

# Проект 2

## “Онлайн-школа”

Сурикова Юлия

# Обзор онлайн-школы “Гнездо кода”

- Онлайн-школа программирования
- Больше 160000 уникальных посетителей в месяц

Направления:

python

java

php

frontend

data-analytics



# Цель и задачи исследования

- Оптимизация рекламных расходов:
  - определение окупаемых рекламных каналов
  - эффективность рекламы



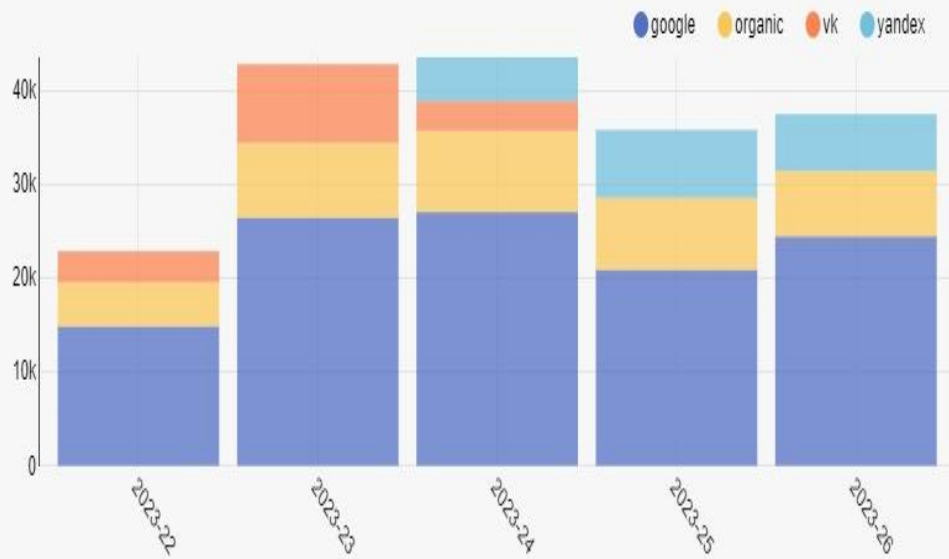
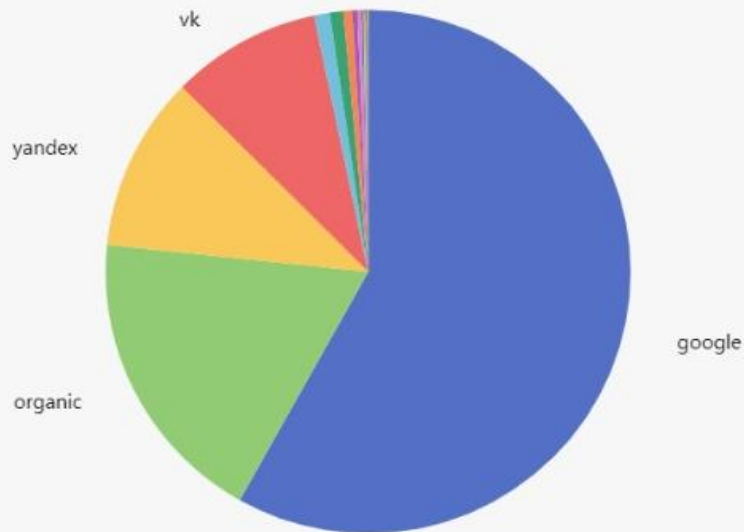
# Гипотезы исследования

- самые окупаемые каналы по направлению “python”;
- после проведения рекламных акций повышаются посещения по “органике”;
- реклама через yandex окупается лучше рекламы через vk.



