

Хекслет

Проект Онлайн Школа



Цель проекта

1. Провести расчет и анализ основных метрик
2. Подсчитать косты на рекламу
3. Оценить эффективность от маркетинговых кампаний
4. Дать рекомендации бизнесу для улучшения основных метрик



Основные метрики LPC

38 567 визитов, 706 лидов, 83 клиента.

Конверсия из клика в лид составляет 1,83%

Конверсия из лида в оплату составляет 11,76%

Посетители

38,567

Лиды

706

Клиенты

83

Last Paid Click

Total_cost	Revenue	Total	CPU	CPL	CPPU	ROI
6.43M	6.27M	-158k	166	9.11k	77.5k	-2



Метрики

CPU = 166,69

CPL = 9 105,95

CPPU = 77 455,47

ROI = -2,45%

Клиенты

38 567 визитов

706 лидов

83 клиента

1,83% конверсия в лид

11,76% конверсия в клиента

Деньги

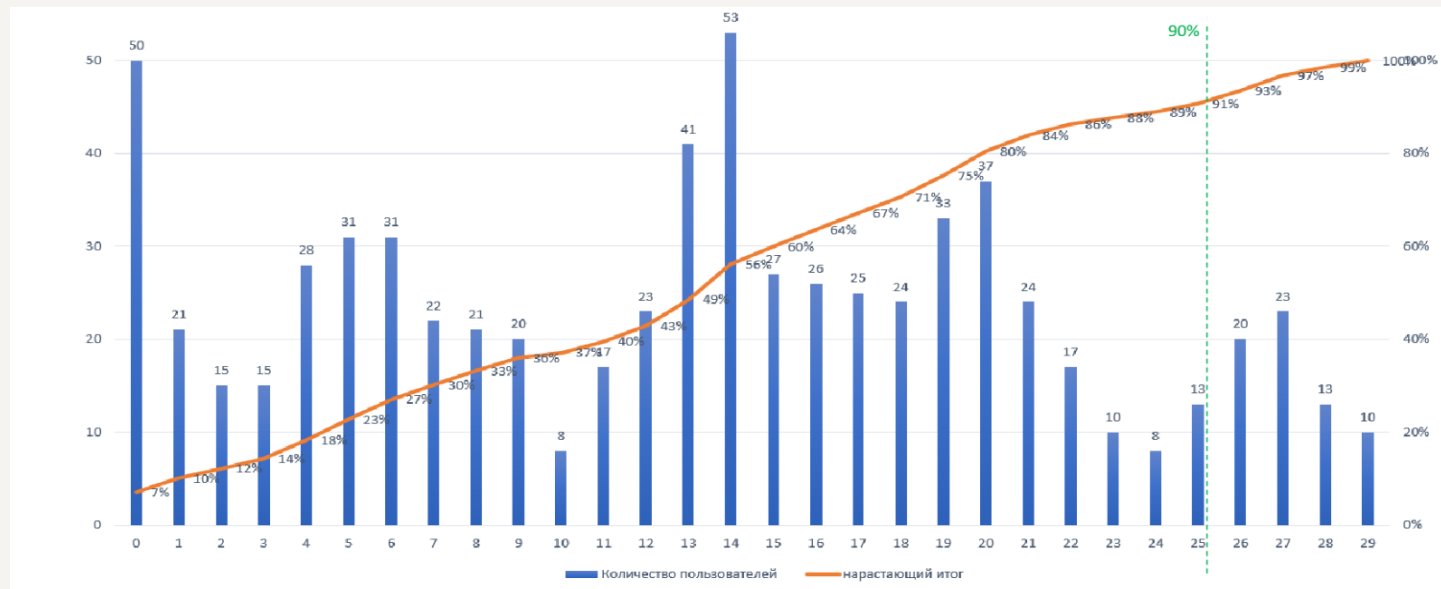
6 271 тыс.у.е. выручка

6 429 тыс.у.е. расход на рекламу

158 тыс.у.е. убыток



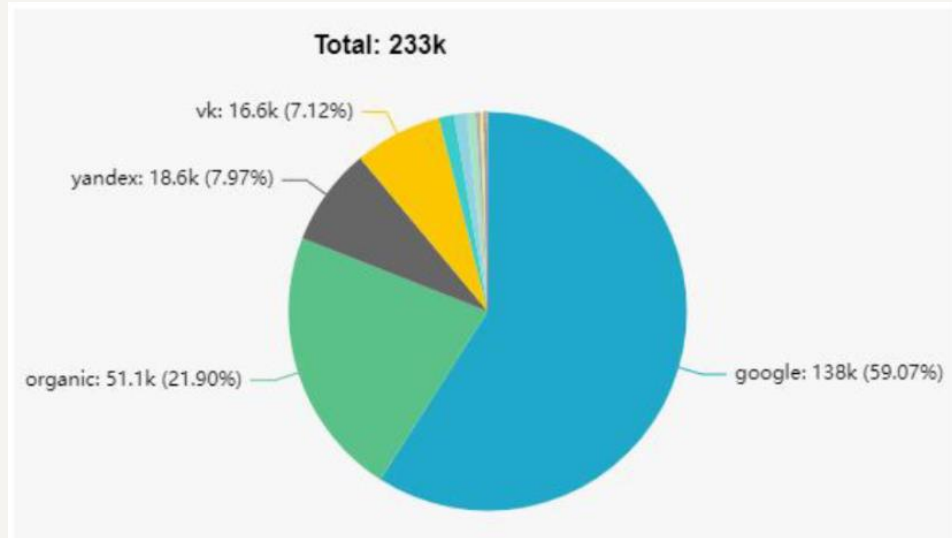
