1.总体支出上升，收入下降

2.通过支出和收入的曲线和趋势线，我们发现近期收入呈（下降 ）趋势（5分），近期支出呈（上升）趋势（5 分）。说明近期的渠道毛利呈（下降 ）趋势（5分），渠道盈利情况逐渐（变坏 ）（5分）

3.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 周期 | 2020/6/28 - 2020/7/4 | 2020/7/5 - 2020/7/11 | 2020/7/12 - 2020/7/18 | 2020/7/19 - 2020/7/25 | 2020/7/26 - 2020/8/1 | 2020/8/2 - 2020/8/8 | 2020/8/9 - 2020/8/15 | 2020/8/16 - 2020/8/22 | 2020/8/23 - 2020/8/29 |
| 支出 | 47900 | 64300 | 57900 | 30950 | 68300 | 49050 | 111300 | 86100 | 80100 |
| 线索数量 | 352 | 460 | 301 | 220 | 245 | 195 | 389 | 413 | 273 |
| 报名人数 | 20 | 19 | 16 | 9 | 17 | 14 | 21 | 21 | 9 |
| 收入 | 164000 | 155800 | 131200 | 73800 | 139400 | 114800 | 172200 | 172200 | 73800 |
| 线索成本 | 136.08 | 139.78 | 192.36 | 140.68 | 278.78 | 251.54 | 286.12 | 208.47 | 293.41 |
| 线索转化率 | 5.68% | 4.13% | 5.32% | 4.09% | 6.94% | 7.18% | 5.40% | 5.08% | 3.30% |
| 毛利额 | 116100 | 91500 | 73300 | 42850 | 71100 | 65750 | 60900 | 86100 | -6300 |
| ROI | 3.42 | 2.42 | 2.27 | 2.38 | 2.04 | 2.34 | 1.55 | 2.00 | 0.92 |

4.1

4.2 相比1周，0周渠道线索量和转化率下降是造成线索人数成本和报名人数成本上升的主要原因

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **0周渠道成本** | **0周线索人数(24h)** | **0周报名人数** | **0周转化率** | **1周渠道成本** | **1周线索人数(24h)** | **1周报名人数** | **1周转化率** |
| 80100 | 273 | 9 | 3.30% | 86100 | 413 | 21 | 5.08% |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **0周线索人数成本** | **0周报名人数成本** | **1周线索人数成本** | **1周报名人数成本** |
| 293.41 | 8900 | 208.47 | 4100 |

5.

选取了ROI, 线索转化率（线索量/阅读量），报名转化率（报名人数/人数）和线索成本，比重分别为40%, 20%,30%和10%。 ROI作为影响毛利额的重要指标，首先考虑；报名转化率衡量渠道是否足够吸引学员报名；线索转化率衡量渠道投放是否正确，是否针对正确人群投放；线索成本考虑渠道线索的性价比

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 渠道名称 | 0周ROI | 0周线索转化率 | 0周线索成本 | 0周报名转化率 | 0周ROI | 0周线索转化率 | 0周报名转化率 | 0周线索成本 | 综合得分 | 排名 |
| qda001 | 2.157894737 | 0.006825939 | 345.4545455 | 0.090909091 | 0.648040807 | 0.193014972 | 1 | -0.795701129 | 0.518249204 | 2 |
| qda002 | 1.952380952 | 0.007917174 | 161.5384615 | 0.038461538 | 0.575414307 | 0.270067305 | 0.301035503 | -0.1263264 | 0.361857195 | 3 |
| qda003 | 1.123287671 | 0.00625 | 365 | 0.05 | 0.282421097 | 0.152347852 | 0.454807692 | -0.866838101 | 0.193196507 | 4 |
| qda004 | 3.153846154 | 0.018254675 | 126.8292683 | 0.048780488 | 1 | 1 | 0.438555347 | 0 | 0.731566604 | 1 |
| qda005 | 0.324110672 | 0.006758206 | 401.5873016 | 0.015873016 | 0 | 0.188232392 | 0 | -1 | -0.062353522 | 7 |
| qda006 | 0.460674157 | 0.004092409 | 287.0967742 | 0.016129032 | 0.048260159 | 0 | 0.003411911 | -0.583304168 | -0.03800278 | 6 |
| qda008 | 0.645669291 | 0.004150261 | 325.6410256 | 0.025641026 | 0.113635575 | 0.004084903 | 0.130177515 | -0.723588515 | 0.012965614 | 5 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 渠道名称 | ROI | 线索转化率 | 线索成本 | 报名转化率 | ROI | 线索转化率 | 报名转化率 | 线索成本 | 综合得分 | 排名 |
| qda001 | 2.734599352 | 0.007411747 | 185.4810997 | 0.06185567 | 0.704327054 | 0.217492082 | 1 | -0.445140926 | 0.580715145 | 2 |
| qda002 | 1.398449612 | 0.007169153 | 290.5405405 | 0.04954955 | 0 | 0.189663424 | 0.419133919 | -1 | 0.06367286 | 6 |
| qda003 | 3.295508274 | 0.014233179 | 101.1961722 | 0.040669856 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0.6 | 1 |
| qda004 | 1.453900709 | 0.007219685 | 246.6472303 | 0.043731778 | 0.029230038 | 0.195460042 | 0.144526994 | -0.768182647 | 0.017323857 | 7 |
| qda005 | 1.432795699 | 0.006690157 | 248 | 0.043333333 | 0.018104915 | 0.134716206 | 0.125719829 | -0.775327141 | -0.005631558 | 8 |
| qda006 | 1.757142857 | 0.006252239 | 240.6876791 | 0.051575931 | 0.189078626 | 0.084481347 | 0.514781965 | -0.736707979 | 0.173291511 | 5 |
| qda007 | 2.012269939 | 0.005515782 | 232.8571429 | 0.057142857 | 0.323564231 | 0 | 0.777548645 | -0.695351923 | 0.293155093 | 4 |
| qda008 | 2.224414303 | 0.007621175 | 208.4832905 | 0.05655527 | 0.435392277 | 0.241516224 | 0.749813707 | -0.56662429 | 0.390741839 | 3 |

6. qda005需要优先优化，无论在8周时间段，还是0周一周时间，各项指标虽然都不是最低，但总体得分最低，性价比最差；以8周数据为例，ROI：1.43为8个渠道倒数2名，线索，转化率：0.67%为8个渠道倒数3名，报名转化率：4.33%为8个渠道倒数2名，平均线索成本：248为2个渠道倒数3名。