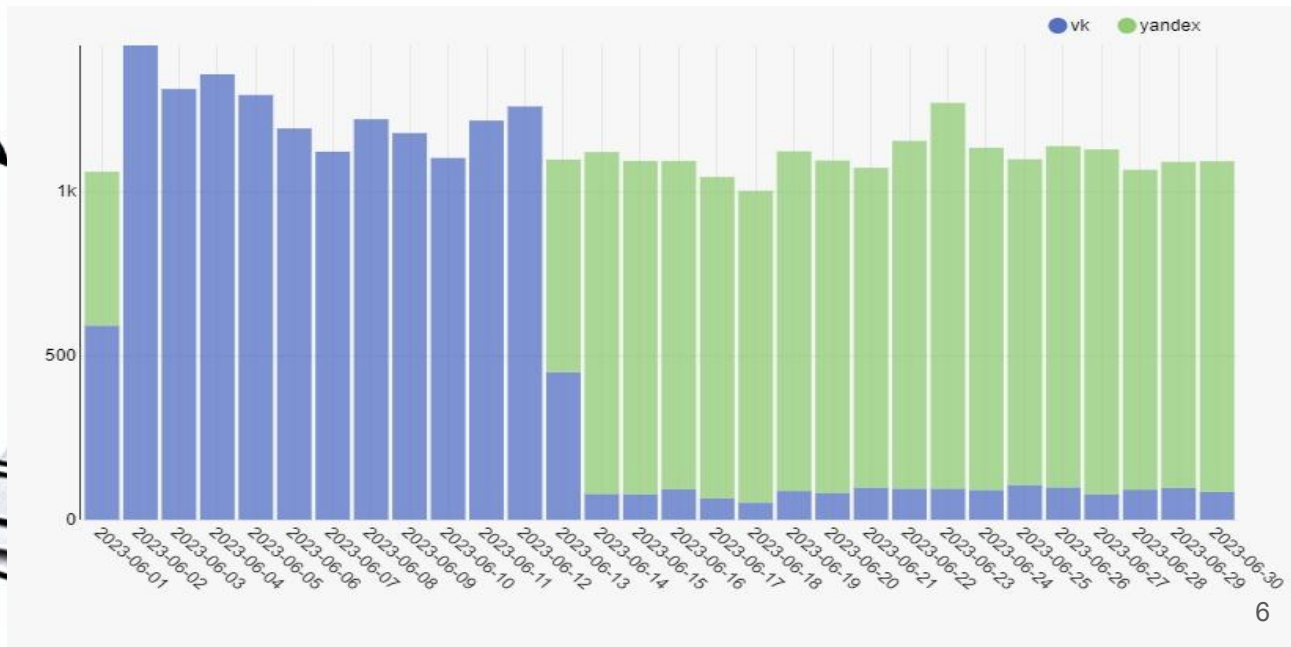
# Основные переходы посетителей

В течение месяца подавляющее большинство посетителей (более 75%) пришло по бесплатным каналам. Из платных каналов наиболее популярны Yandex и Vk. Наименьшее количество посетителей пришло на первой неделе.

