркетинговые активности! Основной канал привлечения — **платное продвижение в вебе**.

ЗАДАЧА

Понять, какие каналы привлечения эффективны и неэффективны в метрике *LTV*, и отследить динамику этой метрики.

КОНКРЕТНЫЕ ШАГИ (ФОРМАЛИЗОВАННАЯ ЗАДАЧА)

- Выбрать модель расчёта *LTV*.
- Оценить затраты по *date/source/medium/campaign*.
- Оценить доходы по *date/source/medium/campaign*.
- Оценить *LTV* по *date/source/medium/campaign*.
- Построить отчёт в *PBI* с отображением *LTV* в разбивке по *source/medium/campaign* и дате привлечения пользователя для отслеживания динамики изменений.



THE GAMEDEV STREET JOURNAL.

Analytic's weapon of choice.

by Sh. Holmes



Apply this filters to see detailed data and graphs below.

UTM & Date Scope

Bce cpc

Bce

Bce

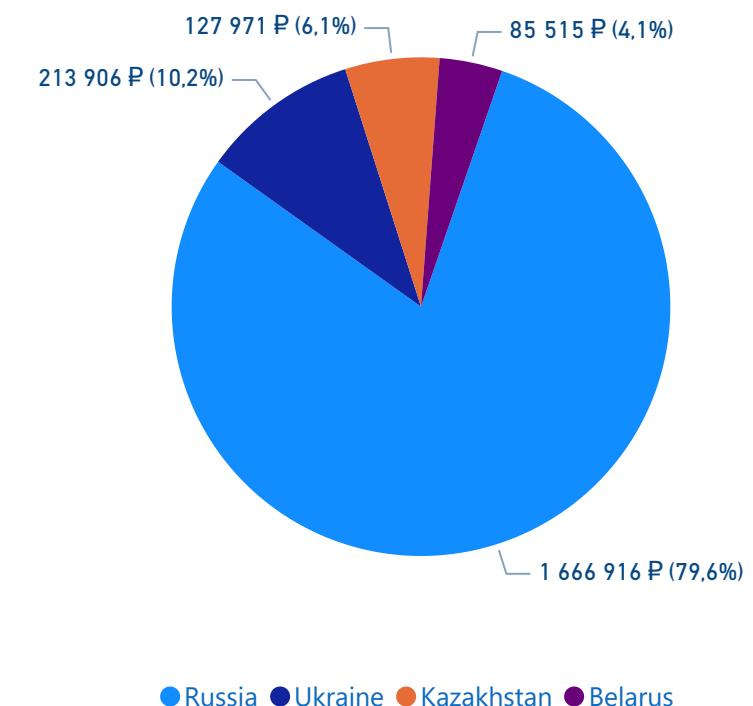
Campain region

Bce

LTV range

-29 667 44 454

Regional aspect: Yandex leading CIS expansion.



Growth report: 30-days LTV for 'Splash of Plans'.

by C. MacLeod



44 454 P

Highest LTV

872

Positive LTVs

-29 667 P

Lowest LTV

396

Negative LTVs

8 634 803 P

Gross income

5 659 993 P

Gross marketing expenses

2 094 308 P

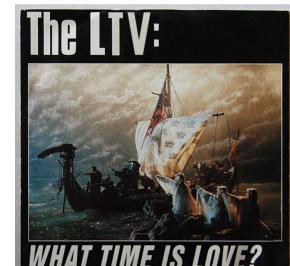
Gross LTV

Detailed campaign effectiveness report. Try to switch sort modes for Best/Worst exploration. Try to select campaign name to filter values and charts:

Campaign name	Income	Marketing expenses	Discounts	LTV	Avg Campaign effectiveness
rus_search_brand-discount-15	1 134 178 P	360 517 P	127 398 P	646 267	220%
rus_search_brand-discount-10	637 971 P	150 246 P	41 678 P	446 049	326%
rus_search_gen-flow-discount-10-night	471 245 P	154 316 P	40 001 P	276 930	193%
ukr_search_brand-discount-15	217 258 P	63 627 P	23 200 P	130 426	437%
ukr_search_brand-discount-10	112 336 P	18 869 P	9 864 P	83 602	525%
rus_search_brand-discount-20-10	133 031 P	31 459 P	25 156 P	76 418	267%
rus_search_gen-phones-discount-10	905 636 P	767 764 P	66 295 P	71 576	16%
kaz_search_gen-discount-15	124 647 P	49 935 P	16 227 P	58 490	159%
bel_search_gen-phones	77 404 P	18 026 P	8 974 P	50 401	431%
rus_search_competitors-new-phones	201 491 P	137 816 P	15 002 P	48 674	72%
rus_search_gen-vlozhennye-zaprosy-phones-discount-10-night	255 800 P	193 055 P	21 177 P	41 570	24%
rus_search_gen-flow-discount-15	470 140 P	373 501 P	57 400 P	39 237	16%
Bcero	8 634 803 P	5 659 993 P	880 510 P	2 094 308	746%

New heroes hit charts: Daily campaigns dynamic.

by B. Drummond, J. Cauty



Due to the large number of campaigns presented in the current report (>1200), please use the filters above for a better view, select a campaign name from the table above, or choose an interesting point on the chart.

You can also use the Y-axis slider to zoom in on the chart.