Динамика закрытия лидов



- На графике представлена динамика закрытия лидов по времени с момента перехода по рекламе, видно, что 90% лидов закрываются через 25 дней после перехода;
- Часто клиенты принимают решение либо сразу, либо через 2 недели после перехода.



Каналы привлечения

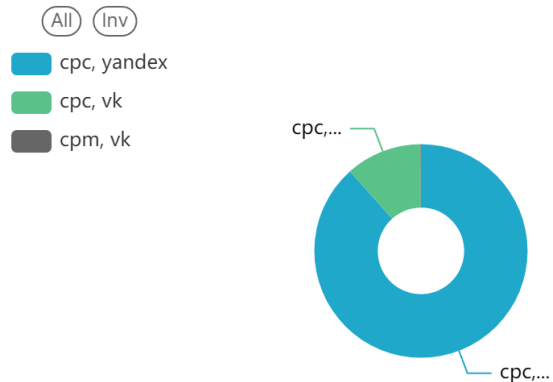


- Основная доля посетителей приходит на сайт через google и органический поиск, а также через платные каналы Yandex и Vk.
- Данные каналы являются ключевыми в привлечении потенциальных клиентов.



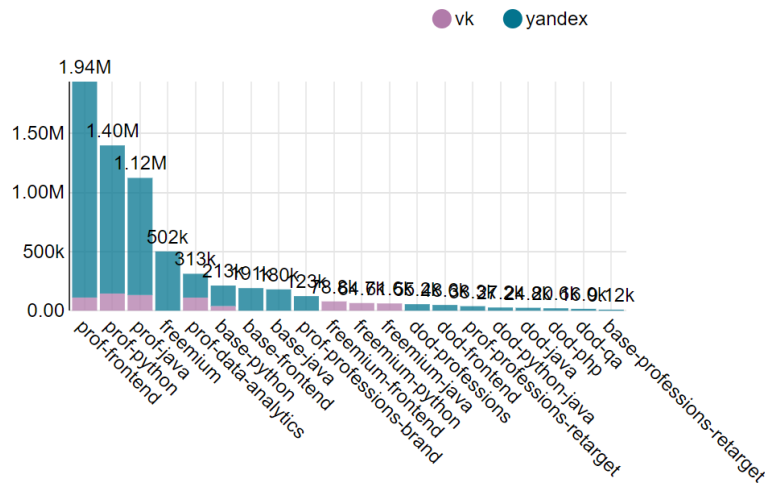
Косты на рекламу

Распределение расходов по типу рекламной кампании



6 428 804 у.е. расход на рекламу, в т.ч.:
5 683 798 у.е. Yandex
745 006 у.е. Vk

Распределение расходов по рекламным кампаниям

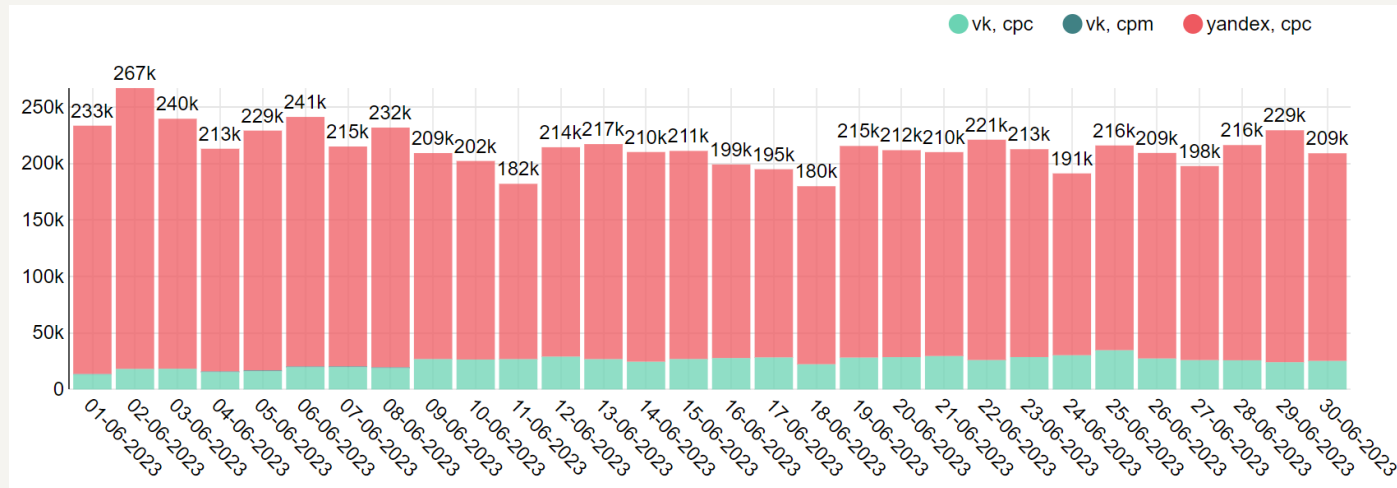


Основные затраты направлены на продвижение профессий:

- prof-frontend
- prof-python
- prof-java



Распределение расходов за июнь



Основные расходы по рекламе приходятся на канал Yandex.

Затраты по дням в течение месяца распределены практически равномерно, по каналу Vk есть тенденция роста расходов с середины к концу месяца



Окупаемые каналы привлечения

utm_source	utm_medium	utm_campaign	Visitors	Leads	Purchases	Revenue	Costs	Total	CPU	CPPU	ROI	CPL
yandex	cpc	base-professions-retarget	118	4	1	134k	9.12k	125k	77	9.12k	1.37k	2.28k
yandex	cpc	dod-php	119	4	1	150k	20.6k	130k	173	20.6k	628	5.16k
vk	cpc	freemium-frontend	2.38k	44	5	338k	78.8k	259k	33	15.8k	329	1.79k
yandex	cpc	freemium	4.19k	100	25	1.65M	502k	1.15M	119	20.1k	229	5.02k
yandex	cpc	base-python	1.03k	28	7	476k	173k	303k	168	24.8k	174	6.2k
vk	cpc	prof-python	2.49k	40	5	356k	145k	210k	58	29.1k	144	3.63k
vk	cpc	prof-java	2.18k	25	2	233k	133k	100k	60	66.4k	75	5.31k
yandex	cpc	base-frontend	777	39	3	269k	191k	77.2k	246	63.8k	40	4.9k
yandex	cpc	prof-professions-brand	818	13	3	154k	123k	30.9k	150	41.1k	25	9.49k
yandex	cpc	prof-data-analytics	587	14	2	220k	202k	18.8k	343	101k	9	14.4k

- Данные рекламные каналы показали высокую результативность и полную окупаемость.
- Данные отсортированы по убыванию ROI



Убыточные каналы привлечения

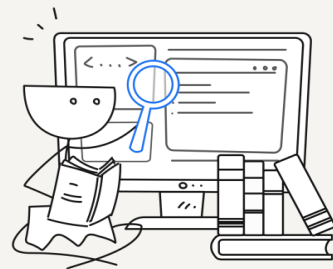
utm_source	utm_medium	utm_campaign	Visitors	Leads	Purchases	Revenue	Costs	Total	CPU	CPPU	ROI	CPL
vk	cpc	freemium-java	1.61k	24	0	0	61.6k	-61.6k	38	N/A	-100	2.57k
vk	cpc	prof-data-analytics	1.84k	30	0	0	107k	-107k	58	N/A	-100	3.56k
vk	cpc	prof-frontend	1.39k	12	0	0	111k	-111k	80	N/A	-100	9.29k
vk	cpm	prof-data-analytics	180	6	0	0	4.19k	-4.19k	23	N/A	-100	699
yandex	cpc	dod-frontend	332	3	0	0	48.6k	-48.6k	146	N/A	-100	16.2k
yandex	cpc	dod-java	150	4	0	0	24.8k	-24.8k	165	N/A	-100	6.19k
yandex	cpc	dod-python-java	163	3	0	0	27.2k	-27.2k	166	N/A	-100	9.06k
yandex	cpc	dod-qa	108	0	0	0	16k	-16k	148	N/A	-100	N/A
yandex	cpc	prof-professions-retarget	464	10	0	0	38.3k	-38.3k	82	N/A	-100	3.83k

- Данные рекламные каналы показали низкую эффективность и убыточность. У этих каналов полностью отрицательный ROI.
- В качестве рекомендации, предлагаем их отключить для дальнейшего перераспределения ресурсов. Данная мера позволит направить бюджет в более перспективные стратегии и каналы продвижения.



Рекомендации бизнесу

- Рекомендуется отключить 9 убыточных каналов
- Рекомендуется проводить тесты с новыми каналами привлечения
- Рекомендуется применить SEO-оптимизацию, это позволит повысить органический трафик
- Рекомендуется проводить сквозную аналитику, это поможет корректировать маркетинговые стратегии и запускать новые более прибыльные
- Рекомендуется оптимизировать скрипт работы менеджера для увеличения конверсии в лид



Спасибо за внимание

Ссылка на дашборд:

https://92c13067.us1a.app.preset.io/superset/dashboard/10/?native_filters_key=HXHwFocjhaJ5ni8rM3aW057fxJvGWyhrvmlKXfg-2oysH0mTSgjrwtqG8hTAM5is

Презентацию подготовил:
Аналитик данных Сабитов Игорь