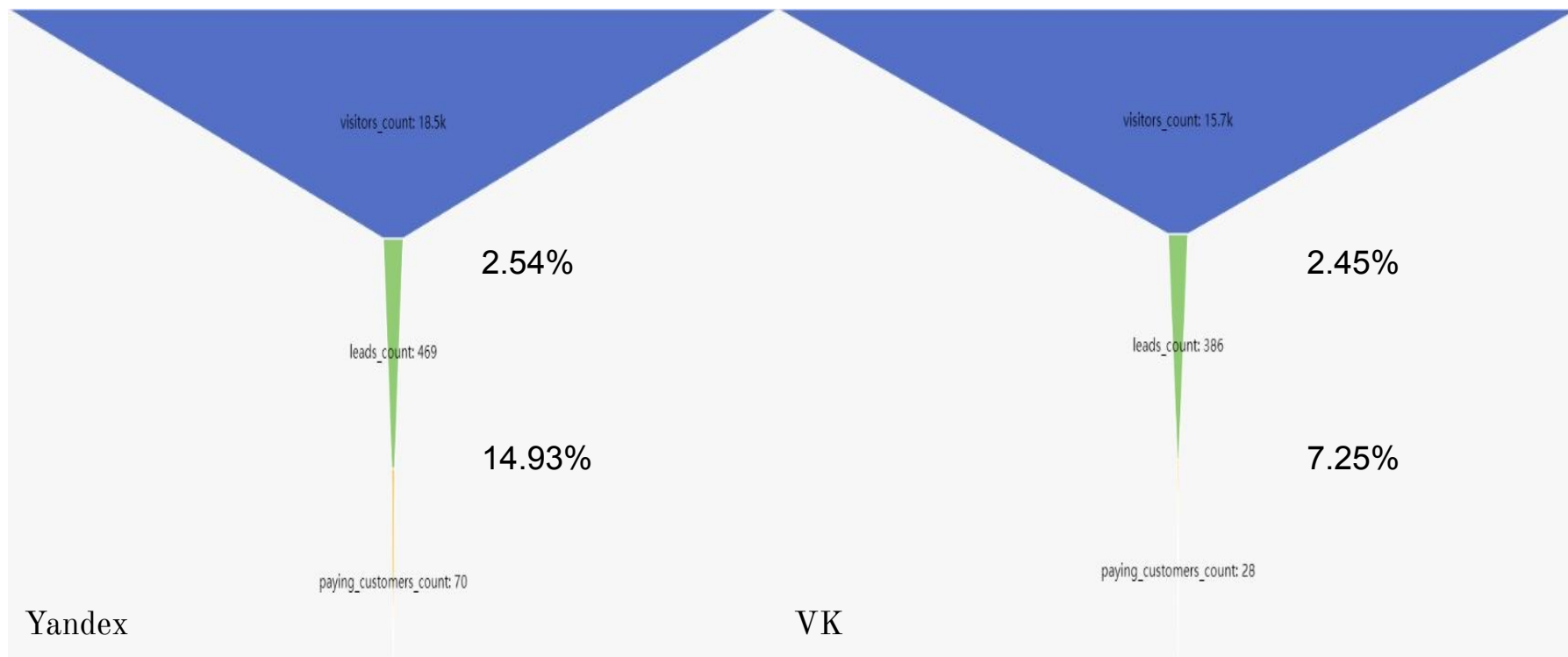


# Переходы по платным каналам Yandex и VK (по дням)

Переходы неравномерны. С 02.06 по 12.06 переходы были только через VK. Зато у Yandex в течение месяца переходов больше.



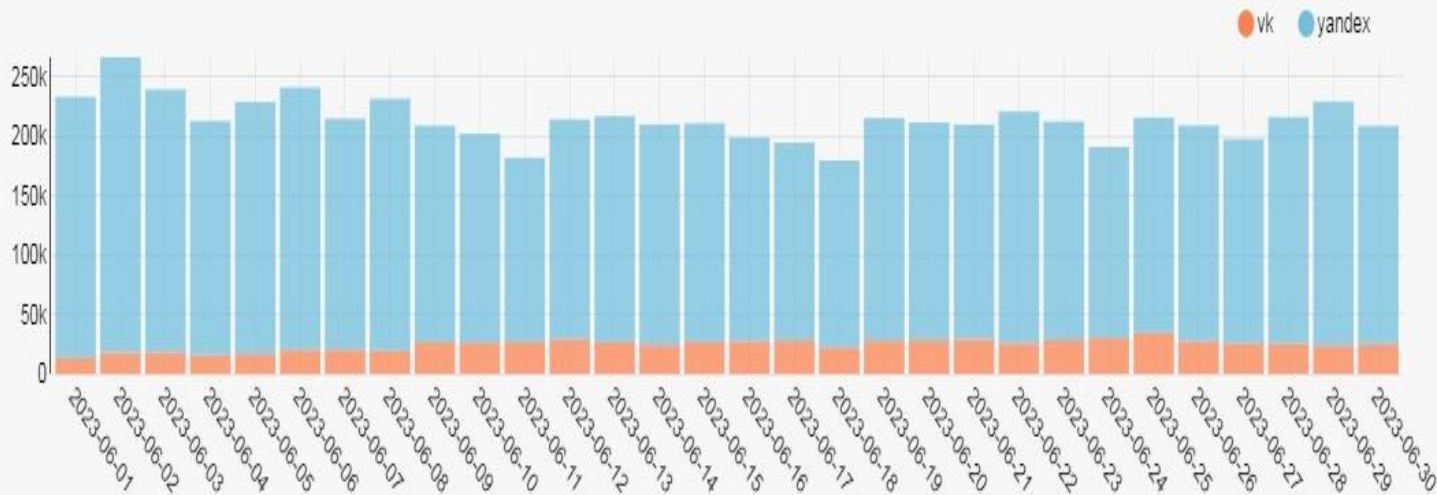
# Конверсии через yandex и vk



# Расходы на vk и yandex и основные метрики

utm_source	cpi	cpl	сppu	roi
vk	47.56	2991.72	49463.13	37.61
yandex	188.65	8073.17	51933.39	46.54

Неравномерные расходы. У yandex от 155000 до 248000, у vk от 13800 до 34700.





# Список окупаемых каналов

Самые окупаемые каналы base-professions-retarget и dod-php, оба через yandex.

utm_source	utm_campaign	roi
yandex	base-professions-retarget	4928.12
yandex	dod-php	2419.37
yandex	base-frontend	562.56
yandex	freemium	423.25
yandex	base-python	354.16
vk	freemium-frontend	329.24
vk	prof-python	144.63
yandex	prof-data-analytics	108.91
yandex	prof-professions-brand	97.78
vk	prof-java	75.3
yandex	dod-professions	8.96



# Неокупаемые каналы

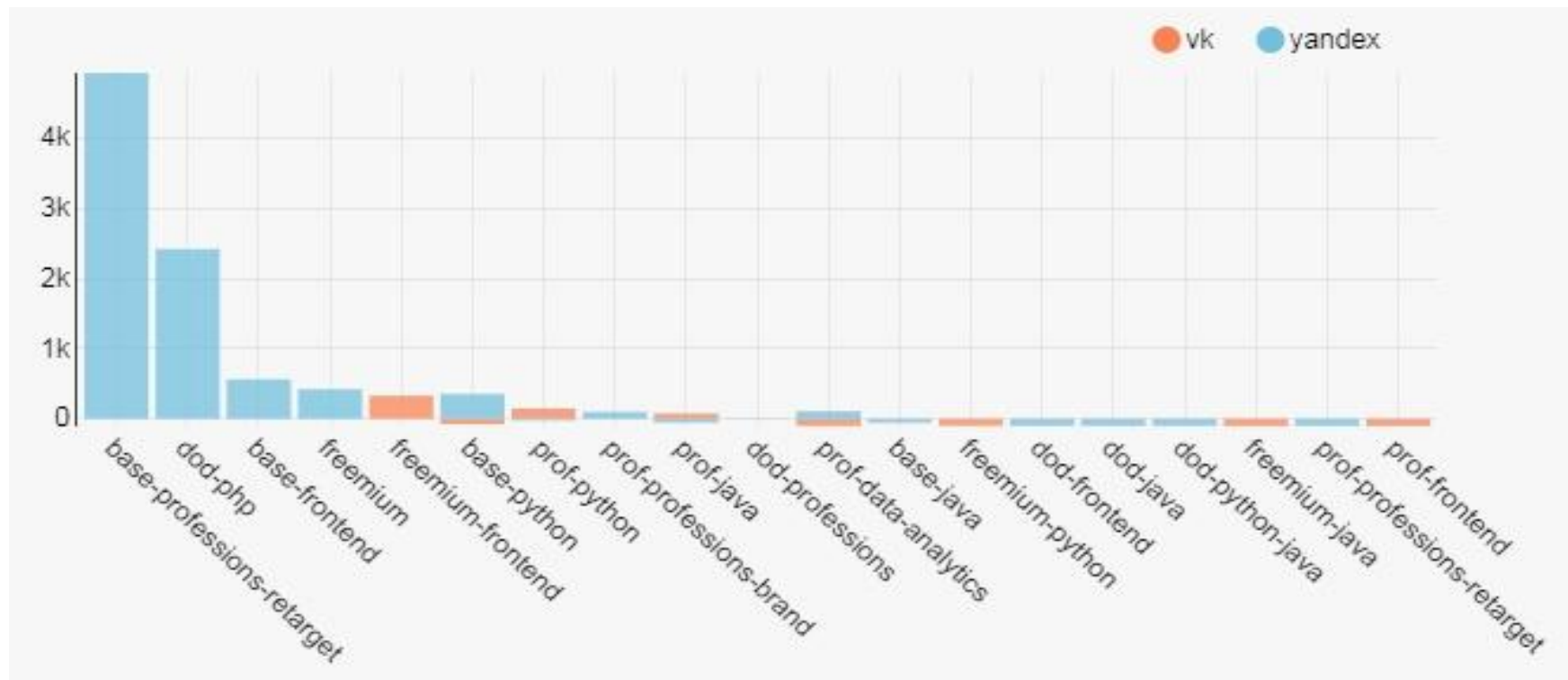
utm_source	utm_campaign	roi
yandex	prof-frontend	-10.11
yandex	prof-python	-23.46
yandex	prof-java	-54.47
yandex	base-java	-57.7
vk	base-python	-76.92
vk	freemium-python	-97.59
vk	freemium-java	-100
vk	prof-data-analytics	-100
vk	prof-frontend	-100
yandex	dod-frontend	-100
yandex	dod-java	-100
yandex	dod-python-java	-100
yandex	prof-professions-retarget	-100

Канал pro-frontend не окупается ни по одному из двух платных источников перехода.



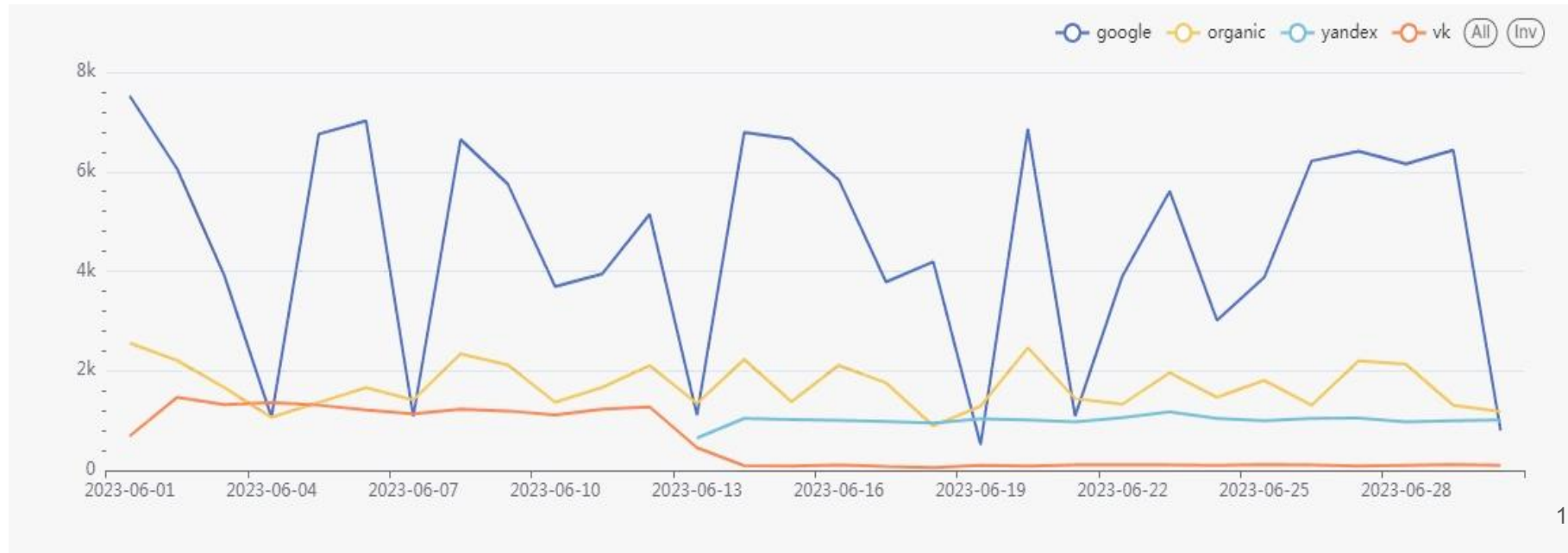
# ROI платных каналов по направлениям

Нет направлений, где платные каналы одинаково эффективно окупаются.



# Динамика посещений по разным каналам

Нет заметной корреляции между запуском рекламной кампании и ростом органики.



# Результаты по задачам



- Есть список окупаемых и неокупаемых каналов;
- Нет окупаемости для 8 каналов, при этом для них использовался только один рекламный источник перехода (vk или yandex);
- Через yandex эффективнее проходила оплата (14,9% зарегистрировавшихся оплатило), чем через vk (7,25%).

# Трансформация изначальных гипотез



- Самые окупаемые каналы по направлениям base-professions-retarget и dod-php;
- Нет заметной корреляции между запуском рекламной кампании и ростом органики;
- Реклама через yandex покупается и окупается лучше (из 16 направлений 8 окупаются, 8 нет, но окупаемые показывают высокий roi; у vk из 8 только 3 окупаются).

# Рекомендации

Неокупаемые направления, для которых есть окупаемые альтернативы и которые можно отключить:

- vk-base: python и prof-data-analytics
- yandex: prof-python prof-java

Поработать и, вероятно, улучшить можно:

- yandex: dod-professions (roi 8,96) и prof-frontend (-10,11)

Добавить альтернативный источник перехода и отключить неокупаемые переходы для 8 направлений:

base-java, freemium-python, dod-frontend, dod-java, dod-python-java, freemium-java, prof-professions-retarget, prof-frontend.





# Спасибо за внимание!

[Дашборд](#)